

CONTRÔLE, CERTIFIE ET DONNE DE LA VALEUR :

L'ACPM, la data média de référence

L'ACPM est l'association professionnelle en charge du contrôle et de la certification de la diffusion réelle des médias ainsi que de l'organisation de l'étude d'audience des marques de Presse en France.

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

ÉDITO

Dans un univers média marqué par la fragmentation des usages, l'accélération technologique, l'essor de l'intelligence artificielle et la multiplication des données, une exigence s'impose à l'ensemble des acteurs du marché : disposer de repères fiables, lisibles et partagés. Plus que jamais, la valeur de la data ne réside pas seulement dans son volume, mais dans sa capacité à éclairer les décisions, à sécuriser les investissements médias et à instaurer un langage commun entre éditeurs, annonceurs et agences.

C'est dans ce contexte que s'inscrit l'action de l'ACPM : concevoir, produire et certifier une data média à la fois robuste, intelligente et indépendante, reposant sur une expertise technologique avancée et des protocoles conformes aux plus hauts standards du marché. Une data construite à partir d'un patrimoine unique, enrichie par des expertises pointues en traitement, en modélisation et en analyse, et inscrite dans un cadre de certification reconnu, transparent et incontestable.

Cette rigueur technologique, méthodologique et scientifique nous permet de proposer une lecture toujours plus fine, objective et transverse des performances médias. Elle s'inscrit dans une dynamique continue d'innovation, visant à intégrer de nouvelles sources, à croiser davantage de données et à faire évoluer nos référentiels au rythme des transformations du marché.

Car les médias n'ont sans doute jamais été aussi puissants. Jamais ils n'ont disposé d'autant de canaux de diffusion, de capacités de ciblage, de formats d'expression et de points de contact avec leurs audiences. La presse, cœur historique et légitime de notre action, s'exprime aujourd'hui sur le papier comme sur le digital, à travers l'audio, la vidéo, les newsletters ou les réseaux sociaux. Cette diversification constitue une formidable opportunité, mais elle appelle aussi une approche globale de la mesure, capable de restituer la réalité des usages et la puissance réelle des marques médias.

L'essor de l'intelligence artificielle renforce encore cette exigence. Si elle ouvre de nouvelles perspectives en matière de production, de diffusion et d'analyse, elle rend plus essentielle encore l'identification des acteurs de confiance, la qualité des contenus et la fiabilité des données. Dans un environnement où l'abondance peut nourrir la confusion, la transparence devient un actif stratégique.

Face à ces mutations, notre responsabilité est de faire évoluer en permanence nos outils, nos certifications et nos référentiels pour qu'ils demeurent des repères structurants pour le marché.

Acteur historique en constante évolution, l'ACPM affirme ainsi son rôle de tiers de confiance et sa volonté de construire, avec l'ensemble de son écosystème, les standards de la mesure de demain.

Jean-Paul Dietsch,
Directeur général



SOMMAIRE

Un acteur en mouvement, au cœur de nouveaux enjeux	P.3
L'ACPM au service de tout l'écosystème média	P.5
Les publications de l'ACPM, outils d'analyse du marché	P.6
Vers une nouvelle mesure de référence	P.7
Contact presse	P.8



Un acteur en mouvement, AU CŒUR DES NOUVEAUX ENJEUX MÉDIAS

Tiers de confiance des médias, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM) accompagne l'ensemble des acteurs du marché - éditeurs, annonceurs, régies et agences médias - dans la compréhension, la lecture et l'analyse des performances des marques médias.

Garantir la transparence et la fiabilité de la mesure

Au cœur de la mission de l'ACPM, une exigence fondamentale : **partager des chiffres certifiés et incontestables**. En tant que tiers indépendant, elle opère la mesure d'audience et le contrôle du dénombrement des médias avec un haut niveau de rigueur méthodologique, toujours dans un souci de transparence.

Parce qu'elle atteste de l'exactitude des données publiées, la certification ACPM constitue ainsi un **gage de fiabilité pour l'ensemble du marché**.

Développer une lecture pertinente des audiences et des usages

Au-delà du contrôle de la data, **l'ACPM conçoit et publie des études de référence** en phase avec les usages. Ces enquêtes permettent d'appréhender la puissance des marques

médias mais aussi la diversité de leurs audiences et l'évolution des pratiques de consommation, sur l'ensemble des points de contact.

Ces données constituent **un socle commun incontournable pour le marché**. Elles alimentent les outils de médiaplanning et de marketing, et servent de référence pour les pôles conseil, la planification des campagnes et l'optimisation des investissements publicitaires.

Anticiper les évolutions et accompagner les mutations du marché

L'ACPM inscrit son action dans **une dynamique d'innovation permanente**. Issue de la fusion entre OJD et AudiPresse, elle a en 10 ans élargi son périmètre pour **couvrir un univers média de plus en plus diversifié** : presse, sites et applications, radios, DOOH et podcasts.

Dans un environnement en constante mutation, elle fait régulièrement évoluer ses dispositifs et ses publications pour offrir une lecture fiable et transparente du paysage média. Elle engage actuellement une nouvelle phase de son développement avec la création d'**une nouvelle mesure cross-media**.



En plus de ses missions de mesure et de certification, l'ACPM fédère les acteurs du marché autour de plusieurs rendez-vous annuels d'échanges et de prospective :



Innov'Audio Paris s'impose, depuis 2017, comme le grand rendez-vous de l'audio en France. Il rassemble les acteurs de l'écosystème : radios, producteurs de podcasts, éditeurs, plateformes, régies publicitaires, agences et annonceurs. Chaque année, les grandes personnalités françaises et internationales du secteur y partagent leurs analyses, leurs retours d'expérience et leurs perspectives sur les transformations du marché, qu'il s'agisse d'innovations technologiques, d'usages ou de création de valeur pour l'ensemble de l'industrie. Coorganisé depuis 2022 par l'ACPM et Médiamétrie, **l'événement s'inscrit au cœur des enjeux de mesure, de data et de structuration du marché, contribuant activement à éclairer les stratégies et à accompagner le développement de l'audio.**



ACPM Insights est le rendez-vous dédié à l'analyse des grandes évolutions du marché des médias et des performances des éditeurs. À travers ce format de webconférence, l'ACPM propose un décryptage exclusif des tendances qui façonnent l'industrie, en s'appuyant sur ses données de référence et sur une lecture approfondie des usages et des audiences. **Chaque édition met en lumière les chiffres clés, les dynamiques observées sur la presse, les sites et les applications médias, ainsi que les principaux enseignements à retenir pour anticiper les transformations du marché.** Pensé comme un temps de partage et de mise en perspective, ACPM Insights accompagne les professionnels du secteur dans leur compréhension des enjeux d'audience, de mesure et de valorisation des médias.



La cérémonie des Étoiles ACPM récompense les médias ayant enregistré les plus fortes progressions, mettant en lumière les succès et les tendances structurantes du secteur.

D'autres rendez-vous, incluant des conférences de presse, sont également organisés tout au long de l'année en fonction de l'actualité et des temps forts de l'ACPM.

L'ACPM en chiffres

80
publications
par an

+700
milliards
de données
traitées et analysées
chaque année

950
marques
médias contrôlées



1 700
adhérents,
acteurs du marché

16
experts
mobilisés
sur la certification
et les études

L'ACPM au service DE TOUT L'ÉCOSYSTÈME MÉDIA

- **Les éditeurs** bénéficient de chiffres certifiés et comparables, reconnus par l'ensemble du marché, pour valoriser la puissance réelle de leurs marques médias.
- **Les régies** s'appuient sur des données fiables pour structurer leurs offres et renforcer la lisibilité des performances publicitaires auprès des agences et des annonceurs.
- **Les agences médias** disposent de données pour comparer les supports, analyser les performances des campagnes, recommander les dispositifs les plus pertinents et piloter efficacement les stratégies de communication de leurs clients.
- **Les annonceurs** disposent de repères clairs et certifiés pour éclairer leurs décisions et sécuriser leurs investissements médias.
- **Les institutions et les organismes spécialisés** s'appuient sur les données et les études de l'ACPM pour analyser les évolutions du marché, nourrir leurs travaux et disposer de référentiels communs.

Ces acteurs sont tous représentés au sein des instances de l'ACPM, dont la gouvernance repose sur une organisation paritaire.

Un cadre méthodologique EXIGEANT, DE LA COLLECTE À LA PUBLICATION DES DONNÉES

La collecte des données

- Déclarations encadrées et justifiées par les éditeurs.
- Données issues de dispositifs de mesure labellisés par l'ACPM respectant les standards internationaux et en matière du traitement de la donnée personnelle.
- Enquête auprès d'un échantillon représentatif de la population.



Les contrôles et audits

- Contrôles réalisés par les experts ACPM et experts comptables indépendants.
- Contrôles automatisés via des outils propriétaires.
- Audits réguliers assurant la conformité aux référentiels (CESP).



L'analyse et la mise en perspective

- Traitement et structuration des données.
- Analyses permettant de lire les performances et les tendances.
- Comparaisons possibles dans le temps et entre acteurs.



La publication des données

- Chiffres publiés tout au long de l'année suivant l'agenda des publications.
- Accès aux données sous embargo pour les adhérents.
- Données exploitables par l'ensemble du marché via les outils de base de données et les centres serveurs.



Les publications de l'ACPM

OUTILS D'ANALYSE DU MARCHÉ

Les publications de l'ACPM font office de standards. Elles partagent des données certifiées et analysées pour offrir **une lecture objective des performances des médias, dans le temps comme dans la diversité des usages**. L'ensemble de ces chiffres est publié auprès des adhérents et accessible sur le site de l'ACPM.

1. OJD : les publications de diffusion presse certifient les volumes réellement diffusés par les titres de presse.

- Déclaration sur l'Honneur (DSH – OJD) de toutes les familles de presse - *Semestriel*.
- Déclarations Déposées Mensuelles (DDM) de la Presse Quotidienne Nationale (PQN) et Presse Quotidienne Régionale (PQR) - *Mensuel*.
- Déclarations Déposées Trimestrielles (DDT) des magazines et hebdomadaires - *Trimestriel*.
- Mise en distribution de la presse gratuite d'information - *Annuel*.
- Diffusion des magazines de marques, annuaires et guides - *Annuel*.
- Bilans et études de l'Observatoire ACPM - *Annuel*.

2. OneNext : les études d'audience ACPM mesurent le nombre de lecteurs et leurs habitudes de lecture des titres, et des marques de presse sur l'ensemble des supports.

- OneNext : mesure l'audience des titres de Presse en papier et versions numériques - *2 publications par an*
- OneNext Global : mesure l'audience print et digitale des marques de presse, tous supports confondus - *1 publication par an*.
- OneNext Influence : mesure de l'audience et des habitudes de lecture de la Presse print (papier+VN) et digitale auprès des cadres dirigeants et foyers à hauts revenus - *1 publication par an*
- OneNext Insight : fusion de l'étude OneNext (audience des titres de Presse) et de l'étude TGI de Kantar Media (attitudes, comportements et consommations) - *1 publication par an*.

3. Les publications de fréquentation digitale et audio mesurent la fréquentation des médias numériques et audio.

- Fréquentation numérique (sites et applications) - *Mensuel et annuel*.
- Écoutes et diffusion des contenus audio digitaux (radios digitales et podcasts) - *Mensuel, trimestriel et annuel*.
- L'affichage digital (Digital Out Of Home-DOOH) - *Trimestriel, semestriel et annuel*.

4. Le Social Index mesure la puissance et le niveau d'engagement des marques médias sur les réseaux sociaux - *Mensuel*.

En complément de ces publications et sur demande, l'ACPM produit des études associées à de grands temps forts médiatiques - sportifs, politiques ou culturels - afin d'analyser les performances des marques médias dans des contextes spécifiques.



Pourquoi les publications ACPM font référence ?

- Des données certifiées par un tiers indépendant
- Des chiffres comparables et partagés par l'ensemble du marché
- Un socle commun pour la fixation des tarifs publicitaires
- Un outil clé pour sécuriser les décisions et les investissements médias

Vers une nouvelle mesure DE RÉFÉRENCE

La multiplication des supports et des écrans, la convergence des usages print, digitaux, audio et vidéo, la consommation à la demande, la mobilité, la fragmentation et la personnalisation des parcours médias... Sont autant d'évolutions qui invitent l'ACPM à mobiliser ses expertises et ses technologies pour **mieux capter et restituer la réalité des usages** à travers une nouvelle mesure cross-media attendue à horizon 2027-2028.

« Avec cette nouvelle mesure, nous avons pour objectif de faire évoluer la lecture des performances médias tout en restant fidèles à l'ADN de l'ACPM : neutralité, rigueur et certification. Notre ambition est de proposer au marché un nouveau standard de référence, capable de refléter la réalité des usages et d'accompagner les décisions dans un environnement média de plus en plus complexe. »

Jean-Paul Dietsch, Directeur général

Des standards internationaux POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Cette ouverture s'inscrit pleinement dans une dimension internationale, renforcée par **la présence de l'ACPM au sein du board de l'I-JIC**, organisation mondiale réunissant les comités interprofessionnels de référence en matière de mesure d'audience et d'audit des médias. Cette participation permet de capter les innovations à l'échelle mondiale, de partager les meilleures pratiques et de contribuer à la construction des futurs standards de mesure.

Le secteur se trouve aujourd'hui à un moment charnière, marqué par la multiplication des usages, la convergence des médias et l'essor de l'Intelligence artificielle, qui imposent de repenser les référentiels existants. L'enjeu est désormais de **mieux mesurer, mieux comparer et mieux valoriser la puissance réelle des médias** dans toute leur diversité.

Dans cette même logique d'exigence et de transparence, les méthodologies et dispositifs de mesure de l'ACPM font l'objet d'**audits réguliers menés par le CESP**, organisme indépendant de référence qui audite les principales mesures d'audience du marché. Ce contrôle continu permet de certifier la robustesse des méthodologies, la fiabilité des données produites et leur conformité avec les standards attendus par l'ensemble des acteurs de l'industrie.

« Dans ce contexte, l'indépendance, la qualité, la lisibilité et la transparence ne constituent plus de simples exigences : elles sont les conditions indispensables d'une mesure de confiance. »

À PROPOS DE L'ACPM

La mission de l'ACPM - Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias - est d'être le **tiers certificateur de référence des médias** en France. Née en 2015 de la fusion entre l'OJD et AudiPresse, elle couvre aujourd'hui un univers médiatique large : certifications et labels, diffusion et lectorat de la presse, statistiques des sites web et des applications, streaming de la radio numérique, certification de l'exposition DOOH et mesure des podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans un secteur média très concurrentiel, où sa certification constitue un **gage de fiabilité** et ses mesures des références partagées. Grâce à ses expertises pointues, elle transforme la data en un outil d'analyse, de comparaison et de décision au service du marché. En garantissant **une mesure indépendante, fiable et comparable**, l'ACPM sécurise les investissements médias et contribue à créer un langage commun de la mesure.

Adhérer à l'ACPM témoigne de l'engagement des éditeurs en faveur de la transparence et de leur volonté de se situer dans **un cadre de référence commun**.

CONTACT PRESSE

Communication@acpm.fr
01 43 12 85 25

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS