

Spectaculaire croissance du lectorat de L'Echo

Le CIM (Centre d'information sur les médias) a publié mardi les résultats de son étude d'audience de la presse écrite. Basée sur quelque 10.000 interviews, cette étude mesure le nombre de lecteurs des journaux et magazines, que ceux-ci les consultent en version papier, digitale ou via leur site internet. Il ne s'agit donc pas des ventes.

Pour rappel, le CIM publiait il y a un an une nouvelle version de cette étude. La nouvelle méthodologie rendait donc impossible à l'époque la comparaison avec les précédentes éditions. Certains ne s'en prièrent toutefois pas. Cette fois, le marché

Dans le volet total brand, L'Echo bondit de 28,6% à 84.500 lecteurs.

médiatico-publicitaire dispose d'une base de comparaison fiable.

L'étude livre deux types de données. D'une part, les «print +», soit les personnes qui lisent le journal payant: format papier, digital (PDF, application) ou site web. De l'autre, la consultation gratuite de sites web et applications. L'ensemble forme le total brand, c'est-à-dire l'audience totale de la marque média.

Au vu des résultats, L'Echo en ressort

grand gagnant du côté de la presse quotidienne francophone. Entre juin 2017 et mai 2018, le quotidien économique est le seul à progresser. Tous les autres régressent, à l'exception du gratuit Metro. Dans le volet «print +», L'Echo grimpe de 20% à 61.540 lecteurs quotidiens. Dans le volet total brand, il bondit même de 28,6% à 84.500 lecteurs.

Croissance des ventes

Ces chiffres sont en ligne avec la solide croissance des ventes de L'Echo au cours des derniers mois. Entre janvier et août 2018, elles ont grimpé de 9,3% à 15.101 exemplaires, portées par le digital. En hausse de près de 39%, ce dernier représente près de la moitié de ses ventes.

Au total, l'audience de la presse francophone est en recul sensible. Sur le volet «print +», elle régresse de 6,9% (Metro compris) à 1,578 million de lecteurs quotidiens. Hors Metro, le recul est même de 9,3% (1,330 million). En total brand, le marché régresse de 5,8% (Metro compris) à 1,905 million de lecteurs par jour. Hors Metro, la baisse est de 7,5% à 1,785 million de lecteurs.

Ces chiffres démontrent une fois encore l'enjeu crucial de la future directive sur le droit d'auteur adoptée par les députés européens il y a une semaine, au grand soulagement des éditeurs de presse.

À noter enfin que De Tijd, publié comme L'Echo par Mediafin, progresse lui aussi. En «print +» il bondit de 58,3% à 185.400 lecteurs. En total brand, il grimpe de 42% à 264.300 lecteurs par jour. **J.-F.S.**

AUDIENCE DES QUOTIDIENS FRANCOPHONES

