

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 avril 2023

### OneNext S1 2023

L'ACPM publie ce jour la première vague 2023 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 2023, pour les données Print, a été réalisée à partir du terrain de janvier 2022 à décembre 2022. Les données digitales correspondent aux résultats de l'étude Internet Global des mois de septembre, octobre et novembre 2022.

#### AUDIENCE PRINT ET DIGITALE

**95%** des Français (15 ans et +) lisent chaque mois au moins une marque de Presse

#### FOCUS SUR LES FEMMES

(Print + Digital)



**97%** des femmes lisent **au moins une marque de Presse** chaque mois



**84%** des femmes lisent **au moins une marque de Presse sur un support digital** chaque mois

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



**95%** des femmes CSP+ lisent **au moins une marque de Presse sur mobile** chaque mois

**vs 74%**  
pour la population française globale



**91%** des femmes 15 à 34 ans lisent **au moins une marque de Presse sur mobile ou tablette** chaque mois

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

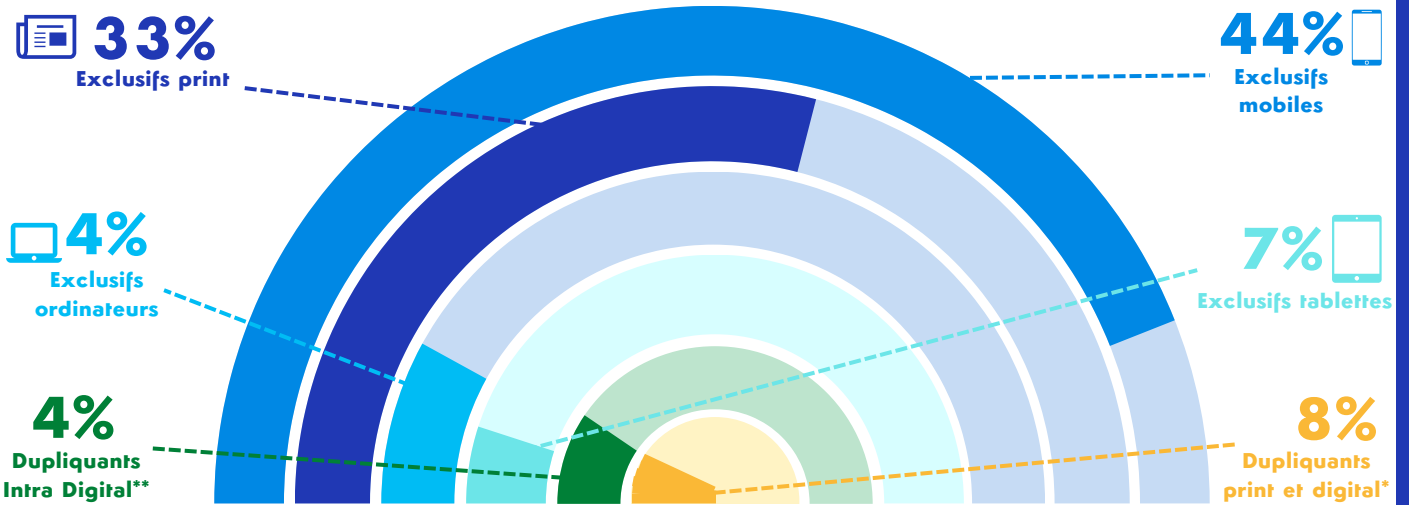


**1 femme sur 3** est considérée comme une "grande" lectrice de Presse

(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)

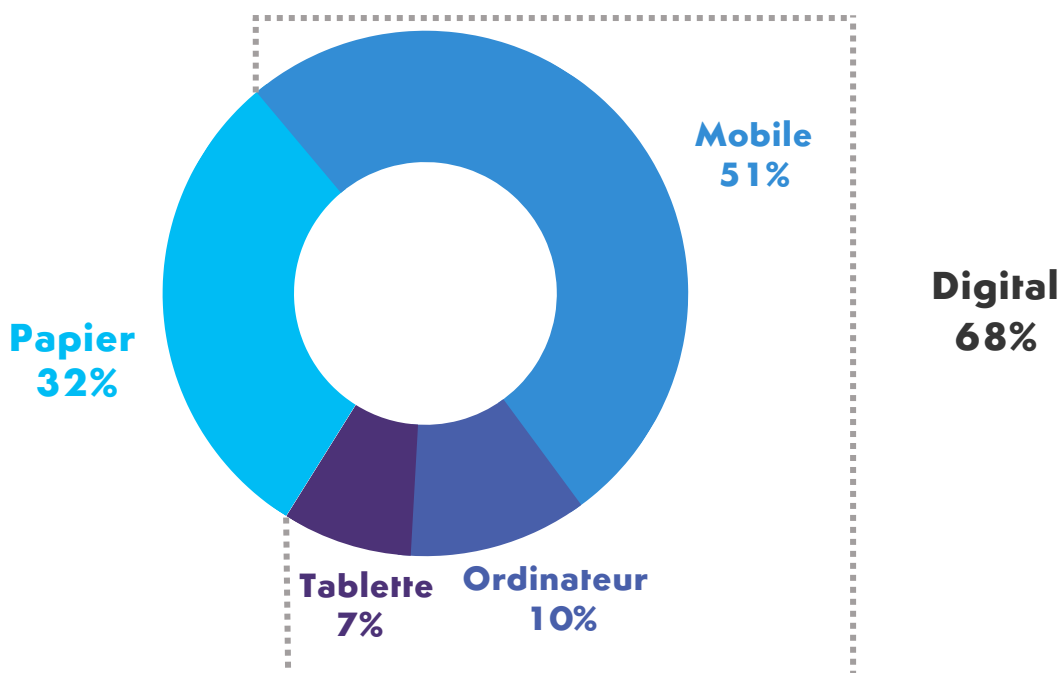
(\*\*) Dupliquants Intra Digital : les lecteurs n'utilisant pas le support Print, mais au moins deux supports digitaux (fixe et/ou tablette et/ou mobile)

Fait notable sur S1 2023 vs S1 2022 : les exclusifs mobiles progressent de 5 points, au détriment des exclusifs ordinateurs.

## ■ 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 (**51%**), suivi par le papier (**32%**), loin devant l'ordinateur (**10%**) et la tablette (**7%**), qui continuent de baisser dans la part de lectures.



On notera que sur S1 2023, le papier gagne 2 points de PDM vs le digital.

## TOP 20 DES MARQUES DE PRESSE

Audience Brand 30 jours des marques de Presse en Print et Digital

# Top 20

Brand 30 Jours

OneNext Global S1 2023

OneNext  
GLOBAL

Lecteurs en  
milliers

1.	PQR 66	42 725
2.	Le Figaro	24 743
3.	PHR	24 301
4.	Télé Loisirs	21 530
5.	Femme Actuelle	21 449
6.	Ouest-France	21 009
7.	20 Minutes	20 223
8.	Le Monde	20 206
9.	Le Parisien Aujourd'hui en France	20 162
10.	Marmiton	19 659
11.	Actu	19 548
12.	L'Equipe	16 164
13.	Voici	15 739
14.	Le Journal des Femmes	14 660
15.	Télé 7 Jours	13 766
16.	Gala	13 559
17.	La Dépêche du Midi	13 317
18.	Marie France	13 033
19.	L'Internaute	11 748
20.	Elle	11 544

## ■ FOCUS SUR LES EVOLUTIONS PRINT

L'audience Print tire le volume de lecteurs à la hausse avec +1,4% de lecteurs supplémentaires depuis S1 2022.

### Top 10

Progression en pourcentage  
OneNext S1 2023 vs S1 2022

OneNext		Lecteurs en %
1.	Libération	+ 23%
2.	Marie France	+ 21%
3.	Ici Paris	+ 20%
4.	Gala	+ 19%
5.	Marmiton	+ 19%
6.	Courrier International	+ 17%
7.	Elle	+ 17%
8.	Télé Magazine	+ 16%
9.	Rock and folk	+ 16%
10.	20 Minutes	+ 15%

### Top 10

Progression en nombre de lecteurs  
OneNext S1 2023 vs S1 2022

OneNext		Lecteurs en milliers
1.	Le Parisien Aujourd'hui en France	+ 1 246
2.	Marmiton	+ 1 103
3.	20 Minutes	+ 1 051
4.	Libération	+ 987
5.	Le Figaro	+ 959
6.	Le Monde	+ 917
7.	Elle	+ 643
8.	Gala	+ 584
9.	L'Obs	+ 517
10.	Les Echos	+ 487

Évolutions de l'audience Print 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext S1 2022

## ■ EVOLUTION DE L'AUDIENCE DES MARQUES DE PRESSE

Avec 51.1 millions de lecteurs de 15 ans et plus chaque mois, l'audience globale des marques de Presse augmente de +0.6% entre S1 2022 et S1 2023, soit un taux de pénétration de 95.3% de la population française âgée de 15 ans et plus.

### Top 10

Progression en pourcentage  
OneNext Global S1 2023 vs S1 2022

OneNext GLOBAL		Lecteurs en %
1.	Marie France	+ 97%
2.	Télé 2 Semaines	+ 66%
3.	Vogue	+ 37%
4.	Notre Temps	+ 31%
5.	Le Journal du Dimanche	+ 29%
6.	Actu	+ 21%
7.	La république des pyrénées	+ 21%
8.	Ici Paris	+ 20%
9.	Télé Magazine	+ 16%
10.	Courrier International	+ 16%

### Top 10

Progression en nombre de lecteurs  
OneNext Global S1 2023 vs S1 2022

OneNext GLOBAL		Lecteurs en milliers
1.	Marie France	+ 6 421
2.	Actu	+ 3 408
3.	Télé 2 Semaines	+ 2 499
4.	PHR	+ 2 180
5.	Notre Temps	+ 1 400
6.	Télé 7 Jours	+ 1 211
7.	Vogue	+ 1 030
8.	Le Journal du Dimanche	+ 999
9.	Cosmopolitan	+ 786
10.	Courrier International	+ 739

Évolutions de l'audience Brand 30J des marques de Presse en valeur absolue et en pourcentage vs. OneNext S1 2022

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

OneNext  
GLOBAL

### Cible ensemble 15 ans et +

Internet Global de Médiamétrie : mois de septembre, octobre et novembre 2022.

Rang	Brand OneNext Global S1 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
1	PQR 66	42 725	29 402	33 373
2	Le Figaro	24 743	8 211	21 531
3	PHR	24 301	11 018	18 347
4	Télé Loisirs	21 530	4 661	19 224
5	Femme Actuelle	21 449	8 082	17 240
6	Ouest-France	21 009	6 099	18 500
7	20 Minutes	20 223	7 864	15 886
8	Le Monde	20 206	10 518	14 669
9	Le Parisien Aujourd'hui en France	20 162	9 829	14 602
10	Marmiton	19 659	6 991	16 072
11	Actu	19 548	3 953	17 456
12	L'Equipe	16 164	9 424	10 754
13	Voici	15 739	4 722	12 904
14	Le Journal des Femmes	14 660		14 660
15	Télé 7 Jours	13 766	6 961	8 427
16	Gala	13 559	3 637	11 312
17	La Dépêche du Midi	13 317	2 097	12 261
18	Marie France	13 033	450	12 782
19	L'Internaute	11 748		11 748
20	Elle	11 544	4 456	8 515
21	Midi Libre	10 380	1 634	9 489
22	Libération	10 294	5 276	6 612
23	Le Point	10 173	4 078	7 407
24	Paris Match	10 061	6 583	4 462
25	Version Femina	9 922	5 798	4 868
26	Capital	9 692	1 483	8 766
27	Public	9 439	2 130	7 941
28	Sud Ouest	9 306	2 753	7 655
29	Les Echos	8 953	3 699	6 384
30	L'Obs	8 810	4 011	5 962
31	L'Express	8 347	3 630	5 673
32	La Voix du Nord	8 110	2 609	6 473

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données septembre, octobre et novembre 2022
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global septembre, octobre et novembre 2022)
- NP : 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 et novembre 2022

Rang	Brand OneNext Global S1 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
33	L'Indépendant	7 761	617	7 446
34	Marie Claire	7 753	2 288	6 057
35	AuFeminin.com	7 616		7 616
36	Madame Figaro	7 583	2 054	5 963
37	Closer	7 515	2 940	5 252
38	Télé Star	6 543	2 996	3 975
39	Le Dauphiné	6 348	2 366	4 686
40	Télé 2 Semaines	6 287	2 404	4 186
41	Oh! My Mag.com	6 153		6 153
42	Maison & Travaux	6 126	817	5 503
43	Marianne	6 046	3 062	3 729
44	Geo	5 947	3 074	3 337
45	Cosmopolitan	5 942	1 052	5 197
46	Télérama	5 937	3 197	3 495
47	La Chaîne Météo	5 896		5 896
48	Notre Temps	5 853	2 736	3 553
49	Le Progrès	5 765	1 992	4 358
50	Auto Plus	5 741	3 975	2 456
51	Le Télégramme	5 636	1 530	4 621
52	Doctissimo.fr	5 445		5 445
53	Courrier International	5 373	3 317	2 661
54	LesNumériques.com	5 205		5 205
55	Gentside	4 878		4 878
56	Santé Magazine	4 739	2 108	2 926
57	La Montagne	4 538	1 360	3 605
58	Grazia.fr	4 524		4 524
59	Le Journal du Dimanche	4 496	2 344	2 479
60	Science & Vie	4 478	3 324	1 308
61	Top Santé	4 406	1 996	2 667
62	National Geographic	4 400	3 154	1 499
63	Ça m'intéresse	4 246	2 248	2 241
64	Sports.fr	4 172		4 172

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données septembre, octobre et Novembre 2022
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global septembre, octobre et novembre 2022)
- NP : 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 et novembre 2022

Rang	Brand OneNext Global S1 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
65	CommentçaMarche.net	4 134		4 134
66	La Provence	4 007	1 852	2 518
67	GQ	3 989	652	3 390
68	Rustica	3 921	2 608	1 580
69	Vogue	3 811	1 239	2 658
70	Parents	3 809	939	3 061
71	L'Est Républicain	3 805	1 328	2 840
72	La Croix	3 665	2 103	1 894
73	Magismaman	3 646	601	3 279
74	Challenges	3 641	1 610	2 330
75	L'Auto-Journal	3 572	1 538	2 193
76	Sciences et Avenir	3 536	2 004	1 778
77	JournalduNet.com	3 516		3 516
78	Phonandroid.com	3 504		3 504
79	Télé Z	3 403	3 403	
80	Le magazine des abonnés Canal+	3 072	3 072	
81	La Nouvelle République	3 005	1 417	1 923
82	Nice Matin	2 894	851	2 221
83	Psychologies	2 823	1 398	1 599
84	Valeurs Actuelles	2 809	1 783	1 240
85	Pleine vie	2 544	1 346	1 252
86	Le Courrier Picard	2 383	815	1 770
87	Le Particulier	2 365	1 304	1 204
88	Droit-Finances.net	2 323		2 323
89	Maxi	2 270	2 270	
90	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	2 172	1 093	1 352
91	Melty.fr	2 114		2 114
92	Var Matin	2 059	767	1 433
93	Paris Normandie	2 056	808	1 377
94	L'Union / l'Ardennais	2 020	656	1 524
95	Biba	1 957	424	1 580
96	Le Bien Public	1 906	410	1 652

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données septembre, octobre et Novembre 2022
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global septembre, octobre et novembre 2022)
- NP : 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 et novembre 2022

Rang	Brand OneNext Global S1 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
97	Le Républicain Lorrain	1 872	747	1 327
98	NextPLZ.fr	1 814		1 814
99	TV Grandes chaines	1 813	1 502	319
100	Télé Poche	1 741	1 741	
101	Charente Libre	1 698	368	1 423
102	Le Journal de la Maison	1 665	373	1 332
103	Vanity Fair	1 607	380	1 256
104	Système D	1 602	980	672
105	Ici Paris	1 547	1 547	
106	France Football	1 461	1 289	184
107	Télé Magazine	1 376	1 376	
108	Midi Olympique	1 373	976	442
109	Modes & Travaux	1 368	1 368	
110	Le Journal de Saône et Loire	1 322	490	972
111	La République du Centre	1 314	419	986
112	Popi	1 279	1 279	
113	France Dimanche	1 278	1 278	
114	Pomme D'Api	1 263	1 263	
115	Télécâble Sat Hebdo	1 256	1 256	
116	365	1 253		1 253
117	L'Alsace	1 214	539	780
118	Le Revenu	1 106	683	435
119	Nous Deux	1 081	1 081	
120	Vosges Matin	1 079	293	840
121	Côté Maison	1 075	507	579
122	Les Inrockuptibles	1 063	712	364
123	Merci pour l'info	1 042	1 042	
124	La vie	1 032	862	177
125	Avantages	1 031	1 031	
126	Vies de Famille	1 027	1 027	
127	Prima	1 026	1 026	
128	La république des pyrénées	1 006	276	773

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données septembre, octobre et Novembre 2022
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global septembre, octobre et novembre 2022)
- NP : 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 et novembre 2022

Rang	Brand OneNext Global S1 2023	Brand 30J Milliers	Print 30J Milliers	Digital 30J Milliers
129	Mon Jardin & ma Maison	969	969	
130	L'Histoire	930	930	
131	Art & Décoration	922	922	
132	AD , Architectural Digest	909	311	604
133	Pèlerin	898	898	
134	Historia	895	895	
135	Le Populaire du Centre	878	231	691
136	L'Ami des Jardins & de la Maison	871	871	
137	Le Chasseur Français	826	826	
138	Le Courrier de l'Ouest	799	774	NP
139	So Foot	743	743	
140	Corse Matin	730	273	504
141	Alternatives Economiques	728	728	
142	Le Journal du Centre	715	279	470
143	Maxi Cuisine	707	707	
144	Mieux Vivre Votre Argent	688	438	277
145	L'Est Eclair	680	234	490
146	Bien-Être & Santé	660	660	
147	Le Berry Républicain	591	215	415
148	L'Yonne Républicaine	585	267	367
149	Rock & Folk	556	480	NP
150	Dr. Good !	552	552	
151	Sport Auto	524	524	
152	Détente Jardin	497	497	
153	Le Journal de la Haute-Marne	411	157	269
154	Régál	410	410	
155	Maison Créative	389	389	
156	Détours en France	380	380	
157	Le Maine Libre	334	289	NP
158	Dr. Good ! C'est bon !	265	265	
159	Flow	253	253	
160	Campagne Décoration	239	239	

- Voir composition des marques de Presse en annexe
- Indicateur Brand 30 jours : Audience OneNext S1 2023 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Internet Global – Médiamétrie - données septembre, octobre et Novembre 2022
- Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou Versions Numériques
- Indicateur Digital 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Internet Global septembre, octobre et novembre 2022)
- NP : Audience non publiée en raison de contraintes méthodologiques, celle-ci est néanmoins incluse dans la Brand

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

# OneNext

Cible ensemble 15 ans et +

Etude OneNext (Print)

janvier à décembre 2022

Rang	OneNext S1 2023	Lecture Dernière Période
Bimestriels, Trimestriels		Milliers
1	Art et Décoration	1 678
2	Vies de Famille	1 590
3	Dr. Good	889
4	Détente Jardin	808
5	Maison Créative	662
6	Détours en France	584
7	Régal	582
8	Dr. Good C'est bon	462
9	Campagne Décoration	430
10	Flow	356

# OneNext

ACCESS

Cible ensemble 15 ans et +

Etude OneNext Access

janvier à décembre 2022

Rang	OneNext S1 2023	Lecture 12 derniers mois
Titres Access		Milliers
1	01net	3 893
2	Essentiel Santé Magazine	3 439
3	Point de Vue	3 086
4	30 Millions d'Amis	818
5	Bien-Être & santé Animal	729
6	+ de Pep's Magazine	495

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**

  
Mediametrie

  
CESP  
audited

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
20 Minutes	20 Minutes
365	Football365.fr Rugby365.fr Sports365.fr
Actu	Actu.fr 69 titres PHR
AD, Architectural Digest	AD, Architectural Digest
AuFeminin.com	AuFeminin.com
L'Alsace	L'Alsace L'Alsace, édition du Lundi
Alternatives Economiques	Alternatives Economiques
L'Ami des Jardins & de la Maison	L'Ami des Jardins & de la Maison
Art & Décoration	Art & Décoration
Auto Plus	Auto Plus
L'Auto-Journal	L'Auto-Journal
Avantages	Avantages
Le Berry Républicain	Le Berry Républicain Le Berry Républicain, édition du Dimanche
Biba	Biba
Le Bien Public	Le Bien Public Le Bien Public, édition du Dimanche
Bien-Être & Santé	Bien-Être & Santé
Ça m'Intéresse	Ça m'Intéresse
Campagne Décoration	Campagne Décoration
Capital	Capital
La Chaîne Météo	La Chaîne Météo
Challenges	Challenges
Charente Libre	Charente Libre
Le Chasseur Français	Le Chasseur Français
Closer	Closer
Comment ça Marche	Comment ça Marche
Corse Matin	Corse Matin Corse Matin, édition du Dimanche
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
Courrier International	Courrier International
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Le Courrier Picard, édition du Dimanche
La Croix	La Croix
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré Vaucluse Matin Le Dauphiné Libéré Dimanche Vaucluse Matin Dimanche
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi 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
Doctissimo.fr	Doctissimo.fr
Dr Good !	Dr Good !
Dr. Good ! C'est bon !	Dr. Good ! C'est bon !

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
Droit Finances	Droit Finances
Flow	Flow
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
L'Est Républicain	L'Est Républicain L'Est Républicain, édition du Lundi
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
Grazia.fr	Grazia.fr
Historia	Historia
Histoire	Histoire
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
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
Le Journal des Femmes	Le Journal des Femmes
Le Journal du Centre	Le Journal du Centre Le Journal du Centre, édition du Dimanche
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche
Le Journal du Net	Le Journal du Net
Libération	Libération
Madame Figaro	Madame Figaro
Magismaman	Magismaman
Le Maine Libre	Le Maine Libre Le Maine Libre, édition du Dimanche
Le Mag Canal+	Le Mag Canal+
Maison & Travaux	Maison & Travaux
Maison Créative	Maison Créative
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	Maxi Cuisine

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
Melty.fr	Melty.fr
Merci pour l'info	Merci pour l'info (ex Dossier Familial)
Midi Libre	Midi Libre Midi Libre, édition du Dimanche
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
National Geographic	National Geographic
NextPLZ.fr	NextPLZ.fr
Nice Matin	Monaco Matin Nice Matin Monaco Matin Dimanche Nice Matin, édition du Dimanche
Notre Temps	Notre Temps
Nous Deux	Nous Deux
La Nouvelle République	La Nouvelle République La Nouvelle République, édition du Dimanche
LesNumériques.com	LesNumériques.com
L'Obs	L'Obs
Oh! My Mag	Oh! My Mag
Ouest France	Ouest France Dimanche Ouest France
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
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)
Phonandroid	Phonandroid.com
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
PQR 66	PQR PQR 7ème jour
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

## COMPOSITION DES MARQUES DE PRESSE

Marques	Composition des Marques
La Provence	La Provence La Provence, édition du Dimanche
Psychologies	Psychologies
Public	Public
Régál	Régál
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Le Républicain Lorrain, édition du Lundi
La République des Pyrénées	La République des Pyrénées
La République du Centre	La République du Centre La République du Centre Dimanche
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
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
Télérama	Télérama
Top Santé	Top Santé
TV Grandes Chaînes	TV Grandes Chaînes Cesoirtv.com
L'Union / l'Ardennais	L'Ardennais L'Union L'Ardennais, édition du Dimanche L'Union, édition du Dimanche
Valeurs Actuelles	Valeurs Actuelles
Vanity Fair	Vanity Fair
Var Matin	Var Matin Var Matin Dimanche
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 Nord Eclair Nord Eclair, édition du Lundi
Vosges Matin	Vosges Matin Vosges Matin, édition du Lundi
L'Yonne Républicaine	L'Yonne Républicaine

# ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des Podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias.

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

**ACPM**  
AUDIENCE

**CONTACT :**

Amélie Benisty - Directrice Audience & Relation Adhérents

Sylvie Neveu - Responsable Etudes Audience

[acpm.fr](http://acpm.fr) | 01.43.12.85.30 | [audience@acpm.fr](mailto:audience@acpm.fr)

89 rue de Monceau 75008 Paris