

ONENEXT INFLUENCE 2023



L'ACPM publie pour la **quatrième année consécutive** l'étude **OneNext Influence**. Cette étude unique donne accès aux résultats d'audience Print et Digitale des marques de Presse sur des cibles stratégiques : les cadres dirigeants et foyers à hauts revenus.

Informations pratiques :

Afin de garantir une plus grande robustesse des données, l'étude OneNext Influence se base sur un cumul des données **de 2 ans avec 16 800 interviews**.

L'étude OneNext Influence 2023, pour les données Print de OneNext, a été réalisée à partir du terrain de Janvier 2021 à Décembre 2022. Les données digitales correspondent, elles, aux résultats Internet Global de Médiamétrie des mois de Septembre/Octobre/Novembre 2021 et 2022.

Cette partie de la population dont la consommation et l'influence sont essentielles pour les marques est décodée dans cette étude unique : OneNext Influence.

Cette étude permet aux éditeurs de Presse, aux médias en général, aux agences et aux annonceurs d'avoir accès aux habitudes de consommation de ces cibles ultra sélectives, à très fort pouvoir d'achat, comme de prescription.

ONENEXT INFLUENCE : UNE ENQUÊTE UNIQUE

▶ **+16 800**

personnes interviewées sur 2 ans

▶ **+ 200**

marques étudiées sur 10 secteurs de consommation



120

enquêteurs formés
spécifiquement



Environ

60

appels pour obtenir un
rendez-vous



Environ

16

minutes d'entretien pour
convaincre



En moyenne

28

minutes de questionnaire
par répondant

UNE POPULATION TOTALE DE 9,7 MILLIONS D'INDIVIDUS (18 ANS ET +)

La cible est composée de 6,8 millions Top Revenus (foyers de 65K€ net après impôts en revenus annuels et +) et de 5,2 millions de Top Cadres, qui exercent leur activité professionnelle dans tous les secteurs de la société (secteur public, indépendants, dirigeants et cadres d'entreprise). 2,3 millions sont à la fois Top Cadres et Top Revenus.

Cette population OneNext Influence a augmenté de plus de 200 000 personnes par rapport à l'étude précédente en 2022, pour la plupart des Top Cadres.



Top Revenus
6,8 millions



Top Cadres
5,2 millions



Top Cadres et Top Revenus
2,3 millions

PROFIL SOCIOLOGIQUE



54% Hommes

(vs 48% sur OneNext)



62% Agglomérations de +100 000 habitants

(vs 47% sur OneNext)



47 ans en moyenne

(vs 49 ans sur OneNext)



77% sont actifs

(vs 55% sur OneNext)

LEUR CONSOMMATION MÉDIA

Base : 9,7 millions d'individus, en lecture par mois

96,7% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse**
(9 377 000 individus)

89,1% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse en version Digitale**
(8 639 000 individus)

82,6% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse en version Papier**
(8 011 000 individus)

81,8% sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse sur mobile**
(7 935 000 individus)

TOP 20 DES MARQUES DE PRESSE LUES CHAQUE MOIS

RANG	LISTE DES MARQUES	Milliers
1	PQR 66	7 898
2	Le Figaro	5 954
3	Le Monde	5 058
4	PHR	4 678
5	Le Parisien Aujourd'hui en France	4 668
6	20 Minutes	4 499
7	Ouest-France	4 376
8	Femme Actuelle	4 047
9	L'Equipe	3 601
10	Le Journal des Femmes	3 389
11	L'Internaute	2 961
12	Gala	2 806
13	Les Echos	2 755
14	Le Point	2 711
15	La Dépêche du Midi	2 657
16	Libération	2 605
17	Elle	2 578
18	Capital	2 511
19	L'Obs	2 188
20	Midi Libre	2 114

Indicateur Brand 30 jours : Audience lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022

+de 22 titres

différents lus chaque année pour les grands lecteurs.

Cette forte propension à la lecture se retrouve aussi dans la part de Grands lecteurs, nettement plus forte que dans le reste de la population. Pour ces cibles cadres et haut revenus, la Presse reste un média privilégié.

37%
sont de grands
consommateurs
de Presse

(vs 29% sur OneNext)

26%
sont de grands
consommateurs
de Radio

(vs 25% sur OneNext)

19%
sont de grands
consommateurs
de TV

(vs 30% sur OneNext)

FOCUS SUR LES TRÈS HAUTS REVENUS

L'ACPM réalise pour cette publication 2023 un éclairage spécifique sur la cible des foyers dont les revenus sont supérieurs à 160 000€ annuels, net après impôts (Top 1).



713 000 individus en France



57% Hommes

(vs 54% pour la population OneNext Influence)



73% Agglomérations de +100 000 habitants

(vs 62% pour la population OneNext Influence)



49 ans en moyenne

(vs 47 ans pour la population OneNext Influence)



83% sont en couple

(vs 76% pour la population OneNext Influence)

La cible des Très Hauts Revenus, un lien fort avec la Presse :

51%

sont de grands
consommateurs
de Presse

(vs 37% pour la population
OneNext Influence)

64%

considèrent
la Presse

comme le média avec
les informations les
plus complètes
(+4 points depuis 2020)

66%

considèrent
la Presse

comme le média qui
traite l'information
avec le plus de recul
(vs 56% pour la population
OneNext Influence)

Cette population aux très hauts revenus se démarque du reste de la population Influence par son comportement de consommation et ses opinions, notamment vis-à-vis du luxe :



61%

sont prêts à
payer + pour
gagner du temps

(vs 44% pour la population
OneNext Influence)



31%

privilégient le confort
en vacances quitte à
payer plus cher

(+12 points vs 2020)



49%

possèdent une ou
plusieurs résidences
secondaires

(vs 25% pour la population
OneNext Influence)



55%

des femmes sont prêtes
à payer + cher un
vêtement de marque

(vs 37% pour la population
OneNext Influence)



32%

considèrent le
luxe comme un
art de vivre

(+6 points vs 2020)



51%

ouvrent une très bonne
bouteille de vin ou de
champagne sans occasion
particulière

(vs 45% pour la population
OneNext Influence)

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

Cible OneNext Influence 18 ans et +



RANG	LISTE DES MARQUES	BRAND	PRINT	DIGITAL
		30J	30J	30J
		Milliers	Milliers	Milliers
1	PQR 66	7 898	4 747	6 895
2	Le Figaro	5 954	2 297	5 283
3	Le Monde	5 058	2 934	3 758
4	PHR	4 678	1 915	3 696
5	Le Parisien Aujourd'hui en France	4 668	2 176	3 661
6	20 Minutes	4 499	1 833	3 624
7	Ouest-France	4 376	1 113	3 974
8	Femme Actuelle	4 047	1 184	3 471
9	L'Equipe	3 601	2 058	2 623
10	Le Journal des Femmes	3 389	-	3 389
11	L'Internaute	2 961	-	2 961
12	Gala	2 806	649	2 452
13	Les Echos	2 755	1 382	1 917
14	Le Point	2 711	1 215	1 955
15	La Dépêche du Midi	2 657	328	2 523
16	Libération	2 605	1 381	1 725
17	Elle	2 578	1 111	1 879
18	Capital	2 511	402	2 284
19	L'Obs	2 188	950	1 541
20	Midi Libre	2 114	274	1 976
21	Paris Match	2 107	1 359	996
22	L'Express	2 056	988	1 361
23	Madame Figaro	1 966	635	1 471
24	Sud Ouest	1 880	457	1 633
25	Marie Claire	1 718	570	1 296
26	La Voix du Nord	1 652	382	1 446
27	Courrier International	1 480	1 024	661
28	Marianne	1 416	723	885
29	L'Indépendant	1 410	101	1 348
30	Le Dauphiné	1 367	448	1 068

1) Indicateur Brand 30 jours : Audience lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022

2) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques

3) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022)

4) - : Audience non disponible : raisons liées aux contraintes méthodologiques ou à l'absence de supports Print/Digital

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

Cible OneNext Influence 18 ans et +



RANG	LISTE DES MARQUES	BRAND	PRINT	DIGITAL
		30J	30J	30J
		Milliers	Milliers	Milliers
31	Auto Plus	1 348	876	636
32	La Chaîne Météo	1 335	-	1 335
33	Geo	1 313	585	835
34	Le Progrès	1 289	369	1 046
35	Comment ça marche	1 183	-	1 183
36	Challenges	1 166	630	663
37	Le Journal du Dimanche	1 072	653	517
38	Science & Vie	1 058	800	294
39	Le Télégramme	1 049	247	890
40	Le Journal du Net	1 043	-	1 043
41	La Croix	963	570	501
42	Sciences et Avenir	943	492	524
43	Phonandroid	925	-	925
44	La Provence	919	339	684
45	Valeurs Actuelles	858	522	427
46	National Geographic	856	606	296
47	L'Auto-Journal	824	419	452
48	Ça m'intéresse	792	419	408
49	Vogue	782	255	555
50	L'Est Républicain	770	215	621
51	La Montagne	715	187	587
52	Nice Matin	676	182	548
53	Droit Finance	631	-	631
54	Le Particulier	630	323	348
55	La Nouvelle République	620	209	467
56	Psychologies	582	314	307
57	TV Magazine - Nouvelle version	518	518	-
58	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	486	253	306
59	Le Courrier Picard	464	146	359
60	Var Matin	445	150	322

1) Indicateur Brand 30 jours : Audience lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022

2) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques

3) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022)

4) - : Audience non disponible : raisons liées aux contraintes méthodologiques ou à l'absence de supports Print/Digital

AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

Cible OneNext Influence 18 ans et +



RANG	LISTE DES MARQUES	BRAND	PRINT	DIGITAL
		30J	30J	30J
		Milliers	Milliers	Milliers
61	Vanity Fair	438	105	341
62	Paris Normandie	424	125	322
63	Le Revenu	414	247	175
64	L'Union / l'Ardennais	390	97	315
65	Côté Maison	389	210	190
66	Le Républicain Lorrain	375	117	292
67	Le Bien Public	342	73	302
68	Investir, Le journal des finances	318	318	-
69	Charente Libre	311	63	259
70	L'Alsace	304	135	200
71	AD , Architectural Digest	300	145	157
72	Le Journal de Saône et Loire	283	78	229
73	Art & Décoration	255	255	-
74	Mieux Vivre Votre Argent	240	178	73
75	La République du Centre	218	72	161
76	Beaux Arts	211	211	-
77	Vosges Matin	192	42	160
78	Le Populaire du Centre	163	38	131
79	Corse Matin	150	58	100
80	Voiles et Voiliers	147	147	-
81	Le Courrier de l'Ouest	133	128	-
82	Golf Magazine	110	110	-
83	Le Journal du Centre	100	33	70
84	L'Yonne Républicaine	99	44	-
85	Sport Auto	97	97	-
86	Harvard Business Review	87	87	-
87	Management	66	66	-
88	Courrier Cadres	51	51	-

1) Indicateur Brand 30 jours : Audience lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022

2) Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques

3) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Septembre / Octobre / Novembre 2021 et 2022)

4) - : Audience non disponible : raisons liées aux contraintes méthodologiques ou à l'absence de supports Print/Digital

OneNext Influence 2023 est une étude :

- Robuste, grâce au cumul de deux ans de terrain (2021 & 2022)
- Personnalisée, grâce aux cibles comportementales (Acheteurs sur internet, Typologie RSE...)
- Complète, grâce à la présence de près d'une centaine de marques médias et de plus de 200 marques de consommation

Un outil puissant au service des :

- Annonceurs afin de mieux connaître leurs clients et prospects
- Agences afin de réaliser leurs plans médias de manière plus fine et efficace
- Régies afin de commercialiser leurs espaces de façon plus précise et argumentée

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



KANTAR



ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

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 ACPM AUDIENCE :

Amélie Benisty - Directrice ACPM Audience & Relation Adhérents

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | audience@acpm.fr

89 rue de Monceau 75008 Paris