

Ecrit par le 9 avril 2026

[Observateur](#) et du [Matin de Paris](#), il a cédé les [Éditions Croque Futur](#), maison-mère de [Challenges](#), [Sciences et Avenir](#) et [La Recherche](#), au groupe [LVMH](#), pour l'euro symbolique.

Accélérer le virage numérique

Déjà présent depuis 2020 à hauteur de 40% au capital de l'éditeur, le géant du luxe contrôlé par [Bernard Arnault](#) parachève ainsi une stratégie d'expansion méthodique dans le champ médiatique. LVMH promet d'assurer la pérennité économique de titres fragilisés par l'érosion des ventes papier et d'en accélérer leur virage numérique, défendant 'une information de qualité' et contribuant à la diffusion de la culture scientifique.

Quelle indépendance éditoriale ?

Pour autant, les journalistes des trois titres, les syndicats et le comité social et économique, sont inquiets car Bernard Arnault à qui les professionnels de la presse ont demandé de signer les chartes d'indépendance existantes, n'a pas donné suite.



Écrit par le 9 avril 2026

Copyright MMH

Financement et stratégie

À la tête du nouvel ensemble, [Maurice Szafran](#), proche de [Claude Perdriel](#) et désormais président des Éditions Croque Futur, évoque un 'redressement économique' rendu possible par l'appui financier et stratégique de LVMH d'un secteur fragile.

En cause ? La concentration des médias

Mais au-delà de ces publications, c'est la concentration croissante des médias qui interroge. LVMH détient déjà le groupe [Les Échos-Le Parisien](#), [Radio Classique](#), ainsi que [L'Opinion](#) et [L'Agefi](#). Une accumulation qui alimente les craintes d'un paysage informationnel de plus en plus dominé par quelques grands groupes industriels. En décembre, Reporters sans frontières et plusieurs organisations syndicales ont saisi la justice administrative et l'Autorité de la concurrence afin d'examiner les implications de ce rachat.

Le print en déclin

La presse, tous titres confondus, a diffusé 2,6 milliards d'exemplaires en 2024, soit environ 7,1 millions d'exemplaires par jour. Le modèle privilégié reste l'abonnement (papier + numérique) qui représente 44% de la diffusion payée, soit environ 1,1 milliard d'exemplaires. Les sites et applications de presse ont enregistré 78 millions de visites par jour en 2024, dont 86% réalisées via mobiles, ce qui montre l'importance du numérique dans l'accès aux contenus. La diffusion globale de la presse (print + numérique) continue de baisser légèrement d'une année sur l'autre dans un marché déjà sous pression. Dans ce contexte, la part des versions numériques (abonnements ou ventes numériques) est en croissance significative, contribuant à stabiliser les diffusions payées même si le format papier garde la majorité des parts chez de nombreux magazines.

Source ACPM (Alliance pour les chiffres de la presse et des médias).

Mireille Hurlin