

CONTENU

La Libre Belgique fait sa une sur ce qui fait l'actualité politique, économique ou sociale en Belgique ou à l'étranger. L'information principale est décrite schématiquement par un titre, un sous-titre et une photographie. Une colonne « sommaire » présente les autres titres majeurs de l'actualité.

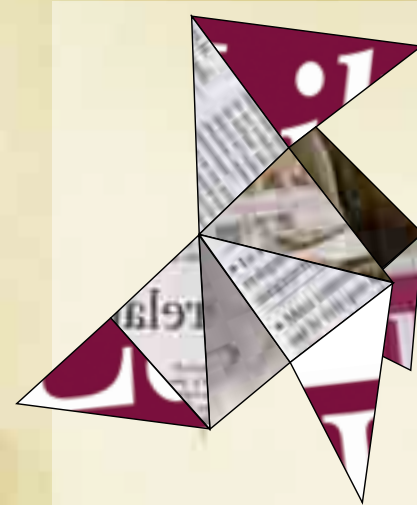
Dans les pages du journal, les principales rubriques se succèdent comme suit : « Planète » (un regard sur la planète et la sauvegarde de l'environnement), « Belgique » (actualités et analyses), « International » (plusieurs pages sont consacrées), « Economie » (informations économiques et financières), « Sports » (résultats et analyses), « Carnet » (avis et petites annonces) et « Régions » dont le contenu varie selon les éditions. Sous la rubrique « Découvertes », La Libre rassemble

l'actualité culturelle, la tribune d'opinions, l'actualité des médias et les informations pratiques. La dernière page du journal intègre en plus d'un court éditorial, une synthèse du contenu du journal avec ses principales informations. La rubrique « Regards » présente fréquemment une photo d'actualité sur une double page, au milieu du journal.

Chaque jour, La Libre Belgique est accompagnée d'un ou plusieurs suppléments spécifiques à une thématique : le lundi, Lire, le mardi, La Tribune de Bruxelles (actualité bruxelloise pour l'édition bruxelloise uniquement); le mercredi, La Libre Culture; le jeudi, La Libre Immo (l'immobilier); le vendredi, Arts Libre (le monde de l'art); le samedi, La Libre entreprise, Essentielle (hebdo féminin) et Momento (hebdo télé).

LA LIBRE BELGIQUE

(Quotidien généraliste national)



www.lalibre.be

Diminutif

La Libre

Slogan

« Comprendre, c'est déjà agir »

Prix en Belgique

1,10€

Format

Mini-tab

Parution

Du lundi au samedi

Tirage quotidien

43 905 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Éditions régionales

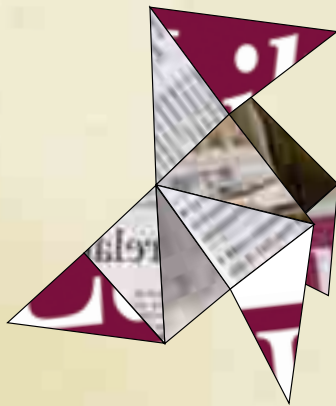
**Bruxelles, Brabant-Wallon, Hainaut, Liège,
Namur-Luxembourg et Flandre (en français)**

Propriétaire

Groupe IPM

HISTORIQUE

Le journal est créé en 1884 à Bruxelles sous le nom « Le Patriote » par les frères Louis et Victor Jourdain. Il compte très vite plusieurs éditions quotidiennes. Moins de deux ans après le lancement de ce quotidien, les frères diversifient leur activité éditoriale en lançant l'hebdomadaire « Le Patriote illustré ». Le Patriote, quant à lui, est tiré à 150 000 exemplaires une décennie plus tard. C'est au lendemain de la Première Guerre mondiale, le 18 novembre 1918, que Le Patriote prend définitivement le nom de « La Libre Belgique » pour marquer le tournant historique que représente la libération du pays. Pendant le conflit, le journal paraissait dans la clandestinité sous ce nom et connut un grand succès.



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

La Libre Belgique a une portée nationale. Ce journal a vocation à traiter l'ensemble de l'actualité nationale mais aussi internationale. Tous les domaines de l'actualité s'y retrouvent : la politique intérieure et extérieure, l'économie, la société, la culture mais aussi les sports, les médias. Les faits divers (dans des brèves) et les informations locales (selon les éditions régionales) y trouvent toutefois également leur place. Le journal donne fréquemment la parole à des analystes qui mettent en perspective l'actualité. Il se veut espace de débats. Des reportages découverte sont également présents quotidiennement dans les pages de *La Libre*.

Style rédactionnel

La Libre Belgique est un quotidien sobre aussi bien dans le ton que dans le graphisme. Les informations sont présentées de manière rigoureuse et étayée. Elles sont souvent analysées et replacées dans leur contexte. Le vocabulaire utilisé dans les articles est accessible pour le grand public. Les rédacteurs ne cèdent toutefois pas à la simplification ou à la plume sensationnaliste. Les

articles ont des titres courts et sont précédés d'une synthèse concise du contenu. Un élément graphique sur le bord supérieur de chaque page permet au lecteur de se situer dans le journal. Il rappelle la rubrique et le sujet des articles qui composent la page. Quelques brèves se trouvent en marge des articles principaux dans des encadrés.

Graphisme

Le petit format du journal rend le support maniable. La mise en page ne s'en trouve toutefois pas surchargée. On y retrouve une certaine harmonie entre des textes courts et des images de bonne définition, proche de la qualité magazine.

Ancrage idéologique

La Libre Belgique ne se revendique pas comme un journal d'opinion. Toutefois, elle a longtemps été à forte tendance catholique, avant de s'ouvrir à d'autres points de vue. *La Libre* reste, pour beaucoup d'observateurs, un journal relativement conservateur quant aux grandes questions éthiques et de société. Elle défend l'unité de la Belgique et on dit également d'elle qu'elle est monarchiste.

CONTENU

La DH fait généralement sa une sur les sports, sur un fait divers ou sur un sujet de société. L'actualité y est souvent mise en scène à travers un titrage grandiloquent et des images frappantes.

La DH ouvre couramment ses pages par une enquête de société sur des thèmes touchant le belge lambda et ses habitudes. Ensuite, viennent l'actualité politique et sociale intérieure et l'actualité du monde (plus brièvement). Une rubrique socio-économique intitulée « Vivre mieux » précède la série de pages parlant des faits divers. L'actualité régionale (« Chez nous ») et les pages « Zoom » reprenant l'actualité des célébrités, les services, le courrier des lecteurs et les divertissements referment le cahier principal.

Des rubriques différentes y sont présentes de manière hebdomadaire: multimédia, rock, cinéma, auto-moto, etc. Le second cahier (« Le moniteur des sports ») est entièrement consacré aux sports ou plus précisément aux événements sportifs et à tout ce qui gravite autour: l'avant et l'après compétition, les transferts, les vedettes...

Deux suppléments accompagnent le journal en fin de semaine: un magazine sportif (*Les Sports Mag*) et un magazine télé (*Télé DH*). Les éditions régionales d'Ath-Tournai-Mouscron et de Bruxelles sont respectivement accompagnées chaque semaine des magazines régionaux « *Picard Magazine* » et « *La tribune de Bruxelles* ».

LA DERNIÈRE HEURE – LES SPORTS

(Quotidien généraliste national)



www.dhnet.be

Diminutif

La DH

Slogan

« C'est du direct »

Prix en Belgique

1,10€

Format

Mini-tab

Parution

Du lundi au dimanche

Tirage quotidien

63 033 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Éditions régionales

Namur-Luxembourg, Liège, Tournai-Ath-Mouscron, Mons, Charleroi, Brabant et Bruxelles

Propriétaire

Groupe IPM

HISTORIQUE

La Dernière Heure a été lancée en avril 1906 à Bruxelles. Maurice Brébart et Fernand Oedenkoven en sont les premiers éditeurs. Dès son lancement, le journal s'inspire du graphisme des quotidiens populaires britanniques. La photographie et le sport y ont une place importante. Dans un souci d'alimenter son actualité, le journal est également créateur d'événements sportifs (comme le tour de Belgique cycliste en 1908) ou de divertissement (le concours Miss Belgique, 1928). En 1977, La Dernière Heure reprend le quotidien sportif Les Sports. Il prend alors son nom définitif de « La Dernière Heure – Les Sports ».



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

La Dernière Heure – Les Sports s'adresse au grand public. Le journal accorde une prépondérance à l'actualité nationale et s'intéresse dans une bien moindre mesure à l'international. Les sports et les faits divers font souvent la une du quotidien et les pages dédiées à ces thématiques sont nombreuses. Des enquêtes de société, des entretiens « décalés » avec des personnalités qui font l'actualité, des conseils au consommateur, la vie des célébrités ont quotidiennement une place réservée dans les colonnes du journal.

Style rédactionnel

Le ton rédactionnel du journal est vif et assertif. Ce ton a pour but de susciter l'émotion chez le lecteur. La rédaction a tendance à privilégier les aspects spectaculaires d'un fait ou d'un événement. Aussi, elle « protagonise » l'information c'est-à-dire que celle-ci est fréquemment focalisée sur un personnage ou une personnalité. Les articles ont souvent une action et un héros. Dans les pages du journal, il y a peu de place pour la mise en perspective et la réflexion de fond. Les titres sont accrocheurs, tantôt interpelant directement le lecteur, tantôt schématisant

l'information ou la présentant de manière alarmiste. L'écriture est synthétique et les articles sont très courts. La présence systématique de sous-titres et un jeu sur la typographie d'écriture offrent des repères à la lecture.

Graphisme

Le graphisme est dynamique et coloré. Une touche de couleur distingue les principales rubriques du journal. Les photographies y ont une place importante. Elles sont même parfois intégrées dans le texte. *La Dernière Heure – Les Sports* n'hésite pas à avoir recours à des montages photographiques, notamment dans sa une. La qualité des images est assez proche des photos des magazines.

Ancrage idéologique

Historiquement anticlérical, *La Dernière Heure – Les Sports* a encore aujourd'hui la réputation d'être proche du parti libéral francophone. Le journal n'est toutefois pas un journal d'opinion. Son approche rédactionnelle actuelle et son format amène fréquemment les observateurs à faire le parallèle entre *la DH* et les tabloïds, journaux populaires et sensationnalistes anglais.

CONTENU

L'Avenir consacre généralement sa une à une actualité nationale: des faits ou des enquêtes de société, la politique intérieure, les sports parfois. Les bandeaux supérieurs et inférieurs de la première page peuvent tantôt mettre en avant du national, tantôt du régional. La colonne de droite constitue le menu des principales actualités régionales. Son contenu varie selon les éditions.

Le cahier national commun aux 9 éditions présente en premier lieu les informations du jour en Belgique (politique, social, société, santé, judiciaire). S'ensuivent l'actualité internationale, présente de manière sommaire, et les infos pratiques et conseils de consommation. Les pages « Magazine » (cinéma, télévision, musique, célébrités, météo, jeux) et la page « Forum » (espace d'expression d'opinions) referment le cahier.

Au centre du journal se trouve un cahier détachable dont le contenu est propre à chaque édition régionale. Il est intégralement consacré à la vie locale et aux sports. Toutes les informations de proximité y sont publiées: les événements politiques, festifs et culturels, les projets communaux, l'actualité des personnalités locales, les faits divers, les annonces nécrologiques... Le cahier se termine par les informations sportives internationales, nationales mais aussi locales. Dans ces pages, une place est prise par les annonceurs locaux.

Le lundi, un volumineux cahier est consacré aux résultats sportifs du week-end. Le supplément *Deuzio*, accompagne L'Avenir le samedi. Ce magazine est consacré à la détente et aux loisirs: la télé, la lecture, les sorties culturelles, la mode, la décoration, les voyages...

L'AVENIR

(Quotidien généraliste régional)



www.lavenir.net

Slogan

« L'Avenir est au contenu »

Prix en Belgique

1,10€

Format

Tabloïd

Parution

Du lundi au samedi

Tirage quotidien

96 273 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Éditions régionales

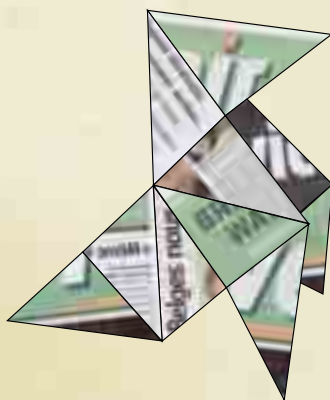
L'Avenir Namur, L'Avenir Basse-Sambre, L'Avenir Entre-Sambre-et-Meuse, L'Avenir Brabant-Wallon, L'Avenir Luxembourg, L'Avenir - Le Jour Verviers, L'Avenir Huy-Waremme, L'Avenir - Le Courrier de l'Escaut (Tournai) et L'Avenir - Le Courrier (Mouscron)

Propriétaire

Groupe Corelio

HISTORIQUE

L'Avenir rassemble sous sa marque des quotidiens qui ont une histoire particulière. « Le Courrier de l'Escaut », par exemple, est le plus ancien quotidien généraliste belge encore publié. Il a été lancé à Tournai quelques mois avant l'indépendance de la Belgique, en 1829. La création du journal Vers l'Avenir remonte à 1918. Ce quotidien fondé à Namur remplace « L'ami de l'ordre » disparu au lendemain de la guerre car proche de l'occupant. La société éditrice de Vers l'Avenir rachète en 1948 le quotidien arlonais « L'Avenir du Luxembourg ». Elle se lance alors dans la création d'un groupe de presse constitué de plusieurs journaux régionaux de tendance catholique, dont notamment Le Courrier de l'Escaut (repris en 1965), Le Jour (1986), Le Rappel (1987) ... En juin 2010, le groupe Vers l'avenir et ses quotidiens changent de nom pour devenir L'Avenir.



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

Le quotidien L'Avenir veut s'affirmer comme un quotidien généraliste régional. Même s'il consacre ses premières pages à l'actualité belge, il met l'actualité de proximité au centre de sa politique éditoriale. Les événements sont traités à travers un prisme régional. Ainsi, L'Avenir se focalise souvent sur les impacts régionaux d'une actualité nationale. Faits divers, projets locaux, politique locale, sports et divertissements constituent l'essentiel de la publication. L'actualité internationale est peu présente. La visée du journal est d'être au plus proche des réalités et des préoccupations quotidiennes de son lectorat.

Style rédactionnel

L'Avenir se veut un journal de proximité. Le style de rédaction est accessible. Les articles sont très courts allant directement à l'essentiel et aux aspects pratiques de l'information. Les véritables analyses de fond sont inexistantes. Les titres des articles sont le plus souvent explicatifs mais peuvent aussi être ludiques, interpellateurs ou accrocheurs comme souvent en une du journal.

Graphisme

Le design du journal est plutôt sobre. La couleur présente dans l'habillage permet de distinguer ses principales rubriques. Des polices de caractères et des corps de texte différencient clairement les avant-titres, les titres et les sous-titres mais aussi les articles principaux et les articles en marge, fort présents. Les illustrations prennent une place importante dans le journal. Plusieurs photographies sont systématiquement présentes sur chaque page. Certaines s'assimilent d'ailleurs à un mur d'images. On retrouve le plus souvent sur ces clichés les acteurs de l'actualité locale. Cette forte présence de la photo permet au lecteur de s'identifier au journal puisqu'il peut y reconnaître des personnes ou des lieux.

Ancrage idéologique

Même s'il ne le revendique pas explicitement, L'Avenir est proche de la tendance catholique. L'évêché de Namur était actionnaire du journal jusqu'en 2007. Aujourd'hui, même si le journal s'affirme indépendant, il demeure dans sa ligne éditoriale plutôt conservateur.

CONTENU

La une du *Soir* met en avant le principal événement de l'actualité belge (le plus souvent) ou internationale avec un titre accrocheur, un condensé d'article et une photo l'accompagnant. Cette une fournit des accroches sur divers autres sujets qui font l'actualité. Elle se veut le menu du journal et paraît déjà comme une mosaïque d'informations.

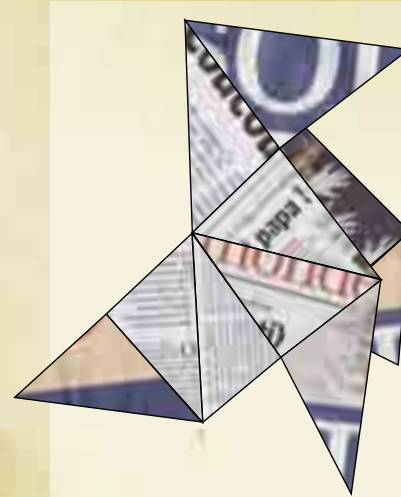
Le *Soir* comporte différentes rubriques, réparties en quatre cahiers qui peuvent être différemment agencés. Le premier cahier regroupe généralement des articles d'actualité sur les thèmes politiques, socio-économiques et de société. On y retrouve également l'éditorial et le dessin journalistique du jour. La rubrique « Zoom » porte une attention plus posée sur un sujet ou un thème investigué. L'actualité du monde, l'actualité régionale

et la tribune d'opinions appelée « Forum » constitue la plupart du temps le deuxième cahier. Le troisième est consacré à l'actualité économique et financière ainsi qu'aux sports. La culture, l'actualité des médias et les rubriques « détente » comme la météo et les programmes télé remplissent les pages du dernier cahier. Des rubriques récurrentes (lecture, automoto...) intègrent chaque semaine les différents cahiers. Une place importante est prise par les annonceurs; la publicité est présente sur presque toutes les pages du journal.

Plusieurs suppléments sont associés à certaines éditions: le *Mad* (magazine culturelle), le mercredi; *Immo* (actualité immobilière), le jeudi; *Zap* (magazine télé), le vendredi; *Victoire magazine* (magazine féminin) et *Références* (offres d'emploi), le samedi.

LE SOIR

(Quotidien généraliste national)



www.lesoir.be

Prix en Belgique

1,10€

Format

Berlinois

Parution

Du lundi au samedi

Tirage quotidien

89 540 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Éditions régionales

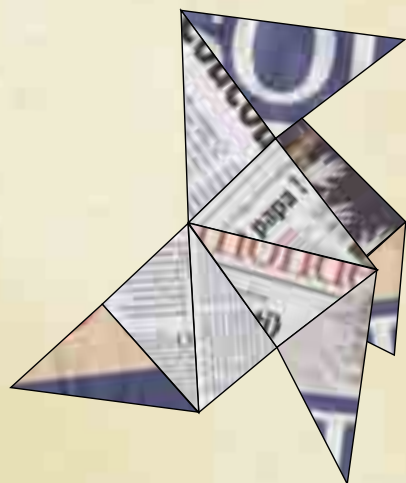
Bruxelles, Brabant-Wallon, Hainaut, Liège
et Namur-Luxembourg

Propriétaire

Groupe Rossel

HISTORIQUE

Le journal *Le Soir* a été lancé à Bruxelles en décembre 1887 par trois amis Nicolas Corbelin, Edgard Roels et Emile Rossel. La première édition est distribuée gratuitement au rez-de-chaussée à Bruxelles, tandis que les habitants des étages doivent payer leur journal deux sous. Il est également payant en province. En 1898, *Le Soir* devient payant sur l'ensemble du territoire belge et il passe la barre des 100.000 exemplaires distribués par jour. La publication du journal n'a été suspendue, depuis sa création, que pour des faits de guerre.



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

Le Soir est un quotidien généraliste et traite dans ses pages aussi bien l'information nationale qu'internationale. Il s'intéresse généralement en premier lieu à la politique intérieure et aux faits de société. L'étranger, l'économie, la culture, la science et la santé, les sports, les faits divers, l'actualité boursière, l'actualité des médias, les tribunes d'opinions trouvent également leur place dans les colonnes du journal. Des rubriques de prise de recul par rapport aux événements, des focus sur des sujets de société, des reportages y reviennent régulièrement. *Le Soir* entend s'adresser de manière intelligente et pluraliste au plus grand nombre.

Style rédactionnel

Le ton rédactionnel utilisé par *Le Soir* est neutre, ni austère, ni criard. Les informations y sont relatées de manière concise. Les entretiens et les analyses de fond ou les articles d'investigation sont plus longs et une page entière peut y être consacrée. La plupart du temps, les titres sont explicatifs, synthétisant voire interprétant une situation ou un événement. Certains titres mettent parfois en exergue les paroles d'un protagoniste de l'actualité.

Graphisme

Une mise en page dynamique rend possible plusieurs niveaux de lecture. Pour ce faire, *Le Soir* utilise des avant-titres et des chapeaux qui compilent les informations essentielles que l'on peut trouver dans le corps de l'article. On retrouve dans les pages du journal nombre d'encadrés et de petits articles en marge, apportant tantôt un éclairage ou un autre regard sur le cœur de l'information, tantôt des informations annexes. Le graphisme est soigné et coloré. Un jeu sur les couleurs permet de mettre en évidence et de hiérarchiser l'information. Un équilibre est trouvé entre le texte et les illustrations (photos, infographies et dessins).

Ancrage idéologique

Dès ses débuts, *Le soir* est décrit par ses rédacteurs comme un journal indépendant et progressiste. Aujourd'hui encore, ses rédacteurs refusent qu'on lui attribue toute étiquette politique ou religieuse. Ils prônent une liberté d'expression et d'opinion, souhaitant faire du journal un véritable contre-pouvoir, un quotidien populaire et sans complaisance envers le pouvoir en place. Concernant les enjeux de société, l'équipe rédactionnelle du journal s'assume progressiste.

CONTENU

Dans sa une, *L'Echo* met en avant le principal titre de l'actualité économique ou politique belge ou internationale. Un texte de synthèse et une photographie le présente au centre de la page. Le reste de la page (le bandeau, les sous-tribunes et le pied de page) intègre les autres titres de l'actualité développés à l'intérieur de la publication. Cette page constitue un sommaire relativement complet du journal.

L'Echo se compose de deux cahiers. Le premier s'ouvre avec les pages « Événement » qui développent le titre placé en une. L'actualité des entreprises et des différents secteurs d'activité économique (industrie, banque, communication, finance...) est rassemblée sous le titre « Entreprises et business ». Le cahier se clôt par une tribune d'opinions nommée « Débats et opinions ».

Le second cahier vise les investisseurs principalement puisqu'ils y retrouvent les chiffres de la bourse et des informations et conseils relatifs aux placements financiers. La dernière page appelée « Épinglé » porte un regard économique sur d'autres thématiques (sport, art, société...) et compile quelques infos insolites.

L'Echo sort le samedi avec un supplément « Week'End » qui propose des papiers plus « magazine » réalisés par la rédaction. Le supplément *Mon Argent* qui a comme sujet les finances des particuliers se trouve encarté dans les pages du journal le même jour. *Sabato*, un magazine qui se veut raffiné et au contenu intemporel (voyage, gastronomie, produits de luxe...) constitue le dernier supplément du samedi. Ces deux derniers suppléments ont des rédactions qui leur sont propres.

L'ECHO

(Quotidien économique et financier)



www.lecho.be

Prix en Belgique

1,70€

Format

Belge

Parution

Du mardi au samedi

Tirage quotidien

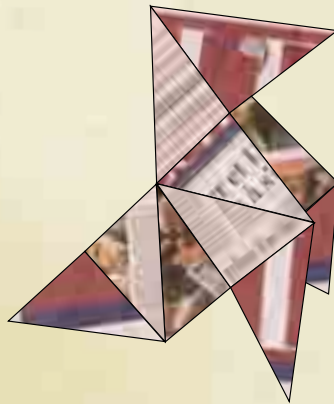
17758 exemplaires (2^e trimestre 2009 source CIM)

Propriétaire

Mediafin

HISTORIQUE

L'Echo de la Bourse est lancé le 22 mai 1881 à Bruxelles. Il portait le sous-titre de « Journal financier, industriel et commercial paraissant tous les jours de bourse ». Au cours de son histoire, il s'éloigne progressivement de son statut initial de quotidien spécialisé uniquement en bourse et en finance, en intégrant de plus en plus des informations généralistes. Le journal absorbe d'autres titres « écofi » comme Agefi en 1980. En 1990, le journal abrège son nom et devient L'Echo. En 2009, Le papier du journal L'Echo est passé à la couleur saumon. Le « saumon » est, dans le monde entier, la couleur des grands journaux d'affaires.



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

La rédaction de L'Echo part du postulat que toute l'actualité peut être abordée sous un angle économique. Le journal couvre avant tout l'actualité économique et financière: la santé des entreprises, les secteurs d'activité économique, les échanges commerciaux, les résultats boursiers... Mais, L'Echo s'intéresse aussi au reste de l'actualité qu'il envisage d'un point de vue économique et financier. Ainsi, il parle chaque jour de politique belge ou internationale, en mettant en avant les impacts économiques des décisions politiques prises, ou des résultats électoraux. Il peut aussi s'intéresser au social, à l'art, au sport, à la musique ou aux divertissements en se focalisant sur leur retombée ou leur influence sur la vie économique des individus ou de la collectivité.

Style rédactionnel

Le ton rédactionnel du journal est posé et sérieux. L'Echo laisse une place importante aux réflexions, analyses et mises en perspective de l'actualité. Les articles sont assez longs. Le journal propose

systématiquement des entretiens de personnes influentes dans les milieux d'affaire ou recueille la parole d'experts ou de leaders d'opinion. Pour les papiers les plus longs, un exergue fait ressortir un élément essentiel ou révélateur du propos.

Graphisme

La sobriété est présente aussi bien dans le graphisme que dans le titrage. Le format du journal permet une mise en page claire et aérée. La présence de l'illustration est mesurée. Les photos ont pour fonction de montrer les protagonistes de l'actualité et les infographies, d'apporter un éclairage sur le propos.

Ancrage idéologique

L'Echo est naturellement proche des milieux d'affaires. On peut y entendre plus facilement la voix des patrons et des défenseurs du libéralisme et de l'économie de marché que celle des leaders syndicaux ou des associations.

CONTENU

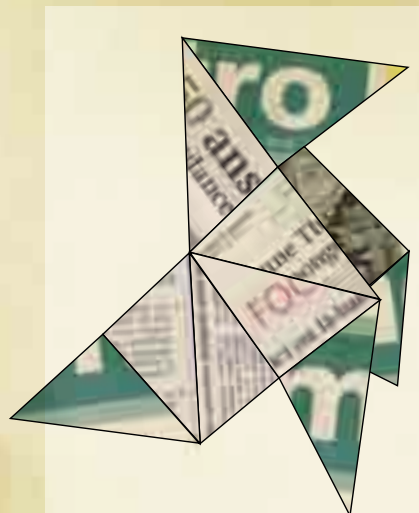
La une présente déjà des articles condensés des principaux titres de l'actualité. Elle est complétée par un sommaire et une photo insolite ou décalée commentée. *Metro* ouvre ses pages par la politique belge et une rubrique société. Plusieurs pages sont ensuite dédiées à l'actualité internationale, qui précède les informations économiques et financières rassemblées sous la rubrique « Business ». Un espace important est consacré aux offres d'emploi et à l'actualité des em-

ployeurs. La deuxième partie du journal se partage entre les infos culturelles, les médias, les divertissements et le sport. Des rubriques thématiques spécifiques reviennent chaque semaine: « On the road » (auto-moto), « Lifestyle » (mode), « Books » (littérature), « Soundcheck » (musique), « Check-in » (tourisme)...

L'espace publicitaire est très important puisque sa vente représente la seule rentrée financière d'un journal gratuit.

METRO

(Quotidien généraliste gratuit)



www.metrotime.be

Prix en Belgique

Gratuit

Format

Tabloïd

Parution

Du lundi au vendredi
mardi et vendredi en Juillet-Août

Tirage quotidien

290.000 exemplaires (pour les deux éditions / 2010 source Metro)

Éditions régionales:

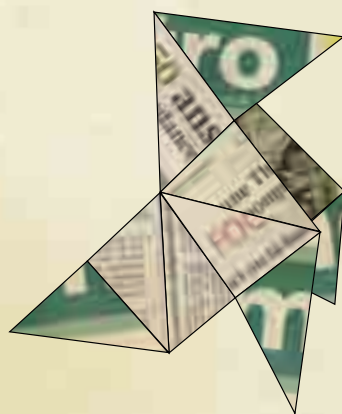
I édition francophone (en-tête du journal en vert) et
I édition néerlandophone (en-tête du journal en bleu)

Propriétaire

Mass Transit Media

HISTORIQUE

Modern Times Group lance en 1995 à Stockholm un quotidien gratuit généraliste appelé Metro. Dans la foulée, ce groupe média exporte et décline le journal dans différentes villes européennes comme Prague ou Budapest. Quelques années plus tard, le concept est repris en Belgique. C'est en 2003 que les groupes d'édition Rossel et Concentra s'associent pour lancer Metro. Ils mettent sur pied un réseau de distribution alternatif pour viser une cible particulière : les navetteurs. Aujourd'hui, le quotidien est disponible chaque matin dans la majorité des gares et stations de métro ou pré-métro mais aussi dans les écoles supérieures, les universités et dans plus de 400 entreprises.



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

Metro se concentre sur l'actualité générale nationale et internationale mais s'intéresse également à l'économie, à l'emploi, aux temps libres et aux sports.

Style rédactionnel

Le lecteur auquel s'adresse le journal, le navetteur, dispose en moyenne d'un temps de lecture assez réduit (20 minutes). Cette donnée détermine le contenu du journal. L'équipe rédactionnelle va donc à l'essentiel de l'actualité. Pour ce, elle se base sur les dépêches des agences de presse et les communiqués auxquels elle apporte une petite valeur ajoutée. Les articles sont très courts et les brèves, nombreuses. Il n'y a pas de reportage ni d'enquête, les interviews inédites sont rares (sauf dans les pages culturelles). Il n'y a pas d'éditorial, de contextualisation ni de mise en perspective de l'information. Les titres sont sobres, simples et explicatifs. Seuls les articles les plus longs sont précédés de chapeaux informatifs. Des adresses internet en lien direct avec le contenu sont placés à la fin de certains articles ou

brèves et invitent le lecteur à aller plus loin. Le but de Metro est de proposer une vision panoramique et condensée de l'actualité.

Graphisme

Le graphisme est équilibré et soigné; la mise en page est dense, mais reste fluide. Cette dernière permet différents modes de lecture. Les propos sont illustrés par un nombre important de photographies, notamment en médaillon.

CONTENU

Même si elle intègre des éléments communs (le graphisme et certains sujets), la une de *Sud Presse* varie selon les éditions. Ces unes très illustrées mettent en avant des actualités régionales et nationales. Société, faits divers, sports sont les thèmes qu'elles mettent le plus fréquemment en évidence.

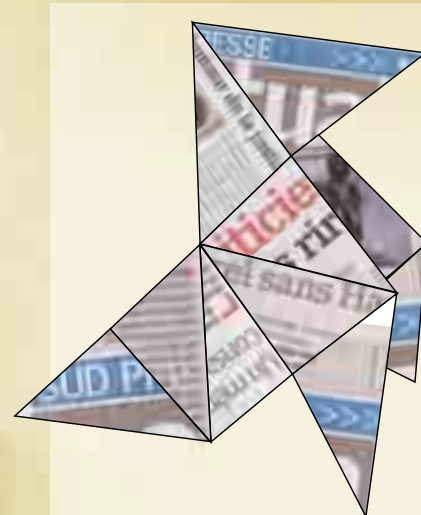
Les journaux *Sud Presse* présentent quatre cahiers. Le premier cahier est consacré à l'actualité régionale et locale. Seules les premières pages rendent compte d'une actualité plus nationale. Le reste du cahier se concentre sur les faits-divers, l'actualité locale et les réactions des acteurs locaux la concernant. Le deuxième cahier est un cahier national commun à tous. Il retrace brièvement les principaux titres de l'actualité judiciaire, politique, sociale et économique nationale et offre des rubriques magazines (entretien avec des célébrités, conseils

pour le consommateur...). Le troisième cahier est entièrement consacré aux sports. Il retrace les événements sportifs nationaux et internationaux mais se situe aussi au cœur des clubs sportifs régionaux en rendant compte de l'actualité sportive locale. *Sud Peps* est le nom du dernier cahier. On y retrouve l'actualité people (musique, cinéma...) et télé (émissions télévisuelles à large public et séries) mais aussi des jeux, l'horoscope et un espace de paroles pour les lecteurs.

Sud Mag accompagne l'édition du week-end. Il propose plus de 80 pages consacrées à la télé, aux loisirs, aux « people », à la musique, aux tendances de consommation et une information de proximité. *Sud Top*, un cahier spécial consacré à l'emploi, l'immobilier et l'auto, proposant des articles et des petites annonces, paraît également dans l'édition du week-end.

SUD PRESSE

(Quotidien généraliste régional)



www.sudpresse.be

Prix en Belgique

1 €

Format

Berlinois

Parution

Du lundi au samedi

Tirage quotidien

121 134 exemplaires (2e trimestre 2009 source CIM)

Éditions régionales

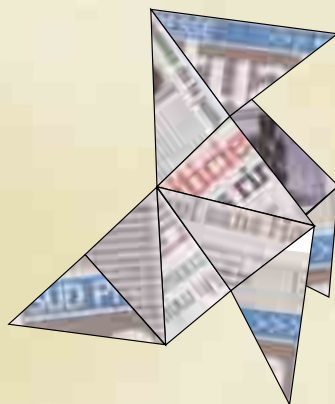
La Meuse (Liège, Namur, Basse Meuse, Verviers, Huy-Warremme, Luxembourg), La Nouvelle Gazette (Charleroi, Centre, Sambre/Meuse), La Province (Mons), Nord Eclair (Mouscron, Tournai) et La Capitale (Bruxelles)

Propriétaire

Groupe Rossel

HISTORIQUE

Sud Presse est riche de l'histoire de plusieurs quotidiens. La Meuse, le plus vieux journal du groupe, a été fondée en 1856 par des notables liégeois. Très vite, ce journal diffuse plusieurs éditions régionales à Namur, à Verviers ou à Charleroi. Il rachète en 1946 le quotidien bruxellois La Lanterne qui prendra en 2002 le nom La Capitale. La Gazette de Charleroi lancée en 1868 par des politiques libéraux est renommée après la Seconde Guerre mondiale La Nouvelle Gazette. Cette dernière éditera La Province, le quotidien montois sorti pour la première fois des presses en 1907. La société Sud Presse est constituée en 1999 et regroupe les différents titres édités par les journaux La Meuse et La Nouvelle Gazette. En 2004, les éditions mouscronnoise et tournaisienne du quotidien nordiste Nord Eclair entrent dans le giron du groupe. En proposant différents titres sous un même habillage et un même ton rédactionnel, Sud Presse entend répondre présent dans toutes les villes et les villages de la partie francophone du pays.



LIGNE ÉDITORIALE

Hiérarchisation de l'info

Sud Presse édite des journaux spécialisés dans l'information de proximité. Les différentes rédactions passent essentiellement au crible les faits et événements des zones géographiques que chaque édition vise. L'actualité nationale et internationale est secondaire et peut, par exemple, être entrevue à travers les réactions d'acteurs locaux. On retrouve principalement dans les colonnes du journal des reportages sur des faits divers, des événements socioculturels, des projets locaux, l'activité économique régionale, des personnalités locales, des personnages insolites, des gens qui vivent des situations extraordinaires, mais aussi l'information sportive et l'actualité des célébrités. Les informations politiques, sociales, économiques ou culturelles à plus grande portée n'y sont pas prioritaires.

Style rédactionnel

Le style rédactionnel de Sud Presse est incisif et percutant. Le langage utilisé est simple et vif. Les articles comportent quelques courts paragraphes dans lesquels l'actualité est la plupart du temps mise en scène. Dans le but

de rendre les textes plus vivants et proches du lectorat, la parole est souvent laissée aux protagonistes ou aux témoins lambda de l'actualité. Les titres brefs et retentissants visent à interpeller le lecteur. Pour quasiment chaque article, un avant-titre précise la localité de l'actualité.

Graphisme

La composition graphique est vive et dense. Les pages sont ainsi très fournies : habillage massif, titres à dimension imposante, encadrés colorés, photographies à profusion, publicité volumineuse, absence de blancs. La photographie s'impose dans les pages du journal comme un des éléments centraux (avec le titre) pour susciter la curiosité et l'émotion chez le lecteur. La rédaction n'hésite pas à mettre en évidence des clichés chocs, notamment en première page.

Ancrage idéologique

Historiquement, *La Province*, *La Nouvelle Gazette*, *La Meuse* et *La Lanterne* étaient de tendance libérale et laïque. Aujourd'hui, les journaux du groupe Sud Presse ne sont plus des journaux engagés.