

Le Figaro poursuit son développement

jeu 29/02/2024 - 16:39



En 2023, le Groupe Figaro a multiplié les investissements (à hauteur de 10 millions d'euros) pour "faire grandir son audience, faire progresser sa notoriété, diversifier ses formats", en presse comme autour d'autres activités, comme l'a rappelé ce matin lors d'une conférence de presse son directeur général Marc Feuillée. Son périmètre a évolué, en particulier avec l'acquisition du magazine Gala, et les contenus de la rédaction se déclinent désormais en éditions locales (à Bordeaux, Lyon, Nice, Nantes et Marseille) et en télévision avec la chaîne locale Le Figaro TV.

Globalement, le groupe a enregistré un chiffre d'affaires de 555 millions d'euros en 2023, soit une croissance de 6,5 % par rapport à 2022, hors Gala acquis en novembre et TV Magazine arrêté fin 2022, pour un Ebitda de 40 millions d'euros et un résultat d'exploitation à 21 millions d'euros. Le Figaro compte désormais 400 000 abonnés, dont 280 000 purement numériques (les recettes provenant des abonnements ayant progressé de 4,5 % en un an). Et, côté recettes publicitaires, le print n'a pas dit son dernier mot, avec une hausse de 2,5 % du chiffre d'affaires (hors TV Magazine), selon les chiffres dévoilés ce matin par Aurore Domont, présidente de la régie Media Figaro.

Un nouveau Gala attendu le 21 mars

Pour 2024, le groupe compte poursuivre sur sa lancée, avec la poursuite du développement de son site (premier site d'information selon l'ACPM et Médiamétrie avec 23 millions de visiteurs uniques), et de sa chaîne de télévision. Côté print, le quotidien a lancé en début d'année une nouvelle identité graphique, et le groupe poursuit la déclinaison de la marque Figaro à travers de multiples hors-séries. Surtout, l'acquisition de Gala (diffusion de 117 129 exemplaires en 2023, dont 75 % en vente au numéro individuelle, source ACPM) va pleinement renforcer le portefeuille du groupe cette année. Spécificité du modèle économique du titre : le print continue

de représenter 55 % de son chiffre d'affaires.

L'hebdomadaire va lancer son nouveau projet le 21 mars, qui concernera à la fois le magazine et ses réseaux numériques (site et réseaux sociaux). Une renaissance avec un numéro spécial luxe, qui compte traditionnellement parmi les fortes ventes du magazine. "Avec un travail important autour de l'iconographie ou de la fabrication, nous développons un projet autour de ce qui sera un bel objet de presse", a assuré ce matin Matthias Gurtler, directeur de la rédaction de Gala. Le titre verra aussi son année rythmée par le Festival de Cannes (où il publiera comme chaque année son édition Gala Croisette, tirée à 15 000 exemplaires et distribuée dans des palaces, sur les plages et dans les rues de Cannes), mais aussi les Jeux Olympiques, avec une édition Gala Paris tirée à 15 000 exemplaires et distribuée dans la capitale et les lieux en lien avec l'événement sportif.