

+ la Lettre

les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

Les médias les plus puissants sur le numérique

+ La fréquentation des sites a progressé de 33 % en 2020, avec 2,7 milliards de visites certifiées en moyenne tous les mois. Selon l'ACPM, qui certifie 800 sites et applis, 1500 radios et Web radios, et plus de 160 podcasts, « *l'année 2020, marquée par une crise sanitaire mondiale sans précédent, a cristallisé une tendance de fond : une consommation record des contenus numériques* ». Explications et classements par support.

Les sites du Figaro et de Ouest France à l'honneur

En mars dernier, les sites Internet et les applications contrôlés par l'ACPM ont enregistré un record avec pas moins de 3,8 milliards de visites, soit près du double de la fréquentation moyenne de mars 2019. « *Les sites d'actualités et d'information généraliste ont enregistré une progression moyenne de 37 % sur l'année, avec une forte attractivité mobile, précise-t-on à l'ACPM. 76 % des visites des sites proviennent en 2020 d'un terminal mobile* ».

Le Figaro s'impose comme le site média le plus puissant avec 160,6 millions de visites par mois (et un record à 225,8 millions en mars), devant trois concurrents très proches : le Monde (150,3 millions de visites mensuelles), Ouest France (149,9 millions de visites mensuelles) et FranceTVinfo (149,2 millions de visites mensuelles). Derrière, le classement fait apparaître BFM TV, Programme-tv.net, 20 minutes, le Parisien, Actu et l'Equipe. Autre indicateur, les cinq plus fortes progressions sont à mettre à l'actif de Ouest France, du Monde, de Programme-tv.net, du Figaro et de BFM TV.

Les applis de l'Equipe et de Télé loisirs très au-dessus du lot

La fréquentation des applis est encore supérieure à celle des sites, avec 3,3 milliards de visites mensuelles selon les chiffres communiqués par l'ACPM. Sur ce support, c'est l'Equipe qui arrive largement en tête du classement avec une moyenne de 85,3 millions de visites mensuelles, devant Télé loisirs (79,8 millions), le Monde (51,2 millions), le Figaro (33,4 millions) et la Chaîne météo (28,6 millions). La plus forte progression est à mettre à l'actif du Monde, devant BFM TV, France info, le Figaro et Ouest France.

L'écoute de l'audio en forte hausse

L'écoute de l'audio digital a également été fortement accélérée par la crise sanitaire et les confinements. Avec 145 millions d'écoutes actives en moyenne tous les mois, la diffusion digitale des radios a enregistré une croissance globale de 13 % par rapport à 2019. Dans ce domaine, France inter domine le classement, devant RMC, NRJ, France info, Nostalgie et Fip. « *Cette augmentation de la consommation audio a également bénéficié au podcast, ce format audio adapté à une écoute sélective des auditeurs qui, depuis le mois de juin 2020 ne cesse de progresser avec plus de 11 millions de téléchargements certifiés en France* », souligne l'ACPM.

Chloé Fournier

Replay

Le local et l'avenir de la presse au menu du salon la Presse au futur

+ Après un premier compte-rendu dans les Clés de la presse du 5 février, la rédaction revient sur le salon de la Presse au futur, dont la 14^{ème} édition s'est déroulée la semaine dernière dans un format 100 % digital. Parmi les diffé-

Nos offres d'emploi

Régie publicitaire presse cherche des commerciaux en région

Le premier réseau commercial en région recrute, dans le cadre de son développement, des commerciaux implantés en Auvergne-Rhône-Alpes, en Nouvelle Aquitaine, en Occitanie, en Bretagne, en Normandie, dans le Centre-Loire et en Paca. Ils commercialiseront des espaces publicitaires pour de grandes marques médias comme le Point, l'Equipe, Challenges, le Parisien ou le groupe Marie-Claire en presse grand public, ou pour les principaux éditeurs de presse professionnelle présents sur les secteurs agro-alimentaire, hôtellerie-restauration, tourisme, distribution, bâtiment...

En savoir + CV et lettre de motivation doivent être adressés à emploi@lesclesdelapresse.fr

Talents

Savina Blot-Dollfus est promue directrice de la stratégie et du développement du groupe Figaro.

Alexandre Koutchouk, membre du Conseil d'Etat, est nommé sous-directeur de la presse écrite et des métiers de l'information au service des médias de la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC).

Kaoutar Benazzi est promue chief programmatic officer du pôle média d'Havas group, avec des fonctions élargies à tout le périmètre média de l'agence.

Tatiana de Francqueville est promue directrice générale de la Tribune. Christophe Barbier, ancien directeur de la rédaction de l'Express, va rejoindre Radio J pour animer une