

Jeux Olympiques et Paralympiques : des audiences records pour le Groupe Figaro

Le Groupe Figaro a couvert avec un immense succès le double événement organisé en France. Ses lecteurs, internautes, socionauts et téléspectateurs ont répondu présent.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques ont été l'occasion pour le Groupe Figaro de montrer la puissance de son offre éditoriale, avec une couverture complète et variée. Il conforte ainsi sa place de média leader en France : « Notre offre éditoriale a rencontré des audiences souvent records et au-delà de nos attentes », se réjouit Bertrand Gié, Directeur du Pôle News.

Toutes les rédactions se sont mobilisées pour offrir une couverture éditoriale sans équivalent : Le Figaro a consacré 200 pages aux compétitions, aux champions et à l'esprit des jeux, publiées dans son cahier Jeux Olympiques quotidien puis son cahier Jeux Paralympiques. Gala a pour sa part réalisé 15 numéros de Gala Paris, un quotidien dédié aux JO, diffusé gratuitement à 15 000 exemplaires chaque jour.

La verticale Jeux Olympiques du site Lefigaro.fr a proposé un fil d'actu permanent et de nombreux live. Quant à la chaîne Le Figaro TV, elle a diffusé pour la première fois de son histoire une émission d'1h30 en direct, Bienvenue aux Jeux. Au cours des 18 rendez-vous au Club France, Victoire Sikora a reçu plus d'une centaine d'invités en plateau.

Cette actualité exceptionnelle a permis au site Lefigaro.fr de dépasser le cap des 25 millions de visiteurs uniques en juillet (source Médiamétrie).



Avec 262,4 millions de visites ce même mois, le site et son application ont réalisé leur deuxième meilleur mois historique (et 232 millions au mois d'août). Les réseaux sociaux du Figaro (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, X et Snapchat) ont enregistré 46 millions de vues des vidéos pendant la durée des Jeux.

De son côté, le site Gala.fr a enregistré 8 millions de sessions et 25 millions de pages vues sur les contenus dédiés aux JO. Pour Le Figaro TV, l'audience a également été au rendez-vous, avec 2 millions de téléspectateurs sur Le Figaro TV, 10 millions de vidéos vues sur Lefigaro.fr et 20 millions de vidéos vues sur les réseaux sociaux. 🇫🇷

« L'événement historique qu'ont représenté les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris a enchanté la France et les Français. Il a aussi permis au Groupe Figaro de réaliser à travers tous ses titres une magnifique performance en termes d'offre éditoriale et d'audience. Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie d'omnicanalité que le Groupe a su mettre en place. »

Marc FEUILLÉE
Directeur Général du Groupe Figaro

