



OneNext

Access

Note méthodologique

Septembre 2020



**KANTAR**

# Sommaire

<b>1.</b>	<b>Présentation générale OneNext</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Le module OneNext Access</b>	<b>4</b>
2.1	Introduction	4
2.2	Le dispositif méthodologique	4
2.3	Le questionnaire	5
2.4	L'accès aux résultats	6

# 1. Présentation générale OneNext

L'étude OneNext est la nouvelle étude d'audience de référence de la Presse en France lancée en 2019 par l'ACPM.

- **L'étude a pour objectif de mesurer et de qualifier l'audience des marques de presse**, en intégrant tous les supports (édition papier, édition PDF, sites et applications, réseaux sociaux) et tous les modes d'accès aux contenus (via une édition papier, un ordinateur fixe ou portable, une tablette ou via un téléphone mobile).
- **Cette étude rassemble les familles de presse** : Presse Quotidienne Régionale (PQR), Presse Quotidienne Nationale (PQN), Presse Gratuite d'Information (PGI), Presse Hebdomadaire Régionale (PHR), Presse Magazine, représentant 605 titres au total.

La nouvelle étude OneNext présente plusieurs innovations permettant :

1. **De renforcer l'audience des Marques de Presse**, en intégrant le recueil des audiences Print et digitales,
2. **D'enrichir le médiaplanning Print** en intégrant l'accumulation de l'audience dans le temps et le nombre de reprises en main,
3. **De valoriser les Marques de Presse** tant sur la qualité des contacts qu'elles génèrent que sur la capacité de ciblage sur les univers Influenceurs (cibles exécutives / hauts revenus) ou de ciblage de comportements de consommation.

Le dispositif OneNext est un écosystème intégré, sur lequel sont greffés plusieurs modules répondant à différents objectifs :



- **OneNext** : étude principale des audiences des titres de presse.
- **OneNext Global** : module mesurant l'audience print + digital des marques de presse, obtenue grâce à la fusion réalisée avec l'étude de référence de Médiamétrie Internet Global.
- **OneNext Influence** : étude des audiences des marques de presse sur les publics cibles exécutives (cadres & dirigeants) et hauts revenus.
- **OneNext Tempo** : module permettant de qualifier les actes de lecture in situ et d'apporter des informations sur les modalités de lecture des titres de presse avec un double objectif :
  1. Apporter des informations pour enrichir le médiaplanning Presse de la dimension temporelle (créer un modèle de répartition des contacts dans le temps).
  2. Proposer des indicateurs qualitatifs d'engagement ou d'efficacité du média Presse.
- **OneNext Insight** : module permettant de décrire les attitudes, comportements et consommations des lecteurs de presse. Il est obtenu par fusion entre les lecteurs de presse de OneNext et les répondants à une partie de l'étude TGI (étude de référence en termes d'attitudes, de comportements et de consommation).
- **OneNext Access** : module permettant l'accès au profil socio démographique de chaque titre de presse.

## 2. Le module OneNext Access

### 2.1 Introduction

OneNext propose, en complément de son socle de base, une mesure plus simple et plus économique, basée sur le lectorat 12 derniers mois.

Ce module **OneNext Access** s'adresse principalement aux titres à diffusion confidentielle qui ne satisfont pas aux conditions requises pour être publiés sur l'indicateur d'audience référent : la LDP (Lecture Dernière Période).

**Ce module, offre ainsi la possibilité d'accéder à une couverture et un profil de lectorat plus large, la lecture 12 derniers mois, certifié par l'ACPM et constitue un moyen, pour ces titres, d'être référencés auprès du marché publicitaire.**

### 2.2 Le dispositif méthodologique

**OneNext Access** est complètement intégré au dispositif OneNext et bénéficie ainsi de toute sa rigueur méthodologique, s'agissant de la constitution de l'échantillon ou de l'administration de la question de lecture 12 derniers mois.

L'univers de l'enquête correspond à l'ensemble des individus âgés de 15 ans et plus, appartenant à un ménage ordinaire et résidant en France métropolitaine.

Cette population a été estimée au 1er janvier 2019 par le CESP à 52 706 000 personnes, à partir des données de l'INSEE disponibles les plus récentes.

L'échantillon OneNext est recruté par téléphone et est constitué de l'échantillon Socle et des sur-échantillons Influence, soit au total pour l'année 2019 près de 28 000 interviews.

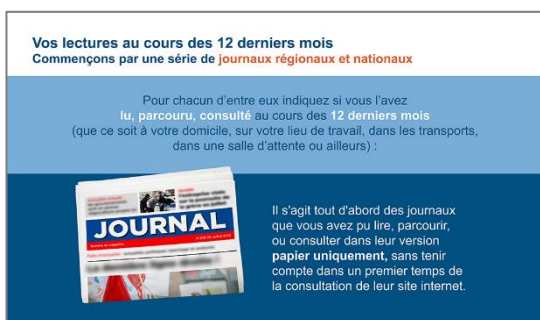
Pour plus de détails, vous pouvez consulter en complément la note méthodologique OneNext disponible auprès de l'ACPM.

## 2.3 Le questionnaire

Les titres du module Access suivent un protocole spécifique au sein du questionnaire audience du dispositif OneNext.

Ils sont présentés aux interviewés à la question filtre (lecture 12 derniers mois) pour le support Print et sa version PDF dans les mêmes conditions que les autres titres, cependant les questions posées ensuite dans le cadre de la mesure d'audience de référence OneNext ne sont pas administrées à ces titres. Autrement dit, pour les titres Access l'information recueillie s'arrête après la question filtre.

- **La question filtre Print** : le questionnaire presse débute par une question sur la lecture 12 derniers mois. Cette question est posée pour l'ensemble des titres mesurés dans l'étude OneNext y compris les titres Access.



### « Avez-vous personnellement lu, parcouru ou consulté, au cours des 12 derniers mois... ? »

Pour cette question, tous les titres, sont présentés aux interviewés en utilisant leur logo ainsi qu'une « base line » reprenant le titre exact de la publication. Les logos des titres sont regroupés par familles thématiques qui sont présentés dans l'ordre suivant :

- Presse Quotidienne Régionale (PQR)
- Presse Quotidienne Nationale (PQN)
- Presse Gratuite d'Information (PGI)
- Presse Quotidienne Régionale du 7ème jour (PQR7)
- Presse Quotidienne Nationale du 7ème jour (PQN7)
- Presse Hebdomadaire Régionale (PHR)
- Magazine (avec rotation des familles)

Au sein de chaque famille, les titres sont présentés dans un ordre aléatoire. Ce système de rotation vise à limiter les effets d'ordre.

- **La question filtre de l'édition téléchargeable** :

### « Avez-vous personnellement lu, parcouru ou consulté au cours des 12 derniers mois l'édition téléchargeable (version digitale, numérique, PDF) ... ? »

Les résultats à ces deux questions sont ensuite agrégés pour constituer l'indicateur de lecture 12 derniers mois de chaque titre Access.

## 2.4 L'accès aux résultats

Les résultats des titres qui souscrivent au module OneNext Access sont disponibles dans les logiciels média (Medialand, Poppy), dans la partie « tableur », en revanche, ils n'ont pas accès aux fonctions médiaplanning de ces mêmes logiciels.

Les informations disponibles sont les suivantes :

- L'indicateur de lecture 12 derniers mois
- L'ensemble des variables socio-démographiques disponibles dans le cadre de OneNext

Ils peuvent ainsi disposer d'une couverture 12 derniers mois et d'un profil de leur lectorat.