

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 26 Janvier 2021

Etude sur les médias professionnels de la Communication

A la demande des 6 marques leaders des Médias Professionnels de la Communication, l'ACPM a réalisé une étude sur leurs lectures, lectorats et leurs différentes expressions.

Un total de 673 professionnels des médias et de la communication ont été interrogés du 15 octobre au 17 novembre 2021 sur 26 sources d'information media différentes, afin de décrypter leur utilisation et leur influence.

Les résultats obtenus confirment toute la force de cette Presse spécialisée.

■ Les Médias Professionnels essentiels à leurs lecteurs

Les Médias Professionnels de la Communication répondent à l'ensemble des objectifs professionnels de leurs lecteurs :



Au total, **97%** des répondants estiment que les Médias Professionnels sont importants pour eux

■ Des lecteurs impliqués dans leur secteur d'activité

55%

des répondants ont un rôle clé dans l'**achat d'espace publicitaire**

1 répondant sur 2

fréquente les événements de la profession (**conférence, table ronde, remise de prix**)

Les raisons principales de leur participation sont l'intérêt pour les débats et les intervenants (**91%**), pouvoir échanger avec leurs pairs (**88%**) et faire partie de la vie du secteur (**85%**).

Des Médias Professionnels indispensables et multi-devices

Les lecteurs de Presse Professionnelle multiplient les modes d'accès aux différentes sources d'information. Les répondants lisent en moyenne 7 sources d'information via 5 modes d'accès différents. On retrouve en tête les newsletters, les sites internet, les évènements, LinkedIn, ou encore les publications imprimées.

TOP 10 GLOBAL DES LECTURES

Rang	Sources d'informations	Pourcentage de lecteurs
1	Stratégies	75%
2	CB News	70%
3	100% Media	51%
4	L'ADN	48%
5	Influencia	45%
6	La rubrique Médias des Echos	39%
7	La rubrique Médias du Figaro	37%
8	La Réclame	35%
9	Le JDN	33%
10	Les rubriques Médias du Monde	28%

TOP 7 DES SOURCES D'INFORMATION PAR PROFIL

Parmi les sources lues

Les sources d'information préférées

Décisionnaires achats publicitaires

Rang	Sources d'informations	Pourcentage
1	CB News	33%
2	100% Media	32%
3	Stratégies	29%
4	La rubrique Médias du Figaro	18%
5	La rubrique Médias des Echos	15%
6	Mind	12%
7	Influencia	10%

Annonces / marques

Rang	Sources d'informations	Pourcentage
1	Stratégies	45%
2	L'ADN	24%
3	CB News	22%
4	La Réclame	18%
5	100% Media	15%
6	La rubrique Médias du Figaro	14%
7	Influencia	13%

Les sources d'information qui décryptent le mieux les enjeux de la communication

Agences médias

Rang	Sources d'informations	Pourcentage
1	100% Media	53%
2	Stratégies	42%
3	CB News	41%
4	Influencia	19%
5	La rubrique Médias des Echos	17%
6	L'ADN	14%
7	Petit Web	14%

Agences de publicité

Rang	Sources d'informations	Pourcentage
1	Stratégies	57%
2	L'ADN	52%
3	Influencia	49%
4	La Réclame	39%
5	CB News	28%
6	La rubrique Médias des Echos	11%
7	Petit Web	10%

Par exemple : 33% des décisionnaires d'achats publicitaires déclarent parmi toutes leurs sources lues que CB News est leur source d'information préférée

ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la réglementation de la publicité sur Internet : Digital Ad Trust Label, la certification de la mesure des Podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias.

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

ACPM
AUDIENCE

CONTACT ACPM AUDIENCE :

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | audience@acpm.fr
44 rue Cambronne 75015 Paris