

Le Figaro bien armé pour poursuivre son développement en 2024

Les résultats 2023 du Groupe consolident sa stratégie omnicanale. Sa politique d'investissements va lui permettre de renforcer sa position de leader sur ses différents marchés en 2024.

Le Groupe Figaro a réalisé un chiffre d'affaires de 555 millions d'euros en 2023 et a enregistré un Ebitda de 40 millions d'euros et un résultat d'exploitation de 21 millions d'euros.

Par rapport à 2022, le chiffre d'affaires progresse de +6,5 % à périmètre constant (hors TV Magazine arrêté fin 2022 et hors Gala). Comme prévu, le recul du résultat opérationnel s'explique par des investissements importants en 2022 dans quatre domaines majeurs :

L'audiovisuel : lancement en avril des chaînes Le Figaro TV et Le Figaro Radio, création d'une équipe dédiée et investissement dans de nouveaux studios dotés des technologies les plus récentes.

Les régions : ouverture de bureaux et création d'éditions locales digitales avec des équipes journalistiques à Bordeaux, Lyon, Marseille, Nantes et Nice ; déploiement par la régie MEDIA FIGARO de trois bureaux à Lyon, Marseille et Nantes.

Les outils techniques : refonte du système éditorial Verso et de la plateforme CRM et de gestion des abonnements digitaux Amex (pour « Amélioration de l'expérience »), tous deux développés en interne.

L'immobilier : déménagement de la totalité des effectifs du groupe dans trois sites (rue de Provence pour les rédactions Figaro et la régie, rue Caumartin pour CCM Benchmark, FCMS et les équipes techniques du Figaro, et rue de l'Abbé Groult pour Gala, les activités d'agence de voyage et les équipes transverses du groupe).

Le numérique représente 60 % des revenus du Groupe Figaro (50 % pour le Quotidien), qui a affiché de bonnes performances dans toutes ses activités :

Publicité : le chiffre d'affaires publicitaires du quotidien et de ses magazines est en progression pour la troisième année consécutive (il a retrouvé son niveau de 2019, hors TV Magazine), grâce aux bonnes performances publicitaires et en particulier aux opérations spéciales. Le Figaro consolide ainsi sa place de leader en parts de marché sur les quotidiens et, désormais, sur les magazines féminins.

Abonnements : le portefeuille d'abonnés digitaux du Figaro poursuit sa progression pour atteindre les 280 000, sur un total de 400 000 abonnés, avec une progression de 4,5 % en CA.



« 2023 a été une année de consolidation et d'investissements pour le Groupe Figaro. Il est aujourd'hui bien armé pour assumer ses ambitions de leader dans tous ses métiers. Porté par une stratégie omnicanale qui sera plus que jamais un atout déterminant pour affronter les nombreux défis que rencontrent les groupes médias aujourd'hui, Le Figaro développe chaque année son audience et se prépare à fêter avec fierté son 200^e anniversaire en 2026. »

Marc FEUILLÉE, Directeur général du Figaro

Une année 2024 riche en projets médias

Les premiers mois d'existence de la chaîne **Le Figaro TV** lui ont permis d'enregistrer des niveaux d'audience supérieurs aux prévisions (735 000 téléspectateurs Médiamat en décembre). L'enrichissement de la grille et les accords de distribution qui seront annoncés dans les prochaines semaines vont lui permettre de confirmer ces premières tendances.

La nouvelle identité graphique dont vient de se doter **Le Figaro** améliore le contrat de lecture et premiumise encore plus son offre éditoriale imprimée.

Acquis en novembre par le Groupe Figaro, **Gala** va présenter le 21 mars son nouveau projet, qui concernera à la fois le magazine et ses canaux digitaux (site et réseaux sociaux). Il entend ainsi renforcer la place privilégiée qu'il occupe sur son créneau.

Audience Figaro : grâce à son site, porté par la très forte actualité, Le Figaro confirme sa position de leader des sites d'information en France par ses audiences (1^{er} sur l'APCM et 1^{er} sur Médiamétrie en janvier). Elle lui permet de mieux résister au contexte difficile de la publicité en ligne, marqué par la baisse du programmatique et surtout l'emprise croissante des plateformes sur ce marché.

Activités e-commerce et digitales : avec un chiffre d'affaires de 120 millions d'euros, l'activité voyage, en très forte croissance, a retrouvé son niveau de 2019, ce qui lui offre de belles perspectives. CCM Benchmark aura dégagé en 2023 une rentabilité record, supérieure à 30 % grâce à l'audience de ses sites (16 millions de VU pour le JDF et 13,4 millions de VU pour L'internaute) et à ses activités de marketing à la performance, notamment ZBO Médias. Les activités de Figaro Immobilier, surtout dans le haut de gamme, auront connu également une belle année (audience de janvier supérieure à 3 millions de VU) et on retiendra le succès du salon Rent en novembre 2023.