

INDICATEURS AUDIENCE LOGICIELS MEDIAPLANNING

Juin 2025



Audience : Nombre de lecteurs d'un titre. Il y a deux méthodes de calcul de l'audience des titres de presse :

- la LDP ou Lecture Dernière période
- la LNM ou Lecture au Numéro Moyen

LDP (Lecture Dernière période): le nombre de personnes qui déclarent avoir lu un support de presse au cours d'une période de référence (la veille pour les quotidiens, une semaine pour les hebdomadaires, 15 jours pour les bimensuels, un mois pour les mensuels...)

Cette information est recueillie durant le questionnaire OneNext par le biais d'une question sur la DDL (Date de Dernière Lecture) du titre par le répondant (« quand pour la dernière fois avez-vous lu ... »). Le répondant s'appuie sur une liste de réponses qui lui sont proposées et qui sont adaptées à chacune des périodicités.

Quotidien

Hier
Avant-hier
II y a moins de 8 jours
II y a moins de 30
jours
II y a plus de 30 jours

Hebdomadaire

Hier
Avant-hier
Il y a moins de 3 jours
Il y a moins de 8 jours
Il y a moins de 15
jours
Il y a moins de 30
jours
Il y a plus de 30 jours

Mensuel



LNM (Lecture au Numéro Moyen): indicateur exclusivement pour la presse quotidienne - le nombre moyen de lecteurs par numéro, calculé à partir du nombre de numéros différents lus sur les 6 derniers parus.

Il est calculé grâce à une question posée à tous les répondants ayant dit avoir lu le titre il y a moins de 8 jours

« Au cours de la semaine écoulée, il est paru 6 numéros du titre ... parmi ces exemplaires combien en avez-vous lu ? »

Couverture: Nombre de lecteurs ayant lu au moins un des titres du plan.

En pourcentage, c'est la proportion des lecteurs exposés parmi la cible utilisée pour le calcul.

Reprises en main: nombre moyen d'actes de lectures d'un même exemplaire d'un titre.

La reprise en main est calculée par une opération statistique (modélisation) utilisant les données recueillies dans le Panel Tempo.

Contacts: Nombre total de contacts avec les titres du plan.

Les contacts sont calculés par comptage du nombre de titres lus par chaque personne.

On ajoute à ce nombre le volume des reprises en main des titres du plan.





Répétition: Nombre moyen de contacts avec les titres du plan.

La répétition est calculée uniquement sur les personnes ayant lu au moins un des titres du plan.

La répétition est calculée par comptage des différents titres lus par chacun des lecteurs.

En complément, on ajoute à ces volumes de lectures les reprises en main des différents titres.

Enfin, on divise ce nombre total de lectures par le nombre de personnes ayant lu au moins un exemplaire d'un des titres du plan.

Cela revient à diviser les contacts par la couverture (en milliers).

GRP : Indicateur universel de pression publicitaire. Il est calculé par la multiplication de la couverture (en %) du plan par sa répétition.

Cet indicateur exprime le niveau de pression d'un plan sur une cible. Ainsi, si le plan délivre un nombre de contacts identique à la taille de la population cible on obtiendra 100 GRP.

Si le plan délivre 1 500 contacts sur une cible dont la taille est de 1 000 (milliers d'individus) les GRP seront de 150.

L'avantage du GRP est de donner une valeur de pression directement comparable d'un plan à l'autre et surtout d'une cible à l'autre sans être dépendant de la taille de cette cible.

Si on ne considère qu'un titre et non pas un plan, le GRP est le nombre de contacts de ce titre sur une cible (y/c les reprises en main) en pourcentage de la taille de la cible. Par nature le GRP est additif.

Cela signifie que pour déterminer les GRP d'un plan il suffit d'ajouter les GRP des titres le composant.

Sur un titre le GRP est équivalent au nombre de contacts.





Affinité: Indicateur de proximité entre une cible d'un coté et un titre ou un plan de l'autre.

L'affinité exprime la concentration, au sein d'une cible, des lecteurs d'un titre ou des personnes ayant lu un ou plusieurs titres d'un plan.

L'affinité est calculée en faisant le rapport entre le poids des lecteurs au sein de la cible par le poids des lecteurs sur l'ensemble de la population, le tout multiplié par 100.

Ainsi si un plan touche 30% des personnes d'une cible alors qu'il ne touche que 15% de l'ensemble de la population l'affinité du plan sur la cible est de 100x(30/15) soit une affinité de 200.

Par construction une affinité positive est d'une valeur supérieure à 100.

Une affinité très forte garantit donc une faible déperdition de contacts d'un plan sur une cible donnée.



DÉFINITIONS / SYNTHESE

Définitions des indicateurs dans les outils :

Audience: nombre de lecteurs du titre compte tenu de la population de la cible choisie

Contacts : nombre de lectures moyen du titre générées par les lecteurs du titre

Couverture : Audience / Population de la cible, exprimée en %

Répétition: nombre moyen de contacts avec un titre auprès des lecteurs du titre

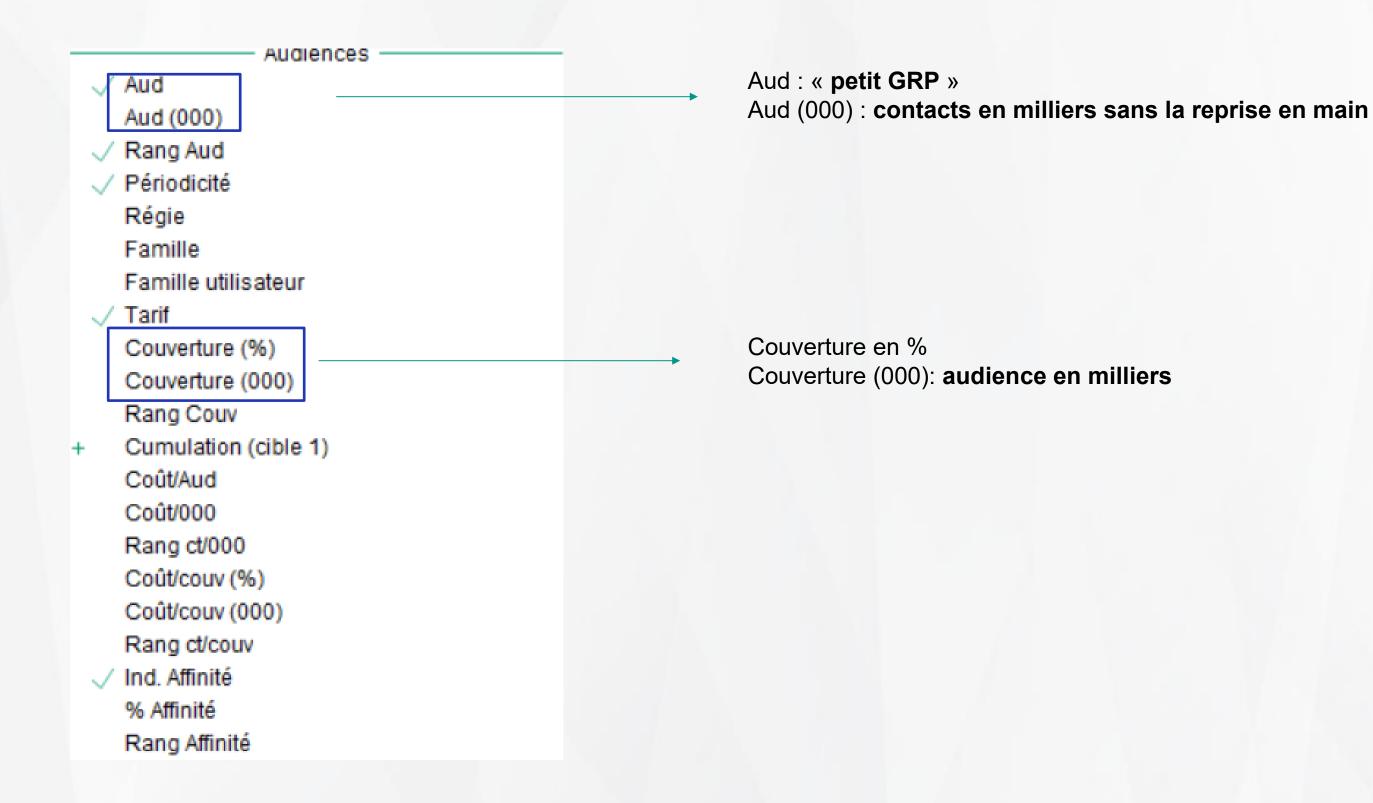
GRP: Couverture x répétition x 100

Depuis 2020 (grâce au panel Tempo), les indicateurs intègrent les Reprises en Main.



DANS LES OUTILS: LES SPECIFICITES

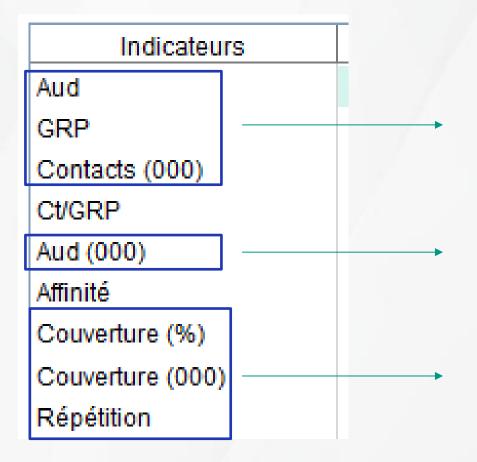
MEDIALAND / ECHELLES





DANS LES OUTILS : LES SPECIFICITES

MEDIALAND / PLAN



Aud: « petit GRP », c'est-à-dire GRP n'incluant pas la Reprise en Main

GRP : GRP avec la Reprise en Main

Contacts (000): contacts en milliers avec la Reprise en Main

Aud (000): contacts en milliers sans la reprise en main

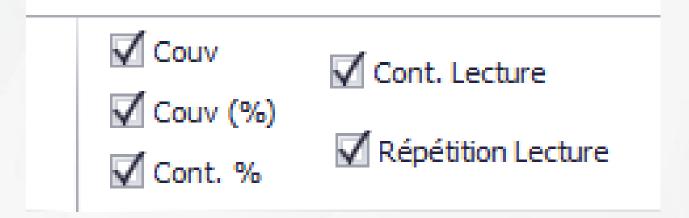
Couverture en %

Couverture (000) : audience en milliers Répétition : inclut les Reprises en Main



DANS LES OUTILS : LES SPECIFICITES

POPPY / ECHELLE



Couv (000): audience en milliers

Couv (%): Couverture en %

Cont. (%): GRP sans la Reprise en Main

Cont. Lecture : contacts en milliers

Répétition Lecture : Répétition inclut les Reprises en Main



DANS LES OUTILS: LES SPECIFICITES

POPPY / PLAN

Cont. Lecture (000)	
Cont. %	
Couv (000)	
Couv (%)	
Répétition Lecture	
Base Brut Achat	
Budget Net Net	
Coût Cont. % Brut	
Contacts (000)	
GRP en %	
Répétition	

Cont. Lecture (000) : contacts en milliers sans les Reprises en Main

Cont. % : GRP sans la Reprise en Main

Couv (000): audience en milliers

Couv (%): Couverture en %

Répétition Lecture : répétition sans les Reprises en Main

Contacts (000): contacts en milliers avec les Reprises en Main

GRP en % : GRP incluant la Reprise en Main

Répétition : répétition incluant les Reprises en Main

