

Metro innoveert en zet verder in op transformatie

Op **maandag 3 oktober** blaast de gratis krant **Metro 22 kaarsjes** uit. Hoewel de COVID-crisis tot nieuwe gewoontes heeft geleid, zijn de **Metro-lezers** hun krant de afgelopen twee jaar **trouw gebleven**. Ondanks de pandemie is de distributie van Metro uitstekend gebleven en wordt een pick-up rate van meer dan 98% genoteerd. Metro wordt verdeeld op een **oplage van 150.000 exemplaren per dag**.

Begin oktober zet Metro een nieuwe stap in haar verdere transformatie en dit zonder te sleutelen aan haar **succesvolle DNA**. Metro blijft een gegeerd **nationaal medium** dat **gratis nieuws en infotainment** brengt voor een **young active urban doelgroep**.

Na een succesvol parcours van 22 jaar **blijft Metro vernieuwen**. Om nog beter aan te sluiten bij de verwachtingen van haar lezers **versterkt en ontwikkelt Metro haar redactioneel project**. Naast de mix van **vaste rubrieken** met onder andere News, Sport en Extratime, zal Metro **thematische rubrieken** zoals Cultuur en Weekend integreren en **diepgaande dossiers** als 'Young Graduates' en 'Sustainability' uitbrengen. Er zullen ook **nieuwe vaste afspraken** met de lezer geïntroduceerd worden zoals 'On the move' met mobiliteitsnieuws en 'WTF' met bizarre weetjes.

Om dit redactioneel project optimaal te integreren en te voldoen aan de verwachting om vaste afspraken met de lezers uit te bouwen, **past Metro vanaf 3 oktober haar publicatiefrequentie aan** naar een vast ritme van **3 publicaties per week** gedurende het hele jaar, inclusief vakantieperiodes. De keuze om zo op te schakelen naar continuïteit wordt gesterkt door de geslaagde ervaring die Groupe Rossel in Frankrijk opdeed met de gratis krant 20 Minutes. 20 Minutes is sinds juni 2021 met succes overgegaan op een gelijkaardig ritme van 3 publicaties per week.

De overgang naar 3 print-publicaties per week laat Metro toe om **onderwerpen** aan te bieden **die aansluiten bij de interesses van young active urbans**:

- **Maandag: Start**, de carrièregids van Metro en **Green**, de rubriek duurzaamheid
- **Woensdag: Cultuur**, met berichtgeving cinema, streaming, boeken en meer
- **Vrijdag: Weekend**, de lifestyle, urban life en self-care rubriek

De **publicatiekalender** kan je terugvinden op de website metromedia.be/calendar.

Digitaal staat bovendien meer dan ooit **centraal in de ambities van Groupe Rossel**. De verschillende initiatieven die Metro het afgelopen jaar nam, resulteerden in een **verdrievoudiging van het aantal bezoekers** van haar website Metrotime.be. Zonder afbreuk te doen aan de kracht van de papieren krant, is de **prioriteit** van het Metro-team om de **digitale ontwikkeling voort te zetten**. Zo zal de lancering van een **nieuwe krantensite begin 2023** een digitale ervaring aanbieden die innovatief is en complementair is aan de papieren krant.

Metro

Koningsstraat 100, 1000 Brussel



Mediactivate
your business.



The Metro logo consists of the word "metro" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

Ten slotte bevestigen zowel NMBS als MIVB al **jarenlang** hun **vertrouwen** in het merk Metro en erkennen zij de meerwaarde van een gratis krant op het openbaar vervoer. In die geest hebben Metro en haar partner NMBS afgelopen zomer hun **samenwerking vernieuwd voor een periode van 8 jaar**. De **pick-up rate van meer dan 98%** bevestigt de grote interesse in de gratis krant Metro en zet Metro aan om verder uit te kijken naar **bijkomende distributiekkanalen** om nog dichter bij haar lezers te staan.

Voor meer informatie:

Olivier De Raeymaeker
Algemeen Directeur –
Pôle Le Soir – Groupe Rossel

Werner Sluys
Chief Operating Officer –
Mass Transit Media
+32 474 96 04 12

Matthijs Pevenage
Head of Sales –
Metro Media & YAU
+32 494 07 67 95

Metro
Koningsstraat 100, 1000 Brussel



Mediactivate
your business.

