

Résultats ACPM – DDM octobre 2020

Grâce à la forte croissance de ses abonnements numériques, Le Parisien stabilise sa diffusion

Selon les chiffres publiés aujourd'hui par l'ACPM, la tendance de la Diffusion France Payée du Parisien est redevenue positive en octobre. Les abonnements numériques compensent l'érosion structurelle de la diffusion papier.

En octobre dernier, la Diffusion France Payée du Parisien comptabilisait 189.449 exemplaires, soit une hausse de +0,2% par rapport au mois d'octobre 2019. Elle profite de la dynamique des abonnements numériques dont le portefeuille **aura doublé d'ici la fin de l'année**, en l'espace d'un an seulement, multiplié par 6 depuis deux ans.

Le Parisien récolte ainsi les premiers fruits de sa stratégie numérique mise en œuvre ces deux dernières années :

- Sur le plan éditorial, développement des contenus premium à valeur ajoutée : information locale, enquêtes, récits, portraits...
- Refonte des produits numériques dont la nouvelle application mobile qui a été la plus téléchargée des applications d'actualité depuis son lancement l'été dernier ; elle permet de recruter la moitié des nouveaux abonnés numériques au Parisien.
- Extension de l'offre de newsletters qui enregistrent à date 1 million d'inscrits et qui contribuent à la fidélisation des abonnés.

Dans les prochaines semaines, cette stratégie sera amplifiée avec le déploiement du nouveau projet éditorial #LeParisien200000.

CONTACTS PRESSE

Direction de la communication : Agnès Clowez - 06.12.09.55.46, aclowez@lesechosleparisien.fr
Agence KBZ : Sandra Tricot, 06.65.85.85.65 - stricot@kbzcorporate.com