

# One Global 2017 : la presse TV maintient son leadership

**Jeudi 14 septembre, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias publiait la 3<sup>ème</sup> vague 2017 des résultats d'audience sur les lectures print et numériques des marques de presse. Toujours soutenue par ses supports numériques et malgré un déclin global des ventes, la presse TV demeure populaire. NPA Conseil s'intéresse aux mutations du genre à travers les enseignements clés de l'étude.**

## **La presse hebdomadaire TV print demeure le principal relais de la communication TV**

Si globalement la presse magazine connaît un retrait continu, les publications TV possèdent toujours la plus forte audience. 6 titres presse TV figurent dans le top 10 des magazines print sur la saison 2016-2017. *TV Magazine* (diffusé gratuitement le week-end avec la presse quotidienne régionale) reste le grand leader des titres de presse magazine sur 2016-2017 malgré un recul de 4,77%, à 4,6 millions de tirages en moyenne par mois. *Télé 7 jours* et *Télé Z* s'affichent au-dessus du million.

## Top 10 des magazines print toutes thématiques confondues

	Titre	Périodicité	Diffusion France payée	Évolution
1	TV Magazine	Hebdomadaire	4 600 058	-4,77%
2	Version Fémina	Hebdomadaire	2 726 186	-4,85%
3	Télé 7 Jours	Hebdomadaire	1 095 949	-4,53%
4	Télé Z	Hebdomadaire	1 054 106	-6,64%
5	Dossier Familial	Mensuel	970 883	1,14%
6	Famille et Education	Bimestriel	887 508	1,55%
7	Télé Star	Hebdomadaire	796 648	-2,74%
8	Télé 2 Semaines	Bimensuel	768 905	-3,42%
9	TV Grandes Chaînes	Bimensuel	755 857	-5,24%
10	Notre Temps	Mensuel	746 072	-1,44%

Source : [ACPM](#)

## Classement global des magazines TV

	Titre	Tirages print	Diffusion France payée	Évolution
1	TV Magazine	5 409 155	4 600 058	-4,77%
2	Télé 7 Jours	1 206 352	1 095 949	-4,53%
3	Télé Z	1 237 688	1 054 106	-6,64%
4	Télé Star	1 001 370	796 648	-2,74%
5	Télé 2 Semaines	902 915	768 905	-3,42%
6	TV Grandes Chaînes	884 326	755 857	-5,24%
7	Télé Loisirs	809 833	704 501	-7,87%
8	Télérama	579 985	531 499	-4,47%
9	Télécom Sat Hebdo	578 290	482 948	-4,29%
10	Télé Poche	469 506	391 553	-3,61%
11	Télé Magazine	276 085	151 121	-13,57%

Source : [ACPM](#)

## Le numérique au secours du print

Sur le web, les quotidiens affichent toujours un poids prépondérant (*L'Équipe*, *Le Monde*, *Le Figaro*). Le recul de la diffusion de la presse papier est tempéré par la forte croissance des versions numériques. Alors que *Télé Loisirs* affiche un recul de près de 8% en presse print, son application est toujours la première dans le domaine des médias avec davantage de visites que celles du *Monde* ou du *Figaro* (+57,3% en août 2017 vs août 2016). Son rôle de référence est lié à la consultation des grilles de programmes.

## Fréquentation des sites médias (visites en millions) août 2017 vs août 2016

	Site	Visites totales	Évolution
1	L'Equipe.fr	107 452 934	-7,43%
2	LeFigaro.fr	97 797 476	24,88%
3	LeMonde.fr	91 982 466	2,05%
4	Bfmtv.com	82 707 537	36,30%
5	Franceinfo.fr	68 546 562	n.c
6	Tele-Loisirs.fr	67 670 125	2,72%
7	20minutes.fr	65 748 225	17,52%
8	LeParisien.fr	44 932 909	0,14%
9	Ouest-france.fr	43 809 694	59,99%
10	Huffingtonpost.fr	41 297 954	73,54%

Source : [ACPM](#)

À titre de comparaison, tous sites confondus, Orange.fr arrive en tête avec 287 millions de visites soit un recul de 4%.

## Fréquentation des applications médias (visites en millions) août 2017 vs août 2016

	Application	Visites totales	Évolution
1	Tele-Loisirs.fr	81 927 246	57,30%
2	Le Monde	34 103 295	-11,08%
3	LeFigaro.fr	30 620 241	13,68%
4	20minutes.fr	22 390 176	-14,55%
5	Le Parisien	15 821 879	-33,60%
6	FranceInfo	13 735 943	n.c
7	BFM TV	12 836 732	25,23%
8	Tele 7	12 621 633	-13,88%
9	LePoint.fr	10 021 006	-15,35%
10	Lexpress.fr	9 117 017	14,61%

Source : [ACPM](#)

À titre de comparaison, toutes applications confondues, l'Équipe arrive en tête avec 118 millions de visites totales soit une progression de 25%.

## Quelles évolutions éditoriales ?

**Sur le print**, les titres intègrent désormais quasi systématiquement les nouveaux usages : SVOD, VOD, Replay. On peut ainsi profiter d'une pleine page dans *Télé Loisirs* et *TéléStar*, *Télé Z* ou *TV Magazine* et au sein des pages « sélection ». **Sur le web**, les rédactions tendent de plus en plus à diversifier leurs contenus en proposant aux internautes du contenu spécifique adapté au support. Le site de *Télé Star* a ainsi inauguré en février une web-série dans laquelle le medium Bruno part à la rencontre de personnalités afin de les interviewer, visible notamment sur Dailymotion et YouTube ainsi que sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, depuis la rentrée, «Le Buzz TV» de *TV Magazine* devient une émission média quotidienne de 24 minutes, diffusée en direct sur Figaro Live du lundi au vendredi à 10h34, centrée sur l'interview d'une personnalité du PAF et présentée par Philippe Larroque, Directeur de la rédaction de *TV Magazine*, et Nicolas Vollaire, rédacteur en chef. Elle enrichit son volet magazine avec une rubrique média qui rebondit sur l'actu TV du jour et les audiences des chaînes de la veille. Enfin, les sites web spécialisés TV n'hésitent pas à s'emparer d'événements propres aux chaînes pour adapter leurs lignes éditoriales. C'est ainsi que *20 minutes* a réalisé une vidéo sur « Les 30 génériques qui ont marqué M6 » ou encore *Télé Loisirs* a concocté un quiz à destination des animateurs au moment des 30 ans du groupe.