

CIM BPS

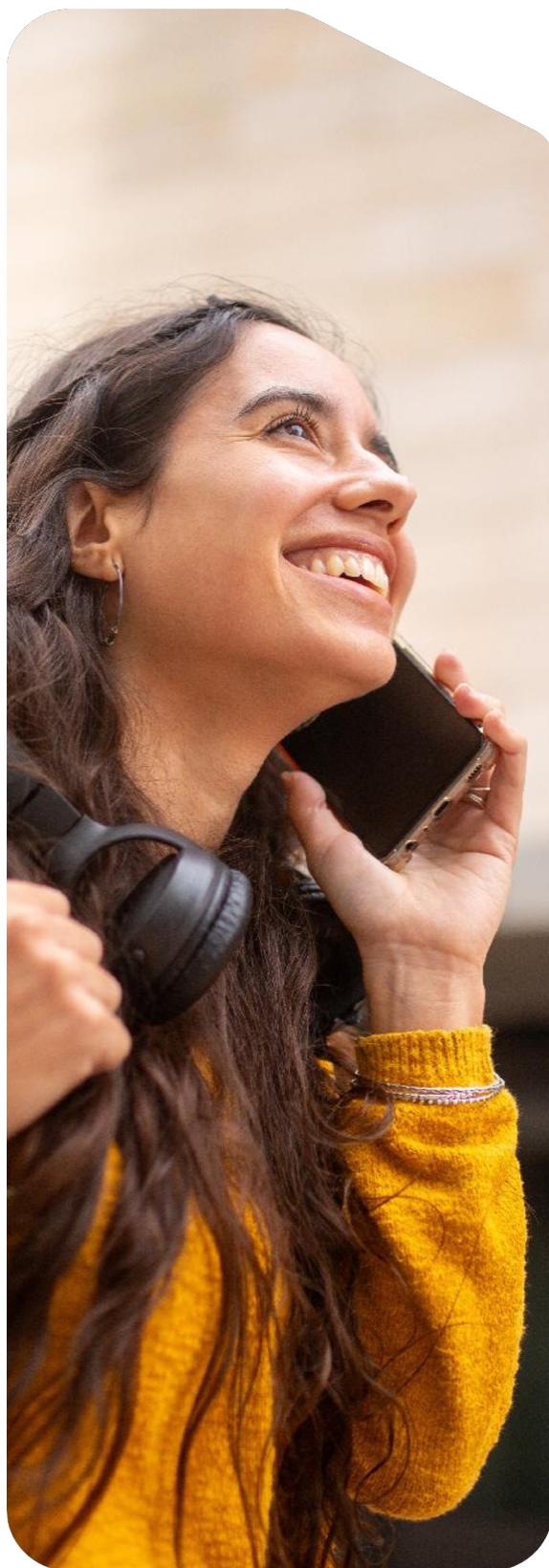
2026

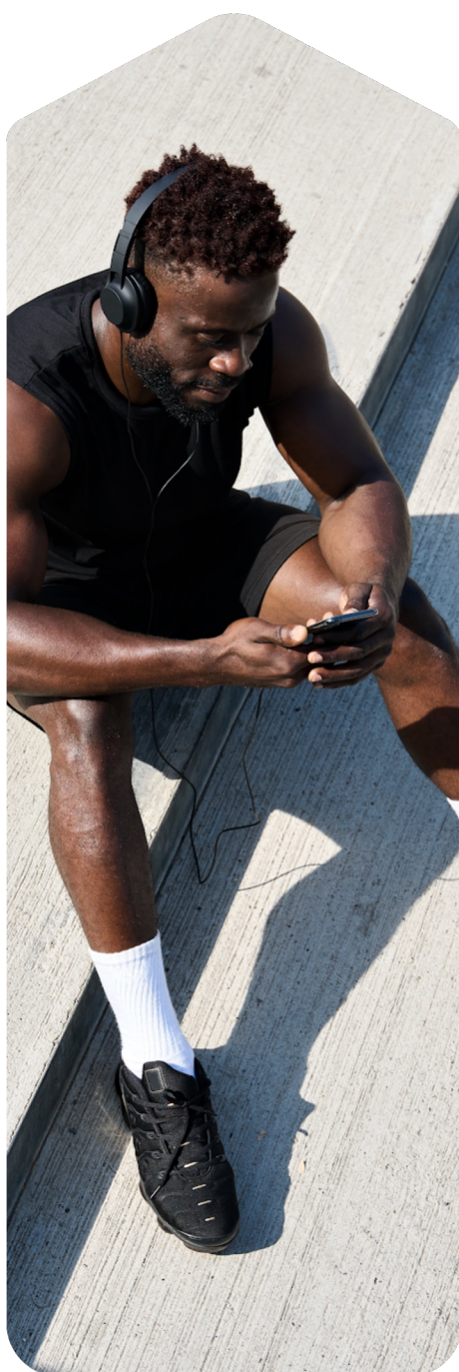


Avant-propos

Le CIM publie aujourd'hui les résultats de la dernière étude Belgian Publishing Survey (BPS), qui mesure l'audience des marques de presse, qu'elles soient consultées en version papier ou en version numérique.

Ce terrain a subi quelques changements méthodologiques afin de clarifier le questionnaire pour les répondants et contribuer à la stabilité des résultats au fil de temps.





Résultats BPS 2026

Les données du nouveau terrain couvrent la période de septembre 2025 à mai 2026, avec un total de 4.270 interviews (8.586 avec les enquêtes du terrain 2025) réalisées (16 ans et plus).

Comme à l'accoutumée, le CIM présente plusieurs indicateurs :

- L'indicateur « Papier + Éditions digitales » qui mesure l'audience des éditions spécifiques, qu'elles soient lues en version papier ou via l'édition digitale (Replica).
- L'indicateur « Brand » qui fournit les audiences complètes des marques de presse, incluant également les audiences web sur les sites ou applications. Ces audiences sont le résultat de la fusion entre les données de l'étude BPS et les audiences web mesurées dans l'étude CIM Internet.

Cette publication est donc l'occasion de mettre en lumière quelques résultats. Les souscripteurs de l'étude Presse ont bien entendu accès à l'ensemble des résultats via les logiciels.

La presse, l'information de référence

La presse continue de toucher une large part de la population belge. Cette couverture est une bonne nouvelle au regard de son rôle dans la société : elle assure une présence forte des médias locaux et offre une information

vérifiée, portée par des rédactions indépendantes, à l'heure des réseaux sociaux et des contenus générés par l'intelligence artificielle.



91,3%

des Belges consultent au moins une marque de presse chaque mois.



82,9%

des Belges consultent au moins une édition papier ou digitale d'une marque de presse chaque mois.



53,4%

des Belges consultent chaque jour une marque de presse quotidienne.



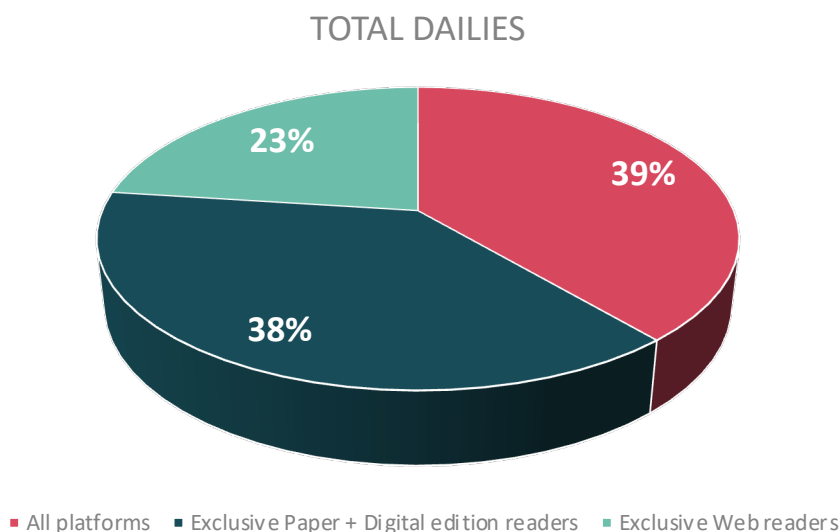
75,6%

des Belges consultent chaque mois une marque de presse magazine.

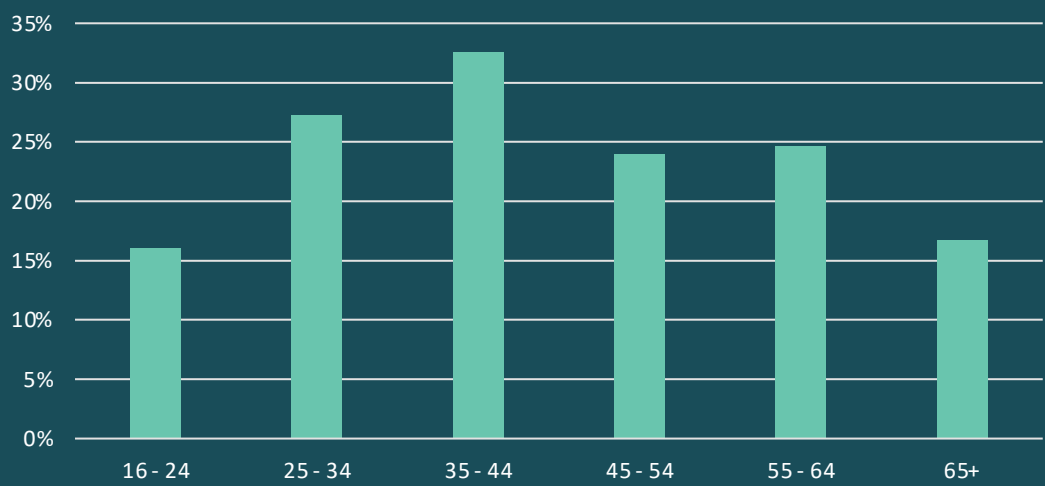
Des supports diversifiés pour rester accessible

La presse a su faire évoluer ses supports pour accompagner l'évolution des usages. Journaux et magazines imprimés, éditions digitales, sites et applications permettent à chacun de retrouver ses titres selon ses préférences et les moments de la journée. Cette diversification rapproche l'information des lecteurs, là où ils consultent aujourd'hui l'actualité. Elle permet aux marques de presse de prolonger leur présence et de maintenir le lien avec leurs publics.

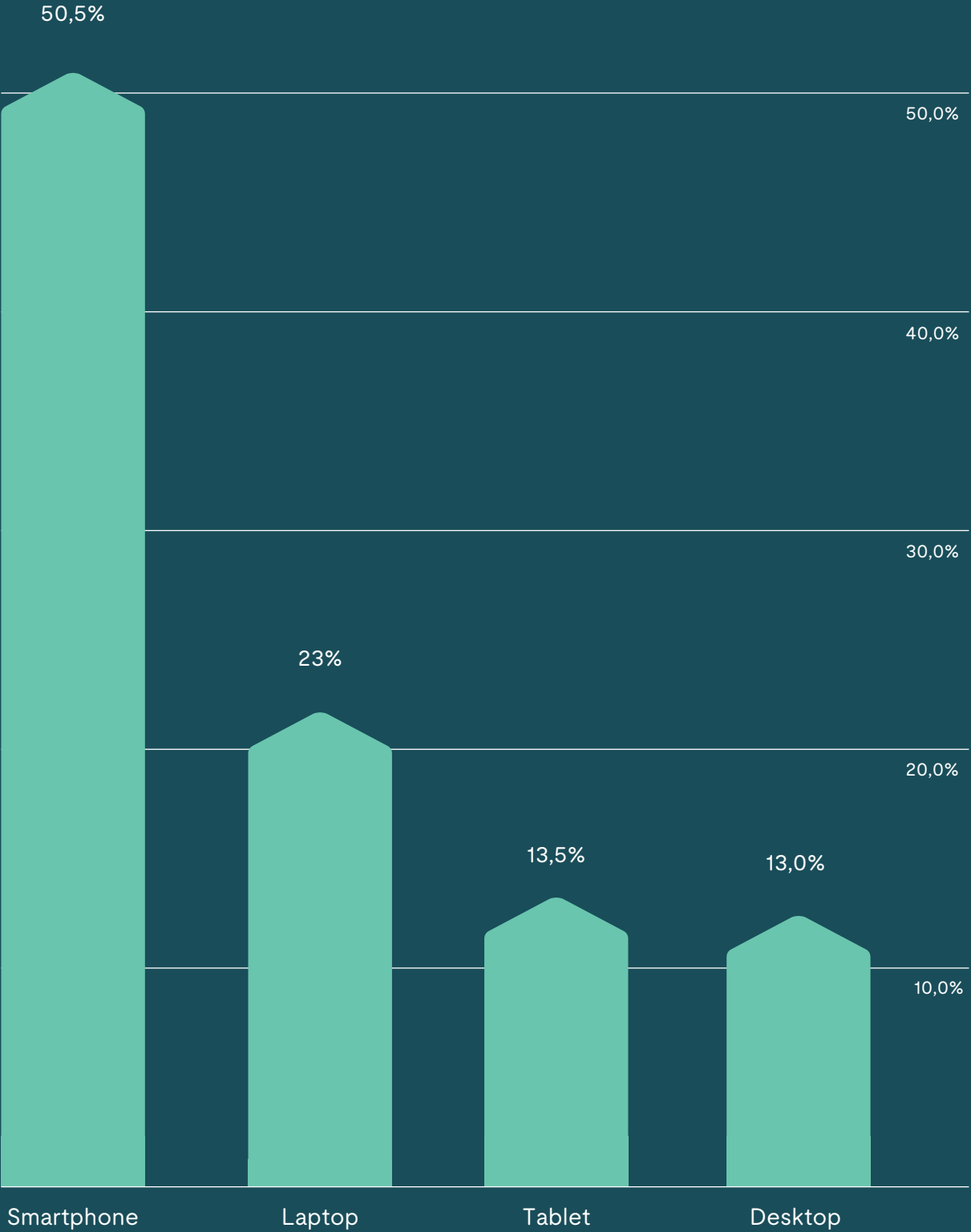
La hausse de 3 % du nombre de lecteurs tous supports confondus par rapport à l'édition précédente confirme cette tendance.



Incremental reach Web dailies



Devices used to consult news of magazine website/app



Le papier conserve une place importante

La diffusion des journaux et magazines imprimés reste massive et confirme la place importante du papier parmi les supports de presse. Celui-ci offre un accès à l'information qui ne nécessite ni écran ni connexion. Aux côtés des supports numériques, il préserve une diversité de modes de lecture et répond aux préférences d'une partie importante du public. Le papier reste ainsi une alternative concrète au tout en ligne.

34 millions

En moyenne, le nombre d'exemplaires de journaux et magazines papier mesurés par le CIM qui sont distribués chaque mois.

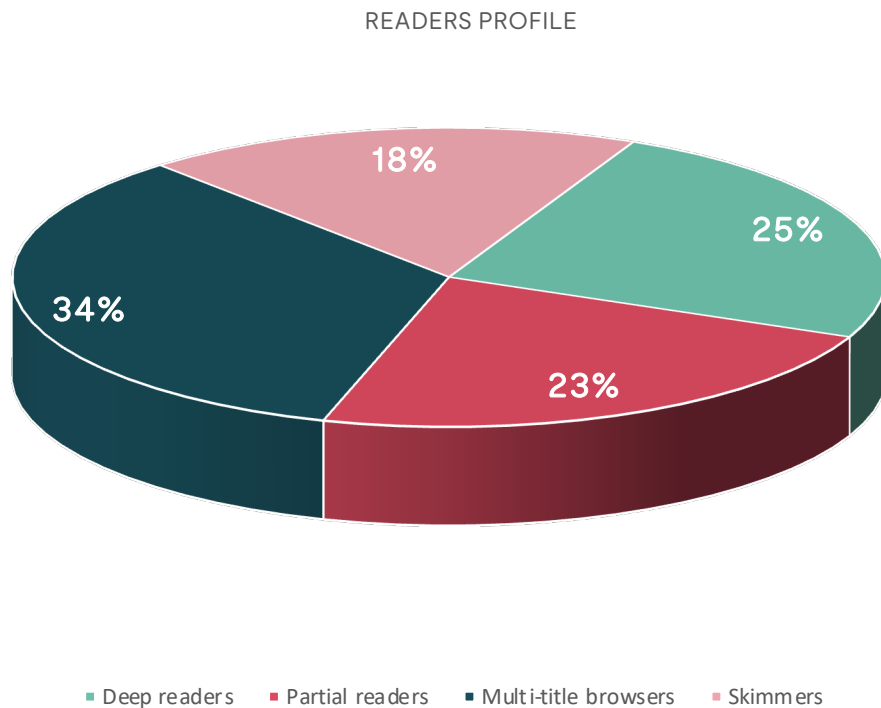


Types de lecteurs

L'étude BPS montre qu'il n'existe pas une seule manière de lire la presse. Certains lecteurs se concentrent sur un nombre limité de titres qu'ils lisent en profondeur, tandis que d'autres consultent un éventail plus large de publications et sélectionnent les contenus qui les intéressent le plus. Cette diversité de comportements illustre la capacité de la presse à répondre à une grande variété de préférences de lecture.

L'étude montre également que les comportements de lecture sont souvent cohérents d'un média à l'autre. Les lecteurs qui lisent les journaux de manière approfondie ont davantage tendance à lire les magazines de la même façon, ce qui suggère que l'intensité de lecture est liée non seulement à la publication, mais aussi aux habitudes propres à chaque lecteur.

Nous regroupons les lecteurs présentant des comportements similaires en quatre types. La majorité d'entre eux sont des multi-title browsers (lecteurs qui parcourent de nombreux titres), tandis que le groupe le plus restreint est constitué de lecteurs qui ne feuilletent qu'un nombre limité de titres.



Deep readers

Une sélection restreinte mais fidèle, lue (presque) de la première à la dernière page.

Partial readers

Une sélection restreinte : quelques articles lus et un parcours rapide du reste du titre.

Multi-title browsers

Un large répertoire (4 quotidiens ou 11 magazines en moyenne), chacun lu partiellement.

Skimmers

Une sélection restreinte, principalement feuilletée.



Suivez-nous pour ne rien manquer



LinkedIn
www.linkedin.com/company/cim-belgium

CIM Newsletter
S'inscrire ici: www.cim.be/fr/newsletters

A. Reyerslaan 80
1030 Bruxelles

+32 (2) 661 31 50

info@cim.be

CIM.BE