

# COMMUNIQUÉ SPÉCIAL JEUX OLYMPIQUES

Paris, le 2 août 2024

DU 26 AU 28 JUILLET 2024

**327 M**

Visites totales

**163**


























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

**+48%**

vs les JO de 2020\*

Les marques numériques d'Actualités et Information (info généraliste, radios, télé, sport) ont enregistré les **3 premiers jours** des JO plus de **327 millions de visites (+48%** vs les JO de 2020\* à périmètre constant).

## TOP 25 DES MARQUES NUMÉRIQUES D'ACTUALITÉS ET D'INFORMATION LES PLUS VISITÉES LES 3 PREMIERS JOURS DES JO 2024

	Marques Numériques	VISITES TOTALES  Total 3 premiers jours (26 au 28/07/2024)	ÉVOLUTION vs 3 jours (23 au 25/07/2021)
1	 L'Équipe	29 198 967	47%
2	 Franceinfo	28 803 247	64%
3	 Le Figaro	26 784 817	61%
4	 BFM TV	25 981 556	86%
5	 Le Monde	24 513 580	76%
6	 Ouest-France	21 331 227	19%
7	 Le Parisien	15 129 185	67%
8	 La Dépêche	11 172 389	144%
9	 20 Minutes	10 385 245	2%
10	 Actu.fr**	10 240 191	24%
11	 Midi Libre	8 495 555	184%
12	 Boursorama	8 195 538	197%
13	 Francetv***	6 840 602	367%
14	 L'Indépendant	6 076 687	219%
15	 Libération	5 873 781	115%
16	 Footmercato	5 811 796	-21%
17	 Le HuffPost	4 948 896	110%
18	 Sud Ouest	4 783 303	23%
19	 Ici par France Bleu et France 3	4 605 129	45%
20	 Radio France	4 311 611	261%
21	 C News	4 208 089	NC*
22	 Le Dauphiné Libéré	3 677 897	25%
23	 Le Point	3 059 113	-25%
24	 Les Echos	2 894 422	14%
25	 Sports.fr	2 862 372	NC*

\*Non certifiée sur la période précédente

\*\*Seuls les sites sont contrôlés par l'ACPM

\*\*\*Seules les applications sont contrôlées par l'ACPM

Source : ACPM - SITES & APPLIS - JUILLET 2024

VENDREDI 26 JUILLET

109 M

Visites totales

163


























Marques d'Actualités  
Information  
(info généré, radios, télé, sport)

+42%

vs les JO de 2020\*

Les marques numériques d'Actualités et Information ont enregistré le vendredi 26 juillet plus de **109 millions de visites**, suite à la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Paris 2024. Soit une évolution de **+42%** vs les JO de 2020\* (23/07/2021) à périmètre constant.

## TOP 25 DES MARQUES NUMÉRIQUES D'ACTUALITÉS ET D'INFORMATION LES PLUS VISITÉES LE 26 JUILLET 2024 - JOUR DE LA CÉRÉMONIE D'OUVERTURE

	Marques Numériques	VISITES TOTALES 26 juillet 2024	ÉVOLUTION vs JO 2020 (23/07/2021)
1	 Franceinfo	10 096 627	53%
2	 Le Figaro	9 294 349	45%
3	 Le Monde	9 038 724	88%
4	 BFMTV	9 006 610	76%
5	 L'Équipe	6 735 202	38%
6	 Ouest-France	6 516 897	2%
7	 La Dépêche	4 505 546	147%
8	 Actu.fr**	3 830 895	42%
9	 Boursorama	3 691 580	143%
10	 20 Minutes	3 419 841	-7%
11	 Midi Libre	2 626 400	141%
12	 Footmercato	2 022 957	-19%
13	 Sud Ouest	1 926 484	43%
14	 L'Indépendant	1 902 356	230%
15	 Libération	1 860 223	97%
16	 Ici par France Bleu et France 3	1 752 933	50%
17	 Radio France	1 598 466	282%
18	 CNews	1 571 380	NC*
19	 Le Dauphiné Libéré	1 451 148	50%
20	 Francetv***	1 441 868	230%
21	 Les Echos	1 439 804	89%
22	 Le HuffPost	1 164 172	44%
23	 Le Point	1 119 872	-14%
24	 France 24	976 900	79%
25	 Le Télégramme	890 470	19%

\*Non certifiée sur la période précédente

\*\*Seuls les sites sont contrôlés par l'ACPM

\*\*\*Seules les applications sont contrôlées par l'ACPM

Source : ACPM - SITES & APPLIS - JUILLET 2024



**663 M**



























Visites totales

**163**Marques d'Actualités  
Information  
(info géné., radios, télé, sport)**+43%**

vs les JO de 2020\*

Les marques numériques d'Actualités et Information ont enregistré les **6 premiers jours** des JO plus de **663 millions de visites** (+43% vs les JO de 2020\* à périmètre constant).

## TOP 25 DES MARQUES NUMÉRIQUES D'ACTUALITÉS ET D'INFORMATION LES PLUS VISITÉES LES 6 PREMIERS JOURS DES JO 2024

	Marques Numériques	VISITES TOTALES  Total 6 premiers jours (26 au 31/07/2024)	ÉVOLUTION vs 6 jours (23 au 28/07/2021)
1	 L'Équipe	62 095 283	43%
2	 Franceinfo	57 235 058	52%
3	 Le Figaro	54 696 193	61%
4	 BFMTV	49 963 907	74%
5	 Le Monde	49 784 327	64%
6	 Ouest-France	42 063 973	23%
7	 Le Parisien	28 981 421	54%
8	 actu.fr**	21 221 685	26%
9	 Boursorama	20 324 513	166%
10	 La Dépêche	20 177 869	116%
11	 20 Minutes	19 640 313	-9%
12	 Midi Libre	18 221 994	169%
13	 Francetv***	14 522 916	344%
14	 L'Indépendant	13 848 556	245%
15	 Footmercato	11 903 769	-22%
16	 Libération	10 477 078	101%
17	 Ici par France Bleu et France 3	9 668 386	50%
18	 Sud Ouest	9 627 369	14%
19	 CNews	9 186 658	NC*
20	 Radio France	8 901 682	257%
21	 Le HuffPost	8 509 409	48%
22	 Le Dauphiné Libéré	6 736 609	14%
23	 Les Echos	6 342 967	4%
24	 Sports.fr	5 934 949	NC*
25	 Le Point	5 795 157	-18%

\*Non certifiée sur la période précédente

\*\*Seuls les sites sont contrôlés par l'ACPM

\*\*\*Seules les applications sont contrôlées par l'ACPM

Source : ACPM - SITES &amp; APPLIS - JUILLET 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](http://acpm.fr) | 01.43.12.85.30 | [frequentation@acpm.fr](mailto:frequentation@acpm.fr)

89 rue de Monceau 75008 Paris