

**) NP (**  
News Power



**REDISCOVER  
THE POWER  
BOOST  
OF THE  
NEWSBRANDS**

**With a focus on  
NP Media Barometer  
Wave 2 | Sept 2020**

**Background  
noise**

**Q&A**



00:03



# OUR NEWSBRANDS

LE SOIR

De Standaard

HLN  
HET LAATSTE NIEUWS

N  
Het Nieuwsblad

l'avenir

DeMorgen.

SUDPRESSE

La Libre  
BELGIQUE

GRENZECHO

GVA

DH  
Les Sports



**WHAT HAS CHANGED**  
**IN 2020**





# THE NEW NP MEDIA BAROMETER 2020

AQRate



**Online  
survey**



**Sample  
18+**



**2000  
interviewees**



**August-  
September  
2020**



**Interview  
Duration  
15 min**



**Gender – Age –  
Language**

# A growing **NEED FOR INFORMATION**

**62%**

**of Belgians say  
their news consumption  
grew in 2020**

Source : NP Media Barometer 2020, n=2000

# Coupled with... A GROWING FEELING OF **MISTRUST**

**88%**

**of Belgians say there are  
more and more unreliable  
information**



Source : NP Media Barometer 2020, n=2000



# Especially towards **SOCIAL NETWORKS**

94%

**of Belgians say  
news on social networks  
can't always be trusted**





# Especially towards **SOCIAL NETWORKS**

# 450

**fake news were reported  
by Belgians during Covid**



# A growing **CONSCIOUSNESS**

82%

**I am increasingly careful  
about my sources of information**



**This context leads to...**

**A BAD IMPACT**

**ON ADVERTISING**



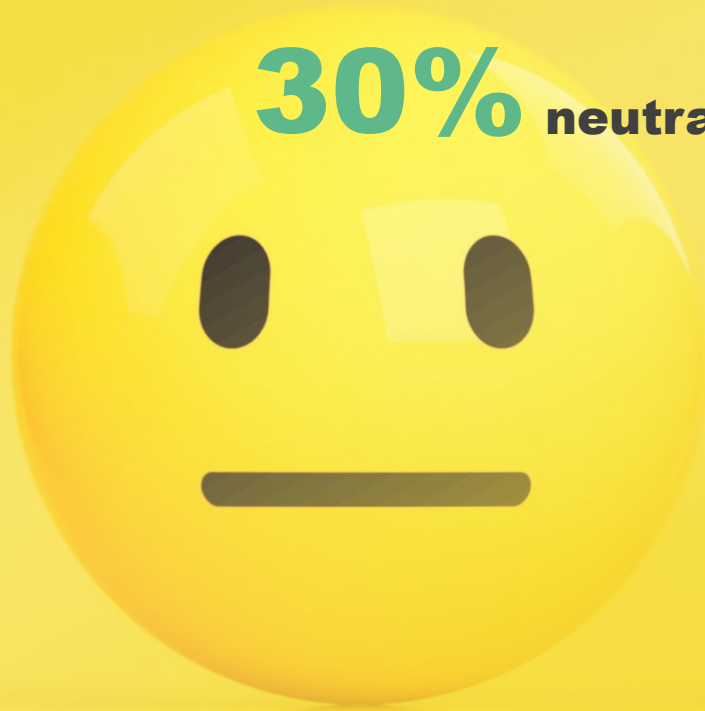
# TRUST IN CONTENT increases

# TRUST IN ADS

48% agree



30% neutral



22% disagree





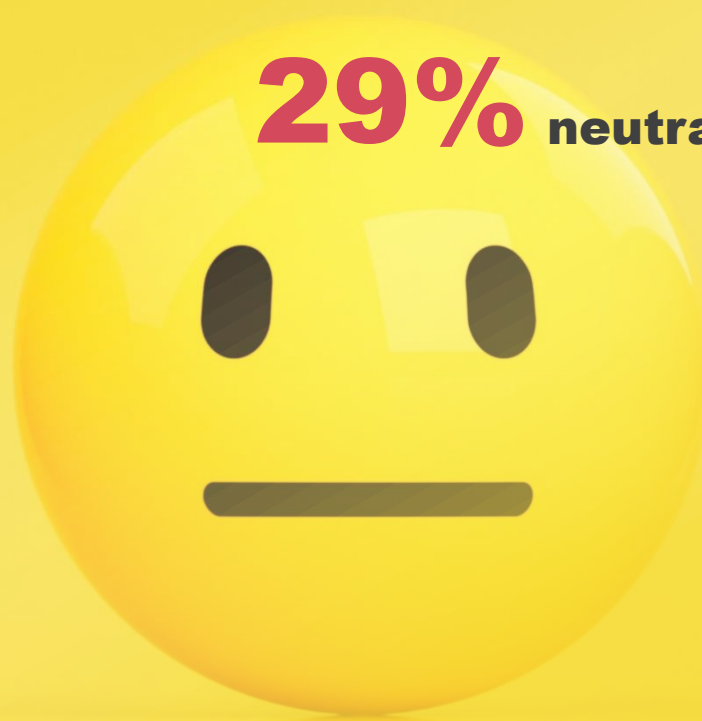
# TRUST IN ADS increases

## BUYING INTENT

**48%** agree



**29%** neutral



**23%** disagree



**WHAT'S THE**  
**SOLUTION**



# BELGIAN MEDIA

**are more trusted**



**64%**

**Information in Belgian  
media is more reliable**

# REAL JOURNALISM

has a role to play



74%

agree that

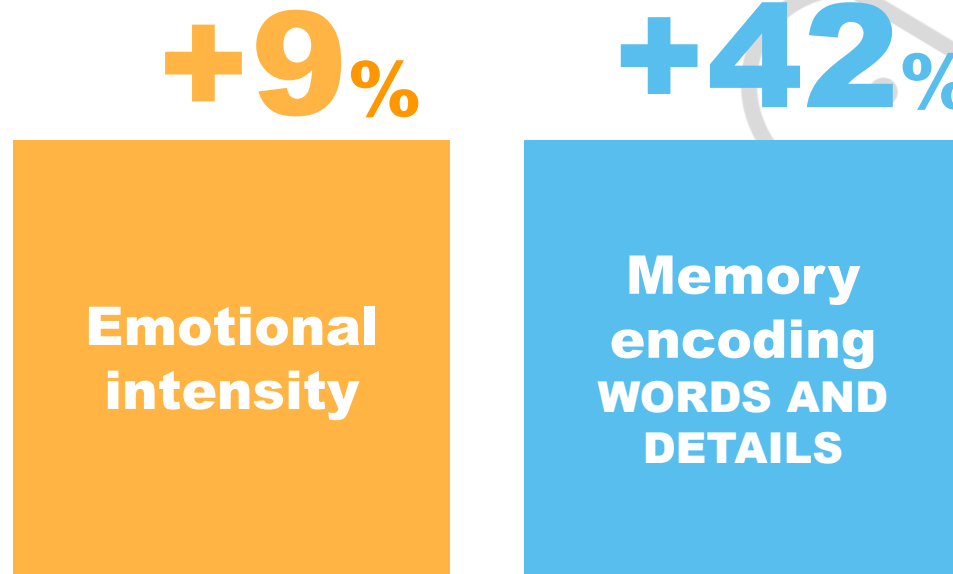
« Content from Belgian media,  
managed by real journalists  
helps us see clearly »



# QUALITY LOCAL CONTENT

## has a proven efficiency

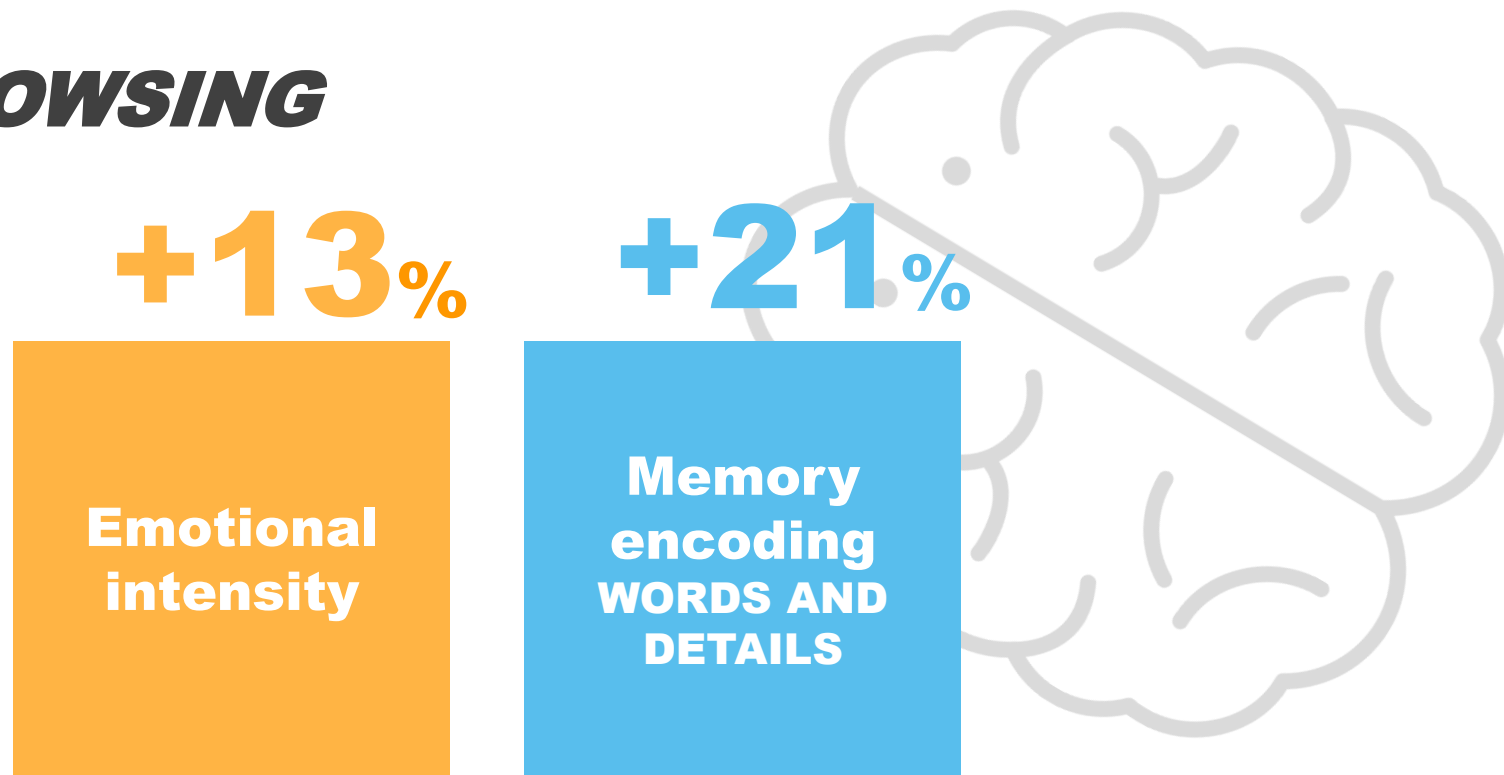
***VS SOCIAL MEDIA***



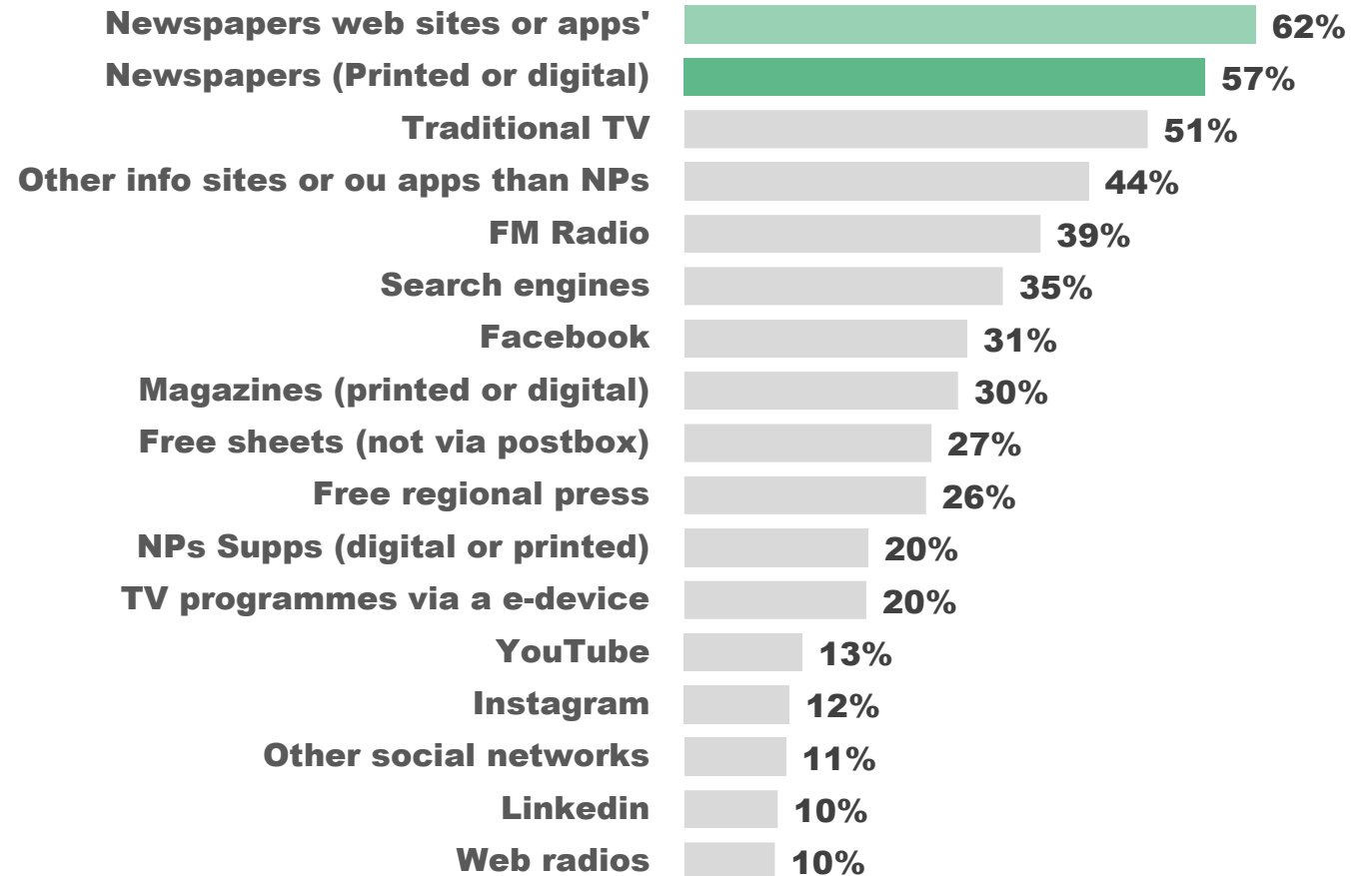
# QUALITY LOCAL CONTENT

## has a proven efficiency

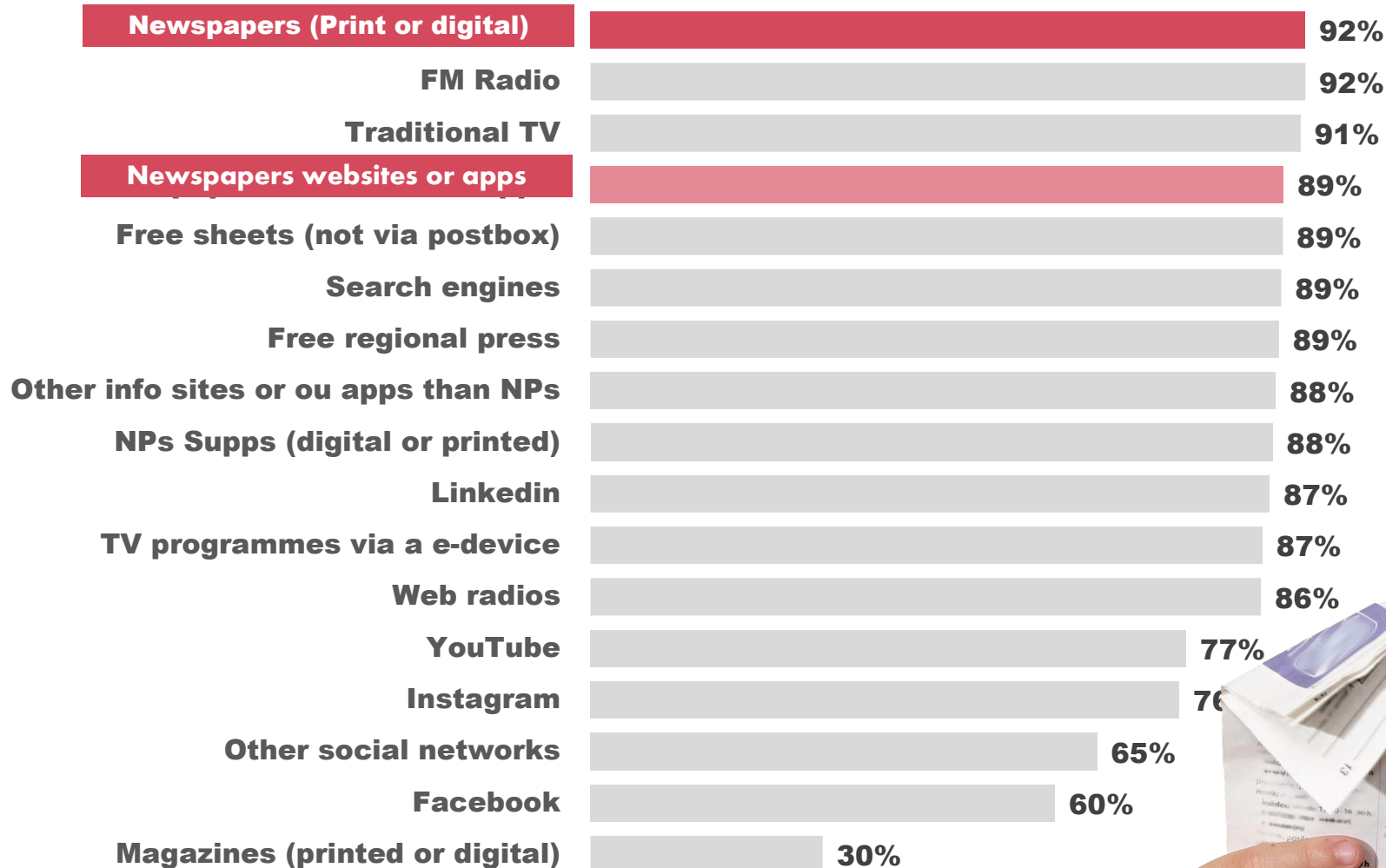
***VS FREE BROWSING***



# NEWSBRANDS ARE THE MOST VALUABLE SOURCES OF INFORMATION



# NEWS BRANDS are the most **CREDIBLE**





**Credibility**

**QUALITY**

**TRUST**

**ON**

**ONE**

**SIDE**

**ON THE**  
**OTHER**  
**SIDE**

**POWER**

**QUANTITY**

**REACH**

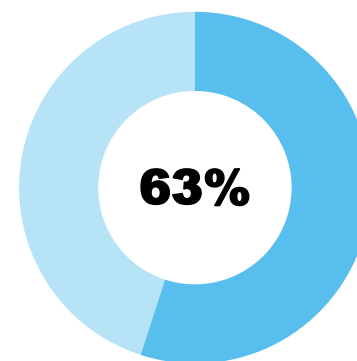


# 6,1

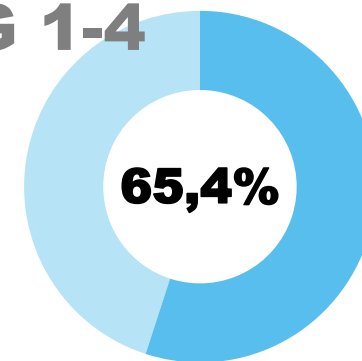
**MILLION**  
**BELGIANS READ**  
**OUR NEWSBRANDS**  
**EVERYDAY**



**18+**



**18-54**  
**SG 1-4**



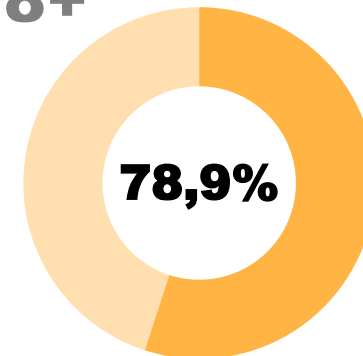
Source CIM 2019-20 12+ total brand



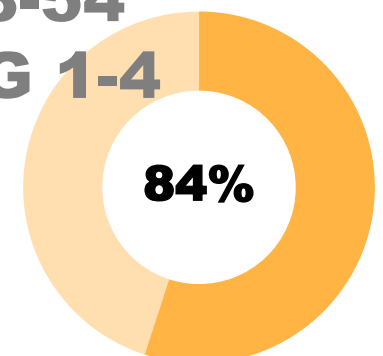
**7,7**

**MILLION**  
**BELGIANS READ**  
**OUR NEWSBRANDS**  
**EVERY WEEK**

**18+**

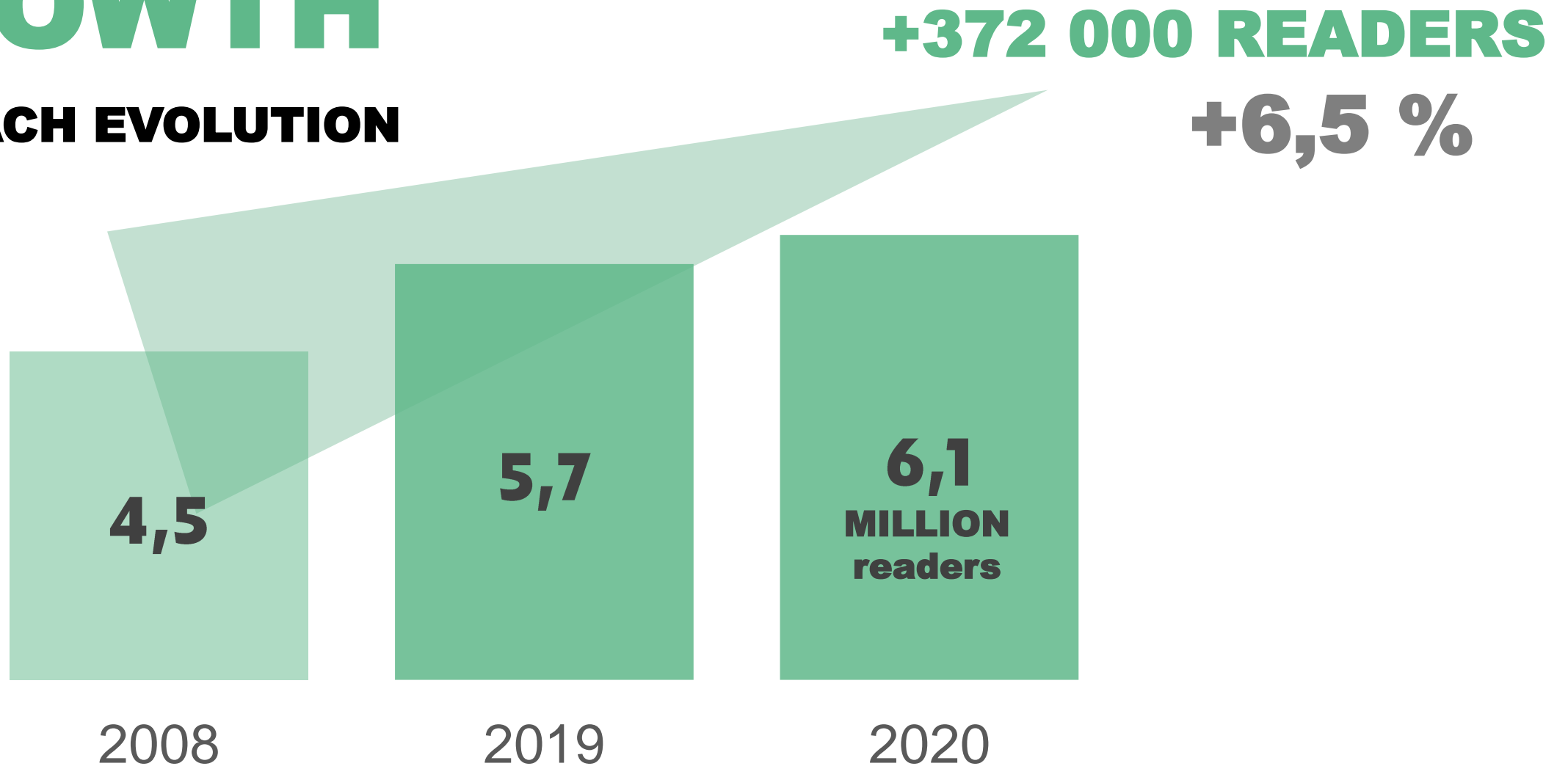


**18-54**  
**SG 1-4**



# A STRUCTURAL GROWTH

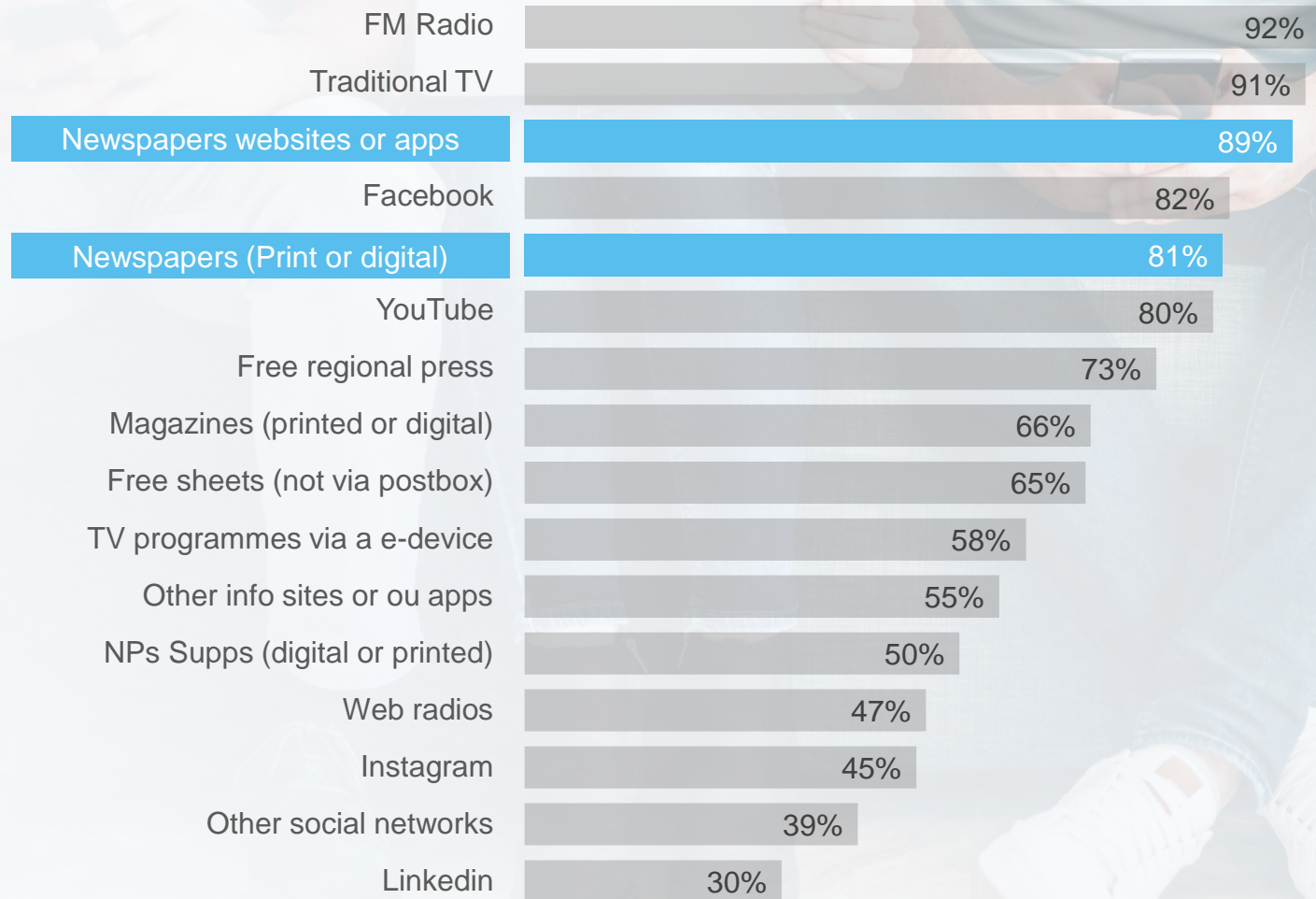
## NP REACH EVOLUTION





# IN THE **TOP 5** OF MASS MEDIA

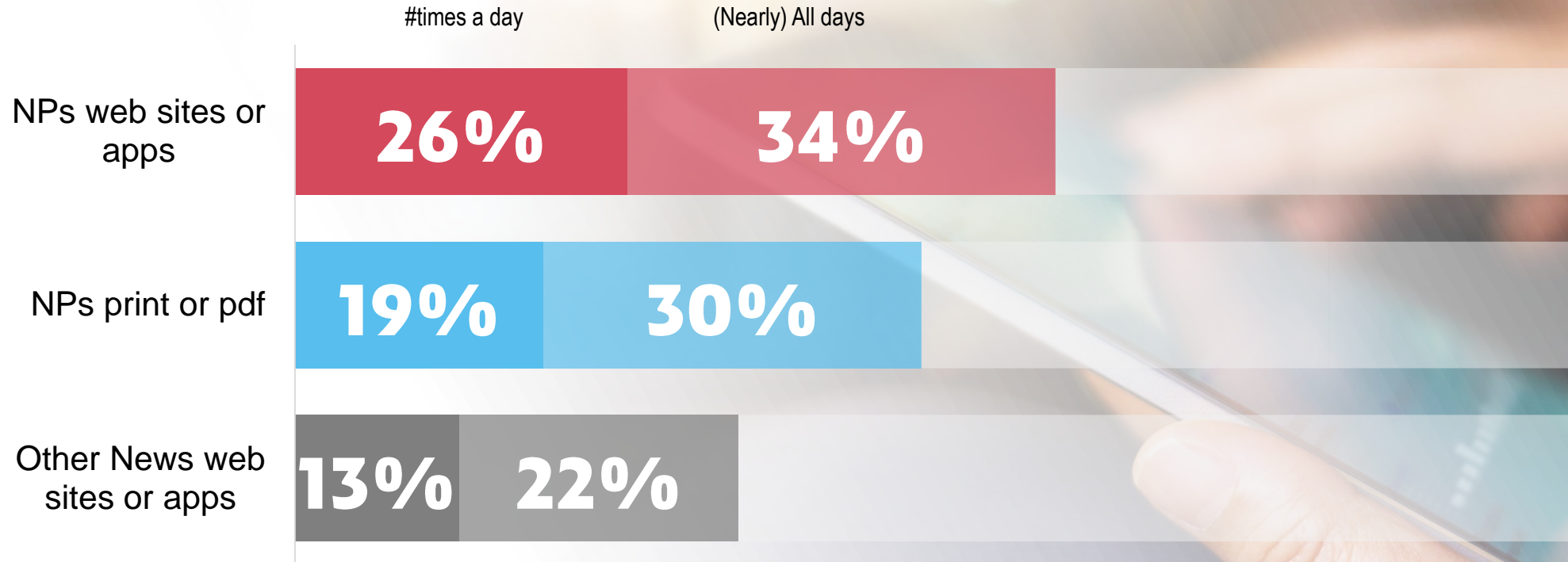
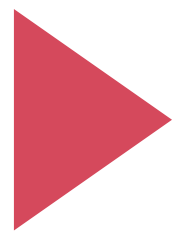
Consumption of these media at least X / month



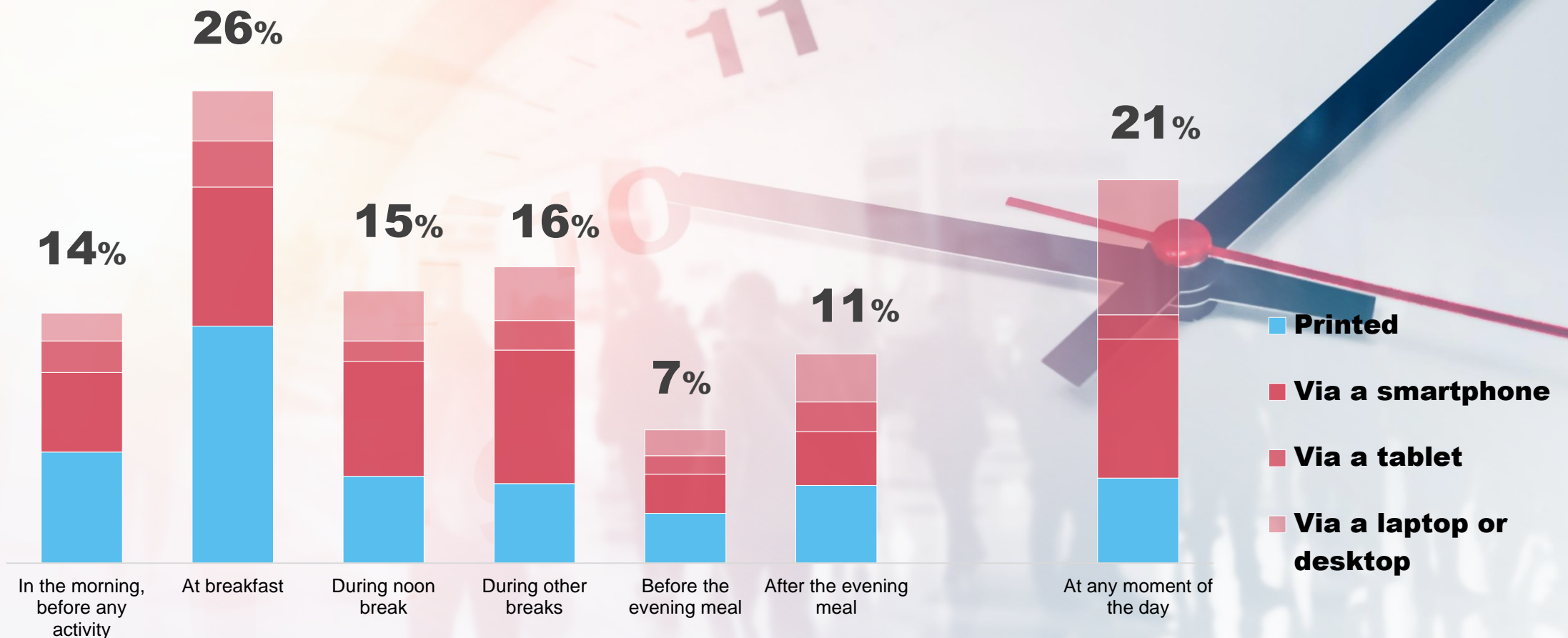


# A moment in history

## DIGITAL ABOVE PRINT



# CONSUMED ALL DAY LONG

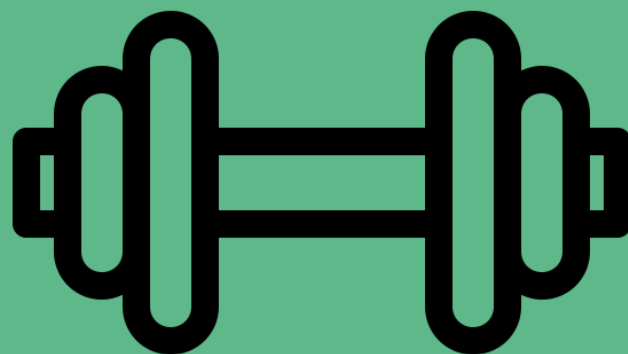


«how do you read dailies upon moments of the day?»

Source: NP Media Barometer 2020

**A**  
**UNIQUE**  
**COMBINATION**

# OF QUANTITY





**AND**  
**QUALITY**



**A UNIQUE POSITION**

**in the media world ...**



**A HIGH IMPACT**

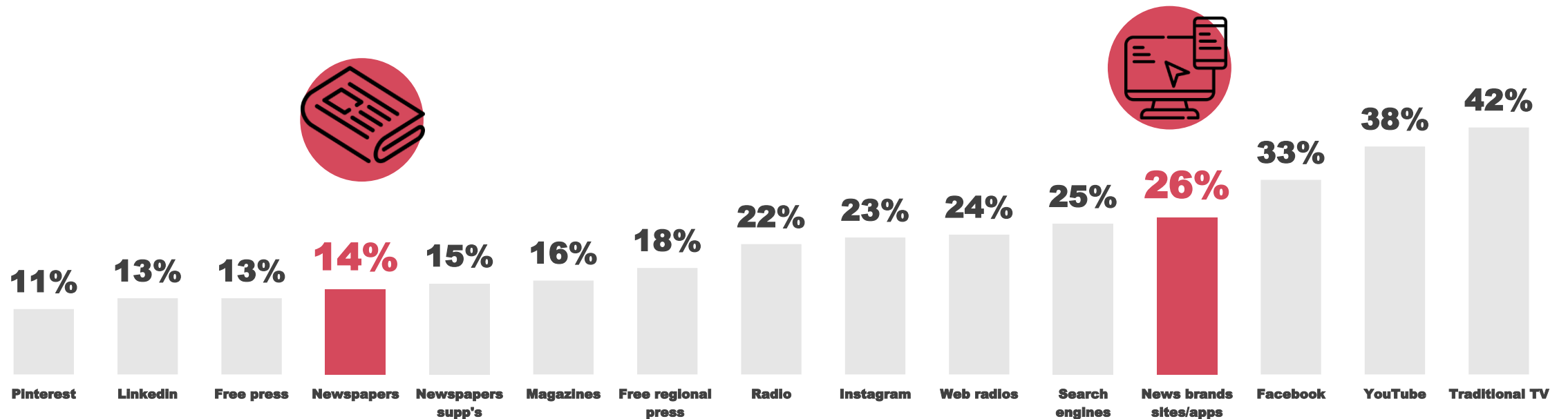
**ON**

**EFFICIENCY**

# ADVERTISING IS IN NEWSPAPERS

# BETTER ACCEPTED

« There is too much advertising  
in this medium »

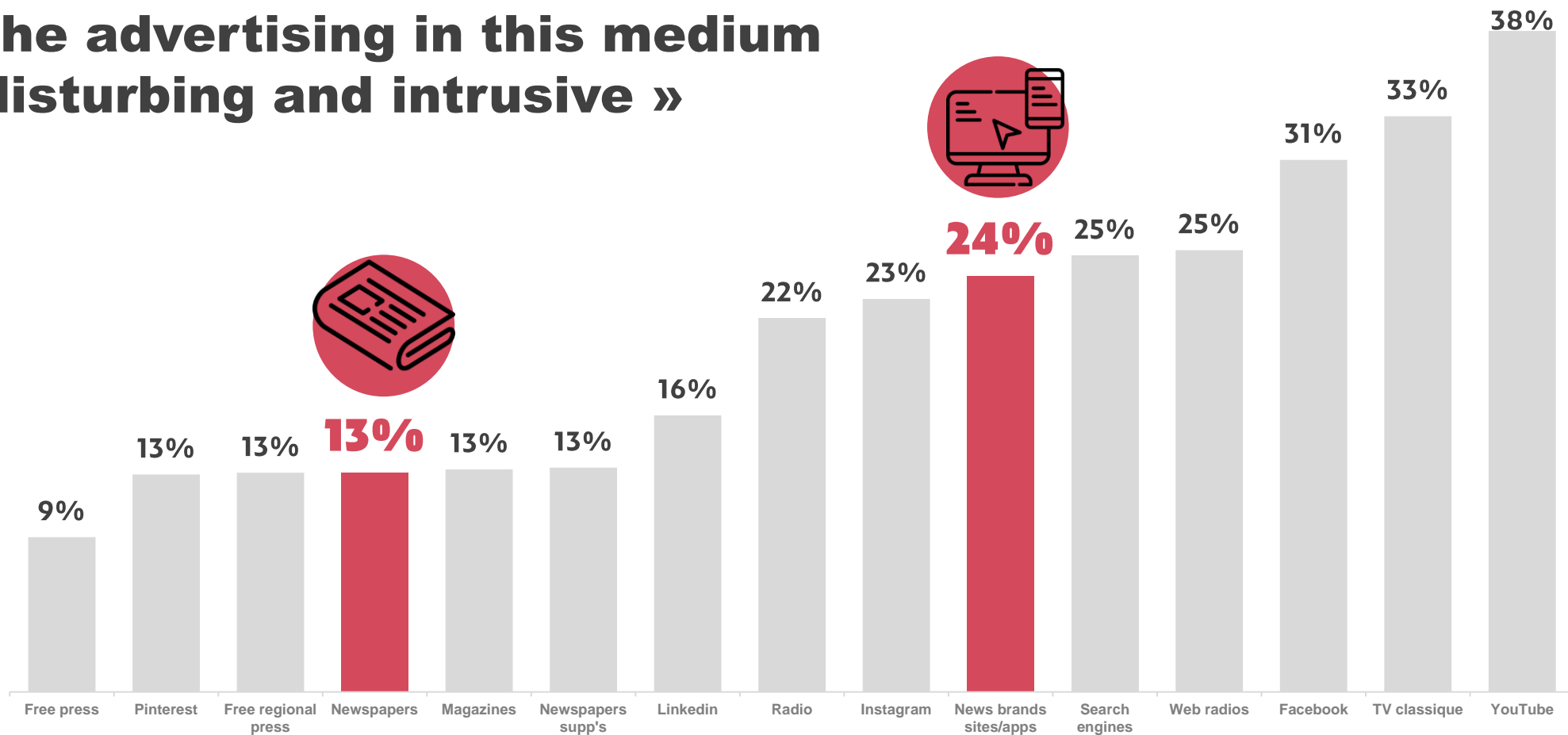




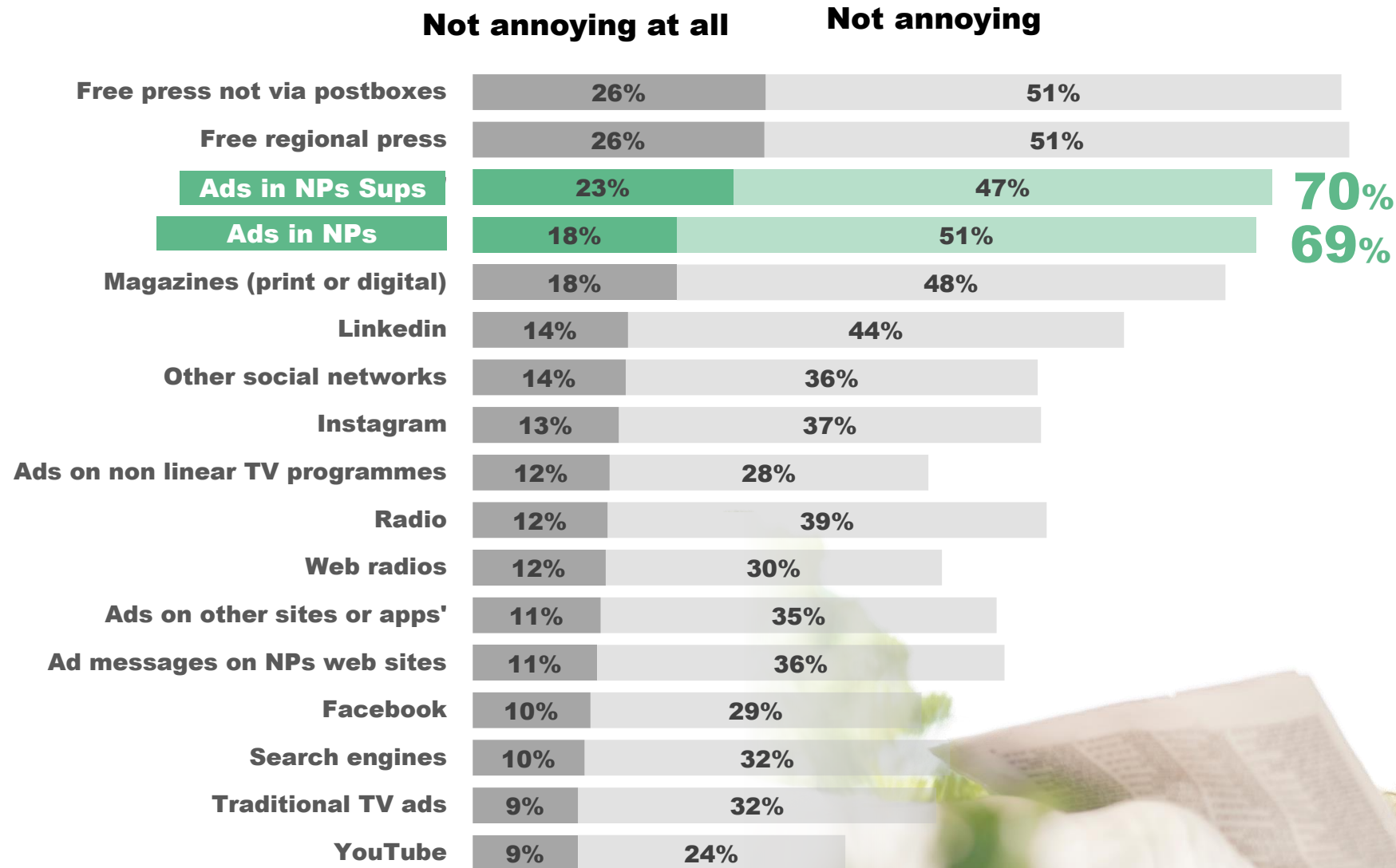
# ADVERTISING IS IN NEWSPAPERS

# BETTER PERCEIVED

« The advertising in this medium  
is disturbing and intrusive »

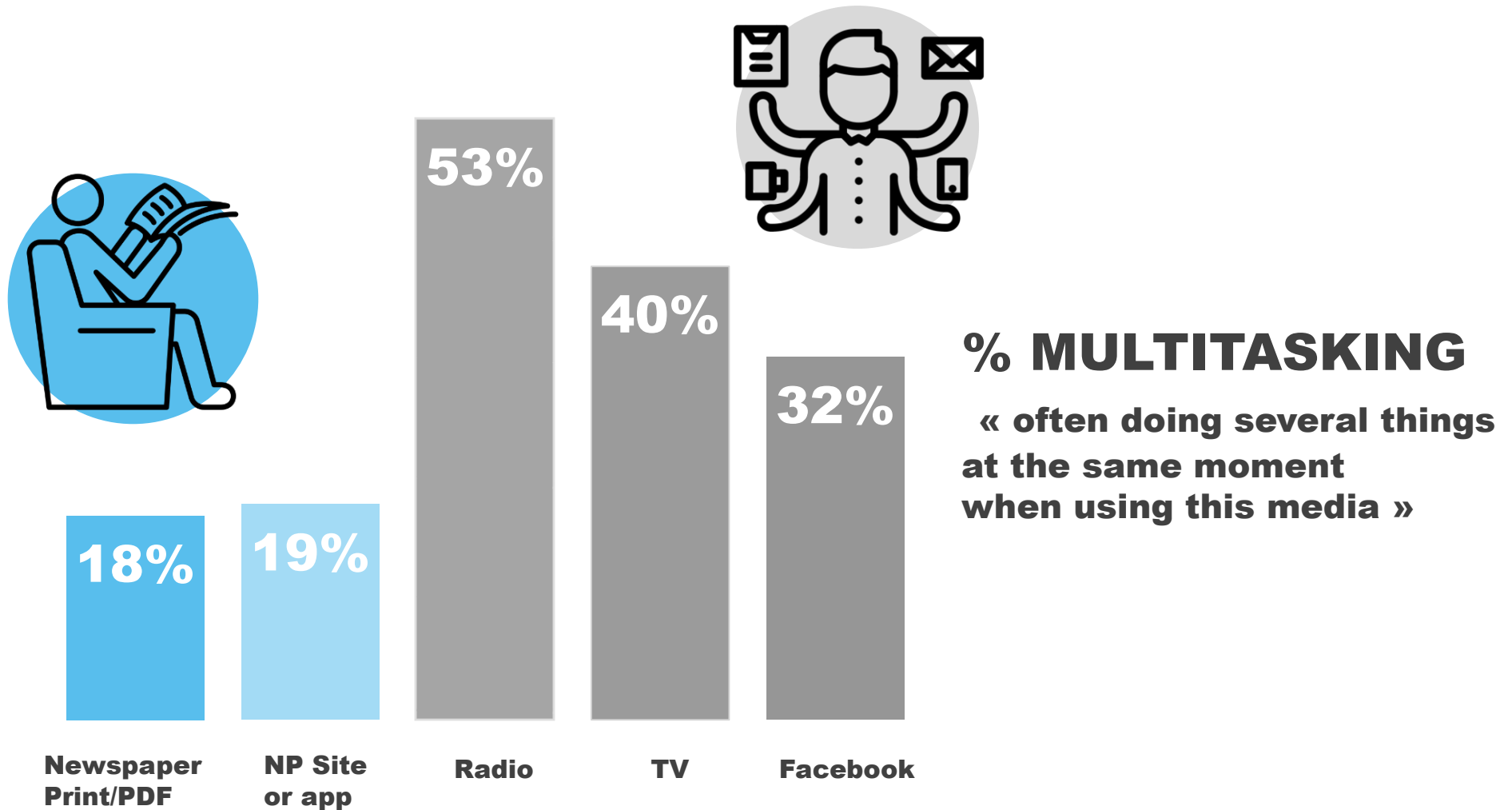


# ADS ARE SEEN AS **NOT ANNOYING**

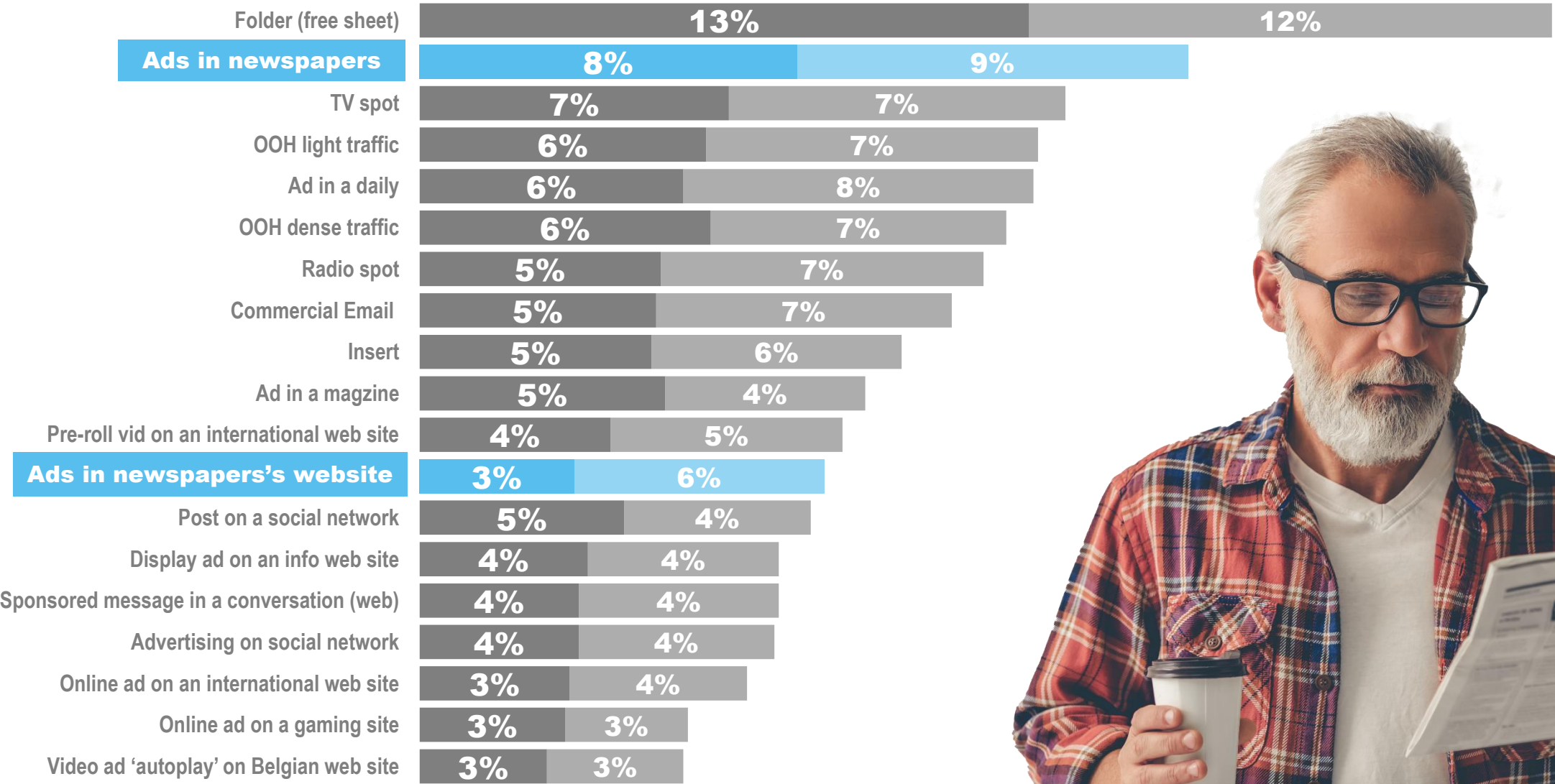


Source: NP Barometer Newsworks 2020) - % reach

# NEWSBRANDS OFFER **UNDIVIDED ATTENTION**



# ADS IN NEWSBRANDS CATCH ATTENTION



Base : Total sample n=2000, Attractivity on a scale from 1 to 7

**A HIGH IMPACT**

**ON**

**REACTIVITY**



# High reactivity towards **ALL FORMATS**

**Ads**



**Advertorials**



**Inserts**

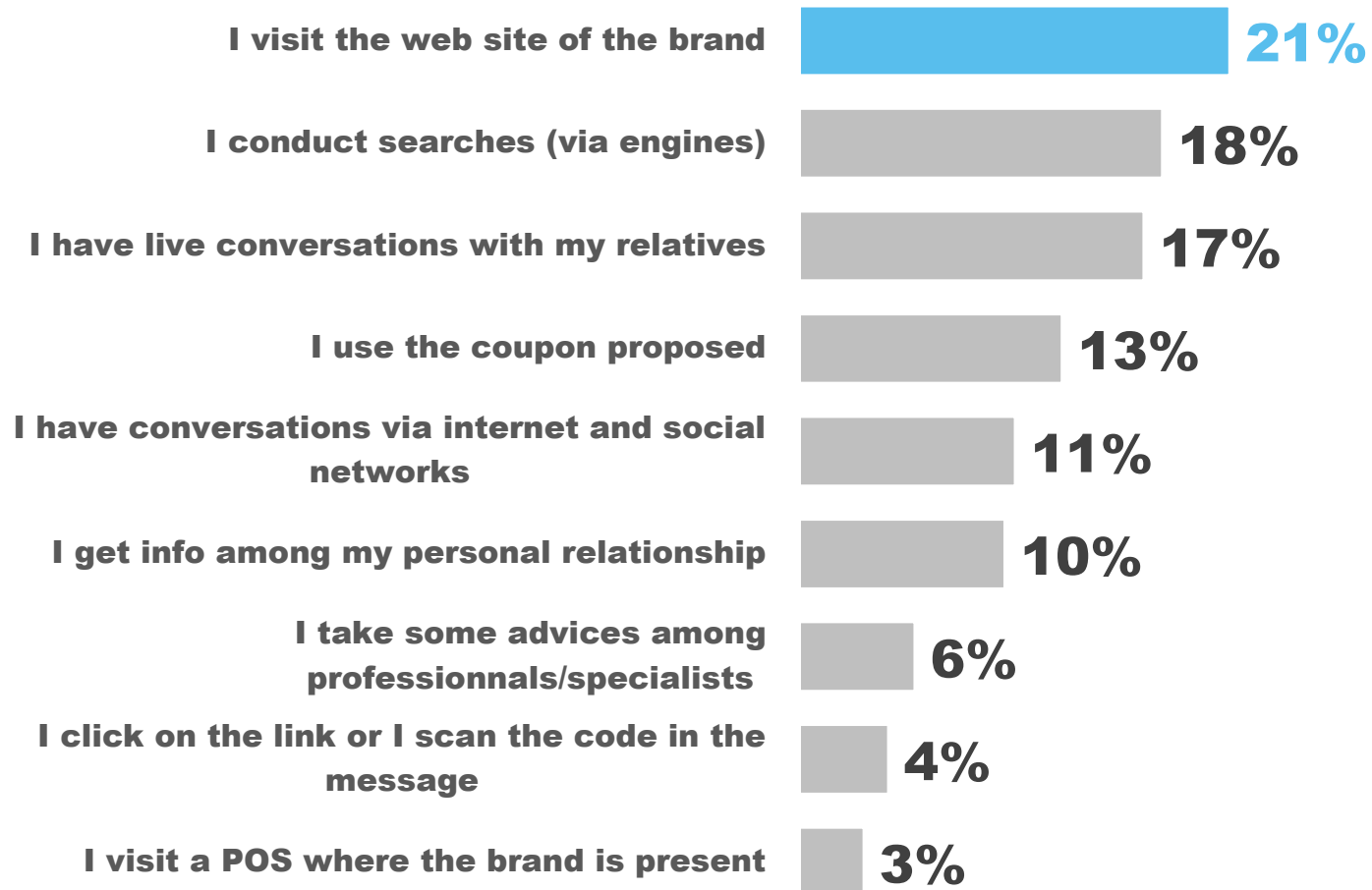


**Coupons**



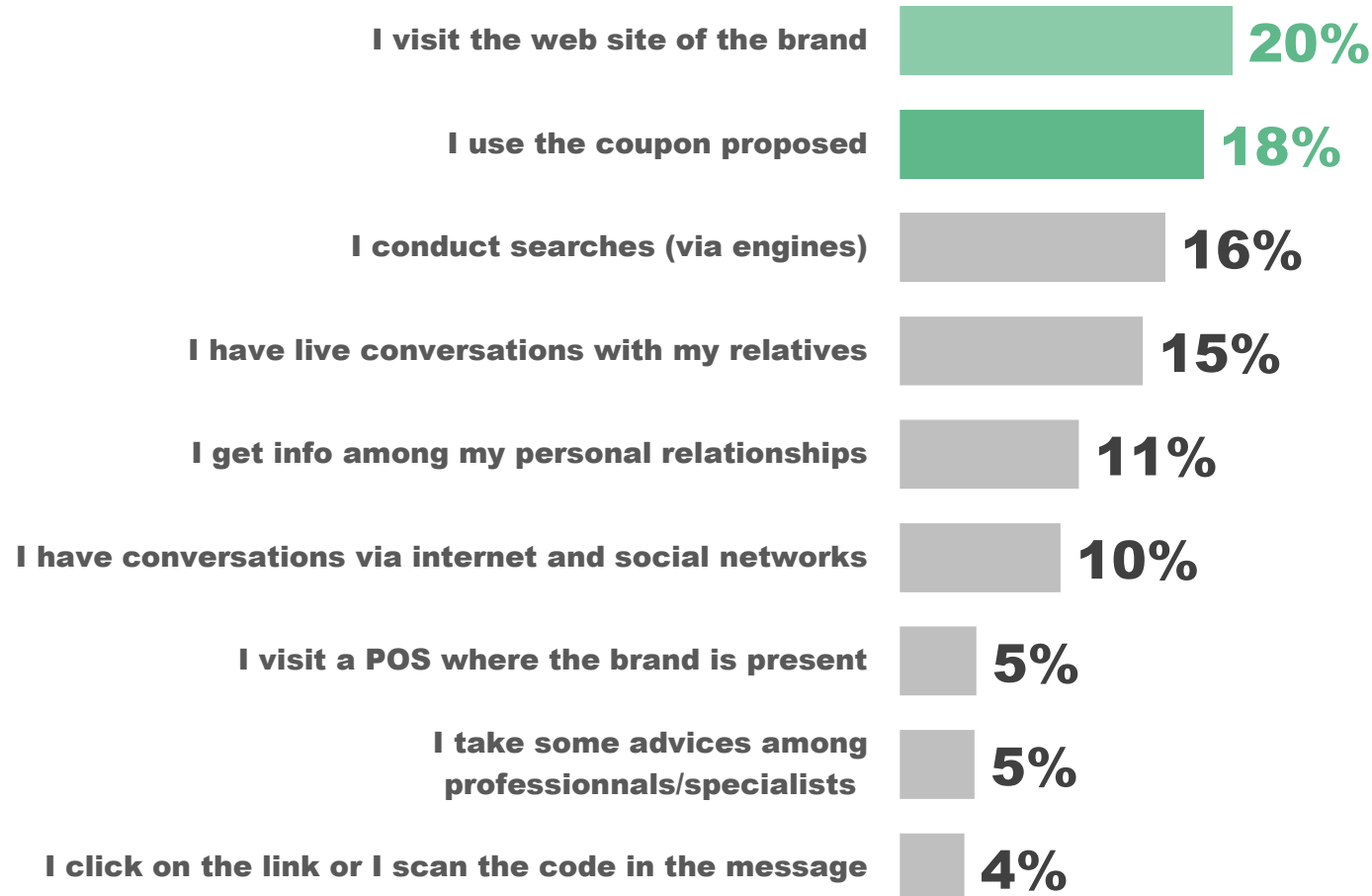
# High responses rates for **ADS**

(% Based on reach)

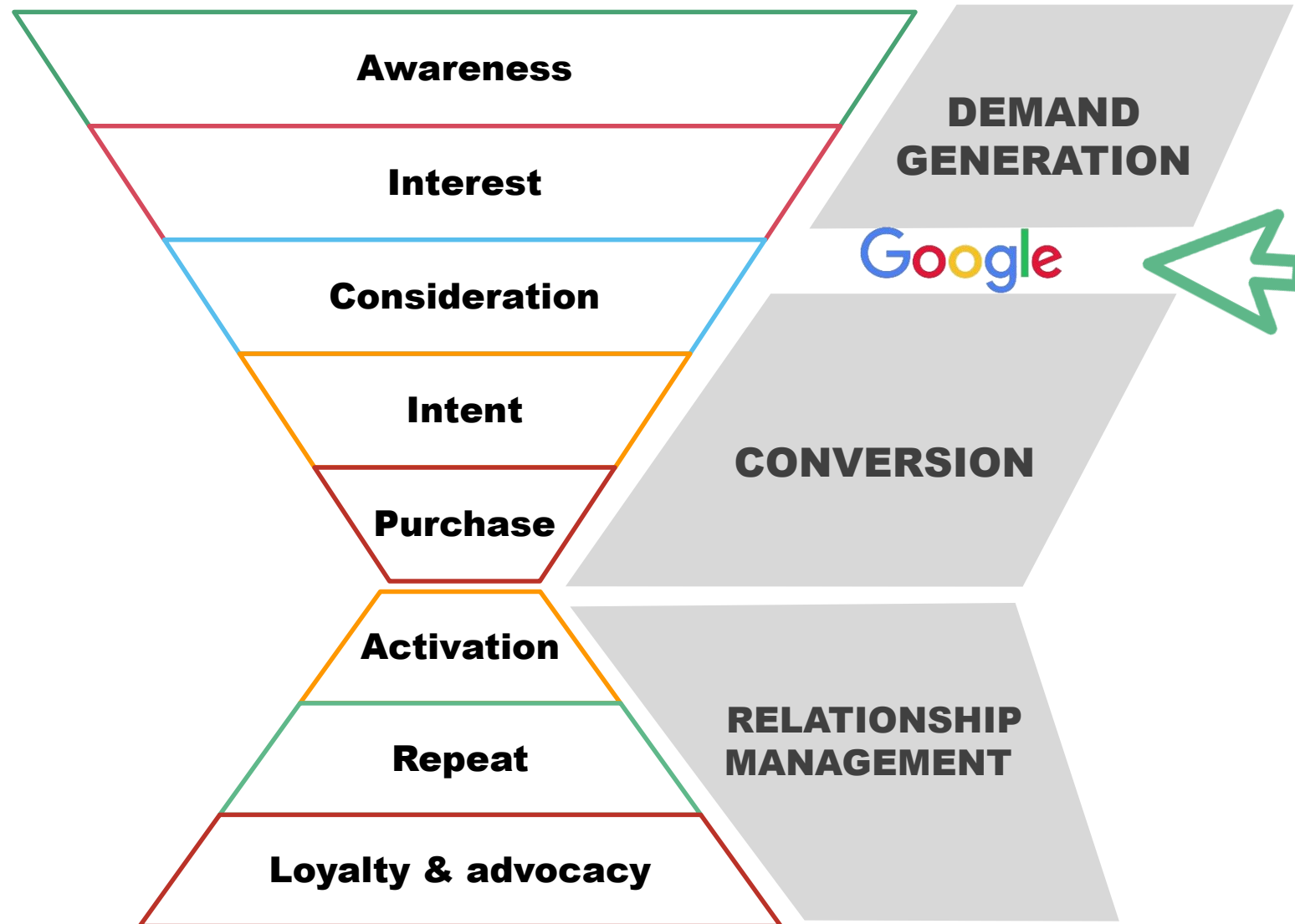


# High responses rates for **INSERTS**

(% Based on reach)



# NEWSBRANDS ACT ON THE **WHOLE FUNNEL**

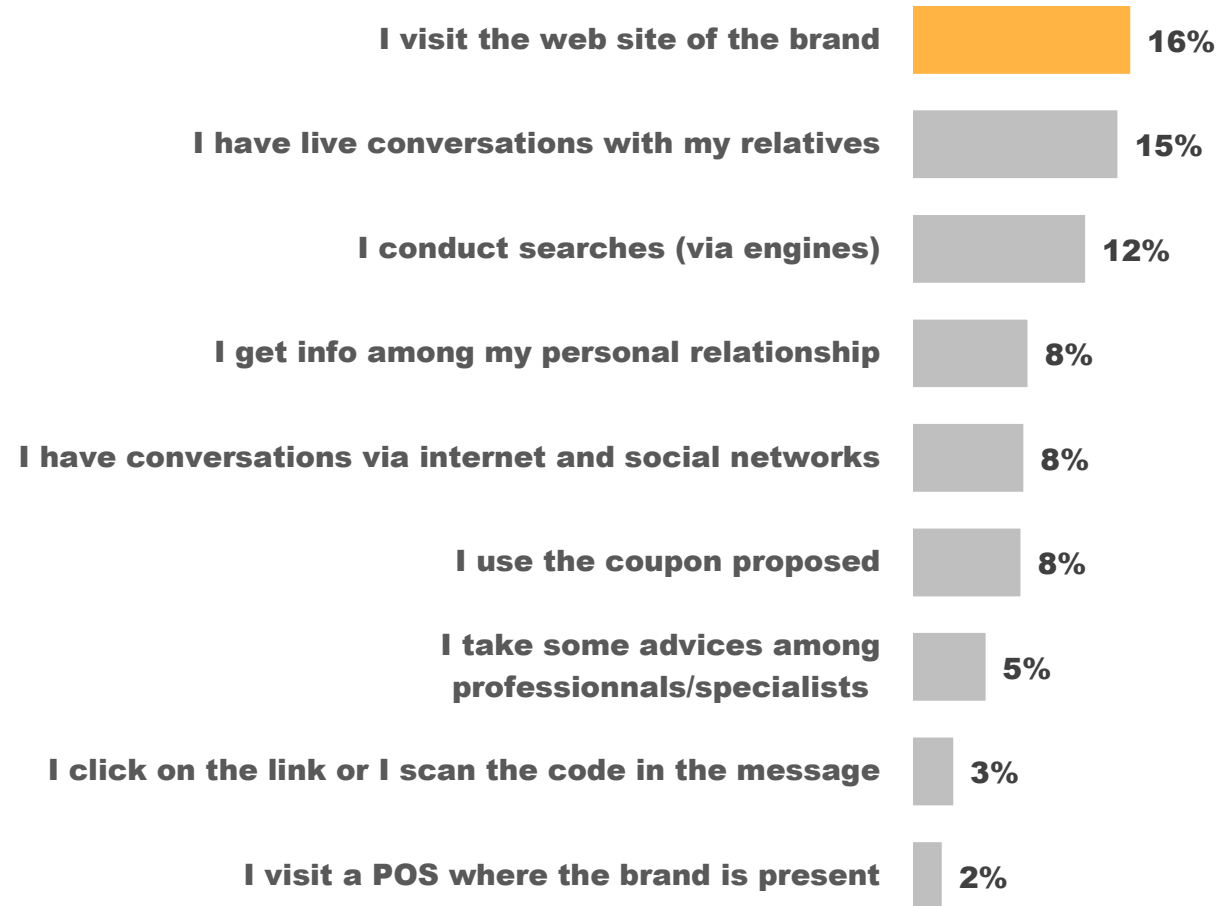


**Searches**

**happen from here,  
NOT before**

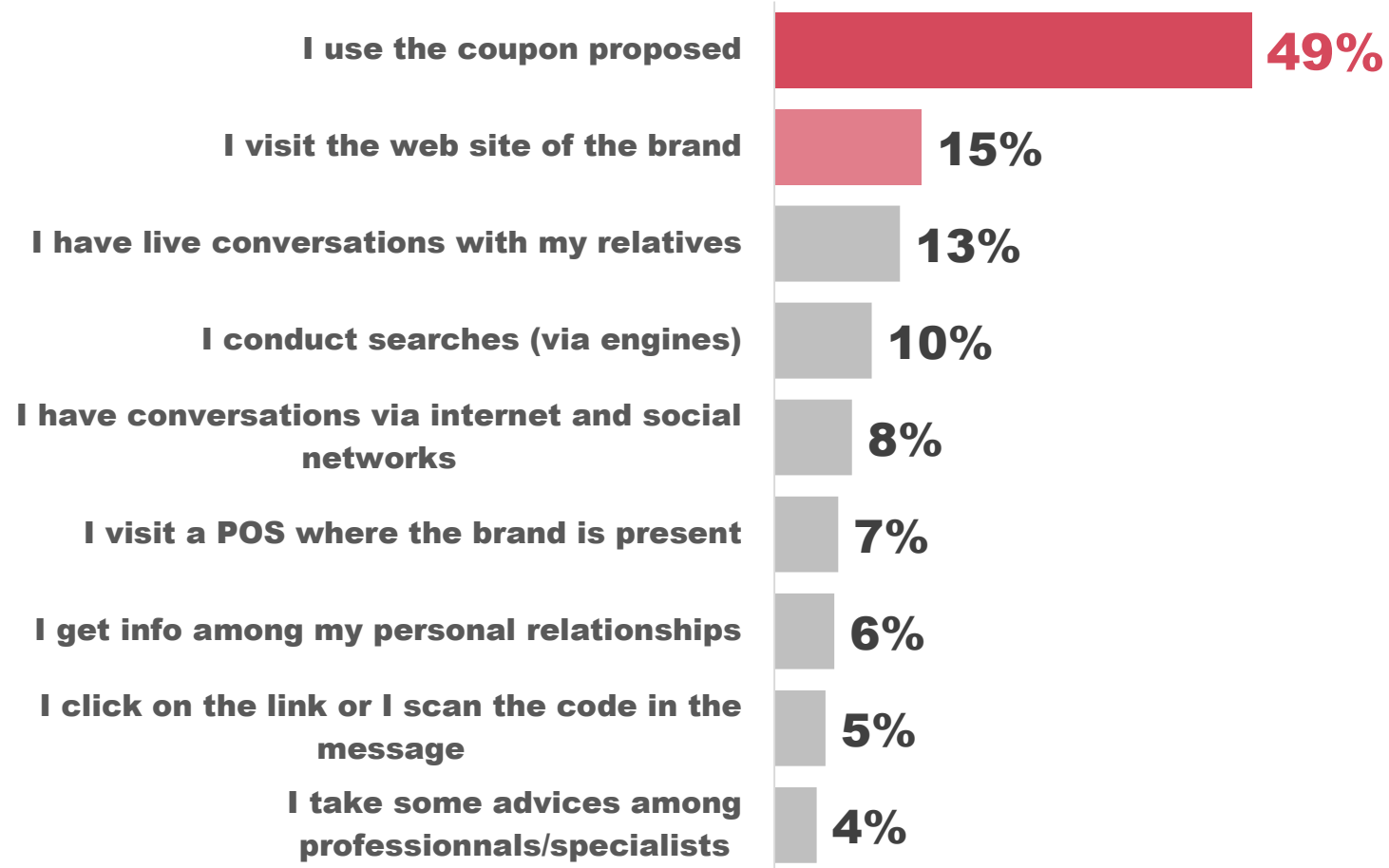
# High responses rates for **ADVERTORIALS**

(% Based on reach)



# High responses rates for **COUPONS**

Do you happen to react after having seen  
a promotional coupon in a np?  
(% Based on reach)





**A POTENTIAL FOR MORE**

**CALL TO  
ACTION**

**IN YOUR ADS**

# A potential for **CALL TO ACTION**

■ **Often**  
■ **Sometimes**

Participate in a survey if I am invited to

**41%**

**53%**

Take advantage of a promotion

**28%**

**60%**

Visit the website of the brand

**21%**

**64%**

Enter a contest if I am invited to

**25%**

**56%**

Take advantage of a temporary offer

**16%**

**55%**

Subscribe to a newsletter/consumer magazine or give my email address

**13%**

**56%**

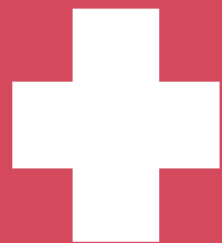
Send a message to the brand

**7%**

**36%**

Source : NP Barometer 2020, À quelle fréquence avez-vous déjà entrepris chacune des actions suivantes suite à votre exposition à une publicité ?

**QUANTITY**



**QUALITY**



**MASSIVE**

**EFFICIENCY**





**WHAT'S**

**NEXT?**

**WHY**

**INVEST**

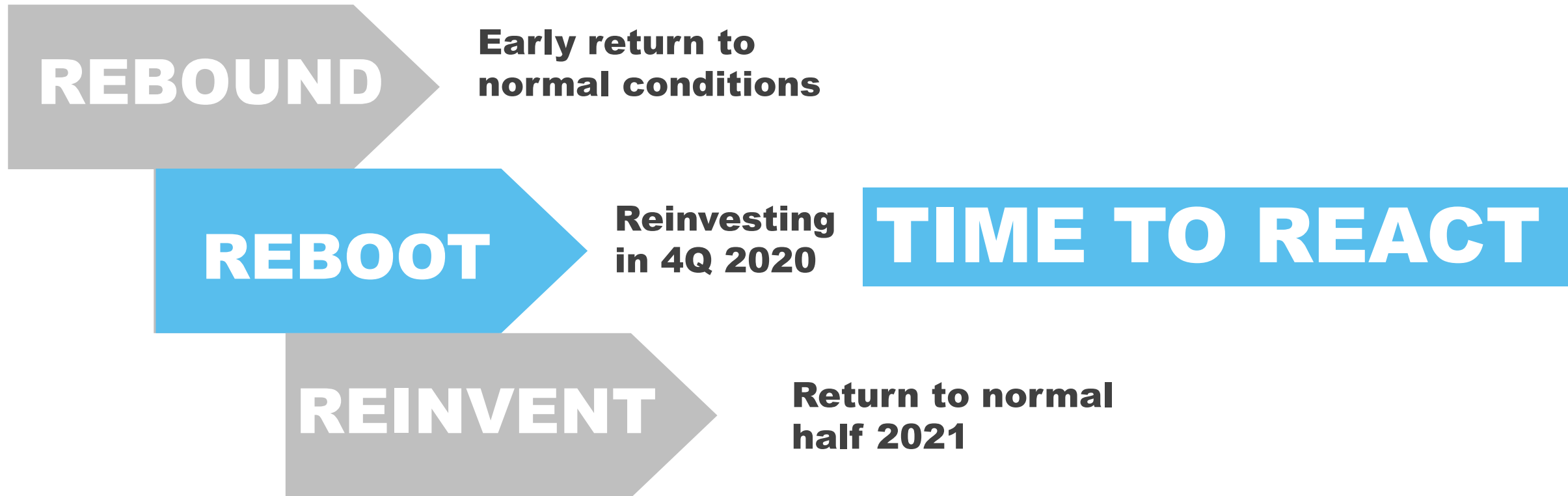
**NOW ?**

# In times of recession, investors win SOV FASTER THAN IN NORMAL TIMES



# **TIME TO REACT** WITH GUARANTEED ROI

## **3 COVID exit scenarios**



**AMAZING TIMES**

**FOR**

**CREATIVITY**



# How to **IMPROVE AD IMPACT**

## in print media?



### **Emotion**

**Awakening emotions  
make people smile**



### **Action**

**Make readers react  
with calls to action**



### **Interest**

**Create relevant  
content, stories**



### **Topicality**

**Generate extra  
attention**



### **Quality & best fitting format**

# Beste Belgen,

Al 130 jaar staan we bij jullie op tafel.

Een tafel waaraan doorheen de jaren heel wat dingen gebeurd zijn.

We stonden op de eerste rij bij gezellige etentjes, familiefeestjes en eerste ontmoetingen.

We hoorden straffe verhalen, grappige anekdotes en boeiende bekentenissen.

Maar wat er nu gebeurt, hebben we in die 130 jaar nog nooit meegemaakt.

Door omstandigheden die we maar al te goed kennen,  
wordt het ons bijzonder moeilijk gemaakt om met vrienden en familie

aan diezelfde tafel plaats te nemen en te genieten van elkaar.

En dat is natuurlijk enorm jammer.

Daarom laten we voor één keer de typische moppen aan ons voorbij gaan.

Voor één keer hebben we het niet over *grillig* weer.

Maar over de zonneshijn die na de regen komt.

Voor één keer vragen we niet dat iedereen aan den bak moet.

Maar wel dat iedereen bakken respect toont voor de mensen die voor ons zorgen.

En voor één keer roepen we niet op om sauziaal te doen.

Maar wel naar hartenlust sociaal. Vanop afstand dan toch.

Hou vol, dappere Belgen.

Dan kunnen we binnenkort weer allemaal samen aan tafel.

*s belges,*

30 ans.

Je savoureux moments.  
Jusqu'à présent,  
j'ai partagé vos belles histoires,  
votre confiance et vos confessions.

Ce moment,  
c'est important.

C'est difficile de partager la même  
histoire et notre famille.  
Cela va pas durer.  
C'est un peu de côté.

À chauffer les saucisses.  
C'est important.

Tirer le charbon de bois.  
C'est important, sur les charbons ardents.

; mais sociaux. Vous allez voir,  
c'est figuré, bien entendu.

S.  
... à table !

# GET INSPIRED

# LOTS OF INSPIRATION



## 175.000 x dankjewel!

Het zijn bijzondere tijden voor alle medewerkers van Belgische supermarkten en distributiecentra. Ze vullen winkelrekken, leggen verse groenten en fruit klaar, bemannen kassa's. Wat ze altijd doen. Elke dag. Maar plots wordt duidelijk hoe levensnoodzakelijk hun taak is.

Daarom, aan al onze 175.000 medewerkers, een welgemeende dankjewel.



## 460.000 maaltijden voor mensen in nood

In normale tijden zitten wij als supermarkten soms met voedseloverschotten, die we dan schenken aan de voedselbanken, de Schenkingsbeurs en andere organisaties. Zij helpen hiermee mensen in nood.

Ook in deze tijden willen we niemand in de steek laten. De gewone winkelbezoeker niet, en mensen in nood evenmin.

Daarom blijven wij als Belgische supermarkten voedsel doneren: samen schenken we vanuit onze distributiecentra de komende dagen 460.000 maaltijden en andere noodzakelijke producten.

Want als iedereen om elkaar blijft geven, komen we hier samen door.







# Dikke merci!

#Boerentrots ben ik op onze duizenden Vlaamse land- en tuinbouwers. Terwijl heel ons land 'in zijn kor blijft', zijn zij dag en nacht in de weer om de voedselproductie draaiende te houden en ervoor te zorgen dat jullie ook de komende tijd van lekker en voldoende voedsel kunnen genieten. Dikke merci daarvoor!

Besie Vlamingen, toon de komende dagen en weken dat ook jullie het werk van onze boeren en tuinders waarderen. Koop daarom massaal hun producten – lokale land- en tuinbouwproducten van topkwaliteit.

**Sonja De Becker**  
Voorzitter Boerenbond



Ontdek op [www.boerentrots.be](http://www.boerentrots.be) hoe jij ook trots kan zijn op onze boeren. Ondersteun het manifest en volg ons op sociale media! [facebook.com/boerentrots](https://www.facebook.com/boerentrots) [instagram.com/boerentrots](https://www.instagram.com/boerentrots)

## Ook in uw kot blijft je glimlach verzekerd.

Onze glimlach... die heeft het niet gemakkelijk de laatste dagen. We verbergen hem achter een masker, een staal of een zakdoek. Net om onze glimlach én die van anderen te beschermen, kunnen we hem amper tonen.

En toch is het belangrijk om te blijven glimlachen, want het is ook dankzij onze glimlach dat we door deze moeilijke periode zullen geraken. Laat ons dus optimistisch blijven. En toon je mooiste glimlach voor onze webcams, aan onze kinderen, onze buren en vooral aan hen die elke dag in de frontlinie staan.

Ethias blijft in deze moeilijke tijden meer dan ooit dicht bij je: digitaal, chat, telefoon of via de klantenzone. We zetten alle middelen in om ervoor jou te zijn.

Want ook in ons kot blijven we aan het werk om je glimlach te verzekeren.

**ethias**  
glimlach verzekerd



# LOTS OF IDEAS

# MANY POSSIBILITIES



**DE KUST  
IS KLAAR  
VOOR  
DE ZOMER!**

de Kust

**Plan nu je vakantie  
op [dekust.be](http://dekust.be)**

Verlang je er ook zo naar? Nog eens genieten van zon, zee en strand. Van de duinen tot het hinterland. 67 km kust ligt op jou te wachten. Ga naar [dekust.be](http://dekust.be) en zorg dat ook jij helemaal klaar bent voor een zalige zomervakantie aan onze eigen kust.

[www.dekust.be](http://www.dekust.be)



**LA CÔTE  
EST PRÊTE  
POUR  
L'ÉTÉ!**

le Littoral

**Planifiez dès  
maintenant vos  
vacances sur  
[lelittoral.be](http://lelittoral.be)**

Elle vous a tant manqué, vous aussi ? Profitez à nouveau du soleil, de la mer et de la plage. Des dunes jusqu'à l'arrière-pays. 67 km de côte vous attendent. Rendez-vous sur [lelittoral.be](http://lelittoral.be) et apprêtez-vous à passer de délicieuses vacances d'été sur notre côte belge.

[www.lelittoral.be](http://www.lelittoral.be)



- Covid-19 -

## We blijven oog hebben voor jouw oogzorg.

Onze winkels zijn al een paar weken gesloten, want de gezondheid van onze klanten en opticiens komt natuurlijk altijd op de allereerste plaats. Terwijl jij voor je familie en jezelf zorgt, blijft Pearle zich inzetten voor jouw oogzorg.

### Wat als je écht in nood zit?

Je bril is onherstelbaar stuk, je kunt niet functioneren zonder en je hebt geen extra bril?

Dan probeert Pearle je te helpen. Goed zorgen voor je ogen is en blijft cruciaal, ook in deze bijzondere tijden.

### Heb jij dringende oogzorg nodig?

Bel de Pearle Eyecare Helpdesk via

**015 27 19 80**

(weekdagen van 9 tot 17u).

Je krijgt meteen een oogzorgexpert aan de lijn. Hij of zij zoekt samen met jou uit hoe we je het snelst kunnen helpen, met respect voor social distancing (1 klant per keer en op afspraak). Oogmetingen mogen we nu helaas niet doen.

### Onze webshop, voor iedereen beschikbaar

Verkeer je niet in acute brilnood? Dan is er de Pearle webshop:

- **Zonnebrillen, lenzen en lenzenvloeistof** leveren we meestal de volgende dag, zonder dat je hiervoor leveringskosten moet betalen.
- **Advies over je lenzen** vraag je aan onze oogzorgexperts op de website via de nieuwe live chat

Meer info en antwoorden op al je vragen vind je op [pearle.be/nl\\_BE/mastregelen-coronavirus](https://pearle.be/nl_BE/mastregelen-coronavirus).

**Pearle**  
opticiens



# GET INSPIRED



# GET INSPIRED

Ongelooflijk hoe laag de energieprijzen zijn op dit moment!



Inderdaad, het is hét moment om van leverancier te veranderen.

Het zal nog niet! En ik zie die Lampiris wel zitten met hun duurzame energie.



Ze geven goed advies. En je kan kiezen om je prijs vast te leggen\* voor 1, 2 of 3 jaar!

Ik ga je laten, poezekel! Ik moet Lampiris bellen! Hou je goed.



Bel nu **0800 59 500** of  
maak een prijssimulatie op **[www.lampiris.be](http://www.lampiris.be)**



\*Voor het TQP-product.

 **lampiris**  
maakt iedereen warm  
voor duurzame energie

# Les vacances à la Côte belge seront possibles

Les villes côtières se préparent à accueillir les vacanciers dès le 15 juin.

**TOURISME**  
C'est en tout cas le souhait des bourgmestres côtiers, prêts à accueillir les vacanciers.

**P**armi les secteurs en forte tension d'un redémarrage de l'économie, le tourisme est en tête. Dans les starting blocks, il n'est pas en tête. Le premier semestre 2020 sera sans doute marqué par une phase de déconfinement progressif pour le 4 mai prochain. Toutefois, les villes côtières espèrent bien sauver leur saison et accueillir les touristes dès qu'il sera possible.

Afin de préparer un plan commun et cohérent, les bourgmestres des dix villes côtières se sont réunis et ont discuté d'un plan pour cet été. Ils sont d'ailleurs prêts à accueillir à

gouverneur de Flandre occidentale, Carl Dehaene.

Un été, c'est aussi l'occasion pour de nombreux Belges d'habiter de la Côte l'espace d'un jour. Mais à aucune date n'a cependant été avancée pour le tourisme d'un jour, avant que pour la réouverture des établissements hôteliers.

**Le tourisme à la Côte pourrait redémarrer en douceur dès le 15 juin.**

Au-delà de cette réunion collective des bourgmestres, il appartient à chaque commune d'élaborer son propre plan. "On se rend compte que c'est un plan qui doit être développé en collaboration avec la police",

explique-t-il. Ce sera au tour de l'organisme provincial Westtoer de coordonner tout cela dans un plan global pour le littoral.

Reste que de nombreux acteurs ne devraient pas avoir lieu cet été, à commencer par les rassemblements de masse. Rien n'a été décidé non plus sur l'éventuelle obligation du port du masque, que ce soit sur la plage ou en ville.

Enfin, aussi que ces mesures ne soient pas l'unique d'un seul des autorités ne seront d'application que pour les Belges.

Les voyages entre pays, même frontaliers, restent toujours interdits. Traverser les frontières reste strictement limité à des cas de force majeure (comme pour le travail). Le tourisme ne fait pas partie des besoins essentiels.

## Même en temps de crise, 8 Belges sur 10 aiment travailler dur

Une étude de SD Worx montre que les Belges aiment se donner à fond au travail.

**A**vec plus d'un million de Belges au travail, le pays est l'un des plus travaillieux d'Europe. Mais après dix semaines de confinement, les Belges souhaitent-ils continuer à travailler dur ? C'est ce que révèle une enquête par SD Worx menée auprès de 2 500 Belges âgés de 18 à 64 ans. Les résultats sont sans appel : 80 % des Belges déclarent travailler dur, et ce, même en temps de crise.

En fait, les Belges ont toujours aimé travailler dur. Cette attitude est ancrée dans la culture belge. Les Belges sont connus pour leur sérieux et leur engagement. Ils aiment travailler dur, même en temps de crise. C'est ce que montre cette étude de SD Worx. 80 % des Belges déclarent travailler dur, et ce, même en temps de crise. C'est ce que montre cette étude de SD Worx.

Les Belges ont toujours aimé travailler dur. Cette attitude est ancrée dans la culture belge. Les Belges sont connus pour leur sérieux et leur engagement. Ils aiment travailler dur, même en temps de crise. C'est ce que montre cette étude de SD Worx.



### LE CORONAVIRUS NOUS ÉLOIGNE, LA SOLIDARITÉ NOUS RAPPROCHE.

La Sécurité sociale protège notre santé. La préserver, c'est aussi ça la solidarité !



# ALL CATEGORIES ALLOWED



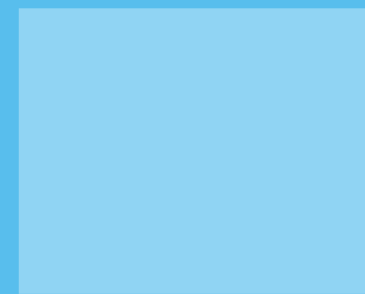
**Bedankt voor jullie steun.  
Van ons allemaal.**

Natuurlijk bleven we gewoon ons werk doen, de voorbije periode.  
Maar het was hartverwarmend om te merken hoe mensen uitkeken naar ons dagelijks bezoek.  
We kregen van alle kanten berichtjes, reacties en tekeningen. Hartelijk bedankt voor jullie steun!  
Het geeft ons zin om er elke dag weer in te vliegen voor jou. Meer dan ooit!



# HOW

TO TAKE FULL  
ADVANTAGE OF  
THIS EFFICIENCY



**NP DEALS**

**THE BEST BUY**



# THE BEST FIT FOR YOUR AD

## CLASSIC



**NP Newsbrands**



**NP Digital**



**NP Week**

## SPECIAL



**NP Insert**



**NP Coupon**



**Top topical**

## PREMIUM SEGMENT

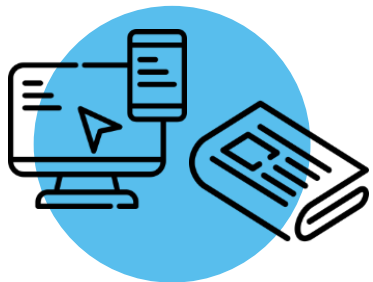


**NP Premium**



# NP NEWSBRANDS





# NP NEWSBRANDS

**Quick  
& massive  
reach**

**Multi-  
platform**

**Premium  
position  
guaranteed**

**FORMATS**

**REACH**

## PRINT

## WEB

### Basic

Art. 250  
Acc 120/100  
Ap 400

### Impact

Art. 1000  
Art. 600  
Art. 500

### Superior

Pano  
1/2 pano

**Halfpage** (desktop)  
**+IMU** (mobile)

		NP1		NP3		NP5	
		Reach	OTS	Reach	OTS	Reach	OTS
18+	18-54 GS 1-4	50,4%	1,7	62,9%	3,8	67,8%	5,8
		51,4%	2,0	65,5%	4,2	71,1%	6,3





# GET INSPIRED !



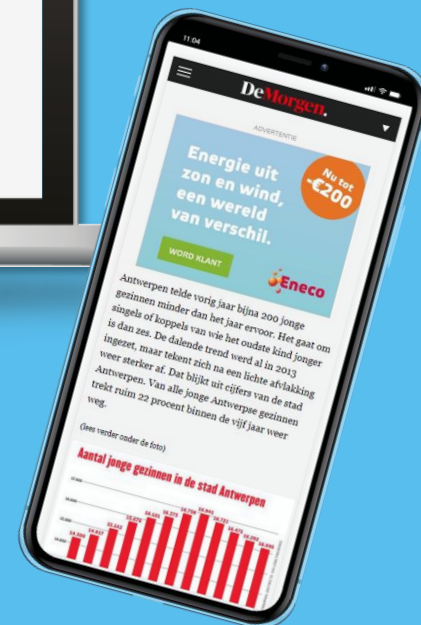
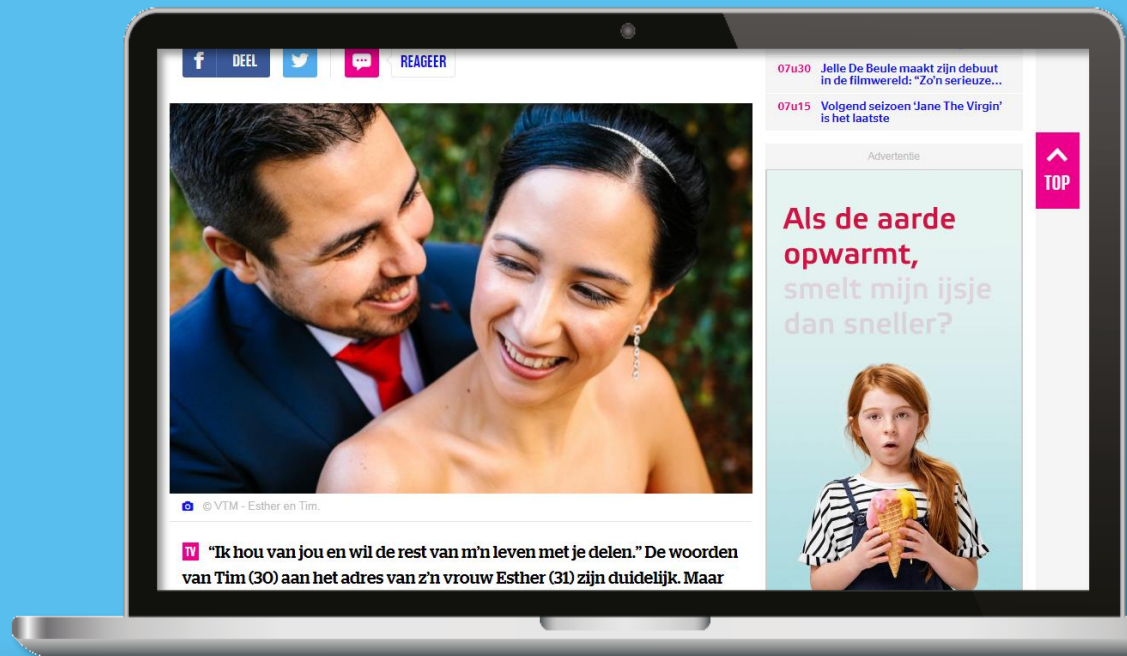


# GET INSPIRED !





# NP DIGITAL







# NP DIGITAL

**Quick  
& powerful  
reach**

**Premium  
sites**

**FORMATS**

**13 sites (NP+RTL)**

**Halfpage  
(desktop)**

**+IMU  
(mobile)**

**REACH**

	Reach	OTS	Impr.
18+	<b>22%</b>	2,9	<b>6M</b> ROS
18-54 GS 1-4	<b>25,4%</b>	3	



# NP DIGITAL

## RATES



**36.000€ net**

**6 € CPM net**





NP WEEK





# NP WEEK

## RATES



**6 x**

**Acc 50**

**5 Mio imp  
halfpage  
+ Mobile IMU**

**€ 141.176 gross**  
**€ 120.000 net**  
**(Media value: €390.487 gross)**

**6 x**

**Ap 400**

**5 Mio imp  
halfpage  
+ Mobile IMU**

**€ 176.461 gross**  
**€ 150.000 net**  
**(Media value: €508.669 gross)**

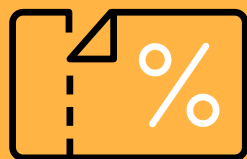
(Print only : 6 x acc 50 = 95K , 6 x Ap 400 = 125K)





**NP INSERT**





NP COUPON







# NP COUPON

**RATES**

**Gross rate Art 1000:**  
**€ 100.000**  
(Mediavalue: € 279.813€)

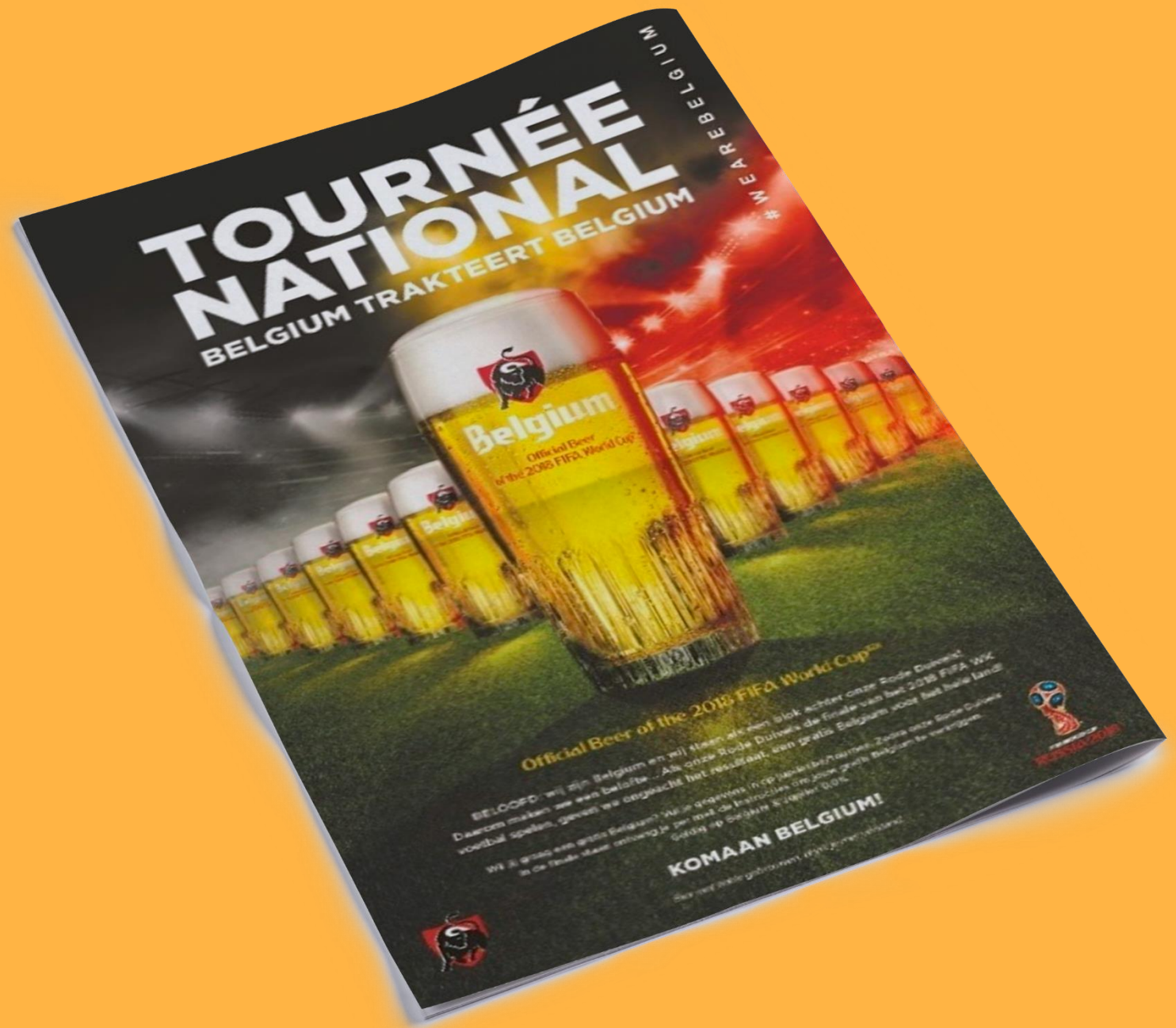


Also possible as art 600: 82.353€ gross





**NP TOP TOPICAL**









NP PREMIUM



La Libre.be

Woensdag 05/02/2020  
**DeMorgen.**

**dS** De  
Standaard

**LE SOIR**.be



**News Power**

**EOY PROMO 2020**



# END OF YEAR OFFER

**From 1 - 31 december 2020**

~~€ 120.000~~



+



**Print**

**Digital**



**Nego: 68,5%**

**€ 99.000**  
netnet

**Art 1000**

**2M**

**# Impressions  
desktop + mobile  
(1 day – ROS – 10% SOV)**

---

# AUTOSALON 2021



LE **SALON** DE L'AUTO / HET AUTOSALON

**)NP(**  
News Power

IN UW  
DANS VOTRE **SALON!**



# REASONS TO COMMUNICATE IN)NP( News Power

**1** MASSIVE  
REACH

**2** AMAZING  
POWER

**3** HIGH  
DIGITAL  
IMPACT

**4** CALL TO  
ACTION

**5** NP'S  
UNIQUE  
OFFER

# MAXIMAL COVERAGE + REPETITION

**3+2  
OFFER**



**ART  
1000**



**ART  
600**



**ART  
500**



**4 MILLION**

**ROS 12 News sites**  
**Desktop : Halfpage + Mobile : IMU**

**325.000 €**

**276.000 €**

**240.000 €\***

**Regional split : +10%**

**Fin de la  
présentation**



**Merci pour  
votre attention**

**SEE YOU**  
**SOON !**

**)NP(**  
News Power