



Roularta in een nieuwe constellatie

door Rik De Nolf, gedelegeerd bestuurder

In 2006 realiseerde Roularta Media Group de overname van de Franse mediagroep Groupe Express-Expansion (GEE). Daardoor wijzigt het totaalbeeld: Roularta maakt voortaan bijna 35% van haar omzet in Frankrijk met de activiteiten van GEE, met Point de Vue, met de bladen van Studio Press en met de groep A Nous, e.a.

Bij de jaarresultaten van 2006 moet rekening gehouden worden met het feit dat de resultaten van de Groupe Express-Expansion, waarvan Roularta Media Group op 26 september 2006 100% van de aandelen heeft verworven, slechts opgenomen zijn vanaf het vierde kwartaal.

We zetten de financiële hoogtepunten van 2006 op een rij:

- De **omzet** steeg met 22,4% van 497,7 miljoen euro naar 609,2 miljoen euro.
- *In de hierna vermelde resultaatvergelijking wordt voor de cijfers van 2005 geen rekening gehouden met de meerwaarde van 2,1 miljoen euro ingevolge de verkoop van de participatie in Plopsaland.*
- De **EBITDA** kende een stijging met 34,4%, van 53,9 miljoen euro naar 72,5 miljoen euro, waardoor een marge van 11,9% gehaald werd tegenover 10,8% in 2005.
- De **EBIT** steeg met 40,2% van 36,4 miljoen euro naar 51,1 miljoen euro. De EBIT-marge bedraagt 8,4% tegenover 7,3% in 2005.
- Het **nettoresultaat van de Groep** steeg met 23,4% van 20,1 miljoen euro naar 24,8 miljoen euro, met een marge van 4,1% tegenover 4,0% in 2005.
- Stijging van het **netto courant resultaat** met 53,3%, van 20,2 miljoen euro naar 31,0 miljoen euro.
- Stijging van de **courante cashflow** met 33,3%, van 37,6 miljoen euro naar 50,1 miljoen euro.
- De **winst per aandeel** steeg van 2,29 euro in 2005 naar 2,32 euro in 2006. Deze beperkte stijging is het gevolg van enerzijds de uitzonderlijke meerwaarde op de verkoop van de participatie in Plopsaland in 2005, wat een effect op de winst per aandeel betekent van 0,22 euro, en anderzijds de toename van het aantal aandelen ten gevolge van de kapitaalverhogingen.

Ten gevolge van de financiering van de overname van de Groupe Express-Expansion en Point de Vue en van de opname van 25,4 miljoen euro lease-schuld in Roularta Printing voor de financiering van nieuwe rotatiepersen is de **netto financiële schuld** aangegroeid tot 221,4 miljoen euro, wat in vergelijking tot de eigen middelen een gearingratio van 74,4% geeft.

Divisie Printed Media

De **omzet** van de divisie Printed Media steeg van 339,4 naar 437,2 miljoen euro of een stijging met 97,8 miljoen euro, zijnde 28,8%. Deze stijging werd voor 84,4 miljoen euro gerealiseerd door o.a. de acquisities van Point de Vue en Groupe Express-Expansion. Daarenboven zien we een organische omzetsijging van de bestaande producten met 4,0%.

De gratis bladen kenden een stijging van de omzet met 13,2%, dankzij de nieuwe acquisities van A Nous Paris en 't Fonteintje-De Wegwijzer en dankzij een verdere groei van De Streekkrant/De Weekkrant, De Zondag en de Steps City Magazines in België en in het buitenland.

De reclameomzet van Krant van West-Vlaanderen kende een stijging van 12%.

De magazines kenden een belangrijke stijging van de inkomsten uit reclame met 39,1% waarvan 38,9% door de acquisities van Groupe Express-Expansion en Point de Vue en 0,2% uit groei van de bestaande titels.

De lezersmarkt gaat er 48,8% op vooruit, waarvan 46,1% door de acquisities van Groupe Express-Expansion en Point de Vue en 2,7% uit groei van de bestaande titels.

Het **bedrijfsresultaat (EBIT)** steeg met 27,0% van 30,4 naar 38,6 miljoen euro, waardoor een marge van 8,8% gehaald werd tegenover 9,0% in 2005.

De EBIT werd beïnvloed door 4,1 miljoen euro herstructureringskosten bij Groupe Express-Expansion, een uitzonderlijke waardevermindering op titels van 2,3 miljoen euro evenals afschrijvingen op goodwill van Point de Vue ten bedrage van 1,2 miljoen euro.

De **EBITDA** groeide van 41,7 naar 53,0 miljoen euro of een stijging met 27,3%. Het **nettoresultaat van de Groep** bedroeg 17,4 miljoen euro tegenover 17,1 miljoen euro in 2005 of een stijging met 2,1%.

Het nettoresultaat van de Printed Media werd negatief beïnvloed door een aantal factoren. Enerzijds zijn er de hogere financieringskosten ten gevolge van de overnames van Point de Vue en Groupe Express-Expansion die gedeeltelijk gecompenseerd werden door een eenmalige financiële opbrengst uit een swapcontract dat afgesloten werd voorafgaand aan de US Private Placement van april 2006. Anderzijds is er een meer dan proportionele belastingdruk die het gevolg is van op korte termijn niet recupereerbare fiscale verliezen, van een uitzonderlijke terugname van actieve belastinglatenties (= meerkost) en van de uitzonderlijke waardevermindering op titels waarop geen actieve belastinglatenties geboekt worden.

Divisie Audiovisuele Media

De **omzet** van de divisie Audiovisuele Media steeg van 165,6 naar 179,3 miljoen euro of een stijging met 8,3%, hoofdzakelijk gerealiseerd bij Paratel en de Vlaamse Media Maatschappij.

Bij de Vlaamse Media Maatschappij zien we vanaf het vierde kwartaal opnieuw een stijging van de tv-reclameomzet (+9,2% in het vierde kwartaal). De jaaromzet van de tv-reclame gaat er in vergelijking met 2005 met 2,4% op achteruit. Radio Q-Music kende over het hele jaar een belangrijke vooruitgang. De regionale televisiezenders en Kanaal Z/Canal Z kenden eveneens een verdere groei.

Als we geen rekening houden met de in het eerste kwartaal van 2005 gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van Plopsaland ten bedrage van 2,1 miljoen euro, dan stijgt de **EBIT** met 106,8% van 6,0 naar 12,4 miljoen euro. Hierbij moet rekening gehouden worden met de herstructureringskosten bij VMMA ten bedrage van 1,8 miljoen euro. De **EBITDA** stijgt met 58,6% van 12,3 naar 19,4 miljoen euro.

Het **netto courant resultaat** stijgt van 3,0 naar 8,5 miljoen euro of een stijging met 183,1%. De **courante cashflow** stijgt met 67,7% van 9,3 naar 15,5 miljoen euro.

Dividend

De raad van bestuur zal aan de algemene vergadering van 15 mei 2007 voorstellen om een brutodividend van 0,75 euro per aandeel uit te betalen.



Nieuwe mijlpaal voor Roularta Media Group

door Baron Hugo Vandamme, voorzitter raad van bestuur

De missie van Roularta Media Group is als multimediabedrijf waarde creëren ten voordele van haar lezers, kijkers, luisteraars, haar adverteerders, haar medewerkers en haar aandeelhouders. In 2006 zijn we er opnieuw in geslaagd om voor alle stakeholders toegevoegde waarde te creëren en als voorzitter wil ik iedereen die zijn of haar steentje heeft bijgedragen, danken voor de geleverde inspanningen en feliciteren met de resultaten.

2006 is voor Roularta Media Group een nieuwe mijlpaal. Het multimediabedrijf met wortels in West-Vlaanderen is een internationaal bedrijf geworden! De uitbreiding naar andere markten – in het bijzonder Frankrijk – is al een aantal jaren aan de gang maar met de volledige overname van de Franse Groupe Express-Expansion werd de internationale trein definitief op de rails gezet. Roularta Media Group realiseert nu een derde van haar omzet in Frankrijk. In de komende jaren zullen we die internationalisering verderzetten.

Frankrijk zal zonder twijfel een zeer belangrijke rol spelen in de verdere groei van Roularta Media Group. Met de Groupe Express-Expansion en Studio Press zijn we nu in Frankrijk op diverse terreinen actief. Met L'Express zijn we een van de toonaangevende uitgeverij van nieuwsmagazines. Met L'Entreprise, L'Expansion en Mieux Vivre Votre Argent zijn we thuis in de ondernemers- en financiële wereld. Met L'Étudiant kunnen we alle studenten in Frankrijk bereiken en hen aantrekken als nieuwe lezers voor onze andere bladen. Met Lire, Classica, Studio, Pianiste, enz. bereiken we de boeken-, film- en muzikliefhebbers. De leefmagazines Côte Ouest, Côte Sud en andere bereiken niet alleen de Franse lezers maar vinden steeds meer hun weg in diverse landen. Hiermee hebben we een ruime basis om zowel in diepte als in breedte verder te groeien. Zonder twijfel zal deze diversiteit binnen onze Groep zorgen voor kruisbestuiving en uitwisseling van creatieve ideeën.

De internationale expansie is enkel mogelijk door een uitstekend productieapparaat, gaande van orderverwerking en prepress tot drukkerij en distributie. Roularta Media Group ziet de integratie van magazine- en krantenuitgeverij en

drukkerij als een van haar sterktes. De flexibiliteit, kostenbeheersing en kwaliteitscontrole die hieruit voortvloeien, geven onze Groep een competitieve voorsprong. In dit kader zijn we in 2006 begonnen met de bouw van een nieuwe drukkerij op de bestaande site in Roeselare. Drukkerijen, magazijnen en kantoren worden uitgebreid met 26.000 vierkante meter bebouwde oppervlakte. Dit jaar nog worden de nieuwe krantenpersen geïnstalleerd met quasi onbeperkte kleurmogelijkheden. Vanaf 2008 worden de eerste nieuwe magazinepersen geïnstalleerd die geleidelijk kunnen zorgen voor het drukken van Franse titels.

Als multimediaal bedrijf zal Roularta Media Group haar inspanningen op het internet nog intensifiëren. De website van Knack wordt uitgebouwd als nieuws- en koepelsite van onze Groep. Op knack.be wordt alle informatie uit alle bladen en magazines beschikbaar en kan er in één beweging doorgeklikt worden naar alle andere sites van de Groep. De geïntegreerde multimediale aanpak van de redacties van Knack, Weekend Knack, Trends, Kanaal Z en andere zal ervoor zorgen dat deze website uitgroeit tot de referentiesite in Vlaanderen. En natuurlijk zullen we gelijkwaardige initiatieven ontwikkelen met de magazines en gratis bladen in Frankrijk.

Multimediaal: van gratis pers, kranten en magazines tot websites, radio en tv...

Internationaal: van onze thuismarkt België tot Frankrijk, Nederland, Duitsland, Groot-Brittannië, Noorwegen, Zweden, Slovenië...

Het zijn de twee pijlers van het strategisch plan van onze uitgeverij waarop we de komende jaren verder zullen bouwen. Met alle medewerkers in de diverse landen zullen we aan deze uitdagingen werken en zorg dragen om niet alleen van 2007 een mooi jaar te maken maar ook de verdere basis te leggen voor een succesvolle winstgroei in de komende jaren.

2007 wordt een jaar van consolidatie

In 2007 realiseert Roularta de nieuwbouw van de drukkerij in Roeselare en de installatie van de nieuwe krantenpersen die kleurendruk met magazinekwaliteit (heatsset) mogelijk maken op alle bladzijden (tot 128 blz. tabloid). Dit betekent tegen eind 2007 een grote stap vooruit voor de divisie gratis bladen die nu kampt met een tekort aan kleurmogelijkheden. Daarnaast worden de eerste nieuwe magazinepersen (72 en 16 pagina's) geïnstalleerd die vanaf 2008 geleidelijk aan kunnen zorgen voor het drukken van Franse titels.

De kosten van de Groupe Express-Expansion dalen vanaf 2007 dankzij reorganisatie en herstructurering. Verder worden nog andere synergieën ontwikkeld op het vlak van prepress, fotografie, organisatie, enz.

De reclamemarkt is begin 2007 niet bijzonder goed voor de magazines. Ook in Frankrijk neemt de markt een afwachtende houding aan in het vooruitzicht van de presidentsverkiezingen.

De lezersmarkt evolueert daarentegen gunstig, zowel op het vlak van de abonnementen als van de losse verkoop. Vooral het weekblad L'Express in Frankrijk scoort goed met 28% groei van de losse verkoop in vergelijking met het voorjaar van 2006. De nieuwe equipe zorgt voor een nieuw elan en profiteert van de verkiezingsfeer.

Op het vlak van radio en televisie is 2007 niet slecht gestart. Q-Music blijft groeien en bij de Vlaamse Media Maatschappij wordt werk gemaakt van de bijsturing op het vlak van de kosten.

Roularta blijft inspanningen leveren op het internet met een duidelijke keuze voor de verdere uitbouw van nieuwssites waar alle redacties van de Groep hun rol in spelen. Voor de zoekertjessites in België is gekozen voor samenwerking met de Franstalige mediagroep Rossel, uitgever van o.a. de weekbladengroep Vlan.

Roularta Media Group



Technologische innovator

Als multimediabedrijf is Roularta Media Group actief in verschillende hoogtechnologische sectoren. Binnen die sectoren onderzoekt Roularta Media Group voortdurend nieuwe mogelijkheden, waarbij het de reputatie geniet een belangrijke technologische innovator te zijn. Roularta Media Group hecht inderdaad zeer veel belang aan onderzoek en ontwikkeling. Die inspanningen komen uiteraard de interne werkprocessen van de Groep zelf ten goede, maar niet zelden fungeren ze tevens als motor achter ingrijpende marktontwikkelingen.

Op het gebied van printed media bijvoorbeeld, ligt Roularta Media Group aan de basis van diverse Belgische en internationale standaarden die de methodiek beschrijven voor de drukvoorbereiding van digitale data en voor de elektronische uitwisseling van de begeleidende orderinformatie. Dergelijke standaarden zijn in de prepressomgeving van fundamenteel belang vermits door de technologische vooruitgang, de traditionele analoge plaatvervaardiging via film geleidelijk is vervangen door volledig digitale werkstromen. Verregaande standaardisatie is bij deze digitale workflows essentieel voor een goede kwaliteitscontrole. Dat Roularta Media Group in dit opzicht een belangrijke voortrekkersrol speelt, illustreert onder meer de volgende realisaties:

Als stichtend lid van Medibel+, de organisatie die de Belgische reclamesector verenigt (www.medibelplus.be), zorgde Roularta Media Group enkele jaren geleden voor de doorbraak van het pdf-bestandsformaat in de Belgische reclamewereld, als standaard voor de aanlevering van digitale advertenties aan magazines en kranten. Pdf wordt in de grafische productieworkflow aanbevolen, omdat het fabrikantonafhankelijk is en ten opzichte van andere bestandsformaten belangrijke technische voordelen biedt. De eerste pdf-normen van Medibel+, waarin de specificaties worden beschreven waaraan pdf-bestanden moeten voldoen voor een vlotte prepressverwerking, werden gelanceerd in februari 2001. Zij waren gebaseerd op de resultaten van een onderzoeksproject door Roularta Media Group, die reeds vanaf 2000 via een interne werkgroep de verschillende softwarepakketten voor de kwaliteitscontrole van pdf-bestanden had uitgetest en aanbevolen procedures had vastgelegd voor de creatie, controle en eventuele correctie van aangeleverde pdf-bestanden. Via een doorgedreven persoonlijke begeleiding van haar adverteerders heeft Roularta Media Group tevens in grote mate bijgedragen tot de bekendmaking van pdf bij een breder publiek. De pdf-standaarden van Medibel+ worden regelmatig geactualiseerd.

In de prepressafdeling van Roularta Media Group wordt momenteel 99% van alle magazine- en krantenadvertenties aangeleverd in pdf-formaat. Dankzij het gedisciplineerd naleven van de Medibel+-normen door de adverteerders, is de uniformiteit groot en kan 98% van de aangeleverde pdf-bestanden geautomatiseerd worden verwerkt zonder enige editing in de prepress. Roularta Media Group blijft trouwens een voortrekkersrol spelen binnen Medibel+: Erwin Danis (RMG directeur Premedia) is momenteel voorzitter van de organisatie.

Onder de sturende impuls van Roularta Media Group heeft Medibel+ in 2002 mee aan de wieg gestaan van de Ghent PDF Workgroup (GWG, www.gwg.org). Dat is een inmiddels internationale organisatie van grafische brancheverenigingen en leveranciers uit Europa en de Verenigde Staten, die zich net als Medibel+ tot doel heeft gesteld om de digitale samenwerking in de pdf-productieworkflow te stimuleren door het opstellen en verspreiden van praktijkgerichte specificaties en werkmethoden. De GWG heeft onder meer internationale pdf-standaarden voor diverse drukprocedures ontwikkeld. Deze standaarden zijn gebaseerd op de ISO-norm PDF/X-1a, maar leggen striktere kwaliteitseisen op. Men spreekt daarom van de PDF/X Plus-normen, die overigens overeenstemmen met de Medibel+ pdf-standaarden. Ook binnen de internationale GWG blijft Roularta Media Group haar verantwoordelijkheid opnemen, en is de Groep via Erwin Danis (algemeen voorzitter) en Peter Maes (voorzitter Specifications Subcommittee) in het bestuur vertegenwoordigd.

Zeer actueel is de bijdrage van Roularta Media Group aan de ontwikkeling van de AdTicket-methode voor de digitalisering van de orderworkflow tussen media-centrales, creatieve agentschappen die advertenties aanmaken en uitgeverijbureaus/drukkerijen. AdTickets maken het mogelijk om informatie over een specifieke advertentie die in de vorm van pdf wordt aangeleverd, als metadata in dat pdf-bestand in te sluiten. Op die manier hoeft deze bijkomende informatie niet apart via fax te worden aangeleverd, en heeft de opdrachtgever bovendien de garantie dat de informatie in de productieworkflow onlosmakelijk met de pdf-inhoud blijft verbonden. Roularta Media Group en Medibel+ lanceerden het eerste AdTicket in april 2005. Momenteel maken in België reeds meer dan 100 reclamebureaus er gebruik van. Roularta Media Group beschikt op haar website trouwens over een elektronisch formulier dat toelaat om bij het uploaden van pdf-advertenties, rechtstreeks de gewenste metadata toe te voegen.

Sinds 1 juli 2006 heeft ook de GWG een AdTicket geïntroduceerd. Het betreft hier een overname van het bestaande Medibel+ AdTicket, dat bovendien volledig uitwisselbaar is met de vooral in het buitenland populaire AdsML-standaard. De internationalisering van het Medibel+ AdTicket is zeer waardevol, vermits de Belgische reclamebureaus die ermee werken nu volgens dezelfde standaard ook aan buitenlandse uitgeverijbureaus kunnen aanleveren. Eens te meer toont Roularta Media Group met dit project haar technische innovatiekracht en krijgen de door haar ontwikkelde werkmethodes tot in het buitenland navolging.

Op 1 juli 2006 heeft Roularta Media Group, samen met Medibel+, de eerste Belgische norm voor de aanlevering van digitaal fotomateriaal gelanceerd. Bedoeling van deze standaard is ervoor zorgen dat de digitaal aangeleverde beelden voor publicatie in magazines of kranten een goede en gestandaardiseerde basiskwaliteit krijgen. Deze norm geeft voor het eerst duidelijke instructies aan digitale fotografen en voorkomt dat zij zelf beeldmanipulaties moeten uitvoeren voor een optimaal drukresultaat. Er werden normen vastgelegd voor 'Nieuwsfotografie' en voor 'Shootings'.

Roularta Media Group engageert zich sterk in diverse onderzoeks- en standaardisatieprojecten ter optimalisering van het rotatieoffsetproces. Samen met buitenlandse partners, verenigd in het subcomité Color Management van de GWG, werkt Roularta Media Group onder meer aan de ontwikkeling van ISO-gestandaardiseerde ICC-kleurprofielen voor rotatieoffsetdruk. In België ontwikkelde Roularta Media Group samen met Medibel+ het NODOG-persprofiel, dat inmiddels door alle Belgische kranten wordt gebruikt en dat adverteerders een uniforme kleurkwaliteit van hun afgedrukte advertenties garandeert, ongeacht de titel van publicatie.

LEDEN VAN DE GHENT PDF WORKGROUP

Grafische brancheverenigingen:

Cebuco (Nederland); CITAGM (Spanje); DDPFF (Denemarken); ERA (Duitsland); Febelgra (België); FESPA (Verenigd Koninkrijk); FICG (Frankrijk); FTA (VS); IDP Group (Nederland); IPA (VS); Medibel+ (België); Nederlands Uitgeversverbond (Nederland); PDFX-ready (Zwitserland); PPA (Verenigd Koninkrijk); SICOGIF (Frankrijk); TAGA Italia (Italië); VFG (Oostenrijk); VIGC (België); VISKOM (Noorwegen); VSD (Zwitserland).

Leveranciers:

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