

■ Une enquête universitaire le démontre

Tout l'Immobilier: un gratuit qui a de la classe

Avec près de 80 000 lecteurs, Tout l'Immobilier a une audience supérieure à celle du «Matin». Une personne sur cinq a lu le numéro de Tout l'Immobilier de la semaine, ce qui fait de lui le 4^e journal le plus diffusé, derrière «GHI», la «Tribune» et «20 Minutes». Telles sont parmi les principales conclusions d'une étude de marché sur les quotidiens et hebdomadaires genevois, réalisée ce printemps sous la direction de Patrick Amey, maître d'enseignement et de recherche à l'Université de Genève.

L'impulsion est venue de «GHI» et de Tout l'Immobilier, qui ont convaincu la «Tribune de Genève» de l'intérêt commun à mandater le Dr Patrick Amey, de l'Université de Genève, pour la réalisation d'une étude de marché approfondie axée sur la «zone de distribution 11», qui recouvre le canton de Genève et le district de Nyon. L'échantillon comprend 1047 personnes parlant français, vivant dans cette zone, représentatifs de la population retenue, soit 387 000 individus âgés de plus de 14 ans. En termes de pénétration nette par titre, indicateur clef de toute étude de marché portant sur la presse écrite, Tout l'Immobilier arrive à un taux de 20,5%, derrière «GHI» (44%), «20 Minutes» (40,2%) et la «TG», mais devant le «Matin» (13,8%) et le «Temps» (11,1%). En clair, cela signifie qu'une personne sur cinq a lu Tout l'Immobilier au



PHOVOIR

► Une audience de qualité.

cours de la semaine, soit 79 330 lecteurs. En tenant compte des personnes qui lisent au moins un numéro sur six, on arrive à 162 840 lecteurs.

Thierry Oppikofer, fondateur et directeur de l'hebdomadaire, explique: «La référence recon-

nue par les professionnels de la presse et de la publicité, en matière de lectorat, c'est la REMP (Recherche et études en médias publicitaires), à Zurich. Or celle-ci est certes très expérimentée, scientifique et sérieuse, mais elle est aussi centralisée et ses

actionnaires sont les grands éditeurs et le groupe Publicitas. Il nous a parfois paru étonnant que certains titres appartenant aux grands éditeurs obtiennent des performances appréciables, tandis que les plus petits journaux, à diffusion locale ou ré-



Modules de formation

FISCALITÉ IMMOBILIÈRE

MODULE DE FISCALITÉ II

Jeudis 11 et 18 octobre 2012

de 10h15 à 12h15

Renseignements et inscription
sur www.cgiconsseils.ch / Cours & Séminaires



NOUS RECHERCHONS

A Genève sur la rive gauche
**villa individuelle, terrain,
et appartement à vendre.**

Réalisation rapide et discrétion.

Contactez-nous: +41 22 849 61 40
vente@spg.ch – www.spg.ch

EXCLUSIVE AFFILIATE OF
CHRISTIE'S
INTERNATIONAL REAL ESTATE



SOCIÉTÉ PRIVÉE DE GÉRANCE
VENTES RÉSIDUELLES
T. 022 849 61 40 – vente@spg.ch
www.spg.ch – alerte mail online

version mobile

Groupe SPG-RYTZ

gionale et plus indépendants des grands groupes, paraissent voir leur impact diminuer. Pour disposer enfin d'une base de comparaison établie par des francophones, sur notre région (zone 11) et en fonction des méthodes statistiques reconnues, nous avons lancé ce projet et mandaté des universitaires. Les résultats, pour notre titre spécialisé en immobilier et en emploi uniquement, sont très révélateurs et positifs. Que nos confrères nous suivent ou non – nous devons encore en discuter –, nous rééditerons cette étude d'ici quelques mois».

Cible touchée

Par classes d'âge, Tout l'Immobilier est le seul à avoir son plus fort taux de pénétration, son «cœur de cible», chez les 35 à 54 ans, où il atteint 24%. Pour d'autres titres, les plus de 55 ans sont la classe d'âge la plus représentée. Cependant, pour TI, les plus de 55 ans se distinguent

par leur assiduité: dans cette classe d'âge, un tiers de lecteurs sont des «heavy users», c'est-à-dire qu'ils lisent au moins cinq numéros sur six. Tout l'Immobilier se distingue également par son taux de pénétration dans la classe moyenne: il est particulièrement lu dans la classe de 8000 à 10 000 francs par mois de revenu par ménage (27,2%), un taux de lecture qui atteint même 30,5% chez les «plus de 15 000 francs». Cette proportion tombe à 18% pour les 4000 à 6000 francs. De plus, la part des lecteurs ayant un niveau de formation élevé atteint 46,4%. Votre hebdomadaire est donc clairement positionné sur les segments relativement aisés, ce qui le distingue des autres journaux gratuits. «Les lecteurs de Tout l'Immobilier sont aussi en grande partie des lecteurs de GHI», relève Patrick Amey, qui précise que près de 70% sont des «lecteurs conjoints». Mais c'est dans la tranche des 6000 à 8000 francs que la proportion

de lecteurs de «GHI» est la plus élevée (73,4%), alors qu'elle recule à 49% au-dessus de 15 000 francs.

Des motivations multiples

Autre volet très instructif de l'étude de Patrick Amey, l'utilité de l'hebdomadaire fondé en 1998: à ce niveau, les deux principales motivations des lecteurs sont «connaître l'état du marché immobilier», citée par 50,5% des répondants, mais aussi pour 30,9% «s'informer sur la vie locale». Il est vrai que certains titres, pilotés de Lausanne ou de Zurich, ont un peu de peine à «sentir» le terroir genevois... Au chapitre des points faibles, il y a les problèmes de distribution puisque 30,5% des personnes interrogées ne trouvent pas TI dans leurs boîtes aux lettres. A ce propos, notons que deux gratuits seulement pratiquent une distribution tout-ménage dans la «zone 11»; si «GHI» couvre la totalité des

boîtes, Tout l'Immobilier n'est pas inséré dans les boîtes portant la mention «pas de publicité», bien que l'on ne puisse parler d'un journal publicitaire en raison de son fort contenu rédactionnel. On observe aussi que tous les lecteurs ne lisent pas encore la partie Tout l'Emploi, traitant d'emploi et de formation. Néanmoins, l'éditeur souligne l'excellent taux de réponse aux annonces qui sont insérées dans ces pages; peu à peu, ce second volet s'impose comme un support bien meilleur marché et moins embrouillé que les pages de quotidiens. L'image qui ressort de Tout l'Immobilier/Tout l'Emploi & Formation est celle d'un hebdomadaire utile à ses lecteurs, nombreux chez les jeunes, particulièrement assidus chez les plus âgés, riche d'informations sur la vie locale. Un hebdomadaire qui a donc trouvé son public. Et indéniablement, le «stempel» académique garantit la fiabilité totale des résultats. ■

Mohammad Farrokh



OPEN & CLOSE

PORTES ET PORTAILS PORTES DE GARAGE AUTOMATISMES BORNES ET BARRIÈRES LEVANTES CONTRÔLES D'ACCÈS

OPEN & CLOSE SA
Ch. de la Charpente 3 · 1219 Le Lignon
T +41 22 361 48 48 · F +41 22 361 48 49
Exposition permanente:
Rte de Duillier 18 · 1260 Nyon
info@openclose.ch · www.openclose.ch



«Pour réduire l'endettement»

Pierre Weiss
Député au Grand Conseil

Le 23 septembre
OUI à la sécurité du logement à la retraite
www.securite-logement.ch

Resp.: CGI - C. Aumeunier - 1211 Genève 1

le déménagement en douceur



BALESTRAFIC
Devis gratuit
©022 308 88 00 · www.balestrafic.ch

AllStar AS1®

Forte comme un ours, la ligne de fenêtres EgoKiefer en PVC et PVC/alu.



Protection du climat complet.

Votre spécialiste:



CHARPENTE & MENUISERIE FORSTER

83, rte des Tournettes
1256 Troinex
Tél.: 078 613 5550
www.charpente-forster.ch

Toujours des idées d'avance. **EgoKiefer** Fenêtres et portes