

COMMUNIQUE DE PRESSE

ONENEXT 2021 V2

Toutes les audiences des marques de Presse

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

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 V2, pour les données Print, a été réalisée à partir du terrain de mi-Janvier au 30 Décembre 2020. A noter : 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 Janvier 2021.

AUDIENGE MARQUES DE PRESSE

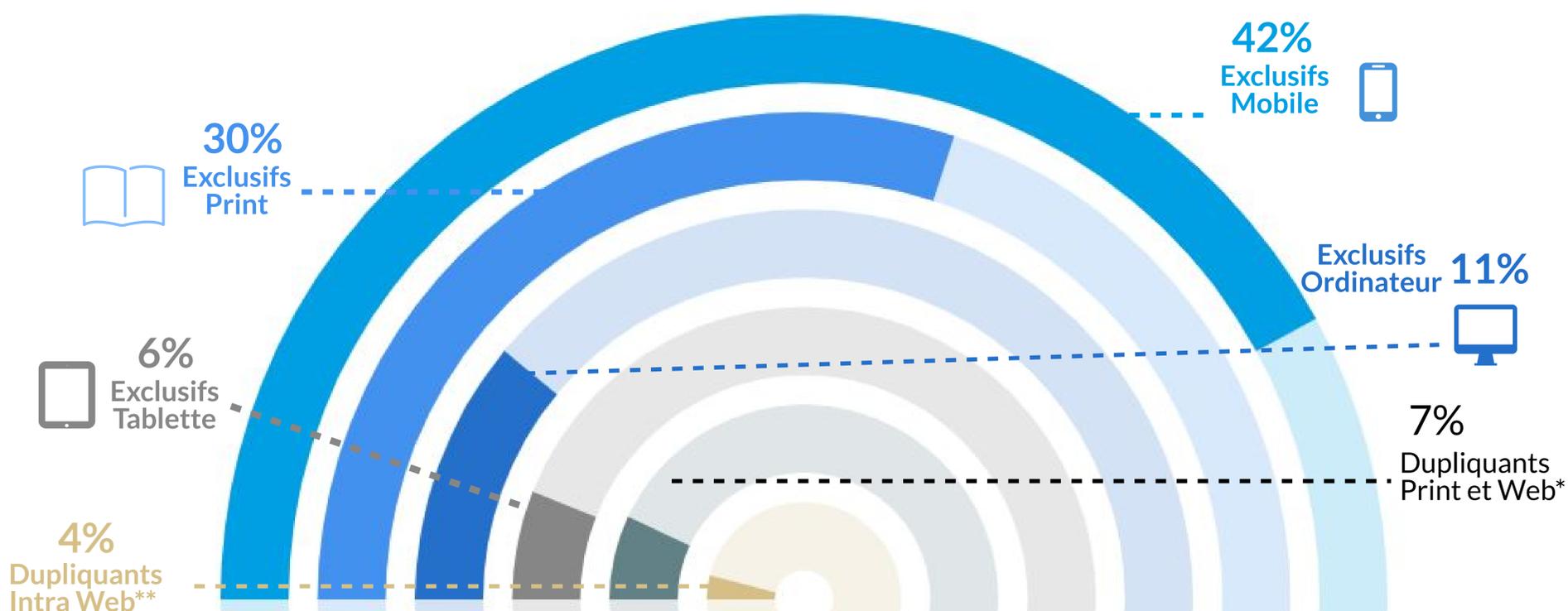
(Print + Numérique)

OneNext
GLOBAL

96,2% des Français lisent chaque mois au moins une marque de Presse soit **50,8 millions d'individus**.

RÉPARTITION DES LECTEURS

en moyenne d'une marque de Presse



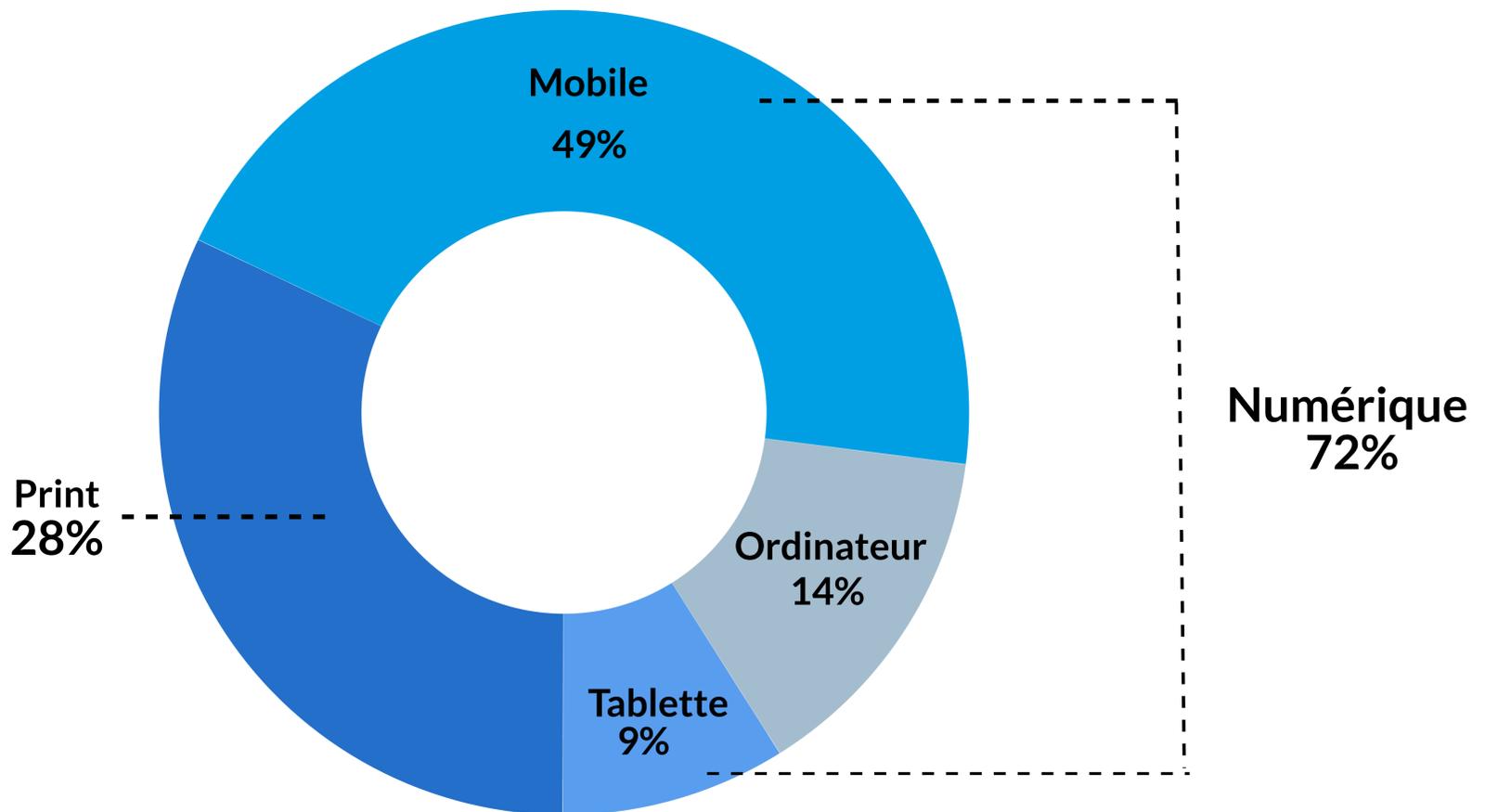
(*) Dupliquants Print et Web : les lecteurs utilisant à la fois le support Print et au moins un support Web (fixe, mobile, tablette).

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

RÉPARTITION DES LECTURES

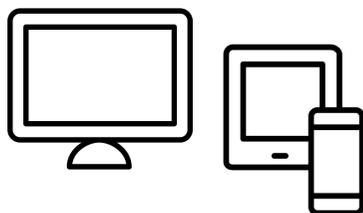
par mode de consultation

- Les lectures de la Presse en numérique représentent **plus de deux tiers des lectures** des marques de Presse (72%).
- Le mobile est aujourd'hui le support le plus utilisé (49%), suivi par la version papier (28%), devant l'ordinateur (14%) et la tablette (9%).



L'AUDIENCE NUMERIQUE

Chaque mois



81,5 %

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

Focus mobile & tablette



75 %

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



72 %

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



23 %

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

Focus profils

Consultations digitales



94%

des femmes 25-49 ans lisent la presse sur le Web

vs. 82% de la population ens. 15+

Consultations Ordinateur

64%

des CSP+ consultent la Presse sur l'ordinateur

vs. 47% de la population ens. 15+



Consultations Mobile

82%

des moins de 25 ans lisent la Presse sur mobile

vs. 72% de la population ens. 15+



Consultations Tablette



28%

des 60 ans et plus consultent la Presse sur Tablette

vs. 24% de la population ens. 15+

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



Cumul deux ans OneNext Tempo : 2019-2020

La relation des lecteurs avec les marques de Presse

80% des lectures se font à domicile

En moyenne un exemplaire est repris en main 1,6 fois

42% des lectures sont issues des abonnements

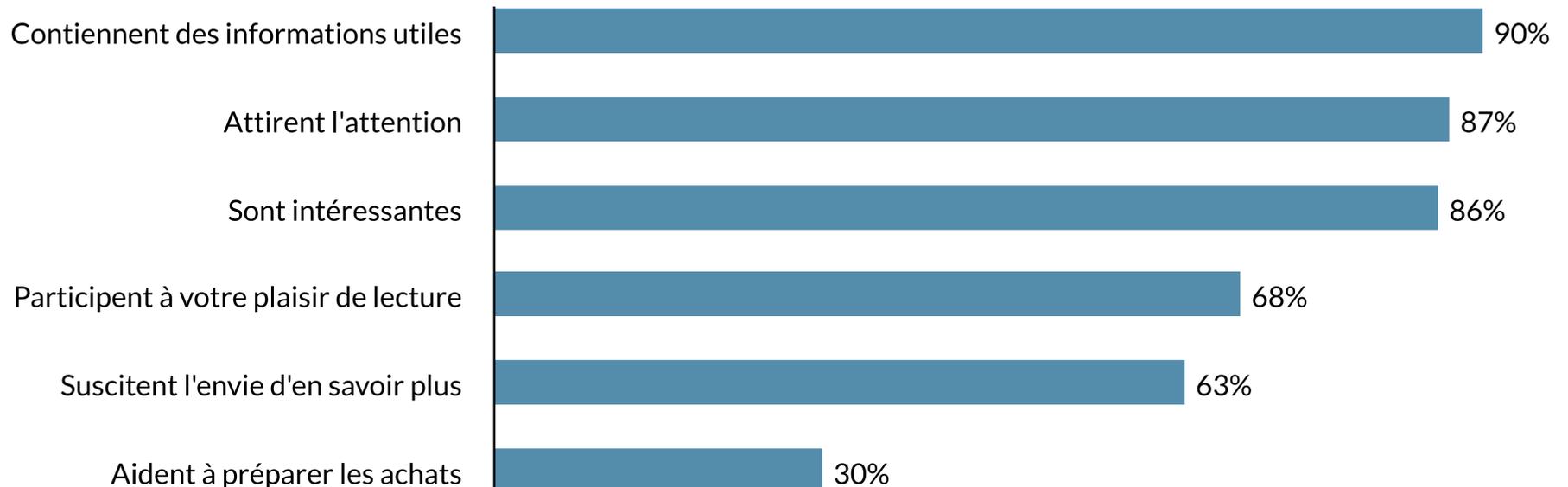
Les lecteurs déclarent qu'un tiers des publicités attirent leur attention et ils considèrent que 28% sont intéressantes

La durée de lecture des français est en moyenne de 23 minutes

1 lecteur sur 4 affirme que les publicités participent à leur plaisir de lecture

Parmi les lecteurs qui sont inspirés par la publicité pour préparer leurs achats, ils considèrent que :

Les publicités...





TOP 20

Lecteurs en milliers

PQR 66	43 490
Le Figaro	28 449
Télé Loisirs	25 137
PHR	24 121
Femme Actuelle	24 052
Le Parisien Aujourd'hui en France	23 922
Le Monde	23 327
Ouest-France	22 609
Le Journal des Femmes	22 585
Marmiton	22 123
20 Minutes	22 043
L'Internaute	19 505
Voici	18 990
Actu	18 095
L'Equipe	15 899
Gala	15 628
Le Point	14 490
La Dépêche du Midi	14 376
Télé 7 Jours	13 667
TV Magazine	13 211

* Indicateur Brand 30J

TOP 10 des plus fortes progressions des marques de Presse

Certaines des marques de Presse étudiées par OneNext affichent de belles croissances par rapport aux résultats obtenus dans la vague 2020 V2.

TOP 10

Progression en nombre de lecteurs



Lecteurs en milliers

Le Journal des Femmes	+6 067
La Dépêche du Midi	+5 877
Midi Libre	+5 036
Voici	+4 003
L'Indépendant	+3 997
Le Point	+3 953
Ouest-France	+3 900
Closer	+3 754
Sud Ouest	+3 728
Le Journal du Net	+3 722

TOP 10

Progression en %



Lecteurs en %

Biba	+311%
L'Indépendant	+179%
Vosges Matin	+92%
Midi Libre	+73%
Le Journal du Net	+73%
La Dépêche du Midi	+69%
Le Journal de Saône et Loire	+63%
Le Journal du Dimanche	+61%
Le Journal de la Haute-Marne	+58%
Marie France	+48%

Evolutions de l'audience Brand 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext 2020 V2.

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE (1/5) -----



Cible Ensemble 15 ans et +

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

Rang	Brand OneNext Global - 2021 v2 Médiamétrie Internet Global : Janvier 2021	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
1	PQR 66	43 490	29 849	34 453
2	Le Figaro	28 449	7 186	26 070
3	Télé Loisirs	25 137	4 984	22 898
4	PHR	24 121	11 224	17 806
5	Femme Actuelle	24 052	9 199	19 032
6	Le Parisien Aujourd'hui en France	23 922	8 298	20 298
7	Le Monde	23 327	9 447	19 387
8	Ouest-France	22 609	5 386	20 654
9	Le Journal des Femmes	22 585	-	22 585
10	Marmiton	22 123	4 529	20 252
11	20 Minutes	22 043	7 449	18 372
12	L'Internaute	19 505	-	19 505
13	Voici	18 990	5 119	15 935
14	Actu	18 095	3 872	15 960
15	L'Equipe	15 899	8 287	11 199
16	Gala	15 628	3 804	13 231
17	Le Point	14 490	4 295	12 095
18	La Dépêche du Midi	14 376	1 772	13 600
19	Télé 7 Jours	13 667	7 566	7 592
20	TV Magazine	13 211	13 211	-
21	Elle	12 850	4 481	9 805
22	Paris Match	12 502	07 220	6 686
23	Capital	12 473	1 269	11 719
24	Closer	12 370	03 703	9 762
25	Midi Libre	11 915	1 612	10 986
26	Sud Ouest	11 834	02 575	10 346
27	L'Obs	11 526	3 584	9 255
28	Version Femina	11 251	07 261	4 807
29	CNEWS	11 197	3 539	8 634
30	Les Echos	10 759	03 121	8 800
31	Libération	10 667	4 328	7 830
32	La Voix du Nord	10 198	02 530	8 667

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V2 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Janvier 2021

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 Janvier 2021)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Janvier 2021)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Janvier 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand OneNext 2021 V2 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 - 2021 v2 Médiamétrie Internet Global : Janvier 2021	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
33	Public	9 796	2 564	7 881
34	L'Express	9 657	3 523	7 148
35	Huffpost	9 613	-	9 613
36	Marie Claire	9 549	2 539	7 637
37	Le Journal du Net	8 825	-	8 825
38	Télé Star	8 795	3 140	6 171
39	Comment ça Marche	8 489	-	8 489
40	Top Santé	8 245	2 037	6 741
41	Le Dauphiné	7 832	2 258	6 340
42	Oh! My Mag	7 101	-	7 101
43	Télérama	6 835	3 469	4 197
44	Santé Magazine	6 483	2 130	4 708
45	Le Journal du Dimanche	6 265	1 821	4 842
46	L'Indépendant	6 231	539	5 892
47	Le Progrès	6 172	1 873	4 798
48	GQ	6 130	464	5 728
49	La Chaîne Météo	5 886	-	5 886
50	Sciences et Avenir	5 835	2 501	3 786
51	Marianne	5 801	2 626	3 713
52	Télé 2 Semaines	5 604	2 972	2 906
53	Courrier International	5 345	2 881	3 025
54	Gentside	5 330	-	5 330
55	Marie France	5 303	359	5 019
56	La Provence	5 263	1 620	4 038
57	Notre Temps	5 184	3 189	2 338
58	Auto Plus	5 139	3 863	1 716
59	Geo	4 924	2 674	2 503
60	Cosmopolitan	4 900	1 311	3 889
61	Magicmaman	4 809	558	4 484
62	L'Est Républicain	4 746	1 228	3 881

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V2 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Janvier 2021

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 Janvier 2021)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Janvier 2021)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Janvier 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand OneNext 2021 V2 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 - 2021 v2 Médiamétrie Internet Global : Janvier 2021	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
63	Le Télégramme	4 678	1 243	3 763
64	La Croix	4 627	1 994	3 077
65	National Geographic	4 568	2 748	2 029
66	Nice Matin	4 479	810	3 881
67	Science & Vie	4 389	3 477	1 007
68	Rustica	4 298	2 711	1 962
69	Télé Z	4 277	4 277	-
70	Maison & Travaux	4 138	871	3 358
71	La Montagne	4 044	1 259	3 118
72	Challenges	3 979	1 641	2 595
73	Valeurs Actuelles	3 977	1 362	2 920
74	Ça m'intéresse	3 753	2 409	1 504
75	Vogue	3 722	1 128	2 698
76	Biba	3 707	548	3 227
77	Auto Moto	3 673	1 358	2 563
78	Business insider	3 622	-	3 622
79	Parents	3 608	1 122	2 717
80	Le Particulier	3 548	1 321	2 336
81	Droit Finances	3 497	-	3 497
82	Première	3 375	465	2 962
83	La Nouvelle République	3 360	1 352	2 374
84	Maxi	3 016	3 016	-
85	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	2 970	1 027	2 200
86	Le Républicain Lorrain	2 857	738	2 274
87	Système D	2 678	991	1 829
88	France Football	2 637	1 924	802
89	Psychologies	2 630	1 354	1 397
90	Le Journal de Saône et Loire	2 470	472	2 114
91	Vanity Fair	2 443	380	2 079
92	Le Courrier Picard	2 333	846	1 662

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V2 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Janvier 2021

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 Janvier 2021)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Janvier 2021)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Janvier 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand OneNext 2021 V2 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 - 2021 v2 Médiamétrie Internet Global : Janvier 2021	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
93	L'Union / l'Ardennais	2 249	747	1 659
94	Pleine vie	2 221	1 565	700
95	Les Inrockuptibles	2 134	1 050	1 133
96	Paris Normandie	2 063	734	1 448
97	So Foot	1 982	650	1 505
98	Le Revenu	1 981	715	1 299
99	Vosges Matin	1 965	322	1 722
100	Télé Poche	1 936	1 936	-
101	Notre Famille	1 891	-	1 891
102	TV Grandes Chaînes	1 820	1 820	-
103	Modes & Travaux	1 766	1 766	-
104	Ici Paris	1 756	1 756	-
105	Côté Maison	1 739	510	1 266
106	L'Alsace	1 731	586	1 241
107	Var Matin	1 699	592	1 190
108	Le Journal de la Maison	1 648	564	1 119
109	Le Bien Public	1 589	399	1 277
110	Télé câble Sat Hebdo	1 519	1 519	-
111	Avantages	1 514	1 514	-
112	Charente Libre	1 500	298	1 277
113	Nous Deux	1 488	1 488	-
114	France Dimanche	1 452	1 452	-
115	L'Auto-Journal	1 449	1 449	-
116	Dossier Familial	1 418	1 418	-
117	Prima	1 354	1 354	-
118	Pomme D'Api	1 300	1 300	-
119	Popi	1 252	1 252	-
120	AD , Architectural Digest	1 246	305	950
121	Télé Magazine	1 246	1 246	-
122	Mon Jardin & ma Maison	1 174	1 174	-
123	L'Ami des Jardins & de la Maison	1 130	1 130	-
124	La Vie	1 090	870	225
125	Mieux Vivre Votre Argent	1 082	685	422

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V2 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Janvier 2021

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 Janvier 2021)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Janvier 2021)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Janvier 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand OneNext 2021 V2 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 - 2021 v2 Médiamétrie Internet Global : Janvier 2021	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
126	Midi Olympique	1 062	761	308
127	La République du Centre	1 056	477	629
128	Le Chasseur Français	1 034	1034	-
129	Le Courrier de l'Ouest	928	821	138
130	L'Est Eclair	891	251	683
131	Corse Matin	889	316	613
132	Pèlerin	861	861	-
133	Bien-Être & Santé	795	795	-
134	Le Populaire du Centre	743	276	505
135	L'Yonne Républicaine	661	258	452
136	Le Berry Républicain	656	220	461
137	Le Journal du Centre	607	202	434
138	Philosophie Magazine	542	542	-
139	Sport auto	529	529	-
140	Rock & Folk	481	354	127
141	Le Journal de la Haute-Marne	364	161	206
142	Le Maine Libre	341	238	121
143	Management	284	284	-

Rang	OneNext - 2021 v2 Bimestriel, Trimestriel	Lecture dernière période
		Milliers
1	Vies de Famille	1 837
2	Art et Décoration	1 813
3	Détente Jardin	1 189
4	Dr. Good	1 163
5	Maison Créative	793
6	Détours en France	730
7	Régal	589
8	Campagne Décoration	464
9	Happinez	310

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V2 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Janvier 2021

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 Janvier 2021)

5) Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Mobile Médiamétrie Janvier 2021)

6) Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Janvier 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand OneNext 2021 V2 inclut la Neutralisation des données liées au confinement, du 17 mars au 10 mai 2020

LDP : Lecture dernière période

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
Huffpost	Huffpost
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
Notre Famille	Notre Famille
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)
Philosophie Magazine	Philosophie Magazine
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
Première	Première
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

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (4/4)



Marques	Composition des Marques
La Provence	La Provence La Provence, édition du Dimanche TV Magazine La Provence, le supplément TV de La Provence du samedi
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: audience@acpm.fr - T : 01 43 12 85 30