



# Une nouvelle constellation pour Roularta

par Rik De Nolf, administrateur délégué

En 2006, Roularta Media Group a repris le Groupe Express-Expansion (GEE) français. L'image globale de Roularta s'en trouve fondamentalement modifiée: le groupe belge réalise désormais près de 35% de son chiffre d'affaires en France avec, notamment, les activités de GEE, de Point de Vue, les titres de Studio Press et le groupe A Nous.

Pour l'interprétation des résultats annuels 2006, il convient de tenir compte du fait que les résultats du Groupe Express-Expansion, dont Roularta Media Group a acquis 100% des actions le 26 septembre 2006, ne sont repris qu'à partir du 4<sup>e</sup> trimestre.

Rappelons les chiffres clés de l'année 2006:

- Le **chiffre d'affaires** s'est hissé de 497,7 à 609,2 millions d'euros, soit une hausse de 22,4%.
- Dans la comparaison des résultats ci-dessous, il n'est pas tenu compte, pour les chiffres de 2005, de la plus-value de 2,1 millions d'euros réalisée sur la vente de la participation dans Plopsaland.
- L'**EBITDA** affiche une hausse de 34,4%, de 53,9 à 72,5 millions d'euros, dégageant une marge de 11,9%, contre 10,8% en 2005.
- L'**EBIT** augmente de 40,2% en se hissant de 36,4 à 51,1 millions d'euros. La marge EBIT progresse ainsi de 7,3% à 8,4%.
- Le **résultat net du Groupe** augmente de 23,4%, de 20,1 millions d'euros à 24,8 millions d'euros, avec une marge de 4,1%, contre 4,0% en 2005.
- Hausse du **résultat courant net** de 53,3%, de 20,2 à 31,0 millions d'euros.
- Hausse du **cash-flow courant** de 33,3%, de 37,6 à 50,1 millions d'euros.
- Le **bénéfice par action** s'est hissé de 2,29 euros en 2005 à 2,32 euros en 2006. Cette légère hausse s'explique d'une part par la plus-value exceptionnelle réalisée sur la vente de la participation dans Plopsaland en 2005, et dont l'impact sur le bénéfice par action représente 0,22 euro, et d'autre part par la hausse du nombre d'actions consécutive aux augmentations de capital.

Suite au financement de la reprise du Groupe Express-Expansion et de Point de Vue ainsi qu'à la levée d'une dette de leasing de 25,4 millions d'euros pour le financement de nouvelles rotatives chez Roularta Printing la **dette financière nette** s'élève à 221,4 millions d'euros. Par rapport aux fonds propres, cette dette représente un taux d'endettement de 74,4%.

## Département Médias Imprimés

Le **chiffre d'affaires** du département des Médias Imprimés a progressé de 339,4 à 437,2 millions d'euros, soit une hausse de 97,8 millions d'euros, ou 28,8%. Cette hausse a été réalisée à hauteur de 84,4 millions d'euros par l'acquisition de Point de Vue et du Groupe Express-Expansion notamment. De surcroît, nous observons une hausse du chiffre d'affaires organique (produits existants) de 4,0%.

Les publications gratuites enregistrent une hausse de 13,2% de leur chiffre d'affaires grâce à l'acquisition d'A Nous Paris et de 't Fonteinje-De Wegwijzer, et grâce à la poursuite de la croissance de De Streekkrant/De Weekkrant, De Zondag et des Steps City Magazines en Belgique comme à l'étranger.

Le chiffre d'affaires publicitaire de Krant van West-Vlaanderen a augmenté de 12%.

Les revenus publicitaires des magazines ont progressé de 39,1%, dont 38,9% du fait de l'acquisition du Groupe Express-Expansion et de Point de Vue, et 0,2% par la croissance des titres existants.

Le marché des lecteurs a augmenté de 48,8%, dont 46,1% du fait de l'acquisition du Groupe Express-Expansion et de Point de Vue, et 2,7% par la croissance des titres existants.

Le **résultat opérationnel (EBIT)** a augmenté de 27,0%, de 30,4 à 38,6 millions d'euros, ce qui dégage une marge de 8,8%, contre 9,0% en 2005.

L'**EBIT** a été influencé par 4,1 millions d'euros de frais de restructuration chez Groupe Express-Expansion, une réduction de valeur exceptionnelle sur titres de 2,3 millions d'euros, ainsi que par des amortissements sur goodwill de Point de Vue pour 1,2 million d'euros.

L'**EBITDA** a progressé de 41,7 à 53,0 millions d'euros, soit une hausse de 27,3%. Le **résultat net du Groupe** s'élève à 17,4 millions d'euros contre 17,1 millions d'euros en 2005, soit une hausse de 2,1%.

Le résultat net des Médias Imprimés a été influencé négativement par plusieurs facteurs. D'une part, des frais de financement plus élevés ont été enregistrés du fait de la reprise de Point de Vue et du Groupe Express-Expansion, lesquels frais ont été compensés en partie par un revenu financier unique généré par un contrat swap conclu préalablement à l'US Private Placement d'avril 2006. D'autre part, le résultat est affecté par une pression fiscale plus que proportionnelle due à des pertes fiscales non récupérables à court terme, à une reprise exceptionnelle de latences fiscales actives (= surcôt) et à une réduction de valeur exceptionnelle sur des titres pour lesquels aucune latence fiscale active n'est enregistrée.

## Département Médias Audiovisuels

Le **chiffre d'affaires** du département des Médias Audiovisuels s'est hissé de 165,6 à 179,3 millions d'euros, soit une hausse de 8,3% réalisée essentiellement chez Paratel et à la Vlaamse Media Maatschappij.

Au 4<sup>e</sup> trimestre, la Vlaamse Media Maatschappij a renoué avec la hausse du chiffre d'affaires publicitaire en télévision (+9,2% au 4<sup>e</sup> trimestre). Le chiffre d'affaires annuel de la publicité en télévision a fléchi de 2,4% par rapport à 2005. Sur l'ensemble de l'exercice, radio Q-Music a réalisé une belle progression. Les chaînes de télévision régionales et Canal Z/Kanaal Z ont également poursuivi leur croissance.

Compte non tenu de la plus-value de 2,1 millions d'euros réalisée au 1<sup>er</sup> trimestre 2005 sur la vente de Plopsaland, l'**EBIT** affiche une hausse de 106,8%, de 6,0 à 12,4 millions d'euros. Il convient de tenir compte ici des frais de restructuration enregistrés chez VMMA pour un montant de 1,8 million d'euros. L'**EBITDA** a augmenté de 58,6%, de 12,3 à 19,4 millions d'euros.

Le **résultat courant net** progresse de 3,0 à 8,5 millions d'euros, soit une hausse de 183,1%. Le **cash-flow courant** augmente quant à lui de 67,7%, de 9,3 à 15,5 millions d'euros.

## Dividende

Le conseil d'administration proposera à l'assemblée générale du 15 mai 2007 de distribuer un dividende brut de 0,75 euro par action.



# Un nouveau jalon important pour Roularta Media Group

par Baron Hugo Vandamme, Président du conseil d'administration

La mission de Roularta Media Group en tant qu'entreprise multimédia est de créer de la valeur au bénéfice de ses lecteurs, téléspectateurs, auditeurs, annonceurs, collaborateurs et actionnaires. En 2006, nous avons une fois de plus réussi à créer de la valeur ajoutée pour toutes les parties prenantes et, en tant que président, j'entend remercier tous ceux qui y ont contribué pour les efforts qu'ils ont fournis et les féliciter du résultat.

L'année 2006 est un nouveau jalon important dans l'histoire de Roularta Media Group. L'entreprise multimédia, dont les racines sont ancrées en Flandre occidentale, est devenue une véritable société internationale! Son expansion vers de nouveaux marchés – notamment vers la France – a pris cours voici plusieurs années mais en réalisant la reprise complète du Groupe Express-Expansion français, l'internationalisation est désormais définitivement sur les rails. Roularta Media Group réalise à présent un tiers de son chiffre d'affaires en France. Dans les prochaines années, nous allons poursuivre l'internationalisation de l'entreprise.

La France jouera incontestablement un rôle essentiel dans la croissance future de Roularta Media Group. Avec le Groupe Express-Expansion et Studio Press, nous sommes actifs en France sur de nombreux terrains. Avec L'Express, nous sommes l'un des principaux éditeurs de magazines d'actualité. Avec L'Entreprise, L'Expansion et Mieux Vivre Votre Argent, nous sommes présents dans le monde des entreprises et des finances. L'Étudiant nous permet d'atteindre tous les étudiants de l'Hexagone et de les attirer parmi le lectorat de nos autres titres. Avec Lire, Classica, Studio, Pianiste, etc., nous atteignons les amateurs de livres, de cinéma et de musique. Les magazines art de vivre que sont Côté Ouest, Côté Sud, et d'autres, s'adressent aux lecteurs français, mais abordent aussi, de plus en plus, d'autres pays. Tous ces titres nous offrent une vaste base sur laquelle asseoir notre croissance future, tant en profondeur qu'en largeur. Ne doutons pas que cette diversité au sein de notre Groupe permettra une pollinisation croisée et un échange fructueux d'idées créatives.

L'expansion internationale n'est possible qu'à la condition de disposer d'un excellent appareil de production, qui puisse assurer un vaste éventail de tâches

allant du traitement des commandes et du prépresse à la distribution, en passant par l'impression. Roularta Media Group voit dans l'intégration de l'édition et de l'impression de magazines et de journaux l'un de ses points forts. La flexibilité, la maîtrise des coûts et le contrôle de la qualité qui en découlent confèrent à notre Groupe un avantage compétitif.

Dans ce cadre, nous avons entamé en 2006 la construction d'une nouvelle imprimerie sur notre site à Roulers. La superficie des imprimeries, magasins et bureaux sera agrandie de 26.000 mètres carrés de surface bâtie. Cette année encore, les nouvelles presses à journaux seront installées et offriront des possibilités quasi illimitées en matière de couleurs. A partir de 2008 seront installées les premières nouvelles presses magazines qui pourront assurer progressivement l'impression des titres français.

En tant qu'entreprise multimédia, Roularta Media Group entend intensifier encore ses efforts sur l'Internet. Le site Web de Knack est développé pour devenir le site d'actualité et couple de notre Groupe. Toutes les informations de toutes les publications et magazines peuvent être atteintes via [knack.be](http://knack.be), où il suffit d'un clic de souris pour accéder à tous les autres sites du Groupe. L'approche multimédia intégrée des rédactions de Knack, Weekend Knack, Trends, Canal Z et autres permettront à ce site de devenir le site de référence en Flandre. Et bien entendu, d'autres initiatives similaires seront développées autour du magazine Le Vif/L'Express et des magazines et publications gratuites en France.

**Multimédia:** de la presse gratuite, des journaux et magazines aux sites Web en passant par la radio et la télé...

**International:** de la Belgique, notre marché d'origine, à la France, en passant par les Pays-Bas, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la Norvège, la Suède, la Slovaquie...

Tels sont les deux piliers du plan stratégique de notre société d'édition, sur lesquels nous baserons notre croissance dans les prochaines années. Ensemble, avec tous les collaborateurs dans les différents pays, nous relèverons ces défis et veillerons non seulement à faire de 2007 une bonne année, mais aussi à jeter les bases d'une croissance bénéficiaire fructueuse dans les années à venir.

## 2007, année de consolidation

En 2007, Roularta réalise la construction de l'imprimerie à Roulers et l'installation des nouvelles presses à journaux qui permettront une impression couleur de qualité magazine (heatset) sur toutes les pages (jusqu'à 128 p. tabloïd). Pour le département de la Presse Gratuite, limité aujourd'hui sur le plan des couleurs, ces initiatives représentent un progrès considérable d'ici la fin 2007. En outre les premières nouvelles presses magazines (72 et 16 p.) seront installées. Elles pourront assurer progressivement l'impression des titres français à partir de 2008.

Les coûts du Groupe Express-Expansion affichent une baisse à partir de 2007 grâce à des efforts de réorganisation et de restructuration. Par ailleurs, d'autres synergies sont développées au plan du prépresse, de la photogravure, de l'organisation, etc.

Le marché publicitaire n'est pas particulièrement positif pour les magazines en ce début de 2007. En France aussi, le marché adopte une position attentive en perspective des élections présidentielles.

Le marché des lecteurs, en revanche, évolue dans un sens favorable, tant en termes d'abonnements que de ventes au numéro. L'hebdomadaire français L'Express réalise une croissance de 28% de ses ventes au numéro, comparé au printemps 2006. La nouvelle équipe imprime au titre un nouvel élan et profite de l'atmosphère préélectorale.

Sur le plan de la radio et de la télévision, 2007 n'a pas mal commencé. Q-Music poursuit sa croissance et chez la Vlaamse Media Maatschappij, des efforts sont consentis en vue d'une compression des coûts.

Roularta continue de s'investir dans le domaine de l'Internet en optant résolument pour le développement de sites d'actualité dans lesquels toutes les rédactions du Groupe ont un rôle à jouer. Pour les sites de petites annonces en Belgique, Roularta a choisi de s'associer au groupe de médias francophone Rossel, l'éditeur du groupe d'hebdomadaires Vlan.



# Innovateur technologique

En tant qu'entreprise multimédia, Roularta Media Group est active dans différents secteurs de pointe. Dans ces secteurs, Roularta Media Group étudie sans cesse de nouvelles possibilités, d'où sa réputation d'innovateur technologique de taille. Roularta Media Group attache effectivement une grande importance à la recherche et au développement. Ces efforts profitent naturellement aux processus de travail internes du Groupe lui-même, mais il n'est pas rare qu'ils servent de moteur aux évolutions fondamentales du marché.

Dans le domaine de la presse écrite par exemple, Roularta Media Group est à l'origine de divers standards belges et internationaux qui décrivent la méthode pour la préparation de l'impression de données numériques et pour l'échange électronique des instructions qui les accompagnent. Dans l'environnement prépresse, de tels standards sont d'une importance fondamentale étant donné que, du fait des progrès technologiques, la fabrication des maquettes analogiques traditionnelles sur film a progressivement été remplacée par des flux de travail entièrement numériques. La standardisation extrême est essentielle pour garantir un contrôle efficace de la qualité dans ces workflows numériques. Comme l'illustrent entre autres les réalisations suivantes, Roularta Media Group joue un rôle de pionnier à cet égard:

En tant que membre fondateur de Medibel+, l'organisation qui chapeaute le secteur belge de la publicité ([www.medibelplus.be](http://www.medibelplus.be)), Roularta Media Group a été, il y a quelques années, à l'origine de la **percée du format de fichier PDF dans le monde publicitaire belge** en tant que standard pour la livraison d'annonces numériques aux magazines et aux journaux. Le format PDF est recommandé dans le flux de production graphique, car il est indépendant du fabricant et offre d'importants avantages techniques par rapport aux autres formats de fichiers. C'est en février 2001 qu'ont été lancées les premières normes PDF de Medibel+, qui décrivent les spécifications auxquelles doivent répondre les fichiers PDF pour faciliter le traitement prépresse. Celles-ci étaient basées sur les résultats d'un projet d'étude mené par Roularta Media Group, qui testait déjà depuis 2000, par le biais d'un groupe de travail interne, les différents logiciels visant le contrôle de la qualité des fichiers PDF et avait défini des procédures recommandées pour la création, le contrôle et la correction éventuelle des fichiers PDF livrés. Par le biais d'un encadrement personnalisé et approfondi de ses annonceurs, Roularta Media Group a en outre largement contribué à faire connaître le format PDF à un public plus large. Les standards PDF de Medibel+ sont actualisés régulièrement.

Le département prépresse de Roularta Media Group reçoit aujourd'hui 99% de toutes les annonces de magazines et de journaux au format PDF. Le respect rigoureux des normes Medibel+ par les annonceurs permet une grande uniformité, de telle sorte que **98% des fichiers PDF livrés peuvent être traités de manière automatisée sans la moindre édition** au niveau du département prépresse. Roularta Media Group continue d'ailleurs à jouer un rôle de pionnier au sein de Medibel+: Erwin Danis (Directeur Premedia de RMG) est le président actuel de l'organisation.

Sous l'impulsion de Roularta Media Group, Medibel+ a participé à la création du **Ghent PDF Workgroup** (GWG, [www.gwg.org](http://www.gwg.org)) en 2002. Celui-ci est, dans l'intervalle, devenu une organisation internationale d'associations du secteur graphique et de fournisseurs européens et américains qui se sont, tout comme Medibel+, fixé comme objectif de stimuler la collaboration numérique dans le flux de production PDF en élaborant et en diffusant des spécifications et procédures pratiques. Le GWG a entre autres développé des standards PDF internationaux pour différents procédés d'impression. Ces standards sont basés sur la norme ISO PDF/X-1a, mais imposent des exigences plus strictes sur le plan de la qualité. C'est la raison pour laquelle on les appelle les normes PDF/X Plus, qui correspondent par ailleurs aux standards PDF de Medibel+. Roularta Media Group continue également à prendre ses responsabilités au sein du groupement international qu'est le GWG, et le groupe est représenté au sein de la direction par Erwin Danis (président général) et par Peter Maes (président du Specifications Subcommittee).

Un sujet très actuel est la contribution de Roularta Media Group au **développement de la méthode AdTicket pour la numérisation du workflow des commandes** entre les centrales médiatiques, les agences créatives qui réalisent les annonces, et les éditeurs/imprimeurs. Les AdTickets permettent d'incorporer dans le fichier PDF proprement dit, sous la forme de métadonnées, des informations relatives à une annonce spécifique livrée au format PDF. De cette manière, ces informations supplémentaires ne doivent pas être envoyées séparément par fax et le client a en outre la garantie que ces informations resteront, dans le workflow de production, indissociablement liées au contenu du fichier PDF. Roularta Media Group et Medibel+ ont lancé le premier AdTicket en avril 2005. Pour le moment, plus de 100 agences de publicité en Belgique font déjà usage de cette possibilité. Sur son site Internet, Roularta Media Group dispose d'ailleurs d'un formulaire électronique qui permet d'ajouter directement les métadonnées souhaitées lors du chargement d'annonces au format PDF.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2006, le GWG a également introduit un AdTicket. Il s'agit d'une reprise de l'AdTicket Medibel+ existant, qui est en outre entièrement compatible avec le standard AdML, surtout populaire à l'étranger. L'internationalisation de l'AdTicket Medibel+ est très intéressante étant donné qu'elle permet aux agences de publicité belges qui l'utilisent de livrer désormais leurs fichiers selon le même standard à des éditeurs étrangers. Une fois de plus, Roularta Media Group montre par ce projet sa force d'innovation technique et prouve que les méthodes de travail qu'elle met au point sont suivies même à l'étranger.

Le 1<sup>er</sup> juillet 2006, Roularta Media Group a, en collaboration avec Medibel+, lancé la **première norme belge pour la livraison de matériel photographique numérique**. Le but de cette norme est de garantir une qualité de base satisfaisante et standardisée pour les images fournies sous forme numérique en vue de leur publication dans des magazines ou des journaux. Cette norme donne pour la première fois des instructions claires aux photographes numériques et leur évite de devoir réaliser eux-mêmes des manipulations d'images en vue d'obtenir un résultat optimal à l'impression. Des normes ont été définies pour la 'Photographie d'actualité' et pour les 'Shootings'.

Roularta Media Group est fortement engagée dans divers projets de recherche et de standardisation en vue de l'**optimisation du processus de rotation offset**. En collaboration avec des partenaires étrangers réunis au sein de la sous-commission Color Management du GWG, Roularta Media Group œuvre notamment au développement de profils de couleur ICC standardisés selon les normes ISO pour l'impression rotative offset. En Belgique, Roularta Media Group a développé, en collaboration avec Medibel+, le profil de presse NODOG, qui est entre-temps utilisé par tous les journaux belges et qui garantit aux annonceurs une qualité de couleur uniforme de leurs annonces imprimées, quel que soit le titre de la publication.

## MEMBRES DU GHENT PDF WORKGROUP

### Associations du secteur graphique:

Cebuco (Pays-Bas); CITAGM (Espagne); DDPFF (Danemark); ERA (Allemagne); Febelgra (Belgique); FESPA (Royaume-Uni); FICG (France); FTA (Etats-Unis); IDP Group (Pays-Bas); IPA (Etats-Unis); Medibel+ (Belgique); Nederlands Uitgeversverbond (Pays-Bas); PDFX-ready (Suisse); PPA (Royaume-Uni); SICOGIF (France); TAGA Italia (Italie); VFG (Autriche); VIGC (Belgique); VISKOM (Norvège); VSD (Suisse).

### Fournisseurs:

Adobe, Adstream, Agfa, Apago, Artwork Systems, Callas, Dalim Software, Enfocus, Esko, Global Graphics, Gradual Software, Heidelberg, OneVision, pub-specs, Quark, Screen Europe.