

L'ACPM publie ce jour l'étude annuelle OneNext Insight 2024, le module consommation médias, produits et attitudinal de l'étude d'audience OneNext, référente des marques de Presse en France.

Retrouvez quelques insights sur la perception du média Presse et ses publicités. Puis, en cette année olympique, découvrez un portrait des Français et de leur rapport au sport !

INFORMATIONS MÉTHODOLOGIQUES :

OneNext Insight résulte de la fusion de deux études de référence en France : OneNext pour l'audience des marques de Presse et TGI de Kantar Media pour les données de consommations médias, produits, attitudes et comportements.

Les données pour l'audience Print proviennent de OneNext S1 2024 (terrain de janvier à décembre 2023).

Les données TGI Clickstream pour les audiences digitales sont calées sur les audiences de référence d'Internet Global Netratings de Médiamétrie (moyenne d'audience sur 3 mois : septembre, octobre, novembre 2023).

Les données de consommation sont celles de TGI France 2024 R1 (mois de mars à mai 2023 et septembre à décembre 2023).

LA PRESSE ET SES LECTEURS



LA PRESSE, 1ER MÉDIA DES FRANÇAIS POUR :

- Aborder des sujets originaux, inattendus, différents
- Cultiver ses passions
- Se tenir au courant des nouveaux produits, des produits à la mode

58%
des Grands Lecteurs
de Presse

comptent sur les journaux
pour rester informés



46%
des Grands Lecteurs
de Presse

font souvent référence lors de leurs
conversations à ce qu'ils ont lu dans la Presse

LA PRESSE, MÉDIA N°1 POUR SES PUBLICITÉS :

- Esthétiques
- Glamour
- Haut de Gamme



Pour 1 Français sur 3, la publicité en Presse permet de **découvrir** des produits/services/marques qu'ils ne connaissent pas



Pour 1 Grand Lecteur de Presse sur 4, les publicités en Presse les amènent à se rendre en magasin

LES FRANÇAIS ET LE SPORT



JEUX OLYMPIQUES

41% des Français se déclarent intéressés par les JO d'été

Indice 128 pour les Grands Lecteurs de Presse

22 millions

de Français pratiquent un sport

Soit **41%** des Français de 15 ans et +

Indice 110 Grands Lecteurs de Presse



POUR LES FRANÇAIS, FAIRE DU SPORT C'EST :

86,2%

Une hygiène
de vie

79,4%

Nécessaire pour se
maintenir en forme

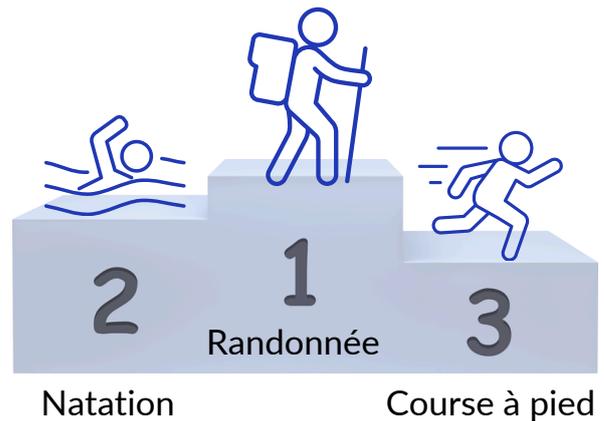
54,5%

Le plaisir de se sentir
bien dans son corps



DE MANIÈRE RÉGULIÈRE, LES SPORTS LES PLUS PRATIQUÉS :

TOP 3
**Grands Lecteurs
de Presse**



TOP 3 - HOMMES

- 1 Randonnée
- 2 Musculation
- 3 Course à pied

TOP 3 - FEMMES

- 1 Randonnée
- 2 Fitness
- 3 Stretching/Yoga

ET QUAND ON PRATIQUE UN SPORT, ON FAIT ATTENTION À CE QU'IL Y A DANS SON ASSIETTE :



36%

des sportifs déclarent faire attention aux calories
indice 123 vs la moyenne des Français

53%

des sportifs disent faire en sorte de manger, chaque
jour, 5 portions de fruits et légumes
indice 122 vs la moyenne des Français

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.

CONTACTS

Amélie Benisty - Directrice Audience & Relation Adhérents
Sylvie Neveu - Responsable Etudes Audience

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | audience@acpm.fr
89 rue de Monceau 75008 Paris