

COMMUNIQUE DE PRESSE

ONENEXT 2021 V3

Toutes les audiences des marques de Presse

L'ACPM publie ce jour la troisième vague 2021 des résultats d'audience Print et Digitale des marques de Presse.

Informations pratiques :

Ces données résultent de la fusion des deux études de référence : OneNext pour le Print et Internet Global de Médiamétrie pour le Digital.

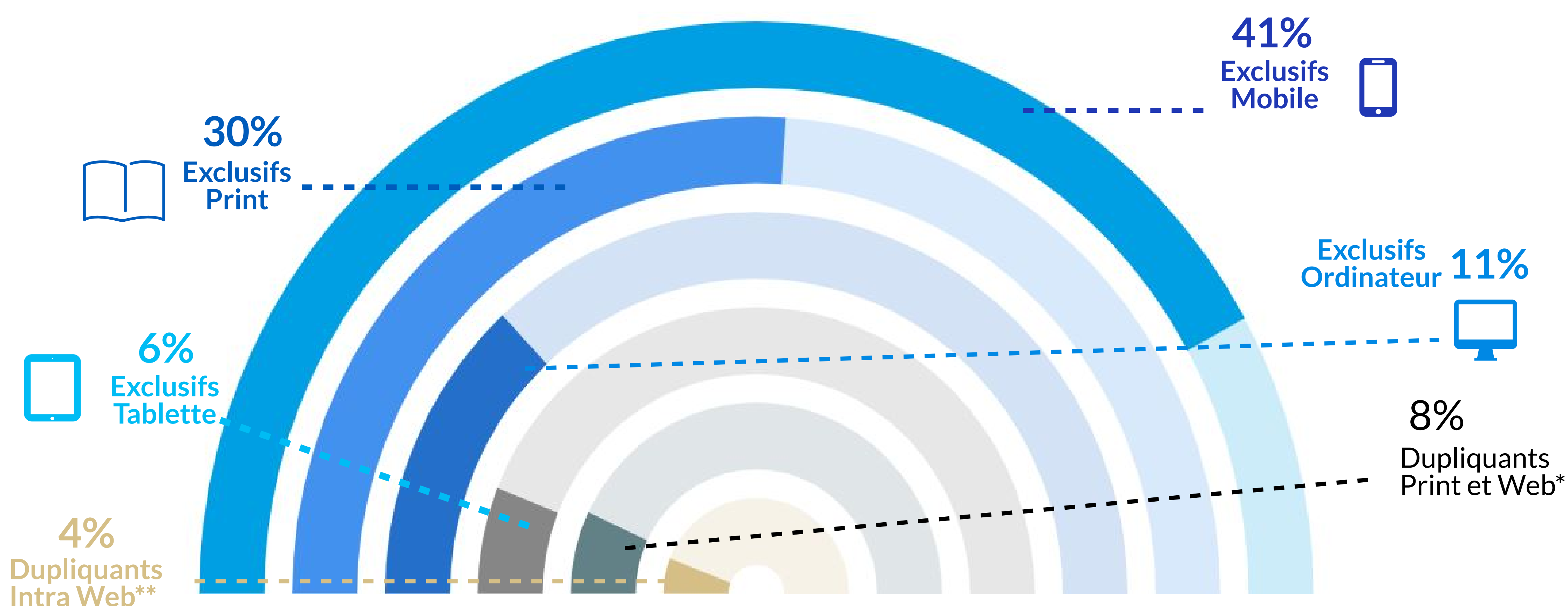
OneNext 2021 V3, pour les données Print, a été réalisée à partir du terrain du 10 Mai 2020 au 30 Mars 2021. Les données digitales correspondent, elles, aux résultats Internet Global du mois de Mars 2021.

AUDIENCE MARQUES DE PRESSE (Print + Digitale) OneNext GLOBAL

95,9% des Français lisent chaque mois au moins une marque de Presse soit **50,6 millions d'individus**.

Base : Ensemble 15 ans et +

RÉPARTITION DES LECTEURS en moyenne d'une marque de Presse



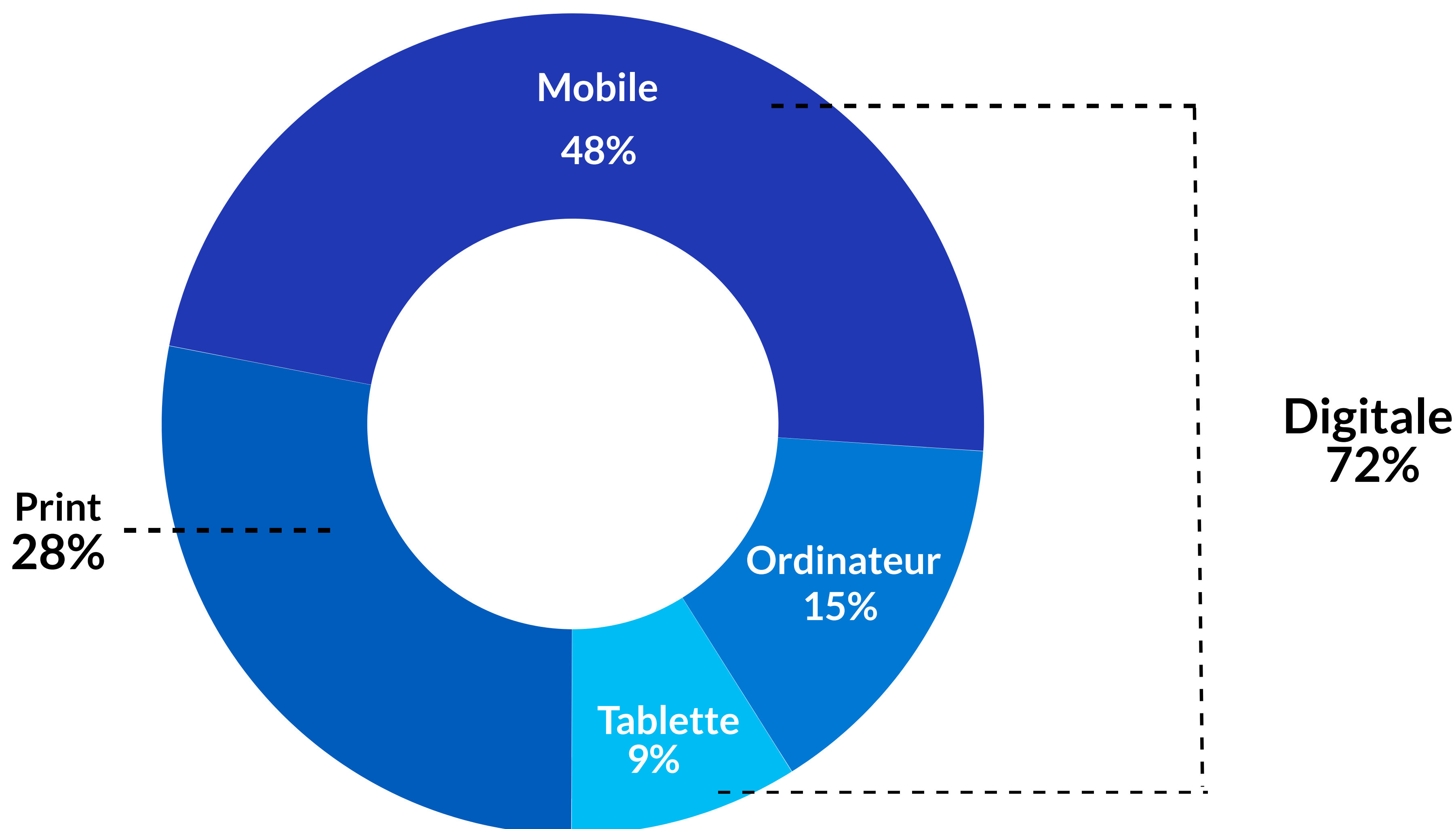
(*) Dupliquants Print et Web : les lecteurs utilisant à la fois le support Print et au moins un support Web (fixe, mobile, tablette).

(**) Dupliquants Intra Web : les lecteurs n'utilisant pas le support Print, mais au moins deux supports Web (fixe et/ou mobile et/ou tablette).

RÉPARTITION DES LECTURES

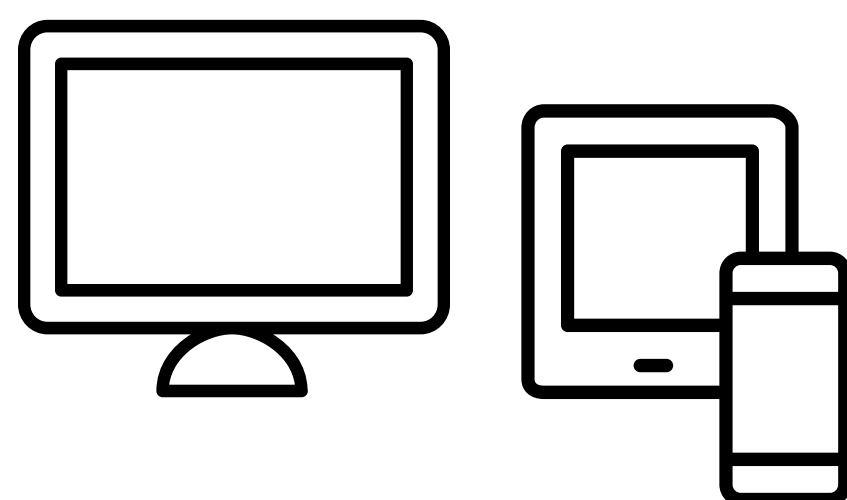
par mode de consultation

- Les lectures de la Presse en version digitale représentent **plus de deux tiers des lectures** des marques de Presse (72%).
- Le mobile est aujourd'hui le support le plus utilisé (48%), suivi par la version papier (28%), devant l'ordinateur (15%) et la tablette (9%).



L'AUDIENCE DIGITALE

Chaque mois



81,6%

des Français, lisent au moins une marque de Presse en version digitale (ordinateur, mobile ou tablette), soit **43 millions d'individus**.

Focus mobile & tablette



76 %

des Français sont lecteurs de Presse sur **mobile** ou **tablette**



72 %

lisent au moins une marque de Presse sur **mobile**



23 %

lisent au moins une marque de Presse sur **tablette**

Focus profils

Evolutions de l'audience des marques de Presse vs OneNext 2021 V2

Brand

+13% de 15-24 ans

+5% d'hommes 35-49 ans

+5% de femmes 15-34 ans

Print

+10% de lecteurs artisans, commerçants et assimilés

+6% de lecteurs 15-24 ans

Digital

+14% d'hommes 15-34 ans

+12% de femmes CSP+



TOP 20

Lecteurs en milliers

1	PQR 66	42 744
2	Le Figaro	27 401
3	Femme Actuelle	24 961
4	Télé Loisirs	24 692
5	PHR	23 578
6	Ouest-France	22 676
7	Le Parisien Aujourd'hui en France	22 370
8	Le Monde	22 098
9	Mamiton	22 010
10	Le Journal des Femmes	21 409
11	20 Minutes	20 053
12	L'Internaute	19 720
13	Voici	18 098
14	Actu	17 989
15	L'Equipe	16 098
16	Gala	14 317
17	Télé 7 Jours	13 882
18	TV Magazine	13 039
19	Le Point	12 779
20	La Dépêche du Midi	12 516

* Indicateur Brand 30J

TOP 10 des plus fortes progressions des marques de Presse

Certaines des marques de Presse étudiées par OneNext affichent de belles croissances par rapport aux résultats obtenus dans la vague 2021 V2.

TOP 10

Progression en nombre de lecteurs



Lecteurs en milliers

1	Maison & Travaux	+1 549
2	Rustica	+1 544
3	Geo	+1 193
4	Biba	+1 054
5	La Nouvelle République	+991
6	Femme Actuelle	+909
7	Marie France	+751
8	Parents	+713
9	Auto Plus	+617
10	Top Santé	+540

TOP 10

Progression en %



Lecteurs en %

1	Maison & Travaux	+37%
2	Rustica	+36%
3	La Nouvelle République	+30%
4	Biba	+28%
5	Le Journal de la Maison	+28%
6	Geo	+24%
7	Parents	+20%
8	La République du Centre	+16%
9	Pleine Vie	+16%
10	Marie France	+14%

Evolutions de l'audience Brand 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext 2021 V2.



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v3 Médiamétrie Internet Global : Mars 2021	Brand 30J ⁽²⁾	Print 30J ⁽³⁾	Digital 30J ⁽⁴⁾
		Milliers	Milliers	Milliers
1	PQR 66	42 744	29 320	33 495
2	Le Figaro	27 401	6 994	25 011
3	Femme Actuelle	24 961	8 748	20 474
4	Télé Loisirs	24 692	4 962	22 463
5	PHR	23 578	10 883	17 375
6	Ouest-France	22 676	5 231	20 776
7	Le Parisien Aujourd'hui en France	22 370	8 133	18 520
8	Le Monde	22 098	9 278	18 021
9	Marmiton	22 010	5 034	19 778
10	Le Journal des Femmes	21 409	-	21 409
11	20 Minutes	20 053	6 919	16 444
12	L'Internaute	19 720	-	19 720
13	Voici	18 098	4 603	15 459
14	Actu	17 989	3 617	16 017
15	L'Equipe	16 098	8 026	11 584
16	Gala	14 317	3 238	12 264
17	Télé 7 Jours	13 882	7 424	8 048
18	TV Magazine	13 039	13 039	-
19	Le Point	12 779	4 076	10 331
20	La Dépêche du Midi	12 516	1 827	11 592
21	Capital	12 327	1 185	11 684
22	Elle	11 833	4 114	9 068
23	L'Obs	11 732	3 536	9 537
24	Paris Match	11 366	6 477	6 044
25	Closer	11 045	3 291	8 618
26	Version Femina	10 967	6 957	4 742
27	CNEWS	10 164	3 324	7 782
28	Les Echos	9 576	3 125	7 502
29	Sud Ouest	9 356	2 462	7 865
30	Libération	9 302	4 254	6 303

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V3 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Mars 2021

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

4) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Mars 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v3 Médiamétrie Internet Global : Mars 2021	Brand 30J ⁽²⁾	Print 30J ⁽³⁾	Digital 30J ⁽⁴⁾
		Milliers	Milliers	Milliers
31	Midi Libre	9 296	1 600	8 316
32	Public	9 112	2 313	7 387
33	L'Express	9 063	3 337	6 620
34	Le Journal du Net	9 028	-	9 028
35	La Voix du Nord	8 957	2 425	7 495
36	Télé Star	8 955	3 115	6 439
37	Top Santé	8 785	1 903	7 348
38	Marie Claire	8 667	2 380	6 868
39	Comment ça Marche	8 201	-	8 201
40	Le Dauphiné	7 728	2 288	6 175
41	Oh! My Mag	6 921	-	6 921
42	GQ	6 449	532	5 983
43	Santé Magazine	6 169	2 079	4 432
44	Geo	6 117	2 632	3 925
45	Marie France	6 054	324	5 837
46	Rustica	5 842	2 739	3 604
47	Gentside	5 758	-	5 758
48	Télérama	5 757	3 395	3 056
49	Auto Plus	5 756	3 817	2 604
50	Maison & Travaux	5 687	822	4 999
51	Le Progrès	5 665	1 896	4 314
52	L'Indépendant	5 647	550	5 265
53	La Chaîne Météo	5 558	-	5 558
54	Sciences et Avenir	5 247	2 254	3 321
55	Le Journal du Dimanche	5 207	1 995	3 543
56	Notre Temps	5 069	3 234	2 166
57	Courrier International	5 045	2 867	2 769
58	Le Télégramme	5 018	1 199	4 172
59	Marianne	5 016	2 651	2 849
60	La Provence	4 767	1 536	3 628

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V3 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Mars 2021

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

4) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Mars 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v3 Médiamétrie Internet Global : Mars 2021	Brand 30J ⁽²⁾	Print 30J ⁽³⁾	Digital 30J ⁽⁴⁾
		Milliers	Milliers	Milliers
61	Biba	4 761	552	4 298
62	Télé 2 Semaines	4 653	2 935	1 918
63	Cosmopolitan	4 530	1 219	3 611
64	L'Est Républicain	4 384	1 230	3 477
65	La Nouvelle République	4 351	1 345	3 412
66	Parents	4 321	982	3 611
67	Valeurs Actuelles	4 253	1 392	3 190
68	Nice Matin	4 228	809	3 618
69	Science & Vie	4 202	3 396	911
70	La Montagne	4 133	1 213	3 265
71	Ça m'intéresse	4 088	2 392	1 871
72	Télé Z	4 039	4 039	-
73	La Croix	3 799	1 921	2 260
74	National Geographic	3 728	2 933	949
75	Auto Moto	3 647	1 372	2 526
76	Vogue	3 638	1 220	2 538
77	Challenges	3 488	1 533	2 175
78	Le Particulier	2 976	1 379	1 718
79	Maxi	2 873	2 873	-
80	Psychologies	2 759	1 413	1 503
81	France Football	2 697	1 875	906
82	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	2 685	1 051	1 851
83	Droit Finances	2 684	-	2 684
84	Business insider	2 658	-	2 658
85	Système D	2 636	964	1 795
86	Pleine Vie	2 585	1 576	1 049
87	L'Union / l'Ardennais	2 490	762	1 906
88	Le Républicain Lorrain	2 320	700	1 803
89	Le Courrier Picard	2 302	780	1 694
90	Paris Normandie	2 240	716	1 637
91	Vanity Fair	2 201	340	1 871

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V3 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Mars 2021

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

4) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Mars 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celle de l'étude Internet Global de Médiamétrie (2 ans et +)

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v3 Médiamétrie Internet Global : Mars 2021	Brand 30J ⁽²⁾	Print 30J ⁽³⁾	Digital 30J ⁽⁴⁾
		Milliers	Milliers	Milliers
92	Le Journal de la Maison	2 111	581	1 600
93	Le Revenu	2 087	653	1 476
94	Les Inrockuptibles	2 025	1 052	1 031
95	Côté Maison	1 923	491	1 454
96	Télé Poche	1 909	1 909	-
97	TV Grandes Chaînes	1 786	1 786	-
98	Var Matin	1 710	624	1 202
99	Modes & Travaux	1 693	1 693	-
100	Ici Paris	1 563	1 563	-
101	L'Alsace	1 517	599	1 052
102	Télécâble Sat Hebdo	1 510	1 510	-
103	Le Journal de Saône et Loire	1 466	452	1 128
104	L'Auto-Journal	1 435	1 435	-
105	Avantages	1 423	1 423	-
106	Le Bien Public	1 382	361	1 092
107	France Dimanche	1 360	1 360	-
108	Nous Deux	1 351	1 351	-
109	Dossier Familial	1 304	1 304	-
110	AD, Architectural Digest	1 272	282	1 009
111	Télé Magazine	1 251	1 251	-
112	Vosges Matin	1 232	351	950
113	La République du Centre	1 230	430	865
114	Prima	1 224	1 224	-
115	Pomme D'Api	1 196	1 196	-
116	Popi	1 149	1 149	-
117	Mon Jardin & ma Maison	1 121	1 121	-
118	Charente Libre	1 117	277	892
119	L'Ami des Jardins & de la Maison	1 111	1 111	-
120	La Vie	1 081	870	215
121	Midi Olympique	1 015	729	311

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V3 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Mars 2021

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

4) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Mars 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

Rang	Brand OneNext Global ⁽¹⁾ - 2021 v3 Médiamétrie Internet Global : Mars 2021	Brand 30J ⁽²⁾	Print 30J ⁽³⁾	Digital 30J ⁽⁴⁾
		Milliers	Milliers	Milliers
122	Le Chasseur Français	999	999	-
123	Le Courrier de l'Ouest	966	839	177
124	Mieux Vivre Votre Argent	959	704	289
125	Pèlerin	917	917	-
126	Corse Matin	736	340	418
127	Bien-Être & Santé	727	727	-
128	Le Populaire du Centre	711	233	512
129	L'Est Eclair	698	233	507
130	So Foot	664	664	-
131	Le Berry Républicain	656	217	482
132	Philosophie Magazine	577	577	-
133	Le Journal du Centre	556	219	361
134	L'Yonne Républicaine	532	239	336
135	Sport Auto	445	445	-
136	Rock & Folk	411	387	-
137	Le Maine Libre	285	245	-
138	Management	241	241	-
139	Le Journal de la Haute-Marne	220	141	-

Rang	OneNext 2021 - v3 Bimestriel, Trimestriel	Lecture dernière période
		Milliers
1	Art & Décoration	1 714
2	Vies de Famille	1 632
3	Détente Jardin	1 146
4	Dr. Good !	1 134
5	Maison Créative	785
6	Détours en France	725
7	Magicmaman	664
8	Régal	615
9	Campagne Décoration	438
10	Happinez	292

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext 2021 V3 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global - Médiamétrie - données Mars 2021

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

4) Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global Mars 2021)

- : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (1/4) -----



Marques	Composition des Marques
20 Minutes	20 Minutes
Actu	Actu
AD, Architectural Digest	AD, Architectural Digest
Art & Décoration	Art & Décoration
L'Alsace	L'Alsace L'Alsace, édition du Lundi TV Magazine L'Alsace, le supplément TV de L'Alsace du samedi
L'Ami des Jardins & de la Maison	L'Ami des Jardins & de la Maison
Auto Moto	Auto Moto
Auto Plus	Auto Plus
L'Auto-Journal	L'Auto-Journal
Avantages	Avantages
Le Berry Républicain	Le Berry Républicain Le Berry Républicain, édition du Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV du BerryRépublicain Dimanche
Biba	Biba
Le Bien Public	Le Bien Public Le Bien Public, édition du Dimanche TV Magazine Le Bien Public, le supplément TV du Bien Public Samedi
Bien-Être & Santé	Bien-Être & Santé
Business Insider	Business Insider
Ça m'Intéresse	Ça m'Intéresse
Campagne Décoration	Campagne Décoration
Capital	Capital
La Chaîne Météo	La Chaîne Météo
Challenges	Challenges
Charente Libre	Charente Libre TV Magazine Charente Libre, le supplément TV de Charente Libre du dimanche
Le Chasseur Français	Le Chasseur Français
Closer	Closer
CNEWS	CNEWS National - Injection CNEWS CNEWS - Bordeaux CNEWS - Côte d'Azur CNEWS - Grand Ouest CNEWS - Strasbourg CNEWS - Toulouse CNEWS - Lille CNEWS - Lyon Plus CNEWS - Provence
Comment ça Marche	Comment ça Marche
Corse Matin	Corse Matin Corse Matin, édition du Dimanche TV Magazine Corse Matin, le supplément TV de Corse Matin du samedi
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 TV Magazine Ouest, le supplément TV du Courrier de L'Ouest du samedi
Courrier International	Courrier International
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Le Courrier Picard, édition du Dimanche TV Magazine Courrier Picard, le supplément TV du Courrier Picard du samedi
La Croix	La Croix
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré Vaucluse Matin Le Dauphiné Libéré Dimanche Vaucluse Matin Dimanche TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche, le supplément TV du Dauphiné Libéré Dimanche TV Magazine Vaucluse Matin - le Dauphiné Libéré, le supplément TV de Vaucluse Matin Samedi
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi La Dépêche du Dimanche TV Magazine La Dépêche du Dimanche, le supplément TV de La Dépêche du Dimanche
Détente Jardin	Détente Jardin
Détours en France	Détours en France

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (2/4) -----



Marques	Composition des Marques
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace Les DNA / Dernières Nouvelles, édition du Lundi TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace, le supplément TV des DNA - du vendredi
Dossier Familial	Dossier Familial
Dr Good !	Dr Good !
Droit Finances	Droit Finances
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 TV Magazine L'Est Eclair - Libération Champagne, le supplément TV de L'Est Eclair et de Libération Champagne du samedi
L'Est Républicain	L'Est Républicain L'Est Républicain, édition du Lundi TV Magazine L'Est Républicain, le supplément TV de L'Est Républicain du dimanche
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
Happinez	Happinez
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-Marne Le Journal de la Haute-Marne Dimanche TV Magazine Le Journal de la Haute-Marne Dimanche, le supplément TV du Journal de la Haute-Marne 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 TV Magazine Saône et Loire Dimanche, le supplément TV du Journal de Saône et Loire Dimanche
Le Journal des Femmes	Le Journal des Femmes
Le Journal du Centre	Le Journal du Centre Le Journal du Centre, édition du Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV du Journal du Centre Dimanche
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche
Le Journal du Net	Le Journal du Net
Libération	Libération
Magismaman	Magismaman
Le Maine Libre	Le Maine Libre Le Maine Libre, édition du Dimanche TV Magazine Ouest, le supplément TV du Maine Libre du samedi
Maison & Travaux	Maison & Travaux
Maison Créative	Maison Créative
Management	Management
Marianne	Marianne
Marie Claire	Marie Claire Marie Claire Idées Marie Claire Maison Cuisine et Vins de France
Marie France	Marie France
Marmiton	Marmiton

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (3/4)



Marques	Composition des Marques
Maxi	Maxi Maxi Cuisine
Midi Libre	Midi Libre Midi Libre, édition du Dimanche TV Magazine, le supplément TV de Midi Libre Dimanche, l'indépendant Dimanche et Centre Presse Le Journal de l'Aveyron du Samedi
Mieux Vivre Votre Argent	Mieux Vivre Votre Argent
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 TV Magazine Centre France, le supplément TV de La Montagne Dimanche
National Geographic	National Geographic
Nice Matin	Monaco Matin Nice Matin Monaco Matin Dimanche Nice Matin, édition du Dimanche TV Magazine Nice Matin, le supplément TV de Nice Matin du samedi
Notre Temps	Notre Temps
Nous Deux	Nous Deux
La Nouvelle République	La Nouvelle République La Nouvelle République, édition du Dimanche TV Magazine la Nouvelle République, le supplément TV de la Nouvelle République et de Centre Presse le Quotidien de la Vienne du samedi TV Magazine La Nouvelle République, le supplément TV de La Nouvelle République du samedi
L'Obs	L'Obs
Oh! My Mag	Oh! My Mag
Ouest France	Ouest France Dimanche Ouest France TV Magazine Ouest, le supplément TV de Ouest France du vendredi
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 TV Magazine Paris Normandie, le supplément TV de Paris Normandie du samedi TV Magazine, le supplément TV de Paris Normandie, du Havre Libre, du Havre Presse et du Progrès de Fécamp du samedi
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
Pèlerin	Pèlerin
PHR	PHR (243 titres)
Philosophie Magazine	Philosophie Magazine
Pleine Vie	Pleine Vie
+ de Pep's Magazine	+ de Pep's Magazine
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 TV Magazine Centre France, le supplément TV du Populaire du Centre Dimanche
PQR 66	PQR PQR 7ème jour TV magazine du périmètre PQR66
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 TV Magazine Le Progrès, le supplément TV du Progrès du dimanche TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches, le supplément TV du Progrès - Les Dépêches du dimanche TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès, le supplément TV de Dimanche La Tribune - Le Progrès

COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE (4/4)



Marques	Composition des Marques
La Provence	La Provence La Provence, édition du Dimanche TV Magazine La Provence, le supplément TV de La Provence du samedi
Psychologies	Psychologies
Public	Public
Régál	Régál
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Le Républicain Lorrain, édition du Lundi TV Magazine Le Républicain Lorrain, le supplément TV du Républicain Lorrain du mercredi
La République du Centre	La République du Centre La République du Centre Dimanche TV Magazine Centre France, le supplément TV de La République du Centre du samedi
Le Revenu	Le Revenu Placements Le Revenu Hebdo
Rock & Folk	Rock & Folk
Rustica	Rustica
Santé Magazine	Santé Magazine
Science & Vie	Science & Vie
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir
So Foot	So Foot
Sport Auto	Sport Auto
Sud Ouest	Sud Ouest Sud Ouest Dimanche TV Magazine Sud Ouest Dimanche, le supplément TV de 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 TV Magazine Le Télégramme, le supplément TV du Télégramme du samedi
Télérama	Télérama
Top Santé	Top Santé
TV Grandes Chaînes	TV Grandes Chaînes
L'Union / l'Ardennais	L'Ardennais L'Union L'Ardennais, édition du Dimanche L'Union, édition du Dimanche TV Magazine Ardennes, le supplément TV de L'Union et de L'Ardennais du samedi TV Magazine L'Union, le supplément TV de L'Union du samedi
Valeurs Actuelles	Valeurs Actuelles
Vanity Fair	Vanity Fair
Var Matin	Var Matin Var Matin Dimanche TV Magazine Var Matin, le supplément TV de Var Matin
Version Femina	Version Femina (35 titres)
La Vie	La Vie
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 TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair du vendredi TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair et Nord Littoral du vendredi Nord Eclair Nord Eclair, édition du Lundi
Vosges Matin	Vosges Matin Vosges Matin, édition du Lundi TV Magazine Vosges Matin, le supplément TV de Vosges Matin du dimanche
L'Yonne Républicaine	L'Yonne Républicaine TV Magazine Centre France, le supplément TV de L'Yonne Républicaine du samedi

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



KANTAR



ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les chiffres de la Presse et des Media est l'organisation interprofessionnelle, qui contrôle et certifie la diffusion de la presse, la fréquentation des sites internet, des applications, des web radios, des podcasts, de l'affichage digital et de l'audience des marques de Presse.

L'ACPM est responsable de la communication institutionnelle, d'information et de formation sur le media presse à destination de tout l'écosystème publicitaire. Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé des représentants de toutes les familles de presse à travers leurs syndicats professionnels : le SEPM pour la Presse Magazine, l'Alliance de la Presse d'Information pour la Presse Quotidienne, Nationale, Régionale, Départementale, l'APGI pour la Presse Gratuite d'Information, la FNPS pour la Presse d'Information Spécialisée, le CRTM qui représente les annonceurs à travers l'Union des Marques, les agences media avec l'Udecam ainsi que des représentants des media hors presse.

Amélie Benisty, Directrice de l'Audience
Gilbert Saint Joanis, Directeur ACPM/Expert
Solenne Zlatanovic, Responsable des études
Isabelle Jacquart, Chargée d'études

E: audience@acpm.fr - T : 01 43 12 85 30 - acpm.fr