

L'ACPM RÉALISE LA MESURE D'AUDIENCE RÉFÉRENTE DES MARQUES DE PRESSE EN FRANCE

OneNext

AUDIENCE PRINT DES TITRES DE PRESSE



24 000
INTERVIEWS
PAR AN

+15 ANS



2
PUBLICATIONS
PAR AN



TERRAIN GLISSANT
12 MOIS
CUMULÉS



INDICATEURS DE RÉFÉRENCE

LECTURE DERNIÈRE PÉRIODE,
LECTURE 30 JOURS, LECTURE NUMÉRO MOYEN,
LECTURE 12 DERNIERS MOIS, POUR LE PRINT
DONT VERSIONS NUMÉRIQUES



HABITUDES
ET COMPORTEMENTS
DE LECTURE,
PROFIL DU LECTORAT

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

INDICATEURS BRAND



30
JOURS

OneNext INFLUENCE

AUDIENCE DES TOP CADRES ET TOP REVENUS

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



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



16 000
INTERVIEWS

+18 ANS

INDICATEURS DE RÉFÉRENCE
DES LECTURES
EN PRINT
ET DIGITAL



1 PUBLICATION
PAR AN,
CUMUL DE 2 ANS
DE TERRAIN

QUESTIONNAIRE MÉDIAMARCHÉ
HABITUDES DE
CONSOMMATION
10 SECTEURS
+ 200 MARQUES



OneNext INSIGHT

CONSOMMATION, ATTITUDES ET COMPORTEMENTS

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



+



→ **25%**



1 PUBLICATION PAR AN

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



OneNext ACCESS

ANALYSE LECTORAT 12 MOIS

LECTURE 12 DERNIERS
MOIS CROISÉE À UNE
SÉLECTION DE CRITÈRES
SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES



2

PUBLICATIONS
PAR AN



→ **12**
MOIS

ÉTUDES

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

RÉALISÉES AVEC

KANTAR



ET

Mediametrie



CESP
inside