



# Multimedia Newsroom

door Baron Hugo Vandamme, voorzitter raad van bestuur

In 2007 hebben wij verdere cruciale stappen gezet in de uitbouw van Roularta Media Group. In Frankrijk, onder de leiding van Marc Feuillée, heeft Groupe Express-Roularta vorm gekregen en zijn wij volop geëvolueerd in innovatie. Wij beginnen ook de vruchten te plukken van onze transformatie van een uitgever van tijdschriften naar een multimediaorganisatie waarin print, internet en televisie geïntegreerd worden. Ons derde 'competitive advantage', onze drukkerij, is bijna rond met de volledige vernieuwing. Hierdoor steken onze kranten al in een nieuw kleurenkleedje. Wegens heel wat herstructureringskosten en uitzonderlijke afschrijvingen van goodwill is het resultaat er niet uitgekomen zoals gewenst. Niettegenstaande onze broadcastingactiviteit het heel goed deed, heeft onze optical disc-replicatie sterk geleden onder de gewijzigde marktomstandigheden en aldus onze resultaten sterk beïnvloed. 2007 is een sleuteljaar geweest in de transformatie van onze Groep en de basis is gelegd voor onze toekomst.

Groupe Express-Roularta, de nieuwe naam voor Groupe Express-Expansion, is in volle expansie.

Het weekblad L'Express, het vlaggenschip van de Groep, groeit met 4%. L'Express is globaal het grootste nieuwsmagazine van Frankrijk en bereikt ook in Frankrijk zelf op jaarbasis het grootste aantal lezers: 19 miljoen. L'Express heeft in Frankrijk 451.000 exemplaren nettoverspreiding en 2,4 miljoen lezers. Het weekblad Styles L'Express dat einde 2006 werd gelanceerd bereikt nu al 1.081.000 vrouwelijke lezers (een groei van 28,1%) en heeft daarmee Madame Figaro voorbijgestoken. Point de Vue, het andere weekblad van de Groep heeft in Frankrijk 201.000 ex. nettoverspreiding en 734.000 lezers en wereldwijd 270.000 ex. nettoverspreiding. Ook de financieel-economische maandbladen doen het goed: L'Expansion heeft 817.000 lezers, L'Entreprise 1.061.000 lezers en Mieux Vivre Votre Argent 1.066.000 lezers. Wat de woonbladen betreft, groeit het bereik van Maisons Côté Sud (9,6%), Côté Ouest (9%), Maison Française (8,9%) en Maison Magazine (17,6%). Côté Sud heeft 1.556.000 lezers, Côté Ouest 1.183.000 lezers, Maison Française 885.000 lezers en Maison Magazine 1.652.000 lezers. Lire, het maandblad voor de boekenliefhebber groeit met 8,8% qua bereik (542.000 lezers). De gecumuleerde oplage van de 14 grote titels van Groupe Express-Roularta haalt in totaal (ontdubbeld) 10,6 miljoen lezers, een vooruitgang van 6,7% in 2007.

Cruciaal in de ontwikkeling van onze Groep is onze Multimedia Newsroom. De reportageploegen van Kanaal Z en Canal Z zijn geïntegreerd in de Multimedia Newsroom van het Brussels Media Centre (BMC) aan de Raketstraat in Brussel. Zo groeit de samenwerking tussen de redacties van print, internet en televisie, zowel op inhoudelijk als technisch vlak (videocontent, opnamefaciliteiten). Het BMC, het redactiehuis waar alle magazines van de Roularta-groep gehuisvest zijn, is omgevormd tot een complete 'newsroom'. Op die manier wil Roularta in 2008 de lezer, kijker en surfer méér nieuws en duiding brengen. Tegelijkertijd worden de internetactiviteiten verder uitgebreid. Roularta bereikt op dit ogenblik met kwalitatieve nieuwssites 1,4 miljoen unieke bezoekers per maand. De centrale newsdesk heeft een coördinerende en sturende functie. Zij doet een beroep op de expertise van de meer dan 300 journalisten. Het betreft een uniek team van gespecialiseerde journalisten met onder hen medici, ingenieurs, juristen, historici, economen, allen verantwoordelijk voor achtergrondinformatie voor nieuwsmagazines en gespecialiseerde bladen. De redacteurs zorgen voor snelle en onmiddellijke berichtgeving via de nieuwssites van de Roularta-koepel: knack.be, trends.be, levif.be enz. Zodra het nieuws belangrijk genoeg is, wordt tv-commentaar gebracht met interviews, videoreportages, beelden via zowel de internetsites (de hele dag door) als via het tv-journaal van Kanaal Z/Canal Z.

Begin 2008 zagen we de eerste vruchten van onze grote investeringen in de drukkerij. Vooreerst is er onze nieuwe kleurenkrantenpers waarbij onze weekbladen en streekbladen volledig vernieuwd zijn. Binnenkort worden ook twee nieuwe magazinepersen in gebruik genomen. Hierdoor zullen we bijna al onze eigen magazines zelf kunnen drukken en het grootste gedeelte van het totaalprogramma van 100 miljoen euro investeringen voor de reovering van de machines en de nieuwe gebouwen al gerealiseerd hebben. Hiermee staan we niet alleen sterk naar de toekomst toe maar hebben we een competitief voordeel dat we ons door deze integratie snel kunnen aanpassen aan wijzigende marktensen.

Zonder twijfel wordt 2008 een boeiend jaar. Roularta Media Group zal haar voortgang als internationale multimedagroep voortzetten.

Hugo Vandamme  
25 maart 2008

## Klaar voor de toekomst

Na het overgangsjaar 2007, waarbij 13 miljoen euro uitzonderlijke kosten, waardeverminderingen en herstructureringskosten werden geboekt, brengt 2008 normaliter het effect van de herstructurering en reorganisatie bij Groupe Express-Roularta. De verkoop- en bereikcijfers zijn volgens de nieuwe OJD (nettoverspreiding) en AEPM (bereik)-studies in elk geval zeer goed.

De Belgische printactiviteiten blijven gunstig evolueren met nieuwe initiatieven op het vlak van de divisie Gratis Pers. Wel moet men blijven rekening houden met de onzekere reclamemarkt voor de magazines.

De nieuwe drukkerij-infrastructuur zal in 2008 de eerste resultaten opleveren via een grotere productiviteit en onbeperkte kleurmogelijkheden voor kranten en gratis bladen.

Op audiovisueel vlak blijft de radio groeien met Q-Music en de vernieuwde 4FM. Op tv-gebied groeien de digitale inkomsten uit o.a. video-on-demand, groeit JIM-mobile en wordt de lancering gepland van een zender voor kinderen.

De internetactiviteiten beginnen te zorgen voor extra omzet.



# 2007, een jaar van integratie van Groupe Express-Roularta

door Rik De Nolf, gedelegeerd bestuurder

2007 was voor Roularta Media Group een jaar van integratie van de Groupe Express-Roularta (voorheen Groupe Express-Expansion) die sinds 26 september 2006 deel uitmaakt van Roularta Media Group. Heel wat inspanningen werden geleverd om verschillende synergieën te ontwikkelen op het vlak van organisatie, prepress, drukkerij, redactie, reclamewerving enz. Binnen de Groupe Express-Roularta werden een aantal reorganisaties doorgevoerd.

In dit opzicht was 2007 een overgangsjaar.

In 2007 werd ook volop geïnvesterd in de realisatie van een nieuwe drukkerij in Roeselare. De bouwwerken zullen in de tweede helft van 2008 voltooid zijn. Eind 2007 werden de eerste krantenpersen geïnstalleerd die kleurendruk met magazine-kwaliteit (heatset) mogelijk maken op alle bladzijden (tot 128 blz. tabloid). Deze persen – een MAN-installatie die uniek is in de wereld – zijn recent operationeel geworden. Ook de eerste nieuwe magazinepers (72 pagina's) werd ondertussen geïnstalleerd en zal in de loop van het tweede trimester operationeel worden.

Roularta heeft in 2007 ook heel wat inspanningen geleverd op het vlak van internet met een verdere uitbouw van de nieuwssites waaraan alle redacties van de Groep samenwerken. De 'integrated newsroom' in het Brussels Media Centre in Evere is een feit.

Bij de vergelijking van de resultaten van 2007 met 2006 moet rekening gehouden worden met het feit dat de resultaten van Groupe Express-Roularta, waarvan Roularta Media Group 100% van de aandelen verwierf op 26 september 2006, slechts vanaf het vierde kwartaal 2006 in de cijfers opgenomen zijn.

We zetten de financiële hoogtepunten van 2007 op een rij:

- De **omzet** steeg met 25,9% van 609,2 miljoen euro naar 766,8 miljoen euro.
- De **EBITDA** steeg met 10,2% van 72,5 miljoen euro naar 79,8 miljoen euro. De EBITDA-marge bedraagt 10,4% tegenover 11,9% in 2006.
- De **EBIT** daalde met 3% van 51,1 miljoen euro naar 49,6 miljoen euro. De EBIT-marge bedraagt 6,5% tegenover 8,4% in 2006.
- Het **nettoresultaat van de Groep** daalde met 35,7% van 24,8 miljoen euro naar 15,9 miljoen euro, met een marge van 2,1% tegenover 4,1% in 2006.
- Het **netto courant resultaat** daalde met 25,4%, van 31,0 miljoen euro naar 23,1 miljoen euro.
- De **courante cashflow** daalde met 5,9%, van 50,1 miljoen euro naar 47,1 miljoen euro.
- De **winst per aandeel** daalde van 2,32 euro in 2006 naar 1,49 euro in 2007.

## Divisie Printed Media

Bij de vergelijkende cijfers dient rekening gehouden te worden met het feit dat Groupe Express-Roularta verworven werd eind september 2006. De cijfers van deze groep zijn bijgevolg volledig vervat in het volledige jaar 2007 en slechts in het vierde kwartaal van 2006.

De omzet van de divisie Printed Media steeg van 437,2 naar 592,7 miljoen euro of een stijging met 155,4 miljoen euro, zijnde 35,6%. Deze stijging werd voor 145,3 miljoen euro gerealiseerd door de nieuwe acquisities, waarvan 136,7 miljoen euro door Groupe Express-Roularta en 8,6 miljoen euro door de nieuwe titels Data-news, Texbel, Ciné Live, De Tandartsenkrant, De Apothekerskrant, Plus Zweden en Effect. Daarenboven zien we een organische omzetstijging van de bestaande producten met 2,3%.

De gratis bladen kenden een stijging van de omzet met 4,1% waarvan 0,7% toe te schrijven is aan de acquisitie van Effect en de stijging van onze participaties in A Nous Province en Algo Communication in het vierde kwartaal 2007. De Streekkrant/De Weekkrant, De Zondag en de Steps City Magazines kenden een verdere organische groei met 3,6%.

De reclameomzet van Krant van West-Vlaanderen kende een stijging van 3,6%.

Bij de magazines zien we een stijging van de inkomsten uit reclame met 51,3%. De nieuwe participaties vertegenwoordigen een stijging van 53,1%, terwijl de bestaande titels er met 1,6% op achteruit gaan.

De publiciteitsmarkt voor magazines in zowel België als Frankrijk stond in heel het jaar 2007 onder druk.

De lezersmarkt gaat er 51,2% op vooruit, waarvan 45,9% door acquisities en 5,4% uit organische groei van de bestaande titels.

De **EBITDA** groeide van 53,0 naar 54,7 miljoen euro of een stijging met 3,2%, met een marge van 9,2% tegenover 12,1% in 2006. Het **bedrijfsresultaat (EBIT)** daalde met 13,8% van 38,6 naar 33,3 miljoen euro, waardoor een marge van 5,6% gehaald werd tegenover 8,8% in 2006. Het **nettoresultaat van printactiviteiten van de Groep** bedroeg 8,8 miljoen euro tegenover 17,4 miljoen euro in 2006.

De marges en het nettoresultaat van de Printed Media werden voor 8,8 miljoen euro negatief beïnvloed door verschillende factoren:

- Bij Groupe Express-Roularta werden in 2007 voor 1,3 miljoen euro herstructureringskosten geboekt in het kader van de verdere integratie en werden ook extra afschrijvingen en provisies geboekt voor in totaal nog eens 1,3 miljoen euro in het kader van de geplande verhuis in 2008 van dochtervennootschap Editions Génération/L'Etudiant.
- Naar aanleiding van de in vereffening stelling van SA Cyber Press Publishing op 7 juni 2007 werd 1,8 miljoen euro als bijzondere waardevermindering geboekt, waardoor deze participatie op nul staat.
- Er werden bijzondere waardeverminderingen op titels en goodwill geboekt voor 1,1 miljoen euro.
- Ten gevolge van de uitgifte van een optieplan voor kaderleden begin 2007, werd, volgens IFRS 2, een bijkomende personeelskost van 1 miljoen euro geboekt.
- De financieringskosten zijn met 11,5 miljoen euro gestegen naar aanleiding van de nieuwe kredieten voor de overname van Groupe Express-Roularta, de realisatie van de nieuwe drukkerij in Roeselare en naar aanleiding van de fluctuatie (2,3 miljoen euro) in de marktwaarde van een aantal swapcontracten in het kader van de lopende leningen (IAS 39).
- De belastingdruk blijft verder beïnvloed door niet op korte termijn recupereerbare fiscale verliezen en door de bijzondere waardeverminderingen waarop geen actieve belastinglatenties geboekt worden.

## Divisie Audiovisuele Media

De omzet van de divisie Audiovisuele Media steeg van 179,3 naar 181,3 miljoen euro of een stijging met 1,1%. De nieuwe participatie in 4FM-radio vertegenwoordigt een stijging van 1%, de bestaande activiteiten kenden een lichte organische groei van 0,1%.

De **EBITDA** groeide met 29% van 19,4 naar 25,1 miljoen euro, met een marge van 13,8% tegenover 10,8% in 2006. Het **bedrijfsresultaat (EBIT)** steeg met 30,7% van 12,4 naar 16,3 miljoen euro, waardoor een marge van 9% gehaald werd tegenover 6,9% in 2006.

Het betere resultaat werd gerealiseerd dankzij een lichte omzetstijging, maar ook door een betere kostenbeheersing, en dit in het bijzonder bij de Vlaamse Media Maatschappij.

Anderzijds werd een bijzondere waardevermindering op de goodwill van Vogue Trading Video geboekt ten bedrage van 3,4 miljoen euro en werden voor 0,8 miljoen euro actieve belastinglatenties teruggenomen.

Vogue Trading Video (replicatie van dvd's) heeft te kampen met moeilijke marktomstandigheden.

Het **nettoresultaat van de Groep** bedroeg 7,1 miljoen euro tegenover 7,4 miljoen euro in 2006 of een daling met 3%.

Het **netto courant resultaat** steeg met 23,9% van 8,5 naar 10,6 miljoen euro en de **courante cashflow** steeg met 2,9% van 15,5 naar 16,0 miljoen euro.

## Internet

Het afgelopen jaar werden voor 12,7 miljoen euro inspanningen gedaan voor de uitbouw en kwalitatieve verbetering van de internetsites van de Groep. De totale reclame-inkomsten in België en Frankrijk bedragen ook 12,67 miljoen euro. Daarnaast worden de websites een zeer belangrijk wervingskanaal voor abonnementen op de bladen van de Groep.

# Roularta Media Group



## Technologische innovator

Als multimedialbedrijf 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](http://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 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 doorgevoerde 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. 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](http://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 (vice-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 uitgeverijbedrijven/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 al meer dan 200 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.

De GWG heeft eveneens 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 uitgeverij 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.

Daarnaast heeft Roularta Media Group, samen met Medibel+, **de eerste Belgische norm voor de aanlevering van digitaal fotomateriaal** gelanceerd. De bedoeling van deze standaard is ervoor te 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'. Deze norm werd eveneens overgenomen door de GWG en wordt dusdanig wereldwijd gepromoot.

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.

Roularta Publishing, het premediabedrijf van Roularta Media Group, behoorde in 2007 tot de vijf finalisten van de 'Best Innovator 2007' award. Deze prestigieuze wedstrijd wordt door adviesbureau AT Kearney jaarlijks in inmiddels tien Europese landen georganiseerd. Roularta Publishing werd genomineerd vanwege zijn niet-aflatende innovatiekracht bij de ontwikkeling en implementatie van gestandaardiseerde werkmethodes om digitale bestanden klaar te maken voor druk. Die werkmethodes leiden niet alleen tot een interne efficiëntieverbetering, maar komen vaak ook de hele grafische industrie ten goede.

### LEDEN VAN DE GHENT PDF WORKGROUP

#### Grafische brancheverenigingen:

AIDO (Spanje); BPIF (Verenigd Koninkrijk); BVDM (Duitsland); CMBO (Nederland); CITAGM (Spanje); DDPFF (Denemarken); ERA (Duitsland); Febelgra (België); FESPA (Verenigd Koninkrijk); FTA (VS); IDP Group (Nederland); IPA (VS); Idealliance (VS); Medibel+ (België); Nederlands Uitgeversverbond (Nederland); NHP Grafisk (Noorwegen); PDFX-ready (Zwitserland); PPA (Verenigd Koninkrijk); SICO GIF (Frankrijk); TAGA Italia (Italië); VFG (Oostenrijk); VIGC (België); VSD (Zwitserland).

#### Leveranciers:

Adobe, Adstream, Agfa, Callas, CGS, Dalim, Enfocus Software, EskoArtwork, Global Graphics, GMG, Gradual Software, Heidelberg, HP, ICS, Kodak, OneVision, Quark, Screen, Specler.