



[PERSPECTIVES]

2004
ROULARTA MEDIA GROUP

De bonnes perspectives pour 2005

Continuer à progresser calmement, notamment par des reprises bien choisies de magazines qui ont un potentiel et qui peuvent bénéficier des synergies de Roularta.

Pour ses médias imprimés (magazines et presse gratuite), RMG prévoit en Belgique comme à l'étranger une poursuite de la croissance tant organique qu'externe (acquisitions). Le groupe entrevoit une hausse du chiffre d'affaires et du résultat, entre autres en France, où Studio Press (cinéma et musique) et Editions Art de Vivre (lifestyle) ont connu une année de transition au cours de laquelle des interventions nécessaires ont été faites. De plus, la reprise de Maison Madame Figaro par Côté Maison peut stimuler encore les résultats de ce dernier. Le développement des City Magazines en France se déroule comme prévu.

En Belgique également, l'année a bien commencé, tant sur le plan des offres d'emploi (avec Streekpersoneel dans De Streekkrant, TopTalent dans De Zondag, Knack et Trends et Références dans Le Vif/L'Express et Trends/Tendances), que sur celui des publicités commerciales. Le marché des lecteurs est en hausse et des 'produits plus' génèrent de nouveaux revenus.

Pour les activités en radio (Q-Music et 4 FM, dont VMMA assure désormais la régie publicitaire), les perspectives sont excellentes puisqu'au début de cette année, les chaînes réalisent déjà une audience de 51,5% dans le groupe des 12-44 ans.

Les activités télévisuelles vont progresser avec le marché de la télévision payante, un nouveau marché pour VMMA, grâce à la

convention d'exploitation par le câble concernant l'ancien Canal+ Flandre.

La participation de 50% dans le parc d'attractions Plopsaland a été cédée, ce qui engendre une belle plus-value en 2005.

Le marché publicitaire de VTM et de KANAALTWEE a connu un début d'exercice hésitant, mais les investissements dans la programmation se sont traduits par une part de marché totale de plus de 35% pour les deux chaînes, ce qui constitue une base solide pour l'avenir. Le journal d'actualité de VTM a repris la tête du classement dans le paysage télévisuel flamand.

Les revenus publicitaires sont suivis de près et, le cas échéant, les dépenses liées aux programmes seront adaptées pour le second semestre.

On prévoit un résultat positif pour la chaîne d'affaires Canal Z/ Kanaal Z ainsi que pour les activités de télévision régionale.

Le groupe poursuit sa politique d'expansion ambitieuse via des reprises à l'étranger.

Les initiatives Internet axées autour des sites coupoles Knack.be, Levif.be et Trends.be évoluent de manière positive, et la collaboration avec vln.be pour la Belgique francophone ouvre de nouvelles perspectives pour easy.be, le site RMG consacré aux mondes de l'immobilier, de l'automobile et de l'emploi.

Côté en Bourse depuis 1998, le groupe a conservé sa culture d'entreprise authentique et enchaîné, année après année, les nouvelles initiatives et les acquisitions. Si le chiffre d'affaires est toujours réalisé en Belgique à concurrence de 85%, l'expansion internationale commence à prendre forme. A l'heure actuelle, Roularta est présent en Belgique, aux Pays-Bas, en Norvège, en Allemagne, en France, au Portugal et en Slovaquie.