

Paris, le 19 septembre 2016

# ACPM

**ACPM**  
L'ALLIANCE  
POUR LES CHIFFRES  
DE LA PRESSE  
ET DES MÉDIAS

## ONE 2015 -2016 // ONE GLOBAL 2016 V3

### ONE 2015-2016, l'audience de la Presse en France de juillet 2015 à juin 2016

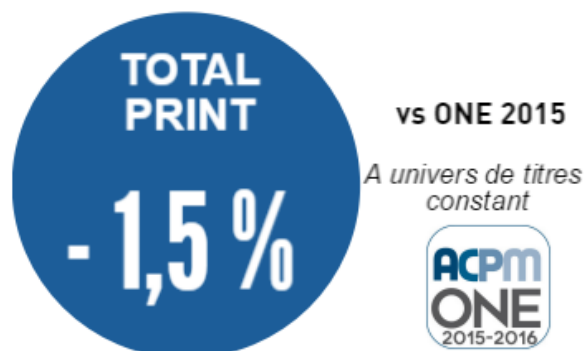
L'ACPM publie les résultats d'audience de la Presse en France métropolitaine sur la période du 1er juillet 2015 au 30 juin 2016. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 35.187 individus représentatifs de la population française des 15 ans ou plus.

### ONE GLOBAL V3 2016, l'audience globale 4 supports des marques de presse ONE 2015-2016 // MNR - Médiamétrie - Données juin 2016

L'ACPM publie la 3ème vague 2016 des résultats d'audience ONE GLOBAL sur les lectures print et numériques des marques de presse. Ces résultats ont été obtenus par une procédure de fusion réalisée à partir de quatre études de référence avec ONE pour le print, le panel Internet ordinateur Médiamétrie//NetRatings, le Panel Internet Mobile et le Panel Tablette de Médiamétrie.

Les résultats print proviennent de l'étude ONE 2015-2016 et les données numériques correspondent aux résultats MNR-Panel Internet Mobile-Panel Tablette Médiamétrie de juin 2016.

L'ACPM attire l'attention des utilisateurs sur les différences méthodologiques de la mesure Internet Mobile depuis la vague 2016 V2. Comme pour toute évolution méthodologique, les nouveaux résultats publiés ne peuvent être comparés aux résultats antérieurs à la vague 2016 V2.



### 1 - AUDIENCE GLOBAL PRINT

Couverture mensuelle du media Presse



de la population française déclare lire la presse papier chaque mois, soit 49,6 millions de lecteurs.

Avec **95%** des Français qui lisent **chaque mois** au moins un quotidien ou un magazine, la presse française est un **média puissant**.

2015 - 2016

**49 557**

en milliers de lecteurs, chaque mois

2015

**49 336**

## ▼ PANIER DE LECTURE VARIE

des Français



Les Français lisent en moyenne **5,5** titres différents, avec en moyenne **1,3** quotidiens et **4,2** magazines.

Les femmes, avec 5,9 titres papier lus en moyenne, se démarquent de l'ensemble. Les possesseurs de tablettes, avec 5,6 titres, lisent également plus que la moyenne. Les "ultra-mobiles", possesseurs de smartphones et tablettes, avec 5,5 titres, lisent autant que la moyenne.



Femmes

**5,9**  
titres



Tablonautes

**5,6**  
titres



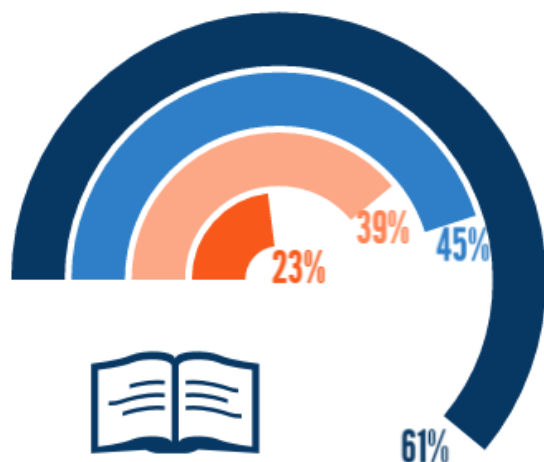
"Ultra-mobiles"

**5,5**  
titres

nombre moyen de titres lus par cible

## ----- COUVERTURE QUOTIDIENNE

du media Presse ▼



Chaque jour, **61%** de la population âgée de 15 ans et plus lit au moins un titre de presse, soit **31,9** millions d'individus.

Ils sont ainsi **45%** à lire au moins un magazine (23,6 millions),

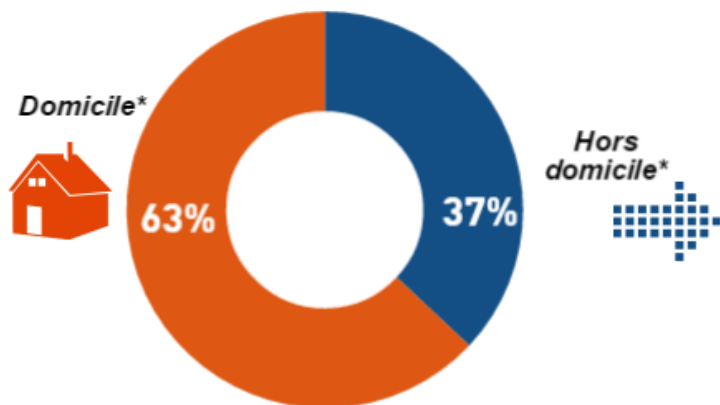
**39%** à lire au moins un quotidien (20,5 millions).

Ils sont **23%** à lire chaque jour à la fois au moins un quotidien et un magazine, soit près d'un Français sur 4 (12,2 millions).

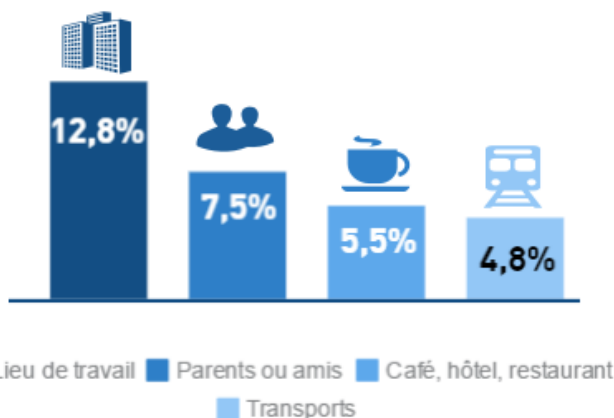
# LIEUX DE LECTURE

du media Presse

Hormis la presse TV, majoritairement consultée au domicile (95%), plus du tiers des lectures (37%) se font hors du domicile.



## Principaux lieux de lecture hors domicile



\* Hors Presse Télévision

## NOMBRE DE REPRISES EN MAIN

selon le media Presse

Presse Quotidienne Régionale



Presse Quotidienne Nationale



Presse Gratuite d'Information



Presse Hebdomadaire Régionale



Magazines Hebdomadaires\*



Magazines Bimensuels\*\*



Magazines Mensuels



Magazines Bimestriels



\* Hors Presse Télévision (8,9 fois pour les hebdomadaires TV)

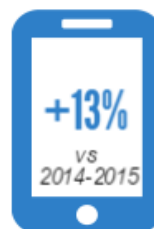
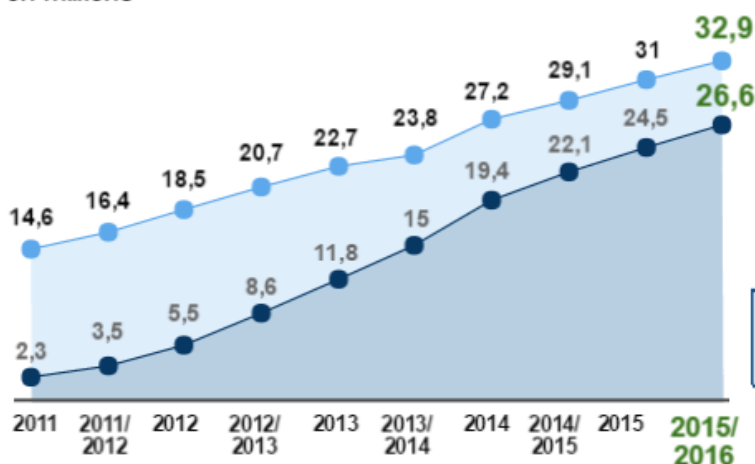
\*\* Hors Presse Télévision (20,3 fois pour les bimensuels TV)

## EVOLUTION DES USAGES NUMERIQUES

des lecteurs de presse papier

### POSSESSEURS DE TABLETTES ET DE SMARTPHONES

en millions



L'équipement en smartphones et tablettes affiche une progression continue. Ce sont ainsi 33 millions de Français qui sont équipés d'un smartphone (63% de la population), et plus d'un français sur 2 est possesseur d'une tablette (27 millions).

Le taux d' "ultra-mobiles" est également en hausse: 40% des Français possèdent à la fois un smartphone et une tablette, contre 37% en 2015.

# TOP 10

Lecteurs en milliers



PQR 66	17 387
TV Magazine	13 156
PHR	7 275
Version Femina	7 018
Télé 7 Jours	5 263
Vies de Famille	4 925
Marmiton	4 564
Télé Z	4 361
Science & Vie	4 084
Télé Loisirs	4 025

## TOP 10 des AUDIENCES DE PRESSE PAR CIBLE

### TOP 10 Hommes



### TOP 10 Femmes



### TOP 10 CSP+



*Hommes*  
Lecteurs en milliers

PQR 66	8 786
TV Magazine	6 105
PHR	3 642
Science & Vie	2 429
L'Equipe du Dimanche	2 405
Version Femina	2 345
Télé 7 Jours	2 339
L'Equipe	2 000
Télé Z	1 990
L'Equipe Magazine	1 903

*Femmes*  
Lectrices en milliers

PQR 66	8 601
TV Magazine	7 051
Version Femina	4 672
Vies de Famille	3 635
PHR	3 633
Cuisine Actuelle	3 117
Marmiton	3 094
Télé 7 Jours	2 924
Femme Actuelle	2 879
Télé Z	2 370

*CSP+*  
Lecteurs en milliers

PQR 66	3 623
TV Magazine	2 350
PHR	1 585
Science & Vie	1 327
20 Minutes	1 307
Vies de Famille	1 274
Marmiton	1 260
Version Femina	1 244
GEO	1 217
Ça M'intéresse	969

## ENTREES ET SORTIES DES TITRES

### Titres entrés dans l'étude:



**1,848,000 lecteurs**  
chaque mois



**1,769,000 lecteurs**  
chaque mois



**629,000 lecteurs**  
chaque mois

### Titres sortis de l'étude:



## 2 - AUDIENCE GLOBALE PRINT + NUMERIQUE



de la population française déclarent lire la presse chaque mois, quels que soient les supports de lecture, soit **50,8 millions** de lecteurs.

L'audience moyenne des marques de Presse est en hausse de **1,3%** par rapport à la vague 2016 V2.

RAPPEL

TOTAL  
Brands  
ONE Global  
**+ 1,3%**

vs ONE Global  
2016 V2

A univers de marques  
constant



Sur la vague de ONE Global 2016 V3: pour **100** lecteurs print :

- le **mobile** apporte en moyenne **13** lecteurs supplémentaires,
- la **tablette** apporte en moyenne **9** lecteurs supplémentaires.

Apport moyen des  
mobiles aux Brands



**+13%**

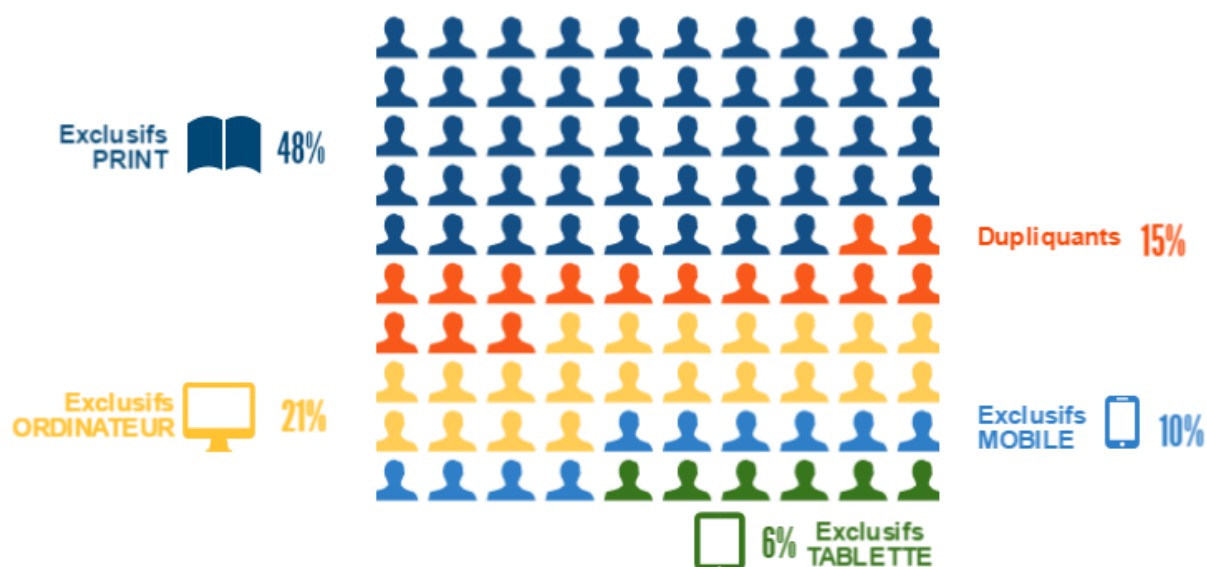
Apport moyen des  
tablettes aux Brands



**+9%**

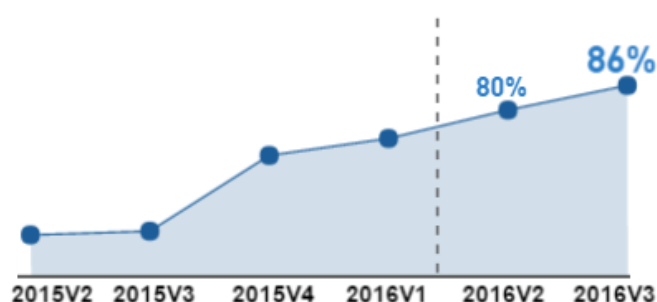
## ▼ RÉPARTITION MOYENNE DES LECTEURS

d'une marque de presse



## APPORT EXCLUSIF MOYEN D'AUDIENCE

du numérique



L'apport exclusif du numérique continue à monter en puissance depuis 2015 V2.

En 2016 V3, pour 100 lecteurs print, le numérique apporte en moyenne 86 lecteurs supplémentaires.

## ▼ LA LECTURE NUMÉRIQUE



des Français, soit **36,9** millions d'individus, lisent au moins une marque de presse en version numérique (ordinateur, mobile ou tablette).

### Focus mobilité

Plus d'un Français lecteur de presse sur 2 (53%) sur mobile ou tablette



**46%** des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur mobile, soit 23,7 millions d'individus.



**25%** des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur tablette, soit 13 millions d'individus.

# LA LECTURE NUMERIQUE SELON LES PROFILS

Exclusifs smartphones

20%



des femmes de 15-24 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile.

"Ultra-mobiles"

25%



des CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur mobile ET sur tablette.

35%



des hommes CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur tablette.

32%



des 25-34 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile OU sur tablette

Tablonautes

Exclusifs mobiles

## RÉPARTITION DES LECTURES

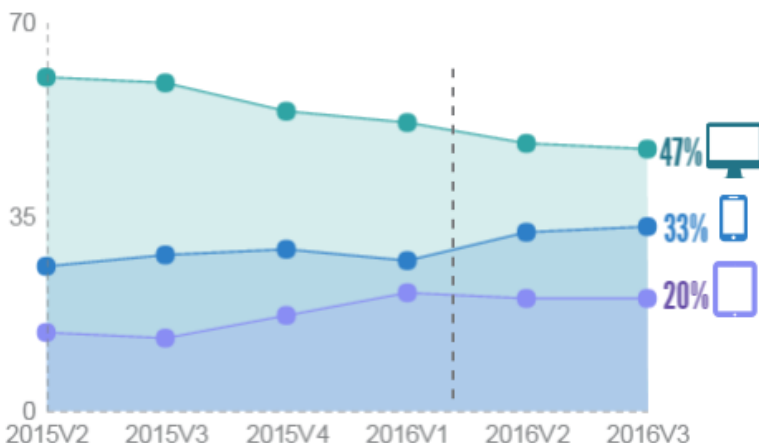
par mode de consultation

Les lectures de presse en version papier représentent 51% des lectures, contre 49% pour les lectures numériques (ordinateur, mobile ou tablette).



## ÉVOLUTION DE REPARTITION

des lectures numériques



Les lectures en mobilité pèsent plus de la moitié des lectures numériques des marques de presse.

La stabilité des lectures numériques par rapport à la vague précédente se confirme dans cette vague d'enquête ONE Global 2016 V3.

## TOP 20

Brand  
ONE Global  
2016 V3  
(en millier)

BRAND  
30 Jours



PQR 66	43 362
Le Monde	20 594
20 Minutes	20 214
L'Equipe	19 625
Le Figaro	19 251
Télé Loisirs	18 527
Le Parisien Aujourd'hui en France	17 867
Femme Actuelle	17 489
L'Express	14 959
PHR	14 457
Marmiton	13 285
L'Obs	12 583
Paris Match	12 576
Télé 7 Jours	12 112
Ouest-France	11 436
Voici	11 074
Elle	10 725
Version Femina	10 542
Le Point	10 077
Closer	10 052

## TOP 10 des marques de presse sur les devices numériques

Les 10 premières marques de presse sont toutes au-dessus des 5 millions de lecteurs sur ordinateur, 3,6 millions de lecteurs sur mobile. Quant à la tablette, les 10 premières marques de presse sont consultées par au moins 2,5 millions de lecteurs.



Ordinateur

### TOP 10

Lecteurs sur ordinateur

ONE Global  
2016V3  
(en millier)

PQR 66	16 255
Le Monde	8 472
Le Figaro	8 322
L'Equipe	6 887
20 Minutes	6 851
Le Parisien Aujourd'hui en France	6 500
L'Express	6 160
Télé Loisirs	6 150
Marmiton	5 615
L'Obs	5 096



Mobile

### TOP 10

Lecteurs sur mobile

ONE Global  
2016V3  
(en millier)

PQR 66	12 384
L'Equipe	7 544
Le Monde	7 332
Télé Loisirs	6 912
20 Minutes	6 352
Le Parisien Aujourd'hui en France	5 820
Le Figaro	5 776
L'Express	3 847
L'Obs	3 672
Marmiton	3 634



Tablette

### TOP 10

Lecteurs sur tablette

ONE Global  
2016V3  
(en millier)

PQR 66	6 793
Marmiton	3 682
L'Equipe	3 382
Le Monde	3 227
Télé Loisirs	3 201
20 Minutes	3 145
Le Figaro	3 090
L'Express	2 545
Femme Actuelle	2 475
Le Parisien Aujourd'hui en France	2 460



# PRÉSENTATION DE L'ETUDE ONE

L'étude ONE est l'étude d'audience de référence de la Presse en France. Elle est réalisée par l'ACPM à la demande de toutes les familles de Presse, des annonceurs et des agences média. Elle étudie plus de 200 titres de presse et agrégats (regroupements de titres).

Les deux instituts partenaires de l'ACPM, IPSOS Connect et KANTAR TNS ont réalisé 35.187 interviews du 1er juillet 2015 au 30 juin 2016 auprès d'une population de 15 ans ou plus résidant en France, soit près de 100 interviews par jour ou près de 3.000 interviews par mois en moyenne.

L'étude ONE c'est aussi une méthodologie innovante qui combine le recrutement et la qualification par téléphone et l'interrogation via un lien Internet ou en face à face.

La note méthodologique ainsi que la description détaillée de la population de référence sont disponibles en téléchargement sur le site [www.acpm.fr](http://www.acpm.fr).

L'étude ONE, en tant qu'étude d'audience de référence, est contrôlée et auditée par le CESP.



**KANTAR TNS**



## DEFINITION DES INDICATEURS

**Lecture Dernière Période (LDP) :** Nombre de lecteurs d'au moins un numéro d'un titre de presse en papier ou en pdf pendant une période de temps correspondant à sa périodicité (un jour pour les quotidiens, une semaine pour les hebdomadaires, 15 jours pour les bimensuels, 30 jours pour les mensuels, etc.). La LDP se calcule à partir de la Date de Dernière Lecture.

**Lecture au Numéro Moyen (LNM) :** Nombre moyen de lecteurs par numéro au cours des 7 derniers jours. Cet indicateur se calcule à partir des réponses aux questions sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les n derniers numéros parus en version papier et sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les n derniers numéros parus en version pdf. Cet indicateur est utilisé par la Presse Quotidienne.

**Couverture Mensuelle :** Nombre d'individus (exprimé en milliers ou en pourcentage de la population étudiée) ayant déclaré avoir lu un titre de presse au moins une fois au cours du dernier mois écoulé.

## PRÉSENTATION DE L'ETUDE ONE GLOBAL

ONE Global est le résultat d'une fusion des données d'audience Print de ONE avec les données Médiamétrie/NetRatings de l'Internet Fixe, du panel Internet Mobile et du panel Tablette de Médiamétrie.

La méthode de fusion a été établie et validée par l'ACPM et Médiamétrie avec le soutien méthodologique du CESP. La production de cette fusion est réalisée par Médiamétrie.

Cette approche constitue une base de données unique pour mesurer l'audience globale sur cibles et planifier des dispositifs sur les différentes plateformes print et numériques des marques de presse étudiées dans ONE.

L'étude ONE reste l'étude de référence de la presse.

Les résultats ONE Global sont publiés 4 fois par an avec une mise à jour des données ONE Print 2 fois par an et une mise à jour des données numériques MNR-Médiamétrie à chaque publication.

## PROCHAINE PUBLICATION

ONE GLOBAL2016 V4 (ONE 2015-2016/MNR-Médiamétrie - données octobre 2016) : 19 janvier 2017

Source Etude ONE : ACPM, Etude ONE 2015-2016, Copyright ACPM

Source Etude ONE GLOBAL : ACPM ONE GLOBAL - produit par Médiamétrie, basé sur les données ACPM ONE 2015-2016  
MEDIAMETRIE//NETRATINGS - MEDIAMETRIE - Données juin 2016, Copyright ACPM

# L'AUDIENCE DES QUOTIDIENS (1/2)



	2015-2016					2015
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Agrégats de Presse Quotidienne ( LNM /LDP )</b>						
PQR 66 <sup>1</sup> (LNM)	17 387	33,4	8 786	8 601	3 623	17 767
PQR du 7ème jour <sup>2</sup> (LDP)	15 235	29,3	7 726	7 509	3 128	15 662
PQN <sup>3</sup> /PGI <sup>4</sup> (LNM)	13 192	25,3	7 502	5 690	4 263	11 134
<i>dont : PQN (LNM)</i>	7 894	15,2	4 844	3 050	2 483	8 022
<i>dont : PGI (LNM)<sup>4</sup></i>	4 702	9,0	2 360	2 341	1 622	4 721
PQN du 7ème jour <sup>5</sup> (LDP)	4 721	9,1	3 235	1 486	1 253	4 642
PHR (LDP) <sup>6</sup>	7 275	14,0	3 642	3 633	1 585	7 184

PQR <sup>7</sup> (LNM)						
Ouest France	2 417	4,6	1 168	1 250	515	2 467
Sud Ouest	1 114	2,1	583	531	232	1 092
La Voix du Nord	1 040	2,0	551	489	212	1 004
Le Dauphiné*	964	1,9	497	467	208	963
Le Progrès*	761	1,5	412	349	180	770
La Dépêche du Midi	715	1,4	372	343	156	725
Midi Libre	618	1,2	307	312	130	634
La Nouvelle République	608	1,2	294	314	127	644
Le Télégramme	608	1,2	283	324	126	631
La Montagne	607	1,2	287	320	115	629
La Provence	600	1,2	320	280	145	613
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	545	1,0	275	270	109	558
L'Est Républicain*	540	1,0	263	277	108	536
Le Républicain Lorrain	480	0,9	229	251	90	458
L'Union / L'Ardenne*	376	0,7	191	185	62	387
Nice Matin*	353	0,7	181	171	90	366
Le Courrier de l'Ouest	339	0,7	176	163	53	339
Le Courrier Picard	321	0,6	173	148	64	318
Var Matin	248	0,5	119	129	55	272
L'Alsace	237	0,5	132	105	64	276
Paris Normandie	231	0,4	115	115	43	228
Le Journal de Saône-et-Loire	230	0,4	112	118	38	218
L'Indépendant	223	0,4	116	107	43	247
Le Bien Public	172	0,3	91	82	33	187
Corse Matin	162	0,3	82	80	38	156
Charente Libre	160	0,3	75	85	36	153
Le Populaire du Centre	143	0,3	60	84	27	148
Vosges Matin	140	0,3	69	72	22	138
Le Berry Républicain	120	0,2	56	63	18	110
L'Yonne Républicaine	119	0,2	57	62	22	128
Le Journal du Centre	100	0,2	43	57	13	119
L'Est Eclair	93	0,2	49	44	16	-
Le Journal de la Haute-Marne	89	0,2	46	43	17	82

<sup>1</sup> PQR66: couplage de l'ensemble des titres de Presse Quotidienne

<sup>2</sup> PQR du 7ème jour : Presse Quotidienne Régionale du 7ème jour

<sup>3</sup> PQN: Presse Quotidienne Nationale

<sup>4</sup> PGI: Presse Gratuite d'Information (les titres de la PGI sont mesurés sur leurs zones de diffusion)

<sup>5</sup> PQN du 7ème jour : Presse Quotidienne Nationale du 7ème jour

<sup>6</sup> PHR: Presse Hebdomadaire Régionale

<sup>7</sup> PQR: Presse Quotidienne Régionale

\* Couplage

# L'AUDIENCE DES QUOTIDIENS (2/2)



	2015-2016					2015
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>PQR du 7ème jour (LDP)</b>						
Dimanche Ouest France	1 710	3,3	848	862	360	1 728
Le Dauphiné Dimanche*	1 183	2,3	559	624	251	1 161
La Voix du Nord, édition du lundi	1 177	2,3	632	545	247	1 129
Sud Ouest Dimanche	1 133	2,2	557	576	238	1 100
Le Progrès Dimanche*	1 037	2,0	550	487	241	1 014
La Dépêche du Dimanche	796	1,5	415	382	156	830
Midi Libre Dimanche	774	1,5	409	365	151	759
La Provence Dimanche	623	1,2	308	315	134	675
La Montagne Dimanche	585	1,1	277	308	105	617
Le Républicain Lorrain Lundi Matin	546	1,0	269	277	109	505
Le Télégramme du Dimanche	509	1,0	237	271	91	535
Les Dernières Nouvelles du Lundi	497	1,0	259	238	120	527
Nice Matin Dimanche*	375	0,7	166	209	90	412
La Nouvelle République du Dimanche	373	0,7	196	177	78	382
Le Courrier Picard Dimanche	371	0,7	206	165	75	354
L'Union / l'Ardennais Dimanche*	331	0,6	180	150	53	340
Var Matin Dimanche	292	0,6	138	154	72	343
L'indépendant Dimanche	247	0,5	135	113	55	285
Corse Matin Dimanche	183	0,4	98	84	43	182
<b>PQN / PGI (LNM)</b>						
20 Minutes <sup>1</sup>	3 765	7,2	1 889	1 877	1 307	3 747
Direct Matin National <sup>1/ 2</sup>	2 385	4,6	1 197	1 187	815	2 515
L'Equipe	2 344	4,5	2 000	344	734	2 363
Le Monde	2 313	4,4	1 276	1 037	875	2 308
Le Parisien / Aujourd'hui en France*	2 222	4,3	1 257	964	622	2 381
Le Figaro	1 591	3,1	924	667	484	1 526
Direct Matin Ile de France <sup>1</sup>	1 388	2,7	708	680	524	1 485
Libération	923	1,8	528	395	392	979
Les Echos	566	1,1	388	179	274	560
La Croix	474	0,9	259	216	99	476
L'Humanité	363	0,7	242	121	98	399
<b>PQN du 7ème jour (LDP)</b>						
L'Equipe du Dimanche	2 948	5,7	2 405	543	867	2 892
Le Parisien Dimanche/Aujourd'hui en France Dimanche*	1 627	3,1	968	658	389	1 691
Le Journal du Dimanche	1 033	2,0	538	494	264	1 070
<b>PHR (LDP)</b>						
PHR National*	6 469	12,4	3 115	3 354	1 346	6 484
La Manche Libre	280	0,5	134	146	45	-

<sup>1</sup> PGI: Presse Gratuite d'Information (les titres de la PGI sont mesurés sur leurs zones de diffusion)

<sup>2</sup> L'audience de cet agrégat correspond à l'audience dédoublée des différentes éditions de Direct Matin, y compris de Direct Matin Ile de France.

\* Couplage

# L'AUDIENCE DES MAGAZINES (1/3)



	2015-2016					2015
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Magazines Hebdomadaires (LDP)</b>						
TV Magazine*	13 156	25,3	6 105	7 051	2 350	13 620
Version Femina*	7 018	13,5	2 345	4 672	1 244	7 369
Télé 7 Jours	5 263	10,1	2 339	2 924	964	5 284
Télé Z	4 361	8,4	1 990	2 370	697	4 291
Télé Loisirs	4 025	7,7	1 880	2 145	825	4 123
Femme Actuelle	3 695	7,1	816	2 879	711	3 885
Paris Match	3 462	6,6	1 290	2 172	786	3 412
Télé Star	3 051	5,9	1 283	1 769	602	3 208
Voici	2 572	4,9	714	1 858	543	2 710
Télérama	2 434	4,7	1 146	1 288	922	2 436
Closer	2 412	4,6	633	1 778	563	2 575
L'Equipe Magazine	2 282	4,4	1 903	379	634	2 194
L'Obs	2 041	3,9	1 054	987	641	2 128
Auto Plus	1 965	3,8	1 553	412	574	2 017
L'Express	1 953	3,7	1 099	853	612	2 084
Le Point	1 926	3,7	1 050	876	569	2 069
M, le Magazine du Monde	1 918	3,7	953	964	615	1 953
Elle	1 897	3,6	336	1 561	541	1 883
Gala	1 812	3,5	420	1 392	426	1 826
Public	1 806	3,5	421	1 385	416	1 862
Télé Poche	1 758	3,4	830	928	263	1 752
Maxi	1 756	3,4	318	1 438	232	1 822
Le Figaro Magazine	1 642	3,2	792	851	387	1 684
Télécâble Sat Hebdo	1 615	3,1	902	713	293	1 708
Le Parisien Magazine/Aujourd'hui en France Magazine*	1 302	2,5	736	565	319	1 381
France Football	1 263	2,4	1 098	165	295	1 354
Madame Figaro	1 226	2,4	407	819	248	1 283
Ici Paris	1 151	2,2	358	793	153	1 138
Rustica	1 106	2,1	448	658	216	1 139
Marianne	1 077	2,1	671	407	337	1 097
Courrier International	1 063	2,0	567	496	446	1 060
France Dimanche	990	1,9	297	693	90	1 059
Nous Deux	989	1,9	198	791	98	1 003
Télé Magazine	718	1,4	338	380	117	866
VSD	711	1,4	330	381	170	797
Pèlerin	648	1,2	286	362	75	663
Challenges	632	1,2	410	222	189	661
Grazia	558	1,1	95	463	175	603
Les Inrockuptibles	550	1,1	316	234	242	523
La Vie	499	1,0	202	296	84	469
A Nous Réseau <sup>1</sup>	499	1,0	205	293	199	485
Stylist <sup>2</sup>	488	0,9	81	408	164	443

<sup>1</sup> L'audience de ce couplage correspond à l'audience dédoublée des 4 éditions du titre "A Nous" (A Nous Paris, A Nous Lille, A Nous Lyon et A Nous Aix-Marseille)

<sup>2</sup> Le titre Stylist est distribué dans 10 villes et est mesuré sur ses zones de diffusion

\* Couplage

# L'AUDIENCE DES MAGAZINES (2/3)



	2015-2016					2015
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Magazines Bimensuels (LDP)</b>						
Télé 2 Semaines	3 205	6,2	1 309	1 896	620	3 213
TV Grandes Chaînes	2 088	4,0	882	1 207	415	2 194
O1net	1 617	3,1	1 258	358	555	1 604
L'Auto-Journal	1 230	2,4	1 033	197	406	1 251
L'Argus	1 124	2,2	851	273	369	1 126
Gourmand	664	1,3	217	447	163	378

<b>Magazines Mensuels (LDP)</b>						
Science & Vie	4 084	7,8	2 429	1 655	1 327	3 948
Cuisine Actuelle	4 006	7,7	889	3 117	945	3 993
GEO	3 681	7,1	1 791	1 890	1 217	3 673
Notre Temps	3 145	6,0	887	2 259	281	3 151
Santé Magazine	2 989	5,7	756	2 233	654	2 954
Ça M'Intéresse	2 920	5,6	1 344	1 576	969	2 942
Sciences et Avenir	2 769	5,3	1 670	1 098	934	2 718
Top Santé	2 710	5,2	681	2 029	581	2 659
Modes & Travaux	2 421	4,6	403	2 018	578	2 437
Auto Moto	2 331	4,5	1 889	442	606	2 238
Pleine Vie	2 323	4,5	540	1 783	233	2 361
Télé 7 Jeux	2 234	4,3	874	1 360	445	2 328
Psychologies Magazine	2 178	4,2	620	1 559	836	2 242
Marie Claire	2 157	4,1	330	1 827	653	2 306
National Geographic	2 136	4,1	1 288	848	644	2 077
Pomme D'Api*	1 848	3,5	513	1 335	675	-
Femme Actuelle Jeux	1 840	3,5	468	1 372	287	1 882
L'Automobile Magazine	1 822	3,5	1 525	297	549	1 914
Popi*	1 769	3,4	494	1 275	640	-
Le Particulier	1 734	3,3	905	829	388	1 689
Prima	1 652	3,2	214	1 439	394	1 742
Avantages	1 597	3,1	212	1 385	470	1 625
Dossier Familial	1 527	2,9	585	942	343	1 416
Capital	1 516	2,9	896	620	572	1 578
Mon Jardin & ma Maison	1 435	2,8	443	993	354	1 540
Le Chasseur Français	1 431	2,7	868	563	254	1 470
Cosmopolitan	1 398	2,7	195	1 204	482	1 462
Vogue	1 346	2,6	284	1 062	295	1 311
Jeux Vidéo Magazine	1 332	2,6	1 106	226	232	1 397
L'Ami des Jardins & de la Maison	1 203	2,3	408	795	244	1 257
Bien-Être & Santé	1 187	2,3	315	872	198	1 427
Système D	1 155	2,2	678	477	339	1 121
Glamour	1 041	2,0	144	897	324	1 038
Marie France	941	1,8	159	782	261	1 019
Alternatives Economiques	831	1,6	470	361	329	853
Mieux Vivre Votre Argent	791	1,5	513	279	269	831
Biba	790	1,5	106	684	303	826

\* Titré étudié sur la période du 1er janvier au 30 Juin 2016 ayant fait l'objet d'une modélisation

# L'AUDIENCE DES MAGAZINES (3/3)



	2015-2016					2015
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Magazines Mensuels (LDP)</b>						
Réponse à Tout I	784	1,5	369	415	201	849
Première	783	1,5	432	351	304	838
Sport Auto	712	1,4	648	65	164	711
So Foot*	629	1,2	513	116	242	-
Studio Magazine - Ciné Live	602	1,2	371	231	207	649
Rock and Folk	525	1,0	372	153	210	513
GQ	525	1,0	373	151	229	491
Vanity Fair	520	1,0	149	371	195	497
Management	514	1,0	312	203	271	504
Le Revenu Placements	416	0,8	288	127	118	451
L'Expansion	385	0,7	237	149	140	380
<b>Magazines Bimestriels (LDP)</b>						
Marmiton	4 564	8,8	1 469	3 094	1 260	4 279
Art & Décoration	2 759	5,3	899	1860	849	2 625
Maison et Travaux	2 740	5,3	997	1 743	859	2 685
Elle Décoration	2 056	3,9	416	1640	699	2 089
Marie Claire Maison	1 787	3,4	303	1 484	616	1 837
Parents	1 785	3,4	393	1392	538	1 901
Maxi Cuisine	1 717	3,3	291	1 426	360	1 668
Marie Claire Idées	1 493	2,9	208	1285	522	1 684
Détente Jardin	1 461	2,8	559	902	325	1 430
Cuisine et Vins de France	1 240	2,4	531	709	395	1 235
Le Journal de la Maison	1 177	2,3	282	894	440	1 204
Elle à Table	1 159	2,2	213	946	397	1 088
Maison Créative	1 132	2,2	266	866	336	1 145
Famille et Education	1 123	2,2	332	790	427	1 083
Maisons Côté Sud	936	1,8	275	661	388	844
Maisons Côté Ouest	775	1,5	231	544	334	770
Régal	742	1,4	192	549	227	674
Famili Magicmaman	717	1,4	92	626	210	937
Détours en France	710	1,4	288	422	191	692
Campagne Décoration	699	1,3	161	538	225	744
AD Architectural Digest	540	1,0	247	293	276	554
<b>Magazines Trimestriels (LDP)</b>						
Vies de Famille	4 925	9,5	1 290	3 635	1 274	2 967
Du Côté de Chez Vous	3 059	5,9	1358	1701	924	5 297

\* Titré étudié sur la période du 1er janvier au 30 juin 2016 ayant fait l'objet d'une modélisation

# AUDIENCES MENSUELLES ACPM ONE GLOBAL (1/2)

## Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et + ; Panel Tablette, 15 ans et +)



Brand One Global <sup>1</sup>  ONE 2015-2016//MNR juin 2016// Panel Internet Mobile juin 2016// Panel Tablette juin 2016	ONE Global V3 2016					ONE Global V2 2016
	Brand ONE Global <sup>2</sup> 30 jours	Dont Print <sup>3</sup> 30 jours	Dont Ordinateur <sup>4</sup> 30 jours	Dont Mobile <sup>5</sup> 30 jours	Dont Tablette <sup>6</sup> 30 jours	Brand ONE Global <sup>7</sup> 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66	43 362	37 374	16 255	12 384	6 793	42 954
Le Monde	20 594	9 802	8 472	7 332	3 227	19 465
20 Minutes	20 214	10 286	6 851	6 352	3 145	19 071
L'Equipe	19 625	9 842	6 887	7 544	3 382	16 671
Le Figaro	19 251	8 478	8 322	5 776	3 090	19 429
Télé Loisirs	18 527	7 006	6 150	6 912	3 201	19 342
Le Parisien Aujourd'hui en France	17 867	8 062	6 500	5 820	2 460	17 167
Femme Actuelle	17 489	12 913	3 611	1 725	2 475	18 157
L'Express	14 959	6 070	6 160	3 847	2 545	15 029
PHR	14 457	12 909	2 212	-	-	13 843
Marmiton	13 285	3 214	5 615	3 634	3 682	14 868
L'Obs	12 583	4 751	5 096	3 672	1 685	13 358
Paris Match	12 576	10 927	1 321	656	510	12 796
Télé 7 Jours	12 112	9 538	1 490	1 227	1 082	12 570
Ouest-France	11 436	5 712	4 226	2 179	1 460	11 400
Voici	11 074	8 695	1 938	497	1 041	11 596
Elle	10 725	7 029	2 313	1 591	1 347	11 003
Version Femina	10 542	10 322	183	-	-	10 924
Le Point	10 077	5 278	3 012	2 623	1 186	10 141
Closer	10 052	7 173	2 181	1 082	713	11 203
Gala	8 540	6 589	1 592	409	649	8 378
Les Echos	8 222	2 901	3 559	2 073	989	7 991
Libération	8 122	4 887	2 191	1 451	1 063	7 965
Télé Star	8 107	4 914	1 834	1 316	895	8 782
Direct Matin	7 883	6 546	894	787	323	7 140
Public	7 833	4 810	1 900	1 604	726	7 474
Auto Plus	7 447	5 902	1 282	575	406	7 111
Télérama	6 378	3 987	1 406	1 111	721	6 273
Sud Ouest	5 851	2 946	2 004	1 098	789	5 520
La Dépêche du Midi	5 659	2 003	2 336	1 310	728	5 248
Top Santé	5 656	2 710	1 454	1 198	665	5 163
Maxi	5 644	5 304	292	-	-	5 627
Marie Claire	5 512	2 973	1 565	814	769	5 758
La Voix du Nord	5 458	2 655	1 764	1 231	664	5 034
Télé 2 Semaines	5 227	4 113	778	218	279	5 510
Le Dauphiné	4 847	2 743	1 258	804	637	4 126
Notre Temps	4 389	3 145	924	-	373	4 538
Geo	4 209	3 681	510	-	-	4 027
Rustica	4 197	2 869	1 014	350	265	3 940
Marianne	4 178	3 200	656	357	385	3 759
Sciences et Avenir	3 997	2 769	762	538	297	3 872
Auto-Moto	3 832	2 331	1 415	113	-	-
Challenges	3 767	1 606	1 103	1 007	476	4 097
Le Progrès	3 760	2 223	1 195	518	316	3 296
Courrier International	3 754	2 891	648	339	233	3 568

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2015-2016 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données juin 2016

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

4 Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR juin 2016)

5 Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie juin 2016)

6 Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie juin 2016)

7 Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données mars 2016

# AUDIENCES MENSUELLES ACPM ONE GLOBAL (2/2)

## Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et + ; Panel Tablette, 15 ans et +)



Brand One Global <sup>1</sup> ONE 2015-2016//MNR juin 2016// Panel Internet Mobile juin 2016// Panel Tablette juin 2016	ONE Global V3 2016					ONE Global V2 2016
	Brand ONE Global <sup>2</sup> 30 jours	Dont Print <sup>3</sup> 30 jours	Dont Ordinateur <sup>4</sup> 30 jours	Dont Mobile <sup>5</sup> 30 jours	Dont Tablette <sup>6</sup> 30 jours	Brand ONE Global <sup>7</sup> 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Santé Magazine	3 669	2 989	384	224	155	3 621
Psychologies Magazine	3 577	2 178	782	553	346	3 671
Famili Magic Maman	3 557	512	1 091	1 386	950	4 010
Cosmopolitan	3 333	1 398	1 189	660	366	3 542
France Football	3 326	2 685	405	454	100	3 183
Midi Libre	3 295	1 873	912	618	339	3 071
Les Inrockuptibles	3 259	1 634	1 181	603	277	2 824
Grazia	3 057	1 902	726	348	336	3 514
Le Journal du Dimanche	3 037	2 045	660	211	331	2 809
Le Particulier	3 018	1 734	930	224	324	2 824
La Nouvelle République	2 986	1 501	1 176	472	337	2 507
Parents	2 941	1 137	858	568	663	3 093
Capital	2 879	1 516	982	148	409	2 732
Le Télégramme	2 829	1 427	844	514	367	2 410
L'Est Républicain	2 754	1 281	960	449	347	2 337
La Provence	2 608	1 784	481	475	214	2 269
Côté Maison	2 496	878	1 054	163	503	2 543
La Croix	2 243	1 503	666	141	95	2 040
La Montagne	2 037	1 280	486	241	297	2 198
Prima	1 989	1 652	270	-	-	2 293
L'Indépendant	1 913	1 181	378	379	197	1 860
Glamour	1 893	1 041	400	406	224	1 619
Les DNA	1 853	1 118	551	323	116	1 804
Le Républicain Lorrain	1 803	1 035	401	232	389	1 609
Biba	1 766	790	471	296	271	-
Système D	1 601	1 155	373	-	-	1 843
Première	1 594	783	586	85	238	1 465
Le Courrier Picard	1 540	940	362	294	-	1 389
Paris Normandie	1 516	838	390	-	233	1 391
GQ	1 485	525	413	425	243	1 310
Nice Matin	1 478	952	340	269	-	1 303
L'Alsace	1 366	771	365	287	-	1 312
Le Courrier de l'Ouest	1 315	847	310	134	-	1 160
L'Union / l'Ardennais	1 273	851	274	186	-	1 418
Marie-France	1 161	941	114	-	-	-
Var Matin	1 133	707	265	-	-	1 085
Le Journal de Saône et Loire	969	514	379	-	-	779
Le Bien Public	853	431	321	-	-	1 051
Le Populaire du Centre	735	312	243	243	-	-
Charente Libre	726	356	283	-	-	858
Vosges Matin	674	313	249	-	-	-
Corse Matin	602	315	206	-	-	-
Le Berry Républicain	568	262	207	-	-	-
L'Yonne Républicaine	558	283	202	-	-	-
Le Journal du Centre	391	251	103	-	-	-

<sup>1</sup> Voir composition des marques de presse ci-après

<sup>2</sup> Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2015-2016 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données juin 2016

<sup>3</sup> Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

<sup>4</sup> Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR juin 2016)

<sup>5</sup> Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie juin 2016)

<sup>6</sup> Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie juin 2016)

<sup>7</sup> Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données mars 2016



# COMPOSITION DES BRANDS (1/3)



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
20 Minutes	20 Minutes					Brand 20 Minutes	
L'Alsace	L'Alsace	L'Alsace Lundi	TV Magazine L'Alsace			Brand L'Alsace	
Auto Moto	Auto Moto					Brand Auto Moto	
Auto Plus	Auto Plus					Brand Auto Plus	
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public			Brand Le Bien Public	
Biba	Biba					Brand Biba	
Capital	Capital					Brand Capital	
Challenges	Challenges					Brand Challenges	
La Charente Libre	La Charente Libre	TV Magazine Charente Libre				Brand La Charente Libre	
Closer	Closer					Brand Closer	
Cosmopolitan	Cosmopolitan					Brand Cosmopolitan	
Côté Maison	Maisons Côté Ouest	Maisons Côté Sud	Maisons Côté Est			Brand Côté Maison	
Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest Dimanche	TV Magazine Ouest			Brand Le Courrier de l'Ouest	
Courrier International	Courrier International					Brand Courrier International	
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Dimanche	TV Magazine Courrier Picard			Brand Le Courrier Picard	
La Croix	La Croix					Brand La Croix	
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré	Le Dauphiné Libéré Dimanche	TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche			Brand Le Dauphiné	
	Vaucluse Matin	Vaucluse Matin Dimanche	TV Magazine Vaucluse Matin - Le Dauphiné Libéré				
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi	La Dépêche du Dimanche	TV Magazine La Dépêche du Dimanche			Brand La Dépêche du Midi	
Direct Matin	Direct Matin National					Brand Direct Matin	
Les DNA / Les Dernières Nouvelles	Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace du lundi	TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace			Brand Dernières Nouvelles	
Les Echos	Les Echos, le quotidien de l'économie	Enjeux les Echos				Brand Les Echos	
Elle	Elle	Elle Décoration	Elle à Table			Brand Elle	
L'Equipe	L'Equipe	L'Equipe Dimanche	L'Equipe Magazine			Brand L'Equipe	
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain	TV Magazine L'Est Républicain			Brand L'Est Républicain	
	Le Pays	Le Pays Lundi					
L'Express	L'Express					Brand L'Express	
Famili Magic Maman	Famili Magic Maman					Brand Magic Maman	
Femme Actuelle	Femme Actuelle	Femme Actuelle Jeux	Cuisine Actuelle			Brand Femme Actuelle	
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro		Brand Le Figaro	
France Football	France Football					Brand France Football	
Gala	Gala					Brand Gala	

## COMPOSITION DES BRANDS (2/3)



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
GEO	GEO					Brand GEO	
Glamour	Glamour					Brand Glamour	
GQ	GQ					Brand GQ	
Grazia	Grazia					Brand Grazia	
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles					Brand Les Inrockuptibles	
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimanche	TV Magazine L'Indépendant			Brand L'Indépendant	
Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire Dimanche	TV Magazine Saône et Loire Dimanche			Brand Le Journal de Saône et Loire	
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche					Brand Le Journal du Dimanche	
Libération	Libération					Brand Libération	
Marianne	Marianne					Brand Marianne	
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison			Brand Marie Claire	
Marie France	Marie France					Brand Marie France	
Marmiton	Marmiton					Brand Marmiton	
Maxi	Maxi	Maxi Cuisine				Brand Maxi	
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, Midi Libre Dimanche			Brand Midi Libre	
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde				Brand Le Monde	
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France			Brand La Montagne	
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin			Brand Nice Matin	
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche					
Notre Temps	Notre Temps					Brand Notre Temps	
L'Obs	L'Obs					Brand L'Obs	
La Nouvelle République	La Nouvelle République	La Nouvelle République du Dimanche	TV Magazine la Nouvelle République - Centre Presse	TV Magazine La Nouvelle République		Brand La Nouvelle République	
Ouest-France	Ouest France	Dimanche Ouest France	TV Magazine Ouest			Brand Ouest France	
Parents	Parents					Brand Parents	
Paris Match	Paris Match					Brand Match	
Paris Normandie	Paris Normandie	Normandie Dimanche	TV Magazine Paris Normandie	TV Magazine, Paris Normandie		Brand Paris Normandie	
Le Parisien / Aujourd'hui en France	Le Parisien / Aujourd'hui en France	Le Parisien Dimanche / Aujourd'hui en France	TV Magazine le Parisien	Le Parisien Magazine / Aujourd'hui en France		Brand Le Parisien	
Le Particulier	Le Particulier					Brand Le Particulier	



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
PHR	PHR					Pack PHR	
Le Point	Le Point					Brand Le Point	
PQR 66	PQR 66	7ème jour PQR 66	TV Magazine sauf le figaro			Pack PQR 66	
Première	Première					Brand Première	
Prima	Prima					Brand Prima	
Le Progrès	Le Progrès	Le Progrès Dimanche	TV Magazine Le Progrès			Brand Le Progrès	
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune				
	Le Progrès-Les Dépêches		TV Magazine Le Progrès - Les				
La Provence	La Provence	La Provence Dimanche	TV Magazine La Provence			Brand La Provence	
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine					Brand Psychologies	
Public	Public					Brand Public	
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Lundi	TV Magazine Le Républicain Lorrain			Brand Le Républicain Lorrain	
La République du Centre	La République du Centre	La République du Centre Dimanche	TV Magazine La République du Centre			Brand La République du Centre	
Rustica	Rustica					Brand Rustica	
Santé Magazine	Santé Magazine					Brand Santé Magazine	
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir					Brand Sciences et Avenir	
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche			Brand Sud Ouest	
Système D	Système D					Brand Système D	
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines					Brand Télé 2 semaines	
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux				Brand Télé 7 Jours	
Télé Loisirs	Télé Loisirs					Brand Télé Loisirs	
Télé Star	Télé Star					Brand Télé Star	
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme			Brand Le Télégramme	
Télérama	Télérama					Brand Télérama	
Top Santé	Top Santé					Brand Top Santé	
L'Union / L'Ardennais	L'Union	L'Union Dimanche	TV Magazine Ardennes			Brand L'Union	
	L'Ardennais	L'Ardennais Dimanche	TV Magazine L'Union				
Var Matin	Var Matin	Var Matin Dimanche	TV Magazine Var Matin			Brand Var Matin	
Version Femina	Version Femina					Brand Version Femina	
Voici	Voici					Brand Voici	
La Voix du Nord	La Voix du Nord	La Voix du Nord Samedi	TV Magazine Nord - Pas de Calais			Brand La Voix du Nord	



# ACPM

## L'ALLIANCE

POUR LES CHIFFRES  
DE LA PRESSE  
ET DES MÉDIAS

### A propos de l'ACPM

**L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a été créée en décembre 2015 suite à la fusion d'AudiPresse et de l'OJD.**

Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé des représentants de la presse magazine pour le SEPM, de la presse quotidienne nationale pour le SPQN, de la presse quotidienne régionale pour l'UPREG, de la presse gratuite d'information pour l'APGI, de la presse d'information spécialisée pour la FNPS, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM et des publishers hors presse papier.

La vocation de la direction Audience de l'ACPM est la réalisation d'études d'audience des marques de presse à destination de ses membres, des agences et des annonceurs. Les deux principales études publiées par l'ACPM sont ONE, qui mesure l'audience nationale de toute la presse sur la cible ensemble (15 ans et plus), et ONE PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et aux foyers à hauts revenus.

### Contacts

Nicolas Cour, Directeur Général Audience, [nicolas.cour@acpm.fr](mailto:nicolas.cour@acpm.fr)  
Gilbert Saint Joanis, Directeur des Etudes, [gilbert.saintjoanis@acpm.fr](mailto:gilbert.saintjoanis@acpm.fr)  
Standard 01 43 12 85 30

