



Paris, le 14 octobre 2025

ACPM
LE TIERS DE CONFIANCE
LA VALEUR DES MÉDIAS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE **ONENEXT S2 2025**

Ces données sont sous embargo tous médias jusqu'au mardi 14 octobre 2025 à 00h01

L'ACPM publie ce jour la 2nde vague 2025 des résultats de la mesure d'audience référente Print de la Presse. Les données de OneNext S2 2025* couvrent la période de juillet 2024 à juin 2025. La taille de l'échantillon est de 24 723 individus de 15 ans et plus.

Les publications S2 de OneNext comprennent uniquement des données Print. Cette vague ne comporte donc pas de fusion avec les données Internet Global de Médiamétrie et donc pas de données digitales.

Le média Presse ne cesse de se diversifier avec de nombreux canaux. Une fois par an, l'ACPM a choisi de remettre en avant le format Print et ses spécificités.



La Presse enregistre un volume de lecteurs Print stable entre la vague OneNext S2 2024 et la vague OneNext S2 2025. Sur cette dernière publication OneNext, on peut observer que les comportements de lecture de la Presse se maintiennent par rapport à l'année dernière. Ainsi, le moyen de procuration N°1 d'un titre de Presse provient d'un acte d'achat ou d'un abonnement personnel.

Par ailleurs, le lieu de lecture privilégié reste le domicile, avec 57% des actes de lecture qui se font au sein du foyer. La lecture sur le lieu de travail représente près d'1 acte sur 10. Qui sont les Français qui lisent sur leur lieu de travail ? Ces lecteurs sont sur-représentés par les hommes, chefs d'entreprise, cadres ou de professions intellectuelles supérieures, disposant de revenus foyers de plus de 126 K€ par an après impôt.

Même si 27% des actes de lecture ont lieu le soir après 18 heures, on note que les prises en main des supports de Presse se font tout au long de la journée. Enfin, concernant le temps de lecture, 38% des actes de lecture durent plus de 20 minutes.

**A noter : le CESP souligne la non-comparabilité des résultats OneNext S2 2025 par rapport aux vagues précédentes du fait de l'intégration d'un nouvel access panel comme source de recrutement au sein de l'échantillon OneNext.*

LA LECTURE DE LA PRESSE : **PRINCIPAUX INSIGHTS**

auprès des 15 ans et +



36%

des actes de lecture
sont issus de lecteurs
primaires*

43%

des lectures
se font en dehors
du domicile



10%

des lectures se font
uniquement sur
des Versions Numériques

26%

des lectures
se font le matin
avant 10h



27%

des lectures
se font après 18h

19%

des lectures
durent plus
de 30 minutes



**Acheteur ou abonné personnellement*

EN DÉTAIL

LA LECTURE DE LA PRESSE

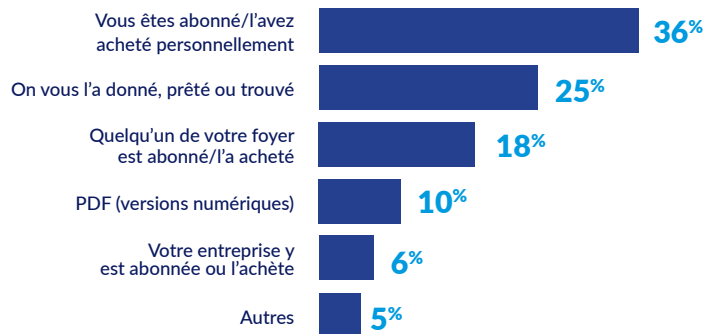
auprès des 15 ans et +

MOYENS DE PROCURATION

36% des actes de lecture proviennent de lecteurs primaires*.

Pour **18%** des actes de lecture, le titre provient d'un membre du foyer l'ayant acheté ou étant abonné.

Dans **10%** des cas, la lecture provient exclusivement de versions numériques.

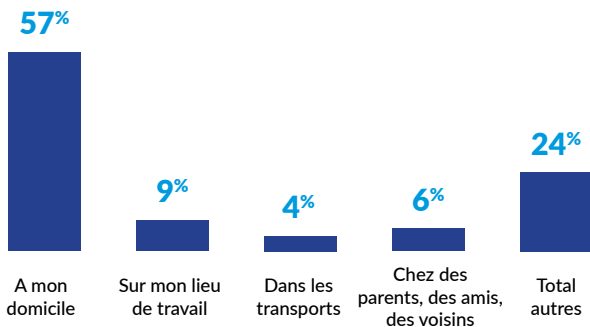


*Acheteur ou abonné personnellement

LIEUX DE LECTURE

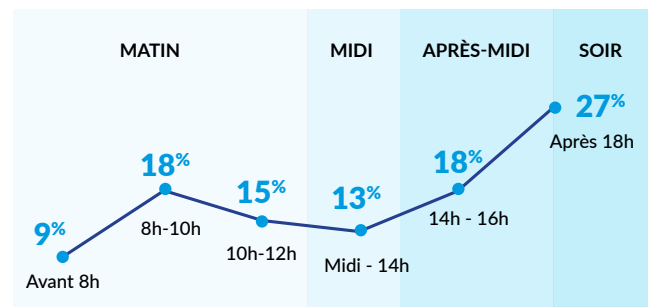
Même si la majeure partie des lectures se fait au domicile, les lectures en extérieur représentent néanmoins plus de **4 lectures sur 10**.

Ainsi, près d'**1 acte de lecture sur 10** a lieu sur le lieu de travail.



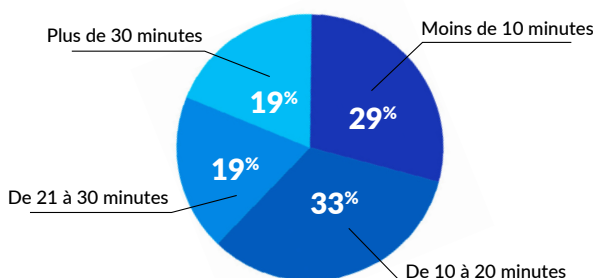
HEURES DE PRISES EN MAIN

La lecture de la Presse est une activité qui se déroule **tout au long de la journée**, avec un pic important le soir, après 18h.



DURÉE MOYENNE DE LECTURE

38% des lectures durent plus de 20 minutes.



LES LECTEURS DE LA PRESSE : **QUI SONT-ILS ?**

auprès des 15 ans et + / Indices vs moyenne des lecteurs

LES LECTEURS "PRIMAIRES"

60 ans & + / Indice 142

LES LECTEURS "DOMICILES"

60 ans &+ / Indice 135

LES LECTEURS "ABONNEMENTS ENTREPRISES"

Hommes / Indice 113
Enseignement supérieur / Indice 124
dont Bac +4 &+ / Indice 129
Chefs d'entreprises +10 salariés,
cadres et professions intellectuelles
supérieures / Indice 185
Agglomération parisienne / Indice 110
>126K€ de revenus annuels foyers nets
après impôts / Indice 127

LES LECTEURS "FOYERS"

15-24 ans / Indice 165
Inactifs / Indice 138
Enfant du foyer / Indice 171

LES LECTEURS "CHEZ DES PARENTS, DES AMIS, DES VOISINS"

Femmes / Indice 113

LES LECTEURS "LIEU DE TRAVAIL"

Hommes / Indice 117
Enseignement supérieur / Indice 122
>126K€ de revenus annuels foyers nets
après impôts / Indice 172

LES LECTEURS "VERSIONS NUMÉRIQUES"

35-49 ans / Indice 116
Bac +4 &+ / Indice 121
Chefs d'entreprises +10 salariés, cadres
et professions intellectuelles supérieures / Indice 121
100 000 à 199 999 habitants / Indice 112
De 102K€ à 126K€ de revenus annuels foyers nets
après impôts / Indice 138

LES LECTEURS "TRANSPORTS EN COMMUN"

15-24 ans / Indice 300
25-34 ans / Indice 187
Bac +4 / Indice 144
Agglomération parisienne
/ Indice 220



AUDIENCE PRINT

DES MARQUES DE PRESSE

RANG	MARQUE	AUDIENCE PRINT 30J (MILLIERS)
1	PQR 66	28 872
2	PHR	11 778
3	Le Monde	10 218
4	Le Parisien Aujourd'hui en France	9 912
5	L'Equipe	9 581
6	Le Figaro	8 370
7	Femme Actuelle	7 178
8	Diverto	6 561
9	Ouest-France	6 515
10	Télé 7 Jours	6 163
11	Paris Match	5 897
12	Libération	5 268
13	Version Femina	5 199
14	Télé Loisirs	4 868
15	Actu	4 129
16	Voici	4 125
17	Elle	3 955
18	Marmiton	3 939
19	Le Point	3 928
20	Auto Plus	3 806
21	Les Echos	3 671
22	Le Journal du Dimanche	3 514
23	Courrier International	3 391
24	Science & Vie	3 220
25	Gala	3 190
26	Télérama	3 040
27	Télé Z	3 028
28	Geo	3 021
29	National Geographic	2 933
30	L'Express	2 844
31	Sud Ouest	2 838
32	La Voix du Nord	2 804
33	Notre Temps	2 786
34	L'Obs	2 631

Voir composition des marques de Presse en page 9

Indicateur Print 30J : Audience OneNext S2 2025, lecteurs papier et/ou versions numériques dans les 30 derniers jours, entre juillet 2024 et juin 2025

RANG	MARQUE	AUDIENCE PRINT 30J (MILLIERS)
35	Maxi	2 624
36	Marianne	2 531
37	Canal+ le Mag	2 528
38	Closer	2 500
39	Le Dauphiné	2 471
40	Ça m'intéresse	2 415
41	Rustica	2 349
42	Télé Star	2 329
43	TV Magazine	2 306
44	La Dépêche du Midi	2 253
45	La Croix	2 216
46	Télé 2 Semaines	2 210
47	Marie Claire	2 151
48	Le Progrès	2 056
49	L'Humanité	1 997
50	Top Santé	1 955
51	Santé Magazine	1 842
52	Public	1 829
53	La Provence	1 791
54	Madame Figaro	1 747
55	Midi Libre	1 747
56	Télé Poche	1 717
57	Sciences et Avenir	1 716
58	Le Télégramme	1 619
59	Auto Moto	1 602
60	Capital	1 543
61	L'Auto-Journal	1 536
62	TV Grandes Chaînes	1 511
63	Vogue	1 476
64	Valeurs Actuelles	1 469
65	La Nouvelle République	1 460
66	Challenges	1 427
67	Psychologies	1 374

Voir composition des marques de Presse en page 9

Indicateur Print 30J : Audience OneNext S2 2025, lecteurs papier et/ou versions numériques dans les 30 derniers jours, entre juillet 2024 et juin 2025

RANG	MARQUE	AUDIENCE PRINT 30J (MILLIERS)
68	L'Est Républicain	1 338
69	Télé Magazine	1 328
70	La Montagne	1 299
71	Ici Paris	1 294
72	Le Particulier	1 281
73	Modes & Travaux	1 272
74	France Dimanche	1 234
75	Nous Deux	1 198
76	Les Petits Plats de Laurent Mariotte	1 186
77	Pleine vie	1 175
78	Télécâble Sat Hebdo	1 107
79	L'Automobile Magazine	1 045
80	Avantages	1 032
81	Midi Olympique	1 000
82	Les DNA Les Dernières Nouvelles d'Alsace	999
83	Système D	986
84	Cosmopolitan	980
85	Mon Jardin & ma Maison	971
86	Prima	938
87	Var Matin	935
88	Paris Normandie	922
89	Nice Matin	908
90	L'Ami des Jardins & de la Maison	876
91	Parents	858
92	Le Pèlerin	846
93	Dr. Good !	842
94	Beaux Arts Magazine	842
95	Le Revenu	834
96	Le Républicain Lorrain	832
97	Le Courrier Picard	826
98	Le Courrier de l'Ouest	790
99	L'Union / l'Ardennais	758
100	Bien-Être & Santé	745

Voir composition des marques de Presse en page 9

Indicateur Print 30J : Audience OneNext S2 2025, lecteurs papier et/ou versions numériques dans les 30 derniers jours, entre juillet 2024 et juin 2025

RANG	MARQUE	AUDIENCE PRINT 30J (MILLIERS)
101	Les Inrockuptibles	724
102	So Foot	711
103	Art & Décoration	711
104	Maison & Travaux	673
105	Alternatives Economiques	661
106	L'Indépendant	635
107	La Tribune Dimanche	624
108	L'Alsace	590
109	Côté Maison	549
110	Sport Auto	540
111	Le Journal de Saône et Loire	540
112	Biba	522
113	La République du Centre	491
114	Vanity Fair	485
115	Détente Jardin	472
116	Magicmaman	466
117	Marie France	461
118	Régál	451
119	Maison Créative	431
120	Charente Libre	428
121	Le Bien Public	426
122	GQ	419
123	AD , Architectural Digest	357
124	Détours en France	339
125	La République des Pyrénées	327
126	Le Maine Libre	312
127	Le Populaire du Centre	302
128	Le Journal de la Maison	292
129	Corse Matin	287
130	L'Yonne Républicaine	269
131	Vosges Matin	268
132	L'Est Eclair	265
133	Le Journal du Centre	244

Voir composition des marques de Presse en page 9

Indicateur Print 30J : Audience OneNext S2 2025, lecteurs papier et/ou versions numériques dans les 30 derniers jours, entre juillet 2024 et juin 2025

MARQUES DE PRESSE PRINT

MARQUES	COMPOSITION DES MARQUES (PRINT)
Actu	69 titres PHR
AD, Architectural Digest	AD, Architectural Digest
L'Alsace	L'Alsace L'Alsace, édition du Lundi Diverto L'Alsace, le nouveau supplément TV de L'Alsace du samedi
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
Auto Moto	Auto Moto
L'Automobile Magazine	L'Automobile Magazine
Avantages	Avantages
Beaux Arts Magazine	Beaux Arts Magazine
Biba	Biba
Le Bien Public	Le Bien Public Le Bien Public, édition du Dimanche Diverto Le Bien Public, le nouveau supplément TV du Bien Public du dimanche
Bien-Être & Santé	Bien-Être & Santé
Ça m'Intéresse	Ça m'Intéresse
Canal+ Le Mag	Canal+ Le Mag
Capital	Capital
Challenges	Challenges
Charente Libre	Charente Libre Diverto Charente Libre, le nouveau supplément TV de la Charente Libre du samedi
Closer	Closer
Corse Matin	Corse Matin Corse Matin, édition du Dimanche Diverto Corse Matin, le nouveau supplément TV de Corse Matin du samedi
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 Diverto Ouest, le nouveau supplément TV du Courrier de l'Ouest du samedi
Courrier International	Courrier International
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Le Courrier Picard, édition du Dimanche Diverto Courrier Picard, le nouveau supplément TV de Courrier Picard du samedi
La Croix	La Croix
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré Vaucluse Matin Le Dauphiné Libéré Dimanche Vaucluse Matin Dimanche Diverto Le Dauphiné, le nouveau supplément TV du Dauphiné du dimanche Diverto Vaucluse Matin, le nouveau supplément TV de Vaucluse Matin du samedi
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi La Dépêche du Dimanche Diverto La Dépêche du Midi, le nouveau supplément TV de la Dépêche du Midi du dimanche
Détente Jardin	Détente Jardin
Détours en France	Détours en France
Diverto	Diverto (52 titres)
Les DNA Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace Les DNA / Dernières Nouvelles, édition du Lundi Diverto Dernières Nouvelles d'Alsace, le nouveau supplément TV des Dernières Nouvelles d'Alsace du vendredi
Dr Good !	Dr Good ! Dr. Good ! C'est bon !

MARQUES	COMPOSITION DES MARQUES (PRINT)
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 Diverto L'Est Eclair, le nouveau supplément TV de L'Est Eclair du samedi
L'Est Républicain	L'Est Républicain L'Est Républicain, édition du Lundi Diverto L'Est Républicain, le nouveau supplément TV de L'Est Républicain du dimanche
L'Express	L'Express
Femme Actuelle	Femme Actuelle Cuisine Actuelle Femme Actuelle Jeux
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
Gala	Gala
Geo	Geo
GQ	GQ
L'Humanité	L'Humanité
Ici Paris	Ici Paris
L'Indépendant	L'Indépendant L'Indépendant, édition du Dimanche Diverto L'Indépendant, le nouveau supplément TV de L'Indépendant du dimanche
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles
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 Diverto Le Journal de Saône et Loire, le nouveau supplément TV du Journal de Saône et Loire du dimanche
Le Journal du Centre	Le Journal du Centre Le Journal du Centre, édition du Dimanche Diverto Centre France, le nouveau supplément TV du Journal du Centre du dimanche
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche Le JDNews
Libération	Libération
Madame Figaro	Madame Figaro
Magicmaman	Magicmaman
Le Maine Libre	Le Maine Libre Le Maine Libre, édition du Dimanche Diverto Ouest, le nouveau supplément TV du Maine Libre du samedi
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

MARQUES	COMPOSITION DES MARQUES (PRINT)
Midi Libre	Midi Libre Midi Libre, édition du Dimanche Diverto Midi Libre, le nouveau supplément TV de Midi Libre du dimanche
Midi Olympique	Midi Olympique Lundi Midi Olympique Vendredi
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 Diverto Centre France, le nouveau supplément TV de La Montagne du dimanche
National Geographic	National Geographic
Nice Matin	Monaco Matin Nice Matin Monaco Matin Dimanche Nice Matin, édition du Dimanche Diverto Monaco Matin, le nouveau supplément TV de Monaco Matin du samedi Diverto Nice Matin, le nouveau supplément TV de Nice Matin du samedi
Notre Temps	Notre Temps
Nous Deux	Nous Deux
La Nouvelle République	La Nouvelle République La Nouvelle République, édition du Dimanche Diverto La Nouvelle République, le nouveau supplément TV de La Nouvelle République disponible du lundi au samedi
L'Obs	L'Obs
Ouest France	Ouest France Dimanche Ouest France Diverto Ouest, le nouveau supplément TV de Ouest France du vendredi
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 Diverto Paris Normandie, le nouveau supplément TV de Paris Normandie du samedi
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
Le Pèlerin	Pèlerin
Les Petits Plats de Laurent Mariotte	Les Petits Plats de Laurent Mariotte
PHR	PHR (242 titres)
Pleine Vie	Pleine Vie
Le Point	Le Point
Le Populaire du Centre	Le Populaire du Centre Le Populaire du Centre, édition du Dimanche Diverto Centre France, le nouveau supplément TV du Populaire du Centre 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 Diverto Le Progrès, le nouveau supplément TV du Progrès du dimanche

MARQUES	COMPOSITION DES MARQUES (PRINT)
La Provence	La Provence La Provence, édition du Dimanche Diverto La Provence, le nouveau supplément TV de La Provence du samedi
Psychologies	Psychologies
Public	Public
Régál	Régál
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Le Républicain Lorrain, édition du Lundi Diverto Le Républicain Lorrain, le nouveau supplément TV du Républicain Lorrain du mercredi
La République des Pyrénées	La République des Pyrénées Diverto La République des Pyrénées, le nouveau supplément TV de La République des Pyrénées du samedi
La République du Centre	La République du Centre La République du Centre Dimanche Diverto Centre France, le nouveau supplément TV de La République du Centre du samedi
La Tribune Dimanche	La Tribune Dimanche
Le Revenu	Le Revenu Placements Le Revenu Hebdo
Rustica	Rustica
Santé Magazine	Santé Magazine
Science & Vie	Science & Vie
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir
So Foot	So Foot
Sport Auto	Sport Auto
Sud Ouest	Sud Ouest Sud Ouest Dimanche Diverto Sud Ouest, le nouveau supplément TV de Sud Ouest du 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 Diverto Le Télégramme, le nouveau supplément TV du Télégramme du samedi
Télérama	Télérama
Top Santé	Top Santé
TV Grandes Chaînes	TV Grandes Chaînes
TV Magazine	TV Magazine Le Figaro, le supplément TV du Figaro du vendredi et du samedi TV Magazine le Parisien, le supplément TV du Parisien du vendredi
L'Union / l'Ardennais	L'Ardennais L'Union L'Ardennais, édition du Dimanche L'Union, édition du Dimanche Diverto L'Ardennais, le nouveau supplément TV de L'Ardennais du samedi Diverto L'Union, le nouveau supplément TV de L'Union du samedi
Valeurs Actuelles	Valeurs Actuelles
Vanity Fair	Vanity Fair
Var Matin	Var Matin Var Matin Dimanche Diverto Var Matin, le nouveau supplément TV de Var Matin du samedi
Version Femina	Version Femina (39 titres)
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 Diverto La Voix du Nord, le nouveau supplément TV de La Voix du Nord du vendredi Diverto Nord Eclair, le nouveau supplément TV de Nord Eclair du vendredi
Vosges Matin	Vosges Matin Vosges Matin, édition du Lundi Diverto Vosges Matin, le nouveau supplément TV de Vosges Matin du dimanche
L'Yonne Républicaine	L'Yonne Républicaine Diverto Centre France, le nouveau supplément TV de L'Yonne Républicaine du samedi



KANTAR

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.fr | 01 43 12 85 30 | audience@acpm.fr
89 rue de Monceau - 75008 Paris