

COMMUNIQUE DE PRESSE

ONENEXT 2021 V1

Toutes les audiences des marques de Presse

L'ACPM publie ce jour la première vague 2021 des résultats d'audience des lectures Print et Numériques des marques de Presse.

Le volume total de lecteurs reste élevé et stable. Parmi ces lecteurs, leur consommation des marques de Presse* s'est accrue de 3% par rapport à la dernière vague publiée.

AUDIENGE MARQUES DE PRESSE (Print + Numérique)

OneNext
GLOBAL

L'audience des marques de Presse* a progressé de **3%** depuis la publication des résultats précédents. La plupart des familles de Presse profitent de cette embellie.

Sur 10 thématiques, 8 sont en progression. Dans cette période troublée, la Presse joue donc tout son rôle dans la recherche de repères des Français. La nette croissance des familles "Féminins Mode Beauté" et "Masculins Auto Sport" nous démontre aussi l'envie de consommer des lecteurs.

96,4% des Français lisent chaque mois au moins une marque de Presse soit 50,9 millions d'individus.

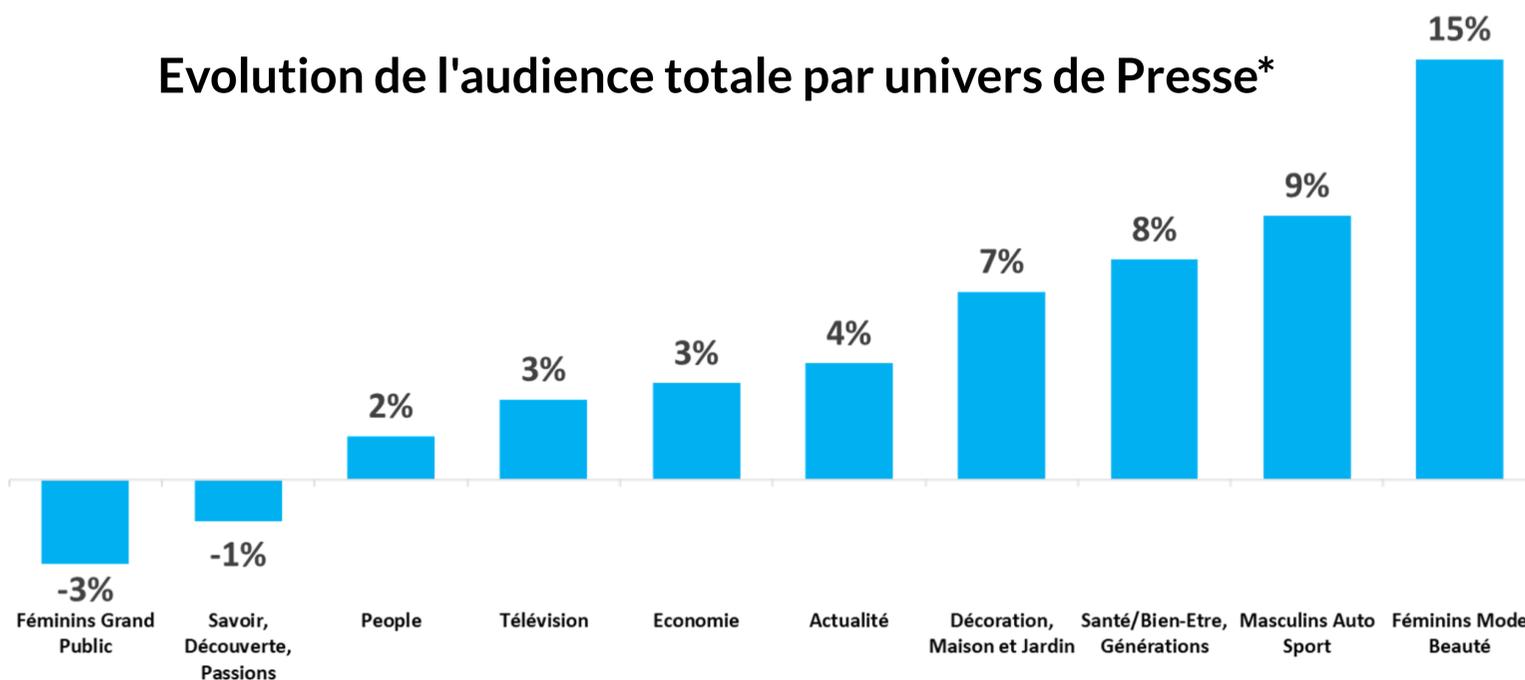


A univers de marques constant

vs. 2020 V4 : 96,3%

96,4% de la population Française lit au moins une marque de Presse chaque mois, soit **50,9** millions de lecteurs au total sur tous les supports de lecture.

Evolution de l'audience totale par univers de Presse*



*Indicateur Brand 30 jours, 2021 V1 vs 2020 V4 - somme des lectorats à univers courant

Informations pratiques

Ces données résultent de la fusion des deux études de référence : OneNext pour le Print et Internet Global de Médiamétrie pour le Numérique.

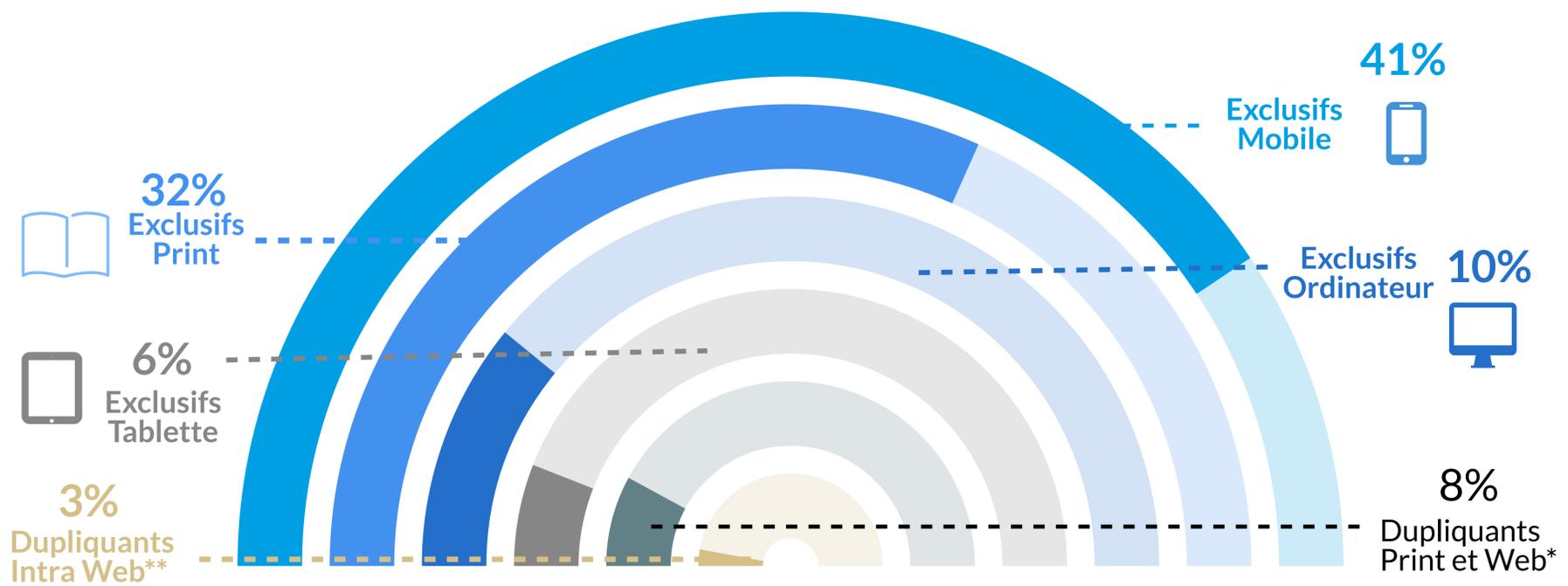
OneNext 2021 V1, pour les données Print, a été réalisée à partir du terrain du 1er Octobre 2019 au 30 Septembre 2020.

Les données du 17 mars au 10 mai 2020 ont été neutralisées, en raison de la période de confinement.

Les données numériques correspondent, elles, aux résultats Internet Global du mois de Septembre 2020.

RÉPARTITION DES LECTEURS

en moyenne d'une marque de Presse

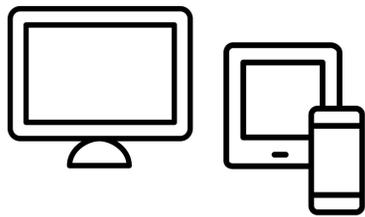


(*) Duplicants Print et Web : les lecteurs utilisant à la fois le support Print et au moins un support Web (fixe, mobile, tablette)

(**) Duplicants Intra Web : les lecteurs n'utilisant pas le support Print, mais au moins deux supports Web (fixe et/ou mobile et/ou tablette)

L'AUDIENCE NUMERIQUE

Chaque mois



82,9%

des Français, lisent au moins une marque de Presse en version numérique (ordinateur, mobile ou tablette), soit **43,7 millions d'individus**.

Focus mobile & tablette



70%

lisent au moins une marque de Presse sur **mobile**



74%

des Français sont lecteurs de Presse sur **mobile ou tablette**



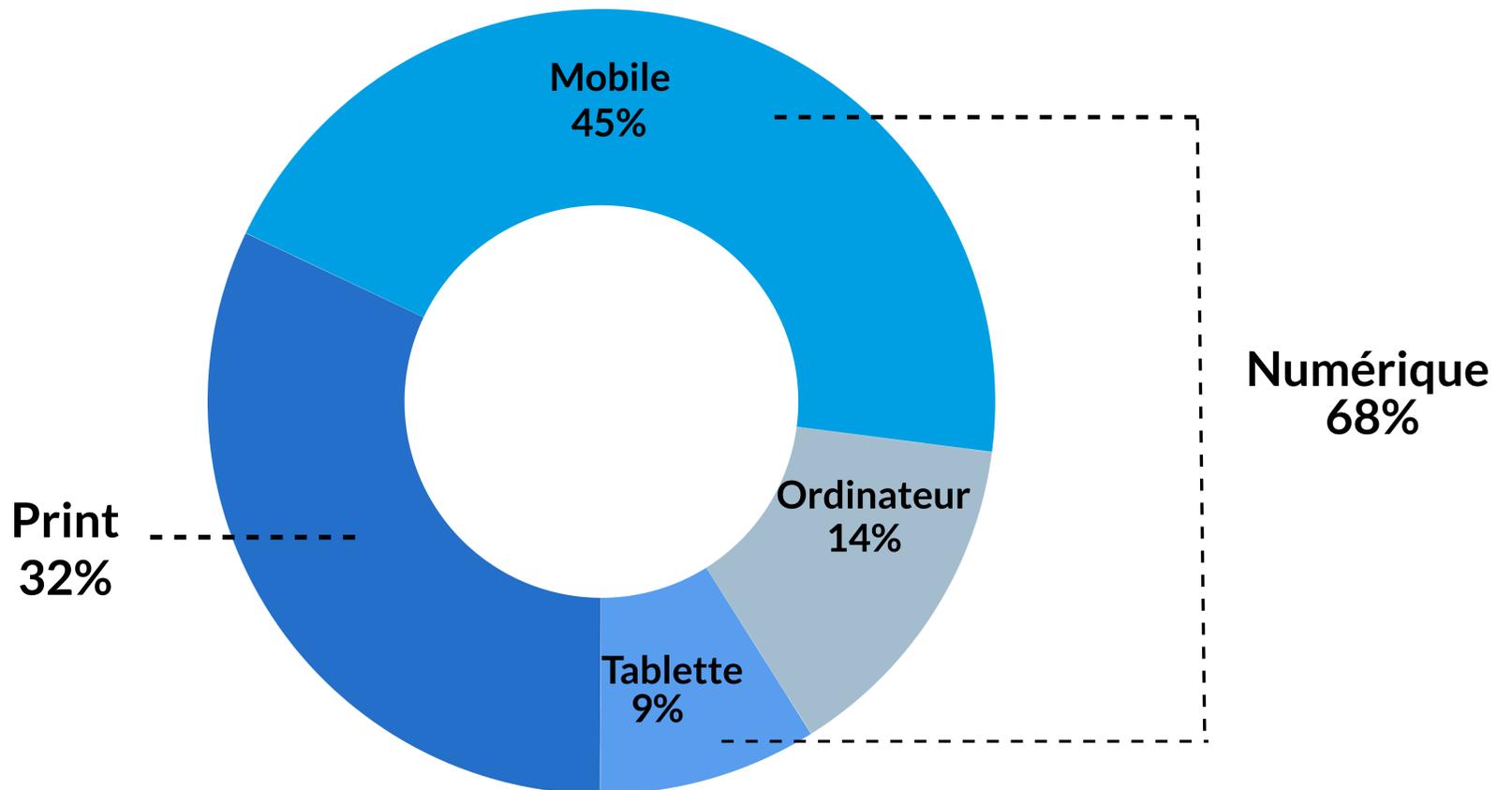
22%

lisent au moins une marque de Presse sur **tablette**

RÉPARTITION DES LECTURES

par mode de consultation

- Les lectures de la Presse en numérique représentent plus des deux tiers des lectures des marques de Presse (68%).
- Le mobile est aujourd'hui le support le plus utilisé (45%), suivi par la version papier (32%), devant l'ordinateur (14%) et la tablette (9%).



LECTURES NUMÉRIQUES SELON LES PROFILS

Consultations mobile

91,5%

vs. 70% population ens. 15+



des femmes de 15-34 ans consultent les versions numériques des marques de Presse sur mobile.

Ultra-mobilité

83,8%

vs. 70% population ens. 15+



des CSP+ consultent les versions numériques des marques de Presse sur mobile.

29,4%

vs. 22% population ens. 15+



des dirigeants d'entreprise consultent les versions numériques des marques de Presse sur tablette.

Tablonautes

89,5%

vs. 70% population ens. 15+



des femmes responsables des achats avec enfants de moins de 15 ans consultent les versions numériques des marques de Presse sur mobile.

Consultations numériques

TOP 20

Lecteurs en milliers

1	PQR 66	43 352
2	Le Figaro	26 764
3	Télé Loisirs	23 755
4	PHR	23 751
5	Le Parisien / Aujourd'hui en France	23 577
6	Ouest-France	23 156
7	Le Monde	22 928
8	20 Minutes	22 751
9	Femme Actuelle	20 862
10	Marmiton	18 767
11	Le Journal des Femmes	17 936
12	L'Internaute	17 767
13	Actu	17 399
14	Voici	16 716
15	L'Equipe	16 567
16	Gala	14 136
17	TV Magazine	13 680
18	Paris Match	12 170
19	Télé 7 Jours	12 154
20	Elle	11 942

* Indicateur Brand 30J

OneNext
GLOBAL

A compter de cette vague, l'ACPM publie aussi les audiences de pure players édités par un groupe de Presse.

TOP 10 des plus fortes progressions des marques de Presse

Certaines des marques de Presse étudiées par OneNext affichent des croissances notables par rapport aux résultats obtenus dans la vague 2020 V4.

TOP 10

Progression en nombre
de lecteurs

OneNext
GLOBAL

Lecteurs en
milliers

1	CNEWS	+ 2 854
2	Le Progrès	+ 1 834
3	Midi Libre	+ 1 795
4	Closer	+ 1 761
5	Actu	+ 1 541
6	Ouest-France	+ 1 518
7	Le Dauphiné	+ 1 502
8	Le Parisien Aujourd'hui en France	+ 1 452
9	Télé Loisirs	+ 1 361
10	Biba	+ 1 330

TOP 10

Progression en %

OneNext
GLOBAL

Lecteurs en
%

1	Biba	+ 84%
2	Le Progrès	+ 42%
3	CNews	+ 32%
4	L'Yonne Républicaine	+ 31%
5	Midi Libre	+ 28%
6	Nice Matin	+ 27%
7	Var Matin	+ 27%
8	Le Dauphiné	+ 26%
9	L'Indépendant	+ 21%
10	L'Est Républicain	+ 20%

Evolutions de l'audience Brand 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs OneNext 2020 V4.

Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v1	Brand ⁽²⁾	Print ⁽³⁾	Ordinateur ⁽⁴⁾	Mobile ⁽⁵⁾	Tablette ⁽⁶⁾
	Médiamétrie Internet Global : Septembre 2020	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
1	PQR 66	43 352	31 065	10 965	27 522	7 024
2	Le Figaro	26 764	7 563	8 762	17 909	3 128
3	Télé Loisirs	23 755	5 280	4 964	16 626	3 756
4	PHR	23 751	11 669	3 281	13 571	2 319
5	Le Parisien / Aujourd'hui en France	23 577	8 560	4 585	15 423	2 690
6	Ouest-France	23 156	5 724	5 219	16 219	3 345
7	Le Monde	22 928	9 608	5 057	14 293	2 863
8	20 Minutes	22 751	8 612	4 199	14 302	2 618
9	Femme Actuelle	20 862	9 890	3 880	10 336	2 766
10	Marmiton *	18 767	4 427	4 069	11 233	3 494
11	Le Journal des Femmes	17 936	-	4 561	12 930	2 557
12	L'Internaute	17 767	-	6 606	11 725	2 113
13	Actu	17 399	4 026	2 782	11 915	2 143
14	Voici	16 716	5 868	2 274	10 030	2 399
15	L'Equipe	16 567	8 724	3 610	8 066	2 032
16	Gala	14 136	4 391	2 209	8 400	2 101
17	TV Magazine	13 680	13 680	-	-	-
18	Paris Match	12 170	8 361	1 127	3 567	708
19	Télé 7 Jours	12 154	7 804	1 190	3 795	763
20	Elle	11 942	4 960	2 206	5 798	801
21	CNEWS	11 773	3 997	1 375	6 675	1 506
22	Capital	11 695	1 282	2 292	8 426	1 512
23	Closer	11 659	4 257	747	6 896	1 698
24	Oh! My Mag	11 172	-	2 171	8 592	1 253
25	L'Obs	11 050	3 732	2 379	5 919	945
26	Le Point	10 968	4 235	1 794	6 067	1 131
27	La Dépêche du Midi	10 809	1 892	1 860	7 635	1 218
28	Sud Ouest	10 671	2 758	1 532	6 775	1 512
29	Version Femina	10 177	7 338	352	2 711	583
30	Libération	9 785	4 426	1 745	4 697	737
31	La Voix du Nord	9 454	2 599	1 623	5 935	938

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V1 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Septembre 2020

3) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF

4) Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre 2020)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Septembre 2020)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Septembre 2020)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

* : Ces titres étant bi ou trimestriels leur audience 30 jours est inférieure à leur audience LDP

OneNext 2021 V1 inclut la Neutralisation des données liées au confinement, du 17 mars au 10 mai 2020

Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v1 Médiamétrie Internet Global : Septembre 2020	Brand ⁽²⁾	Print ⁽³⁾	Ordinateur ⁽⁴⁾	Mobile ⁽⁵⁾	Tablette ⁽⁶⁾
		Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
32	L'Express	8 812	3 777	1 906	3 500	911
33	Public	8 623	2 948	1 287	4 656	751
34	Les Echos	8 228	3 024	2 031	4 190	611
35	Comment ça Marche	8 223	-	4 375	3 667	634
36	Midi Libre	8 110	1 786	940	5 434	1 127
37	Marie Claire	8 058	2 747	1 471	3 848	659
38	Télé Star	7 695	3 346	660	3 511	795
39	Le Dauphiné	7 322	2 383	811	4 376	865
40	Auto Plus	6 939	4 274	688	2 195	593
41	Gentside	6 760	-	1 249	5 217	587
42	Top Santé	6 496	2 103	936	3 435	502
43	GQ	6 337	440	415	5 027	806
44	La Chaîne Météo	6 272	-	1 783	3 886	1 018
45	Le Progrès	6 240	1 968	1 029	3 273	731
46	Télérama	6 135	3 601	853	1 958	582
47	Le Journal du Net	5 794	-	2 317	3 257	509
48	Santé Magazine	5 658	2 119	908	2 567	408
49	La Provence	5 550	1 724	468	3 619	503
50	Télé 2 Semaines	5 217	2 895	717	1 662	219
51	Courrier International	5 076	2 757	715	1 880	309
52	Rustica	5 074	2 771	870	1 283	632
53	Cosmopolitan	5 012	1 500	556	3 141	337
54	Marianne	4 996	2 757	436	1 966	357
55	Sciences et Avenir	4 899	2 705	378	1 691	530
56	Challenges	4 749	1 639	694	2 350	532
57	Notre Temps	4 737	3 289	648	769	308
58	La Croix	4 729	2 302	840	1 672	375
59	Télé Z	4 620	4 620	-	-	-
60	Valeurs Actuelles	4 534	1 366	275	2 790	617
61	Auto Moto	4 510	1 458	816	2 108	538
62	Geo	4 480	2 861	494	1 307	148

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V1 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Septembre 2020

3) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF

4) Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre 2020)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Septembre 2020)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Septembre 2020)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

* : Ces titres étant bi ou trimestriels leur audience 30 jours est inférieure à leur audience LDP

OneNext 2021 V1 inclut la Neutralisation des données liées au confinement, du 17 mars au 10 mai 2020

Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v1 Médiamétrie Internet Global : Septembre 2020	Brand ⁽²⁾	Print ⁽³⁾	Ordinateur ⁽⁴⁾	Mobile ⁽⁵⁾	Tablette ⁽⁶⁾
		Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
63	Science & Vie	4 344	3 467	119	810	-
64	Le Journal du Dimanche	4 333	1 859	485	1 931	408
65	Le Télégramme	4 312	1 399	899	2 087	493
66	L'Est Républicain	4 270	1 315	666	2 195	593
67	L'Indépendant	4 265	597	541	3 088	382
68	Droit Finances	4 155	-	1 827	2 139	312
69	National Geographic	4 045	2 958	218	944	138
70	Magismaman *	4 006	549	574	3 001	282
71	Parents	3 975	1 090	542	2 538	130
72	Maison & Travaux *	3 945	1 033	757	1 715	614
73	Marie France *	3 882	433	301	2 889	356
74	Nice Matin	3 817	866	387	2 434	444
75	La Montagne	3 737	1 315	434	2 051	427
76	La Nouvelle République	3 388	1 386	680	1 362	418
77	Ça m'intéresse	3 188	2 559	148	530	-
78	Maxi	3 116	3 116	-	-	-
79	Le Particulier	2 978	1 292	719	988	113
80	Biba	2 920	532	239	1 928	312
81	France Football	2 803	1 926	362	595	-
82	Psychologies	2 795	1 514	455	900	93
83	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	2 745	1 067	342	1 510	114
84	Vogue	2 730	1 187	255	1 148	202
85	L'Union / l'Ardennais	2 607	807	407	1 396	193
86	Le Républicain Lorrain	2 450	727	440	1 266	282
87	Pleine vie	2 433	1 512	266	572	136
88	Le Courrier Picard	2 423	843	306	1 259	201
89	Système D	2 409	1 083	581	689	188
90	Les Inrockuptibles	2 236	1 071	286	881	-
91	Le Revenu	2 203	668	399	936	272
92	Télé Poche	2 136	2 136	-	-	-

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V1 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Septembre 2020

3) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF

4) Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre 2020)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Septembre 2020)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Septembre 2020)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

* : Ces titres étant bi ou trimestriels leur audience 30 jours est inférieure à leur audience LDP

OneNext 2021 V1 inclut la Neutralisation des données liées au confinement, du 17 mars au 10 mai 2020

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE (4/5) -----



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v1 Médiamétrie Internet Global : Septembre 2020	Brand ⁽²⁾	Print ⁽³⁾	Ordinateur ⁽⁴⁾	Mobile ⁽⁵⁾	Tablette ⁽⁶⁾
		Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
93	Vanity Fair	2 044	349	198	1 329	224
94	Var Matin	2 009	634	104	1 157	228
95	Charente Libre	1 920	339	226	1 255	206
96	Business insider	1 909	-	240	1 536	150
97	Ici Paris	1 902	1 902	-	-	-
98	Paris Normandie	1 867	732	163	912	159
99	TV Grandes Chaînes	1 849	1 849	-	-	-
100	Modes & Travaux	1 832	1 832	-	-	-
101	Le Bien Public	1 681	412	191	1 024	194
102	France Dimanche	1 665	1 665	-	-	-
103	L'Auto-Journal	1 660	1 660	-	-	-
104	Vosges Matin	1 652	339	163	1 087	159
105	Télécâble Sat Hebdo	1 579	1 579	-	-	-
106	Le Journal du Centre	1 560	217	113	1 022	283
107	Nous Deux	1 536	1 536	-	-	-
108	Avantages	1 433	1 433	-	-	-
109	Télé Magazine	1 419	1 419	-	-	-
110	Dossier Familial	1 391	1 391	-	-	-
111	L'Alsace	1 384	636	223	516	135
112	Prima	1 352	1 352	-	-	-
113	Mon Jardin & ma Maison	1 332	1 332	-	-	-
114	La République du Centre	1 263	455	162	657	-
115	Le Journal de Saône et Loire	1 247	522	240	493	109
116	Pomme d'Api	1 217	1 217	-	-	-
117	L'Ami des Jardins & de la Maison	1 199	1 199	-	-	-
118	Popi	1 195	1 195	-	-	-
119	Vies de Famille *	1 108	1 108	-	-	-
120	Art & Décoration *	1 107	1 107	-	-	-
121	Le Courrier de l'Ouest	1 099	866	-	-	118
122	Le Journal de la Maison	1 095	625	156	255	100

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V1 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Septembre 2020

3) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF

4) Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre 2020)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Septembre 2020)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Septembre 2020)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

* : Ces titres étant bi ou trimestriels leur audience 30 jours est inférieure à leur audience LDP

OneNext 2021 V1 inclut la Neutralisation des données liées au confinement, du 17 mars au 10 mai 2020

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE (5/5) -----



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v1 Médiamétrie Internet Global : Septembre 2020	Brand ⁽²⁾	Print ⁽³⁾	Ordinateur ⁽⁴⁾	Mobile ⁽⁵⁾	Tablette ⁽⁶⁾
		Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
123	Le Chasseur Français	1 061	1 061	-	-	-
124	Mieux Vivre Votre Argent	1 001	614	151	270	-
125	Pèlerin	982	982	-	-	-
126	La Vie	959	873	-	-	-
127	L'Est Eclair	938	274	132	548	-
128	Bien-Être & Santé	827	827	-	-	-
129	Dr. Good ! *	783	783	-	-	-
130	L'Yonne Républicaine	774	293	-	457	-
131	Corse Matin	770	351	81	335	-
132	Le Berry Républicain	715	236	-	411	-
133	Détente Jardin *	691	691	-	-	-
134	Le Populaire du Centre	689	284	103	285	-
135	So Foot	623	623	-	-	-
136	Sport Auto	517	517	-	-	-
137	Maison Créative *	502	502	-	-	-
138	Rock & Folk	456	346	-	-	-
139	Détours en France *	435	435	-	-	-
140	Le Maine Libre	343	282	-	-	-
141	Régal *	339	339	-	-	-
142	AD, Architectural Digest *	312	312	-	-	-
143	Management	310	310	-	-	-
144	Campagne Décoration *	308	308	-	-	-
145	Le Journal de la Haute-Marne	277	185	-	-	-
146	Happinez *	199	199	-	-	-
147	+ de Pep's Magazine *	179	179	-	-	-

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V1 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Septembre 2020

3) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF

4) Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre 2020)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Septembre 2020)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Septembre 2020)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

* : Ces titres étant bi ou trimestriels leur audience 30 jours est inférieure à leur audience LDP

OneNext 2021 V1 inclut la Neutralisation des données liées au confinement, du 17 mars au 10 mai 2020

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (1/4)



Marques	Composition des Marques
20 Minutes	20 Minutes
Actu	Actu
AD, Architectural Digest	AD, Architectural Digest
Art & Décoration	Art & Décoration
L'Alsace	L'Alsace L'Alsace, édition du Lundi TV Magazine L'Alsace, le supplément TV de L'Alsace du samedi
L'Ami des Jardins & de la Maison	L'Ami des Jardins & de la Maison
Auto Moto	Auto Moto
Auto Plus	Auto Plus
L'Auto-Journal	L'Auto-Journal
Avantages	Avantages
Le Berry Républicain	Le Berry Républicain Le Berry Républicain, édition du Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV du BerryRépublicain Dimanche
Biba	Biba
Le Bien Public	Le Bien Public Le Bien Public, édition du Dimanche TV Magazine Le Bien Public, le supplément TV du Bien Public Samedi
Bien-Être & Santé	Bien-Être & Santé
Business Insider	Business Insider
Ça m'Intéresse	Ça m'Intéresse
Campagne Décoration	Campagne Décoration
Capital	Capital
La Chaîne Météo	La Chaîne Météo
Challenges	Challenges
Charente Libre	Charente Libre TV Magazine Charente Libre, le supplément TV de Charente Libre du dimanche
Le Chasseur Français	Le Chasseur Français
Closer	Closer
CNEWS	CNEWS National - Injection CNEWS CNEWS - Bordeaux CNEWS - Côte d'Azur CNEWS - Grand Ouest CNEWS - Strasbourg CNEWS - Toulouse CNEWS - Lille CNEWS - Lyon Plus CNEWS - Provence
Comment ça Marche	Comment ça Marche
Corse Matin	Corse Matin Corse Matin, édition du Dimanche TV Magazine Corse Matin, le supplément TV de Corse Matin du samedi
Cosmopolitan	Cosmopolitan
Côté Maison	Vivre Côté Paris Maisons Côté Ouest Maisons Côté Sud
Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest Le Courrier de l'Ouest, édition du Dimanche TV Magazine Ouest, le supplément TV du Courrier de L'Ouest du samedi
Courrier International	Courrier International
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Le Courrier Picard, édition du Dimanche TV Magazine Courrier Picard, le supplément TV du Courrier Picard du samedi
La Croix	La Croix
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré Vaucluse Matin Le Dauphiné Libéré Dimanche Vaucluse Matin Dimanche TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche, le supplément TV du Dauphiné Libéré Dimanche TV Magazine Vaucluse Matin - le Dauphiné Libéré, le supplément TV de Vaucluse Matin Samedi
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi La Dépêche du Dimanche TV Magazine La Dépêche du Dimanche, le supplément TV de La Dépêche du Dimanche
Détente Jardin	Détente Jardin
Détours en France	Détours en France

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (2/4)



Marques	Composition des Marques
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace Les DNA / Dernières Nouvelles, édition du Lundi TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace, le supplément TV des DNA - du vendredi
Dossier Familial	Dossier Familial
Dr Good !	Dr Good !
Droit Finances	Droit Finances
Les Echos	Les Echos Les Echos Week-End
Elle	Elle Elle à Table Elle Décoration
L'Equipe	L'Equipe L'Equipe du Dimanche Le Magazine l'Equipe
L'Est Eclair	L'Est Eclair L'Est Eclair, édition du Dimanche TV Magazine L'Est Eclair - Libération Champagne, le supplément TV de L'Est Eclair et de Libération Champagne du samedi
L'Est Républicain	L'Est Républicain L'Est Républicain, édition du Lundi TV Magazine L'Est Républicain, le supplément TV de L'Est Républicain du dimanche
L'Express	L'Express
Femme Actuelle	Femme Actuelle Cuisine Actuelle Femme Actuelle Jeux Femme Actuelle Senior
Le Figaro	Le Figaro Le Figaro Magazine Madame Figaro TV Magazine Le Figaro, le supplément TV du Figaro du vendredi et du samedi
France Dimanche	France Dimanche
France Football	France Football
Gala	Gala
Gentside	Gentside
Geo	Geo
GQ	GQ
Happinez	Happinez
Ici Paris	Ici Paris
L'Indépendant	L'Indépendant L'indépendant, édition du Dimanche
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles
L'Internaute	L'Internaute
Le Journal de la Haute-Marne	Le Journal de la Haute-Marne Le Journal de la Haute-Marne Dimanche TV Magazine Le Journal de la Haute-Marne Dimanche, le supplément TV du Journal de la Haute-Marne Dimanche
Le Journal de la Maison	Le Journal de la Maison
Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône-et-Loire Le Journal de Saône et Loire, édition du Dimanche TV Magazine Saône et Loire Dimanche, le supplément TV du Journal de Saône et Loire Dimanche
Le Journal des Femmes	Le Journal des Femmes
Le Journal du Centre	Le Journal du Centre Le Journal du Centre, édition du Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV du Journal du Centre Dimanche
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche
Le Journal du Net	Le Journal du Net
Libération	Libération
Magismaman	Magismaman
Le Maine Libre	Le Maine Libre Le Maine Libre, édition du Dimanche TV Magazine Ouest, le supplément TV du Maine Libre du samedi
Maison & Travaux	Maison & Travaux
Maison Créative	Maison Créative
Management	Management
Marianne	Marianne
Marie Claire	Marie Claire Marie Claire Idées Marie Claire Maison Cuisine et Vins de France
Marie France	Marie France
Marmiton	Marmiton

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (3/4)



Marques	Composition des Marques
Maxi	Maxi Maxi Cuisine
Midi Libre	Midi Libre Midi Libre, édition du Dimanche TV Magazine, le supplément TV de Midi Libre Dimanche, l'indépendant Dimanche et Centre Presse Le Journal de l'Aveyron du Samedi
Mieux Vivre Votre Argent	Mieux Vivre Votre Argent
Modes & Travaux	Modes & Travaux
Mon Jardin & ma Maison	Mon Jardin & ma Maison
Le Monde	Le Monde M Le Magazine du Monde
La Montagne	La Montagne La Montagne, édition du Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV de La Montagne Dimanche
National Geographic	National Geographic
Nice Matin	Monaco Matin Nice Matin Monaco Matin Dimanche Nice Matin, édition du Dimanche TV Magazine Nice Matin, le supplément TV de Nice Matin du samedi
Notre Temps	Notre Temps
Nous Deux	Nous Deux
La Nouvelle République	La Nouvelle République La Nouvelle République, édition du Dimanche TV Magazine la Nouvelle République, le supplément TV de la Nouvelle République et de Centre Presse le Quotidien de la Vienne du samedi TV Magazine La Nouvelle République, le supplément TV de La Nouvelle République du samedi
L'Obs	L'Obs
Oh! My Mag	Oh! My Mag
Ouest France	Ouest France Dimanche Ouest France TV Magazine Ouest, le supplément TV de Ouest France du vendredi
Parents	Parents
Paris Match	Paris Match
Paris Normandie	Paris Normandie Le Progrès de Fécamp Paris Normandie Paris Normandie Le Havre Paris Normandie - Liberté Dimanche Paris Normandie Havre Dimanche TV Magazine Paris Normandie, le supplément TV de Paris Normandie du samedi TV Magazine, le supplément TV de Paris Normandie, du Havre Libre, du Havre Presse et du Progrès de Fécamp du samedi
Le Parisien Aujourd'hui en France	Aujourd'hui en France Le Parisien Aujourd'hui en France Dimanche Le Parisien Dimanche Aujourd'hui en France Week-end, le magazine Le Parisien Week-end, le magazine TV Magazine le Parisien
Le Particulier	Le Particulier
Pèlerin	Pèlerin
PHR	PHR (243 titres)
Pleine Vie	Pleine Vie
+ de Pep's Magazine	+ de Pep's Magazine
Le Point	Le Point
Pomme d'Api	Pomme d'Api
Popi	Popi
Le Populaire du Centre	Le Populaire du Centre Le Populaire du Centre, édition du Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV du Populaire du Centre Dimanche
PQR 66	PQR PQR 7ème jour TV magazine du périmètre PQR66
Prima	Prima
Le Progrès	Le Progrès Le Progrès-Les Dépêches La Tribune-Le Progrès Le Progrès, édition du Dimanche Le Progrès-Les Dépêches, édition du Dimanche La Tribune/Le Progrès édition du Dimanche TV Magazine Le Progrès, le supplément TV du Progrès du dimanche TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches, le supplément TV du Progrès - Les Dépêches du dimanche TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès, le supplément TV de Dimanche La Tribune - Le Progrès
La Provence	La Provence La Provence, édition du Dimanche TV Magazine La Provence, le supplément TV de La Provence du samedi

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (4/4)



Marques	Composition des Marques
Psychologies	Psychologies
Public	Public
Régal	Régal
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Le Républicain Lorrain, édition du Lundi TV Magazine Le Républicain Lorrain, le supplément TV du Républicain Lorrain du mercredi
La République du Centre	La République du Centre La République du Centre Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV de La République du Centre du samedi
Le Revenu	Le Revenu Placements Le Revenu Hebdo
Rock & Folk	Rock & Folk
Rustica	Rustica
Santé Magazine	Santé Magazine
Science & Vie	Science & Vie
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir
So Foot	So Foot
Sport Auto	Sport Auto
Sud Ouest	Sud Ouest Sud Ouest Dimanche TV Magazine Sud Ouest Dimanche, le supplément TV de Sud Ouest Dimanche
Système D	Système D
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines
Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux Télé 7 Jours
Télé Loisirs	Télé Loisirs
Télé Magazine	Télé Magazine
Télé Poche	Télé Poche
Télé Star	Télé Star
Télé Z	Télé Z
Télé câble Sat Hebdo	Télé câble Sat Hebdo
Le Télégramme	Le Télégramme Le Télégramme Dimanche TV Magazine Le Télégramme, le supplément TV du Télégramme du samedi
Télérama	Télérama
Top Santé	Top Santé
TV Grandes Chaînes	TV Grandes Chaînes
L'Union / l'Ardennais	L'Ardennais L'Union L'Ardennais, édition du Dimanche L'Union, édition du Dimanche TV Magazine Ardennes, le supplément TV de L'Union et de L'Ardennais du samedi TV Magazine L'Union, le supplément TV de L'Union du samedi
Valeurs Actuelles	Valeurs Actuelles
Vanity Fair	Vanity Fair
Var Matin	Var Matin Var Matin Dimanche TV Magazine Var Matin, le supplément TV de Var Matin
Version Femina	Version Femina (35 titres)
La Vie	La Vie
Vies de Famille	Vies de Famille
Vogue	Vogue
Voici	Voici
La Voix du Nord	La Voix du Nord La Voix du Nord, édition du lundi TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair du vendredi TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair et Nord Littoral du vendredi Nord Eclair Nord Eclair, édition du Lundi
Vosges Matin	Vosges Matin Vosges Matin, édition du Lundi TV Magazine Vosges Matin, le supplément TV de Vosges Matin du dimanche
L'Yonne Républicaine	L'Yonne Républicaine TV Magazine Centre France, le supplément TV de L'Yonne Républicaine du samedi

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



KANTAR





A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les chiffres de la Presse et des Media est l'organisation interprofessionnelle, qui contrôle et certifie la diffusion de la presse, la fréquentation des sites internet, des applications, des web radios, des podcasts et de l'affichage digital.

L'ACPM est responsable de la communication institutionnelle, d'information et de formation sur le media presse à destination de tout l'écosystème publicitaire. Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé des représentants de toutes les familles de presse à travers leurs syndicats professionnels : le SEPM pour la Presse Magazine, l'Alliance de la Presse d'Information pour la Presse Quotidienne, Nationale, Régionale, Départementale, l'APGI pour la Presse Gratuite d'Information, la FNPS pour la Presse d'Information Spécialisée, le CRTM qui représente les annonceurs à travers l'Union des Marques, les agences media avec l'Udecam ainsi que des représentants des media hors presse.

Amélie Benisty, Directrice de l'Audience
Gilbert Saint Joanis, Directeur ACPM/Expert
Solenne Zlatanovic, Chargée d'études
Isabelle Jacquart, Chargée d'études

E: equipe-one@acpm.fr - T: 01 43 12 85 30