14/10/2022

ACPM
AUDIENCE

ACPM

ACPM

AUDIENCE

OneNext : Nouvelle mesure de l'audience des marques de Presse intégrant tous les modes et les moments de lecture sur tous les devices

OneNext Tempo : Mediaplanning print intégrant la notion de lecture dans le temps

OneNext Global : Audience Print + digitale, fusion entre les données OneNext et l'étude Internet Global de Mediamétrie

OneNext Influence : Audiences sur les foyers à haut revenus, cadres et dirigeants

OneNext Insight : Attitudes, comportements et consommations des lecteurs Presse (fusion des lecteurs OneNext avec les répondants à l'étude TGI de Kantar)

OneNext Access : Accès aux profils de lectorat des titres de Presse

DIFFUSION ET FREQUENTATION

Certification et contrôle de + de 800 titres de Presse par an

Certification et contrôle des diffusions de 1 500 radios digitales et près de 260 Podcasts chaque mois

Certification de plus de 100 campagnes DOOH chaque mois

Certification de 600 sites fixes, mobiles, AMP et 200 applications mobiles et tablettes chaque mois

ACPM

ONENEXT

UN MODELE UNIQUE POUR REUSSIR UNE ASSOCIATION TRIPARTITE

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

Pilotée par le marché
(Comité Audience et Conseil d'Administration)

KANTAR

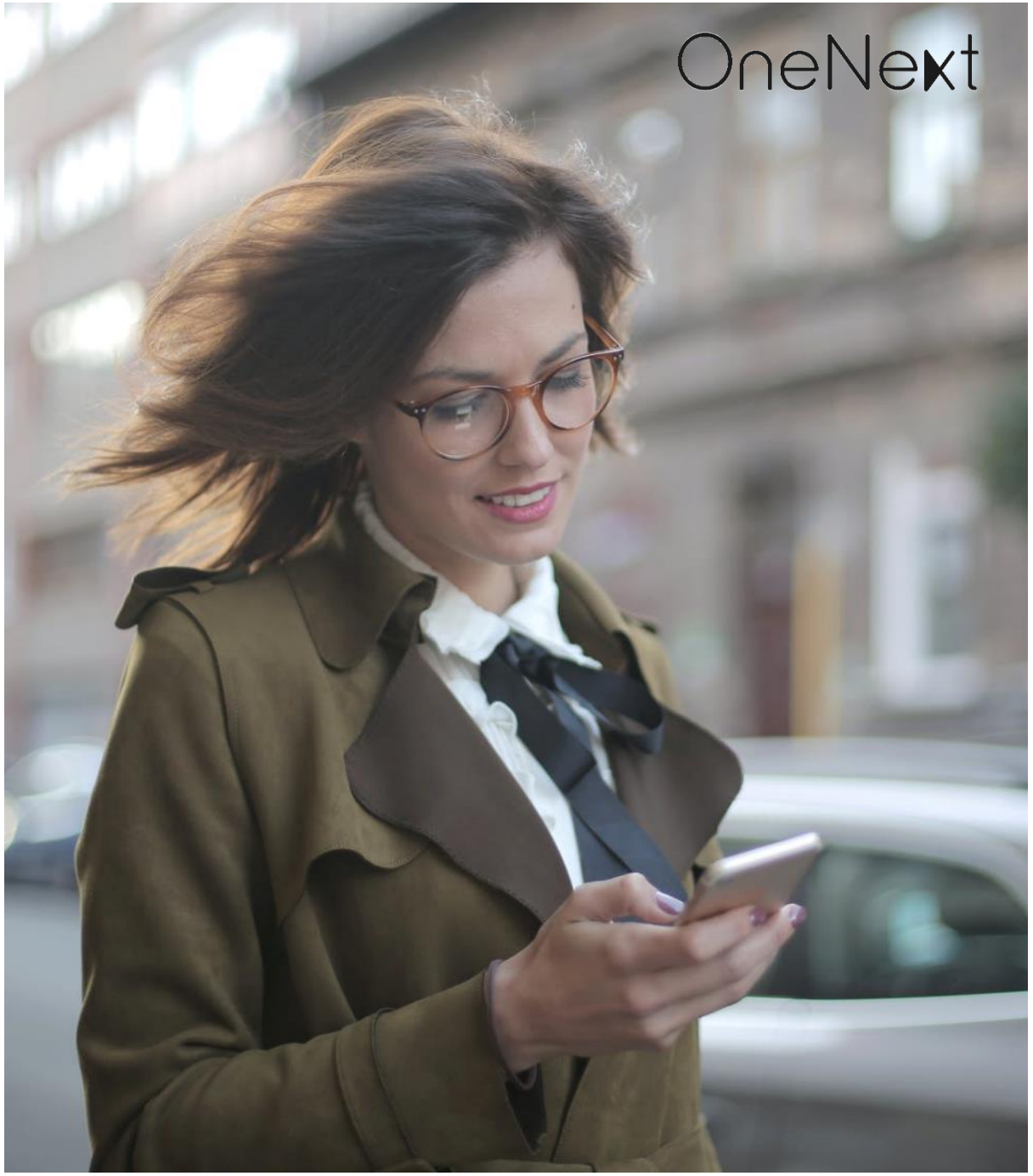
Mediametrie

1 006 EDITEURS

12 ANNONCEURS

cesp inside

22 AGENCES



OneNext

OneNext

POUR LA PREMIÈRE FOIS EN FRANCE ET DANS LE MONDE

ACPM

1. Une étude totalement digitalisée
2. Une étude qui mesure tous les moments de lecture
3. Une étude qui identifie tous les nouveaux modes de lecture
4. Une étude qui couvre tous les points de contacts
5. Une étude accessible à tous

ACPM

OneNext

1. Les Données

2. Un mediaplanning temporalisé

3. De nouveaux indicateurs de valorisation

OneNext

4. Une fusion Print et Digital

5. Une intégration totale de OneNext Influence

6. Des données media marché uniques

7. Des données accessibles à tous

OneNext

1. LES DONNEES

28 000 interviews réalisées sur une cible représentative des 15 ans et +

2 publications par an pour le Print et Digital

Cumul 12 mois pour la représentativité / le respect des saisonnalités

Ajustement des données Presse + Digital à chaque publication

Actualisation, 2 fois par an, du périmètre des marques de Presse

OneNext Tempo

2. UN MEDIAPLANNING TEMPORALISE

Une application pour téléphone mobile « ma presse à moi »

- 2 500 panélistes « Tempo » déclarent l'ensemble de leurs lectures de presse en continu sur une période prédéterminée via cette application en scannant les codes barres présents sur les titres.
- Une méthodologie rendue possible grâce à la mise en place de codes barres sur l'ensemble des titres de presse français gratuits et payants.
- Cette innovation nous permet de calculer le taux de reprises en main des titres de Presse afin de produire, en complément du nombre de lecteurs d'un titre (notion de couverture), le nombre de lectures de ce titre (notion de contacts).
- La nouvelle méthode offre aussi la possibilité de répartir ces lectures dans le temps et de cette façon de réaliser un médiaplanning temporalisé comme le font les autres grands médias.

ma presse à moi

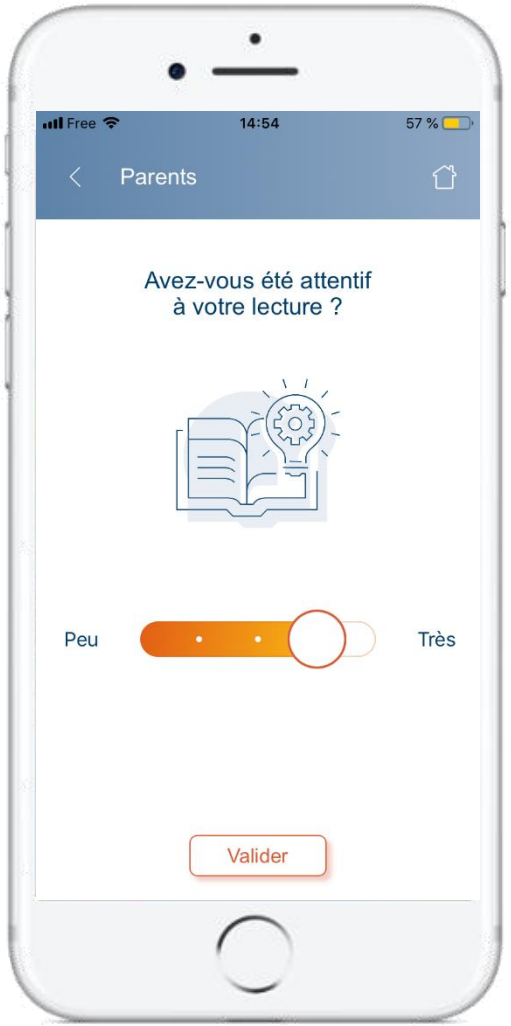
OneNext Tempo

2. UN MEDIAPLANNING TEMPORALISE

Publication du panel « Tempo »
Publication d'une bande presse offrant la possibilité de réaliser un mediaplanning bimedia (Print + Digital) en granularité jour

Temporalisation des performances des plans media
Répartition dans le temps des contacts
Prise en compte de toutes les lectures dans les distributions de contacts (dont les reprises en main)

Capacité à créer des plans en conformité avec les objectifs assignés à la campagne :
Boost + entretien
Montée en puissance progressive
Equilibrage des contacts sur la période d'action,…
Données sur la Campagne hors de la période



OneNext Tempo

2. UN MEDIAPLANNING TEMPORALISE

Des indicateurs exclusifs de qualification

De la lecture :
Durées, lieux, heures…

De la relation aux titres :
Attention, crédibilité…

De la relation à la publicité :
Suscite l'échange, la recherche d'informations…

ma presse à moi
by Kantar TNS

OneNext Tempo

3. DE NOUVEAUX INDICATEURS DE VALORISATION

OneNext démontre et mesure la force de la relation entre un lecteur et son titre, grâce à sa mesure Tempo, qui est basée sur près de 64 000 lectures observées.

Les valeurs d'engagement de la Presse

Confiance	Attention	Désirabilité	Engagement	Transformation
92%	92%	96%	69%	30%

Cumul deux ans Tempo : 2020-2021

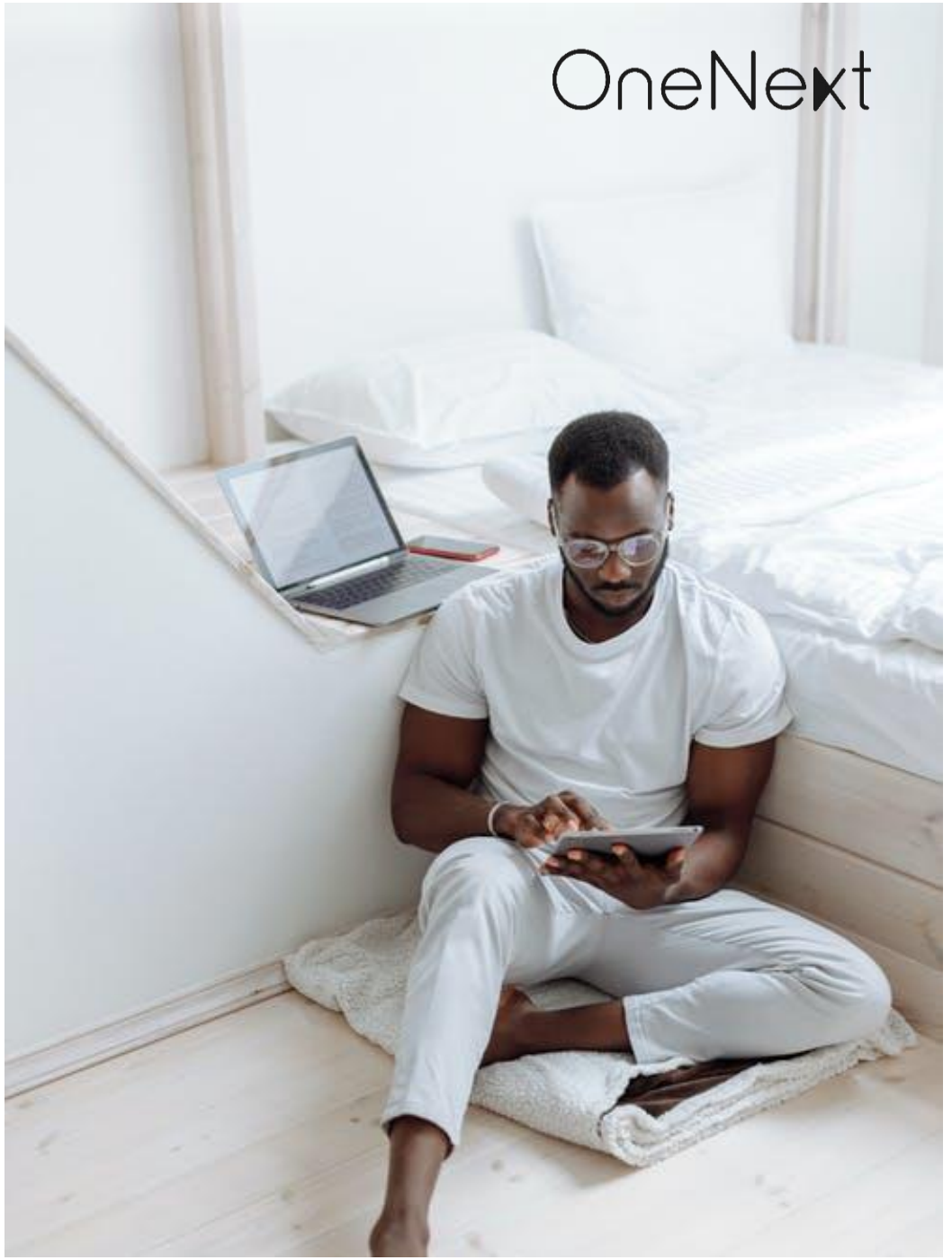
OneNext Global

4. UNE FUSION PRINT ET DIGITALE

Mediametrie

Etude de l'ensemble des 3 écrans (ordinateur, mobile, tablette) pour les sites & les apps

Fusion des résultats entre OneNext (24 000 répondants) et Internet Global de Médiamétrie (66 000 répondants sur une période de 3 mois) permettant des résultats identiques sur près d'une centaine de cibles



OneNext Global

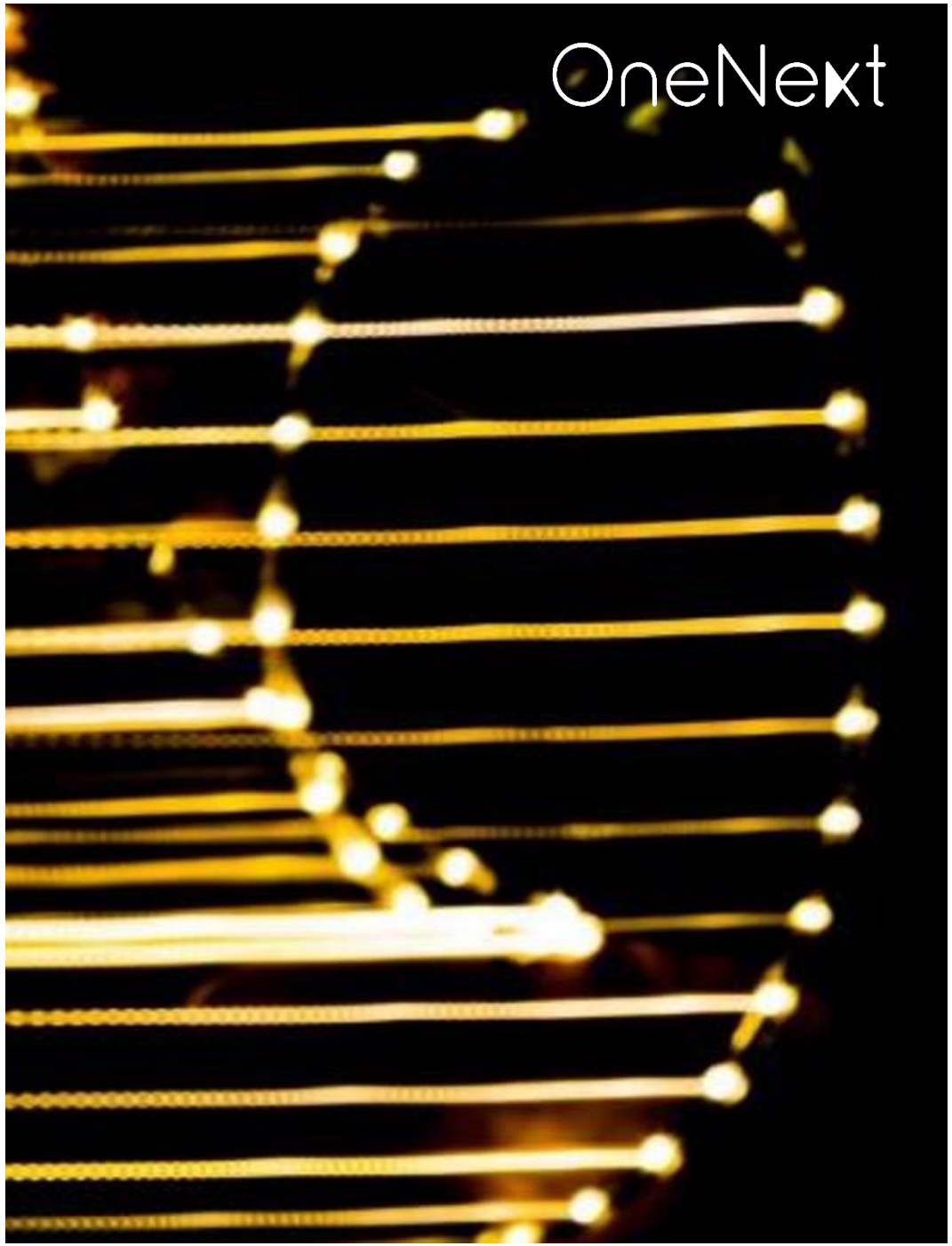
4. UNE FUSION PRINT ET DIGITALE

Depuis 2022, la fusion des données OneNext avec les données Internet Global de Médiamétrie se fait sur une base de 3 mois de données internet, là ou auparavant la fusion s'opérait sur un 1 seul mois.

Une moyenne de ces 3 mois est réalisée afin de recréer le mois moyen d'un utilisateur sur la période étudiée.

Cette nouvelle méthodologie de fusion des données permet de lisser les résultats et évite des effets de saisonnalité trop importants, qui pouvaient avantager ou pénaliser des marques de Presse sur leurs résultats d'1 seul mois.

En utilisant 3 mois de données internet, OneNext Global permet donc de rendre compte plus fidèlement des résultats d'une marque de Presse.



OneNext Influence

5. INTEGRATION TOTALE DE L'ETUDE ONENEXT INFLUENCE

Audience des foyers à hauts revenus, cadres et dirigeants

Une étude unique en France, avec près de 10 000 interviewés, 18 ans et + répartis sur 13 cibles (top revenus et top cadres)

Des personnes appartenant aux 10% des foyers aux plus hauts revenus (de 65 K€ à 160 K€ et + de revenus net)

Un média marché dédié comprenant + de 600 marques/ secteurs haut de gamme

Toutes les nouvelles tendances émergentes, les opinions, les attitudes, styles de vie et comportements restitués

Un usage plurimedia mesuré

OneNext Insight

KANTAR

6. DES DONNEES MEDIA MARCHE UNIQUES

Une extraction issue de l'étude TGI de Kantar Media pour la cohérence des données marché

Etude TGI : données off et online de consommation et d'achat, attitudes, motivations, styles de vie et expositions aux médias digitaux et classiques.

Elles permettent aux annonceurs, aux agences et aux médias d'identifier, de cibler et de toucher leurs audiences et consommateurs clés.

Un discours marché unifié des résultats d'audience de la Presse entre les études OneNext et TGI de Kantar Media

Une fusion avec conservation des niveaux :

- D'audience, y compris sur les cibles
- De consommations, des attitudes et des comportements

OneNext Access

7. DES DONNEES DISPONIBLES POUR TOUS

Des données calibrées au besoin de chacun

OneNext Access donne un accès au profil socio démographique de chaque titre de Presse sur une lecture 12 derniers mois

LES BENEFICES

BÉNÉFICES – AGENCES MEDIA

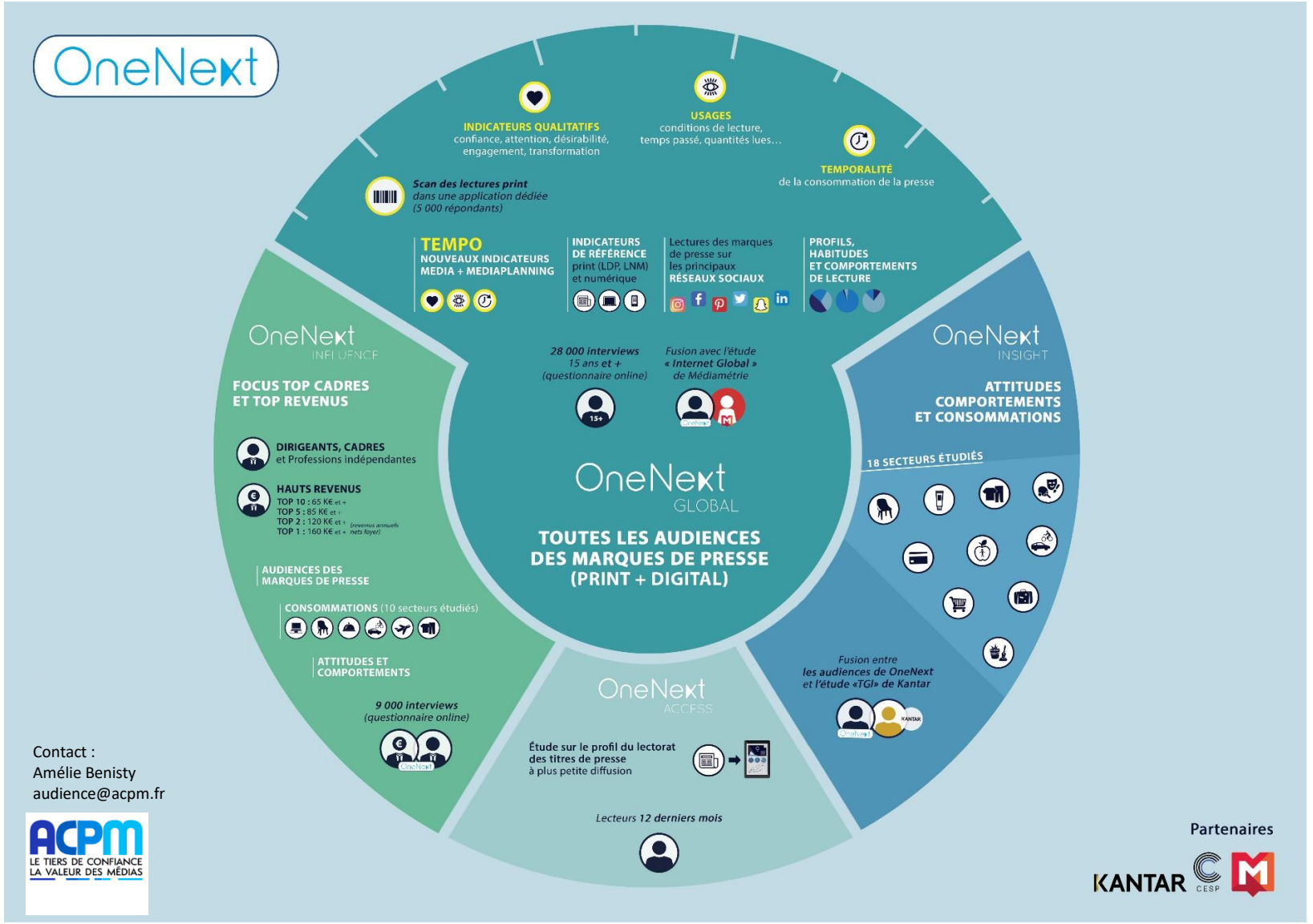
- Fraîcheur des données avec une publication Print et Digitale 2 fois par an
- Un accès à une plus grande variété des titres de Presse
- De nouveaux indicateurs qualitatifs pour offrir une perception renouvelée de la presse auprès de vos clients
- La lecture des affinités entre les cibles OneNext Influence et leurs comportements et consommations
- Un nouveau mediaplanning autorisant la répartition de tous les contacts Presse dans le temps
- Un nouveau mediaplanning bimedia pour évaluer les performances de vos dispositifs print + digital avec une granularité homogène
- Un résultat unique pour les données media-marché avec l'étude TGI de Kantar

Prochainement disponibles : publication des principaux réseaux sociaux dans la mesure (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Pinterest et Tik Tok) et l'intégration des podcasts.

BÉNÉFICES - ÉDITEURS ET RÉGIES

- Fraîcheur des données avec une publication Print 2 fois par an
- Une communication puissante de l'ensemble de la Presse au marché (avec l'arrivée des indicateurs qualitatifs de valorisation)
- Une connaissance approfondie des modes de consommation des titres par cible (nationale et des cibles top cadres et top revenus)
- Un mediaplanning révolutionné autorisant la répartition de tous les contacts Presse dans le temps afin de booster les brands aux moments les plus opportuns
- Un nouveau mediaplanning bimedia print + digital avec une granularité homogène
- Un accès à la donnée media marché de référence via l'étude TGI de Kantar
- Intégration des pure players
- Recueil des informations déclaratives sur les réseaux sociaux et les versions numériques dans la mesure (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Pinterest et Tik Tok) et l'intégration des podcasts.
- Accessible à tous les éditeurs

OneNext - Méthodologie



Contact :
Amélie Benisty
audience@acpm.fr

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

Partenaires

KANTAR CESP

PUBLICATIONS
2021 - 2022

PUBLICATIONS 2021 et 2022

2021

ONENEXT 2021 v1	jeudi 21 janvier 2021
ONENEXT 2021 v2	mercredi 14 avril 2021
ONENEXT INSIGHT	jeudi 27 mai 2021
ONENEXT 2021 v3	jeudi 24 juin 2021
ONENEXT INFLUENCE	jeudi 23 septembre 2021
ONENEXT 2021 v4	jeudi 14 octobre 2021

2022

ONENEXT 2022 S1	jeudi 14 avril 2022
ONENEXT INSIGHT	jeudi 19 mai 2022
ONENEXT INFLUENCE	jeudi 22 septembre 2022
ONENEXT 2022 S2	jeudi 20 octobre 2022

DETAIL DES PUBLICATIONS 2022

ONENEXT 2022 S1 :

Print : Janvier à Décembre 2021

Internet : Septembre-Octobre-Novembre 2021

Jeudi 14 Avril 2022

(Livraison sous embargo le jeudi 17 mars 2022)

ONENEXT INSIGHT :

Print : Janvier au 31 Décembre 2021

Internet : Septembre-Octobre-Novembre 2021

TGI : Février-Mai et Septembre-décembre 2021

Jeudi 19 Mai 2022

ONENEXT INFLUENCE 2022 :

Print : Janvier 2020 à Décembre 2021

Internet : Janvier 2020 et Septembre-Octobre-Novembre 2021

Jeudi 22 septembre 2022

(Livraison sous embargo le mardi 19 juillet 2022)

ONENEXT 2022 S2 :

Print : Juillet 2021 à Juin 2022

Internet : Mars-Avril-Mai 2022

Jeudi 20 Octobre 2022

(Livraison sous embargo le jeudi 22 septembre 2022)

Amélie Benisty

Directrice ACPM Audience

ACPM

89 rue Monceau

75008 Paris

audience@acpm.fr

01 43 12 85 30