

ACTIVITEITENVERSLAG

GEDELEGEERD BESTUURDER

EEN FLINKE GROEI IN BINNEN- EN BUITENLAND

Roularta haalt weer zijn normale niveau op het vlak van rendabiliteit, groei en innovatie, ondanks moeilijke economische tijden.



DOOR: RIK DE NOLF

Roularta Media Group heeft in 2003 een omzetgroei gerealiseerd van 2,9%. De bedrijfsopbrengsten groeiden met 4,1%. Maar wanneer men abstractie maakt van de in 2002 gerealiseerde meeromzet via drukwerk voor derden en via papier-trading (in verband met de drukkerijconcentratie MPG waar Roularta nog bij betrokken was in het eerste semester van 2002), dan krijgen wij een **omzetgroei van 7%**. Als wij daarenboven Vogue Trading Video buiten beschouwing laten (optical discs), dan groeit de omzet van Roularta in 2003 zelfs met 9,2%, waarvan 4,4% organische groei en 4,8% groei door acquisities.

De reclamemarkt begon in 2003 stilaan weer aan te trekken en ook de lezersmarkt evolueerde lichtjes positief. Anderzijds bleven de kosten onder controle en werden structurele oplossingen aangebracht op het vlak van de regionale televisie en de drukkerij.

Dat allemaal leverde bijzonder goede resultaten:

De **courante cashflow** groeit van 33,4 naar 40,2 miljoen euro (+ 20,2%). Het **netto courant resultaat** groeit van 14 naar 23,9 miljoen euro (+ 69,9%).

De **cashflow** stijgt van 32,6 naar 41 miljoen euro (+ 26,1%). Het **geconsolideerd resultaat (aandeel van de groep)** verviervoudigt: van 3,2 naar 16 miljoen euro, rekening houdend met 13,3 miljoen euro belastingen.

PRINTED MEDIA

De divisie Printed Media (gratis bladen en magazines) haalde de 10% EBIT net niet omwille van de eenmalige herstructureringskosten naar aanleiding van de Franse overnames. De **bedrijfsopbrengsten** stegen wel met 8% van 258,4 naar 278,9 miljoen euro en het **bedrijfsresultaat** groeide met 48,3% van 16,9 naar 25,1 miljoen euro. Het **nettoresultaat** groeide met 42,9% van 7,8 naar 11,1 miljoen euro.

2003 werd gekenmerkt door de belangrijke groeicijfers van zowel De Zondag als Steps City Magazine. Deze twee

nieuwe fenomenen op de Belgische mediemarkt hebben op korte termijn een belangrijke plaats ingenomen. Extra aandacht werd besteed aan het uitbouwen van een netwerk van distributiepunten: een 4.000-tal bakkerijen voor De Zondag en geleidelijk aan enkele duizenden distributiepunten in shoppingcentra, parkings, cinema's, restaurants, brasseries en topcafés, de betere boetieks, enz. voor de Steps City Magazines. Een nieuwe manier van distribueren voor de gratis pers, naast de huis-aan-huisbedeling van De Streekkrant/De Weekkrant die 100% dekking garandeert.

De Belgische magazines van de groep deden het goed in 2003 met een paar uitschieters: de nettoverkoop van Plus Magazine groeide met 17.500 exemplaren, Nest bereikt een nettoverspreiding van meer dan 100.000 exemplaren na zes nummers. De verschillende titels behaalden goede CIM-resultaten, maar het is duidelijk dat de CIM-enquête meer informatie geeft over de notoriteit van de titels dan over de concrete leescijfers. De nettoverkoopcijfers van de andere bladen bleven in 2003 stabiel.

De buitenlandse magazine-activiteiten worden stilaan belangrijk. De seniorenmagazines in Nederland, Noorwegen en Duitsland doen het prima. Door de fusie van Lenz en Frau im Leben (Duitsland) wordt het RMG-aandeel teruggebracht tot 25%, maar het maandblad groeit meteen door naar een oplage van 400.000 exemplaren en is meteen rendabel.

In Frankrijk vertegenwoordigt de omzet van verschillende magazines stilaan zo'n 30 miljoen euro (deel Roularta) na de overnames van de bladen van de Aguesseau-groep en het cine-maandblad Studio Magazine.

TV & RADIO

De audiovisuele activiteiten haalden wel de 10% EBIT-marge. De **bedrijfsopbrengsten** groeiden met 7,2% van 127,8 naar 137 miljoen euro. Het **bedrijfsresultaat** groeide met 25,8% van 11 naar 13,8 miljoen euro en het **nettoresultaat** met 53,2% van 4,3 naar 6,7 miljoen euro.

De Vlaamse Media Maatschappij (50% Roularta Media Group), met VTM, KANAALTWEE, JIMtv en radio Q-Music, groeide in 2003 met 9,3% van 199,3 naar 217,9 miljoen euro **omzet** en van 214,9 naar 231,6 miljoen euro **bedrijfsopbrengsten** en realiseerde een nog beter **resultaat** dan in 2002: 17,3 miljoen euro tegenover 16,8 in 2002 (+ 3%). Ondanks het feit dat de kijkcijfers een beetje onder druk stonden, slaagden de tv-zenders erin meer reclame-inkomsten te realiseren en de kosten onder controle te houden. Radiozender Q-Music is gelanceerd, bereikt 10,6% marktaandeel bij de beoogde doelgroep van 18 tot 44 jaar en haalde bijna de break-even.

Plopsaland (50% VMMA) klopte alle records met meer dan 700.000 bezoekers en boekte een **nettoresultaat** van 1 miljoen euro met 15,5 miljoen euro **bedrijfsopbrengsten**. Paratel (100% VMMA) is de specialist van de sms-toepassingen, gelinkt aan de tv-programma's. Met een mooi **nettoresultaat** van 0,8 miljoen euro in 2003 en 10,5 miljoen euro **bedrijfsopbrengsten**.

De regionale tv-activiteiten waren in 2003 break-even voor Roularta Media Group. De nationale reclameregie RTVM ging er lichtjes op achteruit door de dalende communicatiebestedingen van de overheid, maar een nieuw akkoord met de kabelmaatschappijen zorgt voor een structurele oplossing voor de financiële problematiek van de regionale zenders. De zenders geven hun medewerking op het vlak van de interactieve televisie en krijgen daartegenover 1,50 euro per abonnee. De samenwerking tussen Focus TV en WTV binnen de Regionale Media Maatschappij (RMM) heeft een positief resultaat voortgebracht in 2003.

De businesszender Kanaal Z/Canal Z heeft in 2003 een veel beter resultaat behaald dan in 2002, maar heeft toch nog een tekort van 1,5 miljoen euro.

INDUSTRIËLE ACTIVITEITEN

Roularta Printing heeft in 2003 voor het eerst weer een vol jaar achter de rug met de traditionele bezetting van 60% werk voor eigen bladen en 40% werk voor collega-uitgevers van periodieken uit binnen- en buitenland. Dit zorgde voor een positief resultaat. Samen met de optical disc-business (VTV) betekent dit voor de divisie een groei van 5,7% **bedrijfsopbrengsten** van 94,9 naar 100,3 miljoen euro met een positief **nettoresultaat** van 1,6 miljoen euro tegenover - 4,7 miljoen euro in 2002 en met een positieve EBIT van 3,3 miljoen euro tegenover - 0,4 miljoen euro in 2002. ■

ROULARTA MEDIA GROUP IN 2004

Roularta Media Group bouwt verder aan zijn multimediale toekomst.

In het verleden was de groei vooral een kwestie van eigen, telkens weer nieuwe initiatieven. Roularta lanceerde zelf in de voorbije decennia de meeste van de weekbladen van de groep De Streekkrant, lanceerde het nieuwe persfenomeen De Zondag, creëerde de verschillende Belgische nieuwsmagazines en een reeks specifieke nichemagazines, nam mee het initiatief voor de lancering van de tv-zenders VTM, KANAALTWEE, JIMtv, Kanaal Z/Canal Z en de eerste regionale televisiezenders in Nederlandstalig België. De groei was niet het gevolg van een overname- of concentratiepolitiek. Roularta groeide door de eigen initiatieven van een team enthousiaste medewerkers die elk op hun terrein creatief en ondernemend zijn.