

A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands holding a folded newspaper. The newspaper is open, showing various articles and a large photograph of a building. The lighting is soft, and the background is out of focus, suggesting an indoor setting.

RÉSULTATS AUDIENCES PRESSE

ACPM ONE NEXT + ONENEXT GLOBAL 2025 S1

AUDIENCES ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE

L'ACPM publie la **1ère vague 2025** 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 2025 S1 a été réalisée à partir du **terrain de janvier à décembre 2024** pour les données **Print**. Idem pour sa déclinaison, One Next Global 2025 S1, sachant que les données numériques correspondent, elles, aux résultats **Internet Global des mois de mars / avril / mai / septembre / octobre / novembre 2024**.

Prochaine vague ONE NEXT 2025 S2 (Print : juillet 2024 à juin 2025) :

parution marché le **14 octobre 2025** (livraison sous embargo le 25 septembre 2025).



ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

RÉSULTATS GLOBAL PRESSE

AUDIENCES BRAND, DIGITALES ET PRINT

RÉSULTATS GÉNÉRAUX MÉDIA PRESSE

ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

Sur 2024, l'audience globale des marques de Presse affiche des résultats stables/à la baisse à -0,6% sur 1 an. La progression contenue du digital à +1,0% peine à compenser la tendance baissière du lectorat print de -2,1%. Une évolution qui consolide **le poids du digital dans l'audience globale du média presse et l'impose un peu plus face à l'audience Print** (44,9 millions vs 42,2 millions), mobile en tête (41,3 millions).

AUDIENCES MEDIA PRESSE	(000) S1 2025	EVOL VS N-1 EN %	% S1 2025	EVOL VS N-1 EN POINTS
BRAND	50 792	-0,6%	93,3%	-1,4
PRINT	42 258	-2,1%	77,6%	-2,4
DIGITAL	44 906	+1,0%	82,5%	+0,1
DESKTOP	16 742	-2,9%	30,8%	-1,2
MOBILE	41 322	+1,0%	75,9%	+0,1
TABLETTE	8 362	-6,1%	15,4%	-1,2

RÉSULTATS GÉNÉRAUX MÉDIA PRESSE

ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

Top des évolutions BRANDS vs S1 2024

1	Charente Libre	+82,7%
2	L'Yonne Républicaine	+56,6%
3	Nice Matin	+44,2%
4	Science & Vie	+40,0%
5	Parents	+35,3%
6	Corse Matin	+34,7%
7	La République des Pyrénées	+31,7%
8	AD , Architectural Digest	+30,0%
9	Melty.fr	+27,0%
10	La République du Centre	+26,3%
11	Top Santé	+25,0%
12	Pleine Vie	+22,8%
13	L'Indépendant	+19,5%
14	L'Union / l'Ardennais	+19,4%
15	Comment ça Marche	+19,3%
16	Le Journal du Net	+19,1%
17	Le Journal de la Haute-Marne	+17,3%
18	Le Populaire du Centre	+16,9%
19	Diverto	+15,0%
20	La Provence	+14,3%

Top des évolutions PRINT vs S1 2024

1	Les Inrockuptibles	+26,9%
2	AD , Architectural Digest	+21,7%
3	Diverto	+21,1%
4	La République des Pyrénées	+18,9%
5	Paris Normandie	+18,1%
6	La Croix	+17,4%
7	Magicismaman	+15,9%
8	Le Télégramme	+15,3%
9	Le Courrier de l'Ouest	+15,2%
10	La Montagne	+14,3%
11	Le Populaire du Centre	+13,9%
12	Le Journal de la Haute-Marne	+13,4%
13	Libération	+13,0%
14	Courrier International	+13,0%
15	Les Echos	+12,5%
16	L'Alsace	+11,7%
17	GQ	+11,1%
18	La Nouvelle République	+10,9%
19	Le Point	+9,3%
20	L'Indépendant	+9,1%

Top des évolutions DIGITAL vs S1 2024

1	Science & Vie	135,8%
2	Charente Libre	115,9%
3	L'Yonne Républicaine	77,2%
4	Top Santé	59,2%
5	Nice Matin	58,4%
6	Corse Matin	56,4%
7	TV Grandes chaines	51,1%
8	Parents	45,7%
9	La République du Centre	43,5%
10	La République des Pyrénées	37,4%
11	Pleine Vie	36,2%
12	AD , Architectural Digest	33,6%
13	Marianne	29,1%
14	Melty.fr	27,0%
15	La Provence	25,7%
16	L'Union / l'Ardennais	25,6%
17	Le Journal de la Maison	24,8%
18	Le Journal de la Haute-Marne	20,8%
19	L'Indépendant	20,6%
20	Le Particulier	20,2%

La PQR bien positionnée dans les tops évolutions des audiences vs N-1, ce quel que soit le support concerné

RÉSULTATS GÉNÉRAUX / FOCUS PRESSE TV

ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

AUDIENCE PRINT LDP	AUDIENCE EN (000)	AUDIENCE EN %	ÉVOL° VS ONE NEXT 2024 S1
DIVERTO	5 335	9,8	16,4%
TÉLÉ 7 JOURS	2 911	5,3	-22,4%
TÉLÉ LOISIRS	2 544	4,7	-12,8%
TÉLÉ Z	1 988	3,7	0,2%
TÉLÉRAMA	1 742	3,2	-11,1%
TÉLÉ 2 SEMAINES	1 562	2,9	-25,7%
TÉLÉ STAR	1 525	2,8	-6,1%
TV MAGAZINE - NEW	1 304	2,4	-0,5%
TV GRANDES CHAÎNES	1 150	2,1	-13,7%
TÉLÉ POCHE	1 052	1,9	-11,6%
TÉLÉCÂBLE SAT HEBDO	805	1,5	-20,8%
TÉLÉ MAGAZINE	549	1,0	-30,2%
TOTAL PRESSE TV	16 703	30,7	-7,5%

AUDIENCE BRAND -30 J	AUDIENCE EN (000)	AUDIENCE EN %	ÉVOL° VS ONE NEXT 2024 S1
TÉLÉ LOISIRS	22 096	40,6	-0,1%
TÉLÉ 7 JOURS	10 130	18,6	-16,4%
DIVERTO	7 353	13,5	15,0%
TV MAGAZINE - NEW	6 200	11,4	-1,3%
TÉLÉ 2 SEMAINES	5 967	11,0	-16,9%
TÉLÉRAMA	5 936	10,9	-0,1%
TÉLÉ STAR	4 615	8,5	-16,2%
TV GRANDES CHAINES	2 930	5,4	12,8%
TOTAL BRANDS TV	33 671	61,9	-2,9%

Diverto confirme son leadership sur l'univers des magazines TV avec plus de 5,3 millions de lecteurs chaque semaine (à +16,4% sur 1 an). Son **audience Brand -30 J affiche une progression de +15%** vs vague précédente, ce qui lui permet de gagner une place au classement et d'occuper le 3è rang désormais.



ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

AUDIENCES PQR QUOTIDIENNES

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



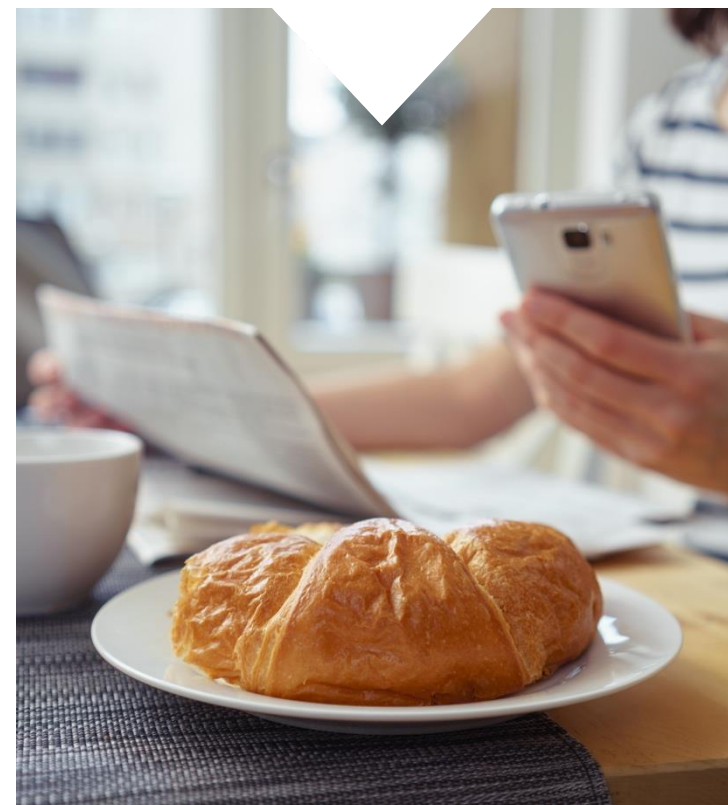
AUDIENCE QUOTIDIENNE PQR

ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

AUDIENCE QUOTIDIENNE
BRAND

18,8 MILLIONS
DE FRANÇAIS

lisent la PQR **CHAQUE JOUR** sur l'ensemble
des supports (print, web, mobile et tablette),
soit **34,6%** de la population.



Une **puissance
quotidienne
en légère hausse**
vs N-1 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.

+1,2% VS 2024 S1 SOIT UN GAIN DE 226 000 LECTEURS / JOUR



AUDIENCE QUOTIDIENNE PQR

PQR66 : UNE STRUCTURE D'AUDIENCE **BRAND/JOUR** QUI POURSUIT SA DIGITALISATION AVEC 33% D'EXCLUSIFS DIGITAUX (+3 pts vs N-1)

18,8 M DE LECTEURS QUOTIDIENS

10,2 M

**EXCLUSIFS
PRINT**

54% vs 58% en S1 2024



2,4 M

**LECTEURS
COMMUNS**

13% vs 12% en S1 2024



6,2 M

**EXCLUSIFS
DIGITAUX**

33% vs 30% en S1 2024



AUDIENCES QUOTIDIENNES

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

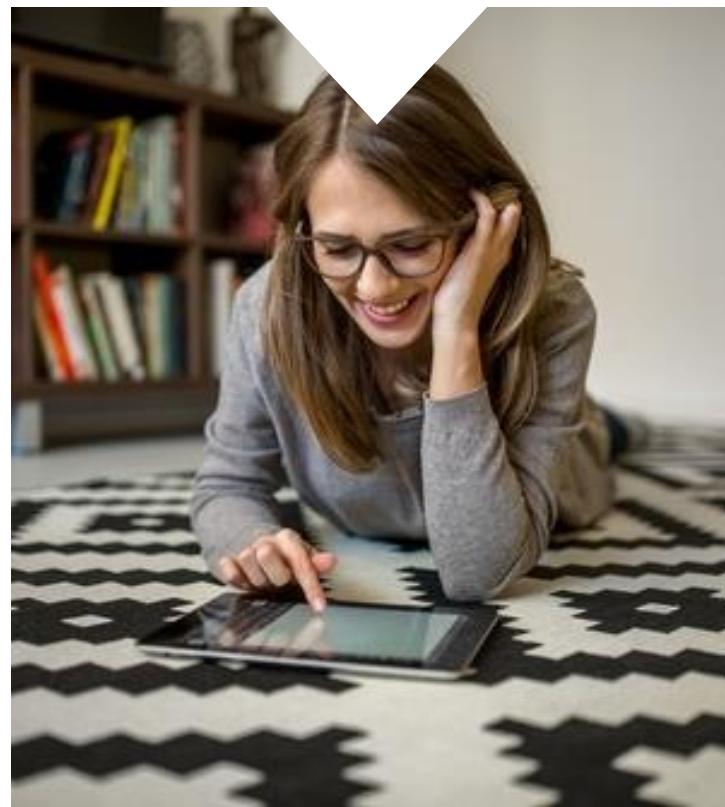


AUDIENCE QUOTIDIENNE

DIGITALE

8,6 MILLIONS
DE FRANÇAIS

sont lecteurs digitaux par jour moyen de la PQR (desktop, mobile, tablette) soit **15,8%** de la population.



Une **audience digitale /jour** qui continue de progresser et assoit ainsi sa puissance de **reach**, avec une prime au mobile, principal driver d'audience digitale pour la PQR, qui poursuit sa dynamique.

+ 10,0% VS 2024 S1 SOIT UNE HAUSSE DE 783 000 V.U. / JOUR*



AUDIENCES QUOTIDIENNES

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

AUDIENCE QUOTIDIENNE **PRINT**

12,6 MILLIONS DE FRANÇAIS

sont lecteurs LNM (au numéro moyen) de la PQR soit **23,2%** de la population. **Hors IDF**, la PQR touche **27,7%** des Français.



Des audiences Print toujours puissantes,

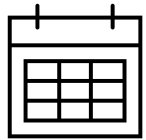
même si en léger retrait vs N-1, qui affichent un reach quotidien particulièrement solide avec près d'1 Français sur 4 touché en moyenne par une marque de PQR sur le print.

-3,0% VS 2024 S1 SOIT UNE PERTE DE 389 000 LECTEURS / JOUR



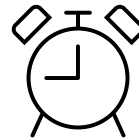
AUDIENCE QUOTIDIENNE PRINT

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



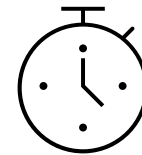
84%

DE LECTEURS PQR
REGULIERS



71%

DE LECTURES PQR
SE DÉROULENT **AVANT MIDI**



39%

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

A photograph of a wooden desk with a laptop, a smartphone, and a newspaper. The laptop is on the left, the smartphone is in the foreground, and the newspaper is in the background.

ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

AUDIENCES PQR MENSUELLES

AUDIENCES -30 JOURS BRANDS, DIGITALES & PRINT

AUDIENCES MENSUELLES

ONE NEXT + GLOBAL 2025 S1

AUDIENCE MENSUELLE
BRAND

42,4 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.



+0,1% VS 2024 S1 SOIT UN GAIN DE 26 000 LECTEURS / MOIS



Une
audience mensuelle Brand PQR66 consolidée vs N-1 avec des résultats stables à plus de 42 millions de lecteurs / mois tous supports.



AUDIENCES MENSUELLES

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

42,4 M DE LECTEURS MENSUELS

7,8 M

**EXCLUSIFS
PRINT**

18% vs 20% en S1 2024



20,8 M

**LECTEURS
COMMUNS**

49% vs 48% en S1 2024



13,8 M

**EXCLUSIFS
DIGITAUX**

33% vs 32% en S1 2024



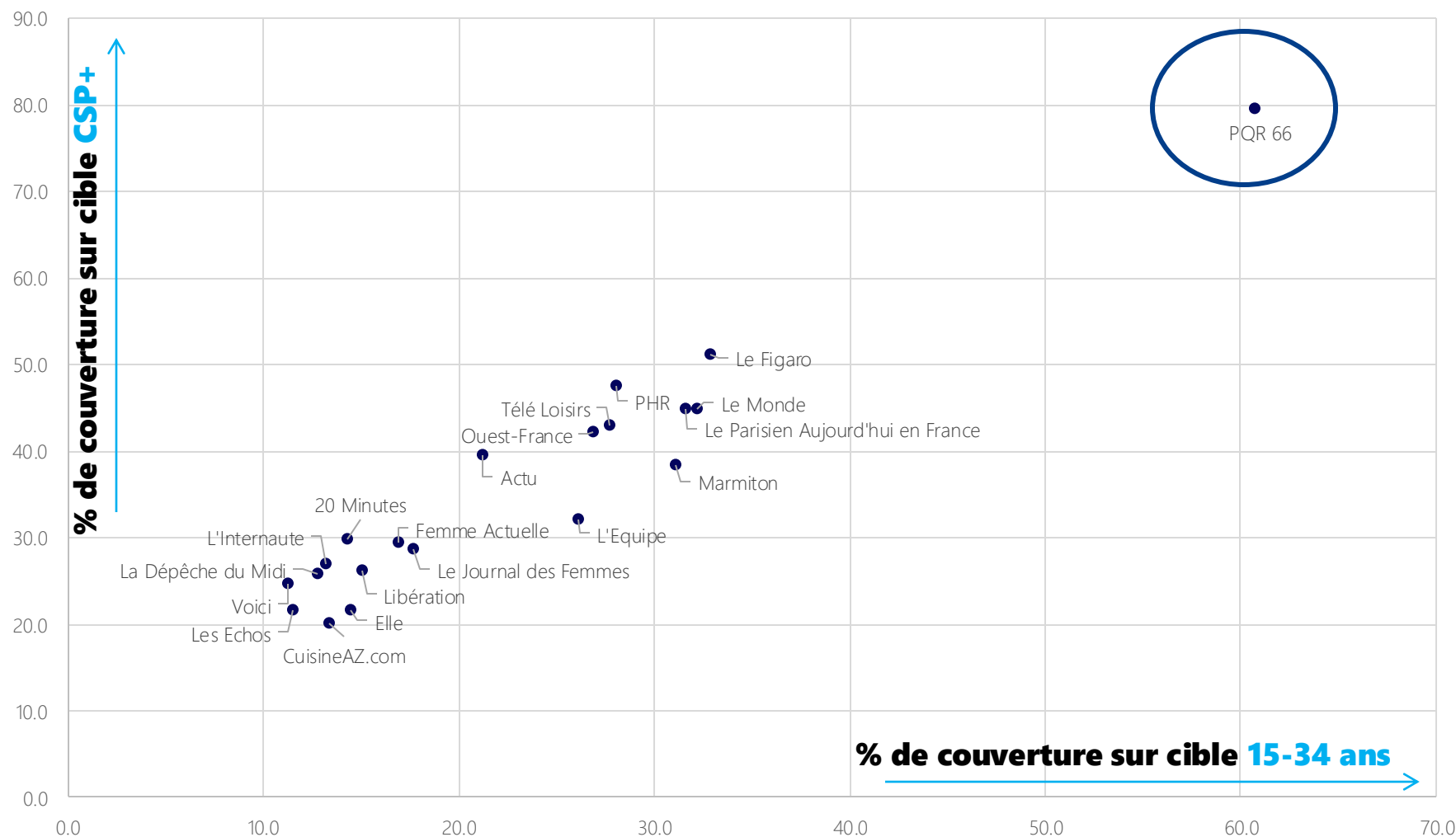


AUDIENCES MENSUELLES

UNE BRAND PQR66 INFLUENTE SUR CIBLES STRATÉGIQUES

61% DES -35 ANS
TOUCHÉS PAR
LA BRAND PQR

SUR LES 30 DERNIERS JOURS
ET **80% DES CSP+** : LA PQR
AU CŒUR DES ENJEUX
STRATÉGIQUES DU MARCHÉ



AUDIENCES MENSUELLES

DÉVELOPPEZ VOS CAMPAGNES PLURIMÉDIAS AVEC 366 !



AUDIENCES BRANDS - 30 JOURS	ONE NEXT GLOBAL 2025 S1		EVOL° EN % VS 2024 S1
ENSEMBLE	MILLIERS	% COUVERTURE	(BASE EFFECTIFS)
366	42 949	78,9	1,2%
PRISMA MEDIA	38 003	69,8	-3,4%
REWORLD MEDIA CONNECT	35 921	66,0	-2,8%
MEDIA FIGARO	35 128	64,5	-0,5%
LES ECHOS LE PARISIEN MEDIAS / PARIS MATCH MEDIA	26 476	48,6	16,1%
ESPACE PHR	25 158	46,2	-0,4%
CMI MEDIA	23 509	43,2	-5,5%
M PUBLICITÉ	23 410	43,0	-4,2%
PUBLIHEBDOS	18 247	33,5	3,4%
AMAURY MEDIA	15 528	28,5	-4,6%
GROUPE MARIE CLAIRE	11 707	21,5	-5,5%
LIBE PLUS	11 440	21,0	13,0%
BAYARD MÉDIA DÉVELOPPEMENT	9 820	18,0	2,1%
LE POINT	9 611	17,7	-3,2%
UNI REGIE	9 051	16,6	8,9%

