

Roularta Media Group realiseert sterk groeiend bereik en bevestigt focus op abonnementen voor 2021

Het CIM heeft net de cijfers van de Echtverklaring voor de Pers voor 2020 gepubliceerd. Een jaar waarin Roularta verder het pad insloeg van de digitale transitie. Het sterk toegenomen digitale bereik (via de websites en apps) dat tot uiting kwam in de bereiksstudie in september 2020 is de voedingsbodem voor het aantrekken en fideliseren van nieuwe lezers in 2021.

Roularta stelt sinds jaar en dag de abonnementenstrategie centraal en plukt hiervan blijvend de vruchten. Roularta zag zijn inkomsten uit abonnementen in 2020 opnieuw gevoelig groeien. De markt van de losse verkoop kent in coronatijden met andere consumptie-gewoonten zijn uitdagingen. De omzet van de lezers-inkomsten steeg globaal met 5,6 miljoen euro of 5,5%.

De conclusie uit de abonnee-resultaten voor de bladen van Roularta Media Group is tweeledig:

- Enerzijds is er de vaststelling dat de ontspannende en emotioneel engagerende lectuur van de 'women' titels het heel goed doet in dit 'nieuwe normaal'. Wat zich vertaalt in een stijgend aantal abonnementen voor Libelle /Femmes d'Aujourd'hui (+11,68%), Flair N/F (+6,34%) en Feeling /GAEL (+26,43%) terwijl Plus Magazine (-3,02%) vrij stabiel blijft. Absolute uitschieters zijn de DIY bladen Libelle Lekker (+49%) en La Maison Victor N /F (+27,30%). Zij profiteren ten volle van de toegenomen vrije tijd in 2020.
- Anderzijds zien de news & businessbladen, onder meer dankzij specifieke digitale inspanningen, een enorme groei in bereik. De echtverklaringscijfers worden nog altijd per titel in functie van de "betaling van het abonnement" genoteerd maar houden geen rekening met het lezen van de digitale versie van de zes magazines Knack, Trends, Sport/Voetbalmagazine, Le Vif/L'Express, Trends Tendances en Sport/Footmagazine die deel uitmaken van het abonnement. De hybride formule heeft alles veranderd met een sterk groeiend bereik tot gevolg. De lezer waardeert en betaalt voor een interessant pakket lectuur in print in het midden van de week in combinatie met de digitale versie van de 6 Belgische nieuwsmagazines en de digitale toegang tot alle digitale content 24/24 uur. Voor dit digitaal pakket inbegrepen één titel in print, betaalt men een correcte prijs: de officiële prijs van het magazine van zijn keuze. Het bereik van de New Deal groeide met 32% tot 2.051.021 lezers (CIM 2020, Total Brand).

Door het compleet stilvallen van allerhande sportcompetities verscheen Sport/Voetbalmagazine niet gedurende enkele maanden. Maar ondanks deze extreme omstandigheden, kan het blad zich relatief goed handhaven (-5,71%). We zijn ervan overtuigd dat de grote evenementen die er binnenkort aan komen (EK Voetbal en Olympische spelen) dit blad een serieuze boost zullen geven.

De komende maanden lanceert Roularta een aantal nieuwe initiatieven als motor van vernieuwing: de Roularta app komt er in het tweede trimester aan, zodat lezers in één handige app toegang hebben tot zowel de digitale magazines als de online content van onze belangrijkste merken. Trends en Trends/Tendances laten sinds eind 2020 een nieuwe duurzame wind waaien doorheen de business community met hun groots opgezette "Change the game" initiatief. Knack en Le Vif bouwen verder op de campagne "Durf twijfelen – Osez douter" die eveneens eind 2020 gelanceerd werd.

Hiernaast blijft Roularta Media Group uiteraard inzetten op een doorgedreven abonnementspolitiek met een sterk digitaal aanbod, die duidelijk zijn vruchten afwerpt.

Contact

Mark Daemen

Directeur Strategie & Innovatie

Mail: mark.daemen@roularta.be

M: + 476 50 09 46

**Philippe
Belpaire**

Directeur

Regie

Mail: Philippe.belpaire@roularta.be

M: + 495 59 52 88