



OneNext

Paris, le 24 juin 2020

Lancement de OneNext, la nouvelle mesure de toutes les audiences des marques de Presse

L'ACPM (l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) a dévoilé aujourd'hui les résultats de la toute nouvelle étude d'audience des marques de Presse en France, OneNext.

Ce dispositif, à la méthodologie innovante, était très attendu par l'ensemble du secteur de la communication et des médias. Pour ce développement, l'ACPM s'est entourée des instituts référents : **Médiamétrie, Kantar, ainsi que le CESP.**

« Les modes de consommation médias des Français ont profondément changé. Dans le même temps, les éditeurs ont su se transformer et se développer sur l'ensemble des canaux pour démultiplier la puissance de leurs audiences. Il était donc indispensable de concevoir une nouvelle étude d'audience avec une vision globale des marques médias et des nouvelles consommations des Français, plaçant le digital au centre », indique Gautier Picquet, Président de l'ACPM.

Depuis la première étude One en 2011, les marques de Presse ont en moyenne gagné 1,8 million de lecteurs ; Parmi elles 7 ont gagné plus de 5 millions de lecteurs. En 2020, 9 marques de Presse ont une audience supérieure à 20 millions et 19 supérieure à 10 millions.

UNE PREMIÈRE MONDIALE

Cette étude inédite propose plusieurs innovations mondiales, à savoir :

1. UNE ÉTUDE SINGLE SOURCE :

Une seule enquête mesure les audiences de la Presse auprès des Français de 15 ans et plus, quel que soit leur mode de lectures (papier, sites internet, application ou réseaux sociaux).

- **OneNext GLOBAL** : fusion avec l'étude référente Internet Global de **Médiamétrie** pour les audiences Print + Digital des marques de Presse

- **OneNext INFLUENCE** : Une étude unique de l'audience des Top Cadres et Top Revenus français
- **OneNext INSIGHT** : fusion avec l'étude référente **TGI** de **Kantar Media** pour les attitudes, comportements, consommations produits et médias

2. UNE ETUDE CONNECTEE

Une application exclusive « *ma presse à moi* » afin de suivre tous les actes de lectures des Français.

5 000 répondants, parmi les 28 000 interviewés de l'étude, participent à ce panel qui révolutionne la connaissance des lectures de Presse :

- Une mesure temporalisée de la lecture des titres de Presse
- Une analyse exhaustive des modes de lecture (heure, durée, lieux...)
- Une compréhension précise de l'état d'esprit et de l'intérêt de la lecture via des indicateurs de confiance, de partage, de plaisir de lecture...

3. UNE ÉTUDE EXCLUSIVE

Les apports de l'étude OneNext

Plus de 28 000 personnes sont interrogées chaque année :

- Une étude unique, avec 4 publications par an, respectant les saisonnalités.
- Une étude qui ouvre l'accès à toutes les cibles possibles d'un annonceur selon l'âge, le sexe, le support utilisé, son style de vie...

OneNext détaille les performances d'audience de la Presse. L'étude nous apprend que **97% des Français lisent chaque mois au moins une marque de Presse**.

Elle dévoile aussi que 82% des femmes de -50 ans visitent, chaque mois, un site ou une application de Presse via mobile. En outre, 85% des 15-24 ans lisent la presse en ligne, et 57 % de l'audience des marques de Presse est digitale.

LES BÉNÉFICES DE CETTE NOUVELLE ETUDE :

⇒ UN MEDIAPLANNING UNIQUE :

Pour la première fois, les reprises en main des titres sont intégrées pour identifier toutes les lectures permettant de mesurer de façon plus précise les occasions de voir afin d'obtenir plus de finesse dans la réalisation des plans médias.

⇒ LE PROCESSUS DE L'ATTENTION A LA TRANSFORMATION :

Pour la première fois, une étude démontre et objective l'attention, la confiance, la désirabilité et l'engagement vis-à-vis des marques médias.

L'attention → La Confiance → La désirabilité → L'Engagement → La Transformation

89 % des Français sont attentifs lors de leur lecture	90 % des Français ont confiance en ce qu'ils lisent	98 % des Français jugent leur lecture enrichissante, utile ou agréable	72% des Français ont envie de partager ce qu'ils ont lu	32 % des lectures donnent l'envie de passer à l'action, d'en savoir plus ou de préparer ses achats
---	---	--	---	---

A l'occasion de ce lancement, l'ensemble des éditeurs de l'ACPM se sont mobilisés pour déployer une large campagne de communication collective, réalisée par l'agence BETC Corporate, en print, digital et sur les réseaux sociaux.

À PROPOS DE L'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a pour mission la mesure de l'audience de la Presse et la certification du dénombrement des médias. Toutes les données produites par l'ACPM sont accessibles sur son site www.acpm.fr

Contacts presse : Agence Patricia Goldman
Anne-Sophie Lizzani / aslizzani@patricia-goldman.com / 0648230760

MARQUES DE PRESSE	Brand 30j	dt Print 30j	dt Digital30j
PQR66	42 813	32 533	32 249
Le Figaro	25 993	8 251	22 636
20 Minutes	22 795	9 731	17 554
Le Parisien/Aujourd'hui en France	22 521	8 435	18 310
Marmiton	22 400	4 379	20 668
Télé Loisirs	22 068	5 538	19 087
PHR	21 192	12 523	12 432
Femme Actuelle	20 910	11 061	13 665
Le Monde	20 822	9 727	16 005
L'Equipe	19 859	10 380	14 814
Ouest France	18 639	6 089	15 864
TV Magazine	15 237	15 327	(1)
Voici	14 987	7 040	9 991
Actu	14 573	4 091	11 680
Télé 7 Jours	14 334	8 180	7 761
Paris Match	13 706	10 366	4 744
Gala	13 320	5 600	9 399
Elle	12 618	5 788	8 337
L'Obs	11 724	4 187	8 967
L'Express	10 693	4 314	7 514
Le Point	10 537	4 655	7 275
Public	9 945	3 301	7 548
CNEWS	9 735	4 823	5 862
Les Echos	9 062	3 133	6 982
Capital	8 846	1 268	7 935
Libération	8 836	4 369	5 669
Closer	8 616	5 035	4 336
La Dépêche du Midi	8 469	2 068	7 297
Version Femina	8 429	7 719	837
La Voix du Nord	8 070	2 714	6 499
Sud Ouest	8 051	2 808	6 260
Le Dauphiné	7 951	2 593	6 263
Marie Claire	7 633	2 999	5 150
Auto Plus	7 413	5 331	2 880
Télérama	6 913	3 815	3 909
Télé Star	6 747	3 689	3 507
Midi Libre	6 708	1 846	5 601
Santé Magazine	6 552	2 018	4 871
01 Net	6 347	1 959	4 896
Top Santé	6 228	2 221	4 314
Le Progrès	5 692	2 228	4 155
Rustica	5 530	2 737	3 262
Sciences et Avenir	5 104	2 975	2 543
Auto Moto	4 925	1 933	3 357

(1) Les audiences digitales de ces marques ne sont pas étudiées

MARQUES DE PRESSE	Brand 30j	dt Print 30j	dt Digital30j
Cosmopolitan	4 860	1 509	3 680
La Provence	4 697	1 954	3 211
Télé Z	4 669	4 669	(1)
Géo	4 656	3 359	1 516
Notre Temps	4 580	2 873	1 914
Télé 2 Semaines	4 540	2 790	1 930
Courrier International	4 405	2 807	1 979
Le Télégramme	4 263	1 587	3 186
Marianne	4 259	2 820	1 733
La Croix	4 151	1 753	2 787
Parents	4 114	1 171	3 230
Challenges	4 013	1 769	2 528
Science et Vie	3 964	3 964	(1)
L'Est Républicain	3 953	1 427	2 958
La Montagne	3 947	1 406	2 978
Le Journal du Dimanche	3 886	2 146	2 000
National Geographic	3 821	3 206	742
Maxi	3 688	3 688	(1)
Marie France	3 582	606	3 035
Ca M'Intéresse	3 520	2 866	754
MagicMaman	3 495	486	3 208
Nice Matin	3 297	974	2 542
Psychologies Magazine	3 253	1 916	1 544
France Football	2 962	2 225	814
La Nouvelle République	2 951	1 442	1 917
Le Particulier	2 920	1 439	1 599
Maison et Travaux	2 897	1 182	1 784
Première	2 874	484	2 469
Les Inrockuptibles	2 822	1 230	1 668
Valeurs Actuelles	2 741	1 336	1 639
Les DNA	2 638	1 131	1 782
L'Union / l'Ardennais	2 596	860	1 893
Le Républicain Lorrain	2 492	847	1 909
Ici Paris	2 275	2 275	(1)
L'Indépendant	2 234	674	1 747
Système D	2 233	1 168	1 202
Le Courrier Picard	2 199	869	1 496
Télé Poche	2 147	2 147	(1)
Var Matin	2 076	792	1 429
Paris Normandie	1 950	846	1 249
Télé câble Sat Hebdo	1 948	1 948	(1)
Modes et Travaux	1 925	1 925	(1)
France Dimanche	1 903	1 903	(1)
Auto Journal	1 895	1 895	(1)
Le Revenu	1 886	666	1 259

(1) Les audiences digitales de ces marques ne sont pas étudiées

MARQUES DE PRESSE	Brand 30j	dt Print 30j	dt Digital30j
So Foot	1 880	628	1 379
Le Bien Public	1 796	478	1 478
TV Grandes Chaînes	1 767	1 767	(1)
GQ	1 751	421	1 346
Côté Maison	1 719	530	1 215
Pleine Vie	1 662	1 662	(1)
Nous Deux	1 537	1 537	(1)
La République du Centre	1 536	500	1 117
Avantage	1 529	1 529	(1)
Le Courrier de l'Ouest	1 518	888	774
Le Journal de Saône-et-Loire	1 508	588	1 078
Télé Magazine	1 496	1 496	(1)
Prima	1 476	1 476	(1)
L'Alsace	1 452	670	961
Vies de Famille	1 442	1 442	(1)
Mieux Vivre Votre Argent	1 426	621	861
Le Journal de la Maison	1 416	675	765
L'Automobile Magazine	1 400	1 400	(1)
Le Monde Diplomatique	1 356	1 356	(1)
Dossier Familial	1 355	1 355	(1)
Mon Jardin et Ma Maison	1 287	1 287	1 287
Vogue	1 218	1 218	(1)
L'Ami des Jardins et de la Maison	1 189	1 189	(1)
La Charente Libre	1 171	370	862
Vanity Fair	1 170	321	852
Le Chasseur Français	1 120	1 120	(1)
Corse Matin	1 110	378	795
Art & Décoration	1 107	1 107	(1)
L'Auto Journal	1 057	1 057	(1)
Pèlerin	1 037	1 037	(1)
Vosges Matin	1 016	338	773
Bien-Etre et Santé	930	930	(1)
La Vie	927	927	(1)
Biba	901	537	389
Le Maine Libre	802	348	523
Le Populaire du Centre	749	308	486
Détente Jardin	746	746	(1)
Alternatives Economiques	713	713	(1)
L'Est Eclair	710	283	489
L'Yonne Républicaine	659	295	431
Le Berry Républicain	647	213	475
Sport Auto	581	581	(1)
Le Journal du Centre	567	244	356
Famille et Education	525	525	(1)
Maison Créative	476	476	(1)

(1) Les audiences digitales de ces marques ne sont pas étudiées

MARQUES DE PRESSE	Brand 30j	dt Print 30j	dt Digital30j
Maison Créative	476	476	(1)
Rock and Folk	450	450	(1)
Détours en France	406	406	(1)
Régal	348	348	(1)
Management	316	316	(1)
Campagne Décoration	305	305	(1)
AD Architectural Digest	246	246	(1)
Le Journal de la Haute-Marne	231	189	(1)
Happinez	201	201	(1)
+de Pep's	190	190	(1)

(1) Les audiences digitales de ces marques ne sont pas étudiées

L'audience des Bimestriels correspond à la lecture au cours des 2 derniers mois

L'audience Brand est de son coté calculée sur les 30 derniers jours
voici les audiences des bimestriels sur 2 mois

Titres	Audience -2 mois des bi et trimestriels
Le magazine Marmiton	5 911
Vies de Famille	2 362
Maison & Travaux	2 210
Art & Décoration	2 139
Elle Décoration	1 913
Maxi Cuisine	1 565
Marie Claire Maison	1 467
Détente Jardin	1 294
Marie Claire Idées	1 289
Marie France	1 250
Dr. Good	1 058
Cuisine et Vins de France	1 051
Maison Créative	875
Elle à Table	802
Famille & Education	774
Détours en France	755
Maisons Côté Sud	745
Magicmaman	744
Maisons Côté Ouest	696
Campagne Décoration	600
Régal	495
AD (Architectural Digest)	461
Happinez	382
+ de Pep's Magazine	298