

# ONE NEXT INFLUENCE 2026

Principaux résultats



**366**

#COMMUNITIES

# AUDIENCES ONE NEXT INFLUENCE 2026

Avis du CESP sur la comparabilité des résultats

**Comme pour les résultats sur OneNext S1 2026, le Comité Scientifique du CESP donne l'avis suivant : la comparabilité des résultats ne sera pas possible entre le cumul Influence 2026 et les sorties de résultats précédentes.** En effet, les évolutions des niveaux d'audience ne peuvent plus être expliquées seulement par des changements de comportements de lecture. L'introduction de Profiles\* en 2025 explique en grande partie les évolutions observées sur le Cumul 2026.

Face à l'évolution des comportements des Français vis-à-vis des sollicitations téléphoniques et aux nouveaux modes d'engagement des jeunes générations, l'ACPM a il est vrai choisi d'enrichir son dispositif de recrutement dès 2025 en intégrant un nouvel Access panel\*. Cette avancée méthodologique permet de :

- Diversifier les canaux de recrutement pour mieux refléter les usages actuels
- Renforcer la représentativité de certaines cibles clés, notamment les plus jeunes
- Pérenniser la qualité de l'échantillon dans un environnement en mutation tout en maintenant un niveau de rigueur élevé.

**Les résultats OneNext Influence 2026 s'inscrivent dans ce nouveau cadre méthodologique et ne sont pas strictement comparables aux vagues précédentes, conformément à l'avis du CESP.**

**IMPORTANT** : le Conseil d'Administration note cette non-comparabilité, **toutefois s'il y a une comparabilité des résultats par les souscripteurs, il faudra que leurs communications fassent référence à la mention courte suivante** "Afin de renforcer la représentativité de certaines cibles et d'améliorer le recrutement de l'étude, les résultats OneNext Influence 2026 ne sont pas strictement comparables aux précédentes vagues selon l'avis du CESP."

# L'OFFRE 366

L'offre media N°1 auprès des Influenceurs

# 8,4 M

d'influenceurs lisent la PQR chaque mois, sur l'ensemble des supports (print, web, mobile et tablette), soit **80,6%** de la population Influence (+2,9% vs N-1)

# 366 : UNE PUISSANCE INCONTOURNABLE

Plus de 8 influenceurs sur 10 touchés chaque mois, hauts revenus et/ou cadres & dirigeants

## ENSEMBLE INFLUENCE

## dont CADRES & DIRIGEANTS

## dont HAUTS REVENUS

TOP 10 BRANDS	Lecteurs en (000)	Couverture en %	Évolution vs N-1 en %
<b>1 PQR 66</b>	<b>8416</b>	<b>80,6</b>	<b>2,9%</b>
2 LE FIGARO	5755	55,1	-1,1%
3 LE MONDE	5319	50,9	1,0%
4 PHR	5172	49,5	1,8%
5 PARISIEN AUJOURD'HUI	5001	47,9	3,0%
6 OUEST-FRANCE	4565	43,7	-1,8%
7 L'EQUIPE	3706	35,5	3,1%
8 LE JNL DES FEMMES	3047	29,2	-2,4%
9 FEMME ACTUELLE	3011	28,8	-14,1%
10 LIBÉRATION	2959	28,3	4,5%

TOP 10 BRANDS	Lecteurs en (000)	Couverture en %	Évolution vs N-1 en %
<b>1 PQR 66</b>	<b>4854</b>	<b>81,4</b>	<b>4,4%</b>
2 LE FIGARO	3324	55,7	1,1%
3 LE MONDE	3164	53,0	1,4%
4 PHR	2969	49,8	1,6%
5 PARISIEN AUJOURD'HUI	2954	49,5	4,8%
6 OUEST-FRANCE	2651	44,4	-0,6%
7 L'EQUIPE	2235	37,5	2,8%
8 LIBÉRATION	1769	29,6	5,5%
9 LES ECHOS	1657	27,8	-0,1%
10 LE JNL DES FEMMES	1652	27,7	-1,8%

TOP 10 BRANDS	Lecteurs en (000)	Couverture en %	Évolution vs N-1 en %
<b>1 PQR 66</b>	<b>5728</b>	<b>80,7</b>	<b>2,1%</b>
2 LE FIGARO	4014	56,6	-1,3%
3 LE MONDE	3616	51,0	-0,2%
4 PHR	3517	49,6	1,4%
5 PARISIEN AUJOURD'HUI	3391	47,8	2,0%
6 OUEST-FRANCE	3119	44,0	-2,2%
7 L'EQUIPE	2533	35,7	2,8%
8 LE JNL DES FEMMES	2141	30,2	-2,5%
9 FEMME ACTUELLE	2140	30,2	-15,1%
10 L'INTERNAUTE	2059	29,0	-1,7%

# 366 : UN LEADERSHIP MULTI-DEVICES

La marque référente des Influenceurs quel que soit le support

## BRAND

**80,6% de couverture -30 J**

sur population Influence  
dont 80,7% sur hauts revenus et  
81,4% sur cadres et dirigeants



**+2,9% VS N-1**

## PRINT

**49,1% de couverture -30 J**

sur population Influence  
dont 50,1% sur hauts revenus et  
48,3% sur cadres et dirigeants



**+4,1% VS N-1**

## DIGITAL

**70,6% de couverture -30 J**

sur population Influence  
dont 70,6% sur hauts revenus et  
71,5% sur cadres et dirigeants



**+2,7% VS N-1**

# 366 : UN LEADERSHIP MULTI-CIBLES

Top revenus ou populations BtoB, **tous les influenceurs sont lecteurs de la PQR**

La Brand PQR touche **83% des dirigeants de TPE /PME** (indice 103)

**83% des professions libérales** lisent la brand PQR (indice 103)

**84% des décisionnaires en entreprise** (achats ou investissements) lisent la Brand PQR (indice 105)

**84% des cadres de la fonction publique** lisent la Brand PQR (indice 104)

**81% des hauts revenus Top 2 et +** (135 K€ et +) lisent la Brand PQR (indice 101) dont 52% sont lecteurs Print -30 J (indice 105)

**80% des Artisans, Commerçants, Dirigeants et Cadres des TPE** (indice 100)  
lisent la Brand PQR dont 52% sont lecteurs Print -30 J (indice 106)

**84% des actifs encadrant au moins 10 personnes**, sont lecteurs de la Brand PQR (indice 104)

**82% des membres du conseil d'administration de leur entreprise** sont lecteurs de la Brand PQR (indice 104)

La Brand PQR touche **85% des possesseurs d'un portefeuille de valeurs mobilières >150 K€** (indice 106)  
dont 56% sont lecteurs Print -30 J (indice 115)

# 366 LEADER SUR LE PRINT

avec près d'1 influenceur sur 2 touché -30 J

Une audience PRINT largement leader pour la PQR qui touche **49%** des *INFLUENCEURS* chaque mois, soit plus de **5,1 millions** d'individus. Une performance sur une cible pourtant « digital first » mais qui reste très attachée au papier en général et à la PQR en particulier. A noter le gain d'une place vs N-1 pour Diverto dans le Top 20 audiences Print sur l'univers *Influenceurs*.

TOP 20 PRINT	AUDIENCE EN (000)	COUVERTURE EN %	EVOLUTION VS N-1
<b>PQR 66</b>	<b>5131</b>	<b>49,1</b>	<b>4,1%</b>
LE MONDE	3091	29,6	4,1%
LE FIGARO	2485	23,8	7,1%
LE PARISIEN AUJOURD'HUI	2443	23,4	4,6%
L'EQUIPE	2271	21,8	6,3%
PHR	2151	20,6	6,4%
LIBÉRATION	1471	14,1	2,9%
LES ECHOS	1464	14,0	2,2%
<b>OUEST-FRANCE</b>	<b>1321</b>	<b>12,6</b>	<b>6,4%</b>
PARIS MATCH	1290	12,4	0,5%
LE POINT	1246	11,9	3,3%
COURRIER INTERNATIONAL	1104	10,6	3,5%
FEMME ACTUELLE	1084	10,4	3,8%
ELLE	1055	10,1	2,5%
L'EXPRESS	922	8,8	-4,8%
AUTO PLUS	921	8,8	-2,1%
LE JOURNAL DU DIMANCHE	882	8,4	31,3%
<b>DIVERTO</b>	<b>829</b>	<b>7,9</b>	<b>17,6%</b>
L'OBS	802	7,7	-12,5%
SCIENCE & VIE	762	7,3	0,8%

# 366 LEADER SUR LE DIGITAL

avec près de 3 influenceurs sur 4 touchés -30 J

Une audience DIGITALE toujours ultra puissante pour la PQR qui touche près de **71%** des *INFLUENCEURS* chaque mois, soit plus de **7,3 millions** d'individus. Une belle performance là encore de la PQR qui consolide son attractivité auprès des Influenceurs avec un nombre d'ailleurs croissant de brands présentes dans le top 20 Digital.

TOP 20 DIGITAL	AUDIENCE EN (000)	COUVERTURE EN %	EVOLUTION VS N-1
<b>PQR 66</b>	<b>7373</b>	<b>70,6</b>	<b>2,7%</b>
LE FIGARO	4921	47,1	-3,1%
PHR	4254	40,7	1,3%
<b>OUEST-FRANCE</b>	<b>4067</b>	<b>38,9</b>	<b>-3,0%</b>
LE MONDE	3965	38,0	-2,0%
LE PARISIEN AUJOURD'HUI	3854	36,9	3,0%
LE JOURNAL DES FEMMES	3047	29,2	-2,4%
L'INTERNAUTE	2928	28,0	-2,7%
<b>LA DÉPÊCHE DU MIDI</b>	<b>2562</b>	<b>24,5</b>	<b>-2,9%</b>
L'EQUIPE	2512	24,1	-0,2%
FEMME ACTUELLE	2338	22,4	-20,7%
<b>MIDI LIBRE</b>	<b>2141</b>	<b>20,5</b>	<b>0,5%</b>
<b>SUD OUEST</b>	<b>2102</b>	<b>20,1</b>	<b>-3,6%</b>
LIBÉRATION	2098	20,1	5,7%
CAPITAL	1990	19,1	-12,0%
<b>L'INDÉPENDANT</b>	<b>1793</b>	<b>17,2</b>	<b>-3,9%</b>
LES ECHOS	1787	17,1	-3,3%
GALA	1734	16,6	-18,7%
LE POINT	1615	15,5	-11,8%
ELLE	1576	15,1	-12,6%

# UN REACH DIGITAL LARGEMENT DRIVÉ PAR LE MOBILE

Près de 2 influenceurs sur 3 touchés chaque mois par la PQR sur mobile, une audience incontournable

## DESKTOP

## MOBILE

## TABLETTE

TOP 10 BRANDS	Lecteurs en (000)	Couverture en %	Évolution vs N-1 en %
<b>1 PQR66</b>	<b>1958</b>	<b>18,8</b>	<b>5,7%</b>
2 LE FIGARO	1130	10,8	-8,2%
3 LE MONDE	827	7,9	1,3%
4 OUEST FRANCE	755	7,2	-1,3%
5 PHR	617	5,9	8,2%
6 LE PARISIEN	617	5,9	-1,4%
7 LINTERNAUTE.COM	464	4,4	-2,7%
8 L EQUIPE	461	4,4	-8,2%
9 LE JNL DES FEMMES	446	4,3	-8,0%
10 FEMME ACTUELLE	413	4,0	-21,5%

TOP 10 BRANDS	Lecteurs en (000)	Couverture en %	Évolution vs N-1 en %
<b>1 PQR66</b>	<b>6725</b>	<b>64,4</b>	<b>2,7%</b>
2 LE FIGARO	4234	40,5	-2,6%
3 PHR	3811	36,5	1,1%
4 OUEST FRANCE	3548	34,0	-3,3%
5 LE PARISIEN	3420	32,8	3,8%
6 LE MONDE	3339	32,0	-3,2%
7 LE JNL DES FEMMES	2630	25,2	-0,5%
8 LINTERNAUTE.COM	2512	24,1	-2,5%
9 LA DEPECHE	2320	22,2	-3,2%
10 L EQUIPE	2123	20,3	3,1%

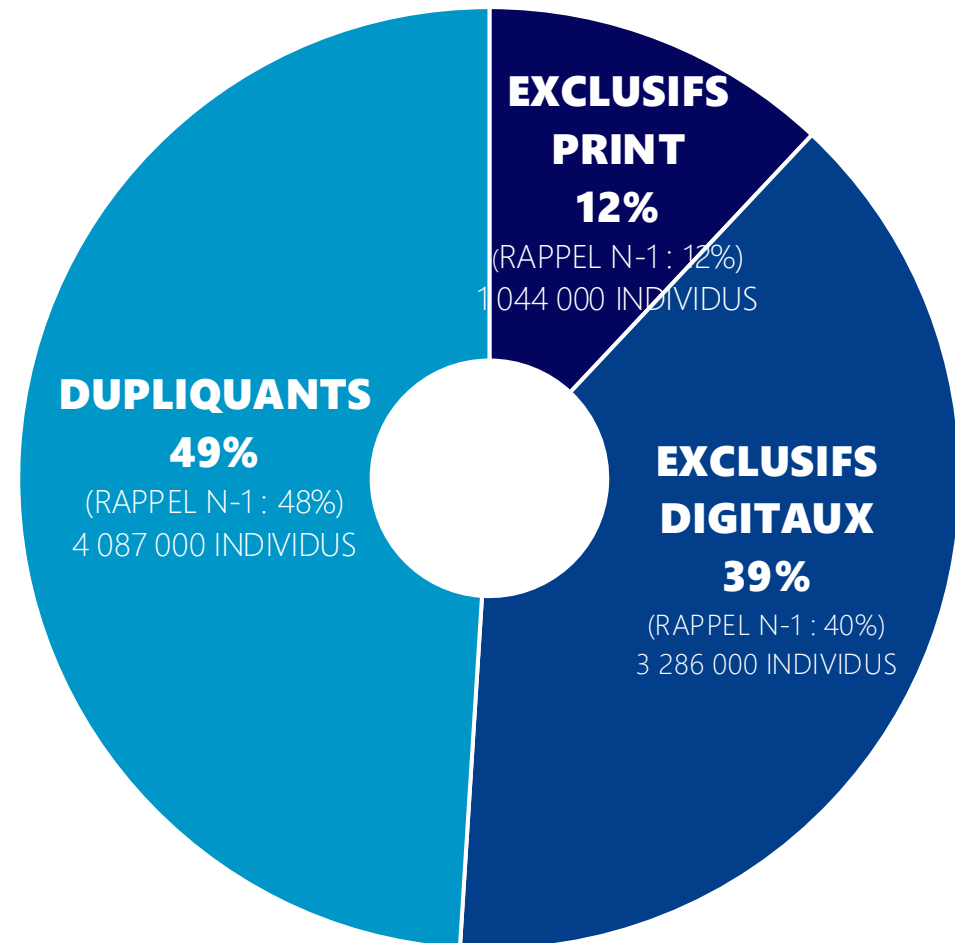
TOP 10 BRANDS	Lecteurs en (000)	Couverture en %	Évolution vs N-1 en %
<b>1 PQR66</b>	<b>790</b>	<b>7,6</b>	<b>-6,5%</b>
2 LE MONDE	373	3,6	-7,2%
3 LE FIGARO	350	3,4	-12,9%
4 OUEST FRANCE	312	3,0	-9,6%
5 PHR	303	2,9	-11,1%
6 L EQUIPE	267	2,6	-10,4%
7 LE PARISIEN	246	2,4	-1,6%
8 LE JNL DES FEMMES	207	2,0	-18,5%
9 LINTERNAUTE.COM	200	1,9	-8,7%
10 FEMME ACTUELLE	175	1,7	-30,3%

# PRÈS DE 40% DE LECTEURS EXCLUSIFS DIGITAUX

sur population *Influence* / **stable vs N-1**

## UNE LECTURE -30 J CROSS DEVICES

Même si près d'1 lecteur Influence sur 2 consomme la Brand PQR à la fois sur papier et sur digital (soit 49% de dupliquants Print + Digital), on observe que 39% d'entre eux sont des exclusifs digitaux, c'est-à-dire plus de 3,3 millions d'individus influenceurs : un résultat stable vs N-1.





**366**  
#COMMUNITIES

# 366 DANS INFLUENCE 2026

À retenir

Une **puissance consolidée** pour une offre qui conserve son leadership, quel que soit le support considéré : sur le papier comme sur le digital, 366 réaffirme son positionnement de Brand Leader;

**Des lecteurs Influence majoritairement dupliquants**, qui consomment le media PQR sur le Print comme sur le Digital (avec une proportion d'exclusifs digitaux néanmoins nettement supérieure aux exclusifs print) et où **le mobile s'affirme d'ailleurs comme driver d'audience prioritaire** : un trend dans la lignée des usages marché, avec un boost des lectures mobile first chez les Français, y compris (voire surtout) auprès des cibles Influence ;

**366 se positionne comme l'offre média de référence auprès des Influenceurs**, qu'ils soient hauts revenus ou cadres en entreprises : une capacité de ciblage assortie d'une puissance incontournables, BtoB comme grand public, TPE/PME comme grandes entreprises.

# ONE NEXT INFLUENCE 2026

