

ONENEXT GLOBAL : MESURE DE RÉFÉRENCE DE L'AUDIENCE DES MARQUES DE PRESSE EN FRANCE

OneNext

AUDIENCE PRINT DES TITRES DE PRESSE



28 000
INTERVIEWS
PAR AN

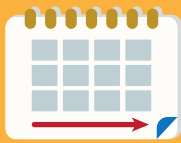


INDICATEURS
DE RÉFÉRENCE

Lecture dernière période, lecture 30 jours, lecture numéro moyen, lecture 12 derniers mois, pour le print dont versions numériques.



2
PUBLICATIONS
PAR AN



TERRAIN GLISSANT
12 MOIS
CUMULÉS



HABITUDES ET
COMPORTEMENTS
DE LECTURE,
PROFIL
DU LECTORAT

OneNext
INFLUENCE

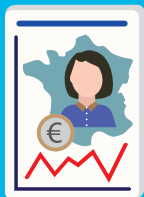
AUDIENCE DES TOP CADRES ET TOP REVENUS

ÉTUDE D'AUDIENCE SPÉCIFIQUE
DES PERSONNES À FORTS POUVOIRS
DE DÉCISION ET FOYERS AUX
PLUS HAUTS REVENUS DE FRANCE



17 000
INTERVIEWS

INDICATEURS DE RÉFÉRENCE
DES LECTURES
EN PRINT
ET DIGITAL



DE 65 000€ À 160 000€
ET PLUS DE REVENUS
ANNUELS NETS APRÈS
IMPÔTS



1 PUBLICATION
PAR AN,
CUMUL DE 2 ANS
DE TERRAIN

QUESTIONNAIRE MÉDIAMARCHÉ
HABITUDES DE
CONSOMMATION
10 SECTEURS
+ 200 MARQUES



OneNext
GLOBAL

AUDIENCE DIGITALE DES MARQUES DE PRESSE

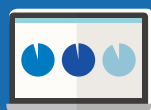
FUSION DE L'ÉTUDE ONENEXT
AVEC 6 MOIS DE L'ÉTUDE INTERNET
GLOBAL DE MÉDIAMÉTRIE



+

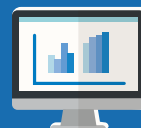


6
MOIS



USAGES :
MOBILE,
TABLETTE
ET ORDINATEUR

AUDIENCE
MARQUES DE
PRESSE SITES
ET APPLIS



1 PUBLICATION
PAR AN

INDICATEUR MARQUES
DE PRESSE
30 JOURS



OneNext
INSIGHT

CONSOMMATION, ATTITUDES ET COMPORTEMENTS

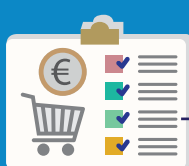
FUSION DE L'ÉTUDE ONENEXT AVEC 25%
DU QUESTIONNAIRE DE L'ÉTUDE
CONSOMMATION TGI DE KANTAR MÉDIA



+



25%



QUESTIONNAIRE DE
CONSOMMATION ET ATTITUDINALE
SUR L'ENSEMBLE DE LA POPULATION
FRANÇAISE

1 PUBLICATION
PAR AN



UNE ÉTUDE

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

M
Mediametrie

KANTAR

AUDITÉE EN CONTINU PAR

C
CESP
Inside