

Le Figaro rajeunit son identité graphique

jeu 25/01/2024 - 19:02



Une onde de changement souffle dans le Groupe Figaro. A partir de ce vendredi 26 janvier, Le Figaro se dote d'une identité graphique pour "renforcer sa place au cœur de l'environnement global de la marque Figaro", selon un communiqué. Le journal quotidien fait évoluer sa maquette en offrant un nouveau design et un nouveau rythme de lecture "pour coller à l'époque et être toujours à la pointe graphique et éditoriale", indique d'Alexis Brézet, directeur des rédactions du Figaro.

La nouvelle étape de la stratégie "omni média" engagée par le Groupe Figaro commence par la mise en place d'une nouvelle maquette qui entend renforcer la cohérence graphique entre le quotidien papier et les autres supports sur lesquels le média est présent : Web, TV et réseaux sociaux.

Cette refonte, pensée et réalisée en interne sous la supervision d'Alexis Brézet, directeur des rédactions du Figaro, et de Pierre Bayle, directeur artistique, s'incarne par une nouvelle charte graphique des têtes, un changement de typographie de la titrairie et une mise en valeur du texte et de la photo. La réforme graphique s'accompagne de l'utilisation générale de Verso, le système rédactionnel maison et d'une modification de la structure des articles pour proposer "plus de profondeur, de décryptages et de réflexion dans le rendez-vous quotidien", précise l'éditeur.

Parmi les principales marques d'information en France, Le Figaro écoule quelque 357 314 unités en diffusion totale et 23 499 exemplaires en vente au numéro, soit 7,61 % de sa diffusion individuelle France Payée OJD sur 2022-2023, selon les chiffres de l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM) et l'Office de justification de la diffusion (OJD).

Un groupe en mutation

En 2023, Le Figaro Magazine avait pris un tournant écologique. L'hebdomadaire célébrait son double engagement pour l'environnement et la photographie avec un dossier spécial de 60 pages dans lequel les photographes deviennent de véritables lanceurs d'alerte (prix : 6,50 euros / Codification 00134).

La société Figaro Publications, filiale du Groupe Figaro placée sous l'autorité de Jean-Luc Breysse, directeur général adjoint du Groupe Figaro avait récupéré une véritable référence de la presse des célébrités, Gala.