

APIG x COSAVOSTRA

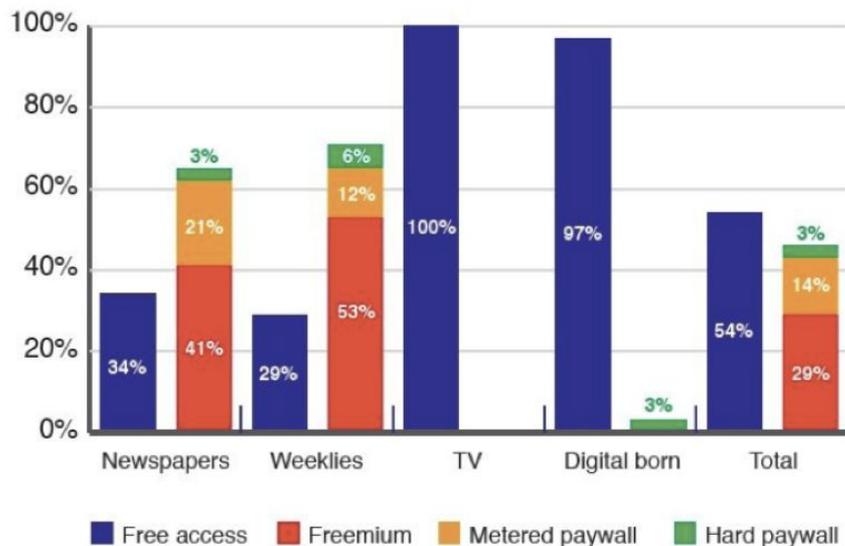
# La face cachée des abonnements numériques

22/09/2022

# Quelques chiffres sur les abonnements en France<sup>01</sup>



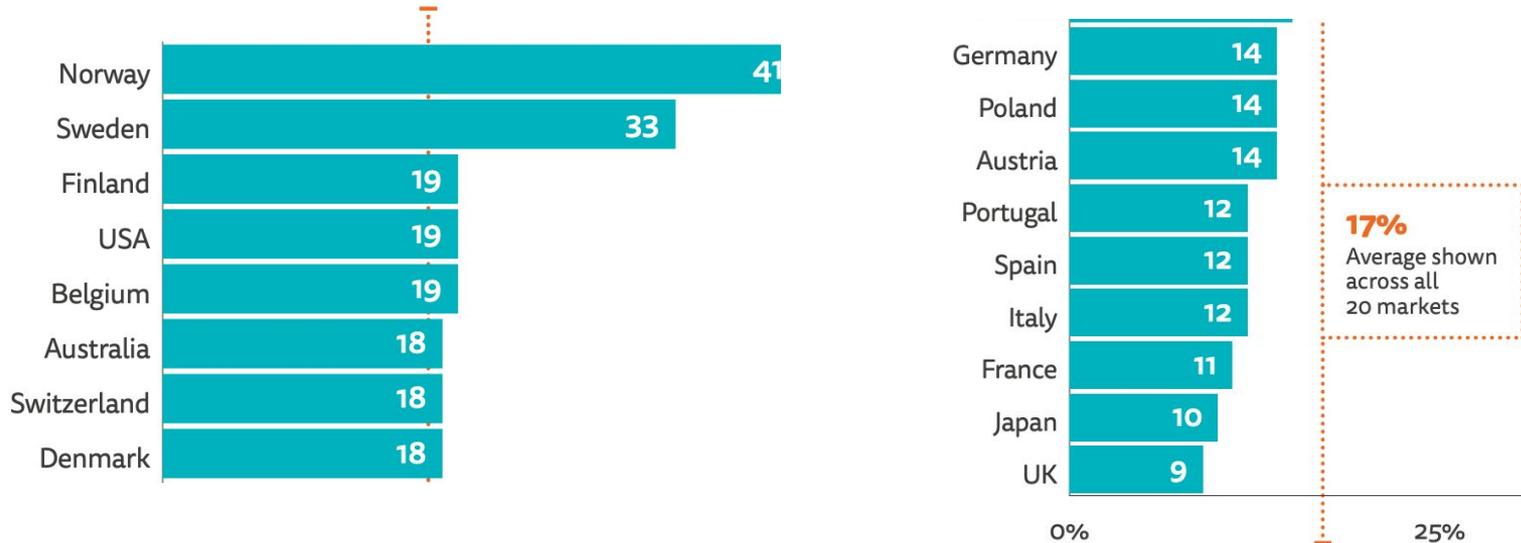
## Plus de 95% de la presse est passée sur un modèle payant ou mixte



Reuters Digital news Report 2021

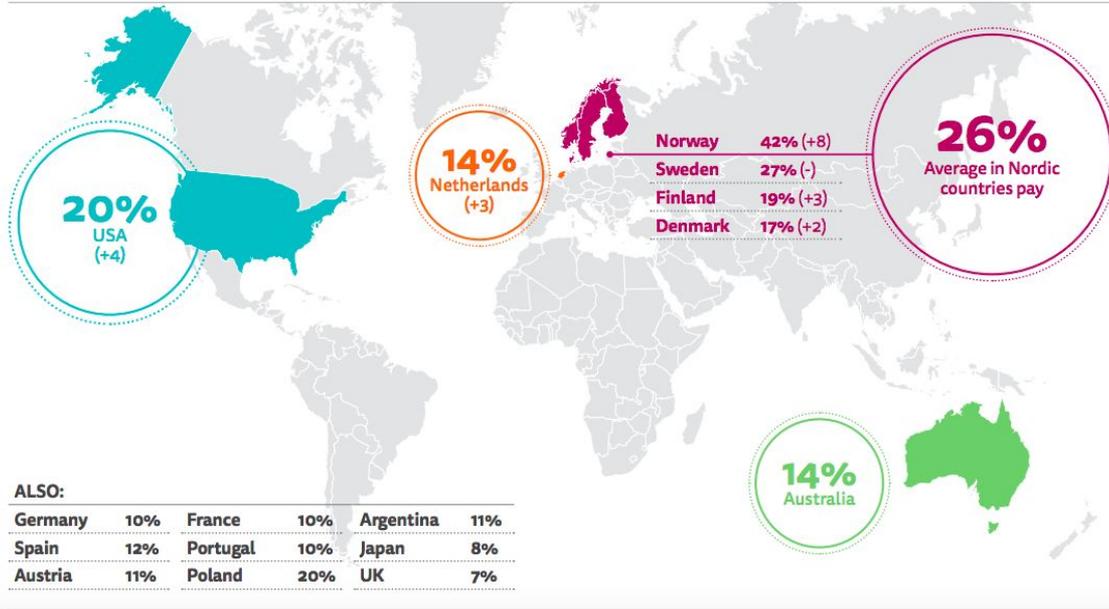
La France se distingue de ses autres homologues européens pour avoir une proportion particulièrement élevée [de titres payants ou freemium](#) (65% pour la moyenne en Europe sur les 171 journaux étudiés par le Reuters Institute)

## En 2022, 11% des Français ont payé\* pour de l'information en ligne



\*Abonnements, donations, membership, achat à l'unité...  
Reuters Digital news Report 2022

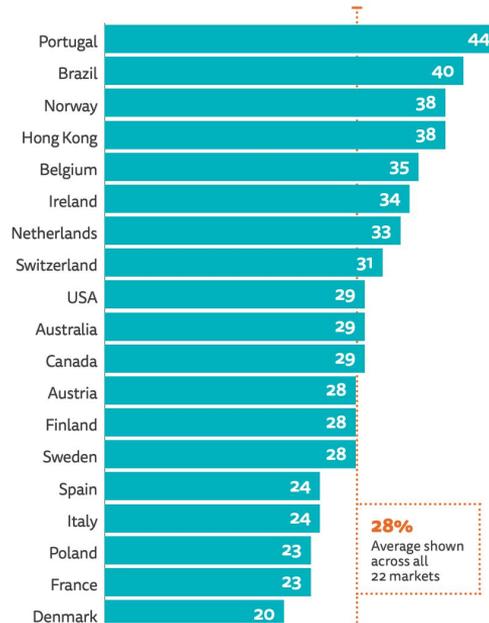
## Légère augmentation versus 2020 (+1 point - de 10 à 11%)



Reuters Digital news Report 2020

# 23% des internautes français étaient enregistrés à un site d'actu en 2021

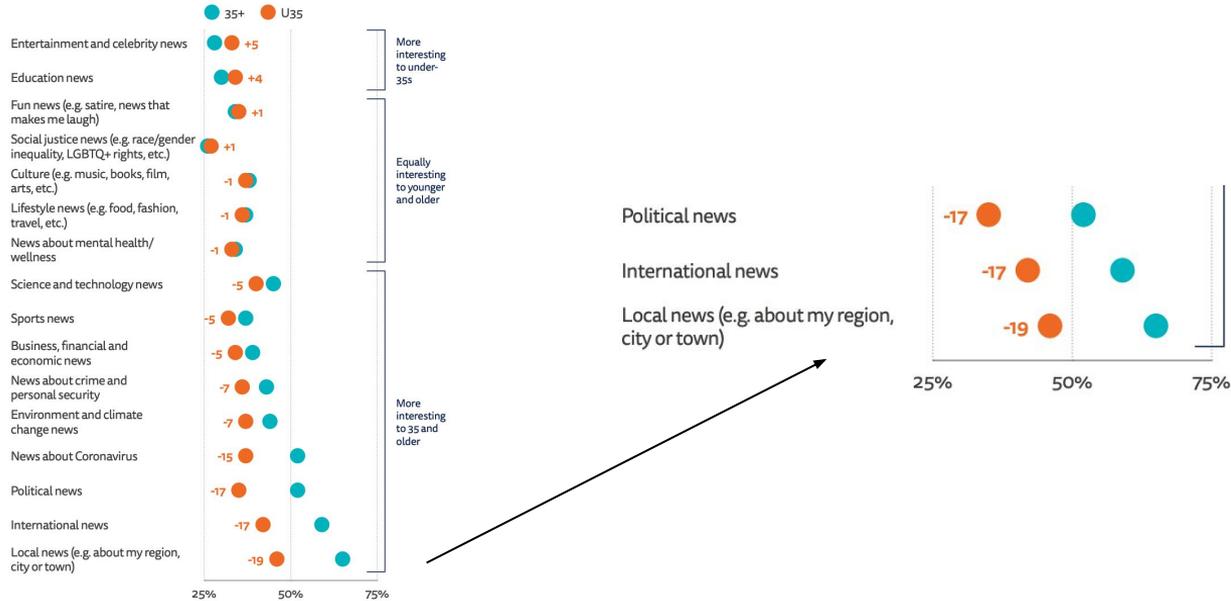
PROPORTION WHO REGISTERED FOR A NEWS SITE IN THE LAST YEAR - SELECTED MARKETS



# L'info locale est un sujet d'intérêt dominant, tous âges et pays confondus

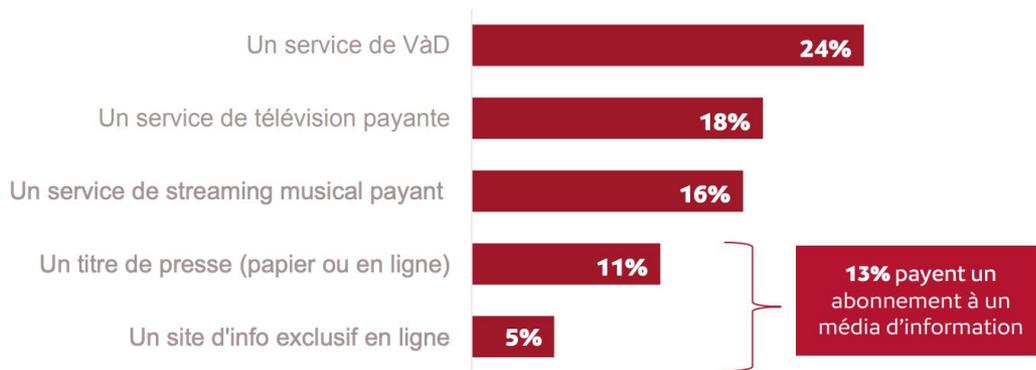
(mais surtout chez les plus de 35 ans)

PROPORTION WHO SAY THEY ARE INTERESTED IN EACH NEWS TOPIC - BY AGE - ALL MARKETS



## Peu de jeunes paient pour s'informer

Pourcentage des 15-34 ans payant un abonnement à une offre média

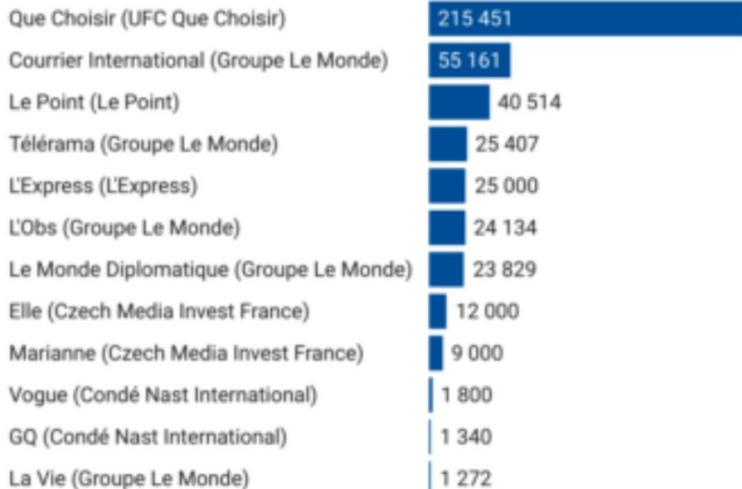


Les internautes de 15-34 ans s'abonnent en priorité à des offres culturelles (services de SVOD, de TV payante, ou encore de streaming musical). Les dépenses pour l'information – papier ou en ligne – restent secondaires.

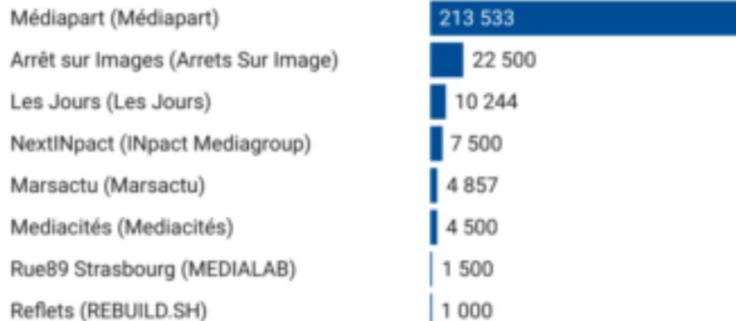
selon le [rapport Médiamétrie d'octobre 2019](#)).

# Le nombre d'abonnés de la presse magazine, des pure players (mars 2022)

## Magazine & Hebdo

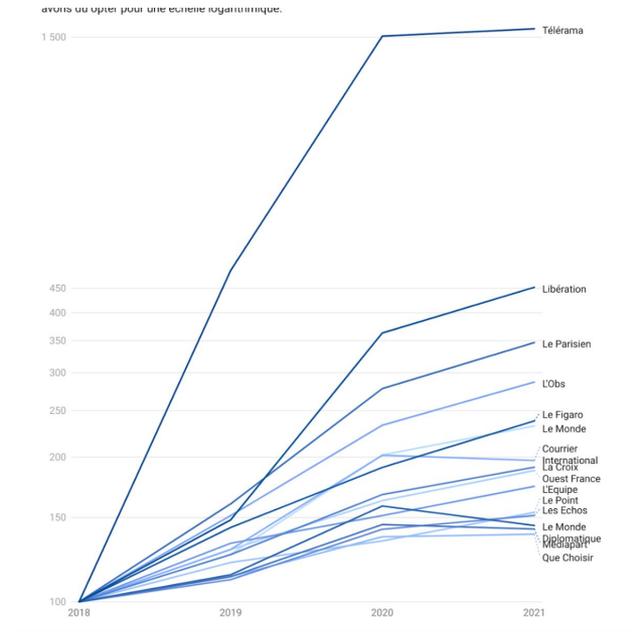


## Pure player



Mind - 29 mars 2022

# Ralentissement de la croissance des abonnements numériques



Mind - 29 mars 2022

02

# Etat des lieux de la presse régionale et locale



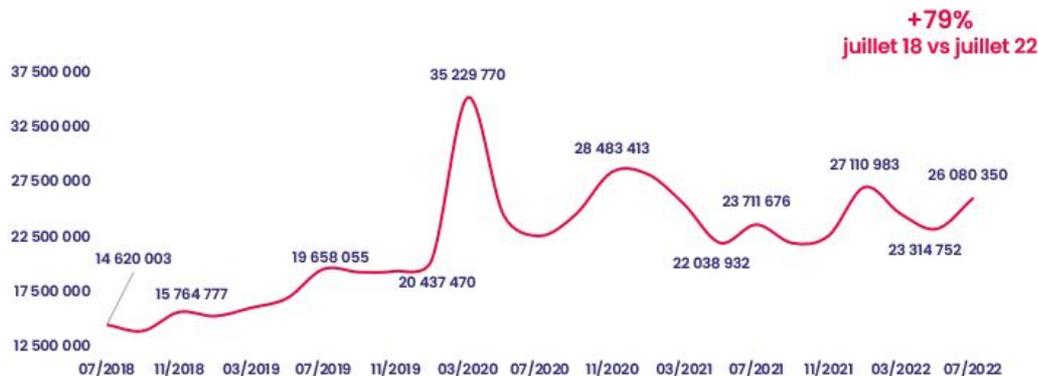
# Une audience numérique essentielle pour convertir



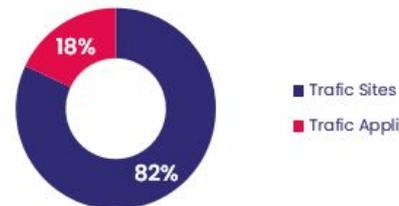
En 4 ans, le trafic des sites et applis de presse locale a augmenté de 79%.

La part du trafic de l'app baisse du fait de l'augmentation du trafic des sites mobiles (+142%)

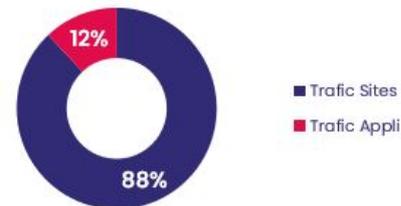
Evolution du trafic des sites et applis depuis 2018 (moyenne par jour)



Part du trafic de l'appli  
1<sup>er</sup> semestre 2018



Part du trafic de l'appli  
1<sup>er</sup> semestre 2022

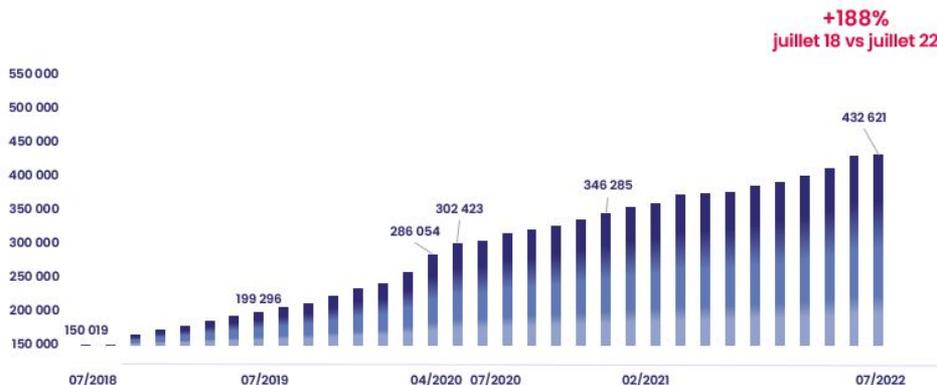


# Une progression continue des abonnements numériques

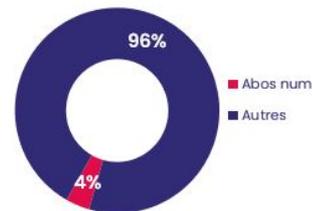


Depuis 4 ans, les abonnements numériques de la PQRD progressent de manière continue. On constate un pic lors des confinements qui montre l'intérêt de l'information de qualité.

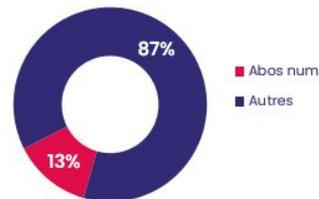
Evolution des abonnements numériques depuis 2018 (Moyenne par jour)



Part des abos numériques en juillet 18



Part des abos numériques en juillet 22



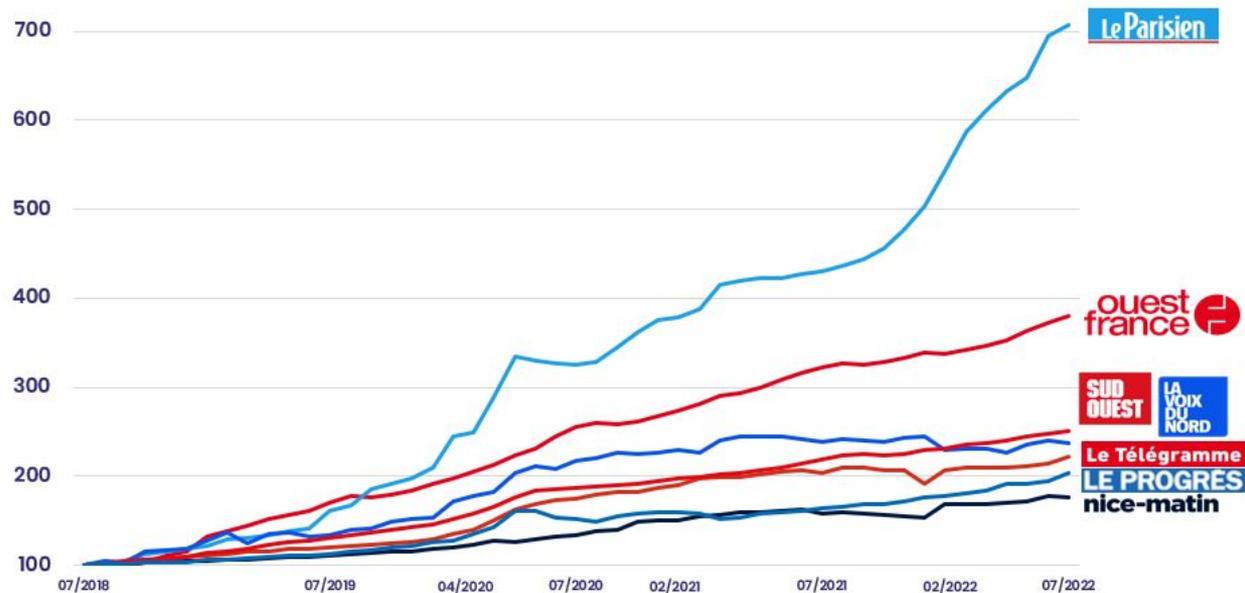
Source : ACPM DSH 2018-2022, Panel Alliance juillet 2022 – Moyenne de diffusion // \*Evolution Juillet 2018-Juillet 2022

# Des indicateurs différents de performance



Les plus fortes évolutions du nombre d'abonnés numériques depuis 2018

Base 100 en juillet 2018



Source : ACPM 2018-2022, Panel Alliance juillet 2022 – Moyenne de diffusion sans neutralisation

# Un poids de plus en plus important en presse locale

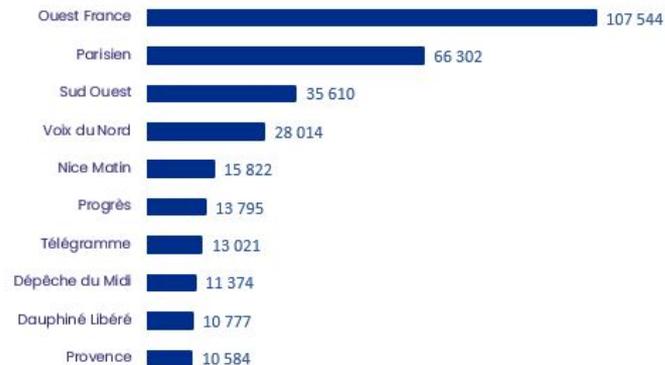


Pour 10 titres, la part des abonnés numériques dans la diffusion est supérieure à 13%.

## La part des abonnés numériques dans la diffusion

Le Parisien	37,5%
Ouest France	17,6%
Sud Ouest	17,0%
Nice Matin	16,6%
La Voix du Nord	16,1%
La Provence	15,2%
Le Bien Public	15,1%
Centre Presse Aveyron	14,5%
L'Indépendant	13,9%
Le Petit Bleu	13,3%

## Les plus forts volumes d'abonnés numériques



Source : Panel Alliance juillet 2022 – moyenne par parution des abos numériques individuels - 47 titres

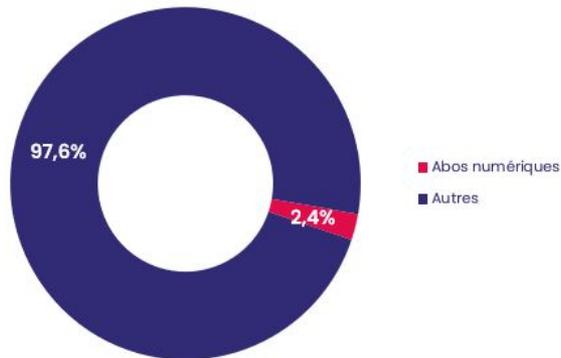
# L'abonnement numérique cherche sa valeur



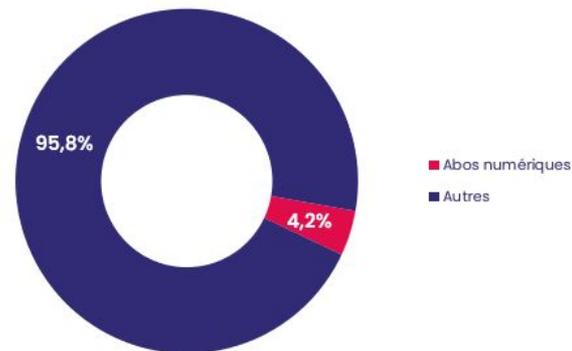
Si les abonnés numériques progressent, leur part dans le chiffre d'affaires des entreprises reste encore faible. Les abonnements papier restent une source de revenus essentielle.

Part des abos et ventes numériques dans le chiffre d'affaires ventes des éditeurs

CA PQRD 2018



CA PQRD 2021



Panel Alliance 2021 / Alliance 2018 – 38 titres



*L'agence tech et créative*

**Cyrille Frank :** [cyrille@cosavostra.com](mailto:cyrille@cosavostra.com) / [cyceron sur Twitter](#)

**La newsletter *Mediarama* :** [newsletter.mediarama.io](https://newsletter.mediarama.io)

**L'agence tech et créative :** [cosavostra.com](https://cosavostra.com)