

1,59 milliard de visites sur les marques numériques d'Actualités et d'Information à l'occasion des Jeux Olympiques de Milan-Cortina : mieux que Pékin

Les sites et applications d'Actualités et d'Information ont enregistré un nombre de visites exceptionnel à l'occasion des Jeux Olympiques d'hiver de Milan-Cortina 2026. Avec près de 1,59 milliard de visites cumulées sur la période, l'événement confirme, une fois encore, l'intérêt des Français pour les Sites et Applications des grandes marques médias. La consultation des sites et applications des marques médias est désormais un réflexe pour continuer à s'informer, en continu, en particulier lors des temps forts. À périmètre équivalent, les volumes de visites certifiées par l'ACPM témoignent par ailleurs d'une dynamique nettement supérieure à celle observée lors des précédents Jeux d'hiver en 2022.

Une fréquentation record qui confirme le rôle majeur des sites d'information

Du 6 au 23 février 2026, durant les Jeux Olympiques d'hiver de Milan-Cortina 2026, les sites et applications d'Actualités et d'Information ont totalisé 1,59 milliard de visites, soit une progression de 34 % par rapport aux Jeux Olympiques d'hiver de Pékin 2022 (à périmètre constant).

Un « effet Paris 2024 » a pu renforcer l'intérêt des Français pour les rendez-vous olympiques, ainsi que la proximité géographique des Jeux organisés par un pays frontalier et Européen.

1,59
milliard

de visites totales
du 6 au 23 février

+34%

vs JO d'hiver à Pékin
du 4 au 21 février 2022

Ces chiffres de fréquentation illustrent à quel point, dans le cadre d'une compétition d'ampleur mondiale, les Français continuent de se tourner massivement vers les médias de référence pour s'informer, suivre les performances des sportifs et partager une émotion collective.

Les exploits tricolores, moteurs de fréquentation

L'analyse de l'ACPM portant sur 155 marques de médias numériques d'Actualités et d'Information met en évidence des pics de fréquentation particulièrement marqués lors des temps forts de la compétition, comme les cérémonies d'ouverture (+32,9 % de visites par rapport à Pékin 2022) et de clôture (+28,3 % de visites par rapport à Pékin 2022), ainsi que lors des épreuves majeures et des médailles françaises.



G. M. D'Alberto/LaPresse/Shutterstock/SIPA / SIPA

Les performances des athlètes français ont en effet joué un rôle déterminant dans la dynamique : chaque médaille remportée, en nombre supérieur à celui des précédents Jeux, a immédiatement suscité des pointes de fréquentation sur les sites d'information, nourrissant l'intérêt des visiteurs et l'attention portée aux compétitions.

Lors de leurs sacres, certains athlètes ont engendré de très nombreuses visites dont :

1. **Guillaume Cizeron et Laurence Fournier Beaudry**, médaillés d'or en patinage artistique (danse sur glace) avec 22,6 millions de visites.
2. **Julia Simon**, médaillée d'or en équipe et médaillée d'argent en individuel en biathlon avec 5,2 millions de visites.
3. **Lou Jeanmonnot**, quadruple médaillée d'or en biathlon avec 1,9 million de visites.

Au total, les contenus consacrés aux athlètes féminines médaillées ont généré **21,8 millions de visites**, soit un volume supérieur à celui **des médaillés hommes (18,4 millions)**.

NB : ces données reposent sur l'analyse des mots-clés utilisés dans les URL, permettant d'identifier précisément les consultations liées aux athlètes et à leurs résultats.

L'expertise de l'ACPM au service d'une mesure de référence

En tant que tiers certificateur, l'ACPM met à disposition des données fiables et indépendantes, devenues essentielles dans un écosystème médiatique de plus en plus fragmenté.

Comme le souligne **Jean-Paul Dietsch, directeur général de l'ACPM** : "Ces Jeux d'hiver démontrent à quel point les plus grandes marques médias françaises ont su s'installer, au fil du temps, dans le quotidien des Français, pour devenir, quel que soit le format, le moment ou le lieu, une source d'information fiable et adaptée à leurs modes de vie. Ces médias de qualité se soumettent au contrôle et à la certification de leur diffusion par l'ACPM afin de garantir toute la transparence nécessaire au marché."

L'ensemble des graphiques et des données détaillées sont disponibles en annexes dans les pages suivantes.

Données croisées et complémentaires sur demande



À propos de l'ACPM :

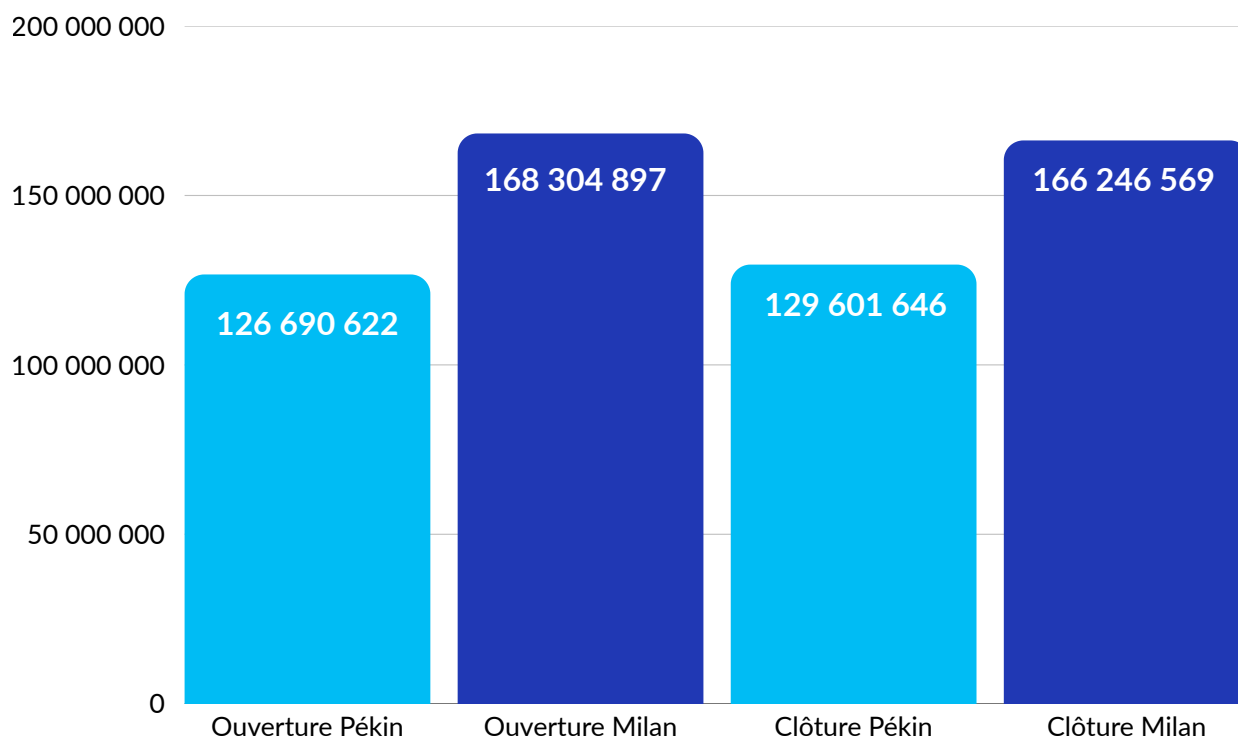
L'ACPM – Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias – est le tiers certificateur de référence des médias en France. Née en 2015 de la fusion entre l'OJD et AudiPresse, elle s'appuie sur un patrimoine de données unique et historique, aligné avec les usages et les attentes du marché. Acteur neutre et fédérateur, l'ACPM certifie et analyse les données de diffusion et d'audience sur un périmètre média élargi : presse, digital, radio numérique, DOOH et podcasts. Grâce à ses expertises pointues, elle transforme la data en outil d'analyse, de comparaison et de décision, dans le respect des normes en vigueur. En garantissant une mesure indépendante, fiable et comparable, l'ACPM sécurise les investissements médias et contribue à créer un langage commun de la mesure, au cœur des mutations du marché.

Contact presse :

Marie Stoffel, Responsable Communication de l'ACPM - communication@acpm.fr

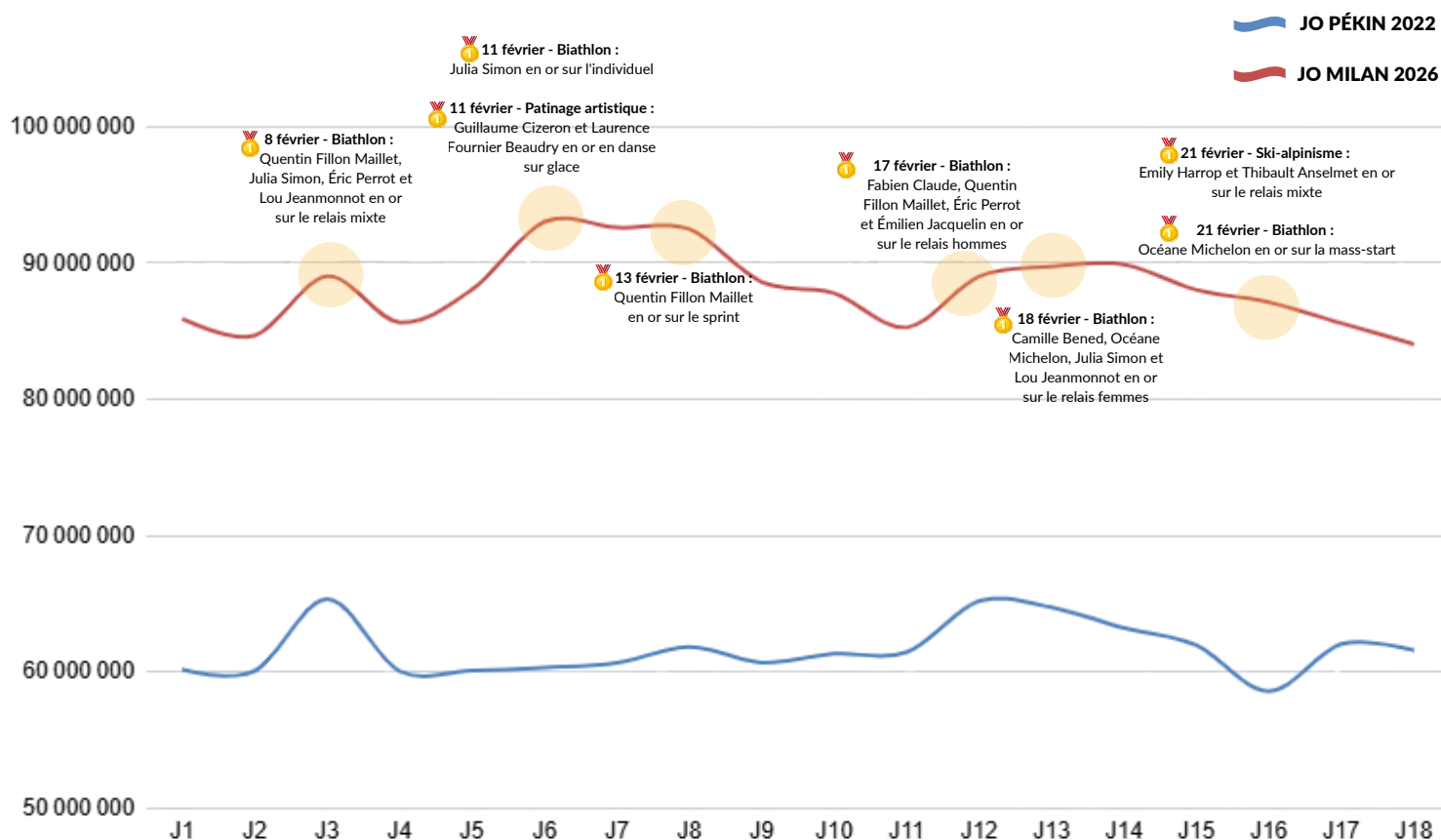


VISITES TOTALES SUR LES CÉRÉMONIES D'OUVERTURES ET DE FERMETURES DES JO D'HIVER DE MILAN-CORTINA 2026 ET DE PÉKIN 2022



Source : Sites & Applications ACPM - Visites cumulées du jour J + le lendemain de l'événement à périmètre constant

VISITES TOTALES SUR LA PÉRIODE DES JO D'HIVER DE MILAN-CORTINA 2026 ET DE PÉKIN 2022



Source : Sites & Applications ACPM - à périmètre constant

PÉRIMÈTRE & DÉFINITIONS

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

Périmètre des supports sélectionnés :

Supports de la thématique Actualités / Information Généraliste sans la sous thématique Presse Professionnelle et supports suivants de la thématique Sport : L'Equipe.fr et Sports.fr.

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 :

Les données proviennent des informations brutes de consommation numériques des supports suivants: site fixe, site mobile, site AMP. Les métriques proposées sont en fonction de la mention du nom de l'item (athlète ou autre) dans l'URL de la ressource consultée.

Sources ACPM :

Les données proviennent des supports suivants : site fixe, site mobile, site AMP, application mobile, application tablette.

OUTILS LABELLISÉS

