

Logo de *Courrier international* depuis 2012

Pays	France
Zone de diffusion	France International
Langue	Français
Périodicité	Hebdomadaire
Format	Berlinois
Genre	Généraliste
Prix au numéro	4,90 euros
Diffusion	161 069 ex. (2021)
Fondateur	Jean-Michel Boissier , Hervé Lavergne, Maurice Ronai et Jacques Rosselin .
Date de fondation	1990 (il y a 33 ans)
Éditeur	Courrier International SA
Ville d'édition	Paris

Propriétaire [Groupe Le Monde](#) : [Xavier Niel](#) et [Matthieu Pigasse](#)
Directrice de la rédaction Claire Carrard

Site web courrierinternational.com

Courrier international est un [hebdomadaire français](#) d'[information](#) fondé en 1990.

Paraissant chaque jeudi, il est entièrement constitué d'articles de journaux étrangers qui sont traduits en français. Il publie ainsi aussi bien des journaux allemands ([Die Welt](#)) que portugais ([Público](#)), turcs ([Cumhuriyet](#)) ou israéliens ([Haaretz](#)).

Sa ligne éditoriale vise à offrir un regard étranger sur l'actualité et les grands enjeux contemporains. En 2021, il est vendu en France à 157 160 exemplaires pour une diffusion totale de 169 265 exemplaires. Courrier International est une filiale du [Groupe Le Monde](#).

Son siège est situé à Paris.

Histoire

Fondation et numéros zéro

Courrier international est conçu à l'automne 1987 par [Jean-Michel Boissier](#), Hervé Lavergne, [Maurice Ronai](#) et [Jacques Rosselin](#). Il finit par voir le jour le 8 novembre 1990, un an après la [chute du mur de Berlin](#). Cette parution est rendue possible grâce à deux investisseurs, [Pierre Bergé](#) et Guy de Wouters, de la [Société générale de Belgique](#) qui investissent chacun 5 millions de francs.

Entre-temps, deux numéros zéro ont été imprimés. Le premier, de très grand format, en novembre 1987, photocopié en quelques exemplaires, sert de base à une présentation à 300 personnes, famille et amis, début 1988 à la [Maison de l'Amérique latine](#). Elle permet de recueillir un premier financement grâce à la méthode dite de « l'agenda multiplicateur », racontent Maurice Ronai et Jacques Rosselin, une sorte de [financement participatif](#) avant l'heure. L'argent collecté (environ 300 000 francs) est utilisé pour réaliser un second numéro zéro, tiré à quelques centaines d'exemplaires le 22 juin 1988, pour réaliser une étude de marché avec [Ipsos](#).

Débuts

L'hebdomadaire se vend à 30 000 exemplaires à son premier numéro et atteint les 176 084 en 2004-2005. Il va connaître un succès progressif et croissant, surfant sur une actualité internationale très dense, notamment la première guerre du Golfe qui éclate le 17 janvier 1991 et les événements en Russie. Ainsi, les numéros publiés pendant la [guerre du Golfe](#), qui démarre en janvier 1991, et qui traduisent des journaux arabes interdits en France, connaissent un grand succès médiatique. Ce sont ces grands événements internationaux qui mettront en évidence l'intérêt du concept : le [Putsch de Moscou](#) décrit par les journalistes russes, les [élections en Algérie](#) vues par la presse arabe, le [référendum français sur le traité de Maastricht](#) vu par la presse européenne... *Courrier international* est le premier journal français à faire sa couverture sur Bill Clinton en 1991, alors inconnu en France, anticipant sur sa victoire aux primaires grâce à un article du [New Republic](#).

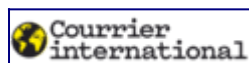
Vingt ans

Le 9 septembre 2010, à l'occasion de ses vingt ans, *Courrier international* fait peau neuve avec un nouveau logo et une maquette renouvelée. Ce lancement s'accompagne d'une campagne de communication où l'on retrouve sur les visuels deux avions circulant, sans les percuter, au-dessus des deux tours raccourcies du [World Trade Center](#) à [New York](#). Cette image, qui illustre le nouveau slogan du magazine, « *Learn to anticipate* » (« Apprendre pour anticiper »), suscite de nombreuses réactions négatives aux [États-Unis](#).

Slogans

Depuis février 2015, le slogan de l'hebdomadaire est « Un autre regard sur l'actualité ».

Identité visuelle



Logo de Courrier international depuis le 4 octobre 2012.

Diffusion

En 2018, il est vendu en France à 157 160 exemplaires pour une diffusion totale de 169 265 exemplaires.

Comme la plupart des journaux édités sur papier, la diffusion papier baisse de manière importante ces dernières années, cependant pour *Courrier international* elle est compensée par les ventes numériques : les abonnements numériques s'élèvent à 57 000 en février 2021.

Editions étrangères

En Belgique ,Italie ,Pays-Bas

Dans les arts

Une des lignes éditoriales est de faire connaître de façon brève à la francophonie ce que sont les différentes tendances dans le monde des arts recevant du public comme l'architecture, les lieux d'exposition, le monde de l'image, etc.