

Bruxelles, le jeudi 6 février 2020

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Le Soir, plus que jamais un média de référence pour ses lecteurs et annonceurs

639.400

639.400 personnes sont en contact quotidiennement avec la marque « Soir » et ses contenus, d'après les chiffres du CIM.

408.076

Avec une moyenne de plus de **400.000 visiteurs uniques par jour** en janvier 2020, l'audience du « Soir » sur le web est en constante évolution et augmente de 25 % en un an.

100.000

En 2020, « Le Soir » a pour ambition de dépasser le cap des **100.000 lecteurs** se connectant chaque semaine à ses **supports numériques premium** (réservés aux abonnés).

« Le Soir » entame l'année 2020 par une série de constats très réjouissants. En effet, ces chiffres confirment sa capacité à combiner un projet rédactionnel exigeant et de qualité, tout en étant un média de masse qui touche chaque jour un grand nombre de citoyens.

En outre, la base d'abonnés du « Soir » est en croissance, les **ventes directes d'abonnements ont doublé** sur les 18 derniers mois, et les revenus de diffusion – abonnements et ventes de journaux – sont également en augmentation.

Ces évolutions mettent en évidence que, plus que jamais, le citoyen recherche une presse de qualité ! Cela prouve également que le public belge francophone est de plus en plus prêt à payer pour des services numériques différenciant. « De nombreux secteurs sont aujourd'hui en cours de digitalisation. "Le Soir" récolte aujourd'hui les fruits de son rôle de précurseur en la matière, sans renier son histoire marquée par l'excellence journalistique. "Le Soir" entame 2020 avec la promesse d'un bel avenir, avec des signes qui marquent **un réel basculement vers le numérique** », explique Olivier De Raeymaeker, directeur général du « Soir ».

Un projet rédactionnel en pleine évolution pour des lecteurs engagés

« En 2019, “Le Soir” a fait évoluer son projet rédactionnel en mettant encore davantage l’accent sur l’**investigation**, la **citoyenneté** et la mise en perspective de **solutions**, en plus du suivi de l’actualité. “Le Soir” s’est également attelé à offrir une expérience de lecture améliorée sur tous les supports, tant numériques que papier», se réjouit Christophe Berti, rédacteur en chef du



« Soir ». «Plusieurs rendez-vous majeurs nous attendent en 2020 : négociations fédérales, conséquences du Brexit, présidentielles américaines, enjeux climatiques, Euro de football, Jeux olympiques... Notre rédaction continue à se mobiliser afin d’offrir toujours plus d’analyses et d’enquêtes pour mieux comprendre les grands enjeux de notre société sans cesse plus complexe. »

« Notre stratégie se focalisant sur la croissance de notre base d’abonnés grâce à la qualité de nos contenus et l’amélioration permanente de l’expérience de nos supports est également différenciante pour nos annonceurs. Nous constatons qu’un abonné au “Soir” est un **véritable lecteur** dont la **fidélité** et **l’engagement** envers la marque et ses contenus sont nettement supérieurs. Les **supports papier et numériques sont réellement complémentaires** pour une grande partie du lectorat », explique Thomas Barvais, directeur marketing du « Soir ».

*Connexion
pratiquement
quotidienne des
abonnés numériques*

*Durée moyenne par
visite des abonnés :
15 minutes*

*60 % des abonnés « six
jours papier » utilisent
régulièrement nos
supports numériques*

Des projets innovants

En 2020, « Le Soir » continuera d’innover afin de répondre toujours plus aux besoins de son audience. Voici les grands axes :

*Evolution du projet
rédactionnel, avec
toujours plus de valeur
ajoutée*

*Evolutions importantes
de nos supports digitaux
pour une expérience
encore améliorée*

*Solutions innovantes et
impactantes pour les
annonceurs*

« Il est important d’être à l’écoute du marché et de continuer à innover. Depuis le 23 janvier, nous proposons une expérience de lecture améliorée des articles du “Soir+”, notre édition numérique payante, avec de nouveaux formats publicitaires. C’est une nouvelle opportunité pour nos partenaires de **communiquer de manière efficace dans un contexte premium**. Dans la même idée, nous lançons ces jours-ci l’**e-read**, format qui propose une extension des publicités du papier en digital. Cette nouvelle offre permet de **créer de la répétition dans la communauté premium des lecteurs du Soir** », explique Olivier De Raeymaeker, directeur général du « Soir ».

Interview d’Olivier De Raeymaeker, Directeur Général du « Soir » :

<https://plus.lesoir.be/276904/article/2020-01-31/olivier-de-raeymaeker-directeur-du-soir-notre-modele-se-rapproche-plus-de-disney>

Contacts Presse:

Le Soir

Thomas Barvais

Directeur Marketing et Ventes – Le Soir

M : 0485/355.135 E : thomas.barvais@lesoir.be

Rossel Advertising

Alexandra Degrez

National Sales Director

M : 0476/507.226 E : alexandra.degrez@rossel.be