

RÉSULTATS AUDIENCES PRESSE

ACPM ONE NEXT + ONENEXT GLOBAL 2022 S2

AUDIENCES ONE NEXT + GLOBAL 2022 S2

RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE

L'ACPM publie la **2ème vague 2022** des résultats d'audience des lectures print et numériques des marques de Presse.

Ces données résultent de la fusion des deux études de référence : One Next pour le Print et Internet Global de Médiamétrie pour le Numérique.

One Next 2022 S2, pour les données **Print**, a été réalisée à partir du **terrain de Juillet 2021 à Juin 2022**. Les données numériques correspondent, elles, aux résultats **Internet Global des mois de Mars/Avril/Mai 2022**.

Prochaine vague ONE NEXT 2023 S1 (Print : Janvier à fin Décembre 2022 / Internet : Septembre / Octobre / Novembre 2022) : parution marché le **20 avril 2023**.



ONE NEXT + GLOBAL 2022 S2

AUDIENCES QUOTIDIENNES

**AUDIENCES JOUR MOYEN BRAND, DIGITALES
ET PRINT**



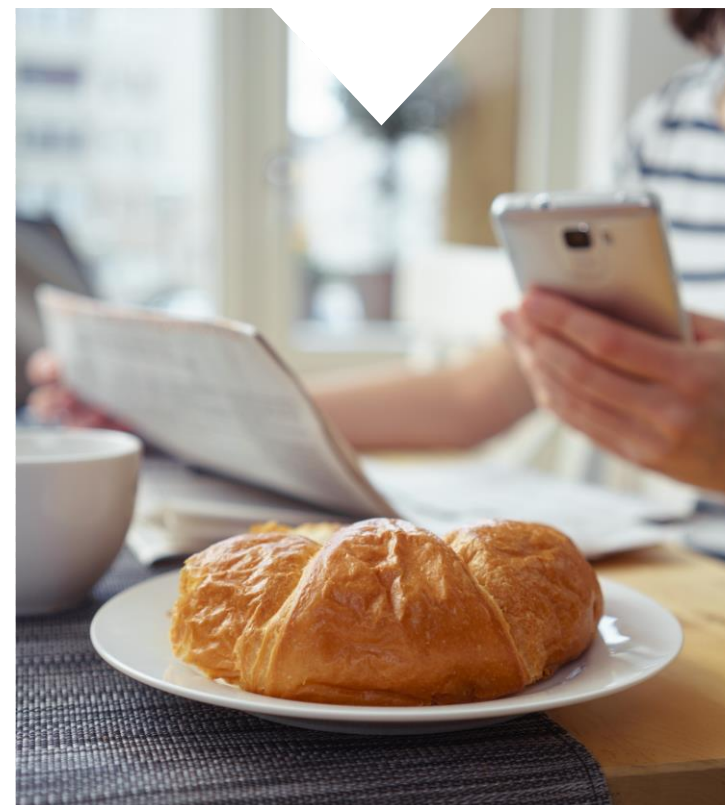
AUDIENCES QUOTIDIENNES

ONE NEXT + GLOBAL 2022 S2

AUDIENCE QUOTIDIENNE
BRAND

18,9 MILLIONS
DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE JOUR** sur l'ensemble des supports (print, web, mobile et tablette), soit **35,4%** de la population.



Une puissance quotidienne en progression vs S-1 et N-1, liée à une actualité particulièrement dense sur le S1 2022 : guerre en Ukraine, élections présidentielle et législative, envolée des prix et crise du pouvoir d'achat... les événements s'enchainent et la demande d'une information utile, proche et de confiance ne cesse de croître.

+4,4% VS 2022 S1 SOIT UNE HAUSSE DE 806 000 LECTEURS / JOUR
+2,5% VS 2021 V4 SOIT UNE HAUSSE DE 457 000 LECTEURS / JOUR



AUDIENCES QUOTIDIENNES

PQR66 : UNE STRUCTURE D'AUDIENCE **BRAND/JOUR** GLOBALEMENT STABLE AVEC PLUS D'UN QUART D'EXCLUSIFS DIGITAUX

18,9 M DE LECTEURS QUOTIDIENS

11,5 M

**EXCLUSIFS
PRINT**



60% vs 64% en S1 2022
vs 62% en V4 2021

2,2 M

**LECTEURS
COMMUNS**



12% vs 9% en S1 2022
vs 10% en V4 2021

5,2 M

**EXCLUSIFS
DIGITAUX**



28% vs 27% en S1 2022
vs 28% en V4 2021

AUDIENCES QUOTIDIENNES

PQR66 : UNE AUDIENCE **DIGITALE/JOUR** QUI ASSEOIT SA PUISSANCE TOUS DEVICES SUR ENS.15+

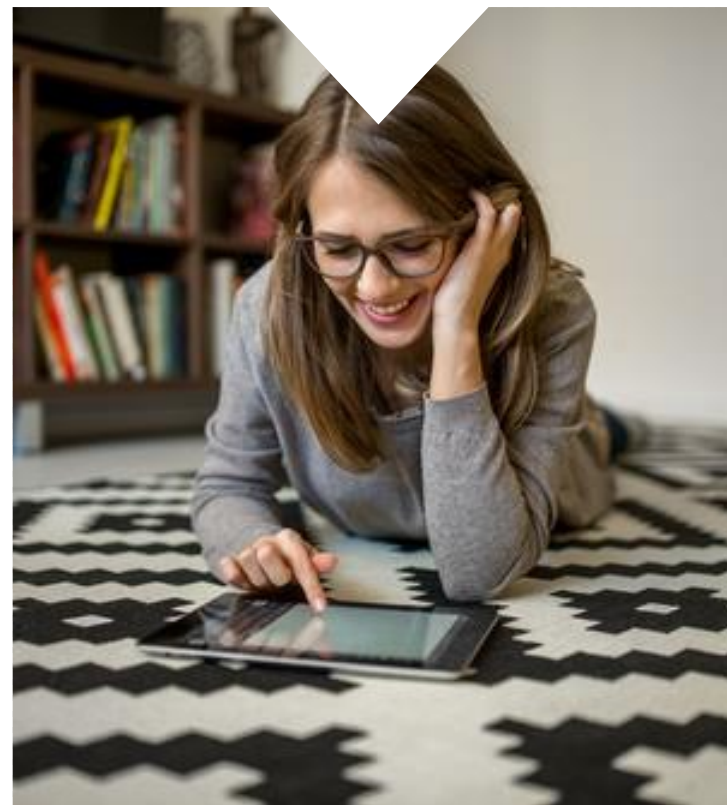


AUDIENCE QUOTIDIENNE

DIGITALE

7,3 MILLIONS
DE FRANÇAIS

sont lecteurs digitaux par jour moyen de la PQR (desktop, mobile, tablette) soit **13,4%** de la population.



Une puissance digitale confortée avec une audience/jour moyen qui réussit la performance de poursuivre sa progression alors même qu'elle atteint un niveau particulièrement élevé. Une dynamique portée par une actualité dense (guerre en Ukraine, législatives, fortes chaleurs et épisodes orageux...) pour une offre digitale PQR au plus près des Français.

+4,3% VS 2022 S1 SOIT UNE HAUSSE DE 300 000 V.U. / JOUR*
+1,4% VS 2021 V4 SOIT UNE HAUSSE DE 100 000 V.U. / JOUR**



AUDIENCES QUOTIDIENNES

PQR66 : UNE AUDIENCE **PRINT/JOUR** TOUJOURS TRÈS SOLIDE

AUDIENCE QUOTIDIENNE

PRINT

13,7 MILLIONS
DE FRANÇAIS

sont lecteurs LNM (au numéro moyen) de la PQR soit **25,5%** de la population. **Hors IDF**, la PQR touche **30%** des Français.



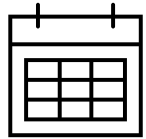
Belle Dynamique des audiences Print sur 1 an comme sur 6 mois, une évolution qui vient corroborer ce besoin d'information exacerbé de la part des Français en période de forte actualité. La PQR assoit ainsi son positionnement de média utile et renforce son lien de confiance avec ses lecteurs.

+3,1% VS 2022 S1 SOIT UN GAIN DE 408 000 LECTEURS / JOUR
+3,4% VS 2021 V4 SOIT UN GAIN DE 446 000 LECTEURS / JOUR



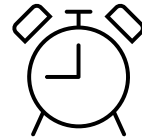
AUDIENCES QUOTIDIENNES

PQR66 **PRINT / JOUR** : LE 1^{ER} CONTACT AVEC L'ACTUALITÉ, AU LECTORAT PARTICULIÈREMENT FIDÈLE QUI CONSACRE AU MOINS 20 MN DE LECTURE QUOTIDIENNE POUR UNE ATTENTION SOUTENUE AUX CONTENUS



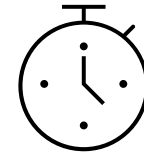
85%

DE LECTEURS PQR
REGULIERS



72%

DE LECTURES PQR
SE DÉROULENT **AVANT MIDI**



42%

DES LECTEURS PQR Y
CONSACRENT **+20 MN/JOUR**



ONE NEXT + GLOBAL 2022 S2

AUDIENCES MENSUELLES

AUDIENCES -30 JOURS BRANDS, DIGITALES & PRINT



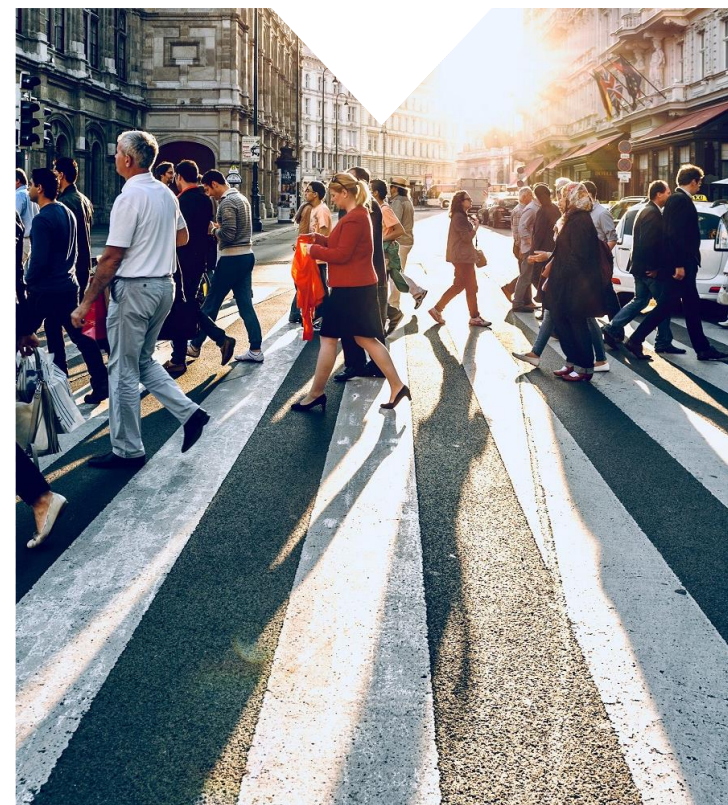
AUDIENCES MENSUELLES

ONE NEXT + GLOBAL 2022 S2

AUDIENCE MENSUELLE
BRAND

43,3 MILLIONS
DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE MOIS**, sur l'ensemble des supports (print, web, mobile et tablette), soit 80,7% de la population.



Même constat sur l'audience Brand mensuelle avec un trend positif depuis un an, principalement lié à la densité de l'actualité qui a poussé les Français à s'informer davantage, utilisant à la fois le Print ET le digital de l'offre PQR pour prendre connaissance de l'actualité.

+1,2% VS 2022 S1 SOIT UN GAIN DE 519 000 LECTEURS / MOIS
+0,7% VS 2021 V4 SOIT UN GAIN DE 302 000 LECTEURS / MOIS



AUDIENCES MENSUELLES

PQR66 : UNE STRUCTURE D'AUDIENCE **BRAND/MOIS** STABLE VS VAGUE PRÉCÉDENTE

43,3 M DE LECTEURS MENSUELS

9,5 M

**EXCLUSIFS
PRINT**



22% vs 22% en S1 2022
vs 21% en V4 2021

20,9 M

**LECTEURS
COMMUNS**



48% vs 48% en S1 2022
vs 47% en V4 2021

12,9 M

**EXCLUSIFS
DIGITAUX**



30% vs 30% en S1 2022
vs 31% en V4 2021

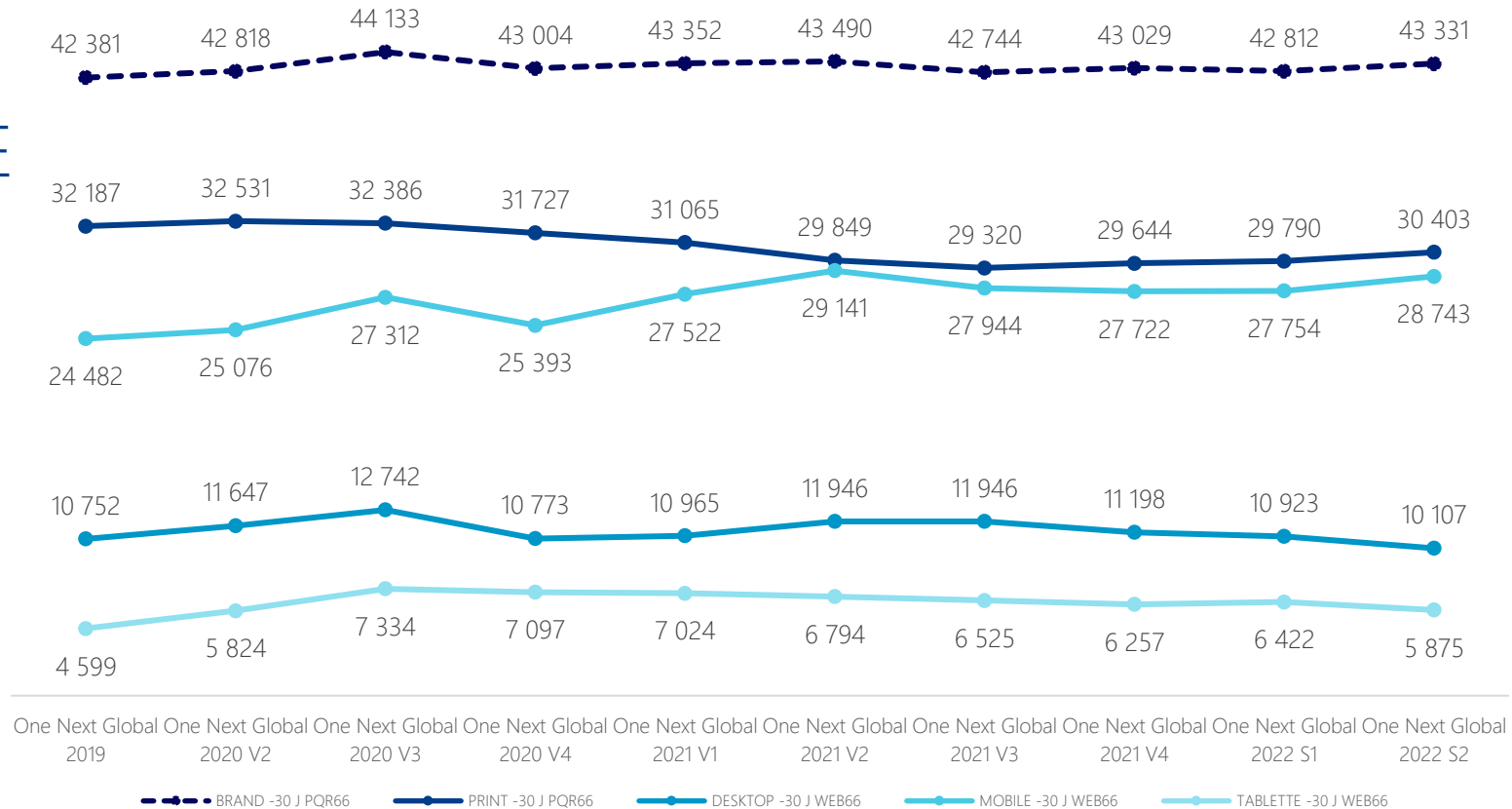


AUDIENCES MENSUELLES

UNE BRAND QUI ASSEOIT SA DIGITALISATION ET PARVIENT À RENFORCER SA PUISSANCE

UN LEADERSHIP RENFORCÉ SUR LA DURÉE

UNE **AUDIENCE PRINT MASSIVE**, QUI PÈSE POUR PLUS DES 2/3 DE L'AUDIENCE DE LA PRESSE QUOTIDIENNE ET QUI TEND À SE STABILISER DEPUIS PLUS D'UN AN, APRÈS UNE PHASE D'ÉROSION CONTINUE, CE EN PARALLÈLE D'UNE **AUDIENCE DIGITALE EN PLEINE CONSOLIDATION APRÈS AVOIR FORTEMENT PROGRESSÉ**, NOTAMMENT EN 2020, AU PLUS FORT DE LA CRISE SANITAIRE.



One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global One Next Global

--- BRAND -30 J PQR66 — PRINT -30 J PQR66 — DESKTOP -30 J WEB66 — MOBILE -30 J WEB66 — TABLETTE -30 J WEB66

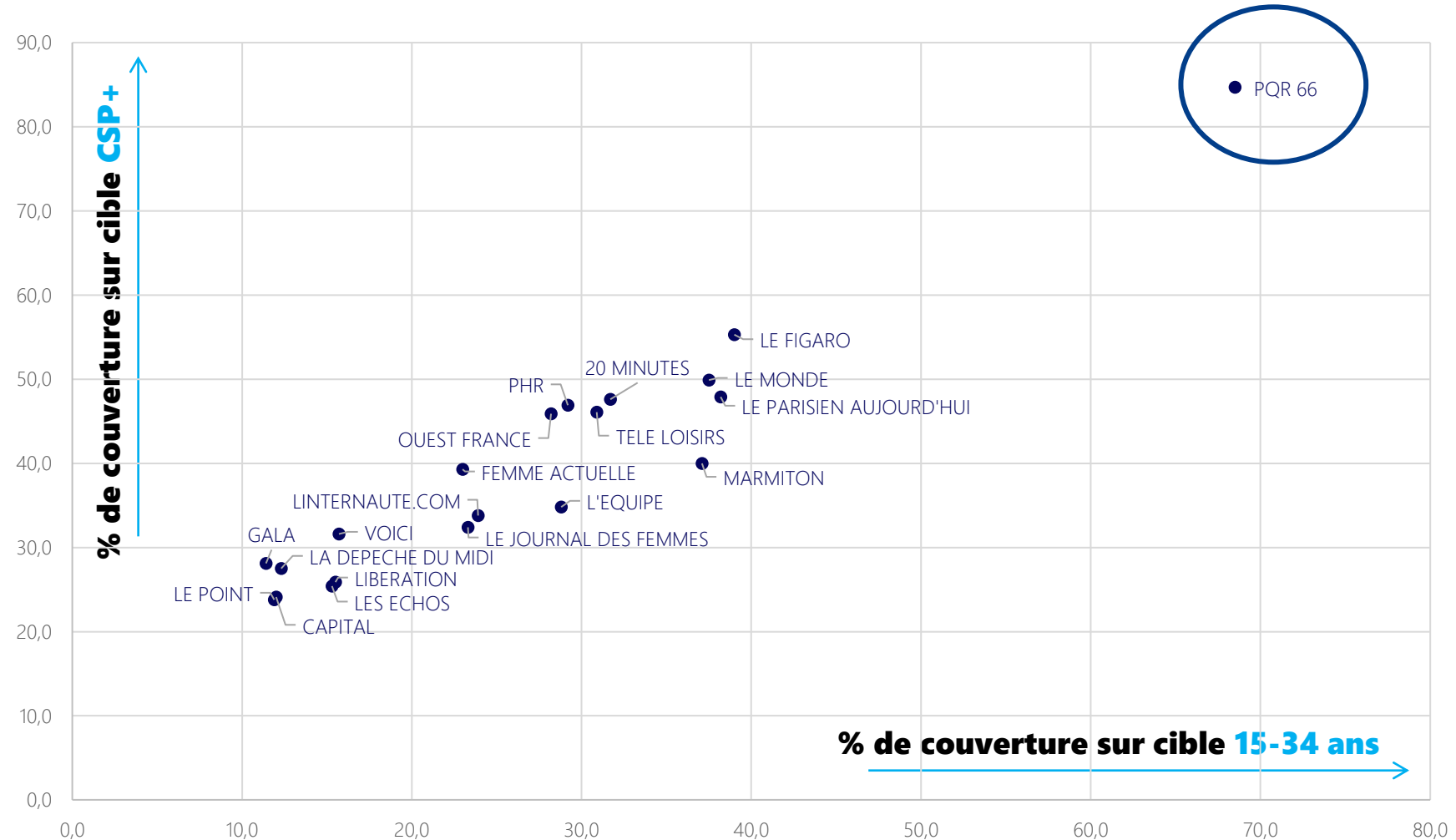


AUDIENCES MENSUELLES

UNE BRAND PQR66 INFLUENTE SUR CIBLES STRATÉGIQUES

68,5% DES -35 ANS
TOUCHÉS PAR
LA BRAND PQR

SUR LES 30 DERNIERS JOURS
ET **85% DES CSP+** : LA PQR
AU CŒUR DES ENJEUX
STRATÉGIQUES DU MARCHÉ



% de couverture sur cible 15-34 ans

