

Paris, le XX Février 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE **NOMINATION COMITÉS AUDIENCE, DIFFUSION & FRÉQUENTATION**

L'ACPM a le plaisir de vous informer de la nomination de **Pierre-Emmanuel Ferrand, Directeur général de Paris Match**, en qualité de **Président du comité Audience**, ainsi que du renouvellement du mandat de **Roxane Loncke, Directrice de la Diffusion chez Libération**, en qualité de **Présidente du comité Diffusion & Fréquentation** de l'ACPM.

Le Comité Audience, composé de 14 membres titulaires, traite de l'ensemble des études et des sujets techniques, méthodologiques et réglementaires à destination du marché publicitaire.

Le Comité Diffusion & Fréquentation, composé de 16 membres titulaires, est un comité transversal chargé des questions de certification de la presse et de fréquentation des supports numériques. Il peut modifier les règlements d'application et statue par consensus, ou à défaut par vote.

(c) Vincent Capman / Paris Match.



« Je suis très honoré d'avoir été choisi par mes pairs pour ce rôle de président du Comité Audience de l'ACPM. La feuille de route que nous nous fixons vise à moderniser la mesure d'audience des marques Presse, en tenant compte de leurs différents développements. Que cette mesure reste toujours aussi référente et qu'elle devienne encore davantage utile et facilitante pour la monétisation publicitaire des acteurs Presse »

Pierre Emmanuel FERRAND, Président du Comité Audience de l'ACPM



“Notre mission est d'accompagner les médias dans la mutation du marché et leur adaptation aux nouveaux usages. Je remercie les membres du comité pour leur engagement à mes côtés.”

Roxane Loncke, Présidente du Comité Diffusion & Fréquentation de l'ACPM

BIOGRAPHIES

PIERRE-EMMANUEL FERRAND, DIRECTEUR GÉNÉRAL PARIS MATCH

Diplômé de Telecom Ecole de Management (TEM), Pierre-Emmanuel Ferrand développe entre 2003 et 2011 son expertise Media (TV et Digital) et Marketing au sein d'Eurosport. Il rejoint le Groupe CANAL+ en 2011 pour prendre la responsabilité des Etudes Audiences du pôle Edition. À partir de 2015, Directeur Marketing Stratégique Distribution et CRM il pilote le Plan Marketing qui porte les offres CANAL lancées en novembre 2016 et met en œuvre le Plan DATA du Groupe.

A partir 2018, Pierre-Emmanuel, poursuit sa contribution à la transformation de CANAL+ en qualité de Directeur du Digital France, pour conduire sa transformation digitale via myCANAL et ses réseaux sociaux. En 4 ans, l'usage myCANAL double en France avec +35% de visionnages par an, les abonnements numériques sont multipliés par 3, de même que les audiences des marques du Groupe sur les plateformes sociales.

Pierre-Emmanuel rejoint en 2023 Lagardère Media News en tant que Directeur Général pour piloter la transformation numérique des marques Europe1, RFM, JDD et Paris Match, et l'activité Presse du Groupe.

En octobre 2024, il rejoint le groupe LVMH en tant que Directeur Général de Paris Match pour accélérer le développement du magazine et de sa marque emblématique sur de nouveaux supports et territoires.

ROXANE LONCKE, DIRECTRICE DE LA DIFFUSION CHEZ LIBÉRATION

Roxane Loncke travaille chez Libération depuis 1999, où elle a successivement occupé les postes de responsable statistique et commercial, responsable des ventes, et directrice des ventes. Elle occupe la fonction de Directrice de la Diffusion de Libération depuis 2021.

Diplômée de la Faculté de Sciences économiques de Lille, elle commence sa carrière au Parisien/Aujourd'hui en France à l'été 1995 et rejoint en 1996 le Groupe Expansion au poste de Chargée des ventes de L'Expansion, La Vie Financière, L'Entreprise et Courrier International.



ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE LA VALEUR DES MÉDIAS

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias.

L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias.

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs et leur intérêt à se comparer aux autres.

acpm.fr | 01 43 12 85 30 | communiquer@acpm.fr
89 rue de Monceau - 75008 Paris

COMMUNIQUÉ DE PRESSE/ NOMINATION COMITÉS ACPM

3