

ACPM ONE GLOBAL V4 2015

L'audience globale 4 supports des marques de presse ONE 2014-2015 // MNR - Médiamétrie - Données Octobre 2015

Pour chacun des devices numériques, la liste des marques publiées dans ONE Global est désormais harmonisée avec la liste de publication de l'Internet Global de Médiamétrie.

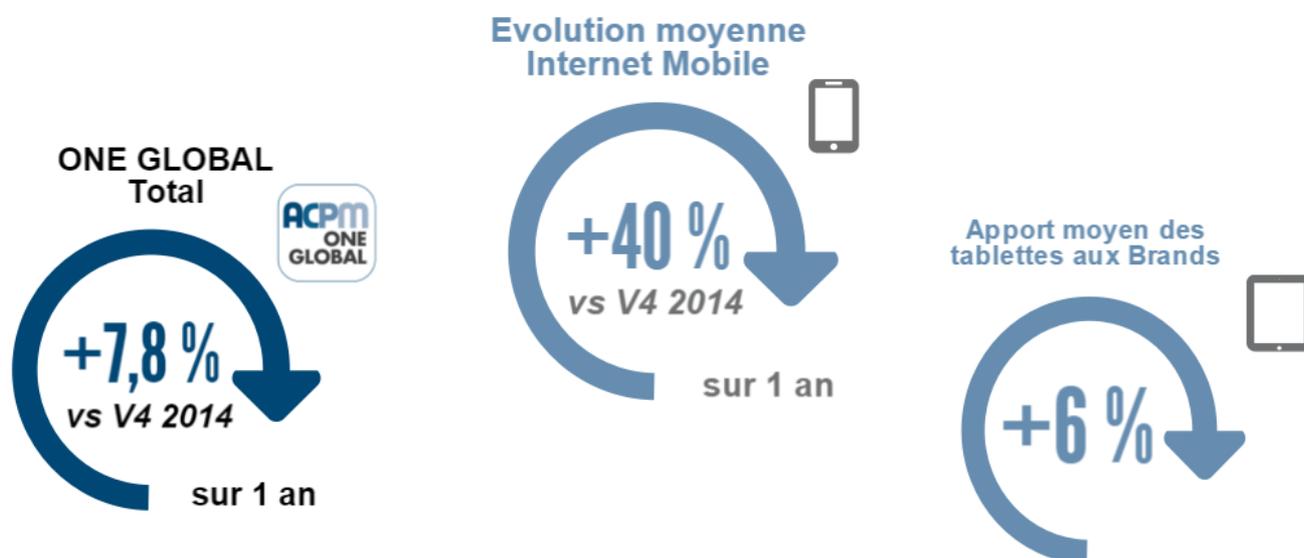
Par ailleurs, l'ACPM attire l'attention des utilisateurs de la vague ONE Global 2015v4 sur la modification de périmètre de certaines marques publiées. En effet, à compter de cette vague, la valeur de chaque marque publiée contient systématiquement le lectorat numérique (fixe, mobile et tablette), y compris lorsque celui-ci n'est pas publié individuellement par device pour des raisons de seuil.

▼ AUDIENCE GLOBALE des marques de presse

L'audience moyenne des marques de presse en hausse de 7,8% sur un an

L'audience globale des marques de presse Print + Numérique progresse de +7,8% par rapport à la même période il y a 1 an (ONE Global V4 2014). Cette progression est principalement portée par les supports de mobilité, la tablette et le mobile. A univers de marques constant, le mobile affiche une forte évolution de +40% en 1 an.

A périmètre équivalent (sans le Panel Tablette), l'audience moyenne des marques de presse est également en hausse sur 1 an (+2,8%).



EVOLUTION D'AUDIENCE PAR FAMILLE

sur un an (2015 V4 vs 2014 V4)

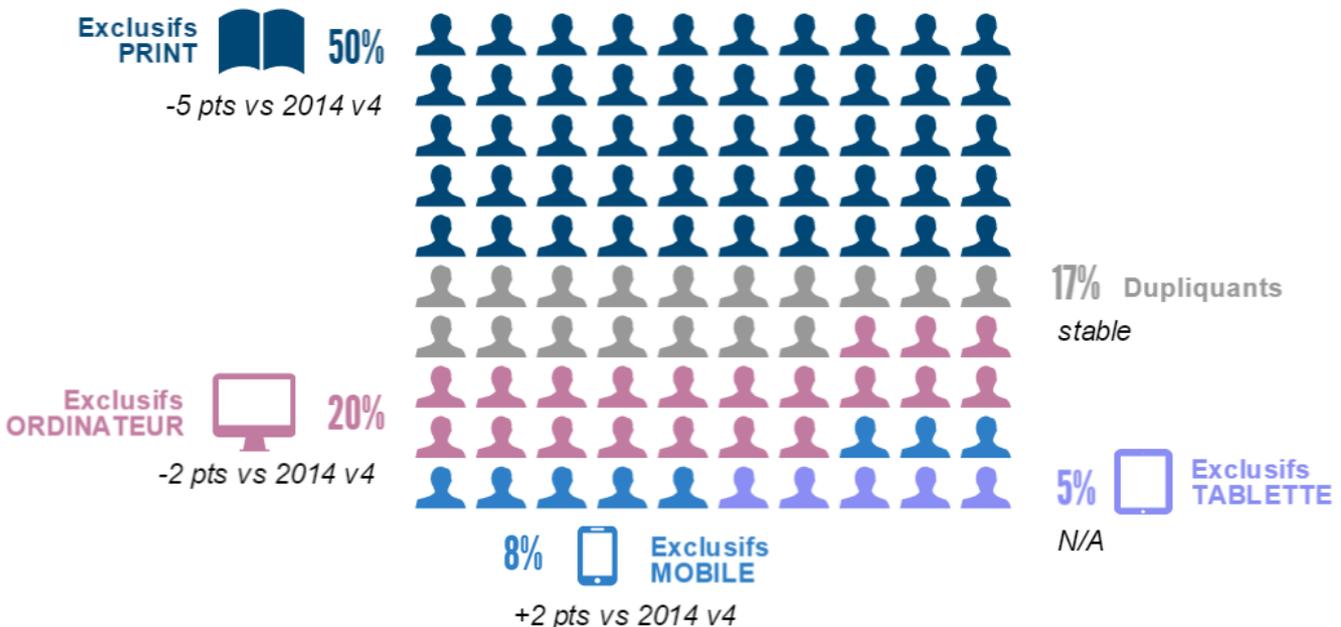


	Avec Tablette	Sans Tablette
Quotidiens Régionaux (PQR66)	+ 3,5%	+ 2,4%
Quotidiens Nationaux	+ 11,5%	+ 6,2%
Hebdomadaires Régionaux (Total PHR)		+ 1,9%
Total Magazines	+ 6,0%	+ 0,1%
<i>Magazines News</i>	+ 6,4%	+ 0,2%
<i>Magazines Actualité / Economie</i>	+ 9,3%	+ 4,5%
<i>Magazines Féminins</i>	+ 5,9%	+ 0,9%
<i>Magazines People</i>	+ 0,2%	- 2,8%
<i>Magazines Santé / Famille</i>	+ 4,4%	- 1,3%
<i>Magazines Loisirs / Centres d'intérêts</i>	+ 6,8%	- 1,9 %
<i>Magazines Télévision</i>	+ 7,4%	+ 0,2%

A univers de marques constant

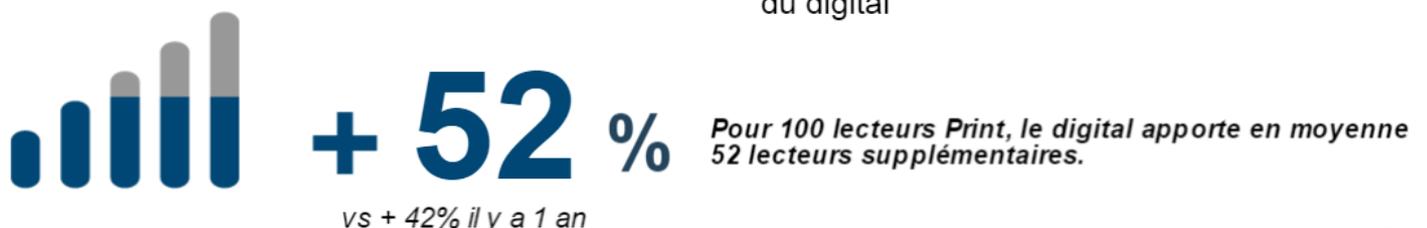
RÉPARTITION MOYENNE DES LECTEURS

d'une marque de presse



APPORT EXCLUSIF MOYEN D'AUDIENCE

du digital





LA LECTURE DIGITALE

selon les profils



des Français, soit 35,1 millions d'individus, lisent au moins une marque de presse en version digitale (ordinateur, mobile ou tablette)

FOCUS MOBILITÉ

52% des Français lecteurs de presse sur mobile ou tablette



43%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur mobile, soit 22,3 millions d'individus. Cela représente 77% des équipés smartphone.



24%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur tablette, soit 12,4 millions d'individus. Cela représente 56% des équipés tablette.

Exclusifs smartphone

23% des femmes de 15-24 ans

consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile.



Ultra-connectés

26% 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.



Tablonautes

28% des 25-34 ans

consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile OU sur tablette.

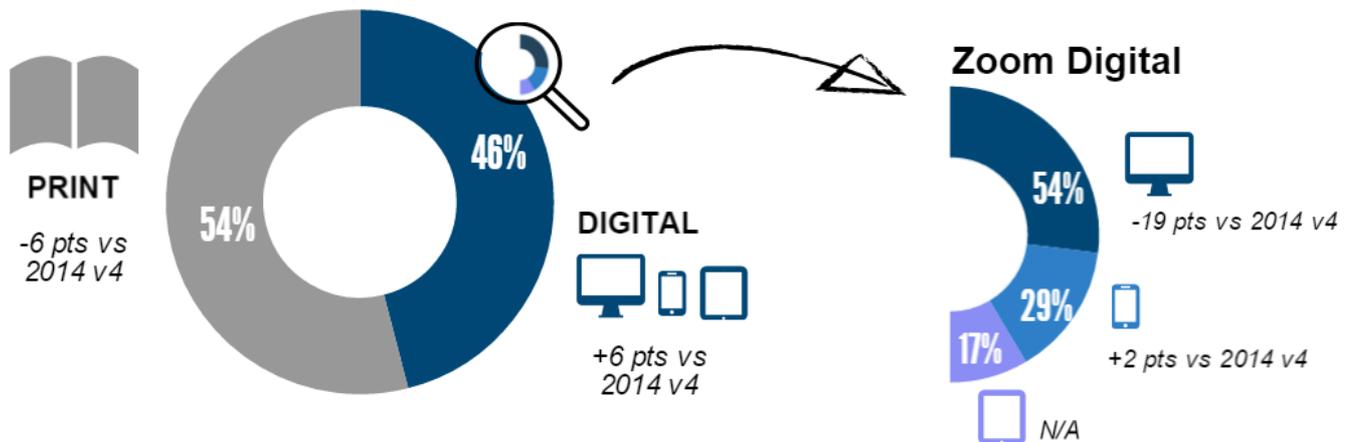


Exclusifs mobilité

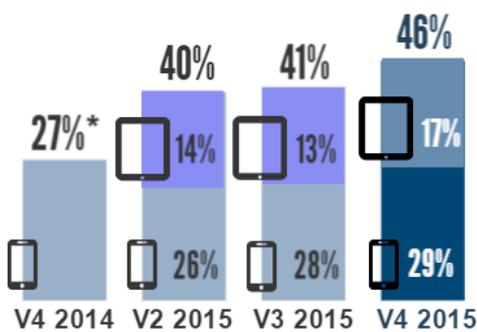
RÉPARTITION DES LECTURES

par mode de consultation

Les lectures presse sur papier représentent 54% des lectures, contre 46% pour les lectures digitales (ordinateur, mobile ou tablette).



Part de l'Internet mobile / tablette au sein des lectures digitales



Parmi les modes d'accès digitaux à la presse, l'ordinateur reste le support privilégié : 54% des lectures numériques sont réalisées sur ce device. Ce mode de lecture tend toutefois à diminuer au profit du mobile (29% des lectures digitales) et de la tablette (17% des lectures digitales).

Les lectures sur les supports de mobilité (mobile ou tablette) représentent ainsi 46% des lectures numériques, un chiffre en constante progression.

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

PRÉSENTATION DE L'ETUDE ACPM 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.

PROCHAINES PUBLICATIONS

ONE GLOBAL V1 2016

(ONE 2015/MNR-Médiamétrie - données Janvier 2016) : 14 avril 2016

Source : ACPM ONE GLOBAL - produit par Médiamétrie, basé sur les données ACPM ONE 2014/2015 - MEDIAMETRIE//NETRATINGS - MEDIAMETRIE - Données Octobre 2015, Copyright ACPM

TOP 20
BRAND 30 Jours



Brand
ONE Global
2015V4
(000)

PQR 66	42 806
Le Figaro	18 617
20 Minutes	17 735
Le Monde	17 647
Femme Actuelle	17 408
L'Equipe	16 736
Télé Loisirs	16 556
Le Parisien / Aujourd'hui en France	15 188
Marmiton	14 037
L'Express	13 971
Total PHR	13 687
L'Obs	13 299
Paris Match	12 822
Télé 7 Jours	12 404
Voici	11 547
Version Femina	11 161
Closer	10 645
Ouest-France	10 397
Elle	10 035
Le Point	9 811

TOP 10 des marques de presse sur les devices de mobilité

Les 10 premières marques de presse sont toutes au-dessus des 2 millions de lecteurs sur mobile. Sur tablette, les 10 premières marques de presse sont consultées par au moins 1,5 millions de lecteurs.

TOP 10
Lecteurs sur mobile



Mobile
ONE Global
2015V4
(000)

PQR 66	11 781
L'Equipe	5 750
Le Monde	5 269
Télé Loisirs	4 899
Le Figaro	4 865
Le Parisien / Aujourd'hui en France	4 033
20 Minutes	4 018
Marmiton	3 460
L'Obs	3 187
L'Express	2 888

TOP 10
Lecteurs sur tablette



Tablette
ONE Global
2015V4
(000)

PQR 66	5 871
Marmiton	4 056
Le Figaro	2 836
Télé Loisirs	2 674
Le Monde	2 541
L'Equipe	2 402
20 Minutes	2 284
L'Express	2 009
Le Parisien / Aujourd'hui en France	1 893
Femme Actuelle	1 891



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 V4 2015					ONE Global V4 2014 (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 ⁷ 30 jours
One 2014-2015//MNR Octobre 2015//Panel Internet Mobile Octobre 2015//Panel Tablette Octobre 2015	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66	42 806	37 642	16 039	11 781	5 871	41 352
Le Figaro	18 617	8 752	9 000	4 865	2 836	17 043
20 Minutes	17 735	10 612	6 506	4 018	2 284	15 708
Le Monde	17 647	9 466	7 757	5 269	2 541	15 094
Femme Actuelle	17 408	13 380	3 856	1 194	1 891	16 532
L'Equipe	16 736	9 609	6 395	5 750	2 402	13 772
Télé Loisirs	16 556	6 889	6 574	4 899	2 674	14 589
Le Parisien / Aujourd'hui en France	15 188	8 176	5 495	4 033	1 893	14 767
Marmiton	14 037	2 770	7 409	3 460	4 056	11 581
L'Express	13 971	6 361	6 290	2 888	2 009	12 121
Total PHR	13 687	12 748	1 847	-	-	13 436
L'Obs	13 299	6 130	5 911	3 187	1 562	12 876
Paris Match	12 822	11 187	1 424	903	629	12 213
Télé 7 Jours	12 404	9 562	1 866	1 211	1 419	11 765
Voici	11 547	9 244	1 946	841	811	11 218
Version Femina	11 161	10 932	259	-	-	x
Closer	10 645	7 971	2 774	1 015	500	10 448
Ouest-France	10 397	5 703	4 333	1 799	1 257	9 077
Elle	10 035	7 009	2 800	976	882	9 387
Le Point	9 811	5 571	3 559	1 917	1 298	9 364
Gala	8 720	6 955	1 748	461	502	8 381
Libération	7 961	4 958	2 870	1 529	600	6 935
Télé Star	7 824	5 237	2 015	857	534	x
Les Echos	7 413	2 879	3 892	1 499	774	7 158
Direct Matin	7 369	6 728	756	309	-	6 887
Public	7 318	5 231	1 744	1 189	486	7 772
Auto Plus	6 424	5 637	950	445	358	7 273
Télérama	6 338	3 964	2 219	686	730	5 100
Maxi	6 114	5 549	512	-	-	x
Sud Ouest	5 663	2 937	2 325	1 231	831	4 740
Télé 2 Semaines	5 527	4 335	831	460	275	5 745
Marie Claire	5 415	3 313	1 744	500	441	4 826
Top Santé	4 872	2 893	1 425	619	443	4 007
La Dépêche du Midi	4 846	2 031	2 653	990	332	4 136
La Voix du Nord	4 529	2 694	1 698	990	532	4 329
Notre Temps	4 335	3 187	1 003	-	347	4 008
GEO	4 048	3 761	359	-	-	3 977
Le Dauphiné	3 935	2 562	1 299	735	282	3 609
Challenges	3 874	1 592	1 827	550	431	3 650
Rustica	3 527	2 808	831	-	205	3 349

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2014/2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données Octobre 2015

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 Octobre 2015)

⁵ Indicateur Mobile 30 Jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie Octobre 2015)

⁶ Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Octobre 2015)

⁷ Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2013/2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données Octobre 2014

* En 2014, la valeur des Brands n'incluait pas les données Tablette

x Marques non publiées dans ONE Global V4 2014



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 V4 2015					ONE Global V4 2014 (sans tablette)*
	Brand ONE Global ²	dont Print ³	Dont Ordinateur ⁴	Dont Mobile ⁵	Dont Tablette ⁶	Brand ONE Global ⁷
One 2014-2015//MNR Octobre 2015//Panel Internet Mobile Octobre 2015//Panel Tablette Octobre 2015	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Marianne	3 526	3 218	355	-	-	3 797
Psychologies Magazine	3 521	2 338	1 012	424	293	3 444
Le Progrès	3 423	2 236	1 284	505	264	2 951
Courrier International	3 346	2 793	674	363	169	3 175
Grazia	3 228	2 140	1 104	174	171	2 966
France Football	3 201	2 901	382	234	-	x
Cosmopolitan	3 166	1 528	1 331	609	207	3 114
Capital	3 056	1 885	956	356	240	2 923
Midi Libre	2 940	1 877	979	471	422	2 928
Première	2 877	944	1 493	509	282	3 334
Le Journal du Dimanche	2 868	2 242	565	222	-	2 712
Le Particulier	2 842	1 667	1 037	238	-	x
Les Inroductibles	2 745	1 492	937	568	372	2 371
La Provence	2 375	1 831	605	412	238	2 184
Côté Maison	2 368	938	1 084	291	248	1 954
Prima	2 347	1 932	432	-	-	x
Le Télégramme	2 326	1 470	892	458	-	2 436
La Nouvelle République	2 282	1 525	934	503	210	2 034
Parents	2 161	1 223	675	445	206	2 969
La Croix	2 137	1 514	634	-	-	1 916
Nice Matin	2 039	942	825	587	-	x
L'Est Républicain	1 978	1 251	516	384	435	1 612
La Montagne	1 908	1 384	662	382	-	1 606
L'Indépendant	1 790	1 275	413	224	-	x
Glamour	1 761	1 105	528	204	145	1 616
Système D	1 688	1 195	543	-	-	1 565
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 667	1 162	387	324	-	1 358
Le Républicain Lorrain	1 550	1 033	429	336	-	x
L'Union / l'Ardennais	1 372	825	426	283	-	1 057
Le Courrier Picard	1 327	920	251	222	-	1 094
GQ	1 316	515	506	292	-	939
Paris Normandie	1 299	836	275	288	-	x
Famili	1 216	624	290	319	-	1 065
L'Alsace	1 212	796	309	168	-	x
Le Courrier de l'Ouest	1 127	902	299	-	-	x
La Charente Libre	1 087	333	655	146	-	x
Var Matin	1 070	733	300	325	-	x
Le Bien Public	997	388	473	198	-	633
Le Journal de Saône et Loire	941	469	427	-	-	670
La République du Centre	912	530	251	-	-	x

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédupliquée ONE 2014/2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données Octobre 2015

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 Octobre 2015)

⁵ Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie Octobre 2015)

⁶ Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Octobre 2015)

⁷ Indicateur Brand One Global : audience dédupliquée ONE 2013/2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données Octobre 2014

* En 2014, la valeur des Brands n'incluait pas les données Tablette

x Marques non publiées dans ONE Global V4 2014



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	Brand L'Alsace	Brand L'Alsace
Auto Plus	Auto Plus				Brand 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	Brand Le Bien Public	Brand Le Bien Public
Capital	Capital				Brand Capital	Brand Capital	Brand Capital
Challenges	Challenges				Brand Challenges	Brand Challenges	Brand Challenges
La Charente Libre	La Charente Libre	TV Magazine Charente Libre			Brand La Charente Libre	Brand La Charente Libre	Brand La Charente Libre
Closer	Closer				Brand Closer	Brand Closer	Brand Closer
Cosmopolitan	Cosmopolitan				Brand Cosmopolitan	Brand Cosmopolitan	Brand Cosmopolitan
Côté Maison	Maison Française Magazine	Maisons Côté Ouest	Maisons Côté Sud	Maisons Côté Est	Brand Côté Maison	Brand Côté Maison	Brand Côté Maison
Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest Dimanche	TV Magazine Ouest		Brand Courrier de l'Ouest	Brand Courrier de l'Ouest	Brand Courrier de l'Ouest
Courrier International	Courrier International				Brand 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	Brand Le Courrier Picard	Brand Le Courrier Picard
La Croix	La Croix				Brand La Croix	Brand 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	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	Brand La Dépêche du Midi
Direct Matin	Direct Matin National				Brand Direct Matin	Brand Direct Matin	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	Brand 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	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	Brand L'Est Républicain
	L'Est Républicain / Le Pays	L'Est Républicain / Le Pays Lundi					
L'Express	L'Express				Brand L'Express	Brand L'Express	Brand L'Express
Famili	Famili				Brand Famili	Brand Famili	Brand Famili
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	Brand France Football
Gala	Gala				Brand Gala	Brand Gala	Brand Gala
GEO	GEO				Brand GEO	Brand GEO	Brand GEO
Glamour	Glamour				Brand Glamour	Brand Glamour	Brand Glamour
GQ	GQ				Brand GQ	Brand GQ	Brand GQ
Grazia	Grazia				Brand Grazia	Brand Grazia	Brand Grazia
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles				Brand 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	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	Brand Le Journal de Saône et Loire	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	Brand Le Journal du Dimanche
Libération	Libération				Brand Libération	Brand Libération	Brand Libération
Marianne	Marianne				Brand Marianne	Brand Marianne	Brand Marianne
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison		Brand Marie Claire	Brand Marie Claire	Brand Marie Claire
Marmiton	Marmiton				Brand Marmiton	Brand Marmiton	Brand Marmiton
Maxi	Maxi	Maxi Cuisine			Brand Maxi	Brand Maxi	Brand Maxi



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	Brand Midi Libre
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde			Brand Le Monde	Brand Le Monde	Brand Le Monde
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La Montagne	Brand La Montagne	Brand La Montagne
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin		Brand Nice Matin	Brand Nice Matin	Brand Nice Matin
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche					
Notre Temps	Notre Temps				Brand Notre Temps	Brand Notre Temps	Brand Notre Temps
L'Obs	L'Obs				Brand L'Obs	Brand L'Obs	Brand L'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	Brand La Nouvelle République
Ouest-France	Ouest France	Dimanche Ouest France	TV Magazine Ouest		Brand Ouest France	Brand Ouest France	Brand Ouest France
Parents	Parents				Brand Parents	Brand Parents	Brand Parents
Paris Match	Paris Match				Brand Match	Brand Match	Brand Match
Paris Normandie	Paris Normandie	Normandie Dimanche	TV Magazine Paris Normandie	TV Magazine, Paris Normandie	Brand Paris Normandie	Brand 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	Brand Le Particulier	Brand Le Particulier
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	Brand Première
Prima	Prima	Prima Maison			Brand Prima	Brand Prima	Brand Prima



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	Brand Le Progrès
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès				
	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	Brand La Provence
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine				Brand Psychologies	Brand Psychologies	Brand Psychologies
Public	Public				Brand Public	Brand Public	Brand Public
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Lundi	TV Magazine Le Républicain Lorrain		Brand Le Républicain Lorrain	Brand Le Républicain Lorrain	Brand Le Républicain Lorrain
La République du Centre	La République du Centre	La République du Centre Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La République du Centre	Brand La République du Centre	Brand La République du Centre
Rustica	Rustica				Brand Rustica	Brand Rustica	Brand Rustica
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche		Brand Sud Ouest	Brand Sud Ouest	Brand Sud Ouest
Système D	Système D				Brand Système D	Brand Système D	Brand Système D
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines				Brand 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	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	Brand Télé Star
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme		Brand Le Télégramme	Brand Le Télégramme	Brand Le Télégramme
Télérama	Télérama				Brand Télérama	Brand Télérama	Brand Télérama
Top Santé	Top Santé				Brand Top Santé	Brand Top Santé	Brand Top Santé
Total PHR	Total PHR				Pack PHR	Pack PHR	Pack PHR
L'Union / L'Ardennais	L'Union	L'Union Dimanche	TV Magazine L'Union		Brand L'Union	Brand L'Union	Brand L'Union
	L'Ardennais	L'Ardennais Dimanche	TV Magazine Ardennes				
Var Matin	Var Matin	Var Matin Dimanche	TV Magazine Var Matin		Brand Var Matin	Brand Var Matin	Brand Var Matin
Version Femina	Version Femina				Brand Version Femina	Brand Version Femina	Brand Version Femina
Voici	Voici				Brand Voici	Brand Voici	Brand Voici
La Voix du Nord	La Voix du Nord	La Voix du Nord Lundi	TV Magazine Nord - Pas de Calais		Brand La Voix du Nord	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, nc@audipresse.fr
Gilbert Saint Joanis, Directeur des Etudes, gsj@audipresse.fr
Standard 01 43 12 85 30