

# ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS

DOSSIER DE PRESSE



100 ANS  
DE CONFIANCE

1923 2023



<b>Le mot du Président</b>	page 4
<b>Le mot du Directeur Général</b>	page 5
<b>Histoire &amp; Missions de l'ACPM</b>	page 6
L'OJD, un siècle d'histoire	
AudiPresse, l'expertise de l'audience	
La naissance de l'ACPM	
Le rôle de l'ACPM	
Autres activités de l'ACPM	
L'ACPM poursuit ses missions à l'international	
<b>Fonctionnement de l'ACPM</b>	page 9
La répartition des membres de l'ACPM	
L'ACPM n'est pas mesureur mais certificateur	
<b>Les différentes certifications</b>	page 10
La Diffusion de la Presse	
La Fréquentation des sites et applications	
La Diffusion digitale des Radios	
La Diffusion des Podcasts	
La certification DOOH TRUST	
L'Audience de la Presse	
<b>Quelques dates clés</b>	page 14



**Gautier PICQUET**  
Président de l'ACPM

### Déjà 100 ans !

Depuis maintenant un siècle, l'ACPM continue d'innover pour offrir des solutions de contrôle de la diffusion de la Presse plus modernes, efficaces, transparentes. En mesurant de nouveaux canaux, comme le podcast, l'ACPM est en avance sur son temps et reste également fidèle à sa mission d'être le tiers de confiance qui permet d'assurer la valeur des médias.

Sans ces solutions, le marché français de la Presse ne serait pas ce qu'il est. L'ACPM garantit la confiance de tout l'écosystème et en particulier celle des agences et des annonceurs en fournissant des chiffres fiables, indépendants et objectifs.

Mais l'ACPM n'est pas qu'un organisme de mesure, c'est bien plus que ça ! Il s'agit d'un lieu d'échanges entre professionnels animés d'une même ambition, qui permet de construire une démarche de progrès collective. Grâce à la force de notre alliance nous continuerons à avancer et à garantir la valeur des médias pour l'ensemble de notre écosystème, et grâce à cela le financement de l'information et donc la vigueur de notre démocratie.



**Stéphane BODIER**  
Directeur Général de l'ACPM

### Il y a 100 ans,

la Presse française innovait en démontrant que la transparence de ses chiffres pouvait être un engagement fort vis-à-vis des annonceurs. Une transparence qui représente un gage de vérité et surtout, un gage de confiance. Cette preuve, 100 ans plus tard, ne s'est jamais démentie.

Cette transparence a beaucoup contribué à la qualité de la relation entre la Presse, ses annonceurs, les agences et les pouvoirs publics.

L'exemple de transparence de la Presse, d'abord dans ses versions papier, puis dans toutes ses déclinaisons digitales, a été imité par une grande partie des médias français au fil des années. Ces médias souscrivent dorénavant eux aussi aux contrôles de l'ACPM.

Transparence et confiance sont, depuis 1923, partagés par les près de 2 000 adhérents de l'ACPM, rassemblant toujours la tripartite : éditeurs, annonceurs et agences conseils.

Cette transparence doit continuer à être reconnue et distinguée, y compris dans les arbitrages publicitaires, pour que celle-ci ne soit pas considérée comme une contrainte, mais une récompense et un bénéfice.

En 2023, la Presse c'est du papier, des sites, des applications, des newsletters, des podcasts, de la vidéo et même de la télévision. Et demain ? La Presse ne cesse d'innover depuis qu'elle existe et l'ACPM sera toujours présente pour faire valoir la transparence de tous ses chiffres quelque soit le support et être son Tiers de Confiance.

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (Office de Justification de la Diffusion) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la Presse) pour mieux répondre aux besoins du marché.

## L'OJD, UN SIÈCLE D'HISTOIRE



Depuis sa création en 1923, l'OJD s'est développé de façon continue et régulière pour répondre aux besoins du marché des études médias.

L'OJD a été l'un des plus anciens organismes de contrôle du tirage et de la diffusion de la Presse dans le monde, qui a su dès 2001 prendre le virage du numérique.

Véritable organisation professionnelle tripartite regroupant les éditeurs, les annonceurs, et les agences en France, l'OJD avait pour objectif de véhiculer une image de crédibilité et de transparence des médias auprès du marché publicitaire.

### Quelques dates clés pour comprendre l'évolution de l'OJD depuis sa création :

- **1923** : l'OJD a été établi le premier procès-verbal du titre «Le Réveil du Nord», un des plus grands quotidiens. Le contrôle portait alors uniquement sur le tirage (l'organisme s'appelle à cette époque l'OJT (Office de Justification du Tirage))
- **1946** : l'OJD a réalisé ses premiers contrôles sur la diffusion. L'OJT est devenu l'OJD : Office de Justification de la Diffusion de la Presse Française.
- **1979** : l'OJD a créé sa première base de données de chiffres de diffusion.
- **1982** : la Presse gratuite d'annonces a décidé de faire contrôler sa mise en distribution, dans un souci de transparence et de comparabilité.
- **2001** (année charnière pour l'OJD) : lancement d'un département numérique et de la certification de la fréquentation des sites internet en France, à la demande des éditeurs du Nouvel Observateur, du Monde, et des Echos. Progressivement, le département digital s'est étoffé. L'OJD a ensuite déployé la certification des applications mobiles en 2010, des applications tablettes et des sites optimisés pour mobiles en 2012.
- **2002** : l'OJD a intégré les quotidiens urbains gratuits et d'information, distribués par colportage ou dans des présentoirs, parallèlement à son développement sur le numérique.
- **2005** : création de l'OJD Maroc, l'OJD a participé également au lancement d'organismes certificateurs en Espagne, en Pologne, en Hongrie, en Roumanie, ainsi qu'au Liban.
- **2009** : l'OJD certifie la diffusion des quotidiens urbains gratuits et d'information grâce à un système permettant de recenser tous les points de distribution en France et de réaliser des contrôles inopinés. A ce jour, 37 000 points de distribution sont recensés et contrôlés aléatoirement.
- **2010** : l'organisme a étendu son expertise à la diffusion numérique des titres de la Presse Payante. L'OJD a toujours accompagné les éditeurs dans leurs développements et dans leurs innovations.
- **2011** : l'OJD a participé conjointement avec Médiamétrie à la mise en place de la mesure hybride des sites internet, un élément incontournable pour la certification des sites web.
- **2013** : l'OJD lance une application, **Numéo**, permettant de tracer les versions numériques payées par un tiers et les versions numériques gratuites. Cette même année est créée la certification de la diffusion des webradios.

# AUDI PRESSE

## AUDIPRESSE, L'EXPERTISE DE L'AUDIENCE

AudiPresse était une société d'études interprofessionnelle de la Presse créée en 2007 par toutes les grandes familles de Presse représentées par la Presse magazine (SEPM), la Presse quotidienne nationale (SPQN), la Presse Quotidienne régionale (SPQR), la Presse Quotidienne Urbaine Gratuite (ADPQUG), la Presse Gratuite d'information (ADPGI) et la Presse hebdomadaire régionale (AEPHR). Les utilisateurs annonceurs et agences sont représentés par le CRTM, co-actionnaire d'AudiPresse.

Après avoir géré les 2 études de référence AEPM (Presse Magazine) et EPIQ (Presse Quotidienne) jusqu'en 2011, AudiPresse a été le maître d'oeuvre de l'étude unique de référence de la Presse : AudiPresse ONE. Une étude qui regroupait toutes les familles de Presse donnant lieu à 35 000 interviews.

## LA NAISSANCE DE L'ACPM



C'est en décembre 2015 que l'OJD et AudiPresse ont fusionné pour devenir l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias. La mission de l'ACPM est d'être le tiers certificateur des médias dans la mesure de l'audience de la Presse et la certification du dénombrement des médias.

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : 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 DOOH et la certification de la mesure des Podcasts.

En 2021, l'ACPM rafraîchit son logo qui se décline autour d'une nouvelle architecture de marques destinées à mieux refléter la cohérence des prises de parole avec 3 marques filles : ACPM Audience, ACPM Diffusion et ACPM Fréquentation.

La nouvelle signature « **L'ACPM : Le tiers de confiance, la valeur des Médias** » affirme les valeurs de transparence, de rigueur et de confiance qu'incarnent l'ACPM.



### LE RÔLE DE L'ACPM

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur des médias particulièrement concurrentiel. La certification de la diffusion d'un titre ou de la fréquentation d'un site, est un gage de fiabilité. La mesure de l'audience est une référence sur le marché des médias.

L'adhésion à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur exigence et leur intérêt de se comparer aux autres. Les données ACPM s'inscrivent dans les outils marketing et permettent de fixer des tarifs de publicité conformes à la diffusion des supports.

Tous les chiffres sont publiés gratuitement au fil de l'eau sur le site de l'ACPM. L'accès aux données via l'application, le Décisionnel ACPM, permet d'analyser le marché et de réaliser des études d'historique depuis 1990.

### AUTRES ACTIVITÉS DE L'ACPM

#### #DemainLaPresse

En 2017, grâce à son Think Tank, l'ACPM développe le mouvement #DemainLaPresse, mouvement de tous les éditeurs de Presse pour mettre en valeur leurs marques, leurs forces, leurs transformations et leurs innovations auprès du monde de la communication composé des agences et des annonceurs.

Depuis sa création en 2017, le mouvement #DemainLaPresse s'est diversifié en plusieurs activités : événements, une multitude d'études et une formation certifiante qui ont tous pour objectif de valoriser et promouvoir les forces des marques de Presse et des médias.

### L'ACPM POURSUIT SES MISSIONS À L'INTERNATIONAL



La mission de l'ACPM se poursuit aussi à l'international via l'IFABC (International Federation of Audit Bureaux of Certification). L'IFABC représente les associations de contrôle et de certification à l'international. Elle fédère des associations en charge du contrôle et de la certification de la diffusion des Médias.

Lors de la 30<sup>ème</sup> Assemblée Générale de l'IFABC qui s'est tenue le 28 octobre 2022 à Vienne, Jean-Paul Dietsch, Directeur Général Adjoint de l'ACPM, a été renouvelé dans son rôle de président de l'IFABC Europe pour un nouveau mandat de deux années.

Retrouvez la liste de tous les supports contrôlés dans plus de 23 pays : <https://www.ifabc.org/>

### LA RÉPARTITION DES MEMBRES DE L'ACPM

- **Un Conseil d'Administration :**  
Composé de 16 membres titulaires et de 16 suppléants, dont 26 éditeurs et régies représentant les grandes organisations professionnelles de la Presse, 4 annonceurs et agences et 2 administrateurs désignés.
- **Un Comité Diffusion & Fréquentation :**  
Composé de 16 membres titulaires et de 16 suppléants, dont 26 éditeurs représentant les grandes organisations professionnelles de la Presse, 4 annonceurs et agences et 2 administrateurs désignés.
- **Un Comité Audience :**  
Composé de 16 membres titulaires et de 13 suppléants, dont 21 éditeurs et régies représentant les grandes organisations professionnelles de la Presse, 1 annonceur et 3 agences et 1 administrateur désigné.

Depuis 2016, le Président de l'Association est Gautier PICQUET, CEO de Publicis Media France.

### L'ACPM N'EST PAS MESUREUR MAIS CERTIFICATEUR

L'ACPM est un tiers certificateur basé sur les règles internationales (IAB, IFABC, ...) permettant ainsi de proposer aux éditeurs une mesure comparable et fiable des contenus numériques.

- Tout éditeur souhaitant certifier les chiffres de ses contenus médias doit au préalable être mesuré ou être diffusé via un outil labellisé par l'ACPM.
- L'ACPM labellise les outils de mesure et de diffusion, afin que les mesures et les contrôles s'effectuent dans le respect des normes internationales.
- Les outils de mesure labellisés respectent ainsi l'ensemble des critères exigés par les cahiers des charges de l'ACPM.

L'ACPM publie gratuitement sur son site les derniers chiffres de certification de ses adhérents. Elle publie via ses réseaux sociaux les chiffres et classements de chaque étude et certification. Elle propose également via son outil Décisionnel une interface d'une base de données alimentée depuis 1990, qui permet de réaliser de nombreuses études.

## LA DIFFUSION DE LA PRESSE

La Diffusion est le premier métier de l'ACPM depuis la création de l'OJD.

650 titres sont contrôlés via les familles de Presse suivantes : Presse Quotidienne Nationale, Presse Quotidienne Régionale, Presse Hebdomadaire Régionale, Presse du 7ème jour, Presse Magazine, Presse Professionnelle, Presse Étrangère, Magazines de Marque, Annuaire et Guides, Presse Gratuite d'Information Mise en Distribution et Presse Gratuite d'Information à Diffusion certifiée (quotidiens et hebdomadaires).

18 intermédiaires de Presse et kiosques numériques sont contrôlés deux fois par an.  
2 500 contrôles terrain pour les quotidiens gratuits.

### DIFFÉRENTS INDICATEURS CERTIFÉS



TIRAGE



PORTAGE



ABONNEMENTS



VENTES  
AU N°



VERSIONS  
NUMÉRIQUES



VENTE  
PARTIERS



95%

**CRÉDIBILITÉ** envers le marché  
(agences, annonceurs, régies etc.)  
de l'ACPM en fournissant  
des chiffres certifiés



92%

**SE COMPARER**  
équitablement



90%

Vendre sa publicité  
et être **RÉFÉRENCÉ**  
dans les outils de mediaplanning

### RYTHME DE PUBLICATION - DIFFUSION

- Après chaque contrôle, publication du PV (Procès-Verbal)
- Tous les mois, DDM (Déclaration Déposée Mensuelle)  
Pour les quotidiens nationaux et régionaux demandeurs
- Tous les mois, PV de contrôle  
Pour les quotidiens gratuits
- Tous les trimestres, DDT (Déclaration Déposée Trimestrielle)  
Pour les hebdomadaires et bimensuels grand public
- Tous les semestres, DSH (Déclaration Sur l'Honneur)  
Pour tous les titres, il y a la déclaration sur l'honneur (DSH) des derniers 12 mois

## LA FRÉQUENTATION DES SITES ET APPLICATIONS

L'ACPM certifie la fréquentation de l'ensemble des Supports disponibles : les sites web fixes, les sites web mobiles, les sites AMP (contenus distribués) et les applications mobiles et tablettes.

L'ACPM réalise la labellisation des outils de mesure de fréquentation afin de fournir des chiffres certifiés, comparables entre Sites et Applications du marché. Les contrôles débutent par la définition du périmètre contrôlé, à savoir les URLs qui appartiennent à l'éditeur. L'ACPM va également s'assurer que seul le trafic généré sur ces périmètres est déclaré et qu'il est exempt de tout trafic indésirable ou non-humain.

Plus de 725 supports sont contrôlés et publiés chaque mois.

### RYTHME DE PUBLICATION - SITES & APPLICATIONS

4 classements sont établis et communiqués mensuellement :

- Les marques numériques
- Les sites fixes, mobiles et AMP
- Les applications mobiles et tablettes
- Les groupes web



Ils sont disponibles également par catégorie et par thématique.

## LA DIFFUSION DIGITALE DES RADIOS

Depuis 2013, l'ACPM dans sa mission de fournir des chiffres de diffusion des médias certifiés, contrôle la diffusion globale des radios en digital sur la base de trois critères : le nombre d'Écoutes Actives (sessions d'écoutes démarrées depuis plus de 30 secondes), la durée totale de ces Écoutes et la durée d'Écoute Moyenne.

Aujourd'hui, c'est plus de 1 400 radios et web radios qui sont certifiées.

### RYTHME DE PUBLICATION - RADIOS

3 classements sont établis mensuellement :

- Classement Radio
- Classement Marque
- Classement Groupe



Une distinction est effectuée sur les écoutes France et les écoutes Monde.  
Ces classements ont été établis en concertation avec l'ensemble des acteurs du marché.

## LA DIFFUSION DES PODCASTS

Depuis 2020, l'ACPM propose aux acteurs du Podcast une base de référence commune leur permettant de valoriser leur diffusion. L'ACPM se charge de contrôler chaque mois les chiffres de fréquentation (en nombre de téléchargements) et de les publier via des classements au marché.

La certification des Podcasts est ouverte à tous types de Podcasts, qu'ils soient natifs ou replay.

Aujourd'hui, c'est plus de 550 podcasts qui sont certifiés.

### RYTHME DE PUBLICATION - PODCASTS

3 classements sont établis mensuellement :

- Classement Podcast
- Classement Marque
- Classement Groupe



## LA CERTIFICATION DOOH TRUST

Créée en 2018, cette initiative de toute la profession est destinée à évaluer et certifier la diffusion des campagnes DOOH (Digital Out-Of-Home).

Le DOOH regroupe toutes les techniques d'affichage digital urbain et d'affichage numérique indoor en centres commerciaux, en boutiques, dans les aéroports, les gares, les métros, les pharmacies, les salles d'attente, les bureaux de Presse ou les bureaux.

Le DOOH TRUST comporte 3 aspects : la certification des campagnes DOOH tous les mois, la publication des tendances du marché tous les trimestres et l'attribution du label DOOH TRUST aux régies.

Aujourd'hui, c'est plus de 150 campagnes DOOH qui sont certifiées tous les mois.

### RYTHME DE PUBLICATION - DOOH TRUST

- Tous les trimestres, l'ACPM publie à l'attention du marché Media, les tendances trimestrielles du DOOH.
- Ces publications trimestrielles se basent sur l'ensemble des campagnes DOOH certifiées mensuellement par l'ACPM.

## L'AUDIENCE DE LA PRESSE

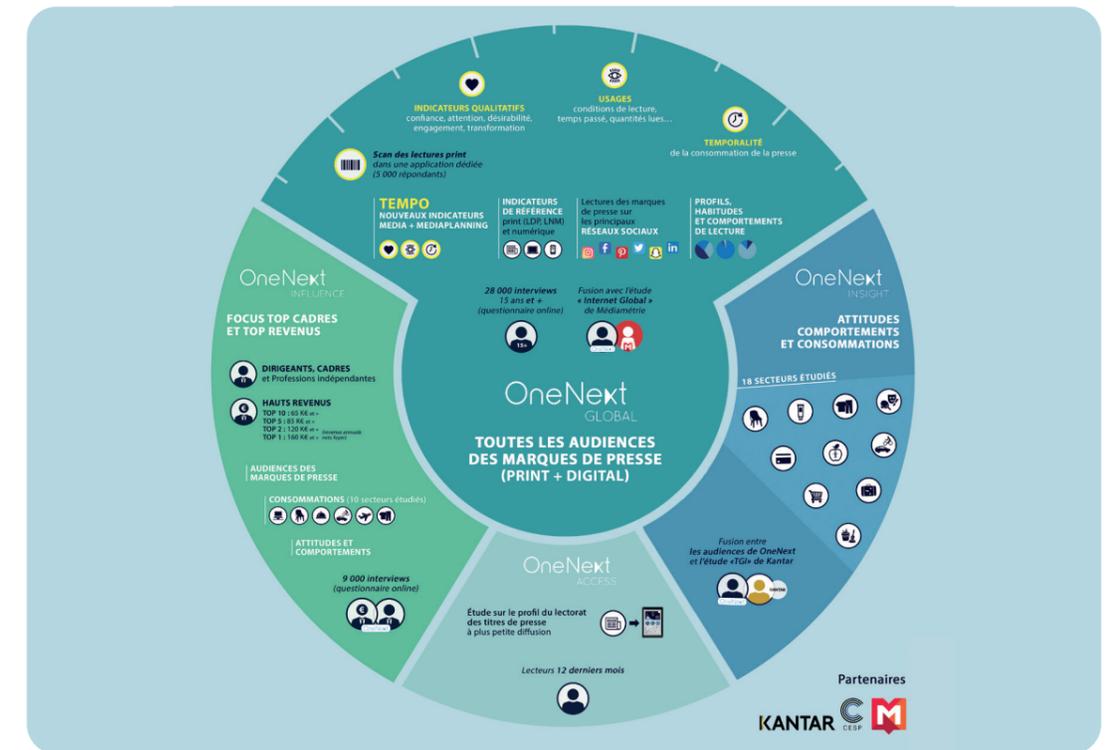
Lancée en 2020, la mesure **OneNext** est la mesure de référence des audiences de toutes les marques de Presse en France intégrant tous les modes et les moments de lecture sur tous les devices. La mesure OneNext permet de déterminer l'audience des titres et marques de Presse et le profil des lecteurs de Presse de l'ensemble des versions papier et digitales.

L'étude permet de :

- Fournir au marché publicitaire des informations pour valoriser leurs espaces publicitaires à travers les chiffres et les profils de l'audience.
- Fournir aux éditeurs de Presse une base de connaissance de leur lectorat.

Cinq études sont proposées :

- OneNext (Print)
- OneNext Global (Print et Digital)
- OneNext Influence (Etude des Top Cadres et Top Revenus)
- OneNext Insight (Etude consommation)
- OneNext Access (Accès simplifié aux données de l'étude)



### RYTHME DE PUBLICATION - ÉTUDES ONENEXT

- 1 publication annuelle : OneNext Influence et OneNext Insight
- 2 publications annuelles : OneNext, OneNext Global et OneNext Access

# QUELQUES DATES CLÉS



L'OJD réalise ses premiers contrôles sur la diffusion. L'OJT est devenu l'OJD : Office de Justification de la Diffusion de la Presse Française.



L'OJD crée sa première base de données de chiffres de diffusion.

L'étude sur la Presse Magazine est placée sous la responsabilité de l'AEPM (Audiences Etudes sur la Presse Magazine). Fondation de «l'Euro PQN/PQR», étude d'audience des quotidiens.

## AUDI PRESSE

Création de la société AudiPresse. Société d'études interprofessionnelle de la presse sur les bases de l'AEPM qui rassemble l'ensemble des familles de presse.

Contrôle de la diffusion des gratuits d'information. 37 000 points de distribution sont recensés et contrôlés aléatoirement.

1923

### LE RÉVEIL DU NORD

1<sup>er</sup> procès-verbal du titre Le Réveil du Nord par l'OJT (Office de Justification du Tirage).

1946



Création du Centre d'Étude des Supports de Publicité, pour instituer un outil destiné à mesurer l'audience de la Presse écrite.

1957

1979

1982

La presse gratuite d'annonces décide de faire contrôler sa mise en distribution.



1993

2001

Lancement du bureau numérique et de la certification de la fréquentation des sites Internet en France.



2007

2008

Lancement de l'étude EPIQ (Étude de la Presse d'information Quotidienne) réalisée par AudiPresse par téléphone auprès d'environ 25 000 foyers.



2009

2010

Lancement de l'outil de base de données Décisionnel



Certification de la fréquentation sur mobile et ouverture de Numéo.

2011



Contrôle de la diffusion en digital des radios.

2013

2015

Fusion OJD et AudiPresse pour devenir ACPM.



2016

- Contrôle et certification du format Google AMP  
- Dématérialisation des contrôles Diffusion

2017

Lancement de la certification Dooh Trust.



## #DemainLaPresse

- Lancement du mouvement #DemainLaPresse  
- Lancement de la formation Goodmorning la Presse qui deviendra : #DemainLaPresse la Formation

- Appel d'offre de l'étude OneNext. Tests et validation du lancement de l'étude par la Conseil d'administration.

2019

OneNext Lancement de la nouvelle mesure d'audience OneNext

- Lancement de la certification Podcast



- Contrôle et certification de l'annexe géographique Fréquentation

2020

- Lancement de l'outil ACPM360



2021

Refonte graphique & du site de l'ACPM. Création des 3 marques filles : ACPM Fréquentation, Diffusion, Audience et du nouveau logo de l'ACPM et son slogan «Tiers de confiance, Valeur des Médias »



Lancement de l'initiative « La Presse s'engage pour l'environnement ». Les familles de Presse s'unissent au sein d'une commission de l'ACPM afin d'agir ensemble face aux grands enjeux climatiques et environnementaux.

2022

2023

Sortie du livre blanc « La Presse s'engage pour l'environnement »



**ACPM**  
LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS

**ACPM**  
AUDIENCE

**ACPM**  
DIFFUSION

**ACPM**  
FRÉQUENTATION

**ACPM**

Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias

89, rue de Monceau - 75008 PARIS  
01 43 12 85 30 | [communique@acpm.fr](mailto:communique@acpm.fr)