

Les Français plébiscitent la presse en ligne

Le confinement a confirmé une tendance lourde : les Français se tournent massivement vers la presse en ligne pour s'informer et se divertir. Le bilan de l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM) confirme cet appétit grandissant.

Entre juillet 2019 et fin juin 2020, la fréquentation des titres de presse en ligne grand public a explosé de 18,9%, alors que la progression s'était établie à une augmentation plus modeste de 3,5% sur la période 2018-2019. Sans aucun doute, il s'agit là d'une conséquence du confinement : les Français cloîtrés chez eux n'ont pu se rendre dans leurs kiosques de presse, qui de toute manière étaient fermés dans leur grande majorité. Il ne restait plus qu'à fréquenter les sites web de leurs journaux et magazines préférés ! Et c'est ce qu'ils ont fait massivement. Dix millions de visites supplémentaires par jour en moyenne ont ainsi été enregistrés sur un an par les sites et les applications de presse, toutes familles confondues selon l'ACPM.

La PQR tire son épingle du jeu

La presse quotidienne régionale est la grande gagnante de la période, avec une hausse de la fréquentation de ses sites web de 24,5%. La presse magazine suit derrière avec une progression très solide de 22,8%. Quant aux quotidiens nationaux, la croissance est plus modeste : +7,8%. Mais les grands titres ont opéré leur transition numérique plus tôt, le pli avait été pris en amont du reste de la presse. Durant la période 2019-2020, le processus de transition du papier vers le numérique a été accéléré de deux à trois ans, estime l'Alliance. Et cela se voit aussi sur le niveau des ventes.

Des ventes numériques en forte hausse

Entre juillet 2019 et février 2020, les ventes des titres physiques ont reculé de 2,5%. L'ACPM a préféré mettre de côté la période entre mars et juin, la publication des journaux et magazines ayant été erratique. La baisse des ventes physiques a été compensée par celles des versions numériques : +25,6%. Là encore, la presse quotidienne régionale est la grande bénéficiaire avec une hausse de 30,1% de ses ventes numériques, contre 27% pour les quotidiens régionaux et 22,8% pour la presse magazine. De juillet 2019 à juin 2020, la presse française s'est écoulée dans son ensemble à plus de 3 milliards d'exemplaires.