



# Newsroom Multimédia

par Baron Hugo Vandamme, Président du conseil d'administration

En 2007, nous avons franchi de nouvelles étapes cruciales dans le développement de Roularta Media Group. En France, sous la direction de Marc Feuillée, le Groupe Express-Roularta a pris forme et nous avons pleinement évolué dans l'innovation. Nous commençons aussi à cueillir les fruits de notre évolution d'un éditeur de périodiques en une organisation multimédia dans laquelle sont intégrés l'imprimé, l'Internet et la télévision. Notre troisième 'avantage compétitif', notre imprimerie, a presque terminé sa rénovation complète. Nos journaux se sont déjà parés de nouvelles couleurs. En raison de très nombreux frais de restructuration et d'amortissements exceptionnels sur goodwill, le résultat n'a pas tout à fait répondu aux attentes. Bien que nos activités de transmission aient réalisé d'excellents résultats, le département consacré à la duplication de disques optiques a été affecté par la modification des conditions de marché et a pesé lourdement sur les résultats du Groupe. 2007 a été une année clé dans la transformation de notre Groupe, et a permis de jeter les bases de notre avenir.

Le Groupe Express-Roularta, le nouveau nom du Groupe Express-Expansion, est en plein essor.

L'hebdomadaire L'Express, navire amiral du groupe, affiche une croissance de 4%. Globalement, L'Express est le plus grand magazine d'actualité de France et atteint aussi le plus grand nombre de lecteurs en base annuelle sur le seul territoire français: 19 millions. L'Express est diffusé en France à 451.000 exemplaires et atteint une audience de 2,4 millions de lecteurs. Lancé fin 2006, l'hebdomadaire Styles L'Express atteint d'ores et déjà une audience de 1.081.000 lectrices (une croissance de 28,1%) et a dépassé ainsi Madame Figaro. Point de Vue, l'autre hebdo du groupe, atteint en France une diffusion nette de 201.000 exemplaires et enregistre une audience de 734.000 lecteurs. Dans le monde, Point de Vue affiche une diffusion nette de 270.000 exemplaires. Les mensuels économiques et financiers se portent bien également: L'Expansion compte 817.000 lecteurs, L'Entreprise 1.061.000 lecteurs et Mieux Vivre Votre Argent 1.066.000 lecteurs. Les magazines de décoration Maisons Côté Sud (9,6%), Côté Ouest (9%), Maison Française (8,9%) et Maison Magazine (17,6%) enregistrent également une progression de leur audience. Côté Sud compte 1.556.000 lecteurs, Côté Ouest 1.183.000 lecteurs, Maison Française 885.000 lecteurs et Maison Magazine 1.652.000 lecteurs. Lire, le mensuel consacré à la littérature, progresse de 8,8% en termes d'audience (542.000 lecteurs). Le tirage cumulé des 14 grands titres du Groupe Express-Roularta atteint au total (hors doublons) 10,6 millions de lecteurs, soit une progression de 6,7% en 2007.

Un aspect crucial du développement de notre Groupe est notre Newsroom Multimédia. Les équipes de reportage de Canal Z et Kanaal Z sont désormais intégrées dans la newsroom multimédia du Brussels Media Centre (BMC) à la rue de la Fusée à Evere. Cette intégration renforce la collaboration entre les rédactions des canaux imprimés, Internet et télévisuels, tant au niveau du contenu qu'au plan technique (contenu vidéo, équipements d'enregistrement). Le BMC, la maison de rédaction où sont logés tous les magazines belges du Groupe Roularta, a ainsi été transformé en une newsroom complète. De cette manière, Roularta entend proposer en 2008 davantage d'actualités et de commentaires de fond au lecteur, à l'internaute et au téléspectateur. Simultanément, les activités Internet sont développées plus avant. A l'heure actuelle, Roularta atteint 1,4 million de visiteurs uniques par mois avec ses sites news de qualité. Le 'newsdesk' central est investi d'une fonction de coordination et de pilotage. Il recourt à l'expertise d'une équipe unique de plus de 300 journalistes spécialisés comprenant des médecins, des ingénieurs, des juristes, des historiens, des économistes, tous responsables des informations de fond des magazines d'actualité et des publications spécialisées. Ces journalistes assurent une diffusion immédiate via les sites news de la coupole Roularta: levif.be, knack.be, trends.be, etc. Dès que l'information revêt une importance suffisante, elle fait l'objet de commentaires télévisés, d'interviews, de reportages vidéos, d'images diffusées aussi bien sur les sites Internet (toute la journée) que dans les journaux télévisés de Canal Z/Kanaal Z.

Début 2008, nous avons pu voir les premiers fruits des investissements considérables que nous avons effectués dans l'imprimerie. D'abord, nous y avons accueilli notre nouvelle presse à journaux en couleurs, qui a permis de renouveler nos hebdomadaires et publications régionales. Bientôt, ce sera au tour de deux nouvelles presses magazine d'être mises en service. Elles nous permettront d'imprimer nous-mêmes la quasi-totalité de nos propres magazines. La plus grande partie du programme d'investissement de 100 millions d'euros pour la rénovation des machines et la construction des nouveaux bâtiments sera dès lors réalisée. Non seulement pouvons-nous ainsi aborder l'avenir avec confiance, mais nous disposons aussi désormais d'un avantage compétitif que nous pouvons, grâce à cette intégration, adapter rapidement aux souhaits changeants du marché.

Nul doute que 2008 s'annonce passionnante. Roularta poursuivra son développement comme groupe multimédia international.

Hugo Vandamme  
le 25 mars 2008

## Prêt pour l'avenir

Après l'année de transition 2007, où 13 millions d'euros de frais exceptionnels, de réductions de valeur et de frais de restructuration ont été pris en compte, on devrait voir en 2008 l'effet de la restructuration et de la réorganisation chez Groupe Express-Roularta. Les chiffres de vente et d'audience sont en tous cas très bons si l'on en croit les dernières études OJD (diffusion nette) et AEPM (audience) publiées.

Les activités liées aux médias imprimés en Belgique poursuivent leur évolution favorable avec de nouvelles initiatives dans la division Presse Gratuite. Il convient néanmoins de tenir compte de l'incertitude qui règne toujours sur le marché publicitaire pour les magazines.

La nouvelle infrastructure d'impression générera de premiers résultats en 2008 sous forme d'une plus grande productivité et des possibilités de couleur illimitées pour les journaux et titres gratuits.

Sur le plan audiovisuel, les activités en radio poursuivent leur croissance avec Q-Music et 4FM nouvelle mouture. En télé, les revenus numériques progressent grâce e.a. aux activités de vidéo sur demande et de JIM-mobile, tandis qu'on prépare le lancement d'une chaîne pour enfants. Les activités Internet commencent à générer un chiffre d'affaires supplémentaire.



# 2007, l'année de l'intégration du Groupe Express-Roularta

par Rik De Nolf, administrateur délégué

Pour Roularta Media Group, 2007 était l'année de l'intégration du Groupe Express-Roularta (autrefois Groupe Express-Expansion) qui fait partie de Roularta Media Group depuis le 26 septembre 2006. De nombreux efforts ont été consentis pour développer différentes synergies sur le plan de l'organisation, du prépresse, de l'imprimerie, de la rédaction, de la vente d'espace publicitaire, etc. Au sein du Groupe Express-Roularta, plusieurs réorganisations ont été effectuées.

A cet égard, 2007 était une année de transition.

En 2007, le Groupe a également investi pleinement dans la construction d'une nouvelle imprimerie à Roulers. Les travaux prendront fin au cours du second semestre 2008. Fin 2007, les premières presses à journaux ont été installées, qui permettent l'impression couleurs de qualité magazine (heatset) sur toutes les pages (jusqu'à 128 p. tabloïd). Ces presses – une installation MAN unique au monde – ont été rendues opérationnelles tout récemment. La première nouvelle presse magazine (72 pages) est également installée et sera opérationnelle au cours du deuxième trimestre.

Roularta a aussi consenti en 2007 d'importants efforts sur le plan de l'Internet, avec le développement des sites news auxquels collaborent toutes les rédactions du Groupe. La 'newsroom intégrée' du Brussels Media Centre à Evre est désormais une réalité.

Lors de la comparaison des résultats 2007 avec ceux de 2006, il y a lieu de tenir compte du fait que les résultats du Groupe Express-Roularta, dont Roularta Media Group a acquis 100% des actions le 26 septembre 2006, n'ont été repris dans les chiffres qu'à partir du quatrième trimestre 2006.

Rappelons les chiffres clés de l'année 2007:

- Le **chiffre d'affaires** a augmenté de 25,9%, de 609,2 à 766,8 millions d'euros.
- L'**EBITDA** a progressé de 10,2%, de 72,5 à 79,8 millions d'euros. La marge EBITDA se chiffre à 10,4%, contre 11,9% en 2006.
- L'**EBIT** a fléchi de 3%, de 51,1 à 49,6 millions d'euros. La marge EBIT se chiffre à 6,5% contre 8,4% en 2006.
- Le **résultat net du Groupe** a baissé de 35,7%, de 24,8 à 15,9 millions d'euros, avec une marge de 2,1% contre 4,1% en 2006.
- Le **résultat courant net** a reculé de 25,4%, de 31,0 à 23,1 millions d'euros.
- Le **cash-flow courant** a cédé 5,9%, de 50,1 à 47,1 millions d'euros.
- Le **bénéfice par action** a baissé de 2,32 euros en 2006 à 1,49 euro en 2007.

## Département Médias Imprimés

Lors de la comparaison chiffrée, il y a lieu de tenir compte du fait que le Groupe Express-Roularta a été acquis fin septembre 2006. Les chiffres de ce groupe sont dès lors compris intégralement dans l'ensemble de l'exercice 2007, tandis qu'en 2006, ils ne l'ont été qu'au quatrième trimestre.

Le **chiffre d'affaires** de la division Médias Imprimés s'est hissé de 437,2 à 592,7 millions d'euros, soit une hausse de 155,4 millions d'euros, ou 35,6%. Cette hausse a été réalisée à hauteur de 145,3 millions d'euros par les nouvelles acquisitions, dont 136,7 millions d'euros par le Groupe Express-Roularta et 8,6 millions d'euros par les nouveaux titres Datanews, Texbel, Ciné Live, Le Journal du Dentiste, Le Journal du Pharmacien, Plus Suède et Effect. En outre, on observe une hausse du chiffre d'affaires organique (produits existants) de 2,3%.

Les publications gratuites ont réalisé une hausse de leur chiffre d'affaires de 4,1%, dont 0,7% s'explique par l'acquisition d'Effect et par la hausse de nos participations dans A Nous Province et Algo Communication au quatrième trimestre 2007. De Streekkrant/De Weekkrant, De Zondag et les magazines urbains Steps ont amélioré leur croissance organique de 3,6%.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Krant van West-Vlaanderen a augmenté de 3,6%.

Du côté des magazines, on observe une hausse des revenus publicitaires de 51,3%. Les nouvelles participations représentent une hausse de 53,1%, tandis que les titres existants subissent un repli de 1,6%.

Le marché publicitaire pour les magazines a été mis sous pression tout au long de l'année 2007 et ce, tant en Belgique qu'en France.

Le marché des lecteurs progresse de 51,2%, dont 45,9% du fait des acquisitions et 5,4% par la croissance organique des titres existants.

L'**EBITDA** a augmenté de 53,0 à 54,7 millions d'euros, soit une hausse de 3,2%, avec une marge de 9,2%, contre 12,1% en 2006. Le **résultat d'exploitation (EBIT)** s'est tassé de 13,8%, revenant de 38,6 à 33,3 millions d'euros, engendrant une marge de 5,6% contre 8,8% en 2006. Le **résultat net des activités imprimées du Groupe** s'élevait à 8,8 millions d'euros, contre 17,4 millions d'euros en 2006.

Les marges et le résultat net des Médias Imprimés ont été affectés pour 8,8 millions d'euros par différents facteurs:

- Chez Groupe Express-Roularta, 1,3 million d'euros de frais de restructuration ont été enregistrés en 2007 dans le cadre de la poursuite de l'intégration, tandis que des amortissements et provisions supplémentaires ont été actés pour un montant total supplémentaire de 1,3 million d'euros dans le cadre du déménagement prévu en 2008 de la filiale Editions Génération/L'Etudiant.
- Suite à la mise en liquidation de SA Cyber Press Publishing le 7 juin 2007, 1,8 million d'euros ont été enregistrés à titre de réduction de valeur exceptionnelle, ramenant cette participation à zéro.
- Des réductions de valeur exceptionnelles ont été enregistrées sur titres et goodwill pour 1,1 million d'euros.
- Suite à l'émission d'un plan d'options pour les cadres au début de 2007, un montant supplémentaire de 1 million d'euros a été acté à titre de frais de personnel, conformément à la norme IFRS 2.
- Les frais de financement ont augmenté de 11,5 millions d'euros suite aux nouveaux crédits contractés pour la reprise du Groupe Express-Roularta, la réalisation de la nouvelle imprimerie à Roulers et en raison de la fluctuation (2,3 millions d'euros) de la valeur de marché de certains contrats de swap dans le cadre des emprunts courants (IAS 39).
- La pression fiscale continue d'être influencée par des pertes fiscales non récupérables à court terme et par les réductions de valeur exceptionnelles sur lesquelles aucune latence fiscale active n'a été actée.

## Département Médias Audiovisuels

Le **chiffre d'affaires** de la division Médias Audiovisuels a augmenté de 179,3 à 181,3 millions d'euros, soit une hausse de 1,1%. La nouvelle participation dans 4FM-radio représente une hausse de 1%, les activités existantes ayant réalisé quant à elles une légère croissance organique de 0,1%.

L'**EBITDA** a progressé de 29%, de 19,4 à 25,1 millions d'euros, avec une marge de 13,8% contre 10,8% en 2006. Le **résultat d'exploitation (EBIT)** a augmenté de 30,7%, de 12,4 à 16,3 millions d'euros, ce qui a permis d'atteindre une marge de 9%, contre 6,9% en 2006.

Cette amélioration du résultat s'explique par une légère hausse du chiffre d'affaires, mais aussi par une meilleure maîtrise des coûts, et ce notamment chez Vlaamse Media Maatschappij.

D'autre part, une réduction de valeur exceptionnelle de 3,4 millions d'euros a été enregistrée sur le goodwill de Vogue Trading Video et des latences fiscales actives ont été reprises pour 0,8 million d'euros.

Vogue Trading Video (duplication de DVD) est confrontée à des circonstances de marché difficiles.

Le **résultat net du Groupe** a atteint 7,1 millions d'euros, contre 7,4 millions d'euros en 2006, soit un repli de 3%.

Le **résultat courant net** a progressé de 23,9%, de 8,5 à 10,6 millions d'euros, tandis que le **cash-flow courant** a augmenté de 2,9%, de 15,5 à 16,0 millions d'euros.

## Département Internet

Au cours de l'année écoulée, 12,7 millions d'euros ont été investis dans le développement et l'amélioration qualitative des sites Internet du Groupe. Les revenus publicitaires totaux en Belgique et en France s'élèvent également à 12,67 millions d'euros. Par ailleurs, les sites Web deviennent un canal de prospection très important pour les abonnements aux publications du Groupe.



# 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 a testé les différents progiciels visant le contrôle de la qualité des fichiers PDF et a 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. 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 infor-

mations 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 200 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.

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 AdSM, 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.

En outre 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'. Cette norme a aussi été reprise par GWG et est ainsi promue mondialement.

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 2007, Roularta Publishing, l'entreprise prémédias de Roularta Media Group, comptait parmi les cinq finalistes du prix du 'Best Innovator 2007'. Ce concours prestigieux est organisé chaque année par le bureau de conseil AT Kearney dans dix pays européens. Roularta Publishing a été nommée en raison de sa capacité d'innovation permanente en matière de développement et d'implémentation de méthodes de travail normalisées destinées à préparer des fichiers numériques en vue de leur impression. Ces méthodes de travail permettent non seulement d'améliorer les performances internes, mais elles sont en outre souvent profitables à l'industrie graphique dans son ensemble.

## MEMBRES DU GHENT PDF WORKGROUP

### Associations du secteur graphique:

AIDO (Espagne); BPIF (Royaume-Uni); BVDM (Allemagne); CMBO (Pays-Bas); CITAGM (Espagne); DDPFF (Danemark); ERA (Allemagne); Febelgra (Belgique); FESPA (Royaume-Uni); FTA (États-Unis); IDP Group (Pays-Bas); IPA (États-Unis); Idealliance (États-Unis); Medibel+ (Belgique); Nederlands Uitgeversverbond (Pays-Bas); NHP Grafisk (Norvège); PDFX-ready (Suisse); PPA (Royaume-Uni); SICO GIF (France); TAGA Italia (Italie); VFG (Autriche); VIGC (Belgique); VSD (Suisse).

### Fournisseurs:

Adobe, Adstream, Agfa, Callas, CGS, Dalim, Enfocus Software, EskoArtwork, Global Graphics, GMG, Gradual Software, Heidelberg, HP, ICS, Kodak, One-Vision, Quark, Screen, Specl.