

RÉSULTATS AUDIENCES PRESSE

ACPM ONE NEXT + ONENEXT GLOBAL 2026 S1

AUDIENCES ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE

L'ACPM publie la **1ère vague 2026** 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 2026 S1 a été réalisée à partir du **terrain de janvier à décembre 2025** pour les données **Print**. Idem pour sa déclinaison, One Next Global 2026 S1, sachant que les données numériques correspondent, elles, aux résultats **Internet Global des mois de mars / avril / mai / septembre / octobre / novembre 2025**.

Prochaine vague ONE NEXT 2026 S2 (Print = juillet 2025 à juin 2026) :

parution marché le **22 octobre 2026** (livraison sous embargo le 24 septembre 2026).

Pour rappel : One Next Global ne bénéficie que d'une seule publication annuelle, avec des données digitales qui s'appuient sur 6 mois de résultats Internet Global. Pas de nouvelle parution One Next Global 2026 cette année (print+digital), uniquement une parution One Next 2026 S2 (100% print).



ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

▶ RÉSULTATS GLOBAL PRESSE

AUDIENCES BRAND, DIGITALES ET PRINT

RÉSULTATS GÉNÉRAUX MÉDIA PRESSE

ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

Sur 2025, l'audience globale des marques de Presse affiche des résultats stables / à la hausse à +1,1% sur un an. À noter que pour la période 2025-2026, deux évolutions importantes ont été mises en place, à savoir la baisse de la taille de l'échantillon total, qui passe de 26 000 individus depuis 2020 à 23 000 à partir de 2025+l'augmentation de la part des recrutements via des Access panels avec l'introduction d'un nouvel acteur - Profiles - en plus du Métaskope de Kantar. Pour ces raisons, le CESP recommande de ne pas comparer les résultats d'audience entre le S1 2026 et les précédents (y compris le S2 2025). En effet, les évolutions des niveaux d'audience ne peuvent plus être expliquées seulement par des changements de comportements de lecture.

AUDIENCES MEDIA PRESSE	(000) S1 2026	% S1 2026	RAPPEL (000) S1 2025	RAPPEL % S1 2025
BRAND	51 335	93,6%	50 792	93,3%
PRINT	43 091	78,5%	42 258	77,6%
DIGITAL	45 512	82,9%	44 906	82,5%
DESKTOP	16 457	30,0%	16 742	30,8%
MOBILE	42 474	77,4%	41 322	75,9%
TABLETTE	7 918	14,4%	8 362	15,4%

RÉSULTATS GÉNÉRAUX MÉDIA PRESSE

ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

ACPM ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1	AUDIENCE EN (000)	AUDIENCE EN %
LNM PRESSE QUOTIDIENNE	18 801	34,3
LDP PRESSE MAGAZINE	32 619	59,4
BRAND -30 J QUOTIDIENS	47 956	87,4
Dont PRINT -30 J QUOTIDIENS	37 867	69,0
Dont DIGITAL -30 J QUOTIDIENS	41 351	75,4
BRAND -30 J MAGAZINES	47 838	87,2
Dont PRINT -30 J MAGAZINES	33 391	60,9
Dont DIGITAL -30 J MAGAZINES	41 326	75,3

RÉSULTATS GÉNÉRAUX / FOCUS PRESSE TV

ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

AUDIENCE PRINT LDP	AUDIENCE EN (000)	AUDIENCE EN %
DIVERTO	5 189	9,5
TÉLÉ LOISIRS	3 353	6,1
TÉLÉ 7 JOURS	3 330	6,1
TÉLÉ Z	2 177	4,0
TÉLÉ 2 SEMAINES	2 065	3,8
TÉLÉRAMA	1 736	3,2
TÉLÉ STAR	1 707	3,1
TV MAGAZINE - NEW	1 477	2,7
TV GRANDES CHAÎNES	1 409	2,6
TÉLÉ POCHE	1 133	2,1
TÉLÉCÂBLE SAT HEBDO	886	1,6
TÉLÉ MAGAZINE	647	1,2
TOTAL PRESSE TV	17 335	31,6

AUDIENCE BRAND - 30 J	AUDIENCE EN (000)	AUDIENCE EN %
TÉLÉ LOISIRS	20 770	37,9
TÉLÉ 7 JOURS	9 746	17,8
DIVERTO	8 266	15,1
TÉLÉRAMA	6 539	11,9
TV MAGAZINE - NEW	6 404	11,7
TÉLÉ STAR	4 952	9,0
TÉLÉ 2 SEMAINES	4 626	8,4
TV GRANDES CHAINES	2 447	4,5
TOTAL BRANDS TV	33 333	60,7

Diverto confirme son leadership sur l'univers des magazines TV avec plus de 5,1 millions de lecteurs chaque semaine. Son **audience Brand -30 J** qui atteint les 8,2 millions de lecteurs 30 derniers jours lui permet de se classer 3^e du ranking.



ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

AUDIENCES PQR QUOTIDIENNES

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



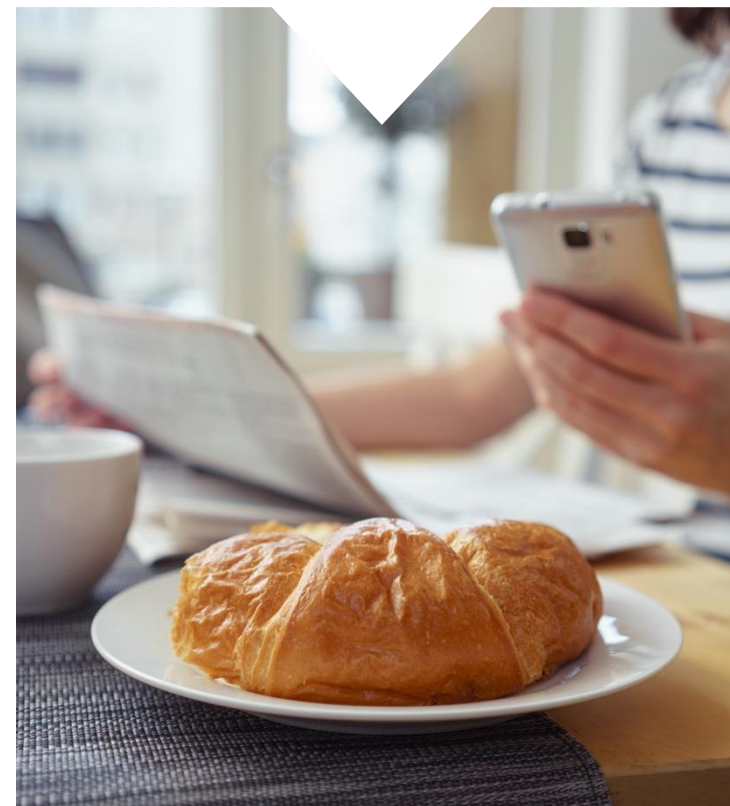
AUDIENCE QUOTIDIENNE PQR

ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

AUDIENCE QUOTIDIENNE
BRAND

20,4 MILLIONS
DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE JOUR** sur l'ensemble des supports (print, web, mobile et tablette), soit **37,2%** de la population.



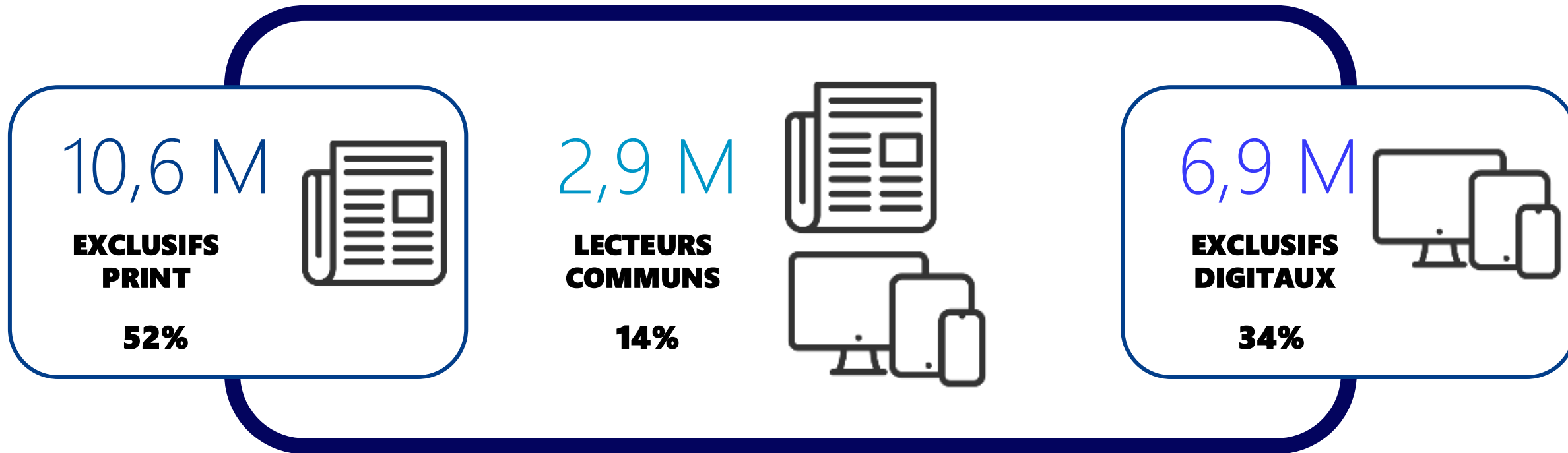
Une **puissance quotidienne consolidée** pour **la PQR** qui **conforte son Brand leadership sur le marché** avec chaque jour plus d'1 Français sur 3 lecteur du media sur l'ensemble des supports.



AUDIENCE QUOTIDIENNE PQR

PQR66 : UNE STRUCTURE D'AUDIENCE **BRAND/JOUR** QUI POURSUIT SA DIGITALISATION AVEC 34% D'EXCLUSIFS DIGITAUX

20,4 M DE LECTEURS QUOTIDIENS



AUDIENCES QUOTIDIENNES

PQR66 : UNE AUDIENCE **DIGITALE/JOUR** PUISSANTE TOUS DEVICES SUR ENS.15+

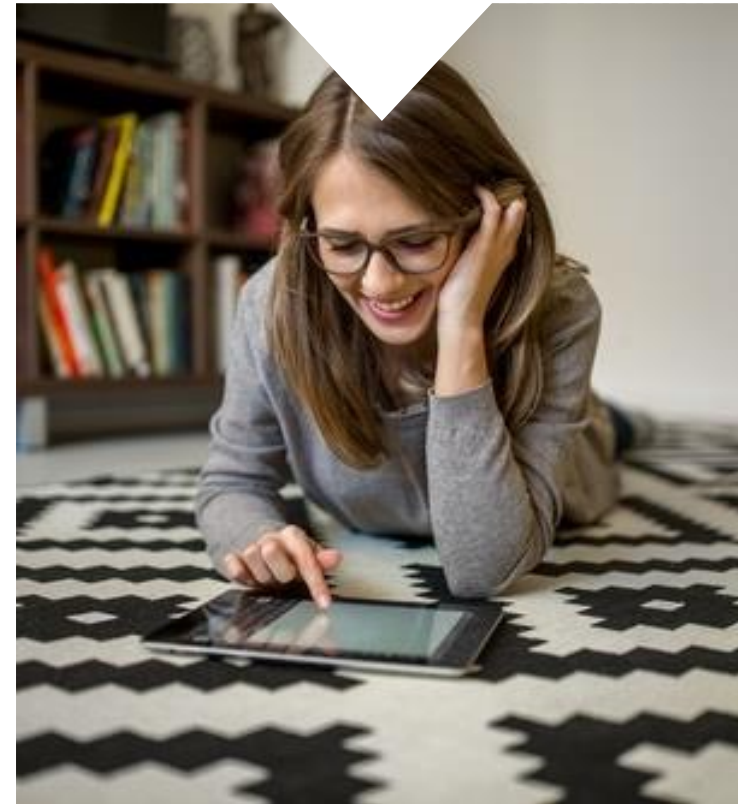


AUDIENCE QUOTIDIENNE

DIGITALE

9,8 MILLIONS
DE FRANÇAIS

sont lecteurs digitaux par jour moyen de la PQR (desktop, mobile, tablette) soit **17,4%** de la population.



Une **audience digitale /jour** qui assoit sa puissance de reach, avec une prime au mobile, principal driver d'audience digitale pour la PQR, avec 8 millions de lecteurs mensuels



AUDIENCES QUOTIDIENNES

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

AUDIENCE QUOTIDIENNE **PRINT**

13,5 MILLIONS
DE FRANÇAIS

sont lecteurs LNM (au numéro moyen) de la PQR soit **24,6%** de la population. **Hors IDF**, la PQR touche **28,6%** des Français.



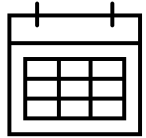
Des audiences **Print puissantes** :

chaque jour,
1 Français sur 4
est touché par la PQR
au format papier, une
puissance instantanée
unique et pérenne, qui
affleure même les 30%
hors île de France.



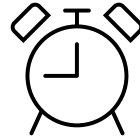
AUDIENCE QUOTIDIENNE PRINT

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



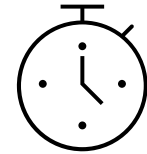
85%

DE LECTEURS PQR
REGULIERS



71%

DE LECTURES PQR
SE DÉROULENT **AVANT MIDI**



37%

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



ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

AUDIENCES PQR MENSUELLES

AUDIENCES -30 JOURS BRANDS, DIGITALES & PRINT



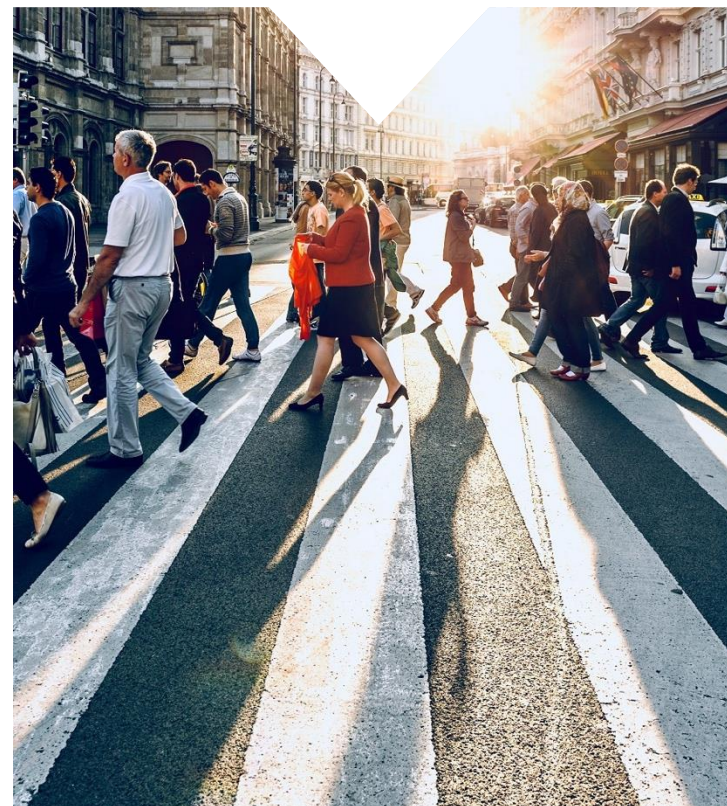
AUDIENCES MENSUELLES

ONE NEXT + GLOBAL 2026 S1

AUDIENCE MENSUELLE
BRAND

43,8 MILLIONS
DE FRANÇAIS

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



Une
audience mensuelle Brand PQR66 consolidée

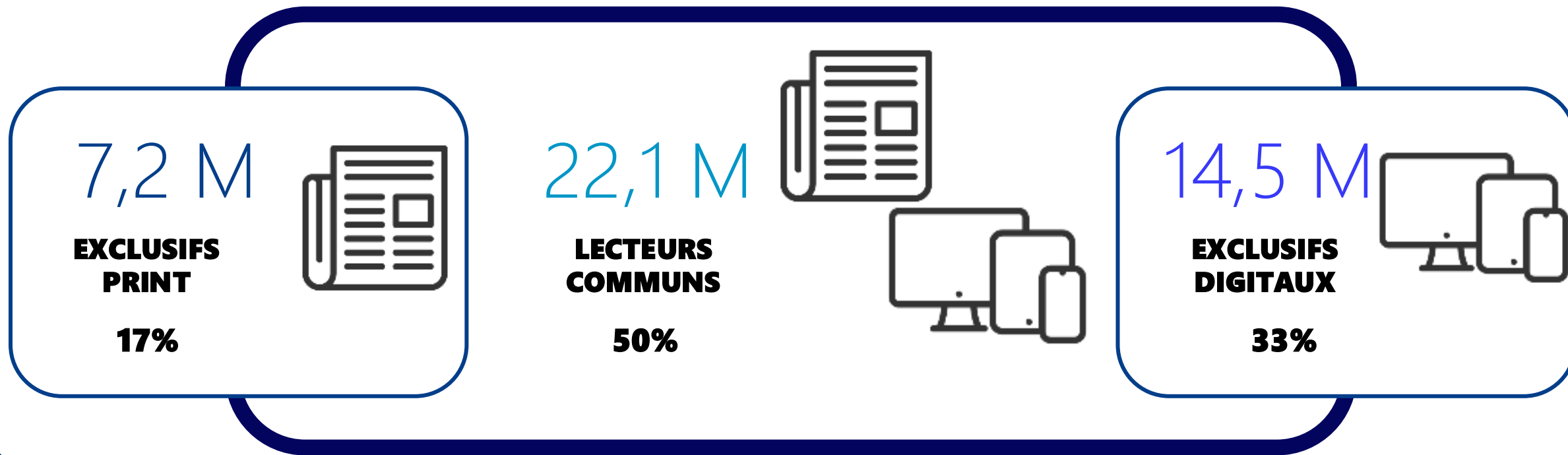
avec une puissance de reach à près de 44 millions de lecteurs / mois tous supports.



AUDIENCES MENSUELLES

PQR66 : UNE STRUCTURE D'AUDIENCE **BRAND/MOIS** QUI AFFICHE UN POIDS DES EXCLUSIFS DIGITAUX DOUBLÉ VS PRINT

43,8 M DE LECTEURS MENSUELS





AUDIENCES MENSUELLES

PQR66 BRAND LEADER AVEC 8 FRANÇAIS SUR 10 TOUCHÉS

43,8 MILLIONS DE
LECTEURS -30 JOURS

SOIT 79,9% DES FRANÇAIS TOUCHÉS :
UN LEADERSHIP INCONTESTABLE ET
PÉRENNE DANS LA DURÉE.

BRANDS - 30 JOURS	ONE NEXT GLOBAL 2026 S1	
ENSEMBLE	MILLIERS	% COUVERTURE
PQR 66	43 846	79,9
PHR	26 310	47,9
Le Figaro	24 192	44,1
Ouest-France	22 052	40,2
Le Parisien Aujourd'hui en France	21 837	39,8
Le Monde	21 001	38,3
Télé Loisirs	20 770	37,9
Actu	20 267	36,9
Marmiton	19 843	36,2
L'Equipe	17 046	31,1
Femme Actuelle	15 572	28,4
Le Journal des Femmes	14 577	26,6
20 Minutes	14 458	26,3
L'Internaute	13 405	24,4
La Dépêche du Midi	13 385	24,4
Voici	12 345	22,5
Libération	11 875	21,6
Midi Libre	11 334	20,7
Sud Ouest	11 112	20,3
Paris Match	10 590	19,3

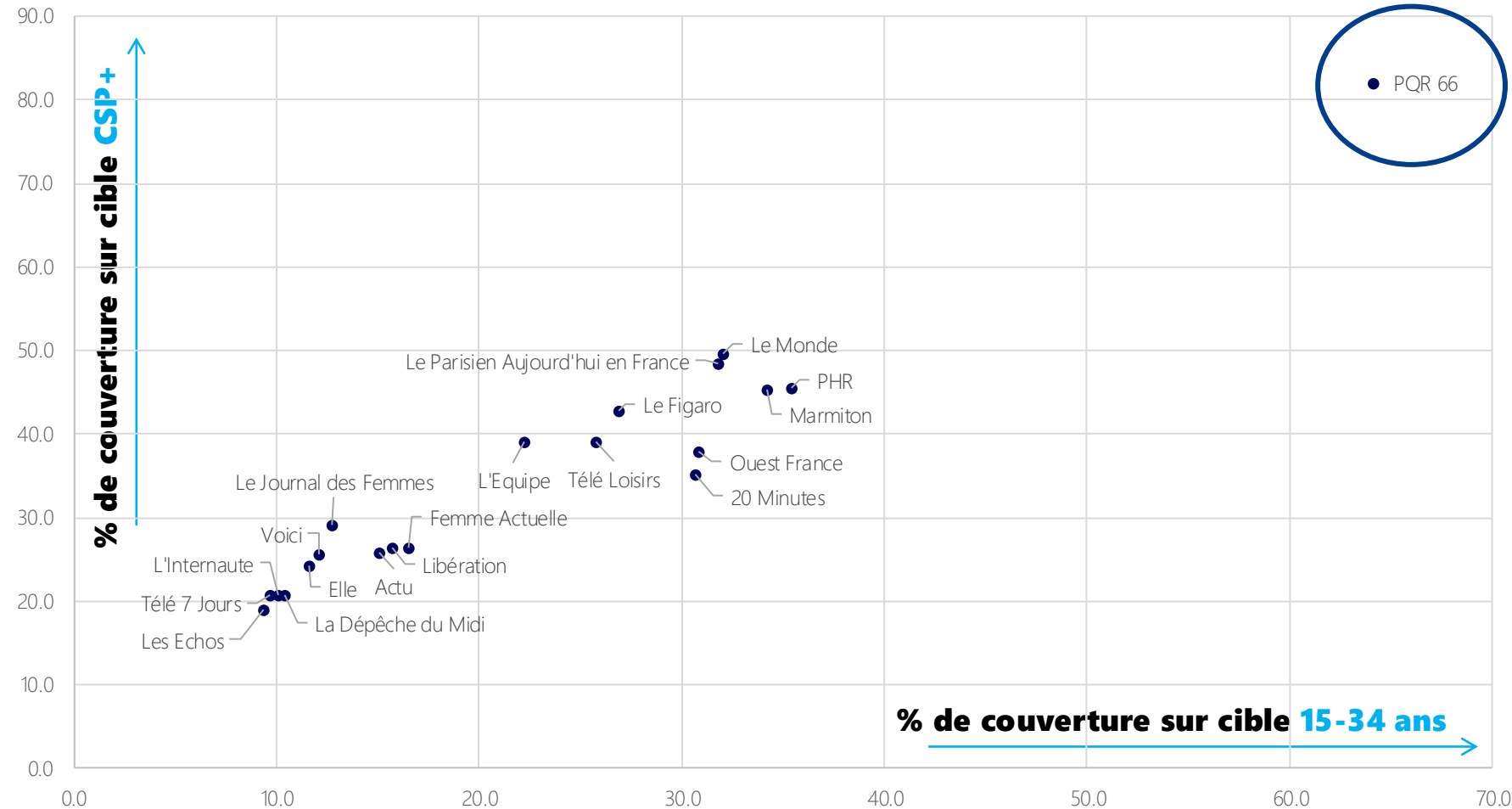


AUDIENCES MENSUELLES

UNE BRAND PQR66 INFLUENTE SUR CIBLES STRATÉGIQUES

64% DES -35 ANS
TOUCHÉS PAR
LA BRAND PQR

SUR LES 30 DERNIERS JOURS
ET **82% DES CSP+** : LA PQR
AU CŒUR DES ENJEUX
STRATÉGIQUES DU MARCHÉ



AUDIENCES MENSUELLES

L'OFFRE D'UNE RÉGIE PLURI MÉDIA LEADER DU MARCHÉ



À noter que l'intégration de 20 Minutes renforce la position de régie numéro 1 de 366 sur le marché

AUDIENCES BRANDS - 30 JOURS	ONE NEXT GLOBAL 2026 S1	
	MILLIERS	% COUVERTURE
ENSEMBLE	43 864	79,9
366		
PRISMA MÉDIA	37 471	68,3
REORLD MÉDIA CONNECT	35 816	65,3
MÉDIA FIGARO	34 430	62,7
LES ECHOS LE PARISIEN MÉDIAS / PARIS MATCH MÉDIA	27 324	49,8
ESPACE PHR	26 732	48,7
M PUBLICITÉ	24 262	44,2
PUBLIHEBDOS	18 486	33,7
AMAURY MÉDIA	17 104	31,2
CMI MÉDIA	16 259	29,6
BAUER MÉDIA RÉGIE	11 982	21,8
LIBÉ PLUS	11 875	21,6
GROUPE MARIE CLAIRE	10 009	18,2
BAYARD MÉDIA DÉVELOPPEMENT	9 082	16,6
LE POINT	8 928	16,3

