

## ACPM OJD 2015 -2016

### La Presse Payante Française : l'essor du numérique

Avec plus de 3,3 milliards d'exemplaires diffusés, la presse française présente une évolution de **-2%** par rapport à l'année 2015, ce qui représente une baisse de 67 millions d'exemplaires. Dans le même temps, les versions numériques de presse poursuivent leur progression à **+1,2%** vs 2015, soit + 174 millions de visites

supplémentaires pour atteindre le total de 14,2 milliards de visites. Cette croissance numérique se constate sur l'ensemble des familles de la presse française  
Les version PDF, de leur côté, gagnent 28 millions d'exemplaires soit +25%



L'analyse porte sur la période 2015-2016 comparée à l'année complète 2015. Par ailleurs l'évolution est calculée à périmètre constant de titres entre les deux vagues, reprenant ainsi pour une meilleure mise en relation les mêmes périmètres et modalités que ceux de l'étude One sur l'audience.

### Zoom versions PDF



4,2% de la DFP



### Zoom presse numérique **14,2 milliards de visites / +1,2%**

Sites fixes de presse

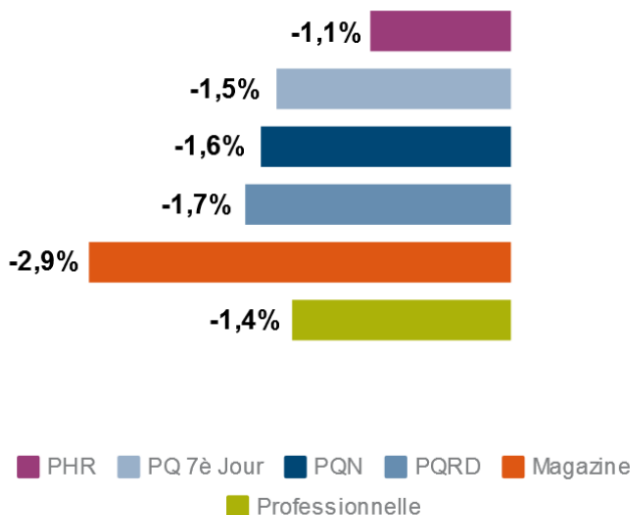


Sites mobiles et applis de presse

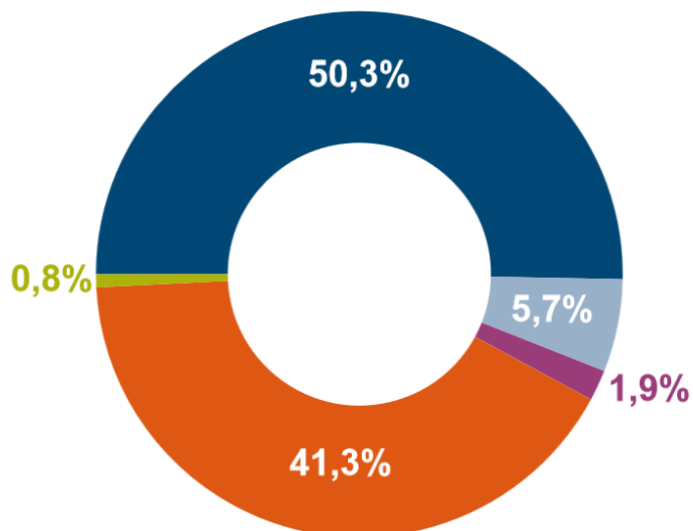


# REPARTITION PAR FAMILLE

Evolution par famille de Presse vs 2015



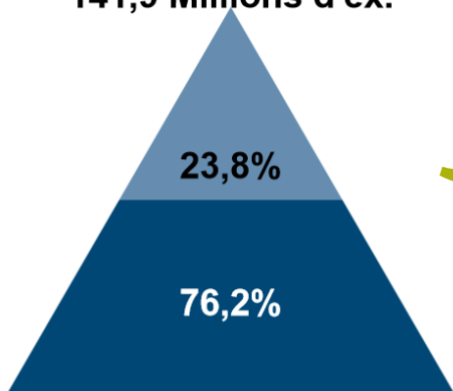
Part de Diffusion / famille



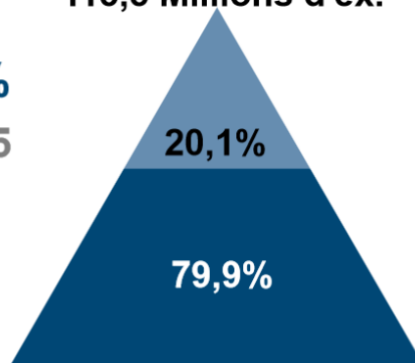
■ Presse Quotidienne(50.30%) ■ Presse Quotidienne du 7è Jour(5.70%) ■ Presse Hebdomadaire  
 ■ Presse Magazine(41.30%) ■ Presse Professionnelle(0.80%)

# VERSIONS NUMERIQUES

2015-2016  
 141,9 Millions d'ex.



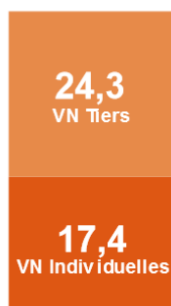
2015  
 113,5 Millions d'ex.



+25,0%  
 vs 2015

■ VN Individuelles ■ VN Tiers

■ VN Individuelles ■ VN Tiers



PQN

Presse Magazine

PQRD + PQ 7è

Presse Professionnelle

PHR

En millions d'exemplaires - 2015-2016

## 1- PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE



**-1,6%**  
vs 2015



**+23,3%**  
vs 2015

16,5% de la DFP

## 2- PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE ET DEPARTEMENTALE



**-1,7%**  
vs 2015



**+20,9%**  
vs 2015

2,2% de la DFP

## 3- PRESSE QUOTIDIENNE DU 7ème JOUR



**-1,5%**  
vs 2015



**+23,4%**  
vs 2015

3,8% de la DFP

## 4- PRESSE HEBDOMADAIRE REGIONALE



**-1,1%**  
vs 2015



**+15,7%**  
vs 2015

0,2% de la DFP

## 5 - PRESSE MAGAZINE



**-2,9%**  
vs 2015



**+31,5%**  
vs 2015

## 6 - PRESSE PROFESSIONNELLE



**-1,4%**  
vs 2015



**+4,0%**  
vs 2015



### A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a été créée en décembre 2015 suite à la fusion d'AudiPresse et de l'OJD.

Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composée des représentants de la presse magazine pour le SEPM, de la presse quotidienne nationale pour le SPQN, de la presse quotidienne régionale pour l'UPREG, de la presse gratuite d'information pour l'APGI, de la presse d'information spécialisée pour le FNPS, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM et des publishers hors presse papier.

La vocation de la direction Diffusion de l'ACPM est le contrôle de la diffusion et de la distribution de la presse ainsi que la certification de la fréquentation des sites et applis.

### Contact

Philippe Rincé, Directeur Général Diffusion, [philippe.rince@acpm.fr](mailto:philippe.rince@acpm.fr)  
Standard 01 43 12 85 30