

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

le 20 mars 2014

Audience CIM: stabilité pour les marques de Roularta

La dernière édition de l'étude d'audience CIM Presse présente pour la 2^e fois les résultats d'une enquête de presse qui, outre l'audience des journaux et des magazines, fait également le point sur l'audience numérique des titres, soit via les PC et les tablettes. Chez Roularta Media, le contenu des éditions papier et numériques est identique et les publicités paraissent également dans la version numérique, de sorte que l'approche "paper+digital" sert de référence.

Désormais, la "marque média" est mesurée également : édition papier + édition numérique + visiteurs site web. L'indication CIM "total brand" est intéressante, surtout pour les éditeurs, puisqu'elle permet de détecter les synergies et les profils, mais il est clair que le site web n'est pas comparable à l'audience d'une campagne via l'approche "paper+digital". Aussi, les chiffres "total brand" ne sont PAS le reflet d'une quelconque offre commerciale.

Au sein de la presse de qualité, **Knack** enregistre la plus grande audience de Flandre avec 473 191 lecteurs. En Belgique francophone, **Le Vif/L'Express** occupe la deuxième place avec 382 046 lecteurs. Dans le segment des journaux grand public, **De Zondag**, qui affiche une hausse de 4 %, est, après De Streekkrant, le premier journal de Flandre avec 1 617 820 lecteurs.

Cette nouvelle étude CIM révèle une grande stabilité de la plupart des titres de Roularta : **Krant Van West-Vlaanderen, Nest, Plus Magazine, Je Vais Construire/Ik Ga Bouwen, Sport Foot Magazine/Sport Voetbalmagazine, Steps, De Streekkrant** confirment leurs chiffres d'audience.

Trends/Trends-Tendances atteint 212 573 lecteurs et conserve son leadership du marché face à la combinaison L'Écho/De Tijd. Les magazines d'affaires se portent bien selon la dernière étude CIM. **Data News** retrouve cette année une fiche CIM régulière.

Et le dernier arrivé dans le portefeuille de Roularta, **Tu bâtis, je rénove/Beter bouwen & verbouwen**, progresse de 7 %, à 196 700 lecteurs. L'autre titre de Roularta au sein de ce segment, **Je Vais Construire/Ik Ga Bouwen**, atteint quant à lui 179 200 lecteurs.

De toute évidence, le marché de la presse féminine est mis sous pression, mais dans ce segment également, **Le Vif Weekend** et **Knack Weekend** confortent leur position et atteignent respectivement 232 549 et 369 842 lecteurs. Dans leur zone linguistique, les deux titres dépassent les suppléments lifestyle des journaux de qualité. Face aux mensuels également, les Weekend remportent d'excellents résultats.

Enfin, signalons encore que la nouvelle méthode de mesure, qui intègre le site web, profite le plus à **Trends/Trends-Tendances**, dont l'audience progresse de 43 %, à 277 956 lecteurs et internautes. Bien que les quotidiens bénéficient davantage de l'intégration du site web, la

marque **Trends/Trends-Tendances** dépasse la marque L'Echo/De Tijd. Tant pour **Le Vif/L'Express** que pour **Knack**, le site génère une audience supplémentaire de 17 %.

Contact	Philippe Belpaire Directeur Général Roularta Media	Diana De Cat Director Communication & Research Roularta Media	Rik De Nolf CEO Roularta Media Group
Tél.	+32 2 467 56 44	+32 2 467 56 88	+32 51 26 63 23
Adresse e-mail	philippe.belpaire@roularta.be	diana.de.cat@roularta.be	rik.de.nolf@roularta.be
Site web	www.roulartamedia.be	www.roulartamedia.be	www.roularta.be