

Le Monde

Le monde 12 Octobre 2023

Pour son deuxième numéro, « La Tribune dimanche » augmente son tirage

Pour son deuxième numéro, « La Tribune dimanche » augmente son tirage

La direction du nouveau quotidien dominical estime à 50 % le taux de vente du premier numéro, sorti le 8 octobre.

« Les premières tendances sont aussi bonnes à Paris qu'en régions. » Après avoir ajourné une première fois sa communication sur les indications de ventes du premier numéro de *La Tribune dimanche* (LTD), mercredi 11 octobre, la direction a annoncé, jeudi à la mi-journée, « un taux de vente à Paris de 70 % et de 50 % au niveau national ». Plus tôt dans la matinée, elle avait fait savoir qu'« au regard des premières remontées de vente, La Tribune a[vait] décidé d'augmenter le tirage du journal La Tribune dimanche, en passant de 120 000 à 130 000 exemplaires pour le numéro deux. »

En réalité, ce premier tirage du 8 octobre s'est élevé à 110 000 exemplaires. Victime d'un bourrage dû à un grammage de papier trop élevé pour le nombre de pages à mettre sous presse, l'imprimerie marseillaise de *La Provence* (qui appartient au même groupe) n'a pu sortir, avec retard, que 7 000 exemplaires. Appelée en urgence à la rescousse, l'imprimerie Riccobono de Gallargues (Gard) en a imprimé 33 000. Dix mille journaux ont donc manqué à l'appel, privant quelques départements du Sud-Ouest de LTD.

Pour éviter que la situation se reproduise, le journal continuera d'y être imprimé jusqu'à la fin de 2023, selon nos informations. Enfin, les points de vente supplémentaires parisiens, qui prennent le relais des kiosques fermés le dimanche, n'ont pas distribué *La Tribune dimanche* – contrairement au *Parisien dimanche*, au *Journal du dimanche* ou encore à *L'Equipe*.

Lire aussi :  [Presse écrite : « La Tribune Dimanche » est entrée dans la bataille du septième jour](#)



Si ces « *remontées officielles* », émanant de sondages effectués sur un échantillon de kiosques répartis sur tout le territoire, devaient être confirmées la semaine prochaine par les « *résultats définitifs* », cette première journée se sera révélée très encourageante. Comptant sur un effet de curiosité, la direction espérait en effet écouler autour de 30 000 exemplaires, avant, dans le meilleur des cas, de stabiliser cette diffusion en kiosques à 25 000 unités en moyenne.

Onze pages entières de publicité

Ce premier bouclage a réservé aux équipes son lot de surprises. En effet, alors que les visages de Sophie Binet et de Marylise Léon auraient dû s'y afficher en « une », et l'entretien croisé des dirigeantes de la CGT et de la CFDT assurer à *La Tribune dimanche* ses premières reprises remarquées, l'attaque du Hamas contre Israël, déclenchée à l'aube samedi 7 octobre, est venue chambouler le chemin de fer prévu avec soin.

La petite rédaction fraîchement constituée, encore dénuée de service international, a dû monter trois pages sur l'événement dans la précipitation, le journal bouclant à une heure précoce (19 h 30). Du côté des pages médias, le choix de TF1 (groupe Bouygues) d'autoriser Bruce Toussaint à raconter dans *LTD* son prochain départ de BFM-TV in extremis dans la journée de samedi plutôt qu'au *Parisien*, pourtant coutumier de ce genre d'exclusivités, fait figure d'encouragement au niveau venu.

Lire aussi :  [« La Tribune Dimanche » veut séduire les anciens lecteurs du « Journal du dimanche »](#)



La Tribune dimanche peut également se réjouir d'avoir accueilli onze pages entières (et quelques formats moins grands) de publicité – là où *Le JDD* en comptait six (plus des petits formats et des publicités émanant des autres médias du groupe Lagardère) – et *Le Parisien dimanche*, une seule (partenariats et petits formats en plus).

Preuve que la majorité des annonceurs reste frileuse avec *Le Journal du dimanche* version Geoffroy Lejeune (ancien directeur de la rédaction de l'hebdomadaire *Valeur actuelles*), contrairement au groupe de luxe LVMH, qui y proposait une publicité pour les vêtements de luxe Loro Piana, mais jouait les absents dans *LTD*. Une situation qui pourrait évoluer, une rencontre entre les équipes du groupe de luxe et la régie de *La Tribune* étant prévue cette semaine.

Le Monde 

Chaque jour de nouvelles grilles de mots croisés, Sudoku et mots trouvés.

[Jouer →](#)

Entièrement tournée vers cette parution print hebdomadaire qui a donné à la rédaction du site le sentiment d'être délaissée, la direction de *La Tribune* a promis, mercredi 11 octobre, de « déployer [ses] ambitions éditoriales et industrielles » afin de « préparer *La Tribune* (le site Internet) du 1^{er} janvier 2024 ». Ces investissements avaient été promis au printemps, lors du rachat du groupe de Jean-Christophe Tortora par CMA CGM et son intégration dans sa filiale médias. Actuellement dirigée par Laurent Guimier et encore en cours de constitution, *Whynot Media* a, selon nos informations, approché Philippe Colombet, l'ancien directeur du journal *La Croix*. Contacté au sujet d'une éventuelle arrivée, celui-ci estime n'avoir « aucun commentaire à faire ».

Aude Dassonville