



Ne dites plus CIM Radio 2018-1 mais CIM RAM january-april 2018

Ne dites plus CIM Radio 2018-1 mais CIM RAM january-april 2018

L'étude CIM Radio se réinvente, avec une nouvelle méthodologie qui nous livre aujourd'hui ses premiers résultats.

La radio continue de toucher très rapidement une large couverture de la population. Elle est particulièrement efficace sur les cibles actives (18-54 ans) : en Belgique francophone, la couverture quotidienne de la radio sur cette cible est à 68.6% et la couverture hebdomadaire à 85.0%. En Belgique néerlandophone, ces couvertures sont respectivement à 77.8% et 95.6%*.

En Belgique francophone

Pour la période de janvier à avril 2018, le top 3 des parts de marché est composé de Radio Contact, Nostalgie et Bel RTL, sur la cible commerciale des 18-54 ans. Ces trois stations sont particulièrement performantes car elles séduisent chacune quotidiennement plus de 500 000 auditeurs, sur la dernière période comme sur l'ensemble de l'année.

Sur la cible commerciale des 18-54 ans, le FMix Reach - composé de Bel RTL, Radio Contact, Nostalgie, Fun Radio, Mint, Chérie et l'ensemble des réseaux provinciaux - atteint une part de marché de 48.4%. Le package permet de toucher 974 000 auditeurs quotidiens sur cette même cible (et 1 574 000 en 12+)*.

Au total, l'offre d'IP touche chaque semaine 56.8% de la population francophone (2 371 000 auditeurs) *.

En Belgique néerlandophone

Nostalgie Vlaanderen réalise 7.0% de parts de marché sur la cible commerciale des 18-54 ans.

Pour sa période de redémarrage, TOPradio prouve déjà sa force avec 2.7% de parts de marché sur les 18-34 ans*.

Les stations VBRO, VBRO Evergreen et Family Radio (réseau et/ou DAB +) réalisent de beaux résultats avec une

part de marché commune de 1,4 % sur 12 +*.

L'offre complète d'IP atteint chaque semaine 20.9% de la population (1 159 000 auditeurs) *.

* Source: CIM RAM (Radio Audience Measurement) April 17-April 18 – Monday-Sunday - All day – North/South