



# [RAPPORT DES ACTIVITES]

2004  
ROULARTA MEDIA GROUP

# Roularta poursuit sa croissance en Belgique et à l'étranger

En 2004, Roularta Media Group a enregistré une croissance vigoureuse et une amélioration du résultat dans tous les départements.

- Le **chiffre d'affaires** a progressé de 14,1%, de 437,6 à 499,2 millions d'euros.
- L'**EBIT** a augmenté de 6,2%, de 43,6 à 46,3 millions d'euros. La marge EBIT se monte à 9,3%, contre 10% en 2003.
- Le **résultat net** a augmenté de 6,5%, de 25,6 à 27,2 millions d'euros, ce qui représente une marge de 5,5%, contre 5,8% en 2003.
- Le **résultat courant net** est passé de 27,0 à 28,7 millions d'euros, soit une hausse de 6,4%.
- Le **cash-flow courant** a progressé de 42,4 à 46,0 millions d'euros, soit une hausse de 8,4%.
- La **dette financière nette** est revenue de 22,6 millions d'euros au 31 décembre 2003 à 12,2 millions d'euros au 31 décembre 2004, soit un ratio d'endettement de 5,7%, contre 11,9% en 2003.



Par Rik De Nolf  
ADMINISTRATEUR  
DELEGUE

L'image du résultat annuel est déformée par deux éléments non récurrents intervenus fin 2004.

Suite à une modification de la stratégie du repreneur français et étant donné la bonne coopération entre parties, la vente des actions A Nous Paris en 2004 a été annulée et la plus-value de 1,8 million d'euros actée en 2003 a fait l'objet d'une reprise. Comparé à 2003, l'effet de cette reprise sur le résultat est de 3,6 millions d'euros.

Chez VMMA, une valorisation très stricte et très prudente du stock de droits de diffusion a été appliquée au 31/12/04. Cette valorisation a été basée sur la capacité de 'second runs' de ces

films et a tenu compte de la période au cours de laquelle ils peuvent être diffusés. En vue de déterminer la moins-value, il a été tenu compte pour la première fois des droits de diffusion à échoir sur une période de trois ans. Cette approche s'est traduite par la prise en compte en 2004 d'une moins-value de 1,8 million d'euros.

Lors de la première révision IFRS en 2003, seule une estimation a été faite de la correction des stocks, et ce, sur un an seulement. Cette moins-value a été corrigée en 2003 sur le bilan d'ouverture au 1<sup>er</sup> janvier 2003.

Lorsqu'on ne prend pas en considération les deux éléments cités ci-dessus, on obtient les résultats récurrents suivants:

EN 1.000 EUR	31-12-03	31-12-04	% EVOL.
<b>EBITDA RECURRENT</b>			
EBITDA	59.530	64.850	+ 8,9%
EBITDA récurrent	57.755	68.405	+ 18,4%
EBITDA récurrent (marge)	13,2%	13,7%	
<b>EBIT RECURRENT</b>			
EBIT	43.634	46.344	+ 6,2%
EBIT récurrent	41.859	49.899	+ 19,2%
EBIT récurrent (marge)	9,6%	10,0%	
<b>RESULTAT NET RECURRENT</b>			
Résultat net	25.567	27.233	+ 6,5%
Résultat net récurrent	23.792	30.183	+ 26,9%
Résultat net récurrent (marge)	5,4%	6,0%	

## IFRS

Les états financiers consolidés sont préparés conformément aux International Financial Reporting Standards (IFRSs), émis par l'International Accounting Standards Board (IASB), et aux interprétations émises par l'IFRIC (IFRIC autrefois SIC) qui ont été adoptées dans l'Union européenne. Les normes qui ne ■■■■

## [RAPPORT DES ACTIVITES]

■■■ sont pas encore en vigueur à la date de reporting ont été adoptées anticipativement, à l'exception de IFRS 2 – Paiement fondé sur des actions.

Les IFRS sont appliquées pour la première fois sur les chiffres consolidés de l'exercice clôturé le 31 décembre 2004. Les chiffres comparatifs de l'exercice 2003 ont été retraités conformément aux méthodes comptables utilisées pour l'exercice 2004. Le premier bilan d'ouverture en IFRS a donc été préparé au 1<sup>er</sup> janvier 2003, date de transition aux IFRS.

L'impact de l'application des normes IFRS est surtout ressenti chez RMG dans les domaines suivants:

- valorisation des immobilisations incorporelles et corporelles;
- valorisation du stock des droits de diffusion;
- actifs et passifs d'impôt différé.

La norme IFRS 3 et les adaptations correspondantes des normes IAS 36 et IAS 38 précise que les titres et le goodwill ont une durée d'utilité indéterminée. Par conséquent, ces actifs ne sont plus amortis et font désormais l'objet d'un test de dépréciation, en vue d'une perte de valeur éventuelle.

### MEDIAS IMPRIMÉS

Le **chiffre d'affaires** des Médias Imprimés a augmenté de 40,5 millions d'euros, de 291,2 à 331,7 millions d'euros, soit une hausse de 13,9%. Cette hausse a été réalisée à raison de 23,3 millions d'euros par les nouvelles acquisitions de Studio Magazine, Media Office (avec les mensuels Je vais Construire/Ik ga Bouwen), DMB Balm et Press News (avec les mensuels Royals et Dynasty), l'augmentation de 50 à 100% de la participation dans le groupe Studio Press, la reprise de nouveaux titres dans le département Roularta Professional Information et le lancement de nouveaux City Magazines en France et en Slovénie. En outre, nous assistons à une hausse de 5,9% du chiffre d'affaires des produits existants.

Les titres gratuits ont affiché une hausse sensible de 7,9%, grâce surtout à la poursuite de l'expansion de De Zondag et de Steps City Magazine, mais aussi grâce à une croissance continue chez De Streekkrant/De Weekkrant.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Krant van West-Vlaanderen fait du surplace.

Du côté des magazines, on assiste à une hausse de 13,8% des revenus publicitaires, dont 9,7% réalisés par les nouvelles acquisitions et 4,1 % par les titres existants.

Le marché des lecteurs progresse quant à lui de 19,2%, grâce surtout aux nouveaux titres, mais les titres existants ne sont pas en reste puisqu'ils affichent une croissance de 5,2%.

Compte tenu du **résultat non récurrent** au sein du département des Médias Imprimés, nous obtenons les résultats suivants:

Le **résultat d'exploitation (EBIT)** a augmenté de 12,9%, de 26,9

à 30,4 millions d'euros, soit une hausse comparable, en pour cent, à celle du chiffre d'affaires. L'**EBITDA** s'est hissé de 36,9 à 41,8 millions d'euros, soit une hausse de 13,1%, une évolution parallèle à celle du chiffre d'affaires. Le **résultat net** a atteint 18,2 millions d'euros, contre 15,8 millions d'euros en 2003, soit une hausse de 15,5%.

### MEDIAS AUDIOVISUELS

Le **chiffre d'affaires** du département des Médias Audiovisuels a augmenté de 13,8%, de 153,1 à 174,2 millions d'euros, grâce à une hausse vigoureuse chez Vlaamse Media Maatschappij et sa filiale Paratel. La croissance se poursuit également chez Canal Z/Kanaal Z. Le département disques optiques de Vogue Trading Video a progressé de 21 % en 2004.

Compte tenu du **résultat non récurrent** au sein des Médias Audiovisuels, on obtient les résultats suivants:

Le **résultat d'exploitation (EBIT)** s'est hissé de 14,9 à 19,5 millions d'euros, ce qui porte la marge EBIT à 11,2%, contre 9,7% en 2003. L'**EBITDA** est passé de 20,8 à 26,6 millions d'euros. Quant au **résultat net**, il a progressé de 8,0 à 12,0 millions d'euros, soit une hausse de 49,2%.

Chez Vlaamse Media Maatschappij, les coûts de production ont sensiblement augmenté en 2004, suite à des efforts importants consentis sur le plan de la programmation. Radio Q-Music a réalisé quant à elle une belle croissance.

### INVESTISSEMENTS (CAPEX)

Les investissements totaux s'élèvent en 2004 à 37,5 millions d'euros, dont 23,0 millions d'euros en immobilisations incorporelles et corporelles et 14,5 millions d'euros en acquisitions.

### COMMENTAIRE

Les acquisitions et ventes d'activités suivantes influencent la comparaison entre les chiffres de 2004 et ceux de 2003:

#### 2003

Reprise du groupe Biblo, vente de Promotheus SA, vente de Vacature Scrl.

Prise en compte de la vente d'A Nous Paris SAS.

#### 2004

Reprise de Keesing Professional Information, Media Office SA, Studio Magazine SA, DMB Balm SAS, Press News SA.

Hausse de la participation dans le groupe Studio Press.

Réduction de la participation dans le titre 'Lenz' suite à la fusion avec le titre 'Frau im Leben'.

Constitution de Mestne Revije d.o.o. et A Nous Province SAS.

Annulation de la vente de la participation dans A Nous Paris SAS.

Pour une analyse plus détaillée des résultats annuels, voyez le site Web <http://www.roularta.be/fr/investisseurs>, à la rubrique Info Financière > Information trimestrielle.



# [GROUPE MULTIMEDIA]

28 MAGAZINES ●

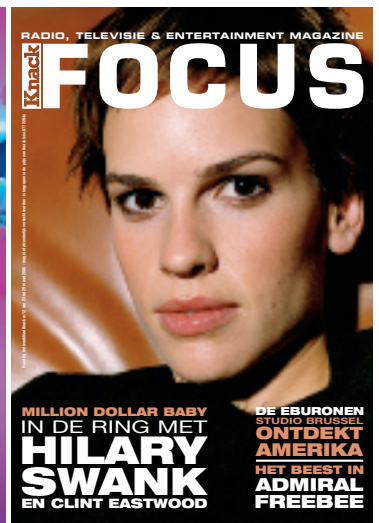
47 JOURNAUX ET PRESSE GRATUITE ●

51 TELEVISION, RADIO ET NOUVEAUX MEDIAS ●

2004  
ROULARTA MEDIA GROUP

## [RAPPORT DES ACTIVITES]

Le package Knack,  
Weekend Knack et  
Focus Knack.



## MAGAZINES

### LE MAGAZINE D'INFORMATION

Le package Knack offre une trilogie d'information, dont Knack représente 'les informations', Weekend Knack 'le lifestyle' et Focus Knack 'les spectacles'. Ou les informations examinées sous 3 angles différents.

### KNACK

Knack est le magazine d'information de la Belgique néerlandophone. Créé voici plus de 34 ans, il entendait être à l'origine le pendant belge de Time et Newsweek, Der Spiegel, L'Express, Elsevier et d'autres magazines d'information internationaux, un phénomène qui n'existait pas en Belgique. Pas plus d'ailleurs qu'il n'existait un Business Week ou un Sports Illustrated.

Roularta (fondée par Willy De Nolf et reprise par la suite par son fils Rik) caressait un rêve: lancer un Newsweek, un Business Week et un Sports Illustrated pour la Belgique. Knack, Trends et Sport Voetbal Magazine et, en français, Le Vif/L'Express, Trends/Tendances et Sport Foot Magazine allaient voir le jour l'un après l'autre au début des années 70.

Entre-temps, Knack a parcouru un long chemin. Sous la houlette du charismatique Frans Verleyen, malheureusement disparu trop tôt (en 1999), le magazine a progressivement fait autorité et est très largement diffusé. Il est devenu plus qu'un magazine d'information. C'est un hebdomadaire d'information composé de divers cahiers à part entière.

Weekend Knack est le magazine lifestyle qui donne le ton en Belgique dans les domaines de la mode, de l'habitat, des voyages, de la gastronomie, etc.

**Knack est un package hebdomadaire composé de différentes revues à part entière.**

Focus Knack est le magazine complet des loisirs reprenant les programmes de télévision et l'actualité artistique, les films, la musique, le théâtre, etc.

De plus, les abonnés reçoivent chaque mois le mensuel MO\*, un magazine à vision globale qui s'attache en particulier aux pays en voie de développement.

Knack soigne particulièrement le dialogue avec le lecteur. Le Knack Club compte des dizaines de milliers de membres qui bénéficient d'avantages divers, de réductions sur des tickets d'entrée, d'invitations à des événements culturels, etc.

Knack prend aussi l'initiative en faveur d'une large gamme d'extras comme des livres, des magabooks (voyages, recettes), des CD, des DVD, etc. qui sont proposés aux lecteurs à des prix très intéressants. Avec une diffusion payante de 122.350 exemplaires (dont 105.000 abonnés et le reste en vente libre), Knack touche environ 600.000 lecteurs (CIM), soit une pénétration avoisinant les 15% de la population des plus de 14 ans.

A titre de comparaison: en France, tous les magazines d'information (L'Express, Le Point, Le Nouvel Observateur, Marianne,...) atteignent environ 10%.

### WEEKEND KNACK

L'hebdomadaire 'lifestyle' Weekend Knack a largement contribué au développement de Knack.

Weekend Knack s'attache davantage aux bons côtés de la vie: l'habitat et le mode de vie, les voyages et l'auto, la gastronomie, les soins de beauté et le bien-être.

Weekend Knack est lu par un peu plus de femmes que d'hommes, des lecteurs et des lectrices d'un certain niveau, et le maga-

zine est dès lors manifestement le leader du marché pour la publicité 'lifestyle'. En conséquence, les revenus publicitaires de l'ancien 'supplément' Weekend Knack ont dépassé les revenus publicitaires du magazine proprement dit. D'autre part, Weekend Knack a tout fait pour que le magazine d'information Knack soit lu par autant d'hommes que de femmes.

### KNACK REMPORTE LE 'MEDIALEEUW'

L'an dernier, ce nouveau prix de la presse a vu le jour afin d'encourager une information de qualité concernant Bruxelles dans la presse flamande. Le prix est concrétisé par une sculpture originale de Tom Frantzen et un montant de 5.000 euros.

Le Vlaamse Club voor Kunst, Wetenschap en Letteren est une association culturelle pluraliste fondée en 1923 par plusieurs intellectuels flamands, parmi lesquels August Vermeylen, Herman Teirlinck et Frans Van Cauwelaert sont les plus connus. Le club, qui compte actuellement quelque deux cents membres, se réunit chaque semaine.

Le jury a attribué le prix en vertu de la superbe édition consacrée à Bruxelles dans l'édition du 7 avril 2004. Notre capitale y était présentée sous un jour très attractif, vivant et varié, aussi bien dans la publication Knack même que dans Weekend Knack et Focus Knack.

### TALENTS JOURNALISTIQUES EN BELGIQUE ET AU LUXEMBOURG A L'HONNEUR

Citigroup vient de récompenser un journaliste luxembourgeois et deux journalistes belges en leur attribuant le Prix pour Talents Journalistiques. Les deux gagnants belges sont Ariane Petit de Trends/Tendances et Hans Brockmans de Trends.

Ariane Petit a été primée grâce à ses articles 'Spécial Chine - 300 millions de clients à conquérir. Devez-vous avoir peur de la Chine?' et 'Les secrets de la secte mondiale du kit (IKEA fête ses 20 ans en Belgique)'. Les articles qui ont permis Hans Brockmans de devenir le lauréat néerlandophone comprenaient 'De verdwijnt met een staalfabriek (Duitse staalfabriek verhuist bout voor bout naar China)' et 'In het spoor van de namaak-maffia (België: draaischijf van de handel in namaak)'.

En plus d'une somme d'argent de 2.000 euros, le prix récompense les trois gagnants en les invitant à participer au Séminaire International à l'Université de Columbia (NY, USA), en compagnie de collègues en provenance de quelque 20 pays, d'académiciens, de spécialistes-médias, de cadres et de décideurs, ainsi que de représentants d'institutions officielles. Au programme: des visites au FMI, à la NYSE, à CNN Financial News, au Wall Street Journal et à Bloomberg Business News.

### GAL, CARTOONISTE DE KNACK, REMPORTE LE 'PRIJS VOOR MENSENRECHTEN 2004'

Ce prix est attribué chaque année par la Liga voor Mensenrechten (le pendant flamand de la Ligue des Droits de l'Homme) à un individu ou une association pour son travail méritoire. Gal, le cartooniste maison de l'hebdomadaire Knack, est ainsi honoré pour ses «qualités d'artiste et de démocrate».

«Gal est un artiste attentif aux détails subtils et à l'humour. En sa double qualité d'artiste et de citoyen, il n'a jamais évité les thèmes de la guerre, de l'oppression, du racisme et de la détérioration de l'environnement. Ce sont surtout ces qualités démocratiques dont nous voulons hériter», argumente Jos Vander Velpen, président de la Ligue.

Le Prijs voor Mensenrechten 2004, qui entend mettre en évidence l'ensemble de l'œuvre de Gal, a été remis à l'artiste le dimanche 12 décembre 2004 au Théâtre de la Monnaie à Bruxelles. Le dessinateur a reçu une œuvre de la main de Hans Claus, l'artiste maison de la Liga voor Mensenrechten. L'année précédente, le Prijs voor Mensenrechten avait été attribué au gardien de prison brugeois Willy Derveaux. Gal avait déjà remporté en 2004 le prix BeNe qui récompense le meilleur travail de cartooniste de Belgique et des Pays-Bas, ainsi que le prix PCB belge (Press Cartoon Belgium).

### LE PRIX HENRY VAN DE VELDE EST ATTRIBUE AUX GRAPHISTES DE KNACK

Les Prix Henry Van de Velde sont les prix les plus importants dans le monde du design flamand. A l'étranger également, leur prestige s'affirme de plus en plus. Le prix des jeunes talents pose comme condition d'être diplômé depuis quatre ans au moins et d'avoir réalisé, en dix ans maximum, une œuvre à la fois homogène et innovatrice. Des critères remplis avec brio par les graphistes Tim Oeyen (° 1971) et Sanny Winters (° 1975). Le duo se dit inspiré par le dadaïsme, le graphiste américain Paul Rand et Dick Bruna, le père du petit lapin Miffy. Une communication directe, fraîche et accessible, des logogrammes à contenu et un message clair: telle est leur marque de fabrique. C'est à eux que l'on doit le restylage intégral de Weekend Knack ainsi que celui qu'a connu Knack voici quelques mois.

La rédaction de Weekend Knack édite 6 fois par an un numéro spécial sur la mode et 4 fois par an un numéro spécial sur la décoration, de véritables références de 200 à 300 pages. En outre, des magabooks paraissent chaque année: 4 fois par an, des recettes, des city trips, etc. Ces éditions de luxe sont vendues séparément et proposées aux lecteurs de Knack à un prix spécial. De nouvelles initiatives synonymes de nouvelle croissance.

### FOCUS KNACK

Un hebdomadaire des loisirs de 100 pages d'informations sur le cinéma, la musique, l'art et d'autres formes de culture, outre les programmes de télévision exhaustifs. Grâce à ce cocktail complet, Focus Knack atteint un nouveau public plus jeune. En peu de temps, Focus Knack est devenu le magazine par excellence dans le domaine du cinéma et de la culture et complète l'offre Knack.



Le package Le Vif/L'Express, Weekend Le Vif/L'Express, Télévif et Références.

■ LE NEWS

*Le Vif/L'Express, l'hebdomadaire d'information pour le marché belge francophone – avec Weekend Le Vif/L'Express et Télévif – est un magazine d'information complet, exposant toutes les facettes de l'actualité belge et internationale.*

**LE VIF/L'EXPRESS**

Le Vif/L'Express est le pendant francophone de Knack. Le Vif a été lancé en 1983 mais voilà près de 20 ans déjà qu'il est édité en collaboration avec le groupe français L'Express. Cette collaboration favorise la diffusion d'une information internationale de la plus haute qualité combinée à un travail journalistique professionnel de la rédaction belge.

Le Vif/L'Express réalise la même pénétration que Knack en Flandre: une diffusion payante de 82.500 exemplaires et 466.000 lecteurs CIM.

Le contenu du Vif/L'Express est tout à fait différent de celui de Knack, bien que les deux rédactions collaborent au sein du Brussels Media Centre où, avec les autres rédactions du groupe Roularta, elles peuvent utiliser les réseaux de documentation, d'information et de recherche qui sont reliés entre eux.

De temps à autre, les deux magazines d'information collaborent dans le cadre d'enquêtes nationales et de dossiers thématiques journalistiques.

**WEEKEND LE VIF/L'EXPRESS**

Lorsqu'un accord a été conclu en 1986 avec L'Express à l'époque du franco-britannique Sir Jimmy Goldschmitt, le magazine 'lifestyle' a été immédiatement lancé comme supplément hebdomadaire. Comme en Flandre, Weekend Le Vif/L'Express allait devenir un magazine à part entière faisant autorité dans le domaine de la mode et du design. Il complète le magazine d'information et permet au Vif/L'Express d'atteindre en Belgique francophone la même proportion de lecteurs masculins et féminins que Knack en Flandre.

Chaque année, Weekend Le Vif/L'Express édite également 6 numéros sur la mode et 4 numéros sur la décoration mais compte tenu de la différence de mentalité, de goût et de nature, il n'est pas question d'échanges avec le Weekend Knack flamand et tout le matériel est créé par la rédaction francophone. Progressivement cependant, on assiste au développement d'une forme importante de collaboration avec les éditions françaises du groupe Roularta: Maison Française, Maisons Côté Sud, Côté Ouest et Côté Est d'une part et Weekend Le Vif/L'Express d'autre part, s'échangeant de plus en plus de matériel. Le lecteur bénéficie ainsi de reportages de première qualité.

**TELEVIF**

Un magazine télé pratique avec des programmes de télévision exhaustifs complète l'offre du Vif/L'Express.

Un Vif Club très actif organise de nombreuses initiatives spécialement pour les lecteurs et propose à chaque fois des avantages supplémentaires: des voyages, des rendez-vous avec des vedettes de la mode ou de la culture, des entrées à prix réduit, etc.

**REFERENCES**

Avec Références, le package Le Vif/L'Express est complet. Références est un journal d'offres d'emploi, édité en collaboration avec Le Soir et Trends/Tendances, qui occupe une position dominante sur le marché belge.

## Trends/Tendances offre au lecteur une longueur d'avance, tout en élargissant ses connaissances et sa vision de l'entreprise d'aujourd'hui. Et ce, chaque semaine.

### ■ LE MAGAZINE D'AFFAIRES

*Trends/Tendances est édité par Roularta tant en néerlandais qu'en français. Chaque semaine, le magazine est accompagné de Cash, le magazine de l'investisseur.*

### TRENDS/TENDANCES

Le magazine d'affaires, qui fête son 30<sup>e</sup> anniversaire en 2005, compte plus de 232.000 lecteurs et a une diffusion payante de 38.900 exemplaires, soit le double de FEM Business aux Pays-Bas. L'approche très variée de la rédaction, qui s'attache aux problèmes macro-économiques mais plus encore aux affaires dans notre pays, en relation avec le contexte international, n'y est certes pas étrangère.

Trends/Tendances montre l'homme derrière les chiffres, des tranches de vie qui peuvent à chaque fois être un exemple pour l'homme d'affaires. Une leçon de choses car l'on apprend tant de ses réussites que de ses échecs. Trends/Tendances suit l'actualité de près et est surtout passionnant en raison des informations intéressantes recueillies dans tous les secteurs.

Roularta édite également les livres, le CD-ROM et le site Internet Trends Top reprenant toutes les données chiffrées des (plus de 30.000) entreprises belges. Cette mine unique d'informations permet des analyses diverses de sorte que l'hebdomadaire Trends/Tendances peut régulièrement afficher des classements intéressants. Les 200 sociétés qui ont connu la plus grande croissance dans les catégories petites, moyennes et grandes entreprises sont publiées par province.

Trends/Tendances organise, en outre, le dialogue entre et avec ces entrepreneurs: dans chaque province se tiennent régulièrement des rencontres des 'Trends Gazelles'. Ce sont des lieux de rencontre pour les éléments les plus dynamiques de la vie économique en Wallonie et en Flandre.

Trends/Tendances diffuse aussi des informations sur les styles de vie et les loisirs: des sélections de livres, de films, d'événements culturels et des rubriques hebdomadaires appréciées sur l'auto, la gastronomie et le golf.

Outre l'actualité et des informations de fond (via les rubriques Briefing et Focus), Trends/Tendances donne chaque semaine des conseils pratiques. La rubrique Stratégie publie chaque semaine une série de nouvelles idées d'affaires, e-trends, etc. La rubrique Fortune communique des informations pratiques relatives aux finances personnelles du lecteur.

### CASH

L'hebdomadaire Cash se combine à l'hebdomadaire Trends/Tendances: depuis février 2004, il est également édité sous forme de magazine, une revue à part entière pour l'investisseur, s'atta-

chant en premier lieu aux actions en Bourse mais également à toutes les autres formes possibles de placement. Cash dispose d'une rédaction distincte qui joue aussi un rôle important en tant que cellule centrale d'information à laquelle peuvent recourir les autres magazines du groupe. Cette cellule 'financière' publie deux fois par semaine la lettre d'information l'Initié de la Bourse (en français et en néerlandais), édite régulièrement des livres, organise des séminaires et fournit des 'dossiers sur l'argent' aux autres magazines d'information du groupe.

La cellule financière de Cash et de l'Initié de la Bourse assure également des commentaires boursiers sur la chaîne de télévision d'affaires Canal Z/ Kanaal Z.

*Trends/Tendances et Cash paraissent chaque semaine le jeudi.*







*Sport Foot Magazine, Sport Voetbal Magazine, des éditions spéciales sur les Championnats d'Europe, sur le cyclisme.*

## ■ LE MAGAZINE DE L'ACTUALITE SPORTIVE

Grâce à sa formule et sa périodicité, Sport Foot/Voetbal Magazine occupe une place unique sur le marché des magazines belges. Ce magazine du sport s'est développé au fil des ans pour devenir la référence dans le monde du sport.

### SPORT FOOT MAGAZINE F/N

Le magazine de sport, Sport Foot Magazine (F) et Sport Voetbal Magazine (N), a 25 ans et la formule prouve systématiquement depuis des années déjà qu'un magazine d'information sur le sport est tout aussi nécessaire qu'un magazine d'information générale et des affaires.

Sport Magazine touche un public jeune et particulièrement intéressé. Toutes les enquêtes menées auprès des lecteurs révèlent le phénomène exceptionnel que la revue est véritablement 'consommée' par les lecteurs de A à Z, de la première à la dernière page. Pour les passionnés, les nouvelles sportives sont manifestement une lecture particulièrement captivante.

Le magazine est enrichi de magnifiques reportages en couleurs et est réalisé par une rédaction mixte francophone/néerlandophone et une rédaction en chef bicéphale (F/N) donne les accents judicieux à chaque revue.

Outre le football (75%), les grands événements sportifs sont également passés en revue chaque semaine. Des rubriques hebdomadaires condensées sur le basket, le volley, le tennis, le cyclisme et le sport automobile, en plus d'un panorama sportif global, permettent au lecteur d'être à la pointe de l'information dans tous les domaines.

La rédaction de Sport Magazine lance, en fonction de l'actualité, des éditions spéciales sur le cyclisme, sur les Championnats d'Europe, etc.

Sport Magazine fait partie de la combinaison Be in the News. Avec une diffusion payante de 62.000 exemplaires et plus de 442.000 lecteurs présentant un profil jeune de haut niveau, il touche une partie très intéressante de la population en complément aux autres magazines d'information (après dédoublement).

## BE IN THE NEWS

Roularta regroupe les 6 magazines d'information belges: Le Vif/L'Express, Knack, Trends/Tendances, Trends, Sport Foot/Voetbal Magazine dans la combinaison publicitaire 'Be in the News'.

Roularta reste confrontée au défi de proposer cette combinaison comme la plus qualitative et la plus efficace qui existe sur le marché belge des médias. Il s'agit de communiquer clairement ce message au marché. Les annonceurs et planificateurs médias y ont tout intérêt.

## NEWS TEN

Une campagne de 10 publicités dans les 6 magazines d'information belges qui a une portée beaucoup plus grande et qualitative plus intéressante que n'importe quelle autre alternative. Le prix par contact est imbattable. Pour la première fois de son histoire, Roularta a décidé d'octroyer une réduction de 25% sur une combinaison de magazines. La qualité et la durée de vie d'une annonce en couleurs dans un magazine sont de loin les plus fortes: il n'existe pas de manière plus efficace de toucher les meilleurs groupes cibles dans ce pays.

## ■ LES MAGAZINES SENIORS EN EUROPE

Avec son partenaire Bayard Presse, Roularta continue à édifier un groupe international de presse spécialisée pour les seniors.

### PLUS F/N, PLUS PAYS-BAS, LENZ, VI OVER 60

En Belgique, le tirage de Plus a récemment connu une hausse appréciable à près de 124.000 exemplaires. Aux Pays-Bas, Plus avoisine déjà les 300.000 exemplaires net. Il est un succès: proclamé magazine de l'année en 2003, il est entre-temps devenu le plus grand mensuel néerlandais.

En Norvège, Vi over 60 continue sa progression. Il y réalise un tirage de près de 100.000 exemplaires. En 2003, Vi over 60 était le 'Magazine of the Year' en Norvège.

Quant à Lenz, il se hisse en Allemagne à un niveau déjà respectable pour ce pays: près de 400.000 exemplaires après la fusion avec Frau im Leben.

Roularta et Bayard Presse ont choisi de continuer à développer le titre en collaboration avec le groupe Weltbild et de lui donner du même coup toutes les chances de réussir. Le marché allemand est le plus grand d'Europe et grâce à cette collaboration, Lenz est devenu un titre ayant une assise suffisante pour permettre son entrée sur le marché publicitaire allemand.

La collaboration internationale entre les différents magazines est, pour les rédactions, une mine de matériel d'illustration, de reportage et de connaissance de dossier. Le lecteur peut

**Les plus de 50 ans constituent le groupe démographique dont la croissance est la plus rapide, avec le pouvoir d'achat le plus important, le plus de loisirs et une grande soif d'informations.**

feuilleter une revue particulièrement attrayante, agrémentée d'une dose mensuelle d'informations très intéressantes et pratiques. Pendant des années, le groupe cible des plus de 50 ans a été sous-estimé. Il s'avère à présent qu'il s'agit du segment de la population qui connaît la croissance la plus rapide, qui a le plus grand pouvoir d'achat, qui a le plus de temps libre et une soif d'informations utiles.

Au cours des 15 dernières années, Roularta/Bayard Presse a acquis un savoir-faire spécifique dans le domaine du service à ce groupe cible et de son approche. Les différentes techniques de marketing direct permettent d'augmenter systématiquement le nombre d'abonnés. La vente au numéro, qui initialement était moins importante, a décollé ces dernières années pour atteindre à présent 10 à 15%.

Les lecteurs des magazines seniors sont particulièrement interactifs avec leur revue. Ils répondent aux nombreuses offres intéressantes: voyages, événements, etc. Le dialogue avec le magazine est très intense; les rédactions ont un service spécial chargé de répondre aux maintes questions et lettres des lecteurs et jouent avec enthousiasme le rôle de médiateur.

*Les magazines seniors en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne et en Norvège.*



## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Nest et le spécial Nest Women.

### LE MAGAZINE COUNTRY

Nest est le magazine 'country' sur la vie en dehors des grandes villes. Pour les gens qui aiment la vie à la campagne.

#### NEST

Nest est le magazine country pour ceux qui aiment la vie à la campagne. Nest est une revue unisexe sur la vie et l'habitat comptant 5 grands piliers rédactionnels: la maison & le jardin, la gastronomie, la vie à la campagne, les loisirs et la nature & le bien-être. Pour tous ceux qui attachent de l'importance à ce qui est proche et précieux. Pour tous ceux qui se soucient de l'homme et de son cadre de vie.

**Nest est un magazine chaleureux, humain et accessible sur l'habitat et la vie en dehors des villes.**

Nest s'adresse aux personnes qui se sentent liées de façon moderne à la nature qui les entoure. Aux personnes qui veulent se sentir bien chez elles et qui dès lors accordent de l'importance à l'aménagement de leur intérieur. Aux personnes qui s'intéressent à leur cadre de vie et qui l'expriment dans l'aménagement de leur intérieur, dans le style de leur jardin ainsi que dans leurs découvertes gastronomiques et touristiques.

Nest est un magazine pratique et classe. Nest présente des choses qui sont accessibles. Nest est proche des gens. Nest encourage ses lecteurs à mettre eux-mêmes la main à la pâte grâce à un encart pratique et détachable et à des fiches de recettes à classer et à utiliser. Nest est donc une revue très concrète. Nest inspire et informe.

Nest est un magazine chaleureux, humain et accessible, tiré à 110.000 exemplaires et qui compte, outre la vente au numéro, 85.500 abonnés.

### LE MAGAZINE DE L'ENTREPRENEUR

Bizz est le mensuel 'business' pratique destiné aux jeunes entrepreneurs, aux cadres, aux indépendants et aux professions libérales.

#### BIZZ F/N

Le mensuel Bizz (F/N) est un magazine d'affaires calqué sur le modèle anglo-saxon 'How to'. Sa vocation est de déchiffrer l'actualité et de la transposer en informations vraiment utiles pour le lecteur.

Les journalistes de Bizz écrivent ces informations pratiques sur mesure pour l'individu.

A propos des hommes et des femmes qui recherchent des conseils concrets pour s'épanouir dans leurs activités professionnelles, quelles qu'elles soient.

Bizz a développé une véritable plate-forme de communication pour et avec ses lecteurs. Ils y trouvent partout la possibilité d'entrer en contact avec des journalistes, des auteurs et des personnalités ou des organisations dont traite Bizz.

Bizz est un magazine qui s'attache à trouver un équilibre entre travail et loisirs, qui se penche sur la manière dont chacun parvient à faire fonctionner sa vie et à faire vivre son travail.

www.bizzmagazine.be complète le magazine. Les lecteurs peuvent consulter le contenu du dernier numéro et rechercher des articles des exemplaires précédents. Ils peuvent également participer régulièrement aux enquêtes organisées par Bizz.

Avec un tirage de 24.500 exemplaires, Bizz touche 142.000 lecteurs (CIM).

*Bizz, le magazine qui s'attache à trouver un équilibre entre travail et loisirs.*



■ LE MAGAZINE TELE

*Télépro est le magazine de télévision francophone. Chaque semaine, il se veut être une source d'information fiable pour guider les téléspectateurs dans la jungle des programmes de télévision.*

TELEPRO

Avec une diffusion payante de plus de 150.000 exemplaires, Télépro touche 552.000 lecteurs (CIM 12+). Il offre chaque semaine un aperçu complet et bien structuré des programmes de plus de 60 chaînes de télévision et s'étoffe d'informations et de potins sur les stars du moment, tant de la télévision que du cinéma et de la radio. La rédaction n'aborde pas seulement le côté amusant de la vie: des témoignages, des analyses critiques et des articles de fond sur des questions actuelles ou de société donnent à chaque fois matière à réflexion au lecteur.

**Télépro est plus que la télé. C'est le magazine familial par excellence.**

Télépro regorge chaque semaine de conseils pratiques sur les thèmes les plus variés de la vie quotidienne: la santé, les soins de beauté, le droit, le tourisme, le bricolage, l'Internet et le multimédia, la cuisine, la littérature, la musique, les vidéos et les DVD. Télépro est le magazine familial par excellence. Chaque semaine, les enfants peuvent s'en donner à cœur joie en lisant la page de bande dessinée de Cédric et le panorama spécial de 'leurs' programmes de télévision. Des mots croisés et d'autres jeux permettent aux lecteurs d'essayer de gagner chaque année des prix pour plus de 150.000 euros.



*Télépro, un aperçu complet et bien structuré des programmes de plus de 60 chaînes de télévision.*



*Grande, une offre mensuelle de culture, de nature, de destinations et de découvertes.*

■ LE MAGAZINE DU MONDE

*Grande est un magazine de qualité dont l'approche lifestyle repose sur 4 grands thèmes: culture, nature, destinations, découvertes.*

GRANDE F/N

Grande emmène chaque mois ses lecteurs autour du monde et enrichit leurs connaissances dans le domaine du voyage. Son approche est claire et transparente et guide les lecteurs au travers des différentes rubriques jusqu'à leurs reportages favoris. Les destinations suivantes sont abordées chaque mois: destinations exotiques, l'Europe, villes belges et étrangères, la Belgique. Toutes ces régions sont présentées de manière originale et surprenante, découvertes fascinantes pour certains, retrouvailles inattendues pour d'autres. Les reportages sont rehaussés de superbes photographies réalisées par les meilleurs photographes belges. Les lecteurs peuvent s'immerger dans la destination du moment et littéralement toucher du doigt des cultures fascinantes. Mais les reporters de Grande aiment aussi à se retrouver sous des latitudes plus proches, en Europe ou en Belgique. Avec l'œil des connaisseurs, ils emmènent les lecteurs dans des coins inconnus ou oubliés, où il fera bon s'arrêter un moment. Les lecteurs de Grande sont d'actifs citoyens du monde. Il s'agit de personnes ayant bénéficié d'une formation supérieure, qui ont découvert le plaisir de voyager et entendent en jouir pleinement. Grande leur offre la possibilité de partir à la découverte du monde d'une manière peu ordinaire. Les lecteurs peuvent trouver sur le site [www.grande.be](http://www.grande.be) un résumé du contenu du dernier numéro de Grande ainsi que des informations sur les différents concours organisés par Grande pour ses lecteurs. Avec un tirage de 56.500 exemplaires (F/N), Grande touche environ 116.000 lecteurs (CIM).

## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Les publications Royals et Dynasty présentent chaque mois les activités royales.

### ■ GLAMOUR MAGAZINE

Les mensuels Royals et Dynasty suivent de près toute l'actualité des têtes couronnées d'Europe.

### ROYALS/DYNASTY

L'édition en langue néerlandaise compte autant de lecteurs aux Pays-Bas qu'en Belgique. Quant à l'édition française, elle est diffusée dans 30 pays.

Repris par Roularta au début de 2004, les titres affichent depuis lors une croissance constante de leurs abonnements. Les publications Roularta qui atteignent le grand public (De Streekkrant et De Zondag) et les chaînes télé du groupe leur assurent un excellent support promotionnel.

Ensemble, ces titres atteignent un tirage payant net de 78.350 exemplaires.

### ■ LES PUBLICATIONS MEDICALES

Roularta Medica est l'éditeur d'hebdomadaires, de mensuels, d'agendas médicaux, du Guide des Congrès, d'Info Cards®, de sites Web et de lettres d'information destinés au monde médical.

### LE GENERALISTE/DE HUISARTS

Le Généraliste/De Huisarts est destiné au corps médical. Sur le plan du contenu, cette revue repose sur des sujets forts comme l'actualité politique et sociale, les nouvelles médicales et scientifiques, ainsi que sur un service professionnel.

Mais des sujets plus légers comme la culture et les loisirs sont également abordés. Cet assortiment de thèmes est complété par des rubriques de services personnels dans lesquelles des sujets comme la fiscalité, le droit, les assurances, les pensions et la bonne gestion d'un cabinet et des finances entrent en ligne de compte.

Par l'intermédiaire d'une page d'opinions, les acteurs du secteur médical (médecins, syndicalistes, hommes politiques, employés, journalistes) peuvent donner leur point de vue sur des événements ou réagir par rapport à des commentaires qui ont été publiés auparavant.

Le Généraliste/De Huisarts entend diffuser un maximum d'informations en un minimum de temps. C'est aussi le plus lu et le plus apprécié des magazines médicaux spécialisés de Belgique (chiffres Multimed).

### SEMPER F/N

Un classique parmi les publications médicales. Semper s'adresse aux généralistes, aux spécialistes et aux pharmaciens. C'est le seul magazine de notre pays qui soit axé sur des thèmes spécifiques (informatique, style de vie, médicaments, génétique, etc.) tels que ceux-ci et leurs familles les perçoivent. Un compromis idéal entre 'need to know' et 'nice to know'.

Sa mission principale: apporter de la valeur ajoutée. Même les lecteurs qui le parcourent en vitesse doivent pouvoir y trouver un article qui les intéresse tout particulièrement. Qu'il s'agisse de médecine ou de pharmacie, d'Internet ou de 'lifestyle', d'investissements ou de culture.

### LES AGENDAS

L'agenda Gastro, L'agenda Cardio, L'agenda Gynécologie, L'agenda Psychiatrie et L'agenda Pédiatrie sont des revues trimestrielles (F/N) envoyées gratuitement à tous les gastro-entérologues, cardiologues, gynécologues, psychiatres/neurologues et pédiatres du pays. Outre les rubriques rédactionnelles (comptes-rendus de congrès, actualité, cas cliniques, commentaires de livres, etc.), chaque publication de L'agenda contient aussi le calendrier le plus complet de Belgique des réunions et formations scientifiques (régionales, nationales et internationales) dans les domaines concernés.

BodyTalk+: être au fait de l'actualité dans votre domaine d'activités. Le supplément mensuel de BodyTalk renferme un dossier approfondi sur des thèmes tels que les sports d'endurance et l'alimentation, les performances sportives et le surentraînement, la grossesse et l'exercice physique, etc.

## CONGRESS GUIDE

Tout le monde voyage pour apprendre. Les médecins et les spécialistes également. Avec, chaque trimestre, plus de 3.000 congrès et séminaires médicaux dans le monde, L'agenda – Guide des congrès/De agenda – De Congressgids est un outil de travail pour tous les médecins et spécialistes de Belgique. Sur la base de critères de recherche pratiques, le lecteur trouve facilement par pays ou par spécialité toutes les informations pratiques relatives aux congrès médicaux qui l'inspirent.

## AGENDAMEDICA.BE

Pour obtenir un aperçu général de toute l'année en cours, les médecins peuvent également s'inscrire gratuitement en ligne sur le site [www.agendamedica.be](http://www.agendamedica.be), où ils trouveront un lien direct vers la plupart des organisateurs de congrès médicaux, partout dans le monde. Plus de 3.000 au total.

## INFO CARDS®

Info Cards® sont un support de réponse directe idéal. Grâce à Info Cards®, les fournisseurs du secteur médical offrent la possibilité aux prestataires de soins de santé de faire connaissance avec leurs produits et services. Info Cards®, ce sont des carnets contenant des cartons-réponses qui sont envoyés à une sélection de professionnels médicaux (pharmaciens, dermatologues, vétérinaires, gastro-entérologues, gynécologues, généralistes, jeunes médecins, pédiatres, kinésithérapeutes, dentistes et diététiciens).

## LA LETTRE DE LA SANTE/UZ-GEZONDHEIDSBRIEF

Un magazine sur la santé, les maladies et leurs remèdes rédigé en collaboration avec la K.U.Leuven. Chaque mois, La lettre de la santé traite des sujets actuels liés à la médecine. Des articles fiables, riches en conseils et en informations utiles à toute la famille. Ecrits dans un langage clair et simple. La lettre de la santé s'adresse aux personnes qui suivent l'actualité médicale. Consacrer une demi-heure par mois à la lecture de ce magazine suffit amplement pour avoir une vision globale du secteur de la santé.

Dans La lettre de la santé, des médecins et des spécialistes donnent une réponse à des questions fréquemment posées. Huit pages d'informations autonomes et fiables. Un supplément propose chaque mois un dossier étendu autour d'un thème déterminé.

## BODYTALK

Un magazine sur le sport, le mouvement et la santé écrit en collaboration avec la VUB. Presque quotidiennement, la communauté scientifique fait de nouvelles découvertes sur les performances sportives, la condition physique et la santé. BodyTalk présente les résultats d'enquêtes intéressantes autour de ces sujets. Tout ça, vous le découvrirez aussi, en un coup d'œil, dans BodyTalk. Emmené par le professeur Jan Borms de la VUB, BodyTalk publie chaque mois des informations spécialisées mais brèves.

## DE EETBRIEF

Un mensuel sur la diététique et les régimes. Ecrit par des spécialistes de l'Hôpital Universitaire de Gand. Des informations actuelles sur le menu du jour. De Eetbrief est un manuel pour tous ceux qui sont soucieux de leur santé. Pas de jargon incompréhensible, mais des informations pratiques pour la composition de votre menu quotidien. Manger intelligemment n'est pas difficile. Preuves scientifiques à l'appui. De Eetbrief est un magazine indépendant, sans publicité. Sans subsides et donc parfaitement autonome. De Eetbrief Recepten est le supplément mensuel de De Eetbrief. Un manuel pratique avec des recettes délicieuses et saines à la fois.

*Le Généraliste/De Huisarts, Semper, Les agendas, Congress Guide, La lettre de la santé, BodyTalk, De Eetbrief.*





Les revues professionnelles pour le business et l'industrie.

## ■ LES MAGAZINES BUSINESS-TO-BUSINESS

Roularta Professional Information est le leader du marché sur différents terrains, avec des revues professionnelles pour l'industrie en général, pour l'industrie graphique, etc.

### INDUSTRIE TECHNIQUE ET MANAGEMENT F/N

Industrie Technique et Management est le magazine spécialisé destiné à l'industrie belge. Ce magazine est le résultat d'une fusion entre deux titres de qualité. Industrie était déjà omniprésent et proposait des informations de management. Technique et Management était le leader du marché sur les informations techniques.

Industrie Technique et Management se divise en 4 grandes rubriques:

**Management:** des aspects actuels du management industriel comme les RH, sales et environnement.

**Technology:** des dossiers plus techniques.

**Survey:** un dossier vertical sur, en alternance, Manufacturing, Logistics ou Process.

**Technopolis:** informations de produits, les nouvelles sectoriales...

Industrie Technique et Management est distribué à un groupe de lecteurs ciblé et étendu qui se retrouve à différents niveaux d'une entreprise. Aussi bien la direction que les managers généraux ou les décideurs techniques recevront donc Industrie Technique et Management. De cette façon, le magazine atteindra tous ceux qui sont concernés par le processus de décision au sein d'une entreprise. Aucun autre magazine ne possède cet atout.

### BUSINESS ICT

Business ICT n'a qu'un seul objectif: fournir une information complète et pertinente pour une gestion d'entreprise efficace. Business ICT est ainsi l'outil de travail désigné de tous ceux qui s'impliquent dans la politique de leur entreprise. Des analyses de marché claires, des enquêtes d'utilisateurs indépendantes, des interviews, des présentations de produits instructives et des études de cas sur les technologies de l'information et de la communication. Voilà ce que vous offre Business ICT dans ses 6 rubriques spécialisées: Data Management, Business Integration, Document Management, Network & Telecom, Internet & Intranet et Software Engineering.

### FACILITIES

Toute société souhaite se concentrer sur son activité principale et minimiser les processus sous-jacents. Le Facility Management est dès lors un phénomène qui s'est fortement développé ces dernières années. Le concept a pour but de contrôler intégralement les services internes et d'assurer ainsi le bon fonctionnement de l'entreprise. Le personnel et la direction de l'entreprise peuvent alors se consacrer pleinement – et de manière optimale – à leur activité principale. Le domaine des facilities comprend une vaste palette d'aspects sous-jacents. Citons notamment la gestion des bâtiments et de l'environnement de bureau, le nettoyage, le catering, la sécurité, l'environnement et la télécommunication. La majorité des lecteurs se situe dans l'industrie et le secteur des services. Néanmoins, Facilities est lu avec grand intérêt par les décideurs actifs au sein des instituts de santé et de l'enseignement, ainsi que par les instances publiques belges.

### NOUVELLES GRAPHIQUES/GRAFISCH NIEUWS

Depuis un demi-siècle déjà, Nouvelles Graphiques est le magazine de référence du secteur graphique en Belgique et au Luxembourg. Prépresse, technologies de publication traditionnelles et numériques, outils graphiques, POD,... des sujets suivis à la trace, qui reviennent régulièrement dans ses colonnes. Ses lecteurs sont des responsables d'imprimeries, de services de prépresse, de centres de finition, d'entreprises de papeterie et de

multimédia et d'agences publicitaires. Mais aussi des fabricants, des importateurs et des distributeurs de machines, de systèmes, de produits, de matériel et de logiciels pour l'industrie de la communication graphique. Le succès de Nouvelles Graphiques repose sur 3 piliers: le professionnalisme, l'indépendance et le style rédactionnel. Un magazine clair, où rien n'est à lire entre les lignes.

### M&C PUBLISHING

M&C Publishing est le premier magazine professionnel consacré à la publication électronique et aux flux de travail numériques, destiné au marché belge néerlandophone. Imagerie, prépresse, publication électronique, production numérique: toute la chaîne de traitement des données et d'édition, depuis l'introduction des données jusqu'à leur sortie, est analysée en profondeur.

M&C Publishing répond aux attentes des utilisateurs professionnels en leur fournissant les informations pertinentes qui leur sont nécessaires et qu'ils peuvent immédiatement mettre en pratique. M&C Publishing est un magazine de KBMB, un éditeur qui informe le secteur graphique depuis 50 ans déjà, avec la revue Nouvelles Graphiques/Grafisch Nieuws. La rédaction de M&C Publishing possède un accord de collaboration exclusif avec la revue professionnelle allemande Publishing Praxis (une édition parallèle au magazine Deutscher Drucker).



Les revues professionnelles pour le Facility Management et l'industrie graphique.

### ■ LES BULLETINS D'INFORMATION

*Biblo est l'éditeur spécialisé de bulletins d'information de haute qualité pour le monde fiscal, juridique et financier.*

Depuis quelques années, Biblo SA (100% RMG) fonctionne selon un système de rédactions établies par produit ou par publication, mais avec des 'cellules de connaissances' spécialisées. La cellule financière ne fournit non seulement le contenu spécialisé de ses propres publications (l'Initié de la Bourse, Cash, Cash.be, Chartisteinitié.be) mais également celui d'autres magazines, sites Internet et autres supports médias du groupe (Knack, Plus, LeVif, Canal Z/Kanaal Z, Le Généraliste/De Huisarts, Semper, etc.). La cellule fiscale et juridique est organisée selon le même principe de spécialité. Le pôle médical fournit de l'information médicale à différents supports à l'intérieur et à l'extérieur du groupe. La cellule informations sur les entreprises gère quant à elle une base de données et fournit un contenu relatif aux entreprises belges.

### LE FISCOLOGUE/FISCOLOOG

Le Fiscologue est la publication de référence en matière fiscale. Depuis déjà près de 25 ans. Une source incontournable d'infor-

mations. Respectée par le fisc. Et un outil de travail fiable pour les contribuables et leurs conseillers, qu'ils soient (experts-) comptables, fiscalistes, consultants fiscaux, réviseurs d'entreprise, juristes d'entreprise ou de toute autre profession ayant un lien avec la fiscalité.

Impôts des personnes physiques, impôts des sociétés, TVA, droits d'enregistrement, droits de succession, accises, taxes environnementales ou impôt des non-résidents... Le Fiscologue suit l'actualité de près. Et la traduit pour ses lecteurs dans un langage accessible.

### LE FISCOLOGUE INTERNATIONAL/FISCOLOOG INTERNATIONAAL

Le Fiscologue International étudie la fiscalité étrangère en adoptant un point de vue belge. Ce mensuel est spécialement destiné aux étrangers résidant en Belgique, aux particuliers et aux entreprises belges percevant des revenus à l'étranger, et à leurs conseillers. Le Fiscologue International étudie et interprète les décisions de justice internationales, la législation européenne, la littérature spécialisée internationale et d'autres sources pertinentes, et les traduit en informations directement utilisables.



## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Les bulletins d'information fiscaux, juridiques et financiers.

### BILAN/BALANS

Tous les 15 jours, Bilan informe ses lecteurs des droits relatifs à la comptabilité et aux comptes annuels, du droit des sociétés, du droit financier, des réglementations micro-économiques, du droit social, etc. Bilan offre à ses lecteurs un résumé de toutes les décisions de justice intéressantes pour les réviseurs, les (experts-) comptables, les juristes d'entreprise ou les conseillers. Bilan commente également les avis prononcés par la Commission des Normes Comptables et se tient informé des activités des instituts professionnels liés à la comptabilité. Bilan rend également compte des évolutions en la matière à l'échelle européenne et internationale. En particulier les normes comptables applicables dictées par l'International Accounting Standards Board.

### T.R.V.

Le magazine flamand Tijdschrift voor Rechtspersoon en Vennootschap (T.R.V.) figure depuis quelques années parmi les principaux magazines juridiques de Belgique. T.R.V. informe spécifiquement ses lecteurs du droit des personnes physiques et des sociétés.

Il traite également divers aspects de droit financier, de fiscalité et de comptabilité. T.R.V. est un magazine juridique axé sur la pratique. Avec des suppléments et des chroniques annuelles dans les différents domaines, des points de vue affirmés sur des problèmes en cours et des décisions de justice commentées. C'est en résumé un magazine critique et scientifique, multidisciplinaire de haut niveau, contenant des informations utilisables pour la pratique du droit.

### L'INITIE DE LA BOURSE/INSIDE BELEGGEN

Deux fois par semaine paraît l'Initié de la Bourse (anciennement Swingtrend). Depuis 1970, cette lettre de conseils en placement

suit de près les principales formes de placement: actions, obligations, fonds, devises... pour optimiser le rendement des portefeuilles de ses lecteurs, même en période de déconvenue boursière. Pour gagner de l'argent en Bourse, il faut avant tout savoir quand se positionner sur une valeur et quand la céder. Pour y arriver, il est essentiel de disposer d'une information correcte et fiable. Car seuls les investisseurs bien informés peuvent réagir vite et intelligemment. Ceux-ci savent quelles valeurs sont dignes d'achat et quand ils doivent vendre ou acheter, grâce au système unique de sélection et de suivi de l'Initié de la Bourse.

### LECHARTISTEINITIE.BE/BEURSGRAFIEK.BE

Il s'agit d'une lettre d'information en ligne sur l'analyse technique. L'analyse technique étudie l'évolution graphique du cours d'un produit financier et d'indicateurs importants. Elle se base pour ce faire sur le comportement – souvent inconstant – des investisseurs et représente sur le graphique les signaux d'achat et de vente. Quand la tendance baissière d'une action est-elle inversée et quand les signaux illustrent-ils l'amorce d'une remontée? Quand le cours d'une action a-t-il atteint son soutien et quand est-il temps d'acheter? Quand le cours butte-t-il contre sa résistance et quand faut-il vendre? Les réponses à ces questions se trouvent sur [www.lechartisteinitie.be](http://www.lechartisteinitie.be) et [www.beursgrafiek.be](http://www.beursgrafiek.be)

### BIBLO BASE DE DONNEES ACTIONS

Cette base de données contient tous les chiffres et toutes les données relatives à plus de 800 sociétés cotées, avec l'accent sur Euronext. Avec des possibilités de sélection et de recherche, des comparaisons, des graphiques, des ratios, etc. La source de cette banque de données: les articles et les listes des publications de Biblio. Cette source est commercialisée sous le nom EquityExpert.

[lechartisteinitie.be](http://lechartisteinitie.be)



Biblio base de données actions.

## ■ LES LIVRES TRENDS TOP

*Les éditions Trends Top constituent la source d'informations économiques et financières la plus consultée du pays.*

### TRENDS TOP 30.000

Dans le Trends Top 30.000, vous trouvez plus de 200.000 noms de responsables et de membres de la direction des 30.000 premières sociétés de Belgique. Ces personnes décident de 95% de ce qui s'achète ou est investi dans notre pays. Ces données sont complétées d'adresses, de numéros de téléphone, de fax et de TVA, d'adresses e-mail et de sites Internet utiles. En un coup d'œil, vous pourrez y trouver les principaux ratios économiques et financiers de ces entreprises: chiffre d'affaires, perte ou bénéfice, amortissements, fonds propres, frais de personnel, investissements, etc., mais aussi la place de la société dans le classement général par chiffre d'affaires et dans le classement selon la valeur ajoutée, le secteur dans lequel l'entreprise est active et bien plus encore. Vous saurez à quel rang se classe votre société, comment se portent vos concurrents, si vos fournisseurs sont fiables, qui sont les décideurs des autres sociétés, etc.

### TRENDS TOP CONSTRUCTION/TRENDS TOP BOUW

Trends Top Construction est la publication economico-financière la plus consultée du secteur de la construction. Cet ouvrage contient les noms de plus de 65.000 membres de la direction et cadres d'entreprise, ainsi que les profils de plus de 2.000 décideurs du secteur. Vous y trouverez aussi les principaux ratios économiques et financiers de 8.000 entreprises: chiffre d'affaires, perte ou bénéfice, amortissements, fonds propres, frais de personnel, investissements, etc.

Trends Top Construction est aussi le premier à publier les décisions importantes relatives aux bilans sociaux. Et évalue les informations liées à l'emploi, à la productivité et à la rentabilité du secteur. Les abonnés de la Chronique reçoivent un exemplaire de Trends Top Construction.

### CD-ROM TRENDS TOP

Toutes les informations importantes sur les 100.000 plus grandes entreprises et les 344.000 cadres sur un seul disque. Le CD-ROM Trends Top vous servira d'instrument de travail convivial permettant de rechercher, de traiter et d'analyser les données vous-même. Vous disposerez des coordonnées, des noms des personnes à contacter, des chiffres-clés financiers relatifs à ces entreprises, etc. Un clic de souris vous permettra de composer votre propre Top. Par région, par secteur ou selon d'autres critères.

### TRENDSTOP.BE

En tant qu'acheteur du livre et du CD-ROM, vous aurez gratuitement accès au site Web Top. Avec toutes les informations importantes sur les 100.000 plus grandes entreprises du pays. Actualisées chaque jour.

Les éditions Trends Top sont les sources d'informations financières et économiques les plus consultées du pays.



*Les éditions Trends Top.*

## ■ LES PUBLICATIONS RH

*Academici Roularta Media (ARM 50% RMG) est spécialisée dans les médias liés aux ressources humaines: carrière, choix d'études, développement personnel, etc.*

### GO

L'annuaire GO, dont émane le site [www.GOtalent.be](http://www.GOtalent.be), est le career booster des jeunes talents, un outil de communication idéal en matière de recrutement, y compris sur les campus.

Le Knack Studiewijzer est un supplément annuel à Knack qui aide le lecteur à s'orienter dans les études, trainings, formations, etc. ARM se charge également de la vente d'espace publicitaire dans les cahiers spéciaux enseignement qui paraissent dans Le Vif/L'Express, Knack, Trends/Tendances et Trends.

Sur le plan de la communication RH B-to-B, ARM réalise chaque année des éditions spéciales management RH pour Trends/Tendances et Trends.



*L'annuaire GO.*

## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Je vais Construire, De Kijkwoningengids, Hippos Vademecum et CAP.

### ■ LES PUBLICATIONS SUR LA CONSTRUCTION ET LA RENOVATION

Roularta est leader du marché belge des annuaires et mensuels destinés à tous ceux qui s'intéressent à la construction, à la rénovation et à l'aménagement.

#### JE VAIS CONSTRUIRE/IK GA BOUWEN

Media Office, une filiale de Follow the Guide créée en avril 2004, est spécialisée dans l'édition de publications aussi inspirantes que pratiques pour tous ceux qui construisent ou rénovent. Les mensuels Je vais Construire et Ik ga Bouwen font partie de son portefeuille médias, tout comme plusieurs annuaires (Le Guide de A à Z, Points Forts), la réalisation de Belgian Building Magazine, Building Services et la welcome box. En tant qu'éditeurs, Follow the Guide et Media Office (66,66% RMG) sont depuis plusieurs années actifs dans le secteur de la construction, avec des annuaires et des événements comme Bâtir/Bouwen, Le Guide de la Rénovation, La Journée flamande de la rénovation, Le Guide des Maisons-témoins, La Journée des Maisons-témoins et Meesterlijk Wonen.

### ■ LES PUBLICATIONS POUR LE MONDE HIPPIQUE

A l'intention des amateurs de chevaux, Roularta édite des annuaires ainsi qu'un superbe mensuel: Cap.

#### HIPPOS VADEMECUM

Une société d'édition à part, spécialisée dans le monde hippique. Hippos Vademecum (52% RMG) édite des guides destinés au monde hippique en Belgique et aux Pays-Bas. En outre, Hippos Vademecum est l'éditeur du luxueux mensuel Cap, le magazine des passionnés de chevaux.

### ■ MAGAZINES CLE SUR PORTE

Roularta Publishing est une société d'édition spécialisée dans la réalisation de magazines sur mesure.

Roularta Publishing est une société d'édition spécialisée dans les magazines sur mesure qui prend en charge l'approche globale du magazine: concept, mise en pages, rédaction, réalisation, impression et envoi de la publication.

L'équipe de Roularta Publishing peut toujours compter sur la collaboration des différentes divisions de Roularta qui disposent chacune de réseaux intéressants de collaborateurs du monde journalistique et artistique. Grâce à la synergie avec un grand groupe d'édition, il est clair que cette société possède des atouts considérables pour fournir une qualité de premier ordre au prix le plus bas.

Un aperçu des magazines de Roularta Publishing.



■ LES PRODUITS PLUS

Les initiatives se multiplient en vue d'étendre la marque. Les grandes marques de Roularta (Le Vif/L'Express, Knack, Trends, Plus, etc.) sont impliquées pour créer de nouveaux services et produits. Par la même occasion, une nouvelle offre intéressante est proposée aux lecteurs de ces magazines.

LIVRES

Roularta Books publie uniquement des livres qui intéressent les groupes cibles des différentes revues du groupe Roularta. En fonction du projet, une des deux pistes suivantes est retenue: soit le livre est distribué uniquement en librairie au prix normal, soit il est édité à grand tirage et proposé à un prix exceptionnellement bas aux lecteurs du Vif/L'Express, de Knack, de Trends, de Plus, de Nest, etc. Dans ce cas, les lecteurs trouvent un bon d'avantage dans leur magazine en échange duquel ils reçoivent une grosse réduction sur le livre en question. Les lecteurs de Knack bénéficient en moyenne tous les 15 jours d'une nouvelle offre. De

**Le service aux lecteurs est devenu une division distincte, une équipe de professionnels dans le domaine des livres, des voyages et des séminaires.**

magnifiques livres imprimés en couleurs sur des thèmes intéressants à des conditions exceptionnelles ou des magabooks: des éditions spéciales en format magazine, imprimés sur du papier luxueux avec une couverture plastifiée et reprenant des informations utiles: des livres de recettes, des encyclopédies politiques, des guides de voyages, etc. En collaboration avec la VAR (VRT), Roularta édite également la série de livres Globe, qui compte chaque année de nouveaux best-sellers.

SEMINARS

Roularta Seminars est une organisation professionnelle spécialisée dans les séminaires thématiques. En outre, tant Trends/Tendances (FR) que Trends (NL) programment chaque mois un rendez-vous avec les lecteurs. Des entrepreneurs de premier plan se prêtent au dialogue avec un public intéressant. Chaque année se tient également le Trends CEO Summit. Une nouvelle initiative a pour nom André Leysen Lecture. Roularta Seminars étend son réseau de partenariats et offre toujours aux partenaires les moyens de communication optimaux de Roularta Media en guise de réussite de leur initiative.



Des séminaires et des voyages pour les lecteurs sont des exemples des produits plus.

VOYAGES

Tant Le Vif/L'Express que Knack, Plus et Grande organisent des voyages pour les lecteurs avec à l'affiche un programme exclusif concocté en collaboration avec la rédaction des magazines. Les voyages sont annoncés dans les revues par le biais de reportages et un représentant du magazine fait office d'accompagnateur.

Un aperçu des offres de Roularta Books.



Les magabooks de Knack.



## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Les titres lifestyle français.

### ■ ART DE VIVRE EDITIONS (FR)

*Atmosphères et Ideat, 2 titres lifestyle qui s'adressent à un public jeune intéressé par toutes les facettes de 'l'art de vivre'.*

### ATMOSPHERES

Atmosphères est un mensuel féminin prestigieux, élégant, chic et éclectique. Une certaine ambiance, de belles photos, un style classique dont toute vulgarité est absente. Une source d'inspiration qui prête attention à l'art de recevoir, d'habiter, de se comporter. Un magazine lifestyle qui allie plaisir, humour et modernité, ayant une vision positive de la société. Pour des femmes actives, qui ont un regard original sur la mode, la beauté, l'évasion, la culture. Atmosphères a une diffusion nette de 113.554 exemplaires.

## Roularta France connaît un développement rapide grâce à des acquisitions ciblées.

### IDEAT

Ideat est le premier magazine lifestyle français. Tous les deux mois un magazine qui marie décoration, design et culture. Très décontracté, esthétique, Ideat se caractérise par un thème de couleur forte à chaque numéro. Mixité, transversalité, modernité, telles sont les tendances qui font d'Ideat un concept vraiment original. Diffusion: 55.069 exemplaires.

### IDEAT PUBLISHING

De la même manière que Roularta Publishing réalise des publications pour des clients belges, Ideat Publishing produit pour le marché français des magazines consommateur clé sur porte, du concept à la réalisation en passant par la rédaction. Ideat Publishing signe e.a. le magazine du Forum des Halles et le titre Maison/Décoration du Printemps.

### ■ COTE MAISON: MAISONS ET DECORATION (FR)

*Côté Maison SA (50% RMG) est l'éditeur de 5 excellents magazines de l'habitation et du lifestyle sur le marché français.*

### MAISONS COTE SUD

Le rêve incarné d'une maison au soleil est entièrement contenu dans le luxueux magazine Maisons Côté Sud. Les plus belles maisons fraîches, les mas, les bastides, tout un univers de luxe, d'artisanat et d'artistiques. Les plus belles campagnes: la Provence, la Toscane, l'Espagne, le Maroc, le Mexique, le Sud est large. Maisons Côté Sud est bourré de trouvailles, d'atmosphères insolites, de styles, de teintes, du goût de l'huile d'olive, un climat imprégné de soleil. Architecture, décoration, tissus, fêtes, saveurs, carnet de voyages, nature, jardins, maisons d'hôtes, bonnes tables.

Les éditions de Côté Maison.



On retrouve Maisons Côté Sud tous les deux mois sur les tables des épcuriens dans le monde entier. Diffusion: 119.174 exemplaires.

### MAISONS COTE OUEST

Maisons Côté Ouest fédère tous les amoureux de l'Ouest des côtes bretonnes à l'Est de l'Amérique du Nord. Toute l'âme celte vibre au fil des pages d'un magazine qui sait décrire et faire vivre des paysages de rêve, des traditions vivantes et bien sûr, des maisons pleines d'histoires et de plaisirs partagés. Un art de vivre qui ne se limite pas à la décoration et à l'architecture, mais qui s'étend aussi à la culture, à la création, à la gastronomie et au patrimoine. Tous les deux mois un magazine de caractère assez ébouriffant comme le vent d'ouest. Diffusion: 87.160 exemplaires.

### MAISONS COTE EST

Une émotion particulière vous saisit en ouvrant Maisons Côté Est, la qualité des objets, des matières, l'ambiance musicale, la chaleur d'une cheminée. Pour la première fois, un magazine se passionne pour cet art de vivre de l'Europe centrale, de l'est de la France à Vienne et Saint-Pétersbourg. En France, trois régions cultivent des racines de cette euro-culture: l'Alsace-Lorraine, la Franche-Comté, le Jura et le Nord des Alpes. De nouveaux territoires, immenses et mystérieux permettent de découvrir ou de redécouvrir des maisons patinées par le temps et qui allient confort et beauté sobre. La qualité des artisans, la gastronomie des terroirs, le savoir-faire de cultures traditionnelles sont soigneusement mis en valeur dans Maisons. Côté Est. Diffusion: 54.937 exemplaires.

### MAISON MAGAZINE

Moderne, bien documenté, il conseille le lecteur de l'aménagement à l'équipement en passant par la décoration. Devis, prix, astuces, techniques, choix des matériaux, des exemples en images, des avis d'experts. Un magazine pour aménager sa maison, tous les deux mois. Diffusion: 195.178 exemplaires.

### MAISON FRANÇAISE / MADAME FIGARO

Magazine de référence de l'esprit français, Maison Française offre une vision actuelle de la décoration et de l'art d'intérieur, à travers des reportages, très en phase avec l'esprit du temps. Rares sont les maisons qui ne comportent qu'un seul style. Maison Française aborde tous les styles et l'art subtil du mélange. Faire rêver, donner des conseils utiles, des idées nouvelles pour améliorer encore sa maison. La fusion avec Maison Madame Figaro s'est traduite par une augmentation vigoureuse du tirage. Un magazine de grande qualité graphique, tous les deux mois. Diffusion: 114.605 exemplaires.



*Maison Française, le guide pour l'aménagement de votre maison.*

## ■ STUDIO PRESS: IMAGE, MUSIQUE ET SON (FR)

*Le groupe Studio Press (100% RMG) est né du regroupement de 4 éditeurs spécialisés dans des domaines tels que cinéma, DVD, audio, vidéo, hi-fi et musique.*

### STUDIO MAGAZINE

Le mensuel visuel, élégant et glamour des passionnés de cinéma. Révélations, critiques, sélections, interviews, on entre de plein pied dans le monde du cinéma. Studio Magazine a su s'imposer au sein de la presse cinéma par des reportages époustouflants et par des moments intenses de cinéma. Studio Magazine fait vivre à ses lecteurs les rendez-vous importants comme les festivals de Cannes, Venise, Hollywood et Berlin. Une vision très impliquée sur le cinéma par une équipe de talents qui a parfois sauté le pas en tournant elle-même des films. Un magazine très soigné qui se feuillette comme l'album du 7<sup>e</sup> art. Diffusion: 86.823 exemplaires.



*Les titres de Studio Press pour le monde de la musique.*



## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Les titres de Studio Press pour le monde du cinéma, de l'audio, de la vidéo, de la hi-fi, du DVD, du home cinema.

### PIANISTE

Le plus grand magazine consacré au piano et aux pianistes en France. Un bimestriel complet pour jouer avec plaisir du piano. C'est non seulement un magazine qui réunit les musiciens amateurs passionnés de piano, mais c'est aussi 32 pages de partitions pour tous les styles de musique et tous les styles de piano, une méthode pour progresser pas à pas, un CD qui reprend tous les morceaux, des tests d'instruments de musique et des articles consacrés aux innovations, un site Internet interactif avec des 'master class'. Un ensemble unique qui a l'ambition de réunir tous les amateurs de piano. Diffusion: 20.000 exemplaires.

### PIANIST (GB)

Une version anglaise de Pianiste est publiée avec succès en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis selon la même conception mais avec une équipe de rédaction locale. Diffusion: 15.000 exemplaires.

### GUITAR PART

Leader de la presse spécialisée guitare, le mensuel Guitar Part a su s'imposer au sein de la presse rock par un mélange frais de pédagogie et d'esprit facétieux proche du lecteur, tout en développant une approche généraliste de la culture rock. De plus, les lecteurs jouent du rock: partitions, CD pédagogique, essais de matériels, interviews, enquêtes, dossiers, etc. accessible à tous, débutants comme experts. Pour tout savoir sur la musique et ceux qui la créent. Diffusion: 33.150 exemplaires.

### GUITAR COLLECTOR'S

Un trimestriel qui complète Guitar Part. Chaque numéro passe un artiste ou un groupe à la loupe: un régal pour jouer les grands noms de la guitare, les partitions et les tablatures des plus grands tubes de Bob Dylan, Prince, Ben Harper et des groupes mythiques comme Téléphone, ZZ Top, AC/DC etc. + un CD

d'une heure avec le son tel pour apprendre à jouer comme eux (avec play-back guitare et basse). Diffusion: 18.000 exemplaires.

### GUITARE CLASSIQUE

Un trimestriel plein d'informations pour les amateurs de guitare classique et acoustique, tant pour étudiants que professeurs, qui fait la part belle à tous les répertoires français, espagnols, brésiliens etc. Le seul magazine francophone qui réunit des guitaristes classiques autour des plus grandes vedettes de la guitare, des événements, des écoles etc. Mais surtout figurent en bonne place 32 pages de partitions, un CD pédagogique pour écouter comment bien jouer, le tout par niveaux de difficultés. Diffusion: 16.000 exemplaires.

### RECORDING MUSICIEN

Le meilleur magazine francophone pour les musiciens qui veulent avoir le 'son'. Une mine incroyable pour tout connaître sur les logiciels, hardware de qualité, le matériel, les techniques d'enregistrement, pour aider les débutants à progresser et pour informer les musiciens chevronnés: 40 pages d'essai de matos et un CD gratuit d'une grande valeur ajoutée (synthés, samples etc.). Des témoignages de grands musiciens à travers des articles musicaux d'une grande liberté de ton. Diffusion: 15.000 exemplaires.

### PRESTIGE AUDIO VIDEO

Le magazine qui découvre, présente, compare, mesure les matériels de très grande qualité, pour les passionnés de son et d'images. L'écrin des plus beaux objets de la passion audio et vidéo. Diffusion: 9.000 exemplaires.

### HIFI VIDEO HOME CINEMA

Le guide comparatif des technologies d'avenir: comment bien choisir? Comprendre les évolutions? Comparer les prix et les performances? Un guide de référence qui vous donne tous les mois les clefs pour bien vous équiper. Un titre historique créé en 1977, qui a su évoluer et qui continue de rencontrer un grand succès de diffusion. Diffusion: 17.000 exemplaires

### SONOVISION/BROADCAST

Un tour d'horizon mensuel, les solutions nouvelles pour créer, produire, diffuser, transporter, sonoriser des films et des images vidéo pour le cinéma, la télévision, les services de productions audiovisuelles des entreprises et des institutions. Sonovision édite aussi Qui fait quoi?, un outil au service de la profession, et Digital Film, entièrement consacré au cinéma numérique. Diffusion: 15.000 exemplaires.



Krant van West-Vlaanderen.



Les éditions régionales.



JOURNAUX ET PRESSE GRATUITE

LE JOURNAL PROVINCIAL

‘Krant van West-Vlaanderen’ est indissociablement lié à Roularta Media Group. L’entreprise est née avec l’édition du Roeselaarse Weekbode, qui est encore actuellement l’un des 11 grands journaux locaux axés sur des villes qui, ensemble, constituent ‘Krant van West-Vlaanderen’.

KRANT VAN WEST-VLAANDEREN

La combinaison de Krant van West-Vlaanderen avec, région par région, un titre authentiquement local, reste extrêmement forte. Réparti entre 11 éditions, le groupe est imprimé à un tirage de 92.000 exemplaires. Les titres locaux – Brugsch Handelsblad, De Weekbode, De Zeewacht, Kortrijks Handelsblad et Het Wekelijks Nieuws – n’affichent pas seulement, chacun, une ancienneté plus que respectable, mais réussissent en outre à éveiller progressivement l’intérêt d’un public de plus en plus jeune. L’intérêt qui est manifesté pour les événements régionaux

**Avec Krant van West-Vlaanderen, les nouvelles sont vues sous un angle ouest-flamand.**

est un fait avéré, et la manière dont Krant van West-Vlaanderen en tire parti est unique. Toutes les nouvelles des communes sont reprises au grand complet: avis familiaux, vie associative, événements d’ordre sportif et culturel, et même les nouvelles concernant le sport amateur et des jeunes.

Krant van West-Vlaanderen lui-même s’attache aux grandes nouvelles de la province et du pays, mais toujours vues sous un angle spécifiquement ouest-flamand. Un nouveau système informatique de rédaction permet de gagner beaucoup de temps grâce à une réalisation électronique du journal.

Les sièges de la rédaction à Bruges, Ostende et Courtrai continueront à être utilisés par les reporters locaux, mais tous les autres rédacteurs et collaborateurs travaillent de manière centralisée dès la rédaction générale basée à Roulers. En 2005, Krant van West-Vlaanderen passe complètement au format tabloïd et est donc prêt à affronter l’avenir.





De Streekkrant/De Weekkrant est distribué chaque semaine dans toutes les boîtes aux lettres de Flandre.

## ■ LES JOURNAUX TOUTES-BOITES

De Streekkrant (De Weekkrant dans le Limbourg) est distribué chaque semaine à tous les ménages de Flandre. Les premières éditions ont été lancées il y a plus de 50 ans. Aujourd'hui, De Streekkrant est le plus grand média de la Belgique néerlandophone, avec une portée plus vaste que la plus grande chaîne télé.

## DE STREEKKRANT/DE WEEKKRANT

Plus de 3,6 millions de lecteurs (enquête CIM récente), répartis, il est vrai, sur une cinquantaine d'éditions régionales différentes, font de De Streekkrant/De Weekkrant le plus grand journal du pays. La presse régionale gratuite semble bien se maintenir dans une conjoncture économique difficile. La formule rédactionnelle garantit une information variée selon les régions, grâce à l'implication d'un réseau de correspondants. Presque partout en Flandre, le marché local des petites annonces se trouve entre les mains du groupe De Streekkrant. Tant en matière immobilière que pour les annonces automobiles et les offres d'emploi, De Streekkrant/De Weekkrant est indiscutablement et de loin le leader du marché.

## EASY.BE

L'Internet permet une expansion intéressante en ligne par le biais du site Web Easy. Cette expansion garantit à l'annonceur un taux de réponse optimal.

En 2005, une collaboration avec Vlan.be est mise sur pied pour la partie francophone du pays.

Easy.be offre la possibilité au consommateur de faire très rapidement des recherches dans une offre immobilière, maisons et appartements dans toute la Belgique, un fichier très détaillé, basé sur toutes les annonces qui paraissent dans les éditions de De Streekkrant, et basé sur les portefeuilles de tous les biens immobiliers proposés par les agences immobilières et les notaires. L'offre est systématiquement actualisée.

Easy.be fournit au consommateur toutes les informations relatives aux voitures neuves, y compris toutes les options valables en

Belgique et les prix détaillés, ainsi qu'une offre spectaculaire de voitures d'occasion qui se trouve soit publiée dans une des éditions de De Streekkrant soit intégrée par le marchand dans l'offre globale qu'il publie sur le site Easy.be. Un moteur de recherche performant permet de mener à bien en un minimum de temps une recherche précise dans l'ensemble des voitures mises en vente partout en Belgique.

La troisième spécialité d'importance d'Easy.be concerne les offres d'emploi. De Streekkrant/De Weekkrant présente assurément l'offre d'emploi de loin la plus complète dans les divers postes ouverts en Belgique néerlandophone. Grâce à sa collaboration avec le VDAB – l'équivalent flamand du FOREM –, l'offre couvre pratiquement l'entièreté des postes vacants. L'annonceur reçoit l'assurance que l'annonce atteindra non seulement un maximum de lecteurs, mais aussi un maximum de visiteurs sur l'Internet.

La combinaison EasyJobs.be/VDAB touche plus de visiteurs que n'importe quel autre site d'offres d'emploi.

Le visiteur a accès à l'offre globale soit par le biais de destreekkrant.be soit via EasyJobs.be, soit encore via le site du VDAB (vdab.be).



## TAM-TAM

Avec Tam-Tam, Roularta a pour ambition de proposer un nouveau réseau de journaux extrêmement locaux, qui paraissent tous au petit format tabloïd et qui – complémentaires aux titres de grand format de De Streekkrant – permettent de venir en renfort à une campagne.

## Un réseau de journaux locaux complémentaires à De Streekkrant.

En plus des titres propres à Roularta, comme Tam-Tam Blankenberge, Brugge, Gent, Knokke et Wetteren, le groupe Tam-Tam englobe également les éditions du groupe Verheyen (Anvers) et de Publitor (Torhout). L'intention de l'éditeur est de lancer une édition locale de Tam-Tam dans les régions d'Anvers, de Bruges et de Gand, où le tirage de De Streekkrant est bien trop important pour l'annonceur local. Outre le groupe De Streekkrant/De Weekkrant, la régie de Roularta Media représente ainsi un deuxième réseau.

## JORNAL DA REGIAO

Avec le groupe portugais coté Impresa, Roularta a lancé le premier journal toutes-boîtes du Portugal. A présent, Jornal da Região est tiré à 220.000 exemplaires répartis en 6 éditions régionales. La formule d'édition (format, contenu et mise en page) est basée sur De Zondag.

*Tam-Tam: un deuxième groupe de toutes-boîtes locales.*

*6 éditions au Portugal.*



*Le journal gratuit distribué via les boulangeries, le dimanche.*

## LE JOURNAL DU DIMANCHE

*De Zondag existe depuis plus de 5 ans et est déjà l'un des plus grands médias de Flandre. Aucun journal (à l'exception de De Streekkrant) ne touche autant de lecteurs.*

## DE ZONDAG

Le journal gratuit du dimanche, De Zondag, atteint toute la Flandre. Sa formule de distribution originale, via les boulangeries, permet de diffuser en quelques heures, chaque dimanche matin, 630.000 exemplaires. A un moment unique, à destination d'un public remarquablement intéressant et sélectif. Ce sont en effet les

**De Zondag vous offre un mélange de nouvelles locales et régionales, signale les activités intéressantes et les événements sportifs du dimanche, et vous donne également des informations pratiques. Le tout, adapté à l'atmosphère du dimanche.**

citoyens les plus éveillés de Flandre qui s'occupent tous les dimanches matins de faire une fête du petit déjeuner. Et pas de petit déjeuner dominical sans journal dominical, qui donne quantité de nouvelles locales, l'agenda du dimanche, des annonces sous rubriques et des informations commerciales relatives à la région. Sans oublier un nombre croissant d'annonces sur toute la Flandre, puisque De Zondag couvre l'ensemble du territoire flamand. Quant à sa régie publicitaire, elle est confiée à Scripta, la même qui représente aussi le groupe Vers L'Avenir, le groupe Libre Belgique, Krant van West-Vlaanderen et le groupe De Standaard. Si l'on ne tient pas compte de De Streekkrant, De Zondag est de loin le plus grand journal d'information du pays. Il atteint le lecteur à un moment où il n'est sollicité ou influencé par aucun autre média, où il est attentif et réceptif à des formules intéressantes.

## [RAPPORT DES ACTIVITES]



Des magazines lifestyle gratuits, au-delà des frontières.

### ■ LES MAGAZINES URBAINS

Les magazines gratuits Steps (dans toute la Flandre) et Style (qui paraît aux Pays-Bas), City Magazine (Slovénie), A Nous Paris, A Nous Lille, A Nous Lyon sont des magazines urbains complets proposant des articles lifestyle et un guide des loisirs.

### STEPS ET STYLE

Steps adopte une nouvelle formule de distribution: une combinaison de 'push et pull'. D'une part, le magazine est distribué en toutes-boîtes dans les quartiers résidentiels et, d'autre part, au travers d'un réseau de présentoirs très voyants dans les parkings, les meilleures boutiques et les meilleurs établissements horeca. Steps est unique en son genre, avec son grand format magazine et sa remarquable qualité d'impression couleurs à chaud sur papier satiné. Steps profite au mieux des excellentes opportunités qu'offrent les presses grand format de Roularta. Ces dernières permettent en effet de réaliser en presse à chaud jusqu'à 64 pages de grand (double) format magazine (voir Steps), et ceci en un passage avec agrafage sur la presse de manière à permettre une finition très rapide, avec coupe finale. Une telle technologie garantit une qualité de très haut niveau à des prix imbattables pour les annonceurs.

Dans les grands centres comme Anvers, Gand, Bruges et Louvain, Steps City Magazine paraît tous les 15 jours. Ailleurs, tous les mois.

### TARIFS INTERREGIONAUX

Dans le nord de la France, à Lille, Roularta édite A Nous Lille, un magazine urbain présentant la même formule que Steps. De cette manière, de nouvelles opportunités sont ouvertes aux annonceurs de Flandre-Occidentale et du nord de la France, qui peuvent ainsi faire passer leurs annonces par-delà la frontière.

En collaboration avec le Zeeuwsch Vlaams Advertentieblad est édité Style Zeeuws-Vlaanderen. Ce ne sont non seulement les annonceurs néerlandais, mais aussi les annonceurs de Flandre-Occidentale et de Flandre-Orientale qui peuvent bénéficier de cette nouvelle opportunité.

Dans le Brabant néerlandais, les éditions de Style permettent des combinaisons avec les éditions de Steps d'Anvers et du Limbourg.

De nouveaux tarifs publicitaires interrégionaux intéressants sont d'application, tant pour les régions frontalières franco-belges que belgo-néerlandaises.

En France, le groupe 'A Nous' est renforcé par le lancement des titres A Nous Paris, A Nous Lyon, etc.

En Slovénie, le titre City Magazine est édité en collaboration avec le groupe GV (30%).

D'autres villes européennes sont à l'étude.

## TELEVISION, RADIO ET NOUVEAUX MEDIAS

### ■ L'EMETTEUR FAMILIAL

*VTM choisit résolument la programmation flamande et des programmes d'information de qualité, et vous offre un mélange réussi de valeurs sûres et de nouveaux programmes.*

#### VTM

La première chaîne commerciale pour la Belgique néerlandophone, VTM, a été créée en 1988. L'initiative était basée sur un accord politique en vertu duquel les différentes sociétés de presse ont eu l'opportunité de participer au nouveau phénomène, étant donné que le lancement de la télévision commerciale menaçait de provoquer un énorme déplacement des revenus publicitaires. Initialement, neuf sociétés étaient représentées, Roularta s'octroyant quasi 11%. Au fil des ans, la plupart des sociétés de presse ont vendu leurs parts de sorte qu'en 1998, la situation se résumait à un accord de collaboration 50/50 entre De Persgroep et Roularta. Depuis, Vlaamse Media Maatschappij, qui est actuellement responsable de VTM, KANAALTWEE et JIMtv ainsi que de l'émetteur radio Q-Music, continue à développer une offre toujours plus vaste.

VTM est la chaîne familiale qui s'adresse à un large public en lui proposant un programme varié qui consiste pour une très grande part en productions flamandes. Elle assure elle-même tous les bulletins d'information, les magazines et les débats, etc. Pour les divertissements, les fictions, les séries, etc., elle fait plutôt appel aux différentes maisons de production en Belgique et à l'étranger.

La chaîne continue d'investir dans une innovation permanente dans tous les domaines. Il s'agit de défendre la part de marché de près de 30% et de l'augmenter, en concurrence avec les deux émetteurs de la chaîne publique flamande.

#### PAY TV

Début 2005, un accord de coopération a été signé entre Roularta et Telenet concernant l'exploitation des chaînes de télé payante consacrées au cinéma, au sport etc. (l'ancienne Canal+ Vlaanderen). De ce fait, un nouveau marché est développé pour la première fois, où le spectateur paie pour visionner les pro-



VTM, situé à Vilvoorde.

grammes. VMMA est ainsi d'emblée prête pour la télévision numérique et interactive.

### ■ L'EMETTEUR DES LOISIRS

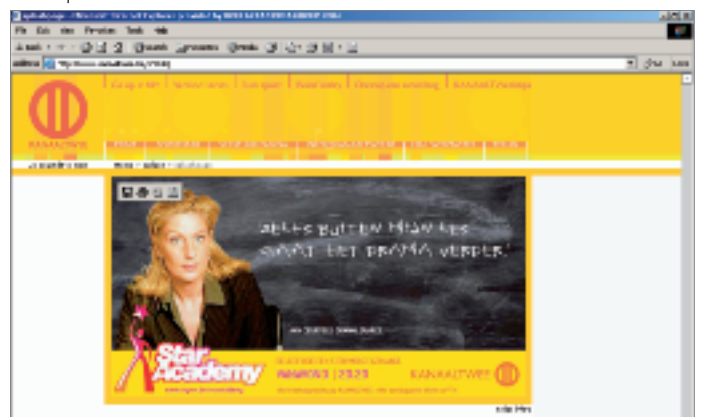
*Avec son offre alléchante de divertissement, de sport, de musique, de films et de grandes séries américaines, KANAALTWEE se définit comme l'émetteur des loisirs par excellence.*

KANAALTWEE séduit un public jeune et dynamique de cinéphiles en leur proposant les meilleurs films et séries américains. En télévision mais également en dehors...

KANAALTWEE s'adresse au téléspectateur actif, sûr de lui et branché. Une TV qui ne se limite pas à la TV mais qui se fonde dans la culture des jeunes et est présente partout où ils sont: également en ligne et hors écran.

Le site Web de KANAALTWEE est étoffé d'informations supplémentaires sur le monde des médias, de biographies de vedettes, d'économiseurs d'écran et de fonds d'écran. Pour les activités hors écran, le principe est de faire moins mais d'approfondir et de viser une plus grande qualité.

KANAALTWEE, l'émetteur des loisirs.



## [RAPPORT DES ACTIVITES]



JIMtv, l'émetteur des jeunes.

### ■ L'EMETTEUR DES JEUNES

JIMtv existe depuis plus de 3 ans et est entre-temps devenu le plus grand émetteur musical pour les jeunes en Flandre.

#### JIMTV

JIMtv est le plus grand média 'jeunes' de la Belgique néerlandophone, plus de 10% de tous les 13-30 ans se branche sur la chaîne, qui leur propose 'plus que de la musique'. Même plus de 50% de ce groupe cible sur une base mensuelle.

JIMtv est la chaîne des jeunes qui aborde des sujets qui intéressent les jeunes: jeux, films, mode, lifestyle, sport et donc aussi musique.

Les jeunes d'aujourd'hui sont des échantillonneurs. Ils ont des centres d'intérêt très divers et le choix du jour dépend de leur état d'esprit. JIMtv essaie d'y répondre grâce à une offre très variée.

Les médias interactifs donnent naissance à de nouvelles communautés et les jeunes peuvent montrer leurs intérêts plus que jamais. Ils ont l'habitude de l'interactivité qui est intégrée dans chaque programme par les votes, les références au site Web, le chat ou les SMS. Chaque jour, JIMtv retransmet plus de 10 heures de direct permettant aux jeunes de réagir directement.

### ■ L'EMETTEUR DES AFFAIRES

Canal Z/Kanaal Z est une initiative télévisuelle unique: une télévision économique et financière belge, 24 heures sur 24.

#### CANAL Z/KANAAL Z

Canal Z/Kanaal Z est la chaîne de télévision belge des affaires qui atteint déjà plus de 300.000 téléspectateurs par jour et 770.000 téléspectateurs sur une base hebdomadaire. Cette chaîne ouverte qui, grâce à son programme varié d'informations, peut être vu à toutes les heures de la journée et touche déjà un vaste public.



La chaîne de télévision belge des affaires.

Canal Z/Kanaal Z est dès lors un média remarquable, non seulement pour les informations économique-financière et les campagnes business-to-business, mais aussi pour les campagnes portant sur des produits qualitatifs qui ont trait au style de vie des téléspectateurs.

La programmation reprend non seulement des informations business sur la Belgique et l'étranger mais également des informations et des commentaires boursiers ainsi qu'une offre plus vaste portant sur les finances personnelles et des informations pratiques pour les petites et moyennes entreprises.

Sur le plan rédactionnel, des synergies sont recherchées avec les rédactions de Trends/Tendances et Trends, Le Vif/L'Express et Knack, Bizz et Industrie Technique et Management. Knack TV/Trends TV est un programme d'interview en boucle en collaboration avec Knack et Trends. En outre, sous l'angle du marketing et de la promotion, une synergie parfaite entre médias imprimés et audiovisuels est visée.

---

**Canal Z/Kanaal Z est un média remarquable non seulement pour les infos économique-financière et les campagnes B-to-B, mais aussi pour les campagnes sur des produits qualitatifs qui ont trait au style de vie des téléspectateurs.**

---

## ■ LES EMETTEURS REGIONAUX

*Roularta a inventé le système permettant la télévision régionale: des nouvelles locales diffusées en boucle de manière à avoir une portée maximale.*

### RMM (FOCUS TV, WTV, RADIO MANGO), RTVM

Roularta participe à concurrence de 50% dans RMM (Regionale Media Maatschappij), outre les deux ASBL qui détiennent les licences des chaînes Focus TV et WTV. Ces deux chaînes ont été regroupées dans de nouveaux locaux à Roulers où elles peuvent faire un usage optimal de leurs synergies en matière de vente d'espace publicitaire, de promotion et de production. Depuis lors, RMM est devenue une société d'exploitation rentable.

Dans le Brabant, Roularta continue à assurer la régie publicitaire de Ring TV.

Entre-temps, les chaînes régionales de Flandre continuent à améliorer leurs chiffres d'audience. Progressivement, un nombre croissant d'autorités locales, de villes, de communes et de provinces sont prêtes à faire usage de ce canal de communication unique et à investir dans des budgets de communication.

Les chaînes ouest-flamandes (Focus TV et WTV) ont un budget de fonctionnement de plus de 7 millions d'euros qui leur permet de réaliser chaque jour un bulletin d'informations complet, plus de 15 reportages différents par jour, en moyenne, un programme 'lifestyle' de week-end, un programme d'informations qui donne des nouvelles de la province, le week-end, et un nombre croissant de programmes complémentaires relatifs au sport et à la culture. En 2003, un projet interrégional a été lancé, avec l'aide de l'Europe. No Télé dans l'ouest de Hainaut, C9 à Lille et WTV dans le sud de la Flandre réalisent ensemble 3 programmes: le programme culturel Pu.l.s, le programme socio-économique Transit et le projet 'la vie quotidienne transfrontalière' (qui n'est pas un programme en soi mais un sujet plaisant, puisé dans l'actualité).

La régie publicitaire nationale des chaînes de télévision régionales est assurée par RTVM, une société de régie à laquelle participent 3 sociétés flamandes de presse: Roularta, De Persgroep et Concentra.

Les perspectives de rentrées publicitaires nationales pour ces chaînes semblent bonnes, dans la mesure où un nombre croissant d'annonceurs nationaux sont intéressés par l'important cumul d'audience que présente la télévision régionale: 25% de la population télévisuelle est atteinte chaque jour. Cumulé sur une base hebdomadaire, ce pourcentage se monte à 60%.

Les chiffres d'audimétrie, qui sont utilisés en premier lieu pour les chaînes nationales, confirment cette audience cumulée qui avait déjà été mise en lumière auparavant par des enquêtes téléphoniques spécifiques, organisées depuis des années avec la collaboration du bureau d'études TNS.



*RMM (Regionale Media Maatschappij) est établie à Roulers, au cœur de la province de Flandre-Occidentale.*

## ■ L'EMETTEUR DE MUSIQUE ET D'INFOS

*Q-Music est une radio professionnelle avec de grandes voix et rien d'autre que de la bonne musique destinée à un public d'adultes actifs. Une initiative de VMM (50% RMG).*

### Q-MUSIC

S'adresser au groupe cible des 18-44 ans en faisant ce que d'autres stations de radio ne font pas, telle était la mission de Q-Music au moment de son lancement en novembre 2001.

C'est la première fois qu'a été accordée une licence à une radio commerciale pour toute la Flandre. Entre-temps, l'émetteur a acquis une position solide avec un style reconnaissable, une programmation excellente, des actions originales et une image de marque à laquelle s'identifie volontiers l'auditeur.

---

**Q-Music a un style reconnaissable, une programmation soignée, des actions originales et une image à laquelle s'identifie volontiers l'auditeur.**

---

Début 2005, Q-Music possède déjà une part de marché de plus de 20% auprès des 12-34 ans. Q-Music touche ce groupe cible dès potron-minet.

Deckers & Ornelis, le duo le plus créatif du matin en Flandre, ont pour vocation d'aiguiser à l'heure de pointe du matin la curiosité des auditeurs pour qu'ils ressentent le besoin de continuer à écouter et de se démener pour imposer la fréquence de Q-Music sur leur lieu de travail. Il s'agit également d'un public motivé. Lorsque Deckers & Ornelis lancent un appel, Q-Music reçoit 6.000 SMS dans la minute.



*Après 3 ans à peine, Q-Music donne déjà le ton dans le paysage radiophonique flamand.*

Le nouveau plan de fréquences de 2004 a encore amélioré sensiblement la portée de Q-Music.

En 2005, un accord de coopération a été conclu pour la régie publicitaire de l'autre chaîne de radio privée, 4 FM. Ensemble, Q-Music et 4 FM atteignent d'ores et déjà 30% du groupe cible des 12-34 ans. Les activités radio de VMMA apportent déjà une contribution non négligeable au résultat du groupe.

### ■ L'INTERNET ET VMMA

*Les services interactifs développés et commercialisés par VMMA (50% RMG) sont pris d'assaut par les entreprises de divers secteurs et par d'autres acteurs médiatiques. Grâce au timing parfait, VMMA occupe une position de marché stratégique.*

### VTM, KANAALTWEE, JIMTV, PARATEL

Entre-temps, des milliers de personnes suivent l'actualité, les résultats de football et le déroulement des courses cyclistes via SMS. Un nombre croissant de programmes prend une dimension interactive. Le spectateur peut participer au jeu par SMS, mais aussi voter à propos du déroulement du programme ou envoyer son avis par SMS comme sur KANAALTWEE chat.

A partir de 2002, les abonnés aux MMS breaking news reçoivent des informations sur leur GSM, étayées par des photos et des extraits sonores. Il est également possible de connaître à l'avance les sujets traités par le programme Telefacts de VTM.

Sans oublier i-Text, la première forme de publicité interactive où les téléspectateurs peuvent obtenir des informations additionnelles sur le spot publicitaire qu'ils viennent de voir, simplement en appuyant sur le bouton du télétexte. Le marché de la publicité a réagi très positivement à cette innovation et en exploite pleinement les possibilités d'utilisation directe.

Grâce à l'expertise développée ces dernières années par le département en matière de télévision et d'interactivité, VMMA a obtenu la présidence du CTAG (Commercial Television Application

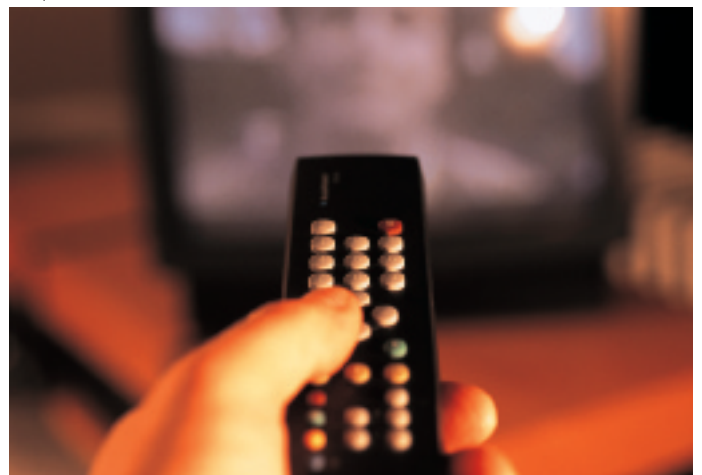
Group). Le CTAG regroupe les spécialistes des nouveaux médias de différents émetteurs commerciaux européens et fait office de plate-forme de réflexion pour la Télévision Numérique Interactive (iDTV). De la sorte, VMMA partira d'une position privilégiée lorsque l'iDTV sera introduite en Flandre.

Les deux principaux domaines d'activités de Paratel (100% VMMA) sont les SMS et l'IVR, c.-à-d. les lignes 0900, 070 et 0800. Paratel assure le traitement automatisé de ce type d'appels. C'est la seule société en Belgique à proposer conjointement l'IVR et les SMS. Paratel est le premier à proposer des applications MMS: MMS breaking news et les sujets de l'émission Telefacts de VTM. Paratel a réalisé 50% de son chiffre d'affaires grâce à l'IVR, les autres 50% étant à l'actif des SMS, un produit qui n'existait pas encore voici 3 ans. De même, on prévoit que les MMS ne cannibaliseront qu'une petite partie des revenus des SMS et de l'IVR. 80% des revenus proviennent des loisirs – jeux, votes, sondages – pour seulement 20% des informations comme la météo ou les conditions de circulation.

Ces résultats sont assez uniques. Après la Scandinavie, la Belgique est la plus avancée dans le domaine des SMS. Les pays voisins ont un retard d'environ un an et demi. Cette situation n'est pas due uniquement à Paratel mais également aux opérateurs qui pratiquent le reverse billing (c'est le destinataire qui paie).

A l'horizon pointent à présent aussi des possibilités intéressantes comme la télévision interactive et digitale ainsi que les 'location based services'. Il faut encore attendre pour voir ce qu'ils auront à offrir mais sur la grille de départ, Paratel occupera en tout cas la première position.

*VMMA est prête à saisir les nouvelles possibilités de la télévision numérique.*



■ LES SITES COUPOLES

Roularta Media Group utilise ses 3 marques les plus prestigieuses pour chapeauter sur l'Internet toutes ses initiatives journalistiques.

**KNACK.BE, LEVIF.BE, TRENDS.BE**

Knack.be, Levif.be et Trends.be veillent à créer une interactivité croissante entre les rédactions et les lecteurs. Le rédacteur renvoie le lecteur au site où figurent des informations complémentaires sur le thème qu'il traite dans son article. L'information parue dans le magazine aborde l'actualité et les informations de base dans un langage concis et accessible. Le lecteur qui veut en savoir plus, parce qu'il est passionné par l'article ou parce que ce dernier a éveillé sa curiosité, trouvera sur le site un supplément de documentation: liens vers d'autres articles et vers des archives, textes légaux complets, autres textes, etc.

A l'ensemble d'informations Knack.be, Levif.be et Trends.be appartiennent aussi les sites de communautés.

Les.investisseurs.net est un site fréquemment visité et rentable. Il sert de modèle à d'autres initiatives ciblées comme les sites het.gastronomen.net et het.reiswijzers.net qui sont également développés par la rédaction. Celle-ci peut prendre appui sur le réseau de journalistes de RMG et peut établir des liens vers les bases de données du groupe, ses archives, annuaires et guides. Les rédactions expérimentent de nouvelles formules d'interactivité avec le lecteur, par le biais d'enquêtes, de débats et de forums des lecteurs pour obtenir des commentaires.

**Internet comme prolongement des magazines d'actualité, avec le service le plus complet à l'égard des gastronomes, des voyageurs, des femmes et hommes d'affaires, ...**

La possibilité est offerte aux abonnés de Knack, du Vif/L'Express et de Trends d'avoir accès aux archives des magazines et au numéro de la semaine en cours. Il est demandé pour ce service un prix distinct. Les frais de développement et de rédaction de ces sites de contenu sont supportés par le budget de rédaction de Knack, du Vif/L'Express et de Trends.

**EASY.BE**

Easy.be est le site convivial de De Streekkrant et de De Zondag. Sur le portail easy.be, les internautes retrouvent une offre concrète dans des domaines variés: immobilier et offres notariales, emplois et voitures, vacances et loisirs, ainsi que de petites



*Les sites coupoles Knack.be, Levif.be et Trends.be offrent un éventail complet d'informations.*

annonces relatives à des articles divers, allant des animaux aux antiquités. Grâce à une fonction de recherche simple et adaptée, l'internaute peut définir sa propre recherche en toute facilité. Une recherche affinée engendrera un résultat taillé sur mesure. Le concept d'Easy.be représente une combinaison optimale entre les médias imprimés et l'Internet. Par médias imprimés, on entend ici le département Presse Gratuite de Roularta Media Group, avec ses marques fortes comme De Streekkrant et De Zondag.

Les publications et produits gratuits exercent toujours un grand attrait sur un vaste public, mais dans le même temps, l'usage de l'Internet se répand incontestablement. Easy.be constitue le maillon entre les deux médias et offre une interactivité parfaite tant au lecteur ou à l'internaute, qu'à l'annonceur ou à l'offreur. A cette fin, Roularta Media Group recourt à tous ses médias afin de faire connaître le site au grand public.

Allié à Vlan.be depuis le début de 2005, Easy.be propose désormais une offre nationale complète, tant en français qu'en néerlandais, e.a. de tous les biens immobiliers du pays. Easy.be/vlan.be est d'emblée le plus grand site, avec la plus grande base de données et le plus grand nombre de visiteurs.

*Easy.be évolue à toute allure comme premier site belge sur l'auto, l'immo, les offres d'emploi et les petites annonces.*







*Roularta Printing, imprimerie offset qui produit une excellente qualité.*

## ■ L'IMPRIMERIE

*Roularta Printing est la plus grande imprimerie offset de Belgique. Elle produit des journaux et des magazines d'excellente qualité pour la Belgique et l'étranger.*

### ROULARTA PRINTING

Roularta Printing dispose, d'une part, d'une division de presses pour magazines offset qui produit tous les périodiques du groupe lui-même ainsi qu'un grand nombre de périodiques pour des éditeurs belges et pour les marchés néerlandais, français et anglais.

**Unique en Europe: magazines de 64 pages quadrichromie sur grand format magazine en tabloïd, en un passage avec agrafage et coupe finale.**

D'autre part, Roularta Printing dispose de 3 unités de presses pour journaux qui sont équipées d'un four pour la production d'impressions de qualité à chaud. Cette configuration unique permet de réaliser en une fois jusqu'à 64 pages en quadrichromie sur grand format magazine ou tabloïd. C'est dans cette division que sont imprimés De Streekrant et les éditions de De Zondag, ainsi que, plus spécifiquement sur papier satiné: Steps, Style et, pour le marché français, A Nous Lille, A Nous Paris, le Magazine du Forum des Halles, etc. Roularta Printing connaît un taux d'occupation des machines extrêmement élevé.

Depuis juillet 2002, l'actionnariat est réparti comme suit: 76% Roularta et 24% Concentra.

## ■ LES DISQUES OPTIQUES

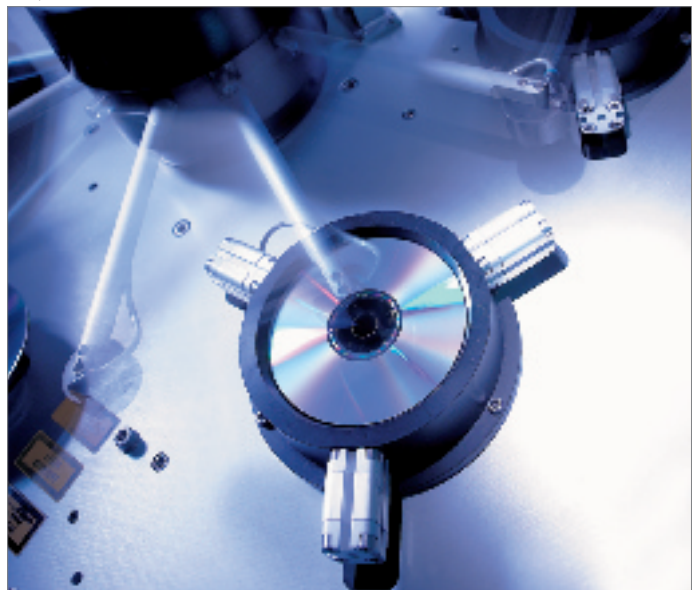
*Vogue Trading Video est axée sur le disque optique: réplique CD, CD-ROM et DVD.*

**VTV offre un service complet: de la réplique et l'impression à la distribution, en passant par la réalisation de l'emballage.**

### VTV

Vogue Trading Video (66,66% RMG) est une entreprise de production qui offre un ensemble de services entièrement intégrés pour le marché de l'audiovisuel. Tous les supports audiovisuels tels que VHS, CD audio et ROM ainsi que DVD vidéo, ROM et audio sont reproduits en grandes et petites quantités, imprimés et pourvus d'un emballage réalisé dans la maison. Ensuite intervient le département Logistique pour la gestion des stocks clients et la distribution en Belgique et à l'étranger.

*VTV, entreprise de production pour le marché de l'audiovisuel.*





# [ROULARTA MEDIA GROUP]

UNE SOCIETE MULTIMEDIA, DEPUIS PLUS DE 50 ANS