

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 22 juin 2026

EBRA annonce le lancement de son plan stratégique « EBRA 2030 » visant à financer durablement un journalisme local indépendant

Paris, 22 juin 2026 – Le groupe de presse EBRA, présent dans 23 départements avec ses 9 titres, a présenté ce jour aux représentants du personnel son plan stratégique « EBRA 2030 ». Ce plan poursuit un objectif clair à l'échelle du Groupe : construire un modèle pérenne permettant de continuer à financer une information locale indépendante et de qualité, au service de ses lecteurs et de ses territoires.

Un secteur de la presse nationale et régionale en pleine recomposition, faisant face à de nombreuses difficultés

Comme l'ensemble du secteur de la presse, EBRA fait face à la baisse des ventes papier, à l'évolution des usages de l'information et à la pression des plateformes numériques sur les revenus publicitaires. En dix ans, les ventes au numéro et les abonnements ont été divisés par deux. Après une perte opérationnelle de plus de 10 millions d'euros en 2025, le Groupe doit adapter son modèle pour poursuivre sa mission d'information au service des territoires.

« EBRA 2030 » : un plan stratégique avec quatre grandes priorités

Ce plan stratégique vise à permettre à EBRA de rester un groupe de référence de l'information locale de qualité, présent auprès de toutes les générations, sur le papier comme sur le numérique, et au service de ses territoires.

Il s'articule autour de quatre priorités :

1. Proposer un nouveau projet éditorial ;
2. Rajeunir les audiences ;
3. Renforcer et diversifier les revenus ;
4. Faire évoluer l'organisation, les outils et les moyens.

Proposer un nouveau projet éditorial

Ce projet éditorial s'appuie sur la force de l'information locale, au cœur de l'identité des titres du Groupe. Il vise à renforcer la place des enquêtes, reportages et grands formats, tout en proposant des contenus toujours plus proches des préoccupations quotidiennes des lecteurs. Il prévoit également une meilleure valorisation des histoires fortes qui émergent dans les territoires pour leur donner une résonance nationale ainsi qu'une meilleure réactivité éditoriale avec la création d'un pôle news et un réseau d'experts dans chacune des rédactions.



Cette dynamique doit soutenir la conquête et la fidélisation de nouveaux lecteurs, sur le numérique comme sur le papier, qui demeure un pilier essentiel du modèle d'EBRA. Un directeur des rédactions sera nommé pour garantir la bonne exécution du projet.

Rajeunir les audiences

Face à l'évolution des usages de l'information, notamment chez les plus jeunes générations, EBRA accélère sa stratégie numérique à travers le développement de nouveaux formats, notamment vidéo et audio. La future plateforme numérique commune aux neuf titres du Groupe permettra d'accroître la portée des contenus, de renforcer les audiences et de soutenir le développement des abonnements numériques, tout en préservant l'identité éditoriale de chaque marque.

Renforcer et diversifier les revenus

EBRA entend renforcer et diversifier ses sources de revenus en s'appuyant à la fois sur ses activités historiques – abonnements, diffusion et publicité – et sur le développement de nouveaux relais de croissance. Le Groupe poursuit notamment l'essor de ses activités dans l'événementiel, les services aux acteurs économiques des territoires, EBRA Montagnes, l'éducation aux médias ainsi que son pôle Tech (Frandroid, Numerama, Clubic).

Faire évoluer l'organisation, les outils et les moyens

Le Groupe renforce ses compétences numériques et marketing/data en les regroupant au sein d'équipes dédiées au développement des audiences et des abonnements, au service de l'ensemble de ses titres.

EBRA déploiera également de manière progressive de nouveaux outils technologiques afin de simplifier certains flux de production et d'automatiser des tâches techniques et répétitives, notamment de mise en page et d'édition. Les objectifs sont triples :

- améliorer les conditions de travail des journalistes ;
- leur permettre de consacrer davantage de temps aux contenus, à l'enquête, au reportage, au numérique et à la proximité avec les territoires ;
- et enfin, répondre aux enjeux de référencement pour assurer une meilleure exposition aux contenus du Groupe.

Le Groupe réaffirme à cet égard son attachement à la présence de ses rédactions sur le terrain, qui demeure au cœur de son projet éditorial.

Le projet MEPA (Mise En Page Automatique) vise à automatiser une partie de la mise en page des éditions imprimées afin de réduire les tâches de fabrication des desks et de permettre aux journalistes de se concentrer sur la production de contenus. Les choix éditoriaux et la validation des contenus demeurent assurés par les journalistes des rédactions.

L'Intelligence Artificielle va permettre de simplifier les tâches d'*editing* et de relecture des journalistes à travers une boîte à outils qui assistera les journalistes rédacteurs et éditeurs dans leur quotidien (proposition de titres adaptés au *print* et au web, tags, métadonnées, vérification orthographique, reformulation...). Les journalistes resteront pleinement responsables de la validation de la proposition faite par les outils. Ils pourront toujours y apporter une modification ou les refuser.



Le Groupe conserve ses quatre imprimeries dont l'organisation serait adaptée à l'évolution des volumes afin de maintenir un outil industriel performant tout en préservant la capacité d'investissement du Groupe.

Enfin, certaines activités d'EBRA Services (studio graphique, annonces, ordonnancement) évolueraient afin de mieux répondre aux besoins des titres et aux évolutions du marché, tout en maintenant la qualité de service.

Un plan de repositionnement interne et externe volontaire fondé sur l'accompagnement personnel et le dialogue social

Le Groupe envisage la mise en place au sein de chacune des sociétés concernées d'un plan de repositionnement volontaire pouvant concerner jusqu'à 400 postes. Les principaux services concernés par ce projet sont la rédaction, l'imprimerie, l'administration des ventes et le studio graphique. Aucun départ ne sera contraint et chaque salarié volontaire bénéficiera d'un accompagnement personnalisé, fondé sur des solutions adaptées à son parcours : repositionnement, mobilité, formation ou reconversion.

Parallèlement, près de 68 créations de postes sont prévues principalement à la rédaction.

EBRA réaffirme son attachement à la présence de ses rédactions et journalistes dans les territoires, qui demeure au cœur de son projet éditorial et de sa mission d'information. Le projet donnera lieu, au sein des sociétés concernées, à une procédure d'information-consultation du Comité Social et Économique (CSE) ainsi qu'à des négociations avec les organisations syndicales, celles-ci seront suspendues au cœur de l'été et reprendront à l'issue de la période estivale.

Avec « EBRA 2030 », le Groupe se donne les moyens de construire un modèle durable pour continuer à informer, créer du lien, faire vivre la démocratie locale et contribuer au dynamisme des territoires.

À propos du Groupe EBRA : Leader de la presse quotidienne régionale française et seul groupe de presse en France à être certifié JTI (Journalism Trust Initiative), il a une diffusion de plus de 800 000 exemplaires par jour pour 3,4 millions de lecteurs print et une audience digitale de 21,4 millions de visiteurs uniques par mois. Présent dans 23 départements à travers ses 9 titres de presse (Le Dauphiné Libéré, Le Progrès, Le Bien Public, Le Journal de Saône-et-Loire, Le Républicain Lorrain, L'Est Républicain, Vosges Matin, Les Dernières Nouvelles d'Alsace et L'Alsace), le Groupe EBRA est guidé par une raison d'être : « Agir pour renforcer les liens de confiance et de proximité entre les acteurs de ses régions ». Le Groupe EBRA est le pôle média de Crédit Mutuel Alliance Fédérale. Plus d'informations sur ebra.fr.

Contact presse

ebra@the-arcane.com

Djihane Merhab d.merhab@the-arcane.com 06.46.34.56.47

Harold Brieckler-Richert h.brieckler@the-arcane.com 06.10.81.58.01

