

# COMMUNIQUE DE PRESSE

## ONE GLOBAL 2018 V2

ONE GLOBAL 2018 V2, l'audience globale 4 supports des marques de presse  
ONE 2017 // MNR - Médiamétrie - Données avril 2018

L'ACPM publie la deuxième vague 2018 des résultats d'audience ONE GLOBAL sur les lectures print et numériques des marques de presse.

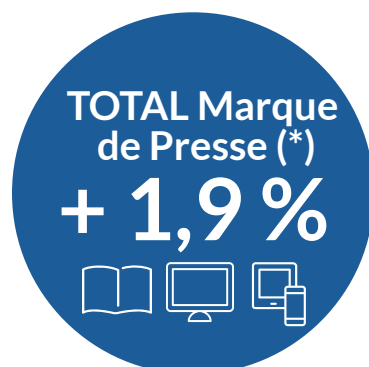
Ces résultats ont été obtenus par une procédure de fusion réalisée à partir de deux études de référence avec ONE pour le print et le panel Internet Global de Médiamétrie.

Les résultats print proviennent de l'étude ONE 2017 et les données numériques correspondent aux résultats Internet Global d'avril 2018.

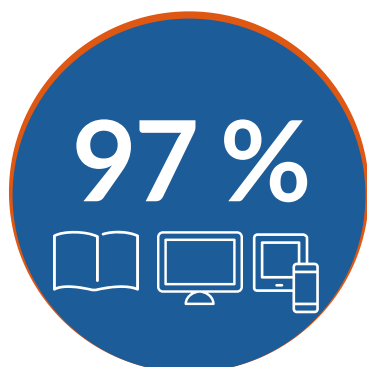
### 1. -AUDIENCE MARQUES DE PRESSE ( Print + Numérique )



L'audience moyenne des marques de Presse est en hausse par rapport à la vague 2018 V1.



A univers de marques  
constant  
vs. 2018 V1 (\*\*)

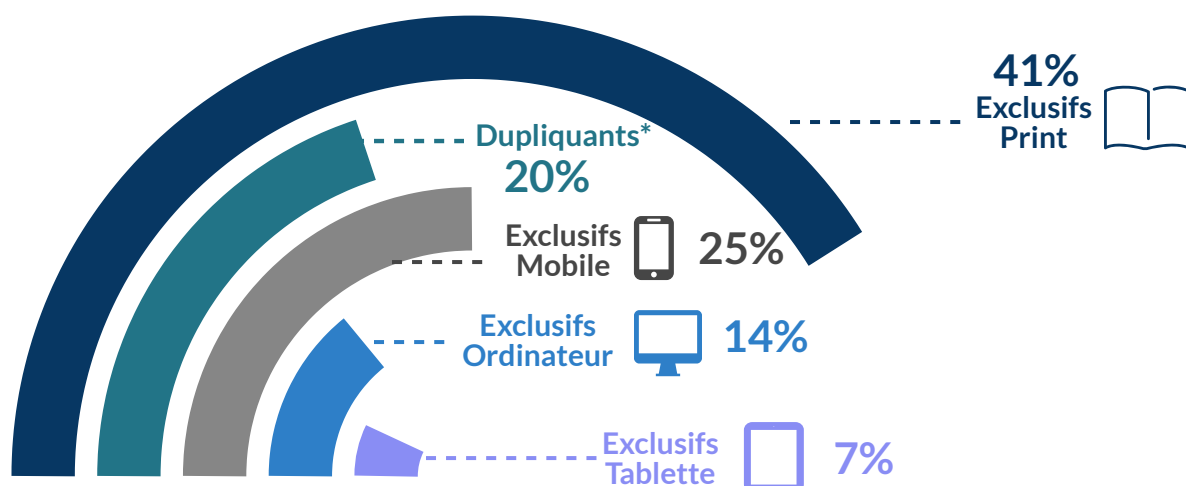


de la population française déclare lire la presse chaque mois,  
quels que soient les supports de lecture, soit **51,1**  
millions de lecteurs.

(\*) Indicateur Brand 30 jours

(\*\*) Concernant les évolutions réalisées sur des vagues antérieures à 2018 V1, le CESP attire l'attention sur le changement de méthodologie intervenu en juillet 2016 sur l'étude ONE et en octobre 2017 sur l'étude Internet Global et sur la prudence qu'ils imposent dans la communication sur les évolutions d'audience.

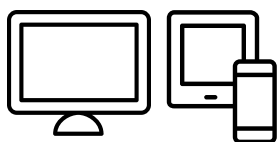
# ▼ RÉPARTITION DES LECTEURS d'une marque de presse moyenne



(\*) Dupliquants : les lecteurs utilisant au moins 2 supports

## ▼ L'AUDIENCE NUMERIQUE

Chaque mois



**76,5 %**

↑ + 0,7 point  
vs. One Global  
2018 V1\*\*

des Français, lisent au moins une marque de presse en version numérique (ordinateur, mobile ou tablette), soit 40,3 millions d'individus.

### *Focus mobilité (mobile & Tablette, hors Fixe)*



**63,7 %**

des Français lecteurs de Presse sur mobile ou tablette.

↑ + 3,5 points  
vs. One Global  
2018 V1\*\*



**57,8 %**

↑ + 5 points  
vs. One Global  
2018 V1\*\*

lisent au moins une marque de presse sur mobile



**24 %**

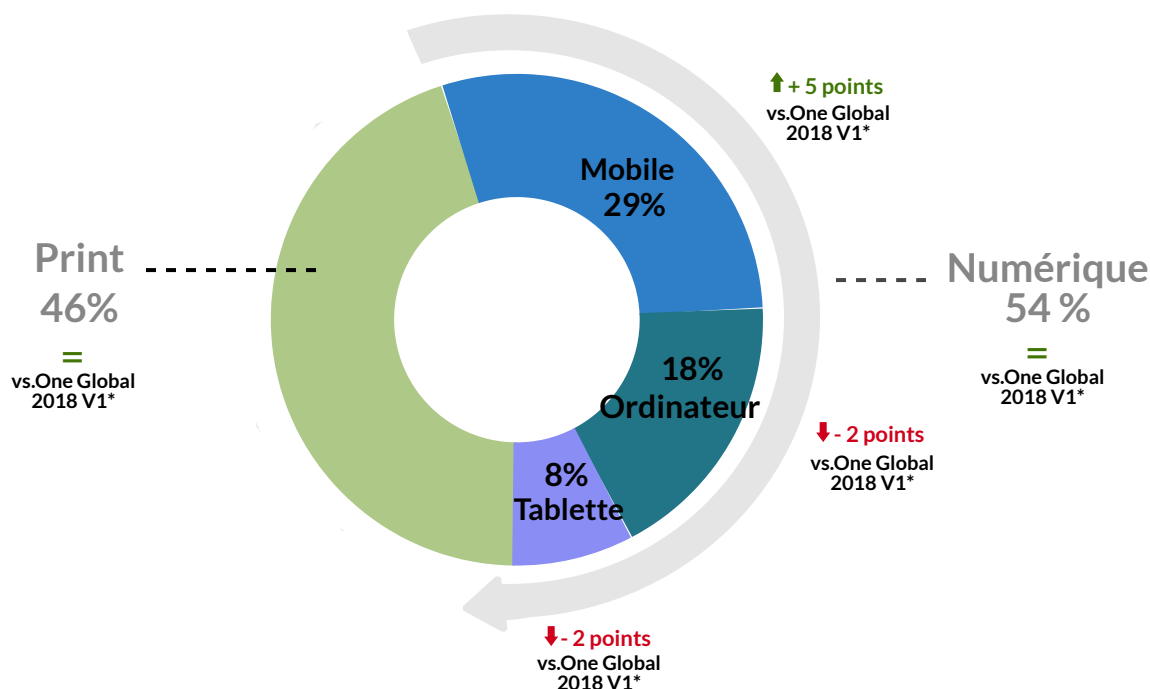
↓ -1,6 point  
vs. One Global  
2018 V1\*\*

lisent au moins une marque de Presse sur tablette

(\*\*) Concernant les évolutions réalisées sur des vagues antérieures à 2018 V1, le CESP attire l'attention sur le changement de méthodologie intervenu en juillet 2016 sur l'étude ONE et en octobre 2017 sur l'étude Internet Global et sur la prudence qu'ils imposent dans la communication sur les évolutions d'audience.

## ▼ RÉPARTITION DES LECTURES par mode de consultation

- Les lectures de la presse en numérique représentent plus de la moitié des lectures des marques de Presse (55%).
- Après la version papier (45%), le mobile est le device le plus utilisé (29%) devant l'ordinateur (18%) et la tablette (8%)



## ▼ LECTURES NUMERIQUES SELON LES PROFILS

### Exclusifs smartphone

**76,6%**



des femmes de 15-24 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile.

### Ultra-mobilité

**27,4%**



des CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur mobile ET sur tablette.

**34%**



des hommes CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur tablette.

**74,3%**



des 25-34 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile OU sur tablette

### Tablonautes

### Exclusifs mobilité

(\*) Concernant les évolutions réalisées sur des vagues antérieures à 2018 V1, le CESP attire l'attention sur le changement de méthodologie intervenu en juillet 2016 sur l'étude ONE et en octobre 2017 sur l'étude Internet Global et sur la prudence qu'ils imposent dans la communication sur les évolutions d'audience.

## Marques de presse\*



\* Indicateur Brand 30J

# TOP 20

Lecteurs en milliers

1	PQR 66	41 050
2	Le Figaro	23 789
3	Le Monde	22 196
4	20 Minutes	21 838
5	L'Equipe	21 706
6	Le Parisien Aujourd'hui en France	20 725
7	Télé Loisirs	19 662
8	Femme Actuelle	19 607
9	Ouest-France	17 251
10	PHR	16 904
11	Marmiton	15 599
12	Voici	14 393
13	Paris Match	14 308
14	L'Express	13 423
15	Gala	13 077
16	Télé 7 Jours	12 575
17	L'Obs	11 866
18	Le Point	11 354
19	Elle	10 279
20	Libération	9 853

## TOP 10 ordinateur



Lecteurs en milliers

1	PQR 66	12 643
2	Le Figaro	8 166
3	Le Monde	6 060
4	Le Parisien Aujourd'hui en France	6 015
5	Télé Loisirs	5 197
6	20 Minutes	4 844
7	Marmiton	4 678
8	Ouest-France	4 614
9	L'Equipe	4 173
10	Femme Actuelle	4 157

## TOP 10 mobile



Lecteurs en milliers

1	PQR 66	17 975
2	Le Figaro	11 384
3	L'Equipe	11 023
4	20 Minutes	10 527
5	Le Monde	10 419
6	Le Parisien Aujourd'hui en France	9 969
7	Télé Loisirs	9 547
8	Ouest-France	8 935
9	Marmiton	6 558
10	L'Express	5 639

## TOP 10 tablette



Lecteurs en milliers

1	PQR 66	5 799
2	L'Equipe	4 551
3	Marmiton	3 445
4	Le Figaro	3 127
5	Le Monde	2 992
6	Télé Loisirs	2 955
7	20 Minutes	2 483
8	Le Parisien Aujourd'hui en France	2 448
9	Ouest-France	2 164
10	Femme Actuelle	1 891



# AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE (1/2)



## Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie Internet Global (2 ans et +)

Brand One Global <sup>1</sup> ONE 2017 // Internet Global - Médiamétrie données avril 2018	ONE Global 2018 V2					ONE Global 2018 V1
	Brand <sup>2</sup> 30 jours	dont Print <sup>3</sup> 30 jours	dont Ordinateur <sup>4</sup> 30 jours	dont Mobile <sup>5</sup> 30 jours	dont Tablette <sup>6</sup> 30 jours	Brand <sup>7</sup> 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66	41 050	32 944	12 643	17 975	5 799	40 731
Le Figaro	23 789	9 739	8 166	11 384	3 127	24 320
Le Monde	22 196	11 093	6 060	10 419	2 992	22 091
20 Minutes	21 838	10 646	4 844	10 527	2 483	20 527
L'Equipe	21 706	10 892	4 173	11 023	4 551	19 233
Le Parisien Aujourd'hui en France	20 725	8 793	6 015	9 969	2 448	19 920
Télé Loisirs	19 662	6 680	5 197	9 547	2 955	19 402
Femme Actuelle	19 607	12 978	4 157	4 780	1 891	20 458
Ouest-France	17 251	5 931	4 614	8 935	2 164	16 095
PHR	16 904	12 838	2 435	4 032	253	14 439
Mamiton	15 599	4 023	4 678	6 558	3 445	16 703
Voici	14 393	8 418	2 256	4 904	1 440	13 624
Paris Match	14 308	11 819	1 420	1 916	740	15 258
L'Express	13 423	5 696	3 633	5 639	1 291	15 923
Gala	13 077	6 690	2 735	4 635	1 175	13 287
Télé 7 Jours	12 575	9 460	1 837	2 182	652	12 727
L'Obs	11 866	5 591	2 770	4 509	1 238	12 958
Le Point	11 354	5 887	2 164	4 392	1 143	11 858
Elle	10 279	7 372	1 967	1 583	697	10 488
Libération	9 853	5 357	1 611	3 844	1 132	9 181
Version Femina	9 576	9 350	187	-	-	9 754
Closer	9 481	6 631	976	2 547	713	9 913
Les Echos	9 251	3 576	2 882	3 353	1 006	10 157
Public	8 155	4 357	1 338	2 956	717	8 035
Télé Star	7 638	4 550	879	2 148	743	7 225
Télé 2 Semaines	7 492	3 522	1 465	2 201	874	4 762
Auto Plus	7 469	6 085	949	1 080	334	7 610
La Dépêche du Midi	6 993	2 033	1 983	3 180	859	5 964
Sud Ouest	6 631	2 901	1 648	2 534	792	7 058
Marie Claire	6 432	3 074	1 208	2 104	736	6 276
Télérama	6 334	4 420	1 094	1 275	542	6 842
Courrier International	6 316	3 472	383	2 724	508	4 563
CNEWS Matin	5 935	5 257	462	562	-	5 766
Le Dauphiné	5 903	2 537	1 043	2 415	727	6 013
Capital	5 512	1 585	1 558	2 324	530	4 257
Rustica	5 287	3 153	1 027	1 090	593	4 038
Sciences et Avenir	5 115	3 261	743	1 331	298	5 345
Top Santé	5 108	3 081	942	1 162	328	5 257
Santé Magazine	5 034	3 518	515	1 026	220	4 557
Challenges	5 007	1 862	1 218	1 720	697	4 919
Notre Temps	4 972	3 531	909	607	398	5 000
La Voix du Nord	4 951	2 608	1 302	1 495	547	5 102
Marianne	4 852	3 638	603	876	280	4 645

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand 30 jours : audience dédoublée ONE 2017 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données avril 2018

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 avril 2018)

5 Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie avril 2018)

6 Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie avril 2018)

- : 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 celles de Médiamétrie Internet Global (2 ans et +)

Brand One Global <sup>1</sup> ONE 2017 // Internet Global - Médiamétrie données avril 2018	ONE Global 2018 V2					ONE Global 2018 V1
	Brand <sup>2</sup> 30 jours	dont Print <sup>3</sup> 30 jours	dont Ordinateur <sup>4</sup> 30 jours	dont Mobile <sup>5</sup> 30 jours	dont Tablette <sup>6</sup> 30 jours	Brand <sup>7</sup> 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Le Progrès	4 766	2 258	1 041	1 807	507	4 878
Geo	4 548	4 206	217	162	105	4 785
Cosmopolitan	4 347	1 672	857	2 030	308	3 535
Auto-Moto	4 177	2 292	1 041	1 072	272	3 149
Psychologies Magazine	4 112	2 399	743	1 110	274	4 926
Magimaman	4 036	509	957	2 416	525	3 918
Parents	3 858	984	794	2 080	365	3 303
Midi Libre	3 739	1 837	766	1 416	343	3 365
Le Particulier	3 467	1 804	1 033	758	191	3 742
La Provence	3 360	1 745	507	1 276	323	2 776
France Football	3 238	2 713	178	696	-	3 028
Système D	3 101	1 284	717	1 004	354	2 665
Les Inrockuptibles	3 095	1 983	550	946	-	3 748
Le Télégramme	2 887	1 483	881	702	340	3 025
La Croix	2 804	1 736	735	629	131	3 007
L'Est Républicain	2 744	1 258	698	1 075	-	3 239
Nice Matin	2 682	957	568	1 170	408	2 662
Première	2 582	555	749	1 214	302	2 428
La Nouvelle République	2 484	1 474	683	687	298	2 444
Grazia	2 373	1 815	313	356	-	2 552
Côté Maison	2 183	825	577	683	173	2 308
La Montagne	2 071	1 345	353	577	290	2 233
GQ	2 058	453	313	1 134	311	1 455
Vanity Fair	2 023	502	239	988	421	1 471
Prima	2 019	1 693	208	-	-	2 229
Glamour	1 783	822	148	864	-	1 191
Le Républicain Lorrain	1 773	1 045	432	510	108	2 037
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 632	1 103	387	451	-	1 642
Var Matin	1 592	764	255	644	-	1 592
L'Indépendant	1 590	1 108	313	432	-	1 586
Paris Normandie	1 555	825	308	501	-	1 647
Le Courrier Picard	1 536	906	398	454	-	1 280
So Foot	1 461	789	293	621	-	1 289
Marie France	1 369	1 045	-	-	-	1 423
Le Courrier de l'Ouest	1 255	962	216	-	-	1 245
L'Union / l'Ardennais	1 253	849	307	-	-	1 236
L'Alsace	1 248	686	244	538	-	1 343
Le Bien Public	1 177	382	487	449	-	1 045
Biba	1 126	886	-	-	-	1 436
Le Journal de Saône et Loire	923	462	460	-	-	925

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand 30 jours : audience dédoublée ONE 2017 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données avril 2018

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 avril 2018)

5 Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie avril 2018)

6 Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie avril 2018)

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





Liste des marques de Presse							
Libellé Marque	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
20 Minutes	20 Minutes					Brand 20 Minutes	
L'Alsace	L'Alsace	L'Alsace Lundi	TV Magazine L'Alsace			Brand L'Alsace	
Auto-Moto	Auto-Moto					Brand Auto-Moto	
Auto Plus	Auto Plus					Brand Auto Plus	
Le Berry Républicain	Le Berry Républicain	Le Berry Républicain Dimanche	TV Magazine Centre France			Brand Le Berry Républicain	
Biba	Biba					Brand Biba	
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public			Brand Le Bien Public	
Capital	Capital					Brand Capital	
Challenges	Challenges					Brand Challenges	
Closer	Closer					Brand Closer	
CNEWS	CNEWS National					Brand CNEWS	
Cosmopolitan	Cosmopolitan					Brand Cosmopolitan	
Côté Maison	Maisons Côté Ouest	Maisons Côté Sud	Vivre Côté Paris			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	
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	
	Vaucluse Matin	Vaucluse Matin Dimanche	TV Magazine Vauduse Matin - Le Dauphiné Libéré				
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi	La Dépêche du Dimanche	TV Magazine La Dépêche du Dimanche			Brand La Dépêche du Midi	
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	Les Echos Week-End				Brand Les Echos	
Elle	Elle	Elle Décoration	Elle à Table			Brand Elle	
L'Equipe	L'Equipe	L'Equipe Dimanche	L'Equipe Magazine			Brand L'Equipe	
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain Lundi	TV Magazine L'Est Républicain			Brand L'Est Républicain	
L'Express	L'Express					Brand L'Express	
Magicmaman	Magicmaman					Brand Magicmaman	
Femme Actuelle	Femme Actuelle	Femme Actuelle Jeux	Cuisine Actuelle			Brand Femme Actuelle	



Liste des marques de Presse							
Libellé Marque	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro	Brand Le Figaro		
France Football	France Football				Brand France Football		
Gala	Gala				Brand Gala		
GEO	GEO				Brand GEO		
Glamour	Glamour				Brand Glamour		
GQ	GQ				Brand GQ		
Grazia	Grazia				Brand Grazia		
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles				Brand Les Inrockuptibles		
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimanche	TV Magazine 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		
Libération	Libération				Brand Libération		
Marianne	Marianne				Brand Marianne		
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison		Brand Marie Claire		
Marie-France	Marie-France				Brand Marie-France		
Marmiton	Marmiton				Brand Marmiton		
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, Midi Libre Dimanche		Brand Midi Libre		
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde			Brand Le Monde		
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La Montagne		
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin		Brand Nice Matin		
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche					
Notre Temps	Notre Temps				Brand Notre Temps		
L'Obs	L'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		
Ouest-France	Ouest-France	Dimanche Ouest-France	TV Magazine Ouest-France		Brand Ouest-France		
Parents	Parents				Brand Parents		
Paris Match	Paris 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		
Le Particulier	Le Particulier				Brand Le Particulier		
PHR	PHR				Pack PHR		
Le Point	Le Point				Brand Le Point		
PQR 66	PQR 66	7ème jour PQR 66	TV Magazine du perimètre de PQR 66 <sup>(*)</sup>		Pack PQR 66		

(\*): TV Magazine sauf le Figaro et le Parisien





Liste des marques de Presse								
Libellé Marque	Titre(s)				Internet			
					Ordinateur	Mobile	Tablette	
Première	Première					Brand Première		
Prima	Prima					Brand Prima		
Le Progrès	Le Progrès	Le Progrès Dimanche	TV Magazine Le Progrès			Brand Le Progrès		
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès					
	Le Progrès-Les Dépêches	Le Progrès-Les Dépêches Dimanche	TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches					
La Provence	La Provence	La Provence Dimanche	TV Magazine La Provence			Brand La Provence		
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine					Brand Psychologies		
Public	Public					Brand Public		
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Lundi	TV Magazine Le Républicain Lorrain			Brand Le Républicain Lorrain		
Rustica	Rustica					Brand Rustica		
Santé Magazine	Santé Magazine					Brand Santé Magazine		
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir					Brand Sciences et Avenir		
So Foot	So Foot					Brand So Foot		
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche			Brand Sud Ouest		
Système D	Système D					Brand Système D		
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines					Brand Télé 2 semaines		
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux				Brand Télé 7 Jours		
Télé Loisirs	Télé Loisirs					Brand Télé Loisirs		
Télé Star	Télé Star					Brand Télé Star		
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme			Brand Le Télégramme		
Télérama	Télérama					Brand Télérama		
Top Santé	Top Santé					Brand Top Santé		
L'Union / L'Ardennais	L'Union	L'Union Dimanche	TV Magazine-Ardenne			Brand L'Union		
	L'Ardennais	L'Ardennais Dimanche	TV Magazine L'Union					
Vanity Fair	Vanity Fair					Brand Vanity Fait		
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		
La Voix du Nord	La Voix du Nord	La Voix du Nord 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		Brand La Voix du Nord		
Vosges Matin	Vosges Matin	Vosges Matin Lundi	TV Magazine Vosges Matin, le supplément TV de Vosges Matin du dimanche			Brand Vosges Matin		



## A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a pour mission la mesure de l'audience de la presse et la certification du dénombrement des médias.

La vocation de l'ACPM/Expert 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 ONE PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et aux foyers à hauts revenus.

Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé 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 la FNPS, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM et des publishers hors presse papier.

Toutes les données produites par l'ACPM sont accessibles sur son site [www.acpm.fr](http://www.acpm.fr).

## Contacts

Nicolas Cour, Directeur Général, [nicolas.cour@acpm.fr](mailto:nicolas.cour@acpm.fr)  
Gilbert Saint-Joanis, Directeur ACPM/Expert, [gilbert.saintjoanis@acpm.fr](mailto:gilbert.saintjoanis@acpm.fr)  
Standard 01 43 12 85 30