

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 12 Avril 2022

### OneNext S1 2022

L'ACPM publie ce jour la première vague 2022 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 S1 2022, pour les données Print, a été réalisée à partir du terrain de Janvier à Décembre 2021.

Les données digitales correspondent, elles, aux résultats de l'étude Internet Global des mois de Septembre, Octobre et Novembre 2021.

#### AUDIENCE PRINT ET DIGITALE

**96%** des Français (15 ans et +) lisent chaque mois au moins une marque de Presse

#### FOCUS SUR LES JEUNES LECTEURS

(Print + Digital)



**90%** des 15-24 ans lisent **au moins une marque de Presse** chaque mois



**85%** des 15-24 ans lisent **au moins une marque de Presse sur un support digital** chaque mois

**vs 82%**  
pour la population  
Française globale



**88%** des femmes de 15 à 24 ans lisent **au moins une marque de Presse sur mobile** chaque mois

**vs 73%**  
pour la population  
Française globale



**78%** des hommes de 15 à 24 ans lisent **au moins une marque de Presse sur mobile ou tablette** chaque mois

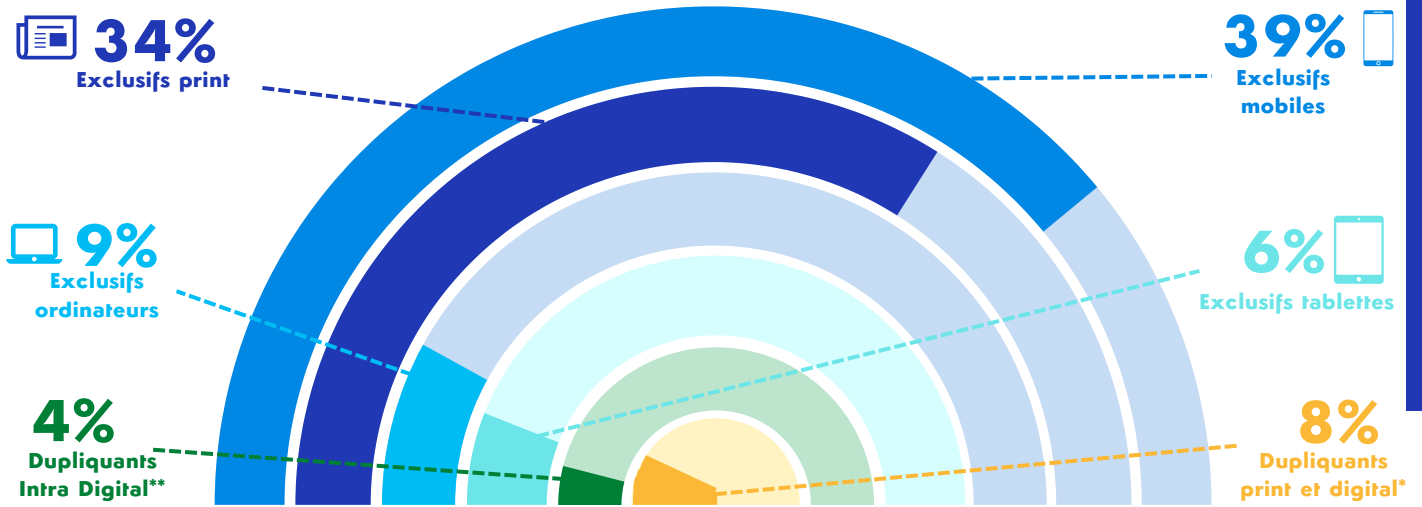
**vs 77%**  
pour la population  
Française globale



**1 jeune sur 5** est un "Gros" lecteur de Presse  
(A lu 22 titres différents ou plus au cours des 12 derniers mois)

**vs 1 sur 4**  
pour la population  
Française globale

## ■ RÉPARTITION DES LECTEURS PAR SUPPORT



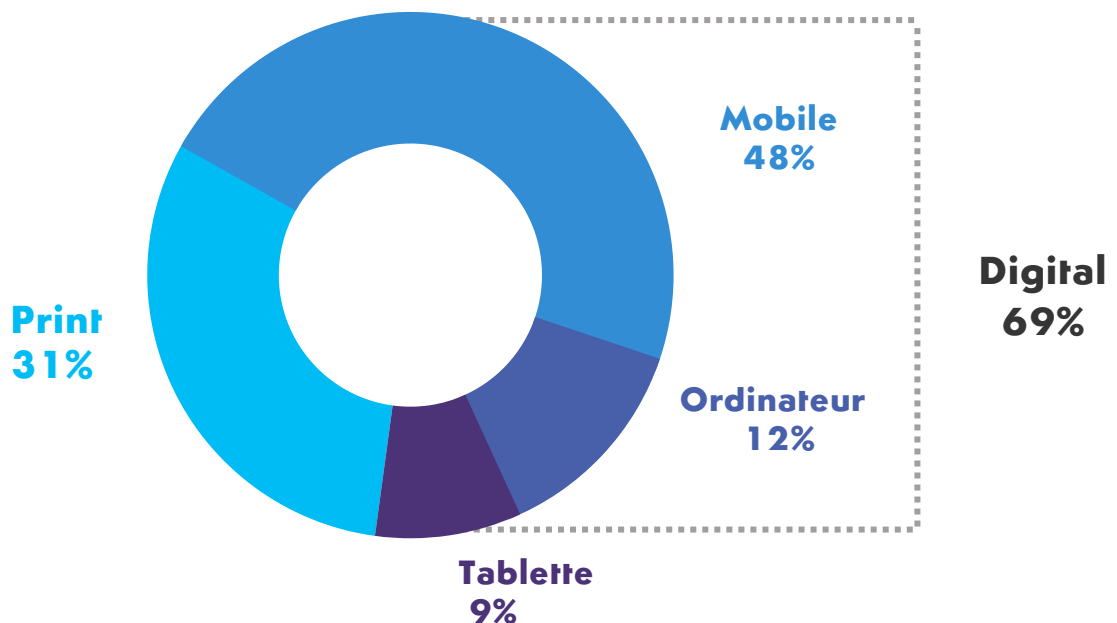
(\*) Dupliquants Print et Digital : les lecteurs utilisant à la fois le support Print et au moins un support digital (fixe, tablette, mobile)

(\*\*) 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 (**48%**), suivi par le papier (**31%**), loin devant l'ordinateur (**12%**) et la tablette (**9%**).



## EVOLUTION DE L'AUDIENCE DES MARQUES DE PRESSE

Les résultats du S1 2022 restent stables par rapport à la V4 2021, avec des variations légères mais non significatives sur le total des lecteurs Presse.

### Top 10

#### Progression en pourcentage

OneNext  
GLOBAL

Lecteurs en %

1	Auto Moto	+ 38%
2	Gentside	+ 33%
3	Le Journal de Saône-et-Loire	+ 31%
4	Le Journal de la Maison	+ 26%
5	Oh! my mag	+ 25%
6	La Nouvelle République	+ 23%
7	GQ	+ 23%
8	Challenges	+ 23%
9	Le Progrès	+ 22%
10	Parents	+ 22%

### Top 10

#### Progression en nombre de lecteurs

OneNext  
GLOBAL

Lecteurs en  
milliers

1	Marmiton	+ 2 306
2	Gentside	+ 1 486
3	Oh! my mag	+ 1 476
4	Closer	+ 1 435
5	Libération	+ 1 270
6	Télé Star	+ 1 193
7	Le Progrès	+ 1 173
8	Auto Moto	+ 1 171
9	Midi Libre	+ 1 135
10	GQ	+ 982

Évolutions de l'audience Brand 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext 2021 V4.

## TOP 20 DES MARQUES DE PRESSE

(Print + Digital)

### Top 20

#### Brand 30 Jours

OneNext  
GLOBAL

Lecteurs en  
milliers

1	PQR 66	42 812
2	Le Figaro	26 657
3	Télé Loisirs	23 028
4	PHR	22 121
5	Femme Actuelle	21 389
6	Le Parisien Aujourd'hui en France	20 913
7	Ouest-France	20 833
8	Marmiton	20 735
9	Le Monde	19 964
10	20 Minutes	19 860
11	Le Journal des Femmes	18 195
12	L'Equipe	16 660
13	Actu	16 140
14	Voici	15 739
15	L'Internaute	15 593
16	Gala	13 652
17	TV Magazine	12 671
18	Télé 7 Jours	12 555
19	Version Femina	12 059
20	Closer	11 993

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

OneNext  
GLOBAL

Cible Ensemble 15 ans et +

Internet Global de Médiamétrie : mois de  
Septembre / Octobre / Novembre 2021

Rang	Brand OneNext Global S1 2022	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
1	PQR 66	42 812	29 790	33 577
2	Le Figaro	26 657	7 252	24 245
3	Télé Loisirs	23 028	4 860	20 771
4	PHR	22 121	11 056	15 325
5	Femme Actuelle	21 389	8 103	16 882
6	Le Parisien / Aujourd'hui en France	20 913	8 583	16 693
7	Ouest-France	20 833	5 337	18 725
8	Marmiton	20 735	5 888	18 101
9	Le Monde	19 964	9 601	15 105
10	20 Minutes	19 860	6 813	16 431
11	Le Journal des Femmes	18 195	-	18 195
12	L'Equipe	16 660	8 955	11 900
13	Actu	16 140	3 621	14 077
14	Voici	15 739	4 294	13 147
15	L'Internaute	15 593	-	15 593
16	Gala	13 652	3 053	11 847
17	TV Magazine	12 671	12 671	-
18	Télé 7 Jours	12 555	7 374	6 599
19	Version Femina	12 059	6 368	6 753
20	Closer	11 993	2 994	10 031
21	La Dépêche du Midi	11 771	1 844	10 853
22	Le Point	11 192	4 140	8 572
23	Capital	11 125	1 403	10 327
24	Elle	10 836	3 813	8 278
25	Libération	9 708	4 289	6 790
26	Midi Libre	9 698	1 615	8 791
27	Paris Match	9 583	6 219	4 234
28	L'Obs	9 374	3 494	6 982
29	Les Echos	9 235	3 212	7 203
30	Public	8 904	2 160	7 405

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2022 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021

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

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

- : 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 +

Etude Internet Global de Médiamétrie :

mois de Septembre / Octobre / Novembre 2021

Rang	Brand OneNext Global S1 2022	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
31	Sud Ouest	8 830	2 665	7 170
32	La Voix du Nord	8 237	2 500	6 806
33	Télé Star	8 033	2 942	5 604
34	Marie Claire	7 872	2 467	5 963
35	L'Express	7 849	3 342	5 287
36	Oh! My Mag	7 273	-	7 273
37	Top Santé	6 684	1 788	5 274
38	Marie France	6 612	373	6 332
39	Le Dauphiné	6 500	2 193	5 031
40	Le Progrès	6 396	1 923	5 189
41	Auto Plus	6 294	4 153	2 945
42	Geo	6 213	2 718	3 996
43	La Chaîne Météo	6 193	-	6 193
44	Comment ça Marche	6 133	-	6 133
45	Gentside	6 023	-	6 023
46	Marianne	5 936	2 685	3 891
47	Maison & Travaux	5 798	809	5 151
48	Télérama	5 711	3 418	3 026
49	Santé Magazine	5 683	2 038	3 994
50	GQ	5 230	577	4 756
51	Cosmopolitan	5 156	996	4 419
52	Sports	5 055	-	5 055
53	L'Indépendant	4 917	613	4 529
54	Le Journal du Net	4 764	-	4 764
55	Biba	4 729	496	4 338
56	Grazia	4 691	-	4 691
57	Le Télégramme	4 657	1 304	3 747
58	Courrier International	4 634	2 836	2 347
59	Magismaman	4 538	588	4 240
60	La Provence	4 522	1 613	3 356

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2022 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021

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

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

- : 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 +

Etude Internet Global de Médiamétrie :

mois de Septembre / Octobre / Novembre 2021

Rang	Brand OneNext Global S1 2022	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
61	Notre Temps	4 453	2 849	1 917
62	Melty	4 326	-	4 326
63	Rustica	4 291	2 642	2 028
64	Auto Moto	4 240	1 683	2 937
65	Science & Vie	4 224	3 379	965
66	Parents	4 174	1 087	3 406
67	National Geographic	4 068	3 109	1 175
68	Sciences et Avenir	4 042	2 106	2 232
69	Challenges	3 849	1 620	2 503
70	Ça m'intéresse	3 831	2 437	1 552
71	Télé Z	3 826	3 826	-
72	Télé 2 Semaines	3 788	2 387	1 564
73	L'Est Républicain	3 644	1 216	2 783
74	Valeurs Actuelles	3 618	1 814	2 153
75	La Croix	3 536	1 963	1 948
76	Le Journal du Dimanche	3 497	2 143	1 551
77	La Nouvelle République	3 360	1 267	2 469
78	Nice Matin	3 318	880	2 697
79	La Montagne	3 318	1 220	2 462
80	Droit Finances	3 011	-	3 011
81	Le Particulier	2 988	1 424	1 712
82	Pleine Vie	2 937	1 432	1 585
83	365	2 885	-	2 885
84	Vogue	2 781	1 075	1 759
85	Psychologies	2 636	1 434	1 352
86	Onze Mondial	2 368	-	2 368
87	Maxi	2 320	2 320	-
88	Système D	2 267	939	1 448
89	NextPLZ	2 231	-	2 231
90	Paris Normandie	2 226	818	1 547

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2022 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021

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

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

- : 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 +

Etude Internet Global de Médiamétrie :

mois de Septembre / Octobre / Novembre 2021

Rang	Brand OneNext Global S1 2022	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
91	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	2 161	1 065	1 326
92	Auto News	2 103	-	2 103
93	Business insider	2 069	-	2 069
94	Le Courrier Picard	2 064	833	1 438
95	Le Républicain Lorrain	2 045	722	1 485
96	But Football Club	2 043	-	2 043
97	Foot National	1 972	-	1 972
98	L'Union / l'Ardennais	1 969	766	1 383
99	Le Journal de la Maison	1 924	438	1 546
100	Var Matin	1 887	716	1 320
101	Vanity Fair	1 833	337	1 510
102	Télé Poche	1 730	1 730	-
103	TV Grandes Chaînes	1 678	1 678	-
104	Le Journal de Saône et Loire	1 653	522	1 273
105	Le Bien Public	1 646	425	1 369
106	L'Auto-Journal	1 645	1 645	-
107	Le Revenu	1 605	709	931
108	France Football	1 563	1420	154
109	Modes & Travaux	1 541	1 541	-
110	Télécâble Sat Hebdo	1 505	1 505	-
111	L'Alsace	1 431	592	954
112	Côté Maison	1 385	496	921
113	Pomme D'Api	1 360	1 360	-
114	Ici Paris	1 290	1 290	-
115	Charente Libre	1 222	368	932
116	Dossier Familial	1 212	1 212	-
117	Popi	1 212	1 212	-
118	Les Inrockuptibles	1 208	790	440
119	Midi Olympique	1 203	862	355
120	Télé Magazine	1 185	1 185	-

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2022 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021

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

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

- : 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 +

Etude Internet Global de Médiamétrie :

mois de Septembre / Octobre / Novembre 2021

Rang	Brand OneNext Global S1 2022	Brand 30J	Print 30J	Digital 30J
		Milliers	Milliers	Milliers
121	France Dimanche	1 179	1 179	-
122	Nous Deux	1 173	1 173	-
123	Avantages	1 153	1 153	-
124	Mon Jardin & ma Maison	1 121	1 121	-
125	L'Histoire	1 092	1 092	-
126	La République du Centre	1 073	456	689
127	L'Ami des Jardins & de la Maison	1 038	1 038	-
128	Historia	1 026	1 026	-
129	La Vie	1 004	843	164
130	Vosges Matin	1 003	318	771
131	Prima	1 001	1 001	-
132	AD, Architectural Digest	934	294	642
133	Pèlerin	899	899	-
134	Mieux Vivre Votre Argent	895	642	291
135	Le Chasseur Français	867	867	-
136	La République des Pyrénées	833	278	598
137	L'Est Eclair	824	261	616
138	Corse Matin	808	368	521
139	Le Courrier de l'Ouest	800	754	89
140	Le Populaire du Centre	688	266	475
141	Bien-Être & Santé	687	687	-
142	Alternatives Economiques	665	665	-
143	Quinze Mondial	663	-	663
144	Le Berry Républicain	574	193	418
145	Sport Auto	536	536	-
146	L'Yonne Républicaine	527	248	330
147	Rock and Folk	482	415	77
148	Le Journal du Centre	480	230	277
149	Le Nouvel Economiste	430	374	-
150	Le Journal de la Haute-Marne	328	152	191
151	Le Maine Libre	312	276	-
152	Management	260	260	-

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2022 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021

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

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

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



## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE



Cible Ensemble 15 ans et +

Etude Internet Global de Médiamétrie :

mois de Septembre / Octobre / Novembre 2021

Rang	OneNext S1 2022	Lecture dernière période
	Bimestriel, Trimestriel	Milliers
1	Art et Décoration	1 703
2	Vies de Famille	1 524
3	Détente Jardin	1 139
4	Dr. Good	1 091
5	Maison Créative	716
6	Détours en France	662
7	Régal	565
8	Campagne Décoration	460

1) Voir composition des marques de Presse ci-après

2) Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2022 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données Septembre / Octobre / Novembre 2021

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

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

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

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
20 Minutes	20 Minutes
365.fr	Football365.fr Rugby365.fr Sports365.fr
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
Alternatives Economiques	Alternatives Economiques
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 Berry Républicain 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
But Football	Butfootballclub.fr
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
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
Courier International	Courier 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
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 !

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
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
Foot National	Foot National
France Dimanche	France Dimanche
France Football	France Football
Gala	Gala
Gentside	Gentside
Geo	Geo
GQ	GQ
Grazia	Grazia f
Histoire	Histoire
Historia	Historia
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-Maine	Le Journal de la Haute-Maine Le Journal de la Haute-Maine Dimanche TV Magazine Le Journal de la Haute-Maine Dimanche, le supplément TV du Journal de la Haute-Maine 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
Magimaman	Magimaman
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
Maxi	Maxi Maxi Cuisine

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
Melty.fr	Melty.fr
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
Midi Olympique	Midi Olympique Lundi Midi Olympique Vendredi Midi-olympique.fr
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
NextPLZ.fr	NextPLZ.fr
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
Le Nouvel Economiste	Le Nouvel Economiste Magazine
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
Onze Mondial	Onzemonial.com 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)
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 TV Magazine Centre France, le supplément TV du Populaire du Centre Dimanche
PQR 88	PQR PQR 7ème jour TV magazine du périmètre PQR88
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

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
Quinze Mondial	Quinzemondial.com
Régal	Régal
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 des Pyrénées	La République des Pyrénées TV Magazine La République des Pyrénées, le supplément TV de La République des Pyrénées du samedi
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
Sports.fr	Sports.fr
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 Jours 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.



# 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 réglementation de la publicité sur Internet : Digital Ad Trust Label, 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  
[acpm.fr](http://acpm.fr) | 01.43.12.85.30 | [audience@acpm.fr](mailto:audience@acpm.fr)  
44 rue Cambronne 75015 Paris