

ONE 2015 // ONE GLOBAL V1 2016

ONE 2015, l'audience de la Presse en France de janvier à décembre 2015

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias issue de la fusion d'AudiPresse et de l'OJD, publie les résultats d'audience de la Presse en France métropolitaine sur la période allant du 1er janvier au 31 décembre 2015. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 35.193 individus représentatifs de la population française des 15 ans et plus.

ONE GLOBAL V1 2016, l'audience globale 4 supports des marques de presse ONE 2015 // MNR - Médiamétrie - Données Janvier 2016

L'ACPM publie la première 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 Fixe Médiamétrie/NetRatings, le Panel Internet Mobile et le Panel Tablette de Médiamétrie.

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



vs ONE 2014
A univers de titres constant



vs ONE Global V1 2015
A univers de marques constant



1- COUVERTURE MENSUELLE

du media Presse



de la population française déclare lire la presse papier chaque mois, soit 49,5 millions de lecteurs.

49 336

2015

49 498

2014

en milliers de lecteurs, chaque mois

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

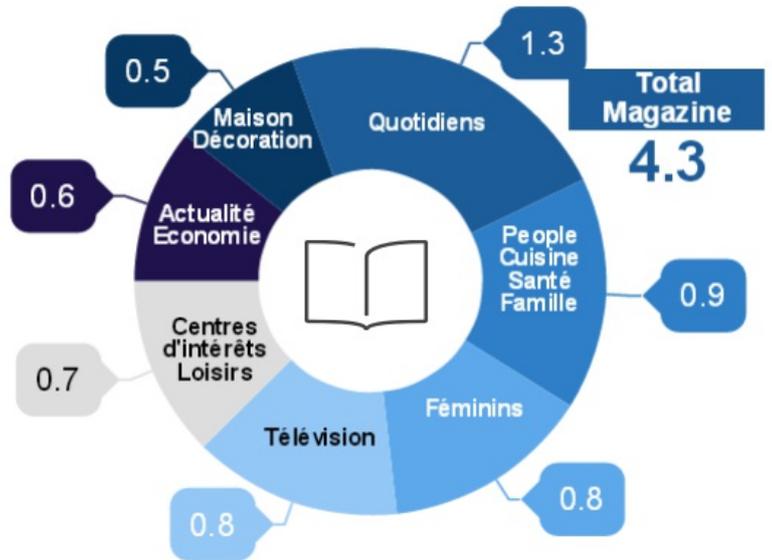


PANIER DE LECTURE des Français

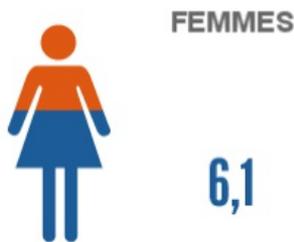
Les Français lisent en moyenne 5,6 titres différents, avec en moyenne 1,3 quotidiens et 4,3 magazines.



nombre moyen de titres lus



Les femmes, avec 6,1 titres lus en moyenne, se démarquent de l'ensemble. Les ultraconnectés, possesseurs d'ordinateur, smartphone et tablette (5,8 titres) et les urbains (5,7 titres) lisent également plus de titres que la moyenne.



nombre moyen de titres lus par cible

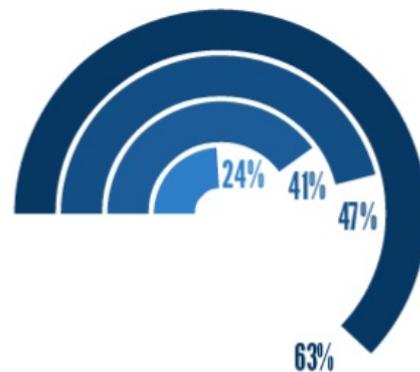


COUVERTURE QUOTIDIENNE du media Presse

Chaque jour, 62% de la population âgée de 15 ans et plus lit au moins un titre de presse, soit 32,1 millions d'individus.

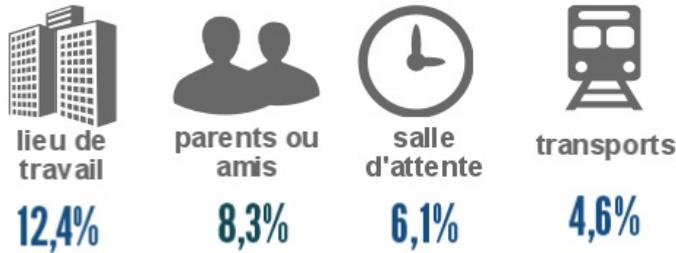
Ils sont ainsi près de 21,0 millions à lire au moins un quotidien (40%) et 23,8 millions à lire au moins un magazine (46%).

Ils sont 12,4 millions à lire chaque jour à la fois au moins un quotidien et un magazine, soit 1/4 des Français.

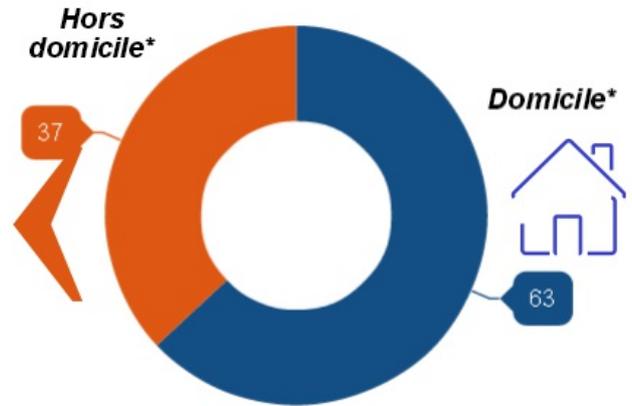


LIEUX DE LECTURE du media Presse

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

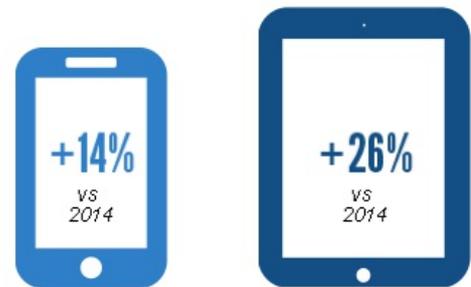
NOMBRE DE REPRISES EN MAIN selon le media Presse



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

UN ESSOR CONTINU des outils de lecture numérique

POSSESSEURS DE TABLETTES ET DE SMARTPHONES en milliers



L'équipement en smartphone et tablette affiche une progression continue. Ce sont ainsi 31 millions de Français qui sont équipés d'un smartphone (60% de la population), et 24,5 millions de Français possesseurs d'une tablette (47% de la population).

Le taux de multi-équipés est également en progression: 34% des Français possèdent à la fois un ordinateur, un smartphone et une tablette, contre 26% en 2014 (soit +30% en 1 an).

LES MARQUES DE PRESSE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE MOYEN DE TITRES PAPIER LUS PAR LES UTILISATEURS RÉGULIERS* DES RÉSEAUX SOCIAUX



7,6

(ind. 136**)



6,9

(ind. 123**)



6,3

(ind. 113**)

* Réguliers : consultent le réseau social au moins une fois par jour

** Ensemble population 5,6 titres papier lus en moyenne

SUIVI DES MARQUES DE PRESSE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX¹

Parmi les réguliers* sur le réseau social concerné



55%



44%



38%

TOP 5 DES RAISONS DE SUIVI DE MARQUES DE PRESSE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX¹

Parmi les individus ayant déclaré suivre au moins un titre de presse sur Facebook ou Twitter ou Google+

1

72%

Pour suivre l'actualité en temps réel

2

46%

Pour partager avec mes amis/contacts les articles que j'ai lus

3

43%

Pour trouver des informations que je ne trouve pas ailleurs

4

38%

Pour consulter les pages de mes titres de presse préférés

5

37%

Pour commenter ou voir les commentaires associés aux articles publiés par ces journaux ou magazines

2 - AUDIENCE GLOBALE

des marques de presse

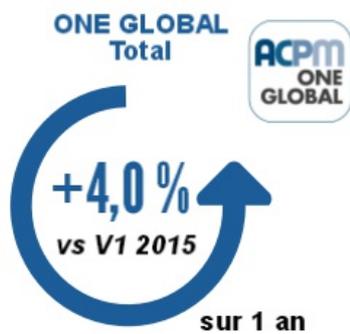


L'audience moyenne des marques de presse en hausse de 4,0% sur un an

A univers de marques constant

L'audience globale des marques de presse Print + Numérique connaît une progression de 4,0% par rapport à ONE Global 2015 V1, une hausse portée par l'introduction de la mesure tablette.

L'apport d'audience exclusivement amené par les consultations sur tablette est ainsi de 8% en moyenne sur les marques concernées.



EVOLUTION D'AUDIENCE PAR FAMILLE

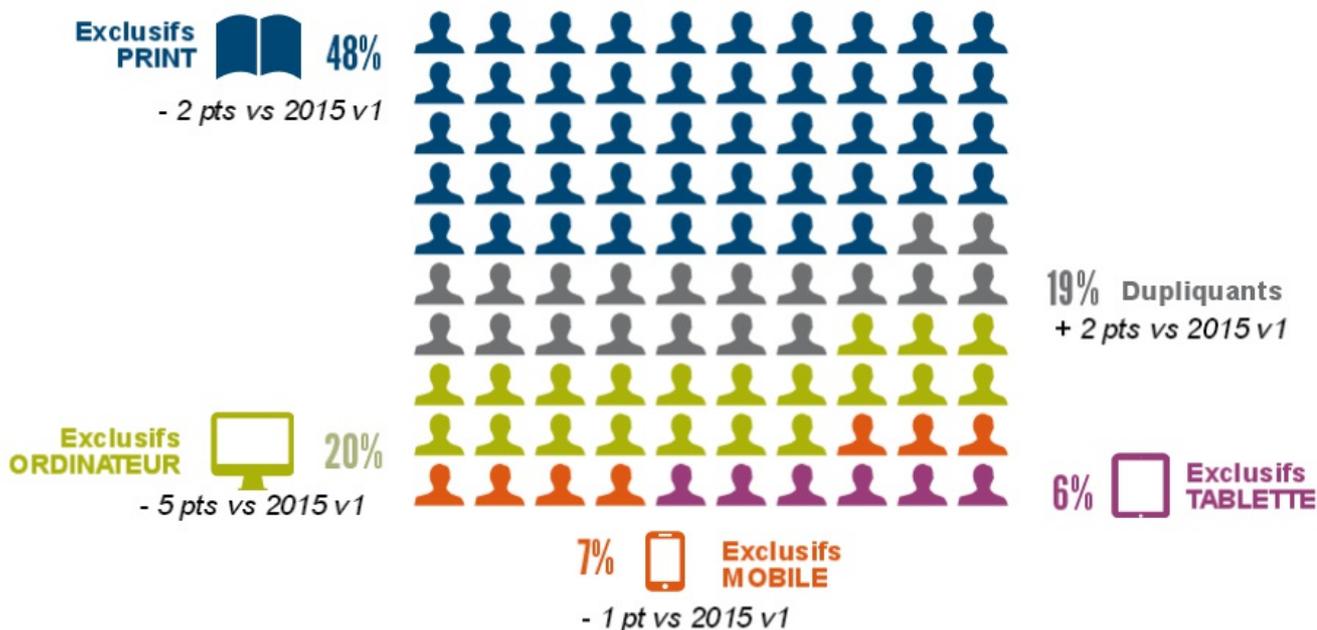
sur un an (2016 V1 vs 2015 V1)



	Avec Tablette	Sans Tablette
Quotidiens Régionaux (PQR66)	+ 6,5 %	+ 2, 2 %
Quotidiens Nationaux	+ 0,7 %	-5,4 %
Hebdomadaires Régionaux (Total PHR)		+3,4%
Total Magazines	+ 5,1%	- 2,8%
Magazines News	- 7,0 %	-14,3%
Magazines Actualité / Economie	+0,0%	- 5,4%
Magazines Féminins	+ 6,6%	+ 0,6 %
Magazines People	+ 4,4 %	- 2,4 %
Magazines Santé / Famille	+ 28,8 %	+ 12,5 %
Magazines Loisirs / Centres d'intérêts	+ 10,1 %	- 0,5 %
Magazines Télévision	+ 10,7 %	+ 0,8 %

A univers de
marques constant

▼ RÉPARTITION MOYENNE DES LECTEURS d'une marque de presse



----- APPORT EXCLUSIF MOYEN D'AUDIENCE du digital ▼



▼ LA LECTURE DIGITALE selon les profils



des Français, soit 36.1 millions d'individus, consultent au moins une marque de presse en version digitale (ordinateur, mobile ou tablette)

----- FOCUS MOBILITÉ -----

53% des Français lecteurs de presse sur mobile ou tablette



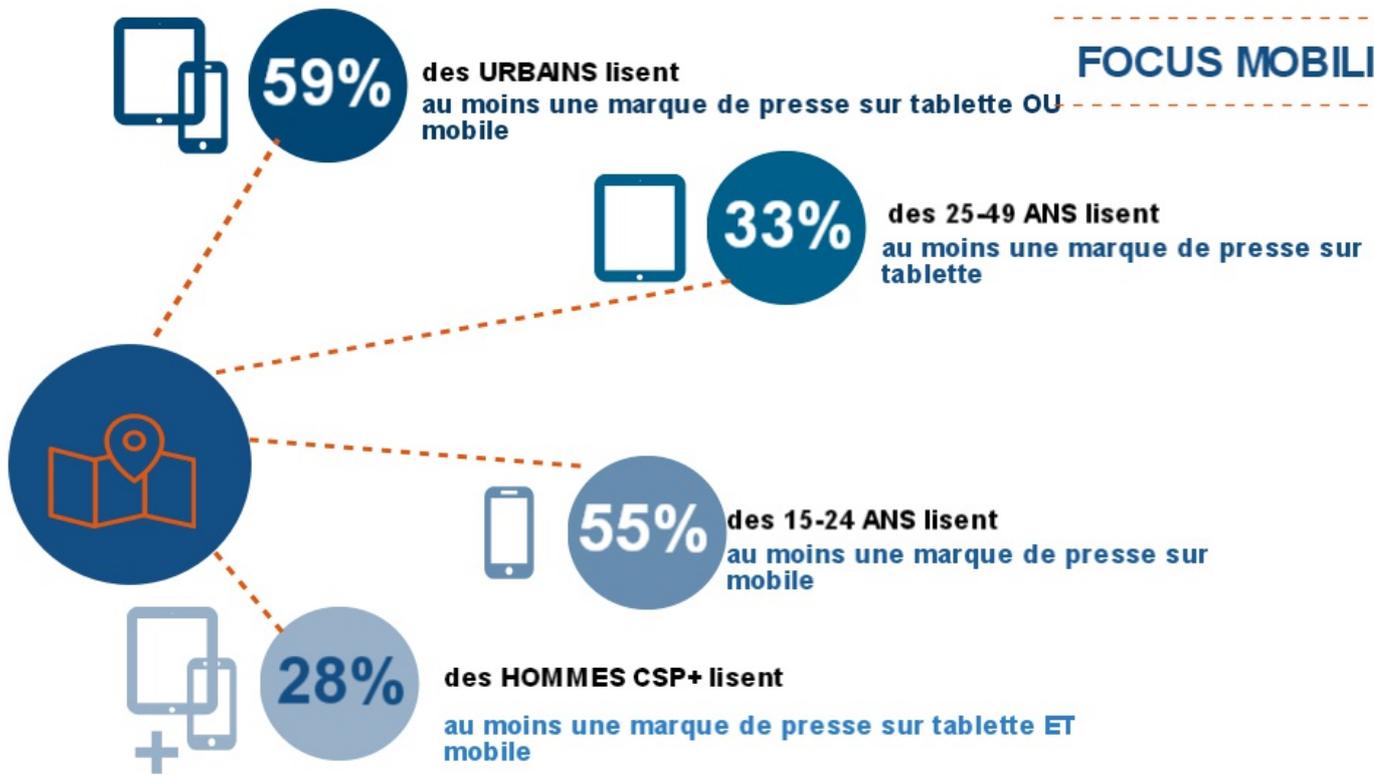
42%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur mobile, soit 21,7 millions d'individus



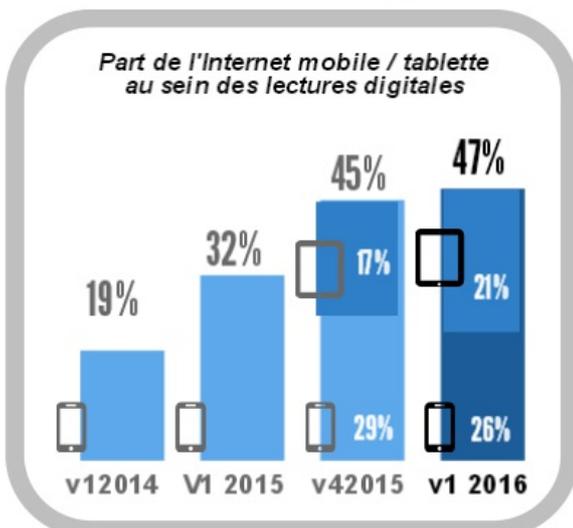
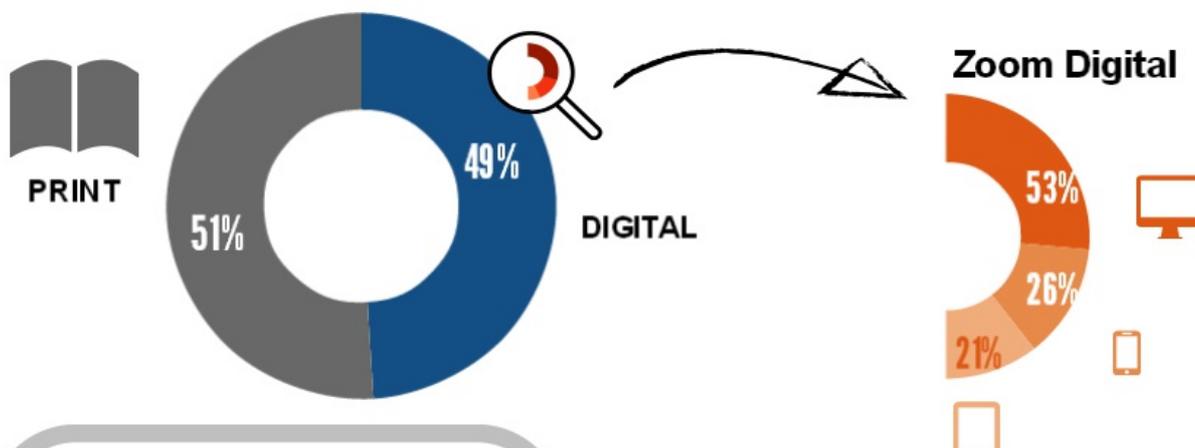
27%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur tablette, soit 13,8 millions d'individus



RÉPARTITION DES LECTURES par mode de consultation

Les lectures presses sur papier représentent 51% des lectures, contre 49% pour les lectures digitales (ordinateur, mobile ou tablette).



Au sein des lectures digitales, l'ordinateur représente 53% des lectures, contre respectivement 26% et 21% pour le smartphone et la tablette.

Ces lectures sur les supports de mobilité (mobile ou tablette) correspondent ainsi à 47% des lectures digitales.

* Attention, l'audience des tablettes n'était pas publiée auparavant ce qui modifie l'univers de référence.

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 et étudie plus de 200 titres de presse et agrégats (regroupements de titres).

Les deux instituts partenaires de l'ACPM, IPSOS Media CT et TNS Sofres ont réalisé 35.193 interviews du 1er janvier au 31 décembre 2015 auprès d'une population de 15 ans et plus résidant en France, soit 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.

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

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 GLOBAL v2 2016

(ONE 2015/MNR-Médiamétrie - données avril 2016) : juillet 2016

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

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

L'AUDIENCE DES QUOTIDIENS (1/2)



	2015					2014/2015	2014
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Agrégats de Presse Quotidienne (LNM / LDP)							
PQR66 ¹ (LNM)	17 767	34,3	8 956	8 810	3 759	18 045	18 030
PQR du 7 ^{ème} jour ² (LDP)	15 662	30,3	7 946	7 716	3 276	15 905	15 802
PQN / PGI ³ (LNM)	11 134	21,5	6 421	4 713	3 639	11 378	11 740
	dont : PQN (LNM)	8 022	15,5	4 934	3 087	2 530	8 178
	dont : PGI** (LNM)	4 721	9,1	2 469	2 252	1 680	4 850
PQN du 7 ^{ème} jour ⁴ (LDP)	4 642	9,0	3 198	1 444	1 284	4 629	4 537
PHR ⁵ (LDP)	7 184	13,9	3 609	3 575	1 654	7 150	7 288
PQR⁶ (LNM)							
Ouest France	2 467	4,8	1 199	1 268	529	2 481	2 527
Sud Ouest	1 092	2,1	556	536	234	1 122	1 134
La Voix du Nord	1 004	1,9	514	490	204	1 055	1 133
Le Dauphiné*	963	1,9	509	454	213	918	950
Le Progrès*	770	1,5	406	364	175	812	832
La Dépêche du Midi	725	1,4	382	343	176	748	745
La Nouvelle République	644	1,2	333	311	121	652	647
Midi Libre	634	1,2	325	309	147	575	501
Le Télégramme	631	1,2	301	331	131	678	668
La Montagne	629	1,2	302	327	124	650	663
La Provence	613	1,2	324	289	151	591	596
Les DNA / Dernières Nouvelles d'Alsace	558	1,1	288	270	112	577	566
L'Est Républicain*	536	1,0	272	264	111	551	545
Le Républicain Lorrain	458	0,9	219	239	90	474	483
L'Union / L'Ardenais*	387	0,7	198	189	53	400	380
Nice Matin*	366	0,7	181	185	94	354	369
Le Courrier de l'Ouest	339	0,7	173	166	67	351	329
Le Courrier Picard	318	0,6	157	161	55	314	325
L'Alsace	276	0,5	135	142	65	285	260
Var Matin	272	0,5	131	141	55	271	270
L'Indépendant	247	0,5	130	117	53	265	237
Paris Normandie	228	0,4	118	110	46	238	237
Le Journal de Saône-et-Loire	218	0,4	109	108	31	178	209
Le Bien Public	187	0,4	97	91	42	183	163
La République du Centre	168	0,3	88	80	36	190	-
Corse Matin	156	0,3	82	74	42	145	155
La Charente Libre	153	0,3	70	82	33	162	157
Le Populaire du Centre	148	0,3	71	77	30	141	154
Vosges Matin	138	0,3	67	72	25	137	133
L'Yonne Républicaine	128	0,2	64	64	21	136	141
Le Journal du Centre	119	0,2	57	62	17	124	118
Le Berry Républicain	110	0,2	54	56	21	118	113
Le Journal de la Haute-Marne	82	0,2	40	42	14	82	86

¹ PQR66 est le couplage de l'ensemble des titres de Presse Quotidienne Régionale (Les titres de la Presse Régionale sont mesurés sur leurs zones de diffusion).

² PQR du 7^{ème} jour : Presse Quotidienne Régionale du 7^{ème} jour.

³ PQN : Presse Quotidienne Nationale ; PGI : Presse Gratuite d'Information (Les titres de la PGI sont mesurés sur leurs zones de diffusion).

⁴ PQN du 7^{ème} jour : Presse Quotidienne Nationale du 7^{ème} jour.

⁵ PHR : Presse Hebdomadaire Régionale.

⁶ PQR : Presse Quotidienne Régionale.

* Couplage

** Attention, l'univers PGI a évolué : sur la vague ONE 2014/2015, l'agrégat PGI comprend 2 titres (20 Minutes et Direct Matin) contre 3 titres (20 Minutes, Direct Matin et Metronews) sur les vagues ONE 2013/2014 et 2014.

L'AUDIENCE DES QUOTIDIENS (2/2)



	2015					2014/2015	2014
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+I	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR du 7^{ème} jour (LDP)							
Dimanche Ouest France	1 728	3,3	892	837	386	1 797	1 841
Le Dauphiné Dimanche*	1 161	2,2	597	564	262	1 141	1 198
La Voix du Nord Lundi	1 129	2,2	616	512	249	1 154	1 220
Sud Ouest Dimanche	1 100	2,1	547	553	235	1 107	1 105
Le Progrès Dimanche*	1 014	2,0	492	522	208	1 129	1 117
La Dépêche du Dimanche	830	1,6	427	403	163	858	838
Midi Libre Dimanche	759	1,5	396	364	165	716	660
La Provence Dimanche	675	1,3	338	337	157	646	676
La Montagne Dimanche	617	1,2	293	324	122	616	616
Le Télégramme Dimanche	535	1,0	256	280	102	599	566
Les Dernières Nouvelles du Lundi	527	1,0	295	232	122	571	520
Le Républicain Lorrain Lundi Matin	505	1,0	248	257	111	515	540
Nice Matin Dimanche*	412	0,8	169	243	88	375	366
La Nouvelle République du Dimanche	382	0,7	202	179	86	375	356
Le Courrier Picard Dimanche	354	0,7	189	166	60	323	324
Var Matin Dimanche	343	0,7	152	190	67	340	-
L'Union / L'Ardennais Dimanche*	340	0,7	189	151	49	335	317
L'indépendant Dimanche	285	0,6	142	142	54	328	293
Corse Matin Dimanche	182	0,4	96	87	46	168	174
PQN/ PGI (LNM)							
20 minutes	3 747	7,2	1 955	1 792	1 340	3 901	3 990
Direct Matin National ¹	2 515	4,9	1 336	1 179	877	2 585	2 566
Le Parisien/Aujourd'hui en France*	2 381	4,6	1 343	1 039	662	2 416	2 373
L'Equipe	2 363	4,6	2 014	349	755	2 275	2 197
Le Monde	2 308	4,5	1 312	996	858	2 231	2 174
Le Figaro	1 526	2,9	881	645	483	1 553	1 539
Direct Matin Ile de France	1 485	2,9	818	668	566	1 601	1 549
Libération	979	1,9	574	404	428	950	940
Les Echos	560	1,1	382	179	279	572	560
La Croix	476	0,9	259	217	102	454	480
L'Humanité	399	0,8	262	137	97	369	331
PQN du 7^{ème} jour (LDP)							
L'Equipe Dimanche	2 892	5,6	2 373	519	870	2 764	2 643
Le Parisien Dimanche/Aujourd'hui en France Dimanche*	1 691	3,3	1 011	680	429	1 739	1 656
Le Journal du Dimanche	1 070	2,1	584	486	302	1 065	1 049
PHR (LDP)							
PHR National*	6 484	12,5	3 165	3 320	1 445	6 519	6 632

¹ 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)



Magazines Hebdomadaires (LDP)	2015					2014/2015	2014
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
TV Magazine*	13 620	26,3	6 234	7 386	2 460	14 085	14 134
Version Femina*	7 369	14,2	2 496	4 873	1 278	7 664	7 633
Télé 7 Jours	5 284	10,2	2 355	2 929	1 056	5 266	5 264
Télé Z	4 291	8,3	2 015	2 277	689	4 164	4 431
Télé Loisirs	4 123	8,0	1 944	2 179	868	4 049	4 104
Femme Actuelle	3 885	7,5	892	2 992	750	4 023	4 240
Paris Match	3 412	6,6	1 269	2 143	886	3 551	3 636
Télé Star	3 208	6,2	1 345	1 863	680	3 291	3 286
Voici	2 710	5,2	758	1 952	591	2 852	2 884
Closer	2 575	5,0	721	1 853	586	2 632	2 959
Télérama	2 436	4,7	1 147	1 289	927	2 412	2 566
L'Equipe Magazine	2 194	4,2	1 831	363	628	2 070	2 045
L'Obs ¹	2 128	4,1	1 172	956	697	2 297	2 469
L'Express	2 084	4,0	1 155	928	710	2 039	1 998
Le Point	2 069	4,0	1 143	926	644	2 008	1 993
Auto Plus	2 017	3,9	1 663	354	588	1 965	2 000
M le magazine du Monde	1 953	3,8	1 039	914	608	1 711	1 618
Elle	1 883	3,6	309	1 574	572	1 854	2 024
Public	1 862	3,6	426	1 435	432	1 929	2 082
Gala	1 826	3,5	396	1 429	457	1 900	1 981
Maxi	1 822	3,5	360	1 462	230	1 821	1 944
Télé Poche	1 752	3,4	803	949	298	1 903	1 961
Télécâble Sat Hebdo	1 708	3,3	935	773	340	1 792	1 781
Le Figaro Magazine	1 684	3,3	846	838	457	1 769	1 770
Le Parisien Magazine/Aujourd'hui en France Magazine*	1 381	2,7	753	627	325	1 355	1 282
France Football	1 354	2,6	1 198	156	322	1 289	1 209
Madame Figaro	1 283	2,5	389	894	296	1 305	1 312
Rustica	1 139	2,2	459	680	188	1 090	1 070
Ici Paris	1 138	2,2	346	792	131	1 257	1 296
L'Argus	1 126	2,2	892	234	350	951	719
Marianne	1 097	2,1	681	416	366	1 117	1 089
Courrier International	1 060	2,0	572	487	436	1 025	994
France Dimanche	1 059	2,0	333	726	87	1 080	1 145
Nous Deux	1 003	1,9	221	782	104	1 075	1 128
Télé Magazine	866	1,7	412	455	155	1 094	1 205
VSD	797	1,5	373	424	218	867	788
Pèlerin	663	1,3	279	384	79	714	746
Challenges	661	1,3	466	195	245	631	579
Grazia	603	1,2	82	521	174	667	731
Les Inrockuptibles	523	1,0	307	216	222	477	480
A Nous Réseau ²	485	0,9	194	291	180	509	465
La Vie	469	0,9	197	272	70	509	552
Stylist ³	443	0,9	98	345	188	448	-

1 Le titre L'Obs a été étudié sous son ancien nom, Le Nouvel Observateur entre le 1er janvier et le 30 juin 2015

2 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).

3 Le titre Stylist est distribué dans 10 villes et est mesuré sur ses zones de diffusion

* Couplage



	2015					2014/2015	2014
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+I	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Bimensuels (LDP)							
Télé 2 Semaines	3 213	6,2	1 349	1 864	608	3 392	3 357
TV Grandes Chaînes	2 194	4,2	943	1 251	428	2 386	2 396
01Net	1 604	3,1	1 269	335	569	1 625	1 684
L'Auto Journal	1 251	2,4	1 095	156	452	1 143	1 187
Gourmand	378	0,7	138	240	90	530	710
Magazines Mensuels (LDP)							
Cuisine Actuelle	3 993	7,7	906	3 088	970	4 006	4 037
Science et Vie	3 948	7,6	2 356	1 593	1 356	3 984	3 940
GEO	3 673	7,1	1 796	1 877	1 199	3 761	3 696
Notre Temps	3 151	6,1	886	2 265	282	3 187	3 152
Santé Magazine	2 954	5,7	747	2 207	619	3 168	3 213
Ca M'Intéresse	2 942	5,7	1 393	1 549	1 027	3 022	3 036
Sciences et Avenir	2 718	5,3	1 686	1 031	951	2 769	2 669
Top Santé	2 659	5,1	674	1 986	584	2 893	2 940
Modes & Travaux	2 437	4,7	380	2 057	583	2 461	2 506
Pleine Vie	2 361	4,6	629	1 733	258	2 539	2 527
Télé 7 Jeux	2 328	4,5	944	1 384	472	2 390	2 416
Marie Claire	2 306	4,5	374	1 932	675	2 296	2 413
Psychologies Magazine	2 242	4,3	668	1 574	906	2 338	2 308
Auto Moto	2 238	4,3	1 804	434	563	2 081	2 138
National Geographic	2 077	4,0	1 249	827	647	2 039	1 916
L'Automobile Magazine	1 914	3,7	1 600	314	587	1 874	1 907
Femme Actuelle Jeux	1 882	3,6	505	1 377	326	1 973	2 025
Prima	1 742	3,4	218	1 524	445	1 754	1 762
Le Particulier	1 689	3,3	853	837	417	1 667	1 746
Avantages	1 625	3,1	203	1 422	479	1 693	1 824
Capital	1 578	3,1	956	623	658	1 885	1 882
Mon Jardin & Ma Maison	1 540	3,0	473	1 067	364	1 631	1 594
Le Chasseur Français	1 470	2,8	915	554	262	1 559	1 598
Cosmopolitan	1 462	2,8	210	1 252	517	1 528	1 556
Bien-Etre & Santé	1 427	2,8	376	1 051	226	1 646	1 567
Dossier Familial	1 416	2,7	595	821	323	1 439	1 687
Jeux Vidéo Magazine	1 397	2,7	1 179	218	241	1 288	1 311
Vogue	1 311	2,5	267	1 044	299	1 215	1 296
L'Ami des Jardins et de la Maison	1 257	2,4	442	815	272	1 337	1 305
Système D	1 121	2,2	665	456	344	1 195	1 202
Glamour	1 038	2,0	146	892	322	1 105	1 208
Marie France	1 019	2,0	176	843	292	1 076	1 107
Alternatives Economiques	853	1,6	506	347	316	800	862
Réponse à Tout !	849	1,6	398	452	238	804	791
Première	838	1,6	417	422	343	944	948
Mieux Vivre Votre Argent	831	1,6	487	344	281	902	873
Biba	826	1,6	88	738	326	922	1 025
Sport Auto	711	1,4	661	50	185	654	679
Enjeux les Echos	706	1,4	478	228	319	753	724
Studio Magazine - Ciné Live	649	1,3	382	267	224	646	647



	2015					2014/2015	2014
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Mensuels (suite et fin) (LDP)							
Rock and Folk	513	1,0	351	162	172	507	535
Management	504	1,0	318	186	296	574	506
Vanity Fair	497	1,0	134	363	209	508	-
Questions de Femmes	495	1,0	75	420	89	448	460
GQ	491	0,9	334	157	216	515	550
Le Revenu Placements	451	0,9	277	173	156	509	458
L'Expansion	380	0,7	243	136	154	433	474
Magazines Bimestriels (LDP)							
Marmiton	4 279	8,3	1 339	2 940	1 196	3 939	3 621
Maison et Travaux	2 685	5,2	925	1 760	792	2 802	2 867
Art & Décoration	2 625	5,1	832	1 793	817	2 799	3 005
Elle Décoration	2 089	4,0	407	1 682	710	2 082	2 128
Parents	1 901	3,7	394	1 507	590	1 998	2 075
Marie Claire Maison	1 837	3,6	334	1 503	603	1 939	1 968
Marie Claire Idées	1 684	3,3	224	1 460	554	1 830	1 830
Maxi Cuisine	1 668	3,2	304	1 364	358	1 748	1 803
Détente Jardin	1 430	2,8	544	886	328	1 469	1 468
Cuisine et Vins de France	1 235	2,4	547	688	432	1 196	1 227
Le Journal de la Maison	1 204	2,3	268	937	421	1 238	1 242
Maison Créative	1 145	2,2	284	862	335	1 195	1 030
Elle à Table	1 088	2,1	190	898	386	1 076	1 153
Famille et Education	1 083	2,1	312	772	417	1 068	983
Famili Magic Maman	937	1,8	125	811	288	1 009	1 071
Maisons Côté Sud	844	1,6	218	626	327	884	876
Maisons Côté Ouest	770	1,5	215	555	328	815	856
Campagne Décoration	744	1,4	147	598	231	769	756
Détours en France	692	1,3	307	385	203	746	725
Régal	674	1,3	191	483	244	725	727
AD Architectural Digest	554	1,1	231	323	292	548	552
Votre Beauté	510	1,0	63	448	86	557	507
Magazines Trimestriels (LDP)							
Vies de Famille	5 297	10,2	1 384	3 913	1 372	5 638	6 015
Du Côté de Chez Vous	2 967	5,7	1 278	1 690	931	2 979	3 051
Maisons Côté Est	429	0,8	119	310	158	451	525

AUDIENCES MENSUELLES AUDIPRESSE ONE GLOBAL



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 ¹	ONE Global 2016v1					ONE Global 2015v1* (sans Tablette)
	Brand ONE Global ² 30 jours	dont Print ³ 30 jours	dont Ordinateur ⁴ 30 jours	dont Mobile ⁵ 30 jours	dont Tablette ⁶ 30 jours	Brand ONE Global ² 30 jours
		Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	
PQR 66	42 931	37 502	16 983	11 674	7 017	42 795
Le Figaro	19 343	8 577	9 555	5 100	3 227	18 908
Le Monde	18 879	9 854	8 093	5 978	3 202	18 134
20 Minutes	18 489	10 383	6 676	4 210	3 068	19 009
Femme Actuelle	17 796	13 244	3 979	1 289	2 635	16 130
Le Parisien Aujourd'hui en France	17 716	8 200	7 229	4 872	2 972	18 314
Télé Loisirs	17 389	7 037	6 528	4 924	3 731	15 246
L'Equipe	15 572	9 783	5 522	4 520	2 307	13 519
Marmiton	14 643	2 963	7 290	3 266	4 533	11 418
L'Express	14 406	6 267	6 389	2 883	2 602	14 220
PHR	13 758	12 754	1 929			13 300
Paris Match	13 456	11 040	1 966	1 111	906	13 348
L'Obs	12 716	5 323	6 142	2 773	1 807	14 516
Télé 7 Jours	12 503	9 609	2 013	1 092	1 571	11 404
Voici	11 989	8 999	2 287	872	1 286	11 415
Version Femina	10 909	10 719	225			11 093
Closer	10 898	7 700	2 848	905	1 085	9 978
Ouest-France	10 744	5 692	4 409	1 977	1 575	9 949
Elle	10 224	7 042	2 706	968	1 132	9 800
Le Point	10 096	5 377	3 734	1 912	1 637	11 679
Gala	9 200	6 869	2 050	580	762	8 635
Libération	8 543	5 145	2 738	1 986	1 087	10 033
Télé Star	7 801	5 122	1 890	702	954	
Les Echos	7 620	2 924	4 028	1 284	1 077	7 755
Public	7 597	5 080	1 907	1 152	830	7 819
Direct Matin	7 259	6 588	772	400	194	6 943
Auto Plus	6 938	5 827	1 357	465	398	6 997
Télérama	6 216	3 970	2 026	683	960	5 622
Maxi	5 589	5 484	136			
Sud Ouest	5 452	2 914	2 195	1 219	775	5 406
Marie Claire	5 423	3 240	1 461	607	728	4 684
Télé 2 Semaines	5 352	4 133	989	327	266	5 201
La Dépêche du Midi	5 145	2 017	2 682	1 063	651	5 254
Top Santé	4 867	2 659	1 436	586	705	4 372
La Voix du Nord	4 645	2 605	1 776	1 050	557	4 722
Le Dauphiné	4 424	2 641	1 357	814	723	3 944
Notre Temps	4 242	3 151	1 052		358	3 857
Geo	4 078	3 673	458			4 050
Marianne	3 955	3 294	610	472	154	3 872
Sciences et Avenir	3 817	2 718	770	510	294	
Santé Magazine	3 779	2 954	527	177	297	

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand ONE Global : audience dédoublée ONE 2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 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 janvier 2016)

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

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

7 Indicateur Brand ONE Global : audience dédoublée ONE 2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 2015

* En 2015v1, la valeur des Brands n'incluait pas les données Tablette

AUDIENCES MENSUELLES AUDIPRESSE ONE GLOBAL



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 ¹	ONE Global 2016v1					ONE Global 2015v1* (sans Tablette)
	Brand ONE Global ² 30 jours	dont Print ³ 30 jours	dont Ordinateur ⁴ 30 jours	dont Mobile ⁵ 30 jours	dont Tablette ⁶ 30 jours	Brand ONE Global ² 30 jours
		Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	
Psychologies Magazine	3 600	2 242	1 079	467	406	3 042
Challenges	3 537	1 640	1 355	508	549	3 394
Famili Magic Maman	3 343	585	1 505	876	786	1 029
Courrier International	3 335	2 874	526	340	173	3 586
Rustica	3 227	2 780	598		190	2 920
Le Progrès	3 193	2 190	1 062	529	337	3 117
Cosmopolitan	3 178	1 462	1 028	597	485	3 028
France Football	3 156	2 839	292	160		
Grazia	3 126	2 060	909	365	269	2 873
Parents	3 087	1 209	1 150	606	711	2 804
Midi Libre	3 009	1 880	1 088	504	283	3 209
Le Journal du Dimanche	2 911	2 149	672	338	142	2 981
Capital	2 873	1 578	903	299	463	2 987
Les Inrockuptibles	2 814	1 553	1 135	578	199	3 285
Le Particulier	2 757	1 689	1 012		255	
Le Télégramme	2 452	1 473	882	495	269	2 034
La Provence	2 324	1 823	557	347	208	2 230
La Nouvelle République	2 318	1 536	980	553	166	2 223
Côté Maison	2 272	899	964	201	306	1 843
Prima	2 251	1 911	323			
Première	2 213	838	953	519	304	3 168
L'Est Républicain	2 152	1 264	787	593	274	1 836
La Croix	2 082	1 490	661	207		1 978
La Montagne	1 806	1 319	552	264	183	1 752
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 702	1 165	559	212		1 413
L'Indépendant	1 698	1 245	469	155		1 730
Le Républicain Lorrain	1 622	1 035	432	354		1 251
Système D	1 615	1 121	543			1 558
Glamour	1 469	1 038	271	243		1 553
Paris Normandie	1 404	812	478	264		1 060
Nice Matin	1 344	975	437	241		1 432
Le Courrier Picard	1 264	923	417	107		1 145
L'Alsace	1 230	833	317	217		
Var Matin	1 164	734	257	255		
Le Courrier de l'Ouest	1 131	867	235			
L'Union / l'Ardennais	1 117	844	481			
GQ	1 059	491	430	273		878
Le Journal de Saône et Loire	936	491	443			
La République du Centre	926	494	376			
Le Bien Public	914	429	382	180		556
La Charente Libre	695	321	317	159		507

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand ONE Global : audience dédoublée ONE 2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 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 janvier 2016)

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

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

7 Indicateur Brand ONE Global : audience dédoublée ONE 2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 2015

* En 2015v1, la valeur des Brands n'incluait pas les données Tablette

COMPOSITION DES BRANDS



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)			Ordinateur	Mobile	Tablette	
20 Minutes	20 Minutes				Brand 20 Minutes	Brand 20 Minutes	Brand 20 Minutes
L'Alsace	L'Alsace	L'Alsace Lundi	TV Magazine L'Alsace		Brand L'Alsace		
Auto Plus	Auto Plus				Brand Auto Plus	Brand Auto Plus	
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public		Brand Le Bien Public		
Capital	Capital				Brand Capital	Brand Capital	
Challenges	Challenges				Brand Challenges	Brand Challenges	
La Charente Libre	La Charente Libre	TV Magazine Charente Libre			Brand La Charente Libre		
Closer	Closer				Brand Closer	Brand Closer	
Cosmopolitan	Cosmopolitan				Brand 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	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	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 Midi Dimanche	TV Magazine La Dépêche du Midi Dimanche		Brand La Dépêche du Midi	Brand La Dépêche du Midi	
Direct Matin	Direct Matin National				Brand Direct Matin		
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace du lundi	TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace		Brand Dernières Nouvelles d'Alsace		
Les Echos	Les Echos, le quotidien de l'économie	Enjeux les Echos			Brand Les Echos	Brand Les Echos	Brand Les Echos

Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Ordinateur	Mobile	Tablette
Elle	Elle	Elle Décoration	Elle à Table		Brand Elle	Brand Elle	
L'Equipe	L'Equipe	L'Equipe Dimanche	L'Equipe Magazine		Brand L'Equipe	Brand L'Equipe	Brand L'Equipe
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain Lundi	TV Magazine L'Est Républicain		Brand L'Est Républicain	Brand L'Est Républicain	
	Le Pays	Le Pays Lundi					
L'Express	L'Express				Brand L'Express	Brand 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	Brand Femme Actuelle Hellocoton	Brand Femme Actuelle Hellocoton
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro	Brand Le Figaro	Brand Le Figaro	Brand Le Figaro
France Football	France Football				Brand France Football	Brand France Football	
Gala	Gala				Brand Gala	Brand Gala	
GEO	GEO				Brand GEO		
Glamour	Glamour				Brand Glamour		
GQ	GQ				Brand GQ		
Grazia	Grazia				Brand Grazia	Brand Grazia	
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles				Brand Les Inrockuptibles	Brand Les Inrockuptibles	
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimanche	TV Magazine L'Indépendant		Brand 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	Brand Le Journal du Dimanche	
Libération	Libération				Brand Libération	Brand Libération	
Marianne	Marianne				Brand Marianne		
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison		Brand Marie Claire	Brand Marie Claire	
Marmiton	Marmiton				Brand Marmiton	Brand Marmiton	Brand Marmiton
Maxi	Maxi	Maxi Cuisine			Brand Maxi		

COMPOSITION DES BRANDS



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Ordinateur	Mobile	Tablette
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, Midi Libre Dimanche		Brand Midi Libre	Brand Midi Libre	
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde			Brand Le Monde	Brand Le Monde	
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La Montagne	Brand La Montagne	
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin		Brand Nice Matin	Brand Nice Matin	
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche					
Notre Temps	Notre Temps				Brand Notre Temps		
L'Obs	L'Obs				BrandL'Obs	BrandL'Obs	BrandL'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	Brand La Nouvelle République	
Ouest-France	Ouest France	Dimanche Ouest France	TV Magazine Ouest		Brand Ouest France	Brand Ouest France	
Parents	Parents				Brand Parents	Brand Parents	
Paris Match	Paris Match				Brand 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 Dimanche	TV Magazine le Parisien	Le Parisien Magazine / Aujourd'hui en France Magazine	Brand Le Parisien	Brand Le Parisien	Brand Le Parisien
Le Particulier	Le Particulier				Brand Le Particulier		
PHR	PHR				Pack PHR		
Le Point	Le Point				Brand Le Point	Brand Le Point	Brand Le Point
PQR 66	PQR 66	7ème jour PQR 66	TV Magazine sauf le figaro		Pack PQR 66	Pack PQR66	Pack PQR66
Première	Première				Brand Première	Brand Première	
Prima	Prima				Brand Prima		

COMPOSITION DES BRANDS



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)			Ordinateur	Mobile	Tablette	
Le Progrès	Le Progrès	Le Progrès Dimanche	TV Magazine Le Progrès	Brand Le Progrès	Brand Le Progrès		
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune - Le				
	Le Progrès-Les Dépêches		TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches				
La Provence	La Provence	La Provence Dimanche	TV Magazine La Provence	Brand La Provence	Brand La Provence		
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine			Brand Psychologies	Brand Psychologies		
Public	Public			Brand 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	Brand Santé Magazine	Brand Santé Magazine	
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir			Brand Sciences et Avenir	Brand Sciences et Avenir	Brand Sciences et Avenir	
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche	Brand Sud Ouest	Brand Sud Ouest		
Système D	Système D			Brand Système D			
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines			Brand Télé 2 semaines	Brand Télé 2 semaines		
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux		Brand Télé 7 Jours	Brand Télé 7 Jours		
Télé Loisirs	Télé Loisirs			Brand Télé Loisirs	Brand Télé Loisirs	Brand Télé Loisirs	
Télé Star	Télé Star			Brand Télé Star	Brand Télé Star		
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme	Brand Le Télégramme	Brand Le Télégramme		
Télérama	Télérama			Brand Télérama	Brand Télérama		
Top Santé	Top Santé			Brand 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	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	Brand La Voix du Nord		



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 composée 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 le 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 PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et les foyers à hauts revenus.

Contacts

Pierre Conte, Président

Stéphane Bodier, Vice-Président

Nicolas Cour, Directeur Général Audience, nicolas.cour@acpm.fr

Gilbert Saint Joanis, Directeur des Etudes, gilbert.saintjoanis@acpm.fr

Standard 01 43 12 85 30