

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 26 octobre 2023

### OneNext S2 2023

L'ACPM publie ce jour la seconde vague 2023 des résultats de la mesure d'audience référente Print et Digitale des marques de Presse.

Ces données sont issues de la fusion des deux études : OneNext et Internet Global de Médiamétrie.

OneNext S2 2023, pour les données Print, a été réalisée à partir du terrain de juillet 2022 à juin 2023. Les données digitales correspondent aux résultats de l'étude Internet Global des mois de mars, avril et mai 2023.

### AUDIENCE PRINT ET DIGITALE

**95%** des Français (15 ans et +) lisent chaque mois au moins une marque de Presse

### FOCUS SUR LES GRANDES ET PETITES VILLES

Les habitants des grandes villes (+ de 100 000 habitants) et des communes rurales (-20 000 habitants) ont des modes de vie différents et sont souvent opposés dans leurs représentations dans les médias. Mais qu'en est-il de leurs comportements par rapport à la Presse ?



100 000 habitants et +



20 000 habitants et -

**81%**

lisent chaque mois au moins une marque de Presse sur papier

**83%**

**84%**

lisent chaque mois au moins une marque de Presse en digital

**79%**

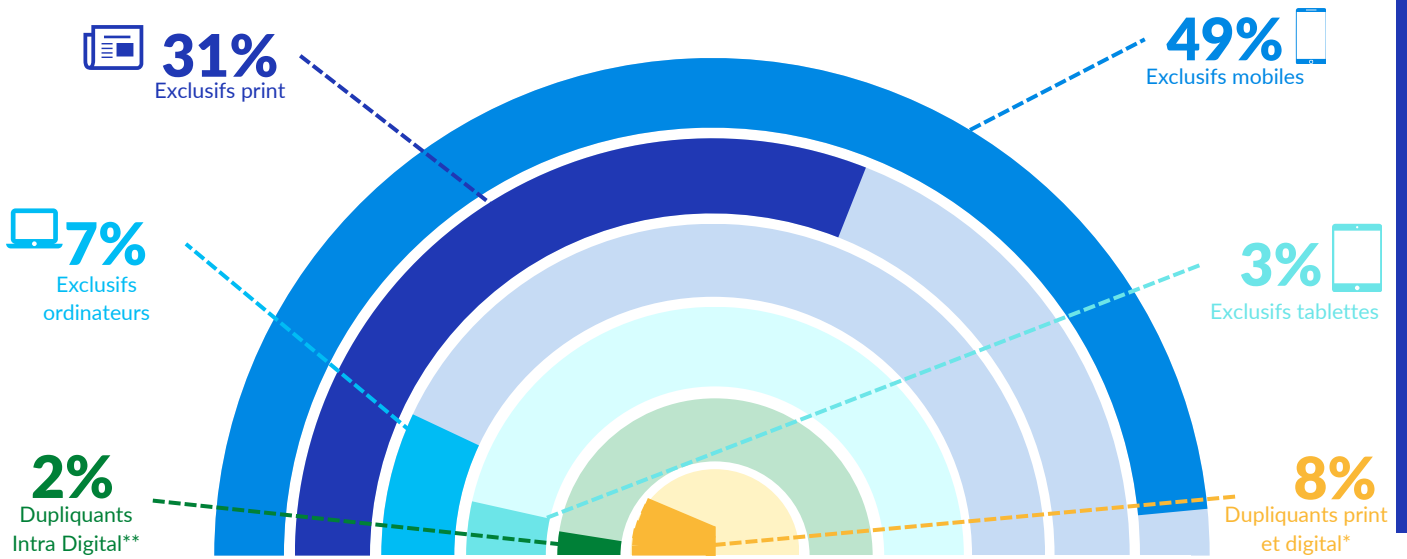
**78%**

lisent chaque mois au moins une marque de Presse sur mobile

**72%**

**1 grand lecteur sur 2** habite dans une agglomération de > 100 000 habitants  
*(22 titres ou plus lus dans les 12 derniers mois)*

## ■ RÉPARTITION DES LECTEURS PAR SUPPORT



(\*) Dupliquants Print et Digital : les lecteurs utilisant à la fois le support print et au moins un support digital (fixe, tablette, mobile)

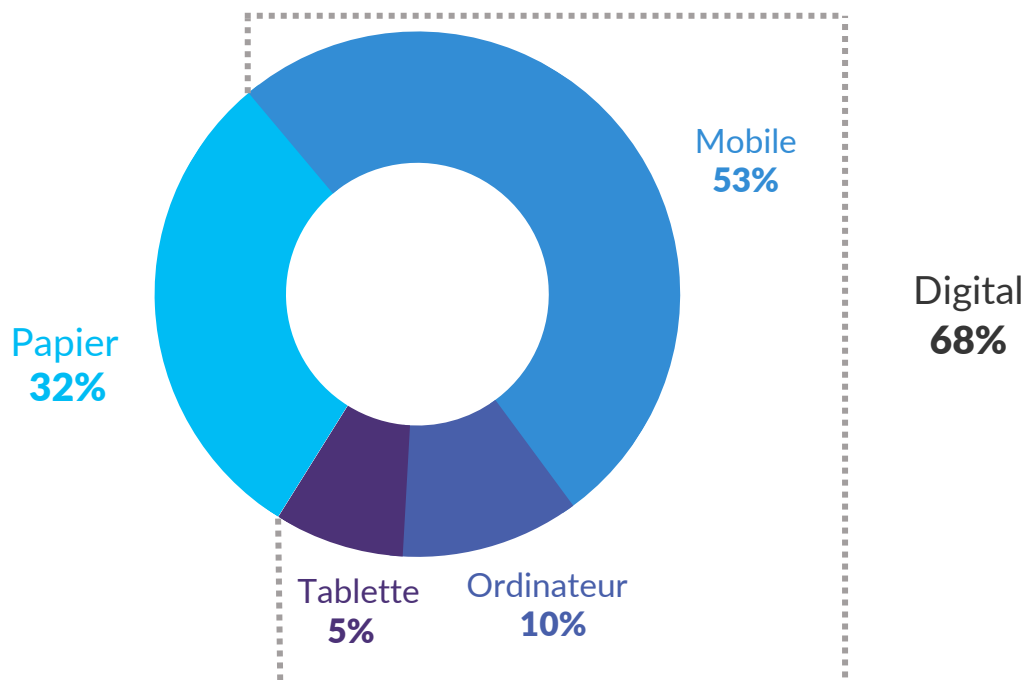
(\*\*) Dupliquants Intra Digital : les lecteurs n'utilisant pas le support print, mais au moins deux supports digitaux (fixe et/ou tablette et/ou mobile)

## ■ RÉPARTITION DES LECTURES PAR SUPPORT

Les lectures de la Presse sur les supports digitaux représentent **plus de 2 lectures sur 3** des marques de Presse.

Le mobile est le support le plus utilisé (53%), suivi par le papier (32%), devant l'ordinateur (10%) et la tablette (5%).

La part du papier reste stable au S2 2023, tandis que le mobile grignote les parts de la tablette.



## TOP 20 DES MARQUES DE PRESSE

Audience Brand 30 jours des marques de Presse en Print et Digital  
(mois internet mars, avril et mai 2023)

# Top 20

Brand 30 Jours

OneNext Global S2 2023

Lecteurs en  
milliers

1.	PQR 66	42 968
2.	PHR	24 224
3.	Le Figaro	23 782
4.	Télé Loisirs	22 640
5.	Ouest-France	21 095
6.	Femme Actuelle	20 947
7.	Le Monde	20 134
8.	Le Parisien Aujourd'hui en France	19 868
9.	20 Minutes	19 117
10.	Marmiton	18 916
11.	Actu	18 851
12.	Voici	16 271
13.	L'Equipe	15 562
14.	Le Journal des Femmes	14 709
15.	Gala	14 269
16.	Télé 7 Jours	13 655
17.	L'Internaute	13 263
18.	La Dépêche du Midi	13 083
19.	Marie France	13 015
20.	Elle	10 793

## ■ FOCUS SUR LES EVOLUTIONS PRINT

L'audience Print est en légère baisse par rapport au S2 2022 (-1,8 points sur le taux de pénétration), en partie due à la sortie de la période étudiée des élections présidentielles de 2022, qui avaient boosté les audiences de la Presse écrite.

### Top 10

Progression en pourcentage  
OneNext S2 2023 vs S2 2022

Lecteurs en %

1.	Le Journal du Centre	+ 26%
2.	Notre Temps	+ 18%
3.	Télé Magazine	+ 17%
4.	Le Revenu	+ 14%
5.	Vogue	+ 14%
6.	Télé 2 Semaines	+ 14%
7.	Le Dauphiné	+ 14%
8.	Le Journal du Dimanche	+ 12%
9.	Télé Poche	+ 12%
10.	Charente Libre	+ 12%

### Top 10

Progression en nombre de lecteurs  
OneNext S2 2023 vs S2 2022

Lecteurs en  
milliers

1.	Notre Temps	+ 478
2.	Télé 2 Semaines	+ 326
3.	Le Dauphiné	+ 296
4.	Le Journal du Dimanche	+ 283
5.	Ouest-France	+ 236
6.	Télé Magazine	+ 206
7.	Télé Poche	+ 193
8.	Vogue	+ 158
9.	Top Santé	+ 150
10.	La Voix du Nord	+ 126

Évolutions de l'audience Print 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext S2 2022

## ■ AUDIENCE DES MARQUES DE PRESSE

Avec 51,3 millions de lecteurs de 15 ans et plus chaque mois, l'audience globale des marques de Presse reste stable par rapport au S2 2022 (-0,3%). 95% des Français lisent tous les mois au moins une marque de Presse.

### Top 10

Progression en pourcentage  
OneNext Global S2 2023 vs S2 2022

Lecteurs en %

1.	Le Journal du Centre	+ 104%
2.	Ça m'intéresse	+ 57%
3.	Télé 2 Semaines	+ 49%
4.	La République du Centre	+ 46%
5.	Le Journal de la Haute-Marne	+ 43%
6.	Vosges Matin	+ 36%
7.	Le Berry Républicain	+ 33%
8.	La Montagne	+ 29%
9.	Marie France	+ 29%
10.	AD , Architectural Digest	+ 28%

### Top 10

Progression en nombre de lecteurs  
OneNext Global S2 2023 vs S2 2022

Lecteurs en  
milliers

1.	Marie France	+ 2899
2.	Télé 2 Semaines	+ 2488
3.	Ça m'intéresse	+ 2253
4.	Public	+ 1976
5.	Actu	+ 1921
6.	L'Indépendant	+ 1632
7.	PHR	+ 1513
8.	Geo	+ 1347
9.	La Montagne	+ 1039
10.	Midi Libre	+ 999

Évolutions de l'audience Brand 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext S2 2022

# AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT GLOBAL

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	Brand OneNext Global S2 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
1	PQR 66	42 968	30 164	33 583
2	PHR	24 224	11 103	18 232
3	Le Figaro	23 782	7 704	20 613
4	Télé Loisirs	22 640	4 711	20 428
5	Ouest-France	21 095	6 132	18 477
6	Femme Actuelle	20 947	7 884	16 706
7	Le Monde	20 134	9 694	15 419
8	Le Parisien Aujourd'hui en France	19 868	9 474	14 595
9	20 Minutes	19 117	7 139	15 201
10	Marmiton	18 916	5 210	16 293
11	Actu	18 851	3 878	16 852
12	Voici	16 271	4 430	13 656
13	L'Equipe	15 562	9 377	9 998
14	Le Journal des Femmes	14 709	-	14 709
15	Gala	14 269	3 457	12 268
16	Télé 7 Jours	13 655	6 779	8 465
17	L'Internaute	13 263	-	13 263
18	La Dépêche du Midi	13 083	2 088	11 977
19	Marie France	13 015	434	12 774
20	Elle	10 793	4 175	7 896
21	Midi Libre	10 624	1 700	9 691
22	Paris Match	10 098	6 027	5 102
23	Sud Ouest	10 094	2 840	8 427
24	Libération	10 085	4 811	6 955
25	Le Point	10 072	3 634	7 762
26	Public	9 243	2 030	7 754
27	Capital	8 791	1 431	7 872
28	L'Obs	8 475	3 339	6 114
29	Version Femina	8 437	5 519	3 445
30	L'Indépendant	8 330	575	8 012

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S2 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données mars, avril et mai 2023
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global mars, avril et mai 2023)
- NP : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT GLOBAL

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	Brand OneNext Global S2 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
31	Les Echos	8 320	3 369	6 136
32	Closer	8 233	2 753	6 183
33	La Voix du Nord	8 110	2 717	6 451
34	Oh! My Mag	7 716	-	7 716
35	Télé 2 Semaines	7 557	2 628	5 289
36	Madame Figaro	7 532	1 815	6 124
37	Marie Claire	7 491	2 282	5 712
38	AuFeminin.com	7 441	-	7 441
39	Le Dauphiné	7 274	2 481	5 565
40	Geo	7 008	2 874	4 703
41	L'Express	6 739	3 132	4 340
42	Auto Plus	6 381	3 847	3 224
43	TV Magazine - Nouvelle version	6 312	2 136	4 488
44	La Chaîne Météo	6 259	-	6 259
45	Ça m'intéresse	6 192	2 101	4 515
46	Télé Star	6 192	2 747	3 796
47	Diverto*	6 048	5 289	832
48	Télérama	5 818	3 107	3 467
49	Le Télégramme	5 786	1 459	4 848
50	Le Progrès	5 756	2 027	4 347
51	Notre Temps	5 606	3 113	2 912
52	Marianne	5 403	2 905	3 116
53	Doctissimo.fr	5 205	-	5 205
54	Le Journal du Dimanche	4 946	2 595	2 708
55	Courrier International	4 937	3 079	2 387
56	Sports.fr	4 700	-	4 700
57	LesNumériques.com	4 682	-	4 682
58	Santé Magazine	4 641	1 960	2 955
59	La Montagne	4 634	1 258	3 774
60	Cosmopolitan	4 605	994	3 850

\*Titre présent dans l'étude depuis 6 mois ayant bénéficié d'une injection de données pour la période Juillet 2022 - Décembre 2022

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S2 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données mars, avril et mai 2023
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global mars, avril et mai 2023)
- NP : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT GLOBAL

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	Brand OneNext Global S2 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
61	Maison & Travaux	4 525	808	3 851
62	Gentside	4 515	-	4 515
63	La Provence	4 340	1 789	2 988
64	National Geographic	4 287	3 020	1 533
65	Rustica	4 108	2 421	1 987
66	Science & Vie	4 032	3 137	1 051
67	PhonAndroid	3 879	-	3 879
68	L'Est Républicain	3 832	1 286	2 881
69	Grazia.fr	3 747	-	3 747
70	La Croix	3 734	1 939	2 132
71	Comment ça Marche	3 728	-	3 728
72	La Nouvelle République	3 722	1 372	2 734
73	Vogue	3 673	1 275	2 547
74	Top Santé	3 662	2 005	1 846
75	Télé Z	3 390	3 390	-
76	Sciences et Avenir	3 253	1 896	1 571
77	Le Journal du Net	3 223	-	3 223
78	Magicmaman	3 179	479	2 880
79	Pleine vie	3 152	1 334	1 925
80	Challenges	3 113	1 419	1 909
81	Nice Matin	3 083	876	2 416
82	Parents	3 051	854	2 350
83	L'Auto-Journal	2 995	1 449	1 666
84	Canal+ le Mag *	2 949	2 949	-
85	Midi Olympique **	2 860	995	1 957
86	Biba	2 740	419	2 371
87	L'Union / l'Ardennais	2 668	649	2 209
88	GQ	2 549	599	1 997
89	Le Particulier	2 545	1 323	1 435
90	Maxi	2 527	2 527	-

\*Titre présent dans l'étude depuis 6 mois ayant bénéficié d'une injection de données pour la période Juillet 2022 - Décembre 2022

\*\*Comprend l'ajout du site Rugbyrama à la Brand Midi Olympique

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S2 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Mars, Avril et Mai 2023
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Mars, Avril et Mai 2023)
- NP : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT GLOBAL

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	Brand OneNext Global S2 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
91	Psychologies	2 357	1 318	1 159
92	Paris Normandie	2 338	793	1 670
93	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	2 320	1 098	1 512
94	Var Matin	2 235	701	1 638
95	Droit Finances	2 195	-	2 195
96	Le Journal de la Maison	2 141	389	1 796
97	Le Courrier Picard	2 080	832	1 454
98	TV Grandes chaînes	2 073	1 492	625
99	Melty.fr	2 064	-	2 064
100	Le Républicain Lorrain	2 024	725	1 491
101	Système D	1 918	932	1 075
102	Télé Poche	1 838	1 838	-
103	Le Bien Public	1 797	410	1 510
104	Vanity Fair	1 679	396	1 326
105	Le Journal de Saône et Loire	1 635	532	1 250
106	La République du Centre	1 571	471	1 190
107	France Football	1 473	1 286	201
108	Télé Magazine	1 449	1 449	-
109	Ici Paris	1 443	1 443	-
110	L'Alsace	1 429	549	1 022
111	Modes & Travaux	1 424	1 424	-
112	Le Revenu	1 386	764	659
113	Charente Libre	1 341	407	1 011
114	France Dimanche	1 319	1 319	-
115	Télé câble Sat Hebdo	1 254	1 254	-
116	Popi	1 225	1 225	-
117	Pomme d'Api	1 220	1 220	-
118	Côté Maison	1 209	540	684
119	Nous Deux	1 205	1 205	-
120	AD , Architectural Digest	1 176	317	880

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S2 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données mars, avril et mai 2023
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global mars, avril et mai 2023)
- NP : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand



## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT GLOBAL

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	Brand OneNext Global S2 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
121	Vosges Matin	1 148	265	959
122	Le Journal du Centre	1 075	285	829
123	Avantages	1 063	1 063	-
124	Prima	1 039	1 039	-
125	La république des pyrénées	1 038	260	810
126	Les Inrockuptibles	986	659	341
127	Mon Jardin & ma Maison	936	936	-
128	L'Est Eclair	928	259	719
129	Le Pèlerin	860	860	-
130	Vie de famille	853	853	-
131	Le Populaire du Centre	851	208	697
132	Corse Matin	828	295	572
133	Art & Décoration	814	814	-
134	Le Courrier de l'Ouest	798	775	NP
135	L'Ami des Jardins & de la Maison	769	769	-
136	Le Chasseur Français	745	745	-
137	So Foot	735	735	-
138	Merci pour l'info (ex Dossier Familial)	694	694	-
139	Le Berry Républicain	693	186	539
140	Dr. Good !	660	660	-
141	L'Yonne Républicaine	653	235	472
142	Alternatives Economiques	647	647	-
143	Bien-Être & Santé	643	643	-
144	Le Journal de la Haute-Marne	487	162	350
145	Sport Auto	429	429	-
146	Détente Jardin	424	424	-
147	Régál	379	379	-
148	Détours en France	366	366	-
149	Maison Créative	360	360	-
150	Le Maine Libre	339	279	NP
151	Campagne Décoration	269	269	-
152	Flow	222	222	-

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S2 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données mars, avril et mai 2023
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global mars, avril et mai 2023)
- NP : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	OneNext S2 2023	Lecture Dernière Période
		Milliers
	<b>Bimestriels, Trimestriels</b>	
1	Le magazine Marmiton	6 751
2	Maison & Travaux	1 530
3	Elle Décoration	1 488
4	Art & Décoration	1 415
5	Maxi Cuisine	1 099
6	Marie Claire Maison	1 089
7	Marie Claire Idées	957
8	Dr. Good !	906
9	Elle à Table	812
10	Marie France	795
11	Le Journal de la Maison	753
12	Cuisine et Vins de France	726
13	Détente Jardin	702
14	Maison Créative	656
15	Maisons Côté Sud	641
16	Régal	552
17	Détours en France	532
18	Maisons Côté Ouest	523
19	Dr. Good C'est bon !	503
20	AD, Architectural Digest	483
21	Campagne Décoration	476
22	Flow	307

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE - ONENEXT ACCESS

Cible ensemble 15 ans et +

Rang	OneNext Access S2 2023	Lecture 12 derniers mois
		Milliers
	<b>Titres Access</b>	
1	30 Millions d'Amis	3 400
2	+ de Pep's Magazine	545

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
20 Minutes	20 Minutes
Actu	Actu.fr 69 titres PHR
AD, Architectural Digest	AD, Architectural Digest
AuFeminin.com	AuFeminin.com
L'Alsace	L'Alsace L'Alsace, édition du Lundi
Alternatives Economiques	Alternatives Economiques
L'Ami des Jardins & de la Maison	L'Ami des Jardins & de la Maison
Art & Décoration	Art & Décoration
Auto Plus	Auto Plus
L'Auto-Journal	L'Auto-Journal
Avantages	Avantages
Le Berry Républicain	Le Berry Républicain Le Berry Républicain, édition du Dimanche
Biba	Biba
Le Bien Public	Le Bien Public Le Bien Public, édition du Dimanche
Bien-Être & Santé	Bien-Être & Santé
Ça m'Intéresse	Ça m'Intéresse
Campagne Décoration	Campagne Décoration
Canal+ Le Mag	Canal+ Le Mag
Capital	Capital
La Chaîne Météo	La Chaîne Météo
Challenges	Challenges
Charente Libre	Charente Libre
Le Chasseur Français	Le Chasseur Français
Closer	Closer
Comment ça Marche	Comment ça Marche
Corse Matin	Corse Matin Corse Matin, édition du Dimanche
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
Courrier International	Courrier International
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Le Courrier Picard, édition du Dimanche
La Croix	La Croix
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré Vaucluse Matin Le Dauphiné Libéré Dimanche Vaucluse Matin Dimanche
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi La Dépêche du Dimanche
Détente Jardin	Détente Jardin
Détours en France	Détours en France
Diverto	Diverto ( 52 titres)
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace Les DNA / Dernières Nouvelles, édition du Lundi
Doctissimo.fr	Doctissimo.fr
Dr Good !	Dr Good ! Dr. Good ! C'est bon !

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
Droit Finances	Droit Finances
Flow	Flow
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
L'Est Républicain	L'Est Républicain L'Est Républicain, édition du Lundi
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
Grazia.fr	Grazia.fr
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-Mame Le Journal de la Haute-Mame 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
Le Journal des Femmes	Le Journal des Femmes
Le Journal du Centre	Le Journal du Centre Le Journal du Centre, édition du Dimanche
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche Le JDD Magazine
Le Journal du Net	Le Journal du Net
Libération	Libération
Madame Figaro	Madame Figaro
Magismaman	Magismaman
Le Maine Libre	Le Maine Libre Le Maine Libre, édition du Dimanche
Maison & Travaux	Maison & Travaux
Maison Créative	Maison Créative
Marianne	Marianne
Marie Claire	Marie Claire Marie Claire Idées Marie Claire Maison Cuisine et Vins de France
Marie France	Marie France
Marmiton	Marmiton
Maxi	Maxi Maxi Cuisine

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
Melty.fr	Melty.fr
Merci pour l'info	Merci pour l'info (ex Dossier Familial)
Midi Libre	Midi Libre Midi Libre, édition du Dimanche
Midi Olympique	Midi Olympique Lundi Midi Olympique Vendredi Midi-olympique.fr Rugbyrama.fr
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
National Geographic	National Geographic
Nice Matin	Monaco Matin Nice Matin Monaco Matin Dimanche Nice Matin, édition du Dimanche
Notre Temps	Notre Temps
Nous Deux	Nous Deux
La Nouvelle République	La Nouvelle République La Nouvelle République, édition du Dimanche
LesNumériques.com	LesNumériques.com
L'Obs	L'Obs
Oh! My Mag	Oh! My Mag
Ouest France	Ouest France Dimanche Ouest France
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
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
Le Pèlerin	Pèlerin
PHR	PHR (240 titres)
Phonandroid	Phonandroid.com
Pleine Vie	Pleine Vie
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
PQR 66	PQR PQR 7ème jour
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

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
La Provence	La Provence La Provence, édition du Dimanche
Psychologies	Psychologies
Public	Public
Régal	Régal
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Le Républicain Lorrain, édition du Lundi
La République des Pyrénées	La République des Pyrénées
La République du Centre	La République du Centre La République du Centre Dimanche
Le Revenu	Le Revenu Placements Le Revenu Hebdo
Rustica	Rustica
Santé Magazine	Santé Magazine
Science & Vie	Science & Vie
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir
So Foot	So Foot
Sport Auto	Sport Auto
Sports.fr	Sports.fr
Sud Ouest	Sud Ouest 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
Télérama	Télérama
Top Santé	Top Santé
TV Grandes Chaînes	TV Grandes Chaînes Cesoirtv.com
TV Magazine (Nouvelle Version)	TV Magazine Le Figaro, le supplément TV du Figaro du vendredi et du samedi TV Magazine le Parisien, le supplément TV du Parisien du vendredi
L'Union / l'Ardennais	L'Ardennais L'Union L'Ardennais, édition du Dimanche L'Union, édition du Dimanche
Vanity Fair	Vanity Fair
Var Matin	Var Matin Var Matin Dimanche
Version Femina	Version Femina (39 titres)
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 Nord Eclair Nord Eclair, édition du Lundi
Vosges Matin	Vosges Matin Vosges Matin, édition du Lundi
L'Yonne Républicaine	L'Yonne Républicaine

# ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS



KANTAR



Mediametrie

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

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des Podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias.

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

## CONTACT :

Amélie Benisty - Directrice Audience & Relation Adhérents

Sylvie Neveu - Responsable Etudes Audience

[acpm.fr](http://acpm.fr) | 01.43.12.85.30 | [audience@acpm.fr](mailto:audience@acpm.fr)

89 rue de Monceau 75008 Paris