

CIM 2011-2012 : confirmation & consolidation pour Roularta Media Group

La dernière étude Presse du CIM confirme la force et les performances des supports 'presse écrite' de Roularta Media Group au sein de différents segments.

Une force confirmée d'entrée de jeu par l'audience des packages R Business et R News bien connus. L'audience de **R News** (combinaison des 6 magazines d'information Knack/Le Vif, Trends/Trends Tendances et Sport Voetbalmagazine/Sport Foot Magazine) est stable par rapport à l'édition précédente de l'étude (-0,6%), avec chaque semaine quelque 1.442.000 lecteurs. R News est un package extrêmement sélectif qui cible les hommes des groupes sociaux les plus élevés 1-4 (index 174). **R Business**, qui regroupe Trends/Trends Tendances, Datanews et ITM, augmente son audience de 10% et atteint les 248.300 lecteurs. Ce package cible principalement les managers de haut niveau.

Sur le plan des titres, **Trends et Trends/Tendances** renforcent de 14% leur lectorat qui atteint désormais 197.600 lecteurs CIM. Trends et Trends/Tendances se profilent ainsi comme leaders du marché et prennent de ce fait une large avance sur la combinaison Tijd /L'Echo qui comptabilise 153.800 Lecteurs Dernière Période.

Les magazines d'information **Knack** et **Le Vif** font preuve de stabilité, même si Knack accuse un petit recul (-5%), avec désormais 494.600 lecteurs. Knack porte cependant de 22% à 25% son audience dans le groupe cible des 18-34 ans. Le Vif connaît une légère progression (+2%) par rapport à l'édition précédente de l'étude et touche désormais 407.200 lecteurs. L'augmentation se constate dans les groupes sociaux 1-2, où le titre Le Vif gagne plus de 11.000 lecteurs.

Au sein du package Knack, **Knack Weekend** est lu chaque semaine par 390.900 lecteurs et **Knack Focus** 296.400 lecteurs. Knack Weekend reste ainsi le leader au sein du segment des magazines lifestyle, et touche un public hybride composé d'un mix équilibré d'hommes et de femmes. Du côté francophone, **Le Vif Weekend** compte quant à lui 215.200 lecteurs, et **Focus Vif** 154.100 lecteurs. Le Vif Weekend réalise une meilleure audience que les magazines Elle Belgique, Victoire et La Libre Essentielle.

Avec 511.100 lecteurs, les titres **Sport Voetbalmagazine/Sport Foot Magazine** restent incontournables auprès d'un groupe cible résolument masculin.

Dans le panier des magazines thématiques, le titre national **Plus Magazine** est suivi par 306.000 lecteurs, et gagne d'ailleurs 11.600 lecteurs supplémentaires dans le groupe des 45-54 ans. **Nest**, le magazine national 'côté campagne', touche pour sa part 495.100 lecteurs. Enfin, **Ik ga bouwen/Je vais construire** progresse de 11% et atteint 173.000 lecteurs, se profilant ainsi comme le titre le plus fort dans sa catégorie. Son concurrent direct Bouwen en Verbouwen/Tu bâtis Je rénove compte 166.000 lecteurs.

Pour terminer, **De Streekkrant** conserve sa position de force et affiche un résultat sensiblement plus positif que les autres publications 'toutes-boîtes'. Les différents titres du groupe De Streekkrant sont lus chaque semaine par 2.674.900 personnes. **De Zondag** maintient lui aussi son audience de 1.530.300 lecteurs et est ainsi le troisième plus grand support de presse imprimé parmi les hebdomadaires. Le **Krant Van West-Vlaanderen**, enfin, affiche 356.130 lecteurs et touche ainsi 1 personne sur 3 en Flandre occidentale.

L'étude d'audience Presse-Cinéma du CIM repose sur des interviews en face-à-face réalisées entre le 1^{er} juin 2011 et le 31 mai 2012 avec 10.488 Belges de 12 ans ou plus.

Contact	Ilse De Schutter Director Communication & Research	Philippe Belpaire General Manager Roularta Media	Rik De Nolf CEO Roularta Media Group
Tél.	+32 2 467 56 11	+32 2 467 56 44	+32 51 266 323
Courriel	Ilse.de.schutter@roularta.be	Philippe.belpaire@roularta.be	Rik.de.nolf@roularta.be
Site Web	www.roulartamedia.be	www.roulartamedia.be	www.roularta.be