

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 18 juin 2026

ONENEXT INFLUENCE 2026



L'ACPM dévoile les résultats de OneNext Influence 2026, l'étude de référence consacrée aux audiences Presse des Top Cadres et Top Revenus.

Une étude représentative des 10,4 millions d'individus qui constituent la population française à fort pouvoir de décision et de consommation, Influence met en lumière le rôle central que joue la presse sachant que 94,7 % d'entre eux lisent au moins une marque de Presse chaque mois et plus d'un tiers se distinguent comme de grands lecteurs.

Des enseignements clés pour les annonceurs, agences et régies, pour mieux comprendre et atteindre ces cibles stratégiques.

ONENEXT INFLUENCE : UNE ENQUÊTE UNIQUE

+ 16 000

personnes interviewées
sur **2 ans**

+ 200

marques étudiées
sur **10 secteurs de consommation**



+ 60

enquêteurs formés
spécifiquement



+ 90

appels pour obtenir
un rendez-vous



Environ

16

minutes d'entretien
pour convaincre



En moyenne

29

minutes
de questionnaire
par répondant

UNE POPULATION TOTALE DE 10,4 MILLIONS D'INDIVIDUS (18 ANS ET +)

La cible est composée de 7,1 millions de Top Revenus (foyers dont les revenus annuels sont de 70K€ nets après impôts et +) et de 5,9 millions de Top Cadres, qui exercent leur activité professionnelle dans tous les secteurs de la société (secteur public, indépendants, dirigeants et cadres d'entreprise). 2,6 millions sont à la fois Top Cadres et Top Revenus.

La population OneNext Influence a augmenté de plus de 278 000 personnes par rapport à l'étude précédente en 2025, pour la plupart des Top Cadres.



TOP REVENUS
7,1 millions



TOP CADRES
5,9 millions

**Top Cadres
& Top Revenus**
2,6 millions



LEUR CONSOMMATION MÉDIA

Base : 10,4 millions d'individus, en lecture par mois

94,7% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse**
(9 883 000 individus)

87,6% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse en version Digitale (sites et applications)**
(9 142 000 individus)

78,3% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse en version Papier**
(8 175 000 individus)

81,4% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse sur mobile**
(8 496 000 individus)

LES GRANDS LECTEURS



+ de 22 titres différents lus chaque année pour les grands lecteurs.

Cette forte propension à la lecture se retrouve aussi dans la part de Grands Lecteurs, nettement plus forte que dans le reste de la population. Pour ces cibles cadres et hauts revenus, la Presse reste le média privilégié.



36%

sont de grands consommateurs

de Presse

(vs 29% sur OneNext)



29%

sont de grands consommateurs

de Radio

(vs 30% sur OneNext)



20%

sont de grands consommateurs

de TV

(vs 33% sur OneNext)



37%

sont de Grands Lecteurs de Presse

+ de 22 titres de Presse



LA PRESSE
PROFESSIONNELLE

Je me retrouve bien
dans ce qui est exprimé

INDICE 119



LA PRESSE
ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE

Les informations
sont **les plus complètes**

INDICE 117

FOCUS SUR LES HOMMES TOP CADRES ET TOP REVENUS



CIBLE

Hommes Top Cadres & Top Revenus
1,6 million d'individus

TOP 1+

(200 000 € et + / an)

INDICE 224

7%



46
ans

INDICE 120



Vivent en couple

86%

INDICE 119

3,3

Personnes
par foyer



Enfants de -15 ans

45%

INDICE 126



IDF

34%

INDICE 104



Agglom. + 100 000 hab
(dont IDF)

64%

INDICE 106



Bac +4
ou plus

70%

INDICE 126



Chef de
famille

72%

INDICE 127



Responsable
des achats

69%

INDICE 87

FOCUS SUR LES HOMMES TOP CADRES ET TOP REVENUS

ENTREPRISE

37%

sont membres de COMEX,
comité d'administration
ou de direction

INDICE 227



21

personnes managées
directement
en moyenne

INDICE 124

33%

ont investi plus de 50 000 €
au cours des 12 derniers mois
pour leur entreprise

INDICE 152

FINANCE



55%

sont prêts à payer
plus cher pour gagner
du temps

INDICE 119

28%

privilégient les placements
plus rentables même si cela
comporte un risque fort

INDICE 144

34%

demandent des conseils
auprès d'un gestionnaire
de patrimoine / portefeuille
pour la gestion de leurs biens

INDICE 116



MOBILITÉ



23%

dépensent 6 000 €/an
ou plus
pour leurs vacances

INDICE 140

31%

sont à l'affût des dernières
nouvelautés dans le secteur
de l'automobile (nouveaux
modèles, technologie)

INDICE 140



INDICE 135

citent la presse magazine,
source d'information

Derrière les sites internet spécialisés,
les sites des constructeurs et l'entourage

VIN

42%



s'intéressent au vin

INDICE 147

Ils possèdent
en moyenne

103

Bouteilles de vin

INDICE 133

45%



achètent régulièrement du vin
pour renouveler leur cave

INDICE 120

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

CIBLE ONENEXT INFLUENCE 18 ANS ET +

RANG	MARQUES	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
1	PQR 66	8 416	5 131	7 373
2	Le Figaro	5 755	2 485	4 921
3	Le Monde	5 319	3 091	3 965
4	PHR	5 172	2 151	4 254
5	Le Parisien / Aujourd'hui en France	5 002	2 443	3 854
6	Ouest-France	4 565	1 321	4 067
7	L'Equipe	3 706	2 271	2 512
8	Le Journal des Femmes	3 048	-	3 048
9	Femme Actuelle	3 011	1 084	2 338
10	Libération	2 959	1 471	2 098
11	L'Internaute	2 928	-	2 928
12	La Dépêche du Midi	2 744	409	2 562
13	Les Echos	2 682	1 464	1 787
14	Le Point	2 451	1 246	1 615
15	Sud Ouest	2 360	561	2 102
16	Midi Libre	2 302	338	2 141
17	Capital	2 282	483	1 990
18	Elle	2 275	1 055	1 576
19	Paris Match	2 205	1 290	1 198
20	Gala	2 194	713	1 734
21	L'Indépendant	1 846	108	1 793
22	La Voix du Nord	1 733	503	1 458
23	Le Dauphiné	1 697	549	1 375
24	L'Express	1 686	922	980
25	L'Obs	1 589	802	986
26	Courrier International	1 583	1 104	719
27	Madame Figaro	1 520	558	1 117
28	Geo	1 518	687	980
29	Marie Claire	1 516	497	1 133
30	Auto Plus	1 458	921	727

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

CIBLE ONENEXT INFLUENCE 18 ANS ET +

RANG	MARQUES	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
31	La Chaîne Météo	1 429	-	1 429
32	Le Progrès	1 372	443	1 082
33	Le Journal du Dimanche	1 355	882	630
34	TV Magazine	1 353	545	912
35	Marianne	1 337	645	856
36	Science & Vie	1 229	762	587
37	La Provence	1 226	437	952
38	Le Télégramme	1 191	303	991
39	Nice Matin	1 160	383	880
40	Ça m'intéresse	1 072	476	684
41	Diverto	1 056	829	268
42	La Croix	1 050	648	548
43	National Geographic	1 047	683	437
44	Challenges	1 028	576	580
45	Le Journal du Net	968	-	968
46	La Montagne	959	229	817
47	La Nouvelle République	833	266	659
48	L'Est Républicain	804	258	637
49	Vogue	766	372	436
50	Sciences et Avenir	709	455	311
51	La Tribune Dimanche	697	197	533
52	CommentCaMarche	692	-	692
53	L'Union / l'Ardennais	664	144	565
54	Valeurs Actuelles	661	396	343
55	Le Particulier	637	362	324
56	L'Auto-Journal	600	428	217
57	Charente Libre	581	69	533
58	Psychologies	571	332	276
59	Grazia.fr	567		567
60	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	532	232	382

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

CIBLE ONENEXT INFLUENCE 18 ANS ET +

RANG	MARQUES	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
61	Vanity Fair	476	141	356
62	Paris Normandie	452	159	331
63	Le Courrier Picard	422	163	293
64	Le Républicain Lorrain	421	160	308
65	La République du Centre	391	89	325
66	AD, Architectural Digest	379	151	248
67	Investir, Le journal des finances	372	372	-
68	Connaissance des Arts *	371	246	138
69	Beaux Arts Magazine	371	253	125
70	L'Alsace	350	141	245
71	La république des pyrénées	339	61	297
72	Le Bien Public	334	73	288
73	Le Journal de Saône et Loire	324	108	236
74	Côté Maison	295	203	97
75	Le Revenu	275	197	81
76	Vosges Matin	229	43	200
77	Corse Matin	229	68	174
78	Mieux Vivre Votre Argent	218	218	-
79	Le Journal du Centre	213	52	167
80	Philosophie	183	183	-
81	L'Yonne Républicaine	179	53	134
82	L'Est Eclair	174	55	129
83	Art & Décoration	161	161	-
84	Envols	140	140	-
85	Sport Auto	135	135	-
86	Golf Magazine	114	114	-
87	Le Courrier de l'Ouest	104	104	-
88	Harvard Business Review	98	98	-
89	Ideat *	57	57	-
90	Courrier Cadres	53	53	-

*Marque entrante à OneNext Influence 2026

DÉFINITIONS & MÉTHODOLOGIES

- **Indicateur Brand 30 jours** : Nombre de lecteurs ayant lu au moins un support de la marque (Print 30J ou Digital 30J) au cours des 30 derniers jours. Les audiences Brand sont composées des audiences Print OneNext Influence 2026 (terrain janvier 2024 à décembre 2025) et des audiences digitales de Internet Global – Médiamétrie (données mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2024 & mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2025).
- **Indicateur Print 30 jours** : Lecteurs 30 derniers jours Papier et/ou Versions Numériques - terrain janvier 2024 à décembre 2025.
- **Indicateur Digital 30 jours** : Nombre de visiteurs sur les sites et applications de la marque via un support digital (ordinateur, mobile et tablette) au cours des 30 derniers jours - Internet Global – Médiamétrie (données mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2024 et mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2025).



KANTAR

Médiamétrie
High trust data

OneNext Influence 2026 est une étude :

- Robuste, grâce au cumul de deux ans de terrain (2024 & 2025)
- Personnalisée, grâce aux cibles comportementales (Acheteurs sur internet, Typologie RSE...)
- Complète, grâce à la présence de près d'une centaine de marques médias et de plus de 200 marques de consommation

Un outil puissant au service des :

- Annonceurs afin de mieux connaître leurs clients et prospects
- Agences afin de réaliser leurs plans médias de manière plus fine et efficace
- Régies afin de commercialiser leurs espaces de façon plus précise et argumentée

L'étude OneNext Influence est réalisée avec nos partenaires Kantar et Médiamétrie. Sa méthodologie, sa réalisation et ses résultats d'audience sont audités par le CESP.



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 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.

CONTACT ACPM AUDIENCE

acpm.fr | 01 43 12 85 30 | audience@acpm.fr
89 rue de Monceau - 75008 Paris