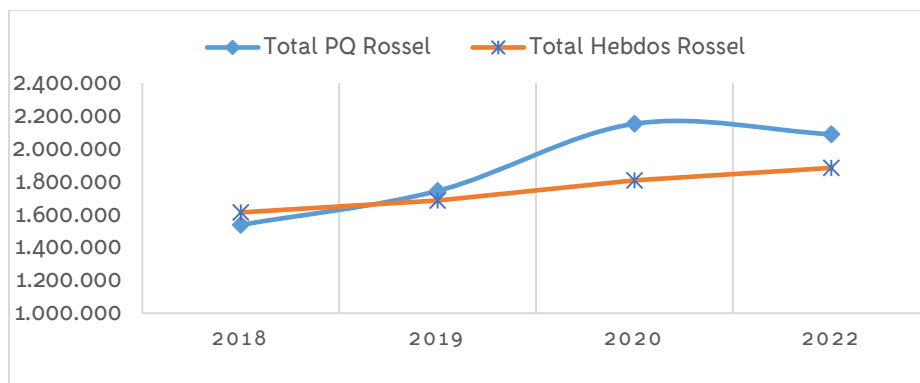


Lezerssucces voor de uitgevers van Groupe Rossel!

De nieuwe cijfers die door de CIM gepubliceerd werden, bevestigen de goede cijfers die de Franstalige pers al verscheidene jaren noteert, en meer bepaald voor onze verschillende titels.

Lezerscijfers die getuigen van de waarde die onze lezers hechten aan het onderzoeks- en analysewerk van al onze professionele journalisten en de verbondenheid die onze merken met hen onderhouden. Dit is ook het resultaat van een sterke digitale strategie die het papier aanvult.



In dit opzicht consolideren de dagbladen van de Groupe Rossel hun leiderspositie en zijn ze nu goed voor **55%** van de Franstalige markt.

- In 2022 versterkt « Le Soir » zijn status als referentiekraant door volgens de laatste gepubliceerde cijfers de nummer één uitgever van de kwaliteitspers in België te worden. Met een **groei van 34,8%** telt « Le Soir » nu dagelijks 587.700 lezers in zijn Print- en PDF-versie. Wat betreft Brand audience (Print + Web) zijn het meer dan **826.300*** lezers, een groei van **5,4%**.
- « Sudinfo », het meest gelezen dagblad in Wallonië en Brussel, stemt eveneens tot grote tevredenheid, met dagelijks **1.037.400*** lezers. Er werden 69.700 lezers (**+13,4%**) toegevoegd aan ons Print + PDF-publiek in vergelijking met het referentiejaar 2019.
- Ons dagblad « Metro », de leider bij de 'young, active, urban', zag zijn lezers met 5% stijgen tot **877.020*** lezers, waarvan 345.930 in het Brussels Gewest en Vlaams- en Waals-Brabant.

Onze drie dagelijkse titels brengen onze adverteerders zo in contact met bijna **2.088.000*** lezers, waarvan **1.744.000*** via onze Franstalige betaalde en gratis edities. Het aantal lezers van al onze weekbladen stijgt met **8,7%** in deze nieuwe 2022 CIM studie, wat de vooruitgang bevestigt van de tijdschriftenpers van de Groupe Rossel en de complementaire strategie met digitaal die de laatste jaren werd uitgevoerd.

- « Ciné Télé Revue » overschrijdt voor het eerst **1 miljoen lezers** met een stijging van bijna **18,1%** van hun lezers (1.098.600* LDP lezers).
- Het lifestyle magazine « Max » maakte een succesvolle intrede in deze CIM studie. Het magazine heeft een lezerspubliek van 79.650 in Print + PDF of meer dan **174.200*** lezers per week in combinatie met de website. Max verrijkt SudInfo ook met jongvolwassenen, vrouwelijke en PRA profielen.
- « So Soir », met een overwegend vrouwelijk profiel (55%), heeft zijn publiek dit jaar opnieuw vergroot met 82 370 lezers (+39,5%) en bereikt zo **290 700*** personen.
- « Soir mag » verbeterde zijn Print en PDF publiek met 5,8%, of 251.400 lezers. Wat betreft Brand audience, gaat het hier over **390.200* lezers**, een zeer sterke stijging ten opzichte van 2019 (+59% vs 2019 / -2,1% vs 2020).
- Meer dan ½ miljoen lezers (**504.900***) blijven "7 Dimanche" trouw, wat een bereik van **12,1% in de Franstalige wereld** oplevert.

*CIM Presse 2022 – Target 16+, Brand

Bernard Marchant, CEO van Groupe Rossel. « *De laatste resultaten van CIM Presse zijn bijzonder positief. Zij bevestigen en consolideren voor sommigen de zeer goede resultaten van de laatste studie die in 2020 is uitgevoerd. In feite benadrukken zij de complementariteit tussen papier en digitaal die onze persmerken versterkt. Degenen die zijn blijven investeren in het papieren medium en tegelijkertijd het digitale aanbod agressief hebben ontwikkeld, boeken uitstekende resultaten. Dat is wat we bij Rossel hebben gedaan en blijven doen, door proactief te werken aan de kwaliteit en de kracht van onze inhoud.* »

Thierry Hugot, CCO & CMO Rossel Group. « *Het verheugt ons dat ons publiek in deze nieuwe studie groeit of zich consolideert. Het belang van toonaangevende dagbladen is nog nooit zo groot geweest in het licht van het nieuws van de afgelopen jaren. Wij kunnen nu een krachtige en selectieve reeks producten aanbieden die een grote mate van creatieve vervorming mogelijk maken. Dankzij het werk van onze redactie zal Rossel Advertising de komende jaren met sereniteit tegemoet treden en de ontplooiing van zijn nieuwe strategie verzekeren die gericht is op nabijheid, multimedia, digitaal en de waarden van onze groep.* »