

Un nouveau cahier week-end en 2025 pour Les Échos

mar 08/10/2024 - 15:28



« Chambouler tout en restant nous-mêmes ! » Voici le mot d'ordre de Pierre Louette, président-directeur général du groupe Les Échos-Le Parisien. Accompagné de Christophe Jakubyszyn, directeur des rédactions des Échos, et de Bérénice Lajoue, directrice générale du pôle Les Échos et thématiques, il a présenté ce matin les nouveautés du quotidien économique lors de sa conférence de presse de rentrée. L'occasion d'annoncer l'arrivée d'un nouveau cahier en 2025.

Faire des Echos un produit premium

Arrivé il y a cinq mois, Christophe Jakubyszyn a annoncé de nombreux changements à venir. "Nous travaillons à un nouveau chemin de fer et à une nouvelle maquette pour en faire un produit premium", a-t-il ainsi résumé. Une volonté de monter en gamme, afin d'ancrer les Échos parmi les grands journaux économiques mondiaux. Dès 2025, le journal enrichira son offre week-end avec l'apparition d'un nouveau cahier. L'objectif est que le lecteur puisse avoir "quelque chose de plus entre les mains". Côté numérique, le groupe affiche son ambition avec de nouvelles fonctionnalités pour l'application et un renforcement de l'offre vidéo.

Un ajustement de la ligne éditoriale

Toujours dans cette idée de rendre son titre "premium", le contenu va lui aussi sensiblement varier. Une expertise plus forte sera proposée sur certains secteurs définis. La sphère privée sera également davantage intégrée dans les articles. Concernant les cibles, là aussi, les objectifs ont été revus. Avec 30 % de lectrices dans son audience, Les Échos entend progresser sur ce secteur pour atteindre une part plus importante et "plus représentative de la réalité des entreprises", a indiqué Pierre Louette. Les jeunes décideurs vont également davantage être pris en compte.