

EVOLUTION DES USAGES – LES ABONNEMENTS A LA PRESSE MAGAZINE EN PERIODE DE COVID

ADLPartner présente l'évolution des abonnements à la presse magazine en période de Covid. La vision d'ADLPerformance, leader français de la distribution d'abonnements.

ADLPerformance, groupe français expert du data marketing cross-canal et leader de la distribution d'abonnements magazines en France, apporte son éclairage sur la consommation de la presse magazine dans cette année 2020 si particulière, marquée notamment par un bouleversement des modes de consommation.

Depuis de nombreuses années, ADLPerformance gère un portefeuille de près de 3 millions d'abonnements et recrute annuellement plus d'un million d'abonnés pour le compte des éditeurs. Il joue donc un rôle majeur dans l'écosystème de la presse et, compte tenu de ses volumes, peut éclairer les grandes tendances qui ont marqué l'abonnement à la presse magazine en 2020.

« Depuis sa création, il y a près de 50 ans, le Groupe ADLPerformance a toujours soutenu les abonnements à la presse magazine. Et en cette année si particulière, ADLPerformance a pu maintenir la quasi-intégralité de ses opérations marketing permettant à la fois d'aider la presse dans sa diffusion mais également de proposer aux consommateurs la possibilité de continuer à lire, s'instruire, se cultiver et se détendre... » explique Bertrand Laurioz, Président-Directeur-Général du Groupe ADLPerformance.

Après un premier semestre très ralenti, une forte reprise des abonnements au deuxième semestre

L'année 2020 a été une année très particulière pour la presse magazine, avec une transformation digitale qui a connu un véritable essor, une baisse du marché publicitaire et des difficultés rencontrées dans la distribution en kiosque au premier semestre.

Dans ce contexte, les Français n'ont pas délaissé l'abonnement aux magazines papier. Pour notre Groupe, après un premier semestre en baisse importante (en partie liée à une diminution de nos campagnes marketing), nous avons observé au deuxième semestre 2020 à l'occasion du deuxième confinement et des couvre-feux, une forte hausse des recrutements de nouveaux abonnements aux magazines papiers (**+ 6,4 % par rapport au deuxième semestre 2019**), montrant un regain d'intérêt des français pour une lecture sur support physique, proche de celui observé par les libraires pour les livres.

La tendance la + notable : l'engouement pour les abonnements des magazines jeunesse

Dans les campagnes que nous avons menées, la presse jeunesse a connu une augmentation très significative des nouveaux abonnements au deuxième semestre 2020. Ainsi la presse destinée aux enfants de moins de 7 ans a connu 27 % de hausse des abonnements sur le deuxième semestre 2020 comparé au deuxième semestre 2019 (+ 3% sur toute l'année 2020). La presse s'adressant aux enfants de 7 à 13 ans a, elle, progressé de 16 % au deuxième semestre 2020 comparé au deuxième semestre 2019 (+ 3% sur toute l'année 2020).

« A l'heure où les écrans sont devenus les principaux amis de nos jeunes, les parents sont évidemment soucieux de l'apprentissage de la lecture ou tout simplement de permettre des pauses « papier » à leurs enfants. » explique Nancy Faure, Directrice Générale du Pôle Presse d'ADLPerformance.

L'essor au deuxième semestre de nouvelles catégories de presse liées aux activités à faire chez soi.

« Le temps contraint, que nous avons passé dans nos appartements et maisons en cette fin d'année, a favorisé un regain d'intérêt pour les activités liées à la maison ou à faire à la maison » poursuit Nancy Faure. Ainsi les recrutements d'abonnements aux magazines de la catégorie Maison / Déco / Jardin, après un premier semestre difficile, ont progressé de plus de 17 % au deuxième semestre 2020 comparé au deuxième semestre 2019 (chiffre significatif sur une catégorie déjà très forte), et ceux pour les magazines de Loisirs créatifs ont progressé de 16 % au deuxième semestre 2020 comparé au deuxième semestre 2019. Dans un registre de détente à la maison, la catégorie Jeux/mots croisés a progressé de 14% au deuxième semestre (+ 4% sur l'année 2020) et la catégorie des magazines ayant trait à la Bande dessinée de 66% au deuxième semestre (+ 50% sur l'année).

L'actualité et la science, évidemment en hausse compte tenu de la crise du Covid19

Enfin, toujours sur nos bases, les magazines d'actualité ont connu une progression de leurs abonnements de plus de 16% au deuxième semestre 2020 comparé au deuxième semestre 2019 (+ 4% sur l'année) tandis que les magazines liés aux sciences ont vu leurs abonnements progresser de 7% au deuxième semestre comparé au deuxième semestre 2019.

« Cet intérêt renouvelé très sensible au deuxième semestre 2020 pour le magazine en général et pour le magazine papier en particulier montre que ce dernier peut être un complément au temps passé sur les écrans. Dans le contexte très particulier du re-confinement et des couvre-feux, les français ont visiblement retrouvé le goût du support physique, qui a une vraie valeur de bien-être et de partage » souligne Bertrand Laurioz.

ADLPartner en bref

Acteur historique du marketing cross-canal avec de fortes expertises en data, le Groupe ADLPartner dont la marque commerciale est ADLPerformance, conçoit, commercialise et met en œuvre, pour son propre compte ou celui de ses partenaires, des services d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation clients sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe travaille aujourd'hui avec 50 % des entreprises du CAC 40 et de nombreuses ETI. Le Groupe ADLPartner a réalisé 139 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 et emploie plus de 500 personnes.

ADLPartner est cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C.
Codes ISIN : FR0000062978–ALP - Bloomberg : ALP:FP – Reuters : ALDP.PA

www.adlperformance.com

CONTACTS

ADLPartner

Relations Investisseurs & Information financière
tel : +33 1 41 58 72 03
relations.investisseurs@adlpartner.fr

Calyptus

Cyril Combe
tel : +33 1 53 65 68 68
adlpartner@calyptus.net