

Autogids+Autowereld+Moniteur Automobile

Universe National
Periodicity Fortnightly+Monthly

Paper

	Reach Indicators								%Coverage			
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage			
Total readers	1 169,3	100,0	965,9	100,0	203,4	100,0	624,1	100,0	12,2	20,6	4,1	10,3
Loyal readers	164,1	14,0	146,8	15,2	17,3	8,5	85,9	13,8	1,7	3,1	0,4	1,4
Primary readers	399,2	34,1	347,3	36,0	51,9	25,5	205,2	32,9	4,2	7,4	1,1	3,4
Secondary readers	176,8	15,1	117,2	12,1	59,6	29,3	95,8	15,3	1,8	2,5	1,2	1,6
Tertiary readers	593,3	50,7	501,4	51,9	91,9	45,2	323,1	51,8	6,2	10,7	1,9	5,3
Readers last period	469,9	40,2	399,9	41,4	70,0	34,4	243,8	39,1	4,9	8,5	1,4	4,0

	Reach Accumulation								%Coverage			
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
Readers 1 issue	469,9	100,0	399,9	100,0	70,0	100,0	243,8	100,0	4,9	8,5	1,4	4,0
Readers 2 issues	670,0	142,6	564,8	141,2	105,2	150,4	351,2	144,0	7,0	12,0	2,1	5,8
Readers 4 issues	875,9	186,4	731,6	182,9	144,3	206,2	463,5	190,1	9,1	15,6	2,9	7,6
Readers 6 issues	982,2	209,0	816,7	204,2	165,4	236,4	521,8	214,0	10,2	17,4	3,4	8,6
Readers 9 issues	1 066,6	227,0	884,1	221,1	182,5	260,8	568,0	232,9	11,1	18,8	3,7	9,4
Readers 12 issues	1 110,0	236,2	918,6	229,7	191,3	273,4	591,7	242,7	11,5	19,6	3,9	9,8
Gross contacts	529,4		455,1		74,3		269,9					

	Confidence interval								%Coverage			
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
min.	429,3	91,4	363,2	90,8	54,1	77,2	214,5	88,0	4,5	7,7	1,1	3,5
Readers last period	469,9	100,0	399,9	100,0	70,0	100,0	243,8	100,0	4,9	8,5	1,4	4,0
max.	510,4	108,6	436,6	109,2	85,9	122,8	273,2	112,0	5,3	9,3	1,7	4,5
Profile	469,9	100,0	399,9	85,1	70,0	14,9	243,8	51,9				

	Structure readers last period								%Coverage			
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
Base	9 614,0	100,0	4 690,5	100,0	4 923,5	100,0	6 060,7	100,0				

Gender												
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
Men	399,9	85,1	399,9	100,0	0,0	0,0	189,9	77,9	8,5	8,5	0,0	8,8
Women	70,0	14,9	0,0	0,0	70,0	100,0	53,9	22,1	1,4	0,0	1,4	1,4

CIM Language												
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
Dutch	248,3	52,8	213,1	53,3	35,2	50,3	125,8	51,6	4,6	8,0	1,3	3,7
French	221,6	47,2	186,8	46,7	34,8	49,7	118,0	48,4	5,2	9,1	1,6	4,4

Interviewed person's age												
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
from 12 to 14 years	11,2	2,4	7,7	1,9	3,5	5,0	0,0	0,0	3,0	4,1	1,9	0,0
from 15 to 24 years	70,7	15,1	60,7	15,2	10,1	14,4	13,5	5,5	5,3	9,0	1,5	6,5
from 25 to 34 years	77,4	16,5	66,8	16,7	10,5	15,0	45,4	18,6	5,4	9,3	1,5	4,6
from 35 to 44 years	97,2	20,7	84,2	21,0	13,0	18,6	54,3	22,3	6,5	11,2	1,8	4,9
from 45 to 54 years	103,7	22,1	86,4	21,6	17,3	24,7	61,7	25,3	6,4	10,6	2,2	5,3
from 55 to 64 years	72,6	15,4	64,1	16,0	8,5	12,1	42,7	17,5	5,2	9,3	1,2	4,1
65 years and more	37,1	7,9	30,0	7,5	7,1	10,2	26,3	10,8	1,9	3,5	0,6	1,7
15 years and more	458,7	97,6	392,2	98,1	66,5	95,0	243,8	100,0	5,0	8,7	1,4	4,0
from 18 to 44 years	226,0	48,1	194,6	48,7	31,4	44,9	113,1	46,4	5,8	10,0	1,6	4,9

Social groups												
	Total	%Tot	Men	%Prof	Women	%Prof	Main shopper	%Prof	Tot	Men	Wom	M.S.
Social Group 1	65,3	13,9	57,8	14,4	7,5	10,7	26,8	11,0	5,0	8,8	1,1	3,6
Social Group 2	76,7	16,3	63,5	15,9	13,1	18,8	39,6	16,2	5,3	9,6	1,7	4,5
Social Group 3	66,3	14,1	56,0	14,0	10,3	14,7	38,1	15,6	6,2	10,2	2,0	5,9
Social Group 4	62,9	13,4	55,5	13,9	7,3	10,5	31,2	12,8	5,8	10,9	1,3	4,6
Social Group 5	67,3	14,3	60,1	15,0	7,1	10,2	33,2	13,6	5,7	9,7	1,3	4,8
Social Group 6	54,6	11,6	45,6	11,4	9,0	12,8	25,2	10,3	4,6	7,5	1,6	3,3
Social Group 7	43,7	9,3	38,4	9,6	5,4	7,6	27,3	11,2	3,7	6,6	0,9	3,4
Social Group 8	31,0	6,6	20,7	5,2	10,3	14,7	22,5	9,2	2,8	4,4	1,6	2,7
don't know	2,2	0,5	2,2	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	9,1	0,0	0,0

Autogids+Autowereld+Moniteur Automobile

	Structure readers last period								%Coverage			
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot %Coverage	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof				
Base	9 614,0	100,0	4 690,5	100,0	4 923,5	100,0	6 060,7	100,0				
Readers last period	469,9	40,2	399,9	41,4	70,0	34,4	243,8	39,1	4,9	8,5	1,4	4,0
Nielsen areas												
Nielsen 1	107,7	22,9	89,5	22,4	18,1	25,9	58,7	24,1	4,7	7,9	1,5	3,9
Nielsen 2	145,4	30,9	127,4	31,9	18,0	25,7	67,9	27,8	4,7	8,4	1,2	3,6
Nielsen 3 D	4,8	1,0	4,5	1,1	0,3	0,4	3,0	1,2	3,9	7,1	0,4	4,3
Nielsen 3 FR	54,1	11,5	47,4	11,8	6,7	9,6	25,9	10,6	5,2	9,7	1,2	3,9
Nielsen 3 D + FR	58,8	12,5	51,9	13,0	7,0	10,0	28,9	11,8	5,1	9,4	1,2	4,0
Nielsen 4	68,4	14,6	54,5	13,6	13,9	19,9	44,9	18,4	4,6	7,7	1,8	4,7
Nielsen 5	89,6	19,1	76,5	19,1	13,0	18,6	43,5	17,8	5,6	9,9	1,6	4,4
Provinces												
Antwerp	70,0	14,9	62,1	15,5	7,9	11,3	30,3	12,4	4,5	8,1	1,0	3,1
West Flanders	53,0	11,3	44,2	11,1	8,8	12,6	24,5	10,0	5,1	8,7	1,7	3,8
East Flanders	54,6	11,6	45,3	11,3	9,3	13,3	34,2	14,0	4,3	7,3	1,4	4,1
Limburg	35,6	7,6	30,1	7,5	5,5	7,9	17,3	7,1	4,8	8,1	1,5	3,9
Hainaut	53,1	11,3	41,5	10,4	11,6	16,6	34,9	14,3	4,6	7,5	2,0	4,7
Liège	52,2	11,1	44,4	11,1	7,8	11,1	27,2	11,1	5,5	9,7	1,6	4,4
Luxembourg	13,1	2,8	11,5	2,9	1,5	2,2	5,6	2,3	5,6	9,9	1,3	4,1
Namur	24,3	5,2	20,6	5,2	3,7	5,3	10,7	4,4	5,8	10,2	1,7	4,4
Brussels 19	47,4	10,1	41,9	10,5	5,5	7,8	21,2	8,7	4,9	9,0	1,1	3,4
Flemish Brabant	51,3	10,9	45,3	11,3	6,0	8,6	28,0	11,5	5,4	9,7	1,2	4,7
Walloon Brabant	15,3	3,3	13,0	3,3	2,3	3,2	10,1	4,1	4,5	8,1	1,3	4,9
New habitats CIM												
New Antwerp CIM	22,7	4,8	19,8	5,0	2,9	4,1	10,9	4,5	3,6	6,5	0,9	2,7
New Ghent CIM	9,0	1,9	8,6	2,1	0,4	0,6	5,3	2,2	3,7	7,1	0,3	3,1
New Brussels CIM	66,1	14,1	58,8	14,7	7,3	10,4	31,4	12,9	5,1	9,4	1,1	3,8
New Liège CIM	19,0	4,0	16,9	4,2	2,1	3,0	11,0	4,5	4,6	8,6	1,0	3,9
New Charleroi CIM	15,2	3,2	12,5	3,1	2,7	3,9	11,6	4,8	6,1	10,5	2,1	6,7
New cities Flanders CIM (n=30)	67,2	14,3	57,9	14,5	9,2	13,2	33,5	13,7	4,9	8,7	1,3	3,8
New cities Wallonia CIM (n=13)	34,5	7,3	27,8	7,0	6,6	9,5	21,3	8,7	4,9	8,2	1,8	4,8
New urban total CIM (n= 48)	233,6	49,7	202,3	50,6	31,3	44,7	124,9	51,2	4,8	8,5	1,2	3,9
New non urban Flanders CIM	149,1	31,7	125,9	31,5	23,2	33,2	75,1	30,8	4,9	8,3	1,5	4,0
New non urban Wallonia CIM	87,2	18,6	71,7	17,9	15,5	22,1	43,8	18,0	5,3	9,0	1,8	4,4
Habitants CIM												
Habitant central city	96,4	20,5	79,4	19,9	17,0	24,3	54,5	22,3	4,7	8,1	1,6	4,0
Habitant periphery	94,3	20,1	84,8	21,2	9,6	13,7	48,8	20,0	4,8	9,0	0,9	3,8
Habitant suburbs	73,3	15,6	62,7	15,7	10,5	15,0	38,5	15,8	5,3	9,1	1,5	4,5
Habitant dormitory city	92,9	19,8	76,7	19,2	16,1	23,0	49,7	20,4	4,8	8,5	1,6	4,0
Habitant other municipalities	113,0	24,0	96,2	24,1	16,8	24,0	52,4	21,5	4,9	8,3	1,5	3,9
Interviewed person's profession												
Upper management *	17,5	3,7	16,6	4,2	0,9	1,3	8,5	3,5	7,8	11,2	1,2	6,5
Middle Management	26,5	5,6	25,7	6,4	0,8	1,1	15,4	6,3	8,0	11,8	0,7	7,0
Artisan, small commerce, farmer **	29,8	6,3	29,7	7,4	0,1	0,2	16,8	6,9	7,7	11,1	0,1	7,7
Employee	116,4	24,8	91,0	22,8	25,4	36,4	66,4	27,2	5,1	9,9	1,8	3,9
Worker	111,5	23,7	102,7	25,7	8,8	12,6	54,3	22,3	8,7	11,6	2,2	7,0
Housewife	6,3	1,3	2,8	0,7	3,6	5,1	4,5	1,9	1,2	32,8	0,7	1,0
Retired	58,9	12,5	48,5	12,1	10,5	14,9	43,3	17,7	2,6	4,4	0,9	2,5
Unemployed	24,0	5,1	20,3	5,1	3,7	5,3	14,1	5,8	4,7	7,7	1,5	4,1
Student	59,6	12,7	48,0	12,0	11,6	16,6	7,4	3,0	4,4	6,9	1,7	6,9
Other non-active	19,3	4,1	14,7	3,7	4,6	6,5	13,2	5,4	4,2	7,2	1,8	3,7
Interviewed person's professional status												
With professional activity	301,7	64,2	265,6	66,4	36,1	51,6	161,4	66,2	6,7	10,9	1,7	5,3
Interviewed person's education level												
Never, Primary or lower secondary	115,9	24,7	95,8	23,9	20,1	28,8	54,1	22,2	3,6	6,2	1,2	2,9
Higher secondary	215,7	45,9	190,4	47,6	25,3	36,2	114,0	46,7	6,0	10,2	1,5	5,0
Bachelor or Master	138,3	29,4	113,7	28,4	24,5	35,1	75,8	31,1	5,0	8,9	1,7	3,9
Presence of child(ren) younger than 15 years												
Total with child(ren)	150,7	32,1	123,7	30,9	27,0	38,6	73,1	30,0	5,3	9,3	1,8	4,7

* Upper management = Big commerce, freelance and industrial 6+, upper management and liberal profession

** Artisan, small commerce, farmer = Small commerce, freelance and industrial 5-, artisan and farmer

Readership Survey 2014-2015/1, Copyright CIM.

152/B

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.

Autogids+Autowereld+Moniteur Automobile

Paper+Digital versions (Paper+PDF+App)

	Reach Indicators								%Coverage			
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage	%Coverage	%Coverage	%Coverage
Total readers	1 211,6	100,0	994,7	100,0	216,9	100,0	645,1	100,0	12,6	21,2	4,4	10,6
Readers last period	497,8	41,1	419,1	42,1	78,6	36,2	259,8	40,3	5,2	8,9	1,6	4,3

Total Brand (Paper+PDF+App+Site)

	Reach Indicators								%Coverage			
	Total		Men		Women		Main shopper		Tot	Men	Wom	M.S.
	x1.000	%Tot	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	x1.000	%Prof	%Coverage	%Coverage	%Coverage	%Coverage
Total readers	1 533,8	100,0	1 259,7	100,0	274,1	100,0	810,7	100,0	16,0	26,9	5,6	13,4
Readers last period	678,3	44,2	580,6	46,1	97,7	35,6	351,3	43,3	7,1	12,4	2,0	5,8

Readership Survey 2014-2015/1, Copyright CIM.

152/C

The CIM guarantees the validity of the given data. The CIM cannot guarantee the results of any subsequent processing.