

Municipales 2026 : 514 millions de visites sur les marques numériques d'actualités et d'information

À l'occasion des deux tours des élections municipales, les sites et applications d'actualité ont enregistré plus de 514 millions de visites sur les journées des 15-16 mars et 22-23 mars 2026, dont 283 millions lors du premier tour et 231 millions lors du second.

Ces niveaux de fréquentation confirment le rôle central des marques médias dans l'accès à l'information politique, devenues un réflexe pour les Français lors des grands rendez-vous démocratiques. À périmètre constant, les données certifiées par l'ACPM mettent en évidence une dynamique plus soutenue qu'en 2020, traduisant un intérêt renforcé pour l'actualité, tant locale que nationale.

Les Français massivement connectés au moment des résultats

Les sites et applications d'actualité ont enregistré **514 millions de visites** rien que sur les journées des 15-16 mars et 22-23 mars, soit **+21,5 %** par rapport aux élections municipales de 2020 (à périmètre constant).

Les pics de consultation se concentrent au moment des résultats : **plus de 40 % du trafic entre 20h et 23h lors du premier tour**, et **38 % entre 20h et 23h** au second tour, confirmant un fort réflexe d'information en temps réel.

Pour Sébastien Manaches, directeur de la fréquentation de l'ACPM :

"Plus de 155 000 contenus ont accompagné les Français tout au long des deux tours des municipales, avec un record absolu de fréquentation, dépassant celui de 2025. Des chiffres qui confirment le rôle toujours plus central des marques médias certifiées comme sources d'information fiables et réactives. Dans ce contexte exigeant, la certification ACPM garantit la transparence et la fiabilité des audiences."

514
millions

de visites totales
du 15 au 16 mars 2026 &
du 22 au 23 mars 2026

+21,5%

vs élections municipales 2020
du 15&16 mars
& du 28 & 29 juin 2020

La presse régionale concentre plus d'un tiers des visites

Le scrutin 2026 s'est distingué par une forte dynamique dès le premier tour dans les territoires : sur les 34 875 communes françaises, près de 32 000 ont élu leur maire dès ce premier rendez-vous dans les urnes, soit 94 % des maires désignés (source : Vie-publique.fr).

Cette dynamique locale se reflète directement dans les usages d'information : **les marques numériques de presse en région (PQR et PHR) concentrent à elles seules 38 % des visites** et confirment leur rôle central dans l'accès à une information de proximité pour les Français.

Temps fort

Top 30 des visites des marques numériques pendant les élections municipales de 2026

Marques Numériques		VISITES TOTALES 1er & 2nd Tours*	VISITES TOTALES 1er Tour*	VISITES TOTALES 2nd Tour*
1	 Le Monde	62 812 656	36 106 486	26 706 170
2	 Franceinfo	55 310 533	31 579 187	23 731 346
3	 Ouest France	40 065 010	22 656 313	17 408 697
4	 Le Figaro	38 350 436	18 716 810	19 633 626
5	 BFMTV	36 129 278	19 192 682	16 936 596
6	 20Minutes	24 452 684	13 491 683	10 961 001
7	 ici	22 082 310	13 752 039	8 330 271
8	 actu.fr	20 285 914	11 631 608	8 654 306
9	 Le Parisien	19 565 383	9 894 811	9 670 572
10	 Boursorama	17 914 144	8 786 769	9 127 375
11	 Le Télégramme	15 507 995	11 305 580	4 202 415
12	 Sud Ouest	10 910 343	6 015 941	4 894 402
13	 La Depeche	10 877 063	5 340 567	5 536 496
14	 Libération	9 493 290	5 116 108	4 377 182
15	 Midi libre	7 528 944	4 043 535	3 485 409
16	 Le Dauphiné	6 935 179	3 572 390	3 362 789
17	 La Montagne	6 203 755	3 653 343	2 550 412
18	 LeHuffPost	6 019 255	3 229 714	2 789 541
19	 CNews	5 864 524	2 997 387	2 867 137
20	 Le Progrès	5 412 691	2 678 681	2 734 010
21	 Les Echos	5 112 160	2 501 132	2 611 028
22	 Paris Match	5 094 671	2 501 321	2 593 350
23	 L'Indépendant	4 140 900	1 778 771	2 362 129
24	 La Provence	4 005 022	2 025 633	1 979 389
25	 La Voix du Nord	3 852 313	2 134 855	1 717 458
26	 La Nouvelle République	3 450 333	1 811 920	1 638 413
27	 France24	3 272 581	1 652 216	1 620 365
28	 Mesinfos	3 109 130	2 283 414	825 716
29	 Nice matin	2 658 270	1 503 419	1 154 851
30	 Est Républicain	2 654 332	1 373 679	1 280 653

*Légende :

- 1er & 2nd Tours : cumul des visites sur les 4 jours (15, 16, 22 & 23 mars)
- 1er Tour : visites cumulées du 15 & 16 mars
- 2nd Tour : visites cumulées du 22 & 23 mars



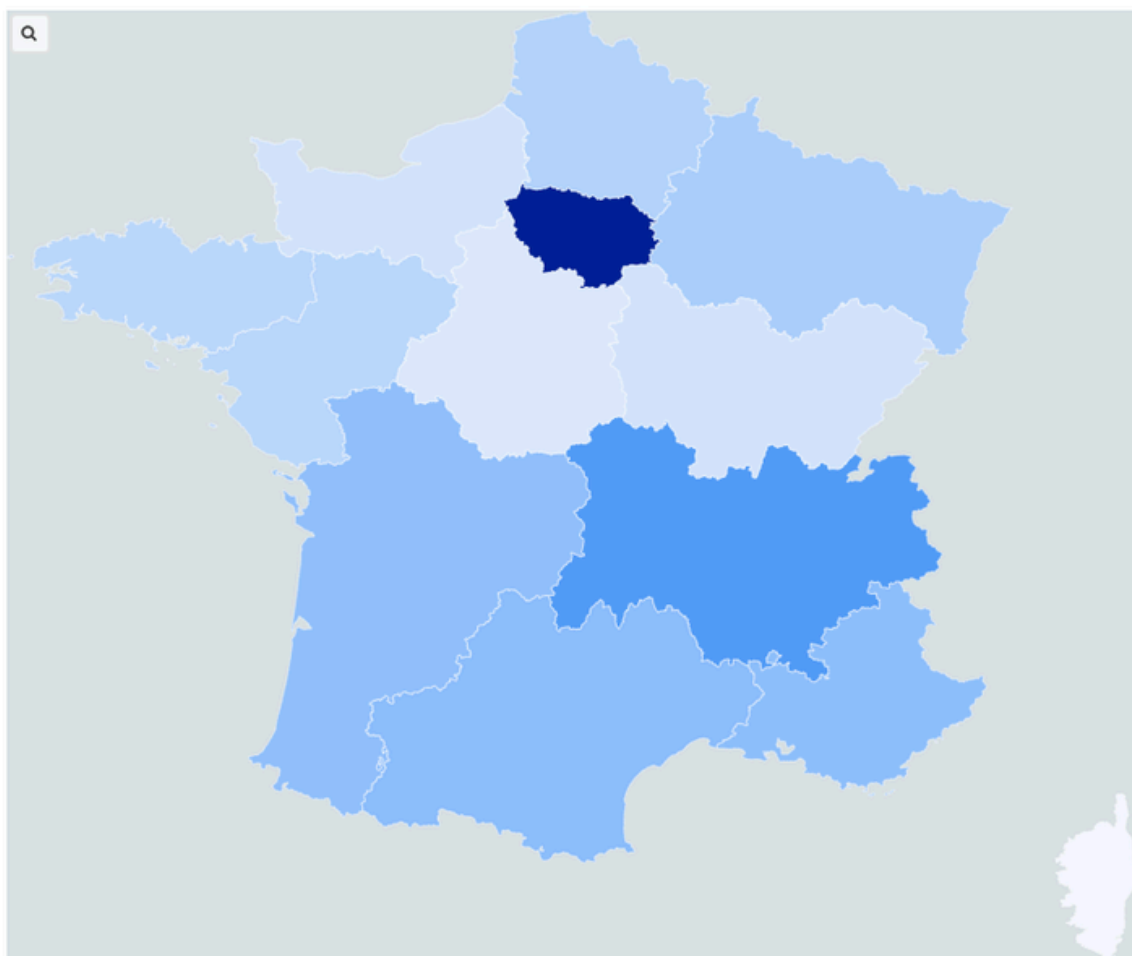
Les tendances de recherche clés des municipales 2026



Source ACPM Site : Sur l'ensemble des 160 marques numériques (Sites uniquement)
Nombre de visites générées par la présence du mot clé dans l'URL

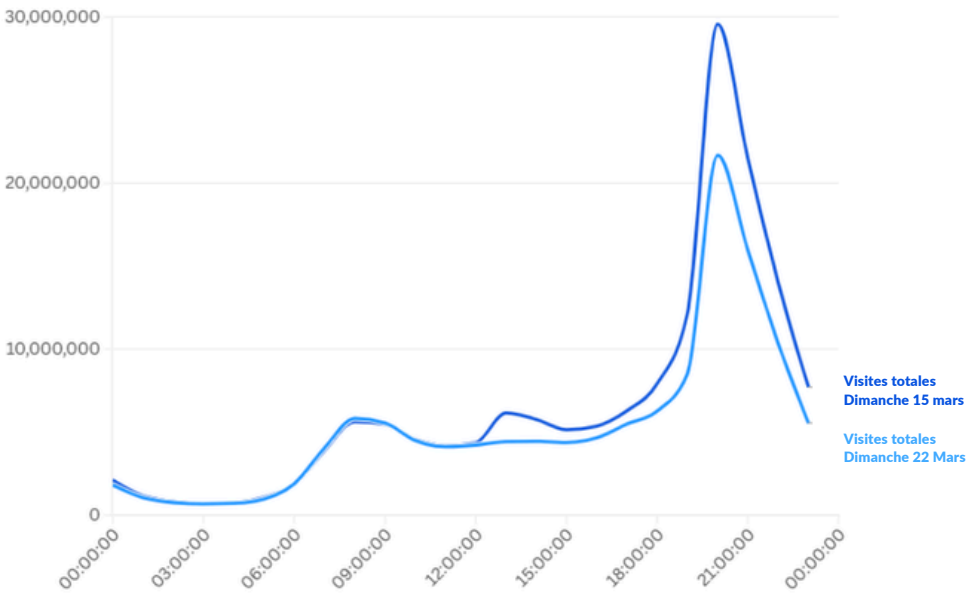
Répartition des visites par région lors des deux tours des élections municipales en France métropolitaine

1 543 985 109 740 378

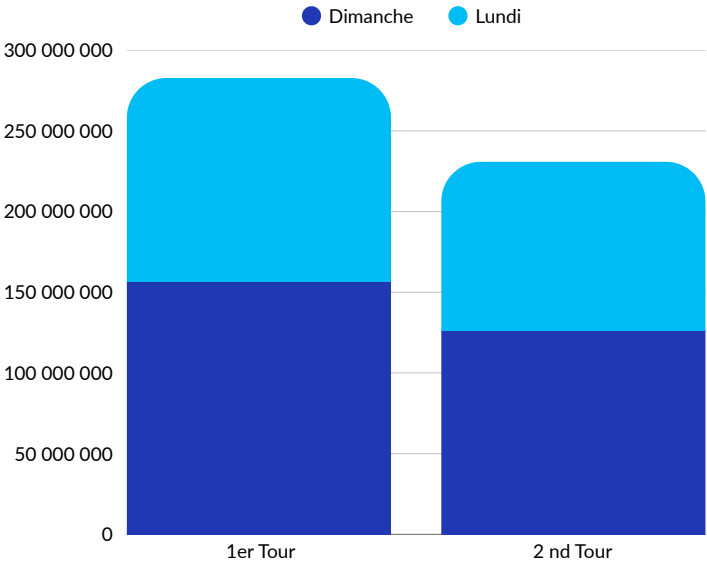


Temps fort

Évolution horaire des visites lors des journées des dimanches 15 et 22 mars 2026 à l'occasion des élections municipales en France :



Évolution des visites entre les deux tours des élections municipales de 2026 en France (dimanches et lundis) :



PÉRIMÈTRE & DÉFINITIONS

Seuls les adhérents à jour de leurs cotisations 2025 sont présents dans les classements.

Point de vigilance : des évolutions à interpréter au regard du contexte exceptionnel des municipales 2020 (COVID-19) : 1er tour le 15 mars 2020 et 2nd tour le 28 juin 2020 sur les supports site fixe, site mobile & site amp.

Périmètre des supports sélectionnés :

Marques numériques de la thématique Actualités / Information Généraliste sans la sous thématique Presse Professionnelle ainsi que les cinq marques numériques suivantes de la thématique Economie / Finance Juridique : Les Echos, Boursorama, La Tribune, Capital & Challenges.

Périmètre constant : présence du support dans les classements des 2 périodes comparées.

Périmètre courant : présence du support au moins une fois dans la période étudiée.

Marque Numérique : correspond à l'agrégation des supports d'une ou plusieurs Marques, le nom de la Marque Numérique correspond au nom de la Marque principale. Des Marques secondaires peuvent intégrer le périmètre de la Marque Numérique si les conditions énoncées dans le règlement d'application sont respectées.

Site : correspond à l'ensemble des supports ci-dessous.

Site web fixe : correspond à un contenu éditorial identifié par un ou plusieurs nom(s) de domaine permettant d'accéder à un contenu homogène uniquement hébergé sur le Web et accessible uniquement par une requête de type 'http' via un Navigateur Web. Un même logo principal se retrouve sur l'ensemble du contenu placé sous la responsabilité d'une même entité juridique.

Site web mobile : correspond à un contenu éditorial identifié par un ou plusieurs nom(s) de domaine permettant d'accéder à un contenu homogène uniquement hébergé sur le réseau Mobile et accessible uniquement par une requête de type 'http' via le Navigateur d'un Smartphone. Un même logo principal se retrouve sur l'ensemble du contenu placé sous la responsabilité d'une même entité juridique.

Contenus distribués : Contenus éditoriaux produits et brandés par l'éditeur mais diffusés hors de ses supports digitaux et/ou ne remontant pas sur ses propres noms de domaine.

Visite Sites : Acte de consultation d'une ou d'un ensemble de pages d'un ou plusieurs sites web effectué par un périphérique connecté. Une absence de consultation de nouvelles pages sur ce site web dans un délai excédant 30 minutes vaut pour fin de la visite.

Application : correspond à l'ensemble des supports ci-dessous :

Application Mobile : correspond à un contenu éditorial et publicitaire, accessible uniquement depuis l'application et identifié par un ou plusieurs programmes téléchargeables de façon gratuite ou payante et permettant d'accéder à un contenu homogène depuis un Téléphone Mobile. Les Applications Mobiles sont adaptées aux différents environnements techniques des Smartphones et adaptées à leurs contraintes et possibilités ergonomiques.

Application Tablette : correspond à un contenu éditorial et publicitaire, accessible uniquement depuis l'application et identifiée par un ou plusieurs programmes téléchargeables de façon gratuite ou payante et permettant d'accéder à un contenu homogène depuis une Tablette Tactile. Les Applications Tablettes sont adaptées aux différents environnements techniques des Tablettes Tactiles et adaptées à leurs contraintes et possibilités ergonomiques.

Visite Applications : est l'acte de consultation d'une Application dédiée aux Téléphones Mobiles et Tablettes effectué par un Visiteur Unique depuis son Téléphone Mobile ou sa tablette. Une absence d'activité sur cette Application Mobile dans un délai excédant 30 minutes vaut pour fin de la Visite.

Sources ACPM : Visites générées par l'agrégat des sites fixes, sites mobiles, sites amp, applications mobiles & applications tablette.

Source ACPM Site : Visites générées par l'agrégat des sites fixes, sites mobiles et sites amp et par la présence du mot clé dans l'URL.

OUTILS LABELLISÉS

