

Le Belge lit moins de journaux, sauf « Le Soir »

Le CIM a dévoilé les scores d'audience des titres de presse belges, les premiers après l'effet covid et la ruée vers l'info. L'audience globale est en baisse. Les journaux francophones dits « de qualité » tirent leur épingle du jeu. Singulièrement « Le Soir », seul média belge à progresser.

PHILIPPE LALOUX

Toujours très attendus par les éditeurs, car ils déterminent l'impact de leur marque auprès de leurs lecteurs et des annonceurs, les chiffres d'audience de la presse belge ont été dévoilés, ce mercredi, par le CIM (Centre d'information sur les médias). Pause covid oblige, cela faisait deux ans que le secteur les attendait. Avec appréhension, tant la cuvée 2020 avait été réjouissante. L'enquête réalisée en plein confinement (mars, avril, mai), avait confirmé un retour massif vers les journaux (en ligne), vus comme une valeur refuge en plein brouillard informationnel.

Seul « Le Soir » tire son épingle du jeu avec désormais une moyenne de 826.000 personnes en contact chaque jour avec la marque.

© PIERRE-YVES THIENPONT.

L'édition 2020 était aussi marquée par un important changement méthodologique puisque, pour la première

fois, le CIM consolidait les audiences web (forcément structurellement en forte progression) et celles du « print » (forcément sous pression, vu la migration de la consommation d'infos sur les supports numériques). A ce jeu-là, tout le monde sortait la tête haute, tant les « populaires » que les journaux dits « de qualité », avec une hausse globale du lectorat, dépassant les 6,1 millions de Belges en contact quotidien avec leur « journal ».

Sans surprise, la cuvée 2022 se traduit par une baisse généralisée des audiences purement web. Le besoin d'information en continu pour les crises, énergétiques ou ukrainiennes, n'est plus aussi vif qu'au cœur de la crise sanitaire en 2020. Pour autant, le web poursuit sa croissance structurelle sans faille.

Fracture nord-sud

Le principal enseignement de l'étude CIM n'est pourtant pas là, mais dans le cœur du réacteur des éditeurs : les journaux (papier et numériques). Leur audience affiche un recul général de 2,7 %. A l'exception du *Tijd*, le recul est généralisé en Flandre, avec des chutes impressionnantes pour certains (-19,2 % pour *Het Laatste Nieuws*). Le *Standaard* marque aussi le pas avec une baisse de 1,4 %. Ce n'est pas le cas au sud du pays où les journaux « de qualité » affichent, au contraire, de nettes progressions : *La Libre* (+35 %),

Le Soir (+34,8 %) et *L'Echo* (+20 %).

Si l'on consolide les audiences web et celles des journaux papier et numériques (ce qui donne l'impact global de la marque), le verdict est sans appel : le Belge lit moins.

Le verdict est sans appel : le Belge lit moins. Le recul général est de 5,9 %, pour atteindre une moyenne de 5,78 millions de lecteurs

Le recul général est de 5,9 %, pour atteindre une moyenne de 5,78 millions de lecteurs. Seul *Le Soir* tire son épingle du jeu avec désormais une moyenne de 826.000 personnes en contact chaque jour avec la marque. « C'est le seul média belge à augmenter son audience, preuve que la qualité paie », relève son rédacteur en chef, Christophe Berti.

« Concurrence déloyale »

François le Hodey, CEO du groupe IPM (*La Libre*, *La DH*, *L'Avenir*...) et président de *lapresse.be*, qui représente les éditeurs francophones, a lui aussi

pris sa calculatrice. « Je retiens que plus de 2 millions de francophones s'informent tous les jours auprès d'un titre de presse quotidienne, soit environ 60 % de la population de 16 ans et plus. Cela signifie qu'elle reste de loin la première source d'information des citoyens. Deux tiers d'entre eux sont désormais sur des supports numériques. Ce succès démontre que la transition digitale du secteur est en voie de réussite. Je constate aussi que 280.000 lecteurs sont abonnés et, donc, que 1,83 million de personnes consultent l'actu gratuitement, et ce, sur six titres de presse différents. C'est un pluralisme dont il faut prendre soin. »

Un message à l'adresse de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en pleine confection du contrat de gestion de la RTBF ? Très clairement : « L'enjeu de tous, des responsables politiques, des citoyens et des médias, c'est de réussir l'émergence de l'économie digitale de l'information et de la culture. Or, le principal obstacle aujourd'hui, c'est la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui mène une stratégie de subventionnement de la RTBF sur internet, qui, au final, crée une situation de concurrence déloyale mettant en péril le modèle économique des rédactions. »

Etude CIM 2022 d'audience de la presse belge quotidienne

Nombre moyen de lecteurs par jour, web et papier

	2019	2020	2022	évolution en % 2020-2022
Le Soir	629.620	783.980	826.340	5,4%
Sudinfo	681.450	1.165.050	1.037.440	-11,0%
L'Avenir	624.790	654.840	620.680	-5,2%
La Libre Belgique	335.440	488.400	477.860	-2,2%
La Dernière Heure	590.870	755.140	633.400	-16,1%
L'Echo	165.690	182.160	178.440	-2,0%
Metro fr.	437.420	464.780	507.050	9,1%
Total presse francophone	2.120.400	2.356.900	2.275.360	-3,5%
De Standaard	694.950	847.180	653.150	-22,9%
Het Nieuwsblad	1.571.330	1.913.700	1.611.290	-15,8%
Het Laatste Nieuws	2.169.080	2.525.980	2.066.880	-18,2%
De Morgen	436.370	538.980	447.680	-16,9%
Gazet van Antwerpen	603.610	715.530	601.830	-15,9%
Het Belang van Limburg	524.280	614.120	510.460	-16,9%
De Tijd	302.150	335.660	312.710	-6,8%
Metro nl.	371.340	409.500	405.220	-1,0%
Total presse néerlandophone	3.907.920	4.029.200	3.740.000	-7,2%
Total presse belge	5.819.100	6.135.440	5.776.070	-5,9%



20012782

Dossier spécial

Le frigo des Belges

Comment notre assiette évolue-t-elle ? Quelles sont les grandes tendances alimentaires, et les produits phares du moment ? Dès ce samedi et jusqu'à jeudi, Le Soir se penche sur le frigo des Belges : contenu, coût, impact sur la santé...



LE SOIR

Repensons notre quotidien