



**RÉSULTATS AUDIENCES PRESSE ACPM
ONE NEXT + ONENEXT GLOBAL 2021 VI**

366
#COMMUNITIES

AUDIENCES ONE NEXT + GLOBAL 2021 V1

RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE



- L'ACPM avec sa nouvelle étude d'audience des marques de Presse adopte son nouveau rythme de parution. La publication des résultats intervient désormais 4 fois par an pour ses études OneNext et OneNext Global.
- L'ACPM publie la première vague 2021 des résultats d'audience des lectures print et numériques des marques de Presse.
- Ces données résultent de la fusion des deux études de référence : OneNext pour le Print et Internet Global de Médiamétrie pour le Numérique.
- One Next 2021 V1, pour les [données Print](#), a été réalisée à partir du terrain du [1^{er} octobre 2019 au 30 Septembre 2020](#) (hors neutralisation confinement du 17 mars au 10 mai 2020). Les [données numériques](#) correspondent, elles, aux résultats Internet Global de [Septembre 2020](#).



I- AUDIENCES QUOTIDIENNES

One Next + Global 2021 V1

19,3 M DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE JOUR**, sur l'ensemble des supports (print, web, mobile et tablette), soit 36,5% de la population

+0,4% VS 2020 V4

SOIT UN GAIN DE 83 000 LECTEURS / JOUR



366

#COMMUNITIES

PQR66 : UNE AUDIENCE BRAND/JOUR QUI RENFORCE SA DIGITALISATION

366
#COMMUNITIES

19,3 M DE LECTEURS QUOTIDIENS

11,4 M



EXCLUSIFS PRINT

59% vs 63% en V4 2020

2,2 M



LECTEURS COMMUNS

11% vs 10% en V4 2020

5,7 M



EXCLUSIFS DIGITAUX

30% vs 27% en V4 2020

366 : UNE AUDIENCE DIGITALE/JOUR LEADER

15% DE COUVERTURE QUOTIDIENNE TOUS DEVICES

366
#COMMUNITIES

8M
DE V.U. 15 ANS ET+
QUOTIDIENS

TOP 10	DESKTOP	LECTEURS EN (000)
1	WEB66	1 398
2	LE FIGARO	649
3	L EQUIPE	523
4	TELE LOISIRS	519
5	OUEST FRANCE	468
6	LE MONDE	445
7	LINTERNAUTE.COM	376
8	LE PARISIEN	294
9	20 MINUTES	287
10	LE JOURNAL DES FEMMES	259

TOP 10	MOBILE	LECTEURS EN (000)
1	WEB66	5 902
2	TELE LOISIRS	2 454
3	OUEST FRANCE	1 696
4	LE FIGARO	1 642
5	L EQUIPE	1 519
6	PHR	1 416
7	LE PARISIEN	1 396
8	LE MONDE	1 389
9	20 MINUTES	1 281
10	ACTU.FR	1 201

TOP 10	TABLETTE	LECTEURS EN (000)
1	WEB66	1 244
2	OUEST FRANCE	465
3	TELE LOISIRS	388
4	LE MONDE	387
5	LE FIGARO	273
6	L EQUIPE	272
7	VOICI	270
8	GALA	263
9	MARITON	250
10	20 MINUTES	244

PQR66 : UN ANCRAGE PRINT TOUJOURS TRÈS SOLIDE

366
#COMMUNITIES

AUDIENCE QUOTIDIENNE **PRINT**
13,5 M DE FRANÇAIS

sont lecteurs LNM (au numéro moyen) de la PQR
soit 25,7% de la population

Hors IDF, la PQR touche 31,0% des Français



PQR66 : UNE AUDIENCE PRINT MASSIVE, QUI PÈSE POUR 2/3 DE L'AUDIENCE DE LA PRESSE QUOTIDIENNE

366
#COMMUNITIES

ONE NEXT 2021 V1	AUDIENCE EN (000)	AUDIENCE EN %	ÉVOL° VS ONE NEXT 2020 V4
TOTAL PRESSE QUOTIDIENNE (PQN PQR PGI)	20 009	37,9	-3,9%
PQR66	13 563	25,7	-3,0%
TOTAL PQN	7 628	14,4	-4,9%
TOTAL PGI	3 607	6,8	-6,0%
20 MINUTES	2 934	5,6	-4,2%
LE MONDE	2 385	4,5	0,4%
L'EQUIPE	2 243	4,2	-6,7%
LE PARISIEN / AUJOURD'HUI EN FRANCE	2 237	4,2	-5,4%
LE FIGARO	1 472	2,8	-2,8%
CNEWS NATIONAL	1 373	2,6	-8,5%
LE PARISIEN IDFO	1 292	2,4	-7,6%
LIBÉRATION	870	1,6	1,8%
CNEWS	826	1,6	-11,8%
LES ECHOS	640	1,2	-8,6%
LA CROIX	536	1,0	-11,3%

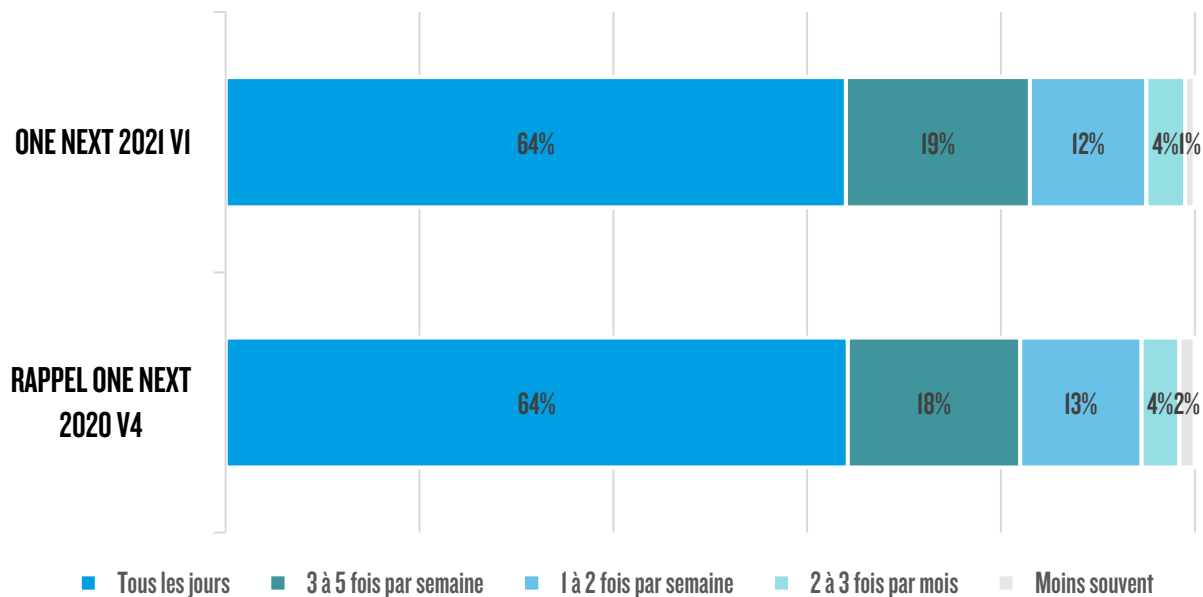
PQR66 : UN LECTORAT QUOTIDIEN FIDÈLE

AVEC 64% DE LECTEURS TRÈS ASSIDUS

366
#COMMUNITIES

83%
DE LECTEURS PQR
RÉGULIERS

HABITUDES DE LECTURE PQR



PQR66 : LE 1^{ER} CONTACT AVEC L'ACTUALITÉ

UNE FONCTION DE « PRIME TIME » DU MATIN CONFORTÉE

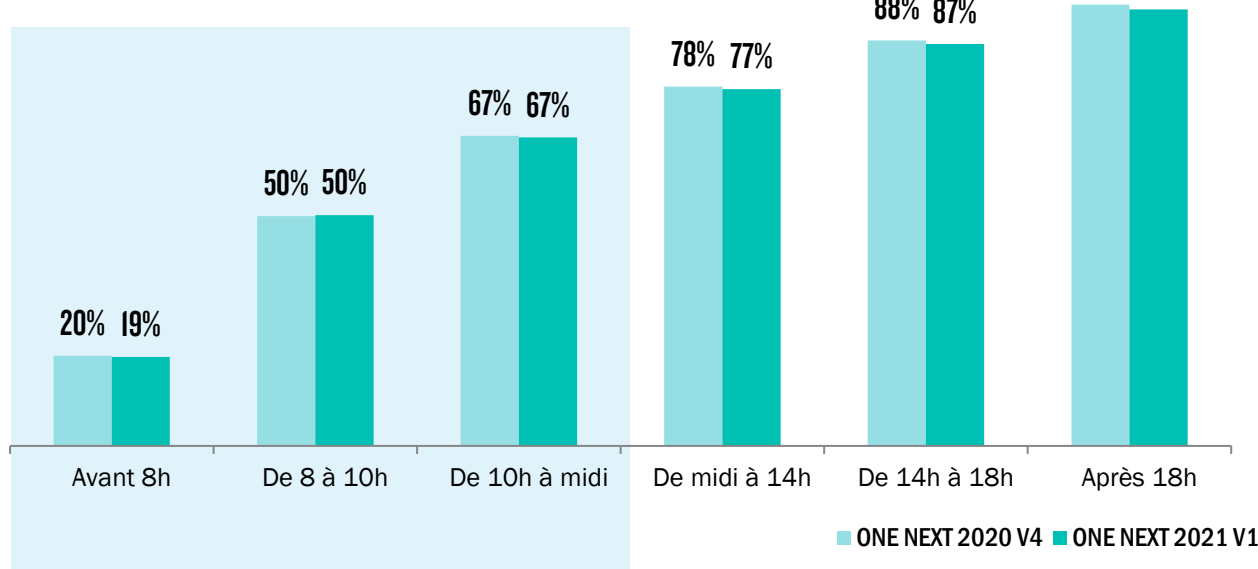
366
#COMMUNITIES

19% DES LECTURES PQR SE DÉROULENT AVANT 8H LE MATIN ET 67% AVANT 12H

= *IDEM VS ONE NEXT 2020 V4*

LA PQR, LE MEDIA QUI RESTE PRIORITAIRE MALGRÉ LA DÉMULTIPLICATION DES SOURCES D'INFORMATION DISPONIBLES.

PRÈS DE 70% DES LECTURES EFFECTUÉES AVANT MIDI



PQR66 : 20 MN DE LECTURE QUOTIDIENNE

UNE ATTENTION SOUTENUE AUX CONTENUS

366
#COMMUNITIES

POUR PLUS D'1 LECTEUR SUR 2, LA DURÉE MOYENNE DE LECTURE PQR S'ÉCHELONNE ENTRE 10 ET 30 MN /JOUR. 42% D'ENTRE EUX Y CONSACRENT MÊME PLUS DE 20 MN CHAQUE JOUR, C'EST UN POINT DE PLUS EN SIX MOIS.



DURÉE DE LECTURE VEILLE - PQR 66	RAPPEL ONE NEXT 2020 V4	ONE NEXT 2021 V1
MOINS DE 10 MINUTES	18%	17%
DE 10 À 20 MINUTES	38%	37%
DE 21 À 30 MINUTES	21%	22%
DE 31 À 40 MINUTES	11%	11%
PLUS DE 40 MINUTES	9%	9%
NE SAIT PAS	2%	2%
AUTRES	2%	3%
ST DE 10 À 30 MN	59%	59%
ST PLUS DE 20 MN	41%	42%

43,3 M DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE MOIS**, sur l'ensemble des supports (print, web, mobile et tablette), soit 82,1% de la population

+0,8% VS 2020 V4

SOIT UN GAIN DE 348 000 LECTEURS -30 JOURS



ACPM ONE NEXT GLOBAL 2021 V1 (PRINT : 1ER OCTOBRE 2019 AU 30 SEPTEMBRE 2020 AVEC NEUTRALISATION DONNÉES, CONFINEMENT, DU 17 MARS AU 10 MAI 2020) / INTERNET : SEPTEMBRE 2020 // ÉVOLUTION VS ONENEXT 2020 V4 (PRINT : 1 ER JUILLET 2019 AU 30 JUIN 2020 AVEC NEUTRALISATION DONNÉES, CONFINEMENT, DU 17 MARS AU 10 MAI 2020) / INTERNET : JUIN 2020)

366

#COMMUNITIES

PQR66 BRAND LEADER

AVEC PLUS DE 8 FRANÇAIS SUR 10 TOUCHÉS

366
#COMMUNITIES

43,3 MILLIONS DE LECTEURS
- 30 JOURS POUR LA PQR
SOIT 82% DES FRANÇAIS
TOUCHÉS : UN LEADERSHIP
INCONTESTABLE, STABLE / À
LA HAUSSE VS VAGUE
PRÉCÉDENTE

BRAND - 30 JOURS	ONE NEXT GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	% COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
PQR 66	43 352	82,1	0,8%
Le Figaro	26 764	50,7	3,0%
Télé Loisirs	23 755	45,0	6,1%
PHR	23 751	45,0	4,6%
Le Parisien Aujourd'hui en France	23 577	44,6	6,6%
<i>Ouest-France</i>	<i>23 156</i>	<i>43,8</i>	<i>7,0%</i>
Le Monde	22 928	43,4	2,2%
20 Minutes	22 751	43,1	-1,6%
Femme Actuelle	20 862	39,5	-3,2%
Marmiton	18 767	35,5	-4,7%
Actu	17 399	32,9	9,7%
Voici	16 716	31,6	2,9%
L'Equipe	16 567	31,4	-0,9%
Gala	14 136	26,8	-1,1%
Paris Match	12 170	23,0	-10,7%
Télé 7 Jours	12 154	23,0	0,3%
Elle	11 942	22,6	9,0%
CNEWS	11 773	22,3	32,0%
Capital	11 695	22,1	3,2%
Closer	11 659	22,1	17,8%

366 LEADER SUR LE PRINT

AVEC PLUS DE 31,1 M DE LECTEURS

366
#COMMUNITIES

UNE AUDIENCE PAPIER
EN LÉGER REcul VS
VAGUE PRÉCÉDENTE.

UN LEADERSHIP
PÉRENNE AVEC PRÈS
DE 60% DES FRANÇAIS
TOUCHÉS.

PRINT - 30 JOURS	ONE NEXT GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
PQR 66	31 065	58,8	-2,1%
PHR	11 669	22,1	-3,6%
Femme Actuelle	9 890	18,7	-4,6%
Le Monde	9 608	18,2	-0,6%
L'Equipe	8 724	16,5	-10,8%
20 Minutes	8 612	16,3	-3,8%
Le Parisien Aujourd'hui en France	8 560	16,2	0,9%
Paris Match	8 361	15,8	-12,7%
Télé 7 Jours	7 804	14,8	-2,8%
Le Figaro	7 563	14,3	-4,8%
Version Femina	7 338	13,9	-3,1%
Voici	5 868	11,1	-8,3%
<i>Ouest-France</i>	<i>5 724</i>	<i>10,8</i>	<i>-2,3%</i>
Télé Loisirs	5 280	10,0	-2,6%
Elle	4 960	9,4	-9,5%
Marmiton	4 427	8,4	1,3%
Libération	4 426	8,4	-1,4%
Gala	4 391	8,3	-12,9%
Auto Plus	4 274	8,1	-13,6%
Closer	4 257	8,1	-9,6%

366 LEADER SUR LE DIGITAL AVEC 33,7 M D'INTERNAUTES

366
#COMMUNITIES

UNE AUDIENCE EN NETTE
PROGRESSION VS VAGUE
PRÉCÉDENTE À +5,9% POUR
ATTEINDRE PLUS DE 33,7
MILLIONS D'INTERNAUTES
30 DERNIERS JOURS, SOIT
UNE COUVERTURE DE 64%
SUR ENSEMBLE 15+ OU
3 INTERNAUTES SUR 4
TOUCHÉS.

GLOBAL DIGITAL- 30 JOURS	ONE GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
PQR 66	33 709	63,8	5,9%
Le Figaro	23 951	45,3	5,0%
Télé Loisirs	21 190	40,1	8,4%
<i>Ouest-France</i>	<i>20 949</i>	<i>39,7</i>	<i>9,2%</i>
Le Parisien Aujourd'hui en France	19 714	37,3	10,4%
Le Monde	18 762	35,5	3,2%
20 Minutes	18 325	34,7	-1,9%
PHR	16 886	32,0	13,8%
Marmiton	16 705	31,6	-6,2%
Actu	15 043	28,5	13,5%
Femme Actuelle	14 782	28,0	-2,5%
Voici	12 893	24,4	8,4%
L'Equipe	11 617	22,0	7,1%
Gala	11 206	21,2	4,4%
Capital	10 949	20,7	4,4%
<i>La Dépêche du Midi</i>	<i>9 823</i>	<i>18,6</i>	<i>11,1%</i>
<i>Sud Ouest</i>	<i>9 047</i>	<i>17,1</i>	<i>5,1%</i>
CNEWS	8 815	16,7	65,1%
L'Obs	8 552	16,2	16,9%
Closer	8 494	16,1	38,7%

366 LEADER SUR DESKTOP

AVEC +D'I FRANÇAIS SUR 5 TOUCHÉ

366
#COMMUNITIES

UNE AUDIENCE
DESKTOP À LA HAUSSE
PAR RAPPORT À LA
VAGUE PRÉCÉDENTE À
+1,8% VS ONE NEXT
GLOBAL 2020 V4.

INTERNET FIXE - 30 JOURS	ONE GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
WEB66	10 965	20,8	1,8%
Le Figaro	8 762	16,6	5,8%
Linternaute.com	6 606	12,5	-1,0%
Ouest France	5 219	9,9	-7,9%
Le Monde	5 057	9,6	-1,3%
Télé Loisirs	4 964	9,4	9,1%
Le Parisien	4 585	8,7	-5,9%
Le Journal des Femmes	4 561	8,6	-9,1%
CommentÇaMarche	4 375	8,3	1,0%
20 Minutes	4 199	7,9	-10,2%
Marmiton	4 069	7,7	-3,1%
Femme actuelle	3 880	7,3	0,8%
L Equipe	3 610	6,8	59,0%
PHR	3 281	6,2	1,1%
Actu.fr	2 782	5,3	-0,9%
L Obs	2 379	4,5	5,4%
Le Journal du Net	2 317	4,4	-15,7%
Capital	2 292	4,3	-17,8%
Voici	2 274	4,3	26,5%
Gala	2 209	4,2	4,0%

366 LEADER SUR MOBILE

AVEC + DE 27 M DE MOBINAUTES

366
#COMMUNITIES

UNE AUDIENCE MOBILE QUI PROGRESSE VS VAGUE PRÉCÉDENTE À +4,0% ET VIENT CONFORTER LE POSITIONNEMENT « MOBILE FIRST » DE LA PQR SUR LE DIGITAL.

INTERNET MOBILE - 30 JOURS	ONE GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
MOB66	27 522	52,1	4,0%
Le Figaro	17 909	33,9	6,5%
Tele Loisirs	16 626	31,5	12,1%
<i>Ouest France</i>	<i>16 219</i>	<i>30,7</i>	<i>14,2%</i>
Le Parisien	15 423	29,2	13,2%
20 Minutes	14 302	27,1	3,2%
Le Monde	14 293	27,1	4,3%
PHR	13 571	25,7	16,0%
Le Journal des Femmes	12 930	24,5	-5,0%
Actu.fr	11 915	22,6	13,7%
Linternaute.com	11 725	22,2	-3,8%
Marmiton	11 233	21,3	-9,7%
Femme actuelle	10 336	19,6	-3,0%
Voici	10 030	19,0	11,5%
Ohmymag	8 592	16,3	6,3%
Capital	8 426	16,0	11,1%
Gala	8 400	15,9	8,9%
L'Equipe	8 066	15,3	5,6%
<i>La Dépêche</i>	<i>7 635</i>	<i>14,5</i>	<i>13,8%</i>
Le HuffPost	7 588	14,4	-1,7%

366 LEADER SUR TABLETTES

AVEC 7 M DE TABLONAUTES / MOIS

366
#COMMUNITIES

UNE AUDIENCE
TABLETTE STABLE / À
LA BAISSSE VS VAGUE
PRÉCÉDENTE À
-1,0% POUR
ATTEINDRE PLUS DE
7,0 MILLIONS DE
TABLONAUTES 30
DERNIERS JOURS.

TABLETTE - 30 JOURS	ONE GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
MOB66	7 024	13,3	-1,0%
Télé Loisirs	3 756	7,1	6,5%
Marmiton	3 494	6,6	-5,2%
Ouest France	3 345	6,3	-4,3%
Le Figaro	3 128	5,9	-24,5%
Le Monde	2 863	5,4	-13,8%
Femme actuelle	2 766	5,2	-0,9%
Le Parisien	2 690	5,1	6,5%
20 Minutes	2 618	5,0	-15,4%
Le Journal des Femmes	2 557	4,8	-29,6%
Voici	2 399	4,5	1,0%
PHR	2 319	4,4	2,8%
Actu.fr	2 143	4,1	3,3%
Linternaute.com	2 113	4,0	-20,1%
Gala	2 101	4,0	-0,9%
L'Equipe	2 032	3,8	-11,8%
Closer	1 698	3,2	104,8%
Capital	1 512	2,9	7,9%
Sud Ouest	1 512	2,9	-2,5%
CNEWS	1 506	2,9	135,3%

PQR66 : UNE AUDIENCE BRAND QUI POURSUIT SA MUTATION VERS LE DIGITAL

366
#COMMUNITIES

43,3 M DE LECTEURS MENSUELS

9,6 M



EXCLUSIFS PRINT

22% vs 26% en V4 2020

21,4 M



LECTEURS COMMUNS

50% vs 48% en V4 2020

12,3 M



EXCLUSIFS DIGITAUX

28% vs 26% en V4 2020

BRAND PQR66 : UNE COMPLÉMENTARITÉ DE PROFILS ENTRE LES DIFFÉRENTS SUPPORTS

366
#COMMUNITIES

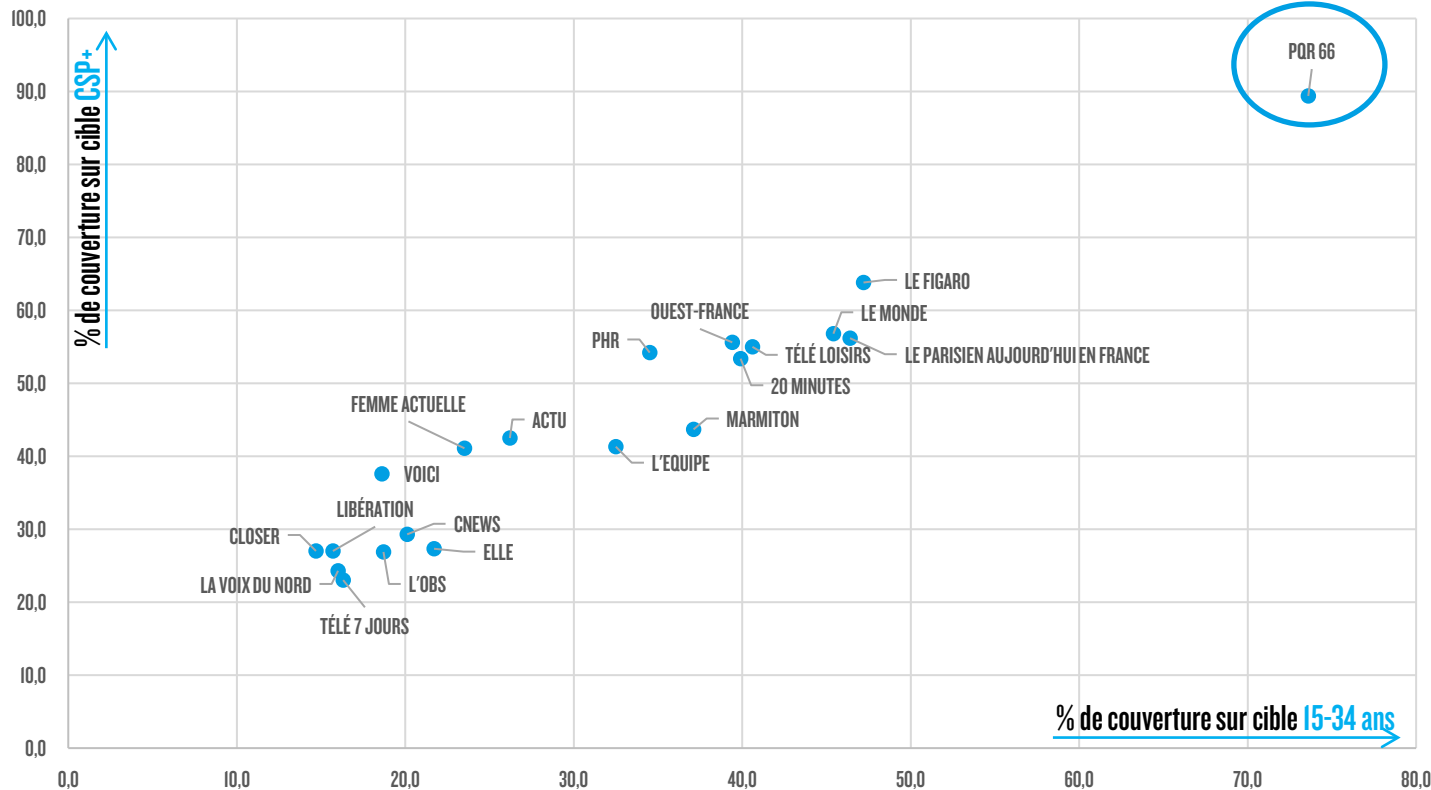
DES PROFILS PAR
DEVICE DIFFÉRENTS ET
COMPLÉMENTAIRES
POUR UNE BRAND AU
LECTORAT GLOBAL
MIXTE, PLUTÔT 35-49
ANS, CSP+, AGGLOS
+ 100 000 HAB.

	AUDIENCE PQR 66									
	Brand - 30 jours		Print - 30 jours		Desktop - 30 jours		Mobile - 30 jours		Tablette - 30 jours	
	% vertical	Indice	% vertical	Indice	% vertical	Indice	% vertical	Indice	% vertical	Indice
Homme	47,3	99	48,3	101	57,3	120	46,3	97	50,9	106
Femme	52,7	101	51,7	99	42,7	82	53,7	103	49,1	94
15 à 24 ans	11,1	79	10,4	74	5,7	41	12,3	88	3,4	24
25 à 34 ans	13,9	100	12,6	92	8,7	63	17,8	129	6,1	44
35 à 49 ans	24,7	107	22,4	96	29,5	127	29,9	129	23,8	103
50 à 64 ans	25,0	106	25,5	108	31,1	132	23,8	101	34,6	147
65 ans ou +	25,4	100	29,1	114	25,1	99	16,2	64	32,1	126
Actif	56,5	104	53,9	99	61,8	114	64,4	119	53,5	99
Agriculteurs	0,9	113	1,0	127	0,8	97	1,0	122	0,7	91
Petits patrons	3,3	108	3,2	107	5,1	169	3,3	110	4,5	148
Affaires et Cadres	10,5	108	9,1	93	15,9	163	12,0	123	11,6	119
Professions intermédiaires	14,6	110	13,6	102	19,8	149	17,1	128	15,4	116
Employés	15,0	101	14,4	97	11,2	75	17,6	119	12,2	82
Ouvriers	11,5	98	11,9	101	8,2	70	12,6	107	8,3	71
Retraités	25,2	100	28,9	115	24,8	99	16,8	67	32,6	130
Autres inactifs	19,0	89	17,8	83	14,2	66	19,7	92	14,7	68
CSP+	28,4	109	25,9	99	40,9	157	32,4	124	31,5	121
Communes rurales	24,0	104	26,5	114	23,9	103	23,2	100	23,4	101
Agglo. - 20 000 hab.	17,8	104	19,7	115	16,6	97	17,4	102	17,3	101
Agglo. 20 000 à 100 000 hab.	14,0	106	15,6	119	13,0	99	13,4	102	14,2	108
Agglo. + 100 000 hab.	31,1	104	32,7	109	32,4	108	30,8	103	30,3	101
Agglo. Paris	13,1	79	5,5	33	14,0	84	15,3	92	14,7	88
Urbains	44,2	95	38,2	82	46,4	100	46,0	99	45,0	97
Présence d'enfants - de 15 ans	29,3	102	26,9	94	30,0	104	35,1	122	23,5	82

LA PQR EST INFLUENTE SUR LES CIBLES STRATÉGIQUES

366
#COMMUNITIES

74% DES MOINS DE
35 ANS TOUCHÉS PAR
LA BRAND PQR SUR
LES 30 DERNIERS
JOURS ET 89% DES
CSP+ : LA PQR AU
CŒUR DES ENJEUX
STRATÉGIQUES DU
MARCHÉ



366 RÉGIE PLURI MÉDIA LEADER DU MARCHÉ

366
#COMMUNITIES



BRAND - 30 JOURS	ONE NEXT GLOBAL 2021 V1		EVOL° EN % VS 2020 V4
ENSEMBLE	MILLIERS	% COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
366	42 579	80,6	1,0%
GROUPE FIGARO	41 718	79,0	1,5%
PRISMA MEDIA	40 359	76,4	0,2%
REORLD MEDIA FACTORY	31 575	59,8	2,2%
CMI MEDIA	29 191	55,3	-1,2%
LE MONDE PUBLICITE / M PUBLICITÉ RÉGIEOBS	27 851	52,7	-4,1%
LES ECHOS LE PARISIEN MÉDIAS	25 592	48,4	4,2%
MEDIAOBS	23 565	44,6	-7,7%
20 MINUTES	22 751	43,1	-1,6%
AMAURY MEDIA	16 777	31,8	-0,9%
LAGARDERE NEWS	14 442	27,3	-7,2%
GROUPE MARIE CLAIRE	13 885	26,3	4,3%
MATIN PLUS	11 773	22,3	32,0%
LE POINT	10 968	20,8	-3,1%
UNI REGIE	10 688	20,2	-0,2%



366
#COMMUNITIES