

RMG bouwt verder aan een multi-mediale toekomst

Roularta Media Group

Weekblad 31e jaargang - speciale editie 2001 - België - 120 fr. - 2,97 €.



Jaarverslag 2000

Jaarverslag 2000

Inhoud

Kerncijfers van de groep	4
Overzichttabellen	6
Subconsolidatie van de groep	8
Activiteitenverslag	10
Raad van Bestuur en Managementteam	18
Corporate Governance	20
Groepsstructuur	22
Aandeel Roularta Media Group	24
Geconsolideerde jaarrekening	26
Jaarverslag Raad van Bestuur - geconsolideerd	28
Geconsolideerde jaarrekening	30
Toelichting bij de geconsolideerde jaarrekening	34
Commentaar bij de geconsolideerde jaarrekening	50
Verslag commissaris-revisor	54
Herkomst en besteding van de middelen	55
Statutaire jaarrekening	56
Jaarverslag Raad van Bestuur - statutair	58
Jaarrekening Roularta Media Group	62
Samenvatting van de waarderingsregels	66
Sociale balans	68
Verslag commissaris-revisor	71
Adressen van onze vestigingen	72

Kerncijfers van de Groep

GECONSOLIDEERDE KERNCIJFERS NA WINSTVERDELING								
IN 1.000	1998 BEF	1999 BEF	2000 BEF	Evolutie in %	1998 EUR	1999 EUR	2000 EUR	Evolutie in %
Resultatenrekening								
Bedrijfsopbrengsten	13.960.402	15.221.251	18.209.018	19,6%	346.069	377.325	451.390	19,6%
Omzet (netto)	13.449.095	14.681.125	17.578.077	19,7%	333.394	363.936	435.749	19,7%
Bedrijfswinst	1.162.355	1.140.051	1.220.912	7,1%	28.814	28.261	30.266	7,1%
Financieel resultaat	-229.999	-155.201	-272.375		-5.702	-3.847	-6.752	
Winst uit de gewone bedrijfsuitoef.	932.356	984.850	948.537	-3,7%	23.113	24.414	23.514	-3,7%
Uitzonderlijk resultaat	-357.425	-41.672	27.190		-8.860	-1.033	674	
Winst van het boekjaar vóór belastingen	574.931	943.178	975.727	3,5%	14.252	23.381	24.188	3,5%
Belastingen op het resultaat	-272.038	-478.846	-550.359		-6.744	-11.870	-13.643	
Winst van het boekjaar na belastingen	321.436	487.247	430.440	-11,7%	7.968	12.079	10.670	-11,7%
Aandeel in het resultaat van de ondernemingen waarop vermogensmutatie werd toegepast	2.160	-6.761	-13.317	97,0%	54	-168	-330	97,0%
Geconsolideerd resultaat waarvan aandeel van de groep	323.596 322.769	480.486 479.480	417.123 437.535	-13,2% -8,7%	8.022 8.001	11.911 11.886	10.340 10.846	-13,2% -8,7%
EBITDAL		2.054.767	2.362.036	15,0%		50.936	58.553	15,0%
EBITDAL (marge)		13,5%	13,0%			13,5%	13,0%	
EBITDA	2.126.009	1.994.272	2.209.578	10,8%	52.702	49.437	54.774	10,8%
EBITDA (marge)	15,2%	13,1%	12,1%		15,2%	13,1%	12,1%	
EBIT	1.162.355	1.140.051	1.220.912	7,1%	28.814	28.261	30.266	7,1%
EBIT (marge)	8,3%	7,5%	6,7%		8,3%	7,5%	6,7%	
Courant nettoresultaat ¹	863.413	875.044	704.086	-19,5%	21.403	21.692	17.454	-19,5%
Bruto Cashflow ²	1.351.401	1.511.692	1.568.400	3,8%	33.500	37.474	38.880	3,8%
Courante cashflow ³	1.620.428	1.521.938	1.623.853	6,7%	40.169	37.728	40.254	6,7%
Courante cashflow (marge)	11,6%	10,0%	8,9%		11,6%	10,0%	8,9%	
Cour. cashflow excl. lanceerkosten		1.555.942	1.713.212	10,1%		38.571	42.469	10,1%
Cour. cashflow excl. lanceerkstn (marge)		10,2%	9,4%			10,2%	9,4%	
Nettowinstmarge ⁴	2,4%	3,3%	2,5%		2,4%	3,3%	2,5%	

Kerncijfers van de Groep

IN 1.000	1998 BEF	1999 BEF	2000 BEF	Evolutie in %	1998 EUR	1999 EUR	2000 EUR	Evolutie in %
Balans								
Vaste activa	4.486.423	4.866.366	6.380.005	31,1%	111.216	120.634	158.156	31,1%
Vlottende activa	6.335.318	6.936.709	8.463.428	22,0%	157.048	171.957	209.803	22,0%
Balanstotaal	10.821.741	11.803.075	14.843.433	25,8%	268.264	292.591	367.959	25,8%
Eigen vermogen na winstverdeling	4.702.148	5.017.879	6.413.029	27,8%	116.563	124.390	158.975	27,8%
Schulden	5.923.357	6.557.823	7.991.399	21,9%	146.836	162.564	198.102	21,9%
Investeringen	949.872	1.451.742	1.486.688	2,4%	23.547	35.988	36.854	2,4%
Personeelskosten	2.561.941	2.995.766	3.442.185	14,9%	63.509	74.263	85.330	14,9%
Personeel	1.577	1.761	2.044	16,1%	1.577	1.761	2.044	16,1%
Liquiditeit (vlottende activa/schulden op korte termijn)	1,3	1,2	1,3		1,3	1,2	1,3	
Solvabiliteit (eigen vermogen/balanstotaal)	43,5%	42,5%	43,2%		43,5%	42,5%	43,2%	
Vreemd vermogen/eigen vermogen	1,3	1,3	1,2		1,3	1,3	1,2	
Rendement op eigen vermogen ⁵	6,9%	9,6%	6,8%		6,9%	9,6%	6,8%	
Geconsolideerde cijfers per aandeel								
EBITDAL		214	246	15,0%		5,30	6,10	15,0%
EBITDA	221	207	229	10,8%	5,48	5,13	5,69	10,8%
EBIT	121	119	127	7,1%	3,00	2,95	3,16	7,1%
Winst per aandeel	34	50	46	-8,7%	0,84	1,24	1,13	-8,7%
Courant nettoresultaat	90	91	73	-19,5%	2,23	2,26	1,82	-19,5%
Bruto cashflow	141	157	163	3,8%	3,50	3,89	4,04	3,8%
Courante cashflow	169	158	169	6,7%	4,19	3,92	4,18	6,7%
Courante cashflow excl. lanceerkosten		162	178	10,1%		4,02	4,42	10,1%
Netto dividend	12,75	15,00	15,00	0,0%	0,32	0,37	0,37	0,0%
Aantal Aandelen	9.611.034	9.611.034	9.611.034	0,0%	9.611.034	9.611.034	9.611.034	0,0%

¹ Het courant nettoresultaat is het resultaat van het boekjaar na belastingen, vóór uitzonderlijke opbrengsten en kosten en vóór afschrijvingen op goodwill en titels, vermeerderd met het resultaat uit vermogensmutatie.

² De bruto cashflow is het geconsolideerd resultaat vermeerderd met alle afschrijvingen.

³ De courante cashflow is het courant nettoresultaat vermeerderd met afschrijvingen op materiële vaste activa en niet-kaskosten.

⁴ Nettoresultaat aandeel van de groep/omzet.

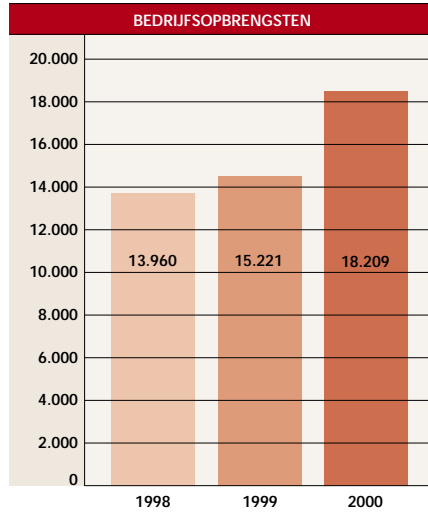
⁵ Nettoresultaat aandeel van de groep/eigen vermogen.

Overzichttabellen

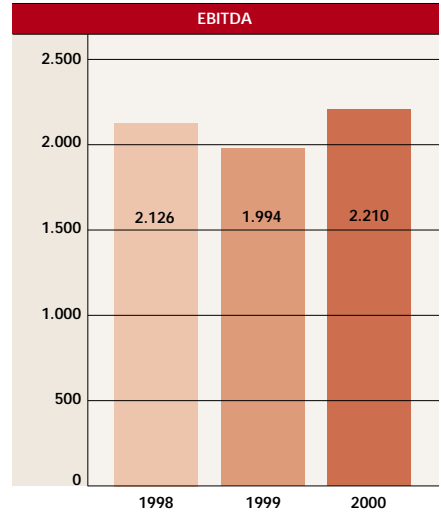
BEDRIJFSOPBRENGSTEN - EBITDA - WINST VAN HET BOEKJAAR VOOR BELASTINGEN

BRUTO CASHFLOW - PERSONEELSBESTAND

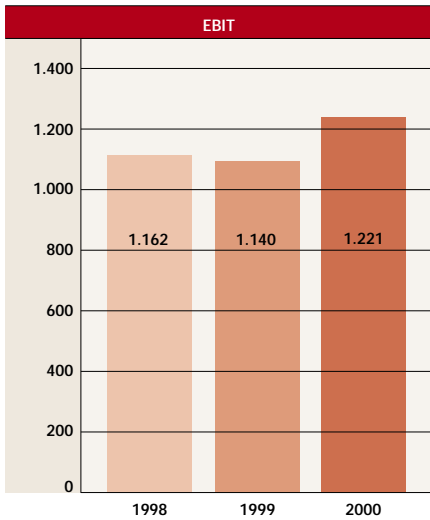
in miljoen Belgische frank



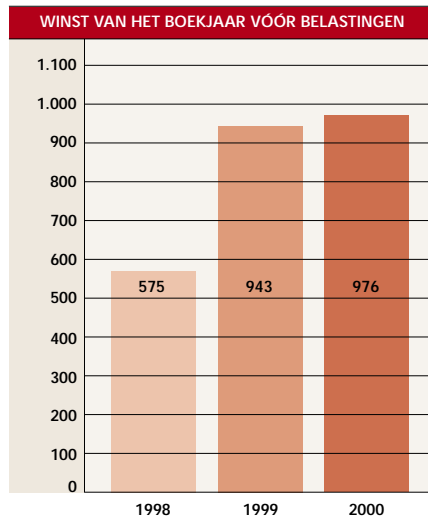
in miljoen Belgische frank



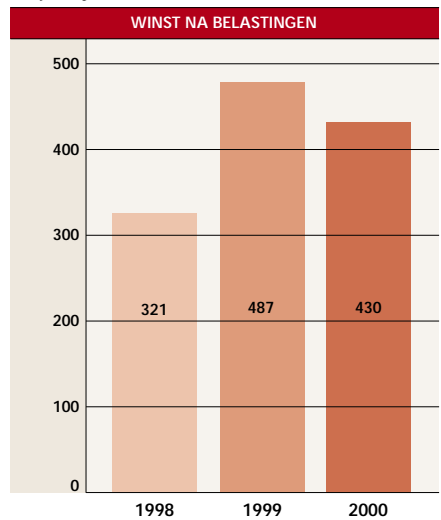
In miljoen Belgische frank



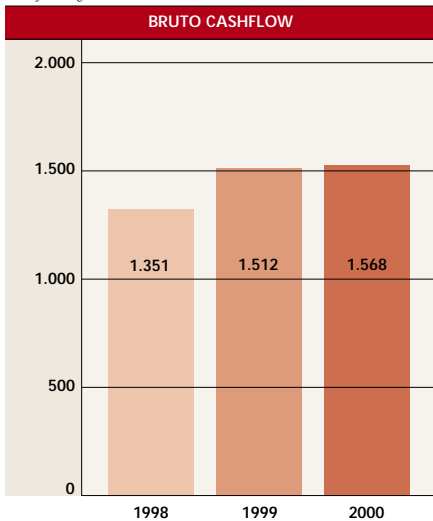
in miljoen Belgische frank



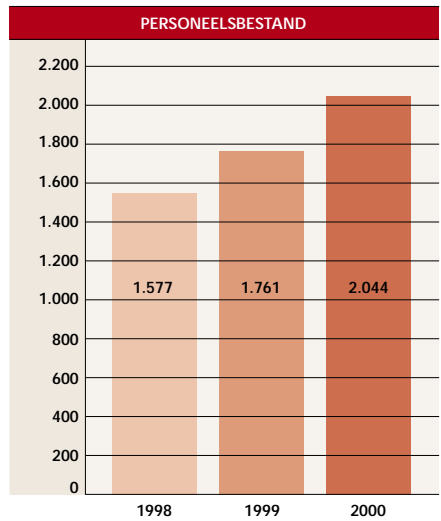
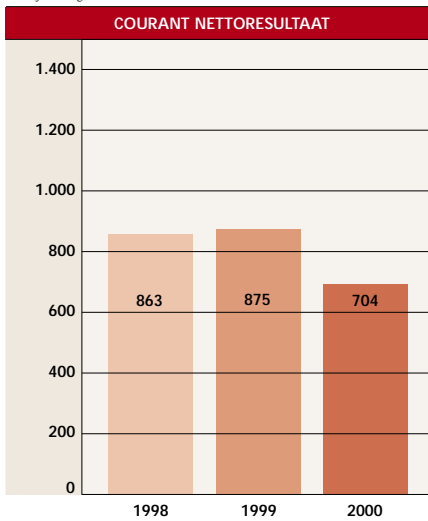
in miljoen Belgische frank



In miljoen Belgische frank



in miljoen Belgische frank

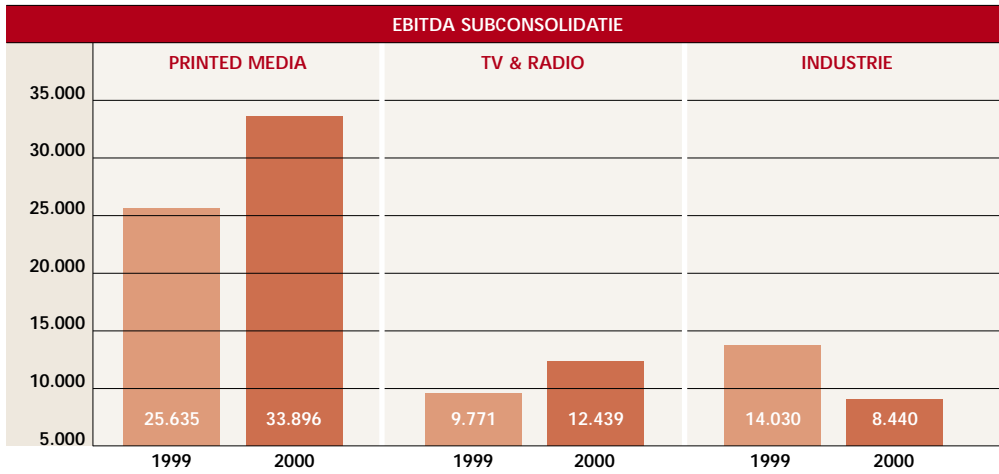


Subconsolidatie van de Groep

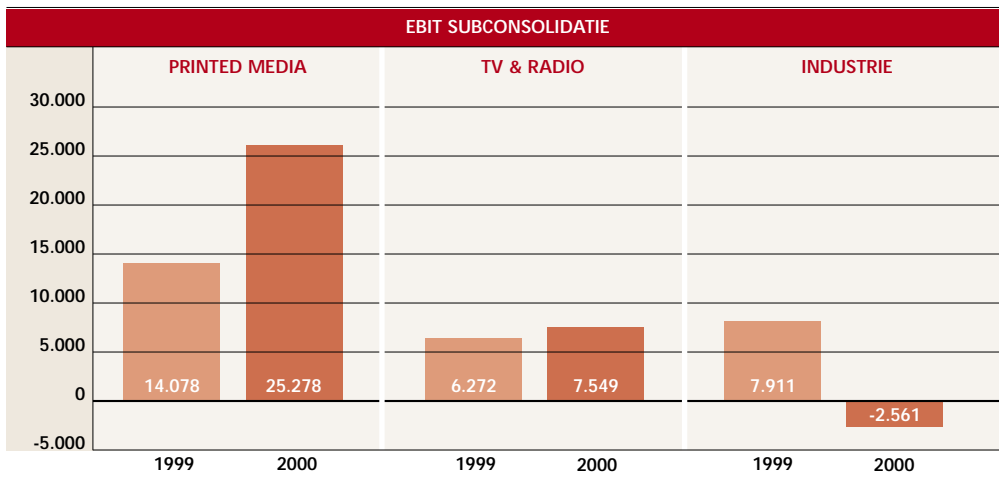
In 1.000 Euro	Printed media			TV & Radio			Industrie		
	1999	2000	% evol.	1999	2000	% evol.	1999	2000	% evol.
Bedrijfsopbrengsten	236.137	259.723	+ 10,0	108.833	123.308	+ 13,3	92.918	99.912	+ 7,5
Omzet	228.579	252.731	+ 10,6	103.142	117.157	+ 13,6	92.616	96.895	+ 4,6
Bedrijfswinst/verlies	14.078	25.278	+ 79,6	6.272	7.549	+ 20,4	7.911	-2.561	- 132,4
Financieel Resultaat	-423	-3.054		415	201		-1.134	-113	
Uitzonderlijk Resultaat	-1.204	365		135	-189		-144	399	
Belastingen	-6.773	-9.284	+ 37,1	-4.533	-4.324	- 4,6	-564	-35	- 93,7
Winst van het boekjaar na belastingen	5.950	13.177	+ 121,5	2.495	3.354	+ 34,4	6.160	-2.174	- 135,3
Resultaat vermogensmutatie	-293	99	- 133,9	125	-429	- 442,6	0	0	
Geconsolideerd resultaat	5.657	13.277	+ 134,7	2.620	2.925	+ 11,6	6.160	-2.174	- 135,3
Resultaat (aandeel groep)	5.635	13.293	+ 135,9	2.618	2.920	+ 11,6	6.160	-1.680	- 127,3
EBITDAL ¹	26.515	37.675	+ 42,1	10.392	12.439	+ 19,7	14.030	8.440	- 39,8
EBITDAL (marge)	11,6	14,9	+ 28,4	10,1	10,6	+ 5,0	15,1	8,7	- 42,4
EBITDA	25.635	33.896	+ 32,2	97.713	12.439	+ 27,3	14.030	8.440	- 39,8
EBITDA (marge)	11,2	13,4	+ 19,6	9,5	10,6	+ 11,6	15,1	8,7	- 42,4
EBIT	14.078	25.278	+ 79,6	6.272	7.549	+ 20,4	7.911	-2.561	- 132,4
EBIT (marge)	6,2	10,0	+ 61,3	6,1	6,4	+ 4,9	8,5	-2,6	- 130,6
Courante cashflow	19.321	23.248	+ 20,3	5.943	7.806	+ 31,3	11.877	9.181	- 22,7
Courante cashflow excl. lanceerkosten	20.201	27.027	+ 33,8	6.564	7.806	+ 18,9	11.877	9.181	- 22,7
Courant netto resultaat	12.929	16.351	+ 26,5	2.444	2.917	+ 19,3	5.757	-1.820	- 131,6
Courant netto resultaat exclusief lanceerkosten	13.479	18.681	+ 38,6	2.872	29.176	+ 1,6	5.757	-1.820	- 131,6

¹ EBITDA excl. lanceerkosten

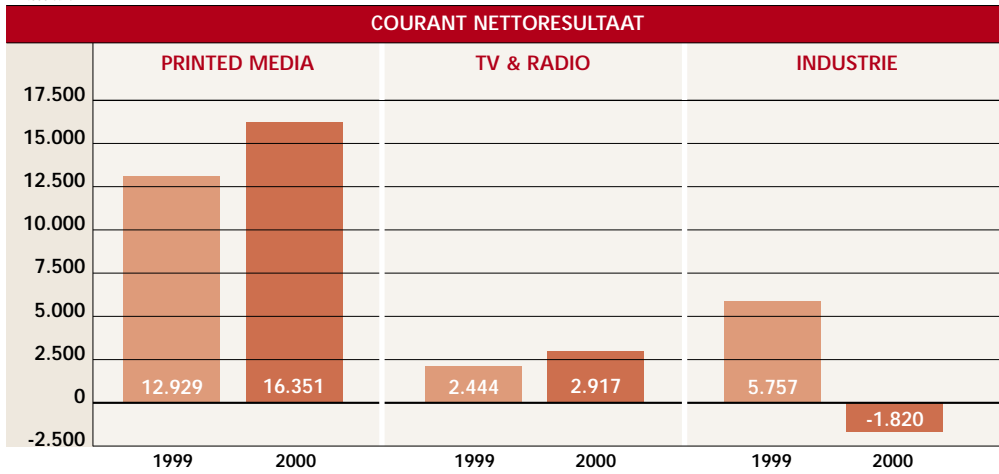
in 1.000 euro



in 1.000 euro



in 1.000 euro



Activiteitenverslag

2000 WAS VOOR ROULARTA MEDIA GROUP EENS TE MEER EEN JAAR
VAN GROEI EN VAN NIEUWE PROJECTEN.
RMG BOUWT VERDER AAN EEN MULTI-MEDIALE TOEKOMST.



Voorzitter Rik De Nolf

Bouwen aan een multi-mediale toekomst

Strategie van Roularta Media Group

2000 was voor Roularta Media Group eens te meer een jaar van groei en van nieuwe projecten. RMG bouwt verder aan een multi-mediale toekomst. De groep werd in 2000 genomineerd voor "Onderneming van het Jaar 2000", een organisatie van Ernst&Young en de FET.

Magazines

DE NIEUWSMAGAZINES

RMG concentreert zich op zijn core business in de tijdschriftenbranche : nieuwsmagazines maken voor een beter publiek .

De nodige voorbereidingen werden getroffen om de drie types nieuwsmagazines - Knack en Le Vif/L'Express, de algemene nieuwsmagazines - Trends en Trends Tendances, de business nieuwsmagazines - Sport/Voetbal en Sport/Foot Magazine, de sport nieuwsmagazines te versterken op het vlak van de redactie en de lay-out.

Knack kreeg met **Focus Knack** een volwaardig entertainment magazine met complete televisieprogramma's en in totaal minimaal 100 bladzijden reportages, selecties en commentaren. Focus Knack heeft een nieuwe presentatie afgestemd op een jong publiek. **Patrick Duynslaegher** waakt als nieuwe Focus-hoofdredacteur over de variëteit van het journalistieke aanbod. Op die manier omvat het Knack-pakket met het lifestyle magazine Weekend Knack, de Vacature-jobkrant, het nieuwsmagazine Knack en Focus Knack het hele spectrum van interessante informatie. Het is een unieke formule die ervoor gezorgd heeft dat de nieuwsmagazine-combinatie Knack (N), Le Vif/Express (F) een nergens

geëvenaarde penetratie van meer dan 13 % van de Belgische bevolking bereikt met een kwalitatief hoogstaand lezersprofiel, meer mensen dan bv. L'Express, Le Point, Le Nouvel Observateur en Marianne samen in Frankrijk. Het heeft alles te maken met het feit dat Knack informatie brengt voor alle leden van het gezin, voor man en vrouw, voor jong en oud. De nuttigheidsgraad van het Knackpakket (idem dito voor Le Vif) is dermate groot dat het abonneementbestand tegen een percentage van meer dan 85 % hernieuwt zodat jaarlijks toch een lichte groei mogelijk is.

Knack kreeg met **Rik Van Cauwelaert** een nieuwe hoofdredacteur die in 2001 grootse plannen heeft met diepgravende dossiers waarvoor een extra taskforce van vijf nieuwe jonge redacteurs wordt ingezet. Hij wordt begeleid door een redactieraad bestaande uit **Hubert Van Humbeek** (Directeur), **Frank De Moor**, **Jos Grobben** en **Koen Meulenaere**.

Zoals alle nieuwsmagazines zijn de drie nederlandstalige en de drie franstalige RMG-nieuwsmagazines hoofdzakelijk gebaseerd op een verspreiding per abonnement. Dit garandeert een trouw lezerspubliek dat zijn koopgedrag niet afstemt op het toevallig kopen van een spectaculaire omslag, maar op het nuttig gebruik van een pakket informatie dat rekening houdt met alle interessevelden.

Weekend Knack verzorgt wekelijks een prachtig geïllustreerd overzicht van wat be-

weegt in de wereld van mode en design, huis en tuin, reizen en rijden, psychologie en sociologie. Niet alleen de zes mode-nummers maar nu ook de vier wonen-nummers zijn onmisbare gidsen geworden voor de liefhebbers.

De redactie van Weekend Knack heeft onder leiding van redactiedirecteur **Tessa Vermeiren** en met de bijzondere medewerking van **Pieter Van Doveren** het initiatief genomen om een apart gespecialiseerd luxe-magazine **Spijs&Drank** te publiceren. Het blad wordt apart verkocht per abonnement of via de krantenwinkel al of niet in combinatie met Knack. Voor dezelfde doelgroep van "gastronomen" werd intussen ook een community-site gecreëerd (het.gastronomen.net) die de interactiviteit tussen de redactie en de lezers optimaal moet ontwikkelen.

Er is continu-berichtgeving via het.gastronomen.net, een wekelijkse rubriek Spijs&Drank in Weekend Knack en éénmaal per kwartaal een apart magazine. Daarenboven organiseert de Weekend Knack Kookclub kooklessen en andere evenementen en verschijnt jaarlijks de Knack Restaurantgids met een selectie van de beste restaurants die de lezer ook via het internet kan consulteren en becommentariëren.

Trends pakt ook uit met een nieuwe layout en een nieuwe structuur gebaseerd op de korte verslaggeving van de actualiteit, gevolgd door een reeks compleet uitgewerkte dossiers omtrent actuele thema's en de praktische rubrieken Talent (management-informatie), Fortuin (personal finance) en Stijl (life style en selecties). Ook de redactie van Trends wordt voortaan geochead door een nieuwe

hoofredacteur **Piet Depuydt**. Hij wordt eveneens bijgestaan door een redactieraad bestaande uit **Frans Crols** (Directeur), **Eric Bruyland** en **Johan Van Overtveld**.

Trends International speelt een meer en meer belangrijke rol in het promoten van het Belgisch product in de Belgische ondernemingen in het buitenland.

RMG investeert in 2001 in de verdere uitbreiding van het beleggingsblad **Cash!** Het informatiepakket van Trends wordt op deze manier completer. Cash! publiceert voortaan tientallen grafieken en commentaren omtrent beursgenoteerde ondernemingen naast de specifieke rubrieken over afgeleide financiële producten en andere beleggingsmogelijkheden. Cash! groeit met een versterkte redactie onder leiding van **Jean-Pierre van Gimst** en **Danny Reweghs** (N) en **Guy Legrand** (F) in kwaliteit en in omvang.

Na het experiment in het Olympisch jaar 2000 met een apart **Sport Magazine** en Voetbal Magazine zijn beide titels in 2001 gefuseerd in één nieuwsmagazine voor de sport. Het nieuwe blad omvat het complete Voetbal Magazine maar besteedt ook veel aandacht aan de andere grote ploegsporten Basket en Volley en aan de andere topsport. Elke week portretteert het Sport-interview de sportfiguur van de week. De tweehoofdige hoofredactie met **Jacques Sys** (N) en **John Baete** (F) leidt een tweetalige redactie. Dank zij de zeer professionele en boeiende voetbal-berichtgeving bereikte het abonneestand de 50.000 abonnees. De combinatie met Sport Magazine brengt de oplage op 100.000 exem-

plaren losse verkoop inbegrepen. Het nieuwe nieuwsmagazine van de sport maakt de groep Belgische nieuwsmagazines rond.

RMG lanceert in 2001 de reclamecombinatie "**Be in the News**" met een continue marketingondersteuning naar de reclamemarkt: de zes nieuwsmagazines samen tegen een onklopbare advertentieprijs van 900.000 BEF voor een pagina in kleuren op magazinepapier en in magazineafwerking met een lezersbereik van 1.600.000 lezers met een beter profiel. De idee om een package aan te bieden van kwaliteitsweekbladen komt uit Italië en Frankrijk waar bv. L'Express met L'Equipe en Télérama voor een sprong voorwaarts hebben gezorgd. RMG is ervan overtuigd dat hier nog een enorme groei kan gerealiseerd worden. Vooral Sport Magazine biedt nog alle ruimte als men indachtig is dat het Amerikaanse sportmagazine Sports Illustrated bladen als Time en Business Week achter zich laat in de top-ranking van de magazines. En dat komt door het feit dat Sports Illustrated niet alleen een grote lezerskring heeft maar ook een consequente reclamebezetting.

In elk geval: voor de prijs van één rondje dagbladen (één dag één pagina) laat de formule "Be in the News" toe om zeven weken lang aanwezig te zijn in de 6 Belgische nieuwsmagazines.

DE SENIORENMAGAZINES

RMG werkt samen met partner Bayard Presse (Parijs) verder aan het uitbouwen van een internationale groep. **Onze Tijd** en **Notre Temps** hebben in België de kaap van de 100.000 exemplaren netto-verspreiding gehaald en krijgen een nieuwe naam: **Plus**. In Nederland heeft **Plus** meer dan 200.000 abonnementen en een oplage van 250.000 exemplaren. In Noorwegen heeft **Vi over 60** nog een groot groeipotentieel dank zij de direct marketing-knowhow van de Roularta-Bayard-combinatie die intussen 100 % van de aandelen van het Noorse bedrijf heeft verworven. In Duitsland werd in januari 2001 het nieuwe maandblad **Lenz** gestart. Het eerste nummer kreeg enorme aandacht van radio, televisie en krantenpers zodat de 100.000 exemplaren die in de losse verkoop werden gezet vlot van de hand gingen. Op hetzelfde moment vertrok een grootse mailing naar een adressenbestand dat vooraf via testmailings in de loop van 2000 werd gese-

Netto verspreiding	1998	1999	2000	-/+ 2000 t.o.v. 1999	evolutie in %
Knack	123.924	126.303	126.561	258	0,20%
Le Vif/L'Express	82.365	85.772	86.136	364	0,42%
Trends +					
Trends/Tendances	42.658	43.775	43.697	-78	-0,18%
Sport/Voetbal-Foot Magazine	74.350	65.985	65.690	-295	-0,45%
Télépro FR	140.725	143.815	149.500	5.685	3,95%
Onze Tijd/Notre Temps	93.484	99.633	101.419	1.786	1,79%
Krant van West-Vlaanderen	69.285	67.003	85.463	18.460	27,55%

lecteerd. Senior Publications (50/50 Roularta-Bayard) investeert maximaal 500 miljoen BEF in de aanloopperiode van 4 à 5 jaar die moet leiden naar een netto-verspreiding van minimaal 300.000 exemplaren.

DE ANDERE NICHE-MAGAZINES

Het maandblad **Bizz** heeft op korte tijd een interessant lezerspubliek veroverd dat aantrekkelijk is voor de adverteerder.

Hoofdredacteur **Frédéric Mahoux** slaagt erin elke maand een verrassende keuze aan te bieden van praktische-oplossingen-dossiers.

Industrie Magazine bereikt via controlled circulation de ideale doelgroep voor de BtoB-reclame. Hoofdredacteur **Peter Ooms** maakt een gevarieerd blad voor de industriële manager, het nieuwsmagazine van de industrie.

De **Kwaliteitskrant** gaat mee met Industrie Magazine naar de Vlaamse industriële managers.

Trends Wheels en **Fleet Management** zijn niet meer weg te denken voor de auto-wereld.

In september 2000 werd het reportage-maandblad **Grande** gelanceerd door de NV Himalaya, waarin RMG voor 50 % participeert. Het magazine voor wie wil reizen en deze wereld ontdekken is na enkele maanden al een vaste waarde. Het is de bedoeling een reportage-magazine te maken met internationale allure maar door eigen medewerkers die rekening houden met de interesses van het Belgische lezerspubliek.

In november 2000 werd het luxe-magazine **Senza** in samenwerking met Inno aan het lezerspubliek voorgesteld. Het lifestyle-magazine voor de moderne vrouw is te koop in de krantenwinkel en aan de kassa's van Inno en Carrefour en wordt gestuurd naar het adressenbestand van de Inno-klanten.

RMG heeft 50% van de aandelen overgenomen van het Franse Studio Press, een gespecialiseerde uitgeverij van muziekbladen zoals **Guitar Part**, **Guitar Classique**, **Recording** en **Pianiste**. Het zijn magazines voor muzikliefhebbers die actief muziek beoefenen. Alle nummers bevatten ook een muziek-CD die toelaat stukken te spelen met

begeleiding. De formule van deze publicaties is geschikt voor een internationale ontplooiing. Een eerste lancering van een Engelse versie van **Pianiste** is gepland voor binnenkort. Studio Press heeft ook een afdeling catalogusverkoop van muziekinstrumenten en geluidsapparatuur.



Reclame-inkomsten

De reclame-inkomsten van de RMG-tijdschriften groeiden in 2000 opnieuw met meer dan 10% wat een hele prestatie is, rekening houdend met het feit dat 2000 eerder een TV-reclame-jaar was in België en dat de andere tijdschriften eerder met een nul-groei hadden af te rekenen.

De groei was te danken aan nieuwe initiatieven en aan een verhoging van de tarieven van de nieuwsmagazines, wat ook verantwoord en noodzakelijk is gezien de zeer goedkope kost per duizend lezers in vergelijking met de buitenlandse nieuwsmagazines, en aan de professionele aanpak van **Roularta Media reclameregie** en **Roularta Media Research**, die een uitstekende advies- en servicefunctie vervullen in de reclamewereld.

De Belgische tarieven blijven zeer goedkoop en zijn alleen maar uit te leggen door een historische achterstand. Want de vaste kosten om een nieuwsmagazine te maken zijn uiteraard even duur als in het buitenland

waar men echter een veel grotere doelgroep van potentiële lezers kan aanspreken. De Roularta-bladen blijven standhouden dank zij de bijzonder grote penetratie: **Knack** en **Le Vif/L'Express** bereiken meer dan 13% van de bevolking en dat maakt hen dan ook zo aantrekkelijk voor de adverteerder. Ter vergelijking: Elsevier haalt in Nederland slechts 5%, **L'Express** in Frankrijk 5% en **Der Spiegel** in Duitsland 5%. In die landen zijn er uiteraard meerdere titels maar samen bereiken die de penetratie van onze Belgische bladen niet. In België met zijn twee kleine taalgebieden is er geen ruimte voor meerdere nieuwsmagazines en dit beschermt enigszins de positie van de twee Roularta-titels die dan ook goede prestaties leveren dank zij een rationele bedrijfsvoering en een grote creativiteit op het vlak van redactie, promotie en reclameregie.

Kranten

Per 1 januari 2000 werd Het **Wekelijks Nieuws** overgenomen, het laatste West-Vlaamse weekblad dat nog niet tot de groep **Krant van West-Vlaanderen** was toegetreden. De krant die in 1954 aan de oorsprong lag van Roularta Media Group bereikt nu met zijn vijf titels (**Brugsch Handelsblad**, **De Weekbode**, **De Zeewacht**, **Kortrijks Handelsblad** en **Het Wekelijks Nieuws**) en 11 edities een oplage van 100.000 exemplaren. De krant kost 64 BEF per nummer, het dubbel van de dagbladprijs en bestaat eigenlijk uit twee bladen: een provinciekrant en een stadskrant. Door deze laatste overname kan het resultaat van **Krant van West-Vlaanderen** dank zij het optimaal benutten van alle synergieën gevoelig verbeteren.

Dank zij deze provinciale dekking en een succesvolle abonneewerving in het najaar over gans West-Vlaanderen werd voor het eerst de kaap van de 40.000 betaalde abonneementen bereikt. De losse verkoop steeg nominaal met 24%, de abonneementenportefeuille met bijna 27%, de publiciteit met 11%.

De **Krant van West-Vlaanderen** wil in 2001 de verworven positie bestendigen en verder uitbouwen. Met investeringen in de regionale redacties beoogt de **Krant van West-Vlaanderen** een verdere groei van losse verkoop en abonneementen. Investeringen in nieuwe opmaak- en tekstverwerkingssystemen

men moeten ertoe leiden kosten en baten nog beter op mekaar af te stemmen.

De Krant van West-Vlaanderen voorziet tegen september 2001 een volwaardige inter-netsite, waarmee een voortdurende synergie tussen de site en de print zal worden nastreefd.

Vacature groeide ook in 2000 sneller dan de markt voor recruiters-communicatie (7%) en verhoogde hierdoor zijn marktaandeel binnen de Nederlandstalige recruiters-media tot 65 % (tegenover 61 % in 1999).

Tegenover een omzet van 1,7 miljard BEF in 1999 realiseerde Vacature dit jaar, met een omzetgroei van 12 %, een omzet van 1,9 miljard BEF en maakt zich verder op om een duurzame rol in deze markt te blijven spelen.



Gratis bladen

HET GRATIS DAGBLAD

In oktober van 2000 werd het gratis dagblad **Metro** gelanceerd door een nieuw daarvoor opgerichte vennootschap "Mass Transit Media" (MTM) waarin RMG, RUG en NPM elk voor 1/3 participeren. Elke werkdag worden 's morgens vóór 9 uur 160.000 ex. verspreid onder de metro- en treinreizigers.

In alle Europese hoofdsteden werd dit nieuw type medium in de loop van de voorbije jaren geïntroduceerd. De Zweedse Modern Times Group begon er vijf jaar geleden mee in Stockholm. In Nederland concurreert dezelfde uitgever er met de Nederlandse Telegraaf-groep. Beide bladen (Metro en Spits) zijn na anderhalf jaar reeds rendabel. In Engeland heeft de Engelse Associated Newspapers Group het terrein bezet in de grootste steden van het UK.

De Belgische uitgevers bovenvernoemd willen het initiatief ook in eigen handen houden en vertrouwen in de toekomst van het project, niettegenstaande de complicaties om in de stations toegang te verkrijgen en de aanloopperiode die nodig is om de reclamewereld te overtuigen. Metro bereikt intussen een zeer interessant en jong publiek dat moeilijk via andere kanalen kan aangesproken worden.

FRANKRIJK

In Frankrijk is **A Nous Paris** in zijn tweede jaar uitgegroeid tot een succes. Elke maandag worden een 400.000 exemplaren verspreid via displays in de Parijse metro-stations. Om deze concessie te verkrijgen moest een weekblad-formule worden voorgesteld. Daardoor is het een ander soort blad geworden: de uit-gids voor Parijs met een selectie van de beste culturele en ontspanningsmogelijkheden. RMG participeert voor 30% in het initiatief en zorgt via Roularta Printing (Mercator Printing Group) voor het drukken in heatset van het blad op weekendformaat.

HET GRATIS ZONDAGBLAD

Na het experiment in enkele regio's in 1999 werden in 2000 nieuwe edities van **De Zondag** gestart over heel Vlaanderen. De originele distributiefomule via de bakkerijen maakt het mogelijk om op zondagmorgen bijna 500.000 exemplaren te verspreiden op een uniek moment voor een bijzonder interessant en selectief publiek.

Het zijn inderdaad de wakkere burgers van Vlaanderen die elke zondagmorgen zorgen voor een feestelijk ontbijt. En het is traditie in dit land dat de bakkers op zondagmorgen in enkele uren tijd een specifiek cliënteel over de vloer krijgen: veelal vaders van gezinnen met kinderen die verse broodjes en koffiekoeken

komen halen. Voortaan hoort bij dat zondags ontbijt nu ook de zondagskrant. Met een pak lokale berichtgeving, de agenda voor de zondag, rubriekadvertenties en commerciële informatie uit de streek en meer en meer nationale reclame gezien de landelijke dekking.

Als men geen rekening houdt met De Streekkrant, is De Zondag veruit de grootste nieuwskrant van het land. En hij bereikt de lezer op een moment dat er geen enkele andere krant verschijnt en dat hij door geen enkel ander medium is afgeleid of beïnvloed, fris en attentief voor interessante informatie.

HUIS-AAN-HUIS WEEKBLADEN

De Streekkrant en **De Weekkrant** zijn in de loop van 2000 verder gegroeid in omzet, onder andere door de overname van Het Groot Weekblad in het Noorden van Limburg en van Publipers in Tienen. De krant groeit echter constant verder in al zijn geledingen. De professionele aanpak van de rubriekadvertenties en de versterking van de hele verkoopsorganisatie zorgen voor dynamiek en organische groei.

In Portugal wordt intussen verder geïnvesteerd in de opbouw van de groep **Jornal da Região**. De omzet groeide in 2000 met 45% en het aantal edities groeide met nieuwe titels voor Seixal en Lissabon tot tien. In 2001 zijn nieuwe edities gepland voor Porto en de steden in de omgeving. Het is de bedoeling om zo snel mogelijk een nationaal netwerk te creëren. Dank zij de gezonde basis van de bestaande edities rond Lissabon is het mogelijk de verdere uitbouw te realiseren zonder noemenswaardige nieuwe aanloopverliezen.

RMG participeert voor 40% in de Portugese initiatieven samen met de Portugese groep Empresa die in 2000 ook op de beurs van Lissabon is geïntroduceerd. Jornal da Região neemt ook deel aan de internet-initiatieven van Empresa en noteert op dit terrein reeds een positieve bijdrage via een samenwerking op het vlak van de rubriekadvertenties.

HUIS-AAN-HUIS-MAANDBLADEN

Het gratis lifestyle-maandblad **Steps** (in Vlaanderen) en **Style** (in Nederland) is in 2000 blijven groeien met uitbreiding via een aantal nieuwe regio-edities.

De vooruitzichten voor 2001 zijn gunstig omwille van een rationele productie-formule en de groepering in grotere streek-edities. In Nederland worden nogmaals nieuwe edities gecreëerd voor het Noorden van het land.

Radio en televisie

DE VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ

VMM zorgde in het jaar 2000 voor een groei van meer dan 15 % tegenover slechts een kleine 5 % in 1998 en 1999. Vooral **Kanaal 2** groeide in kijkersbereik met 3,5 % tot een marktaandeel van 12,5 % op de belangrijke doelgroep VVA 18-44, dank zij grotere inspanningen op het vlak van de filmprogrammatie en het programma Big Brother in het najaar. Ook het commercieel marktaandeel van VTM en Kanaal 2 groeide en voor het eerst corresponderen de reclameinkomsten met het bereik.

Ook **VTM** bleef performant zodat VMM met zijn twee zenders 40% marktaandeel haalt.

VTM is 2001 goed begonnen: 'Veel geluk, professor!' ging van start met maar liefst 1.084.000 kijkers, wat goed was voor een marktaandeel van 44%. Het nieuwe prestige-feuilleton is gebaseerd op Aster Berkhof's gelijknamige roman – het tweede meest gelezen boek in Vlaanderen.

In april van 2001 start VMM met een nieuwe en derde zender **Jim TV**. Dit is een low budget initiatief met veel muziek-clips en met een uniek eigentijds en jeugdig format.

VMM participeerde voor 50% in het nieuwe pretpark **Plopsaland**. Samen met het productiehuis Studio 100 werd het vroegere Meli-park in De Panne overgenomen en volledig gerestaureerd en restyled.

Het is een themapark geworden waar de door VTM bekende figuren zoals kabouter Plop, Big en Betsy, maar ook Samson en Gert (bekend van de overheidszender VRT) tot leven komen. Het eerste seizoen werd een succes met een 500.000 bezoekers en Plopsaland leverde voor VMM reeds een positieve bijdrage.

RMG wil als multi-mediabedrijf waarde creëren ten voordele van zijn lezers, kijkers, luisteraars, zijn klanten-adverteerders, zijn medewerkers en zijn aandeelhouders.

RADIO

De twee radionetwerken van VMM, **Top Radio** en **Radio Mango**, respectievelijk voor een jong publiek en voor easy listening music, bereikten ook een groter luisterpubliek en haalden een positief financieel resultaat.

Roularta versterkte de NV West-Vlaamse Radio met enkele lokale vrije radio's die deel uitmaken van Top Radio of Radio Mango.

VMM is intussen voorbereid om in september 2001 te starten met de eerste nationale privé-zender. Indien tijdig de laatste hand wordt gelegd aan de nodige uitvoeringsbesluiten vanwege de overheid en indien VMM tijdig de nodige vergunning en frequenties krijgt, kunnen de zend-installaties nog tijdig klaar komen. Dit project is voor VMM van het grootste belang gezien de TV-programma's pas dan degelijk via radio kunnen ondersteund worden. Het is hoog tijd dat de achterstand met de VRT-overheidszenders, die uiteraard systematisch gebruik maken van de opportuniteit tot ondersteuning die het radio-monopolie hun biedt, wordt weggewerkt.

REGIONALE TELEVISIE

2000 was een moeilijk jaar voor de regionale televisiezenders waarvoor RMG de exploitatieverantwoordelijkheid draagt. Alhoewel de lokale reclamewerving zorgde voor een 20 % meer-inkomsten, groeiden de globale inkomsten slechts met 2 % gezien het wegblijven van de door de overheid steeds weer beloofde inspanningen op het vlak van de overheidscommunicatie en gezien de mindere inkomsten vanuit de nationale werving.

De overheidscommunicatie was goed voor slechts 18 miljoen BEF voor de elf Vlaamse regionale zenders samen, of nog geen twee miljoen per zender.

De vooruitzichten voor 2001 zijn echter goed. De overheid is zich meer en meer bewust van het belang van het fenomeen

regionale televisie en van de opportuniteit die het medium biedt om met de bevolking te communiceren. En R.TV.M., de nationale reclameregie waarin RMG participeert samen met De Persgroep en de RUG, haalt de laatste maanden veel betere cijfers dank zij een nieuwe formule van pakketverkoop.

Met de VZW's die de zendvergunning hebben van **WTV**, **Focus TV**, **AVS** en **Ka 3** in West- en Oost-Vlaanderen, worden door RMG gesprekken gevoerd om de kosten van redactie en faciliteiten bij te sturen.

Met de Brabantse zender **Ring TV** werd het exploitatiecontract opgezegd omwille van het structureel terugkerende tekort aan reclameinkomsten. Het zendgebied van Ring TV heeft te weinig potentieel aan lokale adverteerders en het is overduidelijk dat andere oplossingen moeten aangedragen worden om het lokale nieuwsjournaal voor de ring rond Brussel te financieren. Het zou al te erg zijn dat met de regio rond de hoofdstad een blinde vlek zou ontstaan op de TV-kaart van Vlaanderen. Terwijl aan de Brusselse zender TV Brussel een veelvoud en aan de VRT-overheidszenders een 300 (driehonderd)-voud aan overheidsgeld wordt besteed, van wat nodig is om de continuïteit te verzekeren van een zender die beter dan welk medium ook een typisch maatschappelijke opdracht vervult. Het moet mogelijk zijn om in de periode voorafgaand aan september 2001 een oplossing te vinden.

KANAAL Z/CANAL Z

De business-zender Kanaal Z kreeg in mei 2000 een franstalige tegenhanger: **Canal Z** en meteen kwam de doorbraak op de nationale reclamemarkt. Het groeiend succes bij een interessante kijkers-doelgroep zorgde voor een mooie verbetering van het resultaat. De zender (N/F) realiseert in 2000 de break-even en heeft goede vooruitzichten.

TV-productie & faciliteiten

VTV verzorgt verder de nieuwsprogramma's van de regionale zender WTV maar legt in de toekomst vooral de nadruk op de ontwikkeling in de premastering van DVD-materiaal, die de klant moet in staat stellen om de montage on-line mee te volgen.

Eye-d (50 % RMG naast de GIMV en de families Coulier) groepeerd voortaan de NV's Eye-d, CMS en Faciliteiten. Eye-d verzorgt de nieuwsprogramma's van de regionale zenders Focus TV en Kanaal 3 en van de business-zender Kanaal Z.

Daarnaast is Eye-d gespecialiseerd in verhuur van TV-faciliteiten, opnames en presentaties. Via het productiehuis Turnkey worden TV-programma's (o.a. voor Kanaal Z en voor de VRT) en documentaires voor de binnen- en buitenlandse markt gemaakt. Zo werd de documentaire over de Atlantic Wall in België, Nederland, Duitsland en Frankrijk uitgezonden.

Multi Media

RMG verhoogde zijn participatie in Vogue Trading Video van 50 tot 66,66 %. De overige aandelen zijn in handen van het management, dat een ambitieus plan heeft uitgestippeld voor de toekomst.

In 2000 groeide de omzet naar 27,18 mio Euro wat iets minder is dan verwacht omwille van het iets later in gebruik nemen van nieuwe productielijnen voor DVD-replicatie.

Het beleidsplan van VTV voorziet in een forse groei voor de vijf komende jaren, gebaseerd op de verdere ontwikkeling van de DVD-markt. De ontwikkeling van de DVD-capaciteit overtreft alles en DVD wordt meer en meer belangrijk als drager van video-film, games, software en muziek.

In vijf jaar worden 40 miljoen Euro investeringen voorzien, gefinancierd met eigen middelen, om uiteindelijk een omzet te halen van 100 miljoen Euro met een cashflow na belasting van 18%.

Mercator Printing Group

In de loop van 2000 werd de fusie tussen Roularta Printing, Mercator Press en Concentra Graphic een feit. RMG behoudt voorlopig 39,15 % van de aandelen van de nieuwe Mercator Printing Group.

2000 was een overgangsjaar voor MPG, waarin alle maatregelen werden genomen om in de toekomst efficiënt te kunnen werken met de modernste installaties. Oudere rotatiepersen werden verkocht, wat zorgde voor uitzonderlijke inkomsten, maar ook voor heel wat tijdelijke uitbesteding van opdrachten.

Intussen is het nieuwe groepsmanagement geïnstalleerd, is voor de afdeling afwerking in Antwerpen een joint-venture gesloten met de BV Binderijgroep Vianen (Nederland) en begint in mei de productie met de nieuwe 64 pagina offsetpers in Hasselt. De twee nieuwe 48 pagina offsetpersen in Jabbeke zijn vandaag de inloopperiode voorbij en komen op volle rendement.

In 2000 werden alle productieprocessen gestroomlijnd en werd de administratieve flow van de drie bedrijven op elkaar afgesteld. De aankoop-, verkoop- en IT-diensten zijn vandaag gecentraliseerd.

De resultaten over 2000 van de subconsolidatie van MPG NV resulteren voor het aandeel van RMG in positieve CF van 15,1 mio Euro een verlies van 1,3 mio Euro. In deze subconsolidatie is een bijkomende afschrijving meerwaarden vervat van 1,2 mio Euro ons aandeel.

Deze cijfers drukken dit jaar op de resultaten van RMG. De vooruitzichten voor 2001 zijn goed, gezien de herstructurering gerealiseerd is en alle herstructureringskosten in 2000 werden ten laste genomen.

Nieuwe media

DE NIEUWS-SITES EN COMMUNITY-SITES VAN KNACK EN TRENDS

Roularta Media Group gebruikt zijn twee meest prestigieuze brands of merken om alle

journalistieke initiatieven op het internet te overkoepelen. **Knack.be** en **Trends.be** zorgen meer en meer voor interactiviteit tussen de redacties en de lezers. De redacteur verwijst de lezer naar de site voor meer informatie omtrent het thema dat hij in zijn artikel behandelt. Het stuk in het blad brengt het nieuws en de achtergrondinformatie in bondige en toegankelijke verhaal-taal. Wie meer wil weten omdat hij door het stuk is geboeid en omdat zijn nieuwsgierigheid is gewekt, vindt extra-documentatie via de site: links naar andere artikels en archieven, complete wet- en andere teksten enz.

De abonnees van de bladen krijgen gratis toegang tot het nummer van de week vanaf middernacht vóór de datum van verschijnen en tot de archieven van de laatste drie maanden.

De complete archieven worden in 2001 tegen betaling aangeboden.

Onder de koepel van Knack.be en Trends.be worden voortdurend nieuwe community-sites gelanceerd. **Het.beleggers.net** is na een jaar een veelbezochte en rendabele site geworden. De site dient als model voor andere doelgroep-gerichte initiatieven zoals **het.gastronomen.net** en **het.reiswijzers.net** die ook worden ontwikkeld door een aparte redactie die een beroep kan doen op het journalistieke netwerk van RMG en links kan leggen naar de databases van de groep, archieven, jaarboeken en gidsen.

DE NIEUWE TELEFOON- EN INTERNETGIDS : EASY.BE

Met **Easy.be** betreedt Roularta Media Group het terrein van de directories. Easy.be wil veel meer bieden dan adressen en telefoonnummers. De bezoeker kan zoeken via de naam van een handelaar; een restaurant, een boetiek, een makelaar enz., maar ook via het product of de dienst in kwestie. Wie een auto of een huis zoekt te kopen, kan zeer doelgericht tewerk gaan en preciseren welke prijs hij wil betalen, in welke regio hij zoekt, enz. De service is volledig gratis voor de consument. Easy.be biedt als gids een 500.000 interessante adressen die gratis worden opgenomen.

De adverteerder die inschrijft op Easy.be krijgt meteen een prioritaire plaats in de rankings, een eigen internet- en e-mail-adres, een presentatie-site op het web en vooral de mogelijkheid om een pak extra-informatie te geven tot en met de complete catalogoog of

portefeuille van goederen en diensten die men in huis heeft. De adverteerder kan speciale promotie-acties aankondigen en eventueel waardebons publiceren die de consument kan uitprinten en in de winkel verzilveren.

De bezoeker wordt uitgenodigd om onmiddellijk in contact te treden via e-mail of via een uniek telefoonnummer dat deel uitmaakt van de Easy-service of via een link naar de website van de adverteerder.

De service van Easy.be is optimaal door de link met de databases van rubriek-advertenties van de groep. Er is een continue samenwerking tussen het internet en de gedrukte media. Easy.be biedt de mogelijkheid om rubriekadvertenties te plaatsen in de bladen van de groep. De bladen verwijzen via de titels van de rubrieken Easy Immo, Easy Auto, Easy Resto, Easy Shopping enz. naar de site en zorgen voor de permanente ondersteuning, de naambekendheid, de promotie en de activering van Easy.be. De zoekertjes in de kranten dragen een Easy-codenummer dat directe consultatie op het net mogelijk maakt.

Easy.be geeft uiterst snel antwoord op de vragen van de bezoekers dank zij zware servers en een voortdurend verder ontwikkelen van de software door **Easy Solutions**. Deze 50/50 joint-venture van Roularta en Cronos levert ook meer en meer diensten aan externe klanten.

Het is de bedoeling dat Easy.be aan de adverteerder ook de nodige tools bezorgt die hem toelaten zelf aan e-commerce te doen tot en met de betaling via het net, altijd gebaseerd op het principe "clickx & mortar": de adverteerder blijft een direct contact met zijn klanten houden en geeft persoonlijke service face to face via zijn verkooppunt(en).

RMG participeert ook in **Bemart**, een samenwerkingsverband tussen een aantal grote retail-bedrijven, die samen alle mogelijkheden willen onderzoeken van de e-commerce, steeds rekening houdend met het "clickx & mortar"-principe. Zij delen de kosten van het technologisch onderzoek en van de marketing van een nieuwe retail-portal voor België.

VMM OP HET INTERNET

De nieuwe zender JIM TV streeft naar optimale interactie tussen het scherm en internet. Webmaster en eindregisseur werken samen, zodat men wat op de site ontstaat, moeiteloos op het TV-scherm kan halen en vice versa.

2000 was voor Roularta Media Group opnieuw een jaar van groei in alle geledingen. De inzet van alle medewerkers, elk op hun terrein, de originaliteit van hun creatieve ideeën, hebben dit mogelijk gemaakt. RMG blijft daarom enthousiast plannen smeden voor de toekomst, nieuwe initiatieven koesteren en intussen werken aan een steeds secuurder en efficiënter werkende organisatie.

VTM en Kanaal 2 kennen intussen een sterke trafic-groei met recordcijfers dank zij o.a. Big Brother.

Services

De verschillende service-bedrijven van Roularta Media Group: **Roularta Seminars, Roularta Events, Roularta Books, Media Club**, hebben in de loop van 2000 goed gepresteerd.

Het is de bedoeling dat deze activiteiten verder blijven ontwikkeld worden in synergie met de verschillende media van de groep. Alle initiatieven die zij realiseren betekenen een promotie en ondersteuning van de merken van RMG en een reële service aan de lezers, luisteraars of kijkers.

Roularta Books heeft de uitgeverij **Scoop** overgenomen van Sydes (VUM). Sinds 1995 werkten Scoop en Roularta Books samen via de joint venture met de VAR waarbij de imprint **Globe** ontstond. Door deze overname wordt Roularta Books de belangrijkste partner van Globe.

Media Club maakt als boeken-, CD-, DVD- en multimedia-club optimaal gebruik van de verschillende kanalen van RMG, ook van de verschillende websites die de trafic bevorderen en helpt de klanten mee fideliseren.

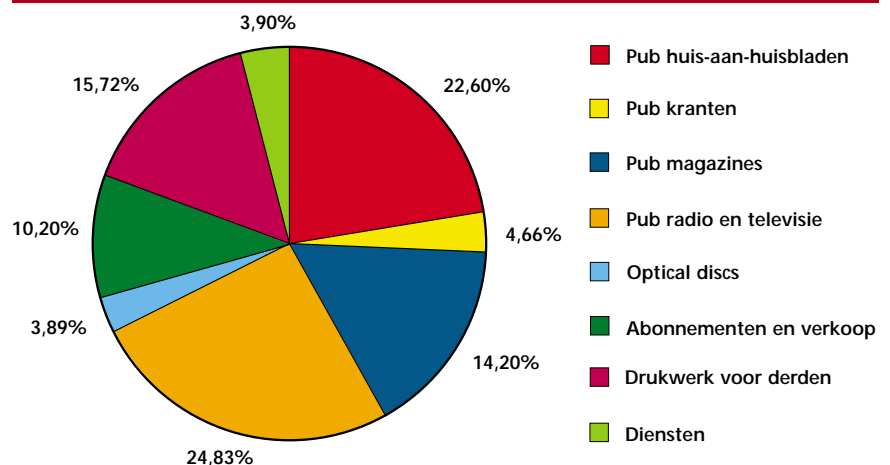
De Kookclub van Media Club, in samen- spel met Het.Gastronomen.Net.be en de redactie van het tijdschrift Spijs&Drank en het weekblad Weekend Knack, is een voorbeeld van wat synergie mogelijk kan maken: totale service voor en interactiviteit met de lezer en surfer.

Roularta Events en Roularta Seminars groeien uit tot zelfstandige business units die aan de partners-adverteerders van RMG een kwaliteitsproduct kunnen afleveren dank zij het professionalisme van een ervaren team dat kan rekenen op de marketingondersteuning van de grootste (multi-)mediagroep van België.

In 2001 wordt op een substantiële bijdrage aan het resultaat van RMG gerekend vanwege deze verschillende entiteiten.

AR Media (50 % RMG) nam de uitgeverij **Follow the Guide** over en geeft nu jaarboeken uit in twee domeinen : human resources en de wereld van de bouw en renovatie.

GECONSOLIDEERDE BEDRIJFSOPBRENGSTEN 2000





1



6



2



7



3



8



4



9



5



10

¹ Iwan Bekaert

² Leo Claeys

³ Lieve Claeys

⁴ Jean Pierre Dejaeghere

⁵ Caroline De Nolf

⁶ Rik De Nolf

⁷ Clement De Meersman

⁸ Johan Devisch

⁹ Dirk Meeus

¹⁰ Hugo Vandamme

Raad van Bestuur en Managementteam

RAAD VAN BESTUUR		MANAGEMENTTEAM	
Iwan Bekaert	Ph. de Denterghemlaan 32 9831 St.-Martens-Latem Uitvoerend bestuurder - 2004.	Iwan Bekaert	Directeur Generaal.
Joedheco NV	vertegenwoordigd door Leo Claeys Meiboomlaan 110, 8800 Roeselare Uitvoerend bestuurder - 2004.	Eddy Brouckaert	Directeur kranten
Lieve Claeys	Kasteelhoekstraat 1, 8800 Roeselare Uitvoerend bestuurder - 2002.	Leo Claeys	Ondervoorzitter
Jean Pierre Dejaeghere	Oude Iepersestraat 43, 8870 Izegem Uitvoerend bestuurder - 2006.	Erwin Danis	Directeur premedia
Caroline De Nolf	Meiboomlaan 110, 8800 Roeselare Niet-uitvoerend bestuurder - 2002.	Jean Pierre Dejaeghere	Directeur financieën en administratie
De PubligrAAF NV	vertegenwoordigd door Rik De Nolf Krasselhoekstraat 12, 8890 Moorslede Uitvoerend gedelegeerd bestuurder - Voorzitter - 2004.	Rik De Nolf	Voorzitter
Clement De Meersman	Leffingestraat 17, 8000 Brugge Onafhankelijk niet-uitvoerend bestuurder - 2004.	Hugo De Vidts	Directeur IT
Johan Devisch	Haverstraat 11, 8800 Roeselare Uitvoerend bestuurder - 2004.	Johan Devisch	Secreatris Generaal
Dirk Meeus	Sint-Christinastraat 17, 9200 Dendermonde Onafhankelijk niet-uitvoerend bestuurder - 2004.	Hugues De Waele	Directeur huis-aan-huisbladen
HRV NV	vertegenwoordigd door Hugo Vandamme Leo D'Hulsterlaan 4, 8700 Tielt Onafhankelijk niet-uitvoerend bestuurder - 2004.	William Metsu	Directeur drukkerij
		Dirk Vandekerckhove	Directeur tijdschriften
		Dirk Van Roy	Directeur nieuwe media
		Mieke Verhelst	Directeur nationale reclameregie
		Walter Verrijcken	Directeur radio en televisie

Corporate Governance

DE BESTUURDERS VAN DE HOOFDAANDEELHOUDERS LATEN ZICH OMRINGEN DOOR
NIET-UITVOERENDE ONAFHANKELIJKE BESTUURDERS
DIE DOELBEWUST WERDEN AANGETROKKEN OMWILLE VAN HUN ERVARING EN SPECIALITEIT.

Corporate Governance

SAMENSTELLING

De bestuurders van de hoofdaandeelhouders laten zich omringen door niet-uitvoerende, onafhankelijke bestuurders, die doelbewust werden aangetrokken omwille van hun ervaring en specialiteit. Dit was ingegeven door de bezorgdheid om binnen de groep de nodige afstand te verzekeren bij het nemen van belangrijke beleidsbeslissingen.

De raad van bestuur is samengesteld uit 10 leden: De Publigraaf nv vertegenwoordigd door De Nolf Rik (2004), Joedheco nv vertegenwoordigd door Claeys Leo (2004), Claeys Lieve (2002), De Nolf Caroline (2002), Bekaert Iwan (2004), Dejaeghere Jean Pierre (2006), Devisch Johan (2004), De Meersman Clement (2004), Dirk Meeus (2004), HRV nv vertegenwoordigd door Vandamme Hugo (2004), waaronder één uitvoerend gedelegeerd bestuurder, vijf uitvoerende bestuurders, één niet-uitvoerend bestuurder, drie niet-uitvoerende onafhankelijke bestuurders.

De bestuurders worden verkozen voor een periode van maximum zes jaar en kunnen te allen tijde door de algemene vergadering worden ontslagen. Aftredende bestuurders kunnen opnieuw worden benoemd.

ORGANISATIE EN WERKING VAN DE RAAD VAN BESTUUR

De raad van bestuur vergadert vijf maal per jaar, dit is éénmaal per kwartaal, en nogmaals voor de bespreking en beslissing omtrent het budget voor het volgend jaar. De leden ontvangen tijdig de relevante informatie teneinde de vergadering te kunnen voorbereiden. In 2000 is de raad vier maal bijeengekomen. Van elke vergadering worden er notulen opgesteld. De raad wordt bij elke vergadering geïnformeerd over de stand van zaken van de verschillende activiteiten. Tevens wordt een financiële rapportering voorgelegd.

De raad benadrukt om uitgebreide be-

voegdheden toe te kennen aan de directeurs van de business units en de leden van het managementteam. De leden van het managementteam zijn opgenomen op pag. 17.

Naast haar wettelijke en statutaire bevoegdheden bepaalt de raad van bestuur de strategische doelstellingen van de groep en stelt ze het beleidsplan op. Zij beslist over de acquisities van de groep. Zij waakt over de kwaliteit van de informatie die wordt gegeven aan de aandeelhouders en het publiek.

Op de vaste agenda van de raad van bestuur staan ondermeer de resultaten van de business units, de nieuwe projecten en de voorstelling van investeringsopportuniteiten.

Daarnaast behandelt de raad de specifieke agendapunten in functie van concrete dossiers en de actualiteit.

Er is geen procedure uitgewerkt die de bestuurders toelaat het advies in te winnen van onafhankelijke experts op kosten van de vennootschap. Beslissingen daartoe worden in de raad van bestuur op een ad hoc basis genomen.

PROTOCOL TER VOORKOMING VAN MISBRUIK VAN VOORKENNIS

Om te vermijden dat bevoorrechte informatie door bestuurders en leden van het managementteam op onwettelijke wijze zou worden aangewend, of dat zelfs maar een dergelijke indruk zou worden gewekt, heeft de raad van bestuur een protocol tot voorkoming van misbruik van voorkennis uitgewerkt.

COMITÉS OPGERICHT DOOR DE RAAD VAN BESTUUR

Het auditcomité zorgt voor het toezicht op de financiële rapportering en het respecteren van de administratieve procedures en de opvolging van de financiële en operationele controles. Dit comité is samengesteld uit twee uitvoerende bestuurders : de heren Iwan Bekaert, Directeur Generaal, en Jean

Pierre Dejaeghere, Financieel en administratief directeur en twee niet-uitvoerende onafhankelijke bestuurders: de heer Clement De Meersman, Voorzitter van het auditcomité, en Dirk Meeus.

DE COMMISSARIS-REVISOR

Het comité besteedt speciale aandacht aan de administratieve procedures, de opvolging van de interne controle en aan de halfjaarlijkse en jaarlijkse rapportering aan de aandeelhouders. In 2000 is het auditcomité twee maal bijeengekomen. Van elke vergadering is een verslag opgemaakt.

Het bezoldigingscomité is samengesteld uit één uitvoerend gedelegeerd bestuurder: NV De Publigraaf, vertegenwoordigd door de heer Rik De Nolf, twee niet-uitvoerende onafhankelijke bestuurders: NV HRV vertegenwoordigd door de Heer Hugo Vandamme en de heer Clement De Meersman.

Dit comité legt de bezoldiging vast van de uitvoerende bestuurders en geeft advies omtrent de bezoldigingsniveaus van het managementteam en de kaderleden.

Groepsstructuur

ROULARTA MEDIA GROUP		
KRANTEN	HUIS-AAN-HUISBLADEN	BOEKEN EN JAARBOEKEN
100% West-Vlaamse Media Groep	80% De Streekkrant/ De Weekkrantgroep	100% Roularta Books
25% Vacature	Oost-Vlaamse Media Groep 100%	50% Editop
	De Vastgoedmakelaar 65,37%	50% Academici Roularta Media
	100% Style Magazine	Follow The Guide 100%
	40% Publiregioes	
	30% A Nous Paris	
	Mass Transit Media 33,33%	

Groepsstructuur op 31 december 2000

ROULARTA MEDIA GROUP

	TIJDSCHRIFTEN	DIENSTEN	RADIO & TV	PRODUCTIE
	Vlaamse Tijdschriften Uitgeverij 100%	100% Newsco	50% Vlaamse Media Maatschappij	Vogue Trading Video 66,67%
	100% Trends Magazine	25% Scripta	Paratel 51%	Mercator Printing Group 39,15%
	European Business Press Group 50%	50% Top Consult	Plopsaland 50%	Roularta Printing 100%
	50% Le Vif Magazine	Regie De Weekkrant 100%	50% Vlaamse Media Holding	Mercator Press 100%
	100% Sportmagazine	Roularta IT Solutions 100%	33,33% Regionale TV Media	IMPR. Georges Frère 100%
	50% Publindus	50% Easy Solutions	50% Focus Televisie	Verenigde Grafische Bedrijven 100%
	InvestNet 100%	25% Repropress	50% Belgian Business Television	Concentra Grafic 100%
	IXSys 25%	18% R.I.W.	50% De Woonkijker	Concentra Prepress Group 100%
	50% Senior Publications	19% Eurocasino	50% Eye-d	Drukkerij Van In 100%
	Grieg Media 50%	11% Bemart	Faciliteiten 100%	Concentra Litho Printing 100%
	Senior Publications Nederland 50%		TV Studio Holland 50%	
	50% Belgomedia		Turnkey 90%	
	Senior Publ GMBH 100%		Corporate Media Solutions 50%	
	Dolimont Media 33,33% IN VEREFFENING		65% West-Vlaamse Radio	
	50% Himalaya		100% R.OM. IN VEREFFENING	
			100% VHL ASSOCIATES IN VEREFFENING	
			100% STUDIO KORTRIJK PRODUKTIES IN VEREFFENING	

Het aandeel Roularta Media Group

HET AANDEEL ROULARTA MEDIA GROUP - GECONSOLIDEERDE KERNCIJFERS PER AANDEEL

Het aandeel Roularta Media Group

GECONSOLIDEERDE KERNCIJFERS PER AANDEEL						
Omschrijving	BEF 1998	BEF 1999	BEF 2000	€ 1998	€ 1999	€ 2000
Eigen vermogen	489	522	667	12,12	12,94	16,53
EBITDAL		214	246		5,30	6,10
EBITDA	221	207	229	5,48	5,13	5,69
Bedrijfswinst EBIT	121	119	127	3,00	2,95	3,16
Winst per aandeel - Aandeel van de groep	34	50	46	0,84	1,24	1,13
Courant netto resultaat per aandeel	90	91	73	2,23	2,26	1,82
Bruto cashflow per aandeel	141	157	163	3,50	3,89	4,04
Courante cashflow per aandeel	169	158	169	4,19	3,92	4,18
Bruto dividend	15	20	20	0,37	0,50	0,50
Netto dividend	12,75	15	15	0,32	0,37	0,37
Price / Net current result Ratio per 31.12	19,81	28,78	33,09	19,81	28,78	33,09
Price / Net current cashflow Ratio per 31.12	10,56	16,55	14,35	10,56	16,55	14,35
Aantal aandelen	9.611.034	9.611.034	9.611.034	9.611.034	9.611.034	9.611.034
Intekenprijs	1.500	1.500	1.500	37,18	37,18	37,18
Hoogste koers	1.950	2.945	3.792	48,34	73,00	94,00
Koers eind periode	1.780	2.620	2.424	44,13	64,95	60,10
Beurskapitalisatie per einde jaar in mio	17.108	25.181	23.297	424,10	624,22	577,52
Jaarlijks volume in mio	864	2.607	4.279	21,42	64,63	106,08
Volume in aantal over de totale periode	464.257	1.145.756	1.439.923	464.257	1.145.756	1.439.923