

## Le magazine Les Echos Week-End fête son numéro 100

En 2015, Les Echos s'engageait dans un véritable défi : imaginer et créer nouveau magazine, preuve qu'il est encore possible d'innover dans le print à l'ère du numérique dominant. Les Echos inventait une offre de fin de semaine avec le lancement des Echos Week-End.

### UN NUMERO 100 INEDIT POUR FETER SES DEUX ANS

*Quelles sont les 10 choses qui vont disparaître pour toujours ? Comment la médecine peut-elle redonner la vue aux aveugles ? Y a-t-il encore de la neige au sommet du Kilimandjaro ? Les réseaux sociaux rendent-ils malheureux ? Existe-t-il encore une terra incognita ? Les chatons font-ils vraiment vendre ? Quel est le groupe de musique le plus écouté au travail ?*

Pour son 100<sup>ème</sup> numéro, ce vendredi 24 novembre, Les Echos Week-End propose un magazine inédit avec 100 questions-réponses sur le monde d'aujourd'hui et surtout de demain : des questions de fond, mais aussi décalées ou légères que l'on s'est tous posées sans forcément connaître la réponse. Avec une maquette totalement repensée pour l'occasion par la directrice artistique Cécile Texeraud, ce numéro reste fidèle à son ambition de départ : **enrichir en divertissant, divertir en informant.**

Pour aller plus loin dans la célébration de ce 100<sup>ème</sup> numéro, le lundi 27 novembre, Les Echos Week-End organise un **LIVE MAGAZINE** où les journalistes, auteurs, artistes monteront sur scène pour faire vivre les coulisses et la conception de ce numéro lors d'une soirée éphémère et unique au Casino de Paris.

Pour s'inscrire : [ici](#)



### UN MAGAZINE POUR PRENDRE SON TEMPS SANS LE PERDRE

Depuis sa création, ce magazine a pour ambition d'installer une lecture plus personnelle des Echos, d'accompagner ses lecteurs au-delà de leur vie professionnelle. Son concept éditorial innovant a pour ambition de répondre au besoin d'une pause ressentie par une cible hyper active. Ce moment couvre une diversité de thématiques autour de quatre piliers qui construisent le chemin de fer du magazine : Business story, Culture, Style et Bien-être.

Les formats éditoriaux privilégient le registre narratif pour stimuler et inspirer les lecteurs. L'originalité des Echos Week-End tient dans son éclectisme : des témoignages captivants d'entrepreneurs et de créateurs, des histoires auxquelles on se prend à rêver, des enquêtes fouillées et documentaires, des portraits inédits, des conseils pour vivre pleinement sa vie personnelle autant que sa semaine professionnelle. Le design du magazine est

particulièrement soigné qui confère au magazine une identité résolument moderne, une ambiance positive et détendue. En bref, Les Echos Week-End marie intelligence et fun.

L'expérience des Echos Week-End trouve un prolongement digital dans un espace dédié sur LesEchos.fr : vidéos, sons, images.

Les Echos Week-End est porté par une rédaction dédiée d'une vingtaine de journalistes et plus largement par les contributions de l'ensemble de la rédaction des Echos. Il est dirigé par Henri GIBIER, Directeur de la Rédaction et Directeur des Développements Editoriaux, épaulé par trois rédacteurs en chef : Karl DE MEYER, Gilles DENIS et Lucie ROBEQUAIN.

## CHIFFRES CLÉS DE LA DYNAMIQUE DU SUCCÈS

Deux ans plus tard, Les Echos Week-End est une formidable réussite, illustrée par trois chiffres :

- **+45%\*** : la progression des ventes des Echos le vendredi versus le reste de la semaine avec la diffusion du magazine en supplément du quotidien ; pour rappel, le prix au numéro est de 4,50 € le vendredi au lieu de 2,50 € en semaine
- **79%\*\*** : c'est la proportion de lecteurs qui lit Les Echos Week-End à son domicile, preuve de la promesse tenue de les accompagner dans leur sphère privée
- **+25%\*\*\*** : c'est la croissance des revenus publicitaires par rapport à l'offre précédente qui était constituée du mensuel Enjeux Les Echos et d'un cahier hebdo culture & loisirs. Tous les secteurs publicitaires sont représentés dans Les Echos Week-End, de la banque à l'automobile, de la tech au lifestyle.

**Les Echos Week-End, chaque vendredi avec Les Echos au prix de 4.50 euros.**

**Contacts** : Groupe Les Echos : Agnès Clowez - aclowez@lesechos.fr - 06 12 09 55 46  
Agence KBZ Corporate : Sandra Tricot - stricot@kbzcorporate.com - 06 65 85 85 65 - Patricia Pascal : ppascal1005@gmail.com - 06 07 42 07 58

Pressroom : [pressroom-lesechos-leparisien.com](http://pressroom-lesechos-leparisien.com)  
Compte Twitter : @Echos\_Parisien

\*Source Editeur  
\*\*Source BVA  
\*\*\*Source Team Media

