

COMMUNIQUÉ SPÉCIAL ÉLECTIONS AMÉRICAINES

Paris, le 13 novembre 2024

MERCREDI 6 NOVEMBRE 2024

105 M

Visites totales

+32%

vs 5 mercredis
(02.10 au 30.10)

162

Marques d'Actualités
Information
(info géné, radios, télé)

Avec les élections américaines du 6 novembre, qui ont capté l'attention mondiale pour leurs enjeux politiques et économiques, **les Marques Numériques d'Actualités et d'Information en France** (info généraliste, radios, télé) ont enregistré une hausse de fréquentation notable : **plus de 105 millions de visites**, soit **+32 % par rapport aux cinq derniers jours normés** (du 2 au 30 octobre).

C'est une progression de **+3%** versus les élections américaines de 2020 (3 novembre).

TOP 50 DES MARQUES NUMÉRIQUES D'ACTUALITÉS ET D'INFORMATION LES PLUS VISITÉES LE MERCREDI 6 NOVEMBRE 2024, JOUR DES ÉLECTIONS

	Marques Numériques	VISITES TOTALES 	
		6 novembre 2024	ÉVOLUTION vs 5 mercredis (02.10 au 30.10)
1	 Le Monde	14 570 714	130%
2	 Franceinfo	12 365 137	60%
3	 Le Figaro	10 493 622	45%
4	 BFMTV	8 658 840	54%
5	 Ouest-France	6 177 604	0%
6	 Boursorama	4 805 782	15%
7	 20 Minutes	3 736 088	44%
8	 Actu.fr	3 674 964	-1%
9	 La Dépêche	2 915 199	9%
10	 Le Parisien	2 811 308	-5%
11	 L'Indépendant	2 268 664	16%
12	 Radio France	2 181 945	15%
13	 CNews	1 929 405	46%
14	 Sud Ouest	1 913 947	5%
15	 Libération	1 781 414	48%
16	 Midi Libre	1 465 410	-14%
17	 Ici par France Bleu et France 3	1 278 650	-14%
18	 Capital	1 225 768	26%
19	 France 24	1 182 573	97%
20	 Les Echos	1 170 532	20%

Marques Numériques

VISITES TOTALES

6 novembre 2024

ÉVOLUTION

vs 5 mercredis
(02.10 au 30.10)

21		Le Point	1 161 563	59%
22		Le HuffPost	1 134 622	51%
23		La Voix du Nord	984 110	4%
24		Le Dauphiné Libéré	966 281	-4%
25		Rfi	847 655	50%
26		Le Télégramme	777 859	6%
27		Nouvel Obs	707 562	43%
28		Le Progrès	679 446	-11%
29		France Inter	643 617	32%
30		Courrier International	542 882	75%
31		La Montagne	540 804	22%
32		L'Express	445 516	10%
33		Est Républicain	440 390	1%
34		Paris Match	434 079	4%
35		La Provence	411 008	13%
36		La Croix	384 520	157%
37		Europe 1	369 358	-15%
38		La Nouvelle République	350 897	-17%
39		Le JDD	347 863	60%
40		Charente Libre	311 091	-20%
41		Dna	301 763	19%
42		Nice Matin	296 360	-37%
43		Le Républicain Lorrain	294 026	12%
44		Marianne	284 737	22%
45		Humanité	257 881	23%
46		La République des Pyrénées	252 421	55%
47		Bien Public	250 219	10%
48		Le journal de Saône-et-Loire	240 913	7%
49		L'Union	221 451	-28%
50		Var Matin	220 486	5%

Source : ACPM - SITES & APPLIS - NOVEMBRE 2024



ACPM

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

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la Presse).

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

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

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

CONTACTS

PÔLE FRÉQUENTATION ACPM

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | frequentation@acpm.fr

89 rue de Monceau 75008 Paris