



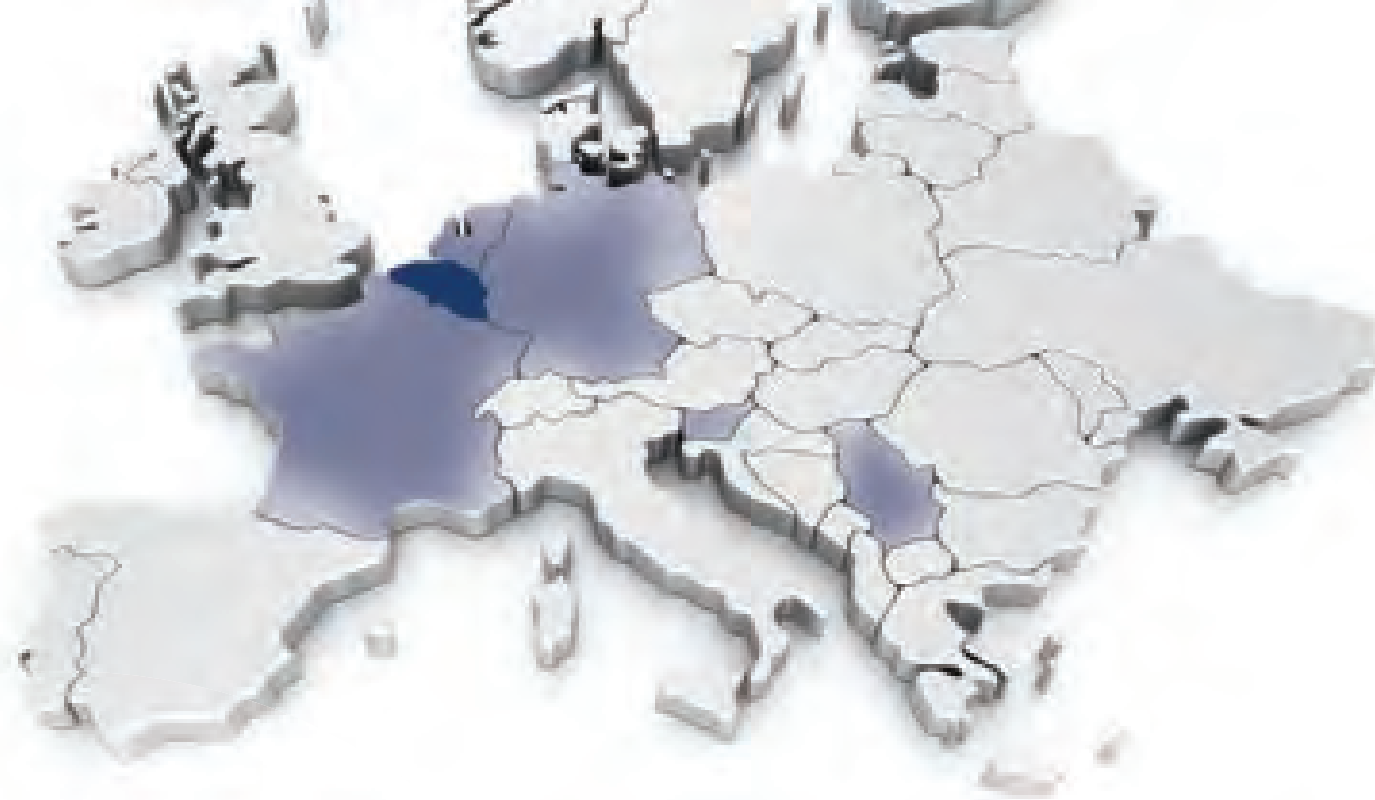
STRATÉGIE 360°

Rapport annuel 2012 | Activités 2013



RAPPORT ANNUEL 2012 | ACTIVITÉS 2013

Sommaire



Mot du président, Baron Hugo Vandamme	7
Rapport des activités par Rik De Nolf	8
Roularta Media Group en 2012	12

MAGAZINES BELGIQUE 17

Magazines d'actualité	18
Magazines lifestyle	20
Magazines d'affaires	22
Trends Top	24
Magazines sportifs	26
Magazines people, têtes couronnées et TV	28
Bulletins d'information	30
Magazines B-to-B	32
ActuaMedica	34
Roularta Recruitment Solutions	36
Roularta Custom Media	38
Stratégie 360°	40
Magabooks et extensions de ligne	42

MAGAZINES FRANCE 45

Magazines d'actualité	46
Magazines d'affaires	48
Magazines financiers	50
Magazines culturels	52
Magazines sur la déco et l'habitat	54
Magazines lifestyle	56
Groupe l'Etudiant	58
Magazines people	60
Groupe Express-Roularta digital	62

MAGAZINES BE - NL - DE 65

Service magazines pour citoyens seniors	66
G/Geschichte	68
Magazines pour les jeunes parents	70
Magazines pour les enfants et les jeunes	72
Magazines lifestyle sur le jardin et la déco	74

JOURNAUX 77

Krant van West-Vlaanderen	78
---------------------------	----

PRESSE GRATUITE 81

Médias d'information locaux	82
De Zondag	84
City magazines	86

RADIO & TÉLÉVISION 89

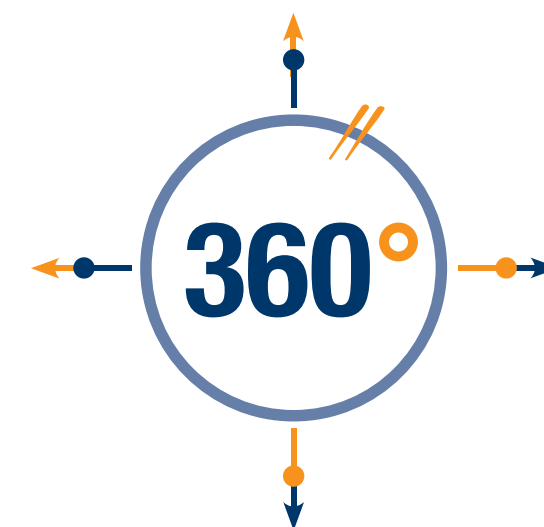
Vlaamse Media Maatschappij	90
VTM	92
2BE – Vitaya	94
VTMKZOOM – JIM	96
Q-music – JOE fm	98
TvBastards	100
Télévision régionale	102
Canal Z/Kanaal Z	104

PRINTING 107

Roularta Printing	108
-------------------	-----

RAPPORT ANNUEL 111

Rapport de la direction	114
Etats financiers consolidés	150
Rapport du commissaire	212
Comptes annuels statutaires	214



Internet change beaucoup de choses... mais pas tout

Cher actionnaire, chère partie prenante,

Depuis l'avènement de l'Internet, notre mode de travail et de vie a changé. Nous envoyons des mails, surfons et skypons à qui mieux mieux. Nos choix et réservations, nous les opérons par voie électronique et nous achetons de nombreux produits en ligne. Mais ce piano numérique ou cette jolie robe, nous préférons tout de même les essayer avant de les acheter. Il y a donc des activités et des phénomènes commerciaux qui reculent moins que prévu et qui même se maintiennent à l'époque du numérique. Pensons au spot télé, censé disparaître mais qui connaît toujours un franc succès.

Ce qui survit à ce mouvement, ce sont les produits et les services forts, et les marques fortes.

D'où le zèle assidu dont fait preuve notre groupe pour adapter et améliorer ses produits en permanence.

Non seulement sur le plan de la mise en page mais aussi, surtout, en termes de contenu. Autour des titres forts, nous élaborons de nouvelles initiatives telles que des événements, des salons et des foires. Un aspect crucial est la fourniture de services numériques. L'Internet nous permet en effet de réagir très rapidement aux sujets actuels. Quant à la version imprimée de nos titres, elle représente toujours le meilleur moyen de traiter un sujet en profondeur.

BARON HUGO VANDAMME

Président du conseil d'administration

Dans de très nombreuses applications, la publication imprimée revêt toujours une importance cruciale. D'une part, elle permet de se faire plus rapidement, par le biais d'un article, une idée d'ensemble d'un thème actuel. D'autre part, elle permet au lecteur de rester au courant de toute l'actualité grâce à la publication tout entière. De cette manière, le lecteur est confronté à des sujets à propos desquels il ne pense pas à lancer une recherche, ne réalisant pas qu'ils peuvent constituer un défi ou se révéler importants. L'Internet n'en reste pas moins un instrument pratique pour trouver des informations.

La fidélisation est un autre de ces phénomènes dont de nombreux trendsetters avaient prédit la disparition. En télévision, nous avons pu constater récemment que le téléspectateur est particulièrement fidèle à sa chaîne, à condition que la programmation et le service restent d'excellente qualité. Or tel est précisément le fil rouge qui nous anime : le souci de tendre sans cesse vers une offre meilleure qui réponde aux nouveaux besoins.

Cette offre adaptée, nous pouvons la proposer parce que nous travaillons continuellement à améliorer les rédactions et nos équipes. Au cours des dernières années, nous avons constitué une équipe équilibrée, forte d'une riche expérience, faisant preuve d'un dynamisme et d'une innovation empreints de jeunesse. Grâce à cela, nous sommes armés pour nous adapter en permanence à un environnement en profonde mutation. Nous pouvons ainsi réaliser nos objectifs tout en nous attachant au long terme.

En France également, nous avons adapté sans cesse notre gamme de produits et de services. Ici aussi, nous disposons de bonnes équipes. Nous continuons à investir dans une approche multimédia et mettons en œuvre la restructuration nécessaire pour nous préparer au mieux à affronter l'avenir.

Événements importants survenus en 2012

MÉDIAS IMPRIMÉS

Journaux

Apparemment, ce sont les plus anciens titres du groupe – soit les hebdomadaires ouest-flamands qui font partie du groupe Krant van West-Vlaanderen et dont certains sont largement centenaires – qui résistent le mieux à la crise. Ils affichent en effet une hausse tant des revenus issus du marché des lecteurs que de leurs revenus publicitaires.

Presse gratuite

Le journal toutes-boîtes De Streekkrant (qui totalise près de 3 millions d'exemplaires avec 50 journaux régionaux) et De Zondag (presque 700.000 exemplaires diffusés essentiellement via un réseau de 4.000 boulangeries) sont dépendants à 100% des revenus publicitaires. Or, ceux-ci ont baissé de 5,8% en raison du repli des annonces d'emploi. Entre-temps, ces titres ont clairement le vent en poupe, et la concurrence hebdomadaire a pratiquement disparu partout. L'organisation commerciale a été adaptée et opère désormais dans chaque province depuis des grands bureaux centraux.

Le mensuel Steps enregistre une hausse à la fois de son tirage et de ses revenus publicitaires. En plus d'être distribué avec De Zondag, Steps est distribué à plus de 100.000 exemplaires par le biais d'un réseau de présentoirs chez Delhaize et dans des établissements horeca haut de gamme. Magazine lifestyle gratuit, Steps paraît depuis début 2013 sur un nouveau format magazine pratique, pratiquement carré.

Magazines B-to-C

Dans toute l'Europe occidentale, le secteur des magazines subit une baisse des ventes au numéro. Le nombre de magasins de journaux diminue à vue d'œil. Le lecteur a perdu l'habitude d'aller s'acheter son journal tous les jours, et il fréquente moins qu'avant le point de vente pour s'acheter des cigarettes ou des produits de loterie. La fréquentation des magasins de journaux baisse chaque année de quelque 10%. Cette évolution affecte aussi les ventes de magazines. Heureusement, Roularta peut tabler en Belgique (et en France, dans une

moindre mesure) sur un pourcentage élevé d'abonnés fidèles. Le Vif/L'Express, Knack et Trends (F/N) comptent aujourd'hui 85 à 90% d'abonnés. Et même le magazine télé en français Télépro (50/50 Bayard/Roularta) compte deux tiers d'abonnés, fait exceptionnel dans le segment des magazines télé, dont la plupart subissent un repli important des ventes au numéro. Aujourd'hui, la diffusion nette de Télépro a dépassé de 50% celle de son concurrent Moustique.

Début 2013, Roularta a acquis en France une petite participation dans Mediakiosk, l'entreprise du groupe Decaux qui exploite les kiosques traditionnels à Paris et dans les grandes villes françaises, et qui assure l'extension de ce réseau. Avec Le Monde et Le Figaro, la participation atteint 12,5%. Mediakiosk est une entreprise rentable grâce à la vente d'espace d'affichage.

L'activité principale de Roularta – en ce qui concerne les magazines belges – est constituée du trio de magazines news Le Vif/L'Express, Trends-Tendances et Sport/Foot Magazine (en français) et Knack, Trends et Sport/Voetbal-magazine (en néerlandais). Le Vif/L'Express, le plus jeune de ces titres, fêtera cette année son 30^e anniversaire. Le titre français L'Express (fondé par Jean-Jacques Servan-Schreiber) aura quant à lui 60 ans.

Entre-temps, on assiste partout à un 'rajeunissement' des titres, avec notamment l'arrivée de nouveaux rédacteurs en chef chez Knack (Jörgen Oosterwaal) et chez Knack Focus (Stefaan Werbrouck).

Chez Sport/Foot Magazine, Jacques Sys est désormais le rédacteur en chef des deux versions linguistiques, et les rédactions (F/N) travaillent bien plus en synergie.

Heureusement, Roularta peut tabler en Belgique sur un pourcentage élevé d'abonnés fidèles.

Fin février 2012 a été lancé Trends Style (F/N), un nouveau magazine lifestyle qui consacre une attention plus grande aux lecteurs masculins, qui paraît désormais six fois par an et accompagne le tirage tout entier de Trends-Tendances. Lecteurs et annonceurs lui ont réservé un excellent accueil.

Début mars a vu le lancement de The Good Life en néerlandais, après le lancement réussi du titre en français. Celui-ci se vend en effet à plus de 50.000 exemplaires au numéro, compte 10.000 abonnés et affiche de très bons résultats publicitaires. En néerlandais également, le titre est d'emblée un épais 'magabook' trimestriel d'au moins 200 pages, qui intègre économie et culture dans un magazine lifestyle luxueux sur papier livre.

Roularta recourt de plus en plus au papier bouffant pour ses magazines de qualité, qui prennent parfois l'apparence d'un magabook ou 'mook', soit une forme hybride entre le magazine et le livre. En France, ce procédé est déjà utilisé pour les mensuels Lire (qui s'adresse aux amateurs de livres, titre fondé par Bernard Pivot) et L'Expansion (le magazine économique et financier fondé par Jean-Louis Servan-Schreiber).

En 2012, GER a lancé deux nouveaux titres trimestriels : Long Cours, un mook proposant de grands reportages sur des destinations lointaines, et Décoration Internationale, un épais magazine B-to-B, lui aussi sur papier bouffant, qui s'adresse au monde du design.

Entre-temps, IDEAT (50/50 Roularta/Laurent Blanc) est devenu, de loin, le premier magazine B-to-C sur le design. IDEAT affiche une croissance progressive, tant en termes d'audience qu'en termes publicitaires, et fêtera en mai 2013 son 10^e anniversaire avec un numéro de 500 pages.

Avec le groupe français Bayard (50/50), Roularta développe de nouvelles activités pour les seniors autour du mensuel Plus en Belgique, aux Pays-Bas et en Allemagne. Le titre s'adresse ainsi à un groupe cible qui gagne tou-

jours plus en importance. Roularta assure ici la régie publicitaire, organise salons et concerts, custom media, etc.

Roularta réalise un nombre croissant de productions imprimées et numériques ainsi que des sites Web pour des tiers. Roularta Custom Media dispose d'une rédaction propre avec des chefs de projets/rédacteurs en chef et un réseau de professionnels. Roularta assure le concept, la rédaction et la conception artistique, l'impression et la distribution, la création d'une version numérique pour tablettes et smartphones, le tout 'in-house'. Pour leurs projets médias, les annonceurs recourent ainsi au professionnalisme d'un grand groupe médiatique.

Magazines B-to-B

Début 2012, les publications médicales de Roularta Medica ont été fusionnées avec les titres belges du groupe britannique UBM et logées dans la joint-venture 50/50 Actua-Medica. Cette initiative a produit un bon résultat en 2012, mais les problèmes incessants que connaît l'industrie pharmaceutique limitent la visibilité.



RIK DE NOLF

Président du management team & CEO

ITM (Industrie Technique & Management F/N), Nouvelles Graphiques (F/N) et Data News (F/N) enregistrent une croissance grâce au lancement de nouveaux événements, l'augmentation des abonnements payants et la croissance de leurs sites Web, tant en termes de visiteurs que de revenus publicitaires.

NUMÉRIQUE

Les sites news Levif.be et Knack.be ont encore progressé en 2012, à plus de 3 millions de visiteurs uniques par mois. En France, Lexpress.fr a dépassé les 7 millions de VU/mois. Les revenus publicitaires ont augmenté dans leur sillage. Le site Web Letudiant.fr totalise plus de 2 millions de visiteurs/étudiants uniques par mois et offre toutes informations utiles concernant plus de 2.000 établissements d'enseignement/annonceurs.

De nouvelles activités, telles que le lead generation et la vente de packs Google, se sont traduites par une croissance supplémentaire du chiffre d'affaires publicitaire. Roularta a remporté le prix européen du meilleur service comme revendeur Google. Au total, Roularta a déjà réalisé 25 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire sur Internet.

Par ailleurs, une série de lettres d'information spécialisées (F/N), telles que le Fiscologue et l'Initié de la Bourse, ont évolué pour offrir aujourd'hui une combinaison entre versions imprimée et numérique, avec des informations continues via leur site Internet. Trends Top propose des informations commerciales et financières sur mesure et via des logins sur un site Web actualisé en permanence. Roularta recherche sans cesse de nouvelles pistes à contenu payant.

En ce qui concerne les petites annonces en ligne, Roularta travaille aux côtés de Rossel à l'élaboration d'Immovlan.be et Autovlan.be. Roularta Recruitment Solutions développe quant à lui Streekpersoneel.be et Challengez.be et combine imprimé, Internet et télévision.

En ce qui concerne la VMMA, l'accent des activités en ligne et mobiles était mis en 2012 sur l'extension du réseau vidéo et le prolongement de l'expérience sur d'autres plates-formes. Le nombre de vidéo views a atteint un niveau record, et plusieurs nouvelles applications ont été lancées, qui ont totalisé quelque 320.000 télé-

chargements. Quant au rebranding de VTM Koken, il a permis de doubler le nombre de visiteurs.

TÉLÉCOM

A la VMMA, de nouveaux projets sont lancés en collaboration avec KPN/Base. En 2012 a été créée la joint-venture Mplus Group (50/50 VMMA/Base) en vue du lancement de Hawaii, un abonnement télécom combinant d'une part téléphonie, service SMS et Internet, et de l'autre le contenu issu aussi bien de la VMMA que de Roularta et du Persgroep, du texte, des photos et des images vidéo. Entre-temps, la solution Jim Mobile existante enregistre déjà plus de 600.000 utilisateurs.

MÉDIAS AUDIOVISUELS

Télévision

En 2012, le marché publicitaire TV (net) global a reculé en Flandre de 5%. La modification du paysage télévisuel flamand n'a pas affecté les chaînes de la VMMA : tant en termes commerciaux (publicité), qu'en termes d'audience, le groupe a parfaitement résisté.

La VMMA continue d'investir pleinement dans sa programmation. Quelque 75% des émissions proposées sont des productions locales. L'expérience de marque de VTM occupe à cet égard une place centrale, qui s'articule autour d'un axe formé par les productions de fictions prestigieuses, le divertissement de tout premier plan et le développement incessant des émissions d'actualité. Dans un souci de se concentrer sur son core-business, la société a mis fin aux activités de la maison de production de comédies musicales Starway Film Distribution.

Par ailleurs, jamais la consommation télévisuelle générale n'a été aussi importante (elle est passée de 149 à 174 minutes par jour en 10 ans). La plus-value que représente cette évolution sera dès lors réalisée dans l'avenir.

S'attachant au contenu, la VMMA a constitué la maison de production faitière TvBastards. En 2012, suite à une pénétration toujours plus grande des digicorders, la télé sur demande a progressé jusqu'à atteindre le niveau record de 10% en septembre. Jamais la consommation télévisuelle n'a été aussi grande que ces dernières années, suite notamment à l'entrée des nombreux écrans secondaires dans les chaumières. La VMMA a participé en février 2013 au lancement de Stieve, une plate-forme Internet pour la télévision très conviviale.

Les chiffres d'audience de Canal Z/Kanaal Z affichent une augmentation progressive. En base journalière, la seule chaîne nationale belge (F/N) atteint aujourd'hui plus de 300.000 téléspectateurs selon la petite audiométrie CIM. Grâce à toute une série de nouveaux programmes généraux sponsorisés, les revenus publicitaires de la chaîne ont augmenté sensiblement.

Les chaînes de télé régionales flamandes connaissent des temps difficiles : la contribution par abonné au câble a nettement baissé et les dépenses publiques ont été réduites, tant au niveau local que provincial ou régional. Roularta participe dans les deux chaînes ouest-flamandes, WTV et Focus TV, et assure la régie publicitaire de Ring TV, la chaîne de la région qui ceinture Bruxelles. On attend actuellement une nouvelle politique média de la part des autorités qui, aujourd'hui, réservent presque exclusivement les aides publiques massives à la VRT, bien que la mission sociale des chaînes régionales soit clairement définie dans les décrets flamands.

Radio

Les stations de radio de la VMMA se maintiennent bien sur fond de temps difficiles, et les annonceurs ont relevé leurs investissements en radio.

Les taux d'écoute de Q-music et JOE fm ont progressé, et une série d'actions spéciales ont connu un franc succès. Ainsi, durant toute une année, l'auditeur a accompagné 'Meneer Konijn' ('Monsieur Lapin') dans son tour du monde, permettant à Q-music de collecter une somme considérable pour l'ASBL 'Kindergeluk'. JOE fm a fait très fort avec la deuxième édition de 'SOS speelgoed' ('SOS jouets'), récoltant 1.250 m² de jouets.

Q-music a lancé la radio visuelle puisque la chaîne peut être regardée live, 24 heures sur 24, via un canal propre (le canal #39 de la télé numérique de Telenet), via l'app Q

En 2012, GER a lancé deux nouveaux titres trimestriels : Long Cours et Décoration Internationale.

et sur Q-music.be. Ce n'est pas une émission de radio, ce n'est pas une chaîne télé, mais c'est un tout nouveau média qui, via la parole, la musique, l'image et les médias sociaux, se concentre sur l'interaction avec l'auditeur.

ÉVÉNEMENTS ET SALONS

Roularta est occupé à développer une organisation professionnelle d'événements et de salons en Belgique. Une cellule événementielle est constituée pour assurer aussi un soutien logistique professionnel des activités. Les marques fortes de Roularta organisent toute une série d'événements prestigieux : les Trends Gazelles, des Trends Awards pour divers segments professionnels, les Data News Awards, Industrie Awards, etc.

Fin 2011, le groupe a repris les salons Entreprendre/Ondernemen, qu'il a renforcés avec des salons supplémentaires dédiés à l'e-commerce, la franchise et les cadeaux d'affaires. Par ailleurs, Roularta a repris, via le bureau d'événements Twice Entertainment, l'organisation de la Journée Découverte Entreprise (F/N).

Dans chaque province, Roularta Recruitment Solutions (RRS) a organisé pour la première fois, et avec grand succès, des salons de l'emploi selon le modèle des salons 'Job Rencontres' de GER en France.

En France, une série de nouveaux salons dédiés aux étudiants ont été organisés, portant leur nombre total à plus de 70. Ces salons, qui se tiennent à Paris et dans d'autres grandes villes de l'Hexagone, accueillent plus de 2 millions de visiteurs/étudiants qui souhaitent orienter leur parcours professionnel.

EXTENSIONS DE LIGNE

Les lecteurs des publications Roularta se voient offrir chaque semaine des offres intéressantes. En 2012, le groupe a consenti des investissements supplémentaires dans la cellule 'Line Extensions'. Outre les produits culturels traditionnels tels que les livres (édités en interne par Roularta Books ou en coédition), les CD et les DVD, l'offre est diversifiée de plus en plus. Voyages, vins, design ou autres produits et services sont proposés à des prix très intéressants grâce à de grands volumes. Ce business en croissance est développé autour des grandes marques médias de Roularta, Knack, Nest, etc. au lieu de la marque Wikiwin tentée en 2012.

Roularta Media Group en 2012

Le **9 janvier**, RMG acquiert 50% des actions existantes d'ActuaMedica (auparavant UBM Medica Belgium), dans lequel le groupe intègre ses propres titres médicaux. De cette manière, ActuaMedica devient le leader incontesté du marché de la communication médicale à l'adresse des généralistes, spécialistes, pharmaciens et dentistes, avec une offre complémentaire et diversifiée de produits allant d'éditions imprimées et numériques à l'organisation d'événements, des émissions TV, etc. Les principaux titres imprimés sont Le Journal du Médecin, Le Journal du Dentiste, Le Pharmacien, Le Journal du Spécialiste (notamment Le Cardiologue, Le Diabétologue, L'Urologue...).

Depuis janvier, Roularta Local Media assure la régie publicitaire, au niveau national, des principaux médias régionaux de Flandre : De Streekkrant/De Weekkrant, De Zondag, Steps City Magazine et Krant van West-Vlaanderen.

Au **1^{er} février**, **Miranda Keuters** accède au poste d'éditeur des magazines B-to-B de RMG et est par conséquent responsable du développement des magazines Industrie Technique & Management, Nouvelles Graphiques et M&C, les activités de Data News, les activités de Business Information de Trends Top et les lettres d'information juridiques (notamment le Fiscologue).



Krant van West-Vlaanderen (KW) poursuit sa croissance et atteint chaque semaine 350.000 lecteurs (CIM), par le biais également de ses 11 éditions pour les grandes villes (e.a. **Brugsch Handelsblad, Kortrijks Handelsblad, De Weekbode, Het Wekelijks Nieuws** et **De Zeewacht**) fortement ancrées localement.



Canal Z lance en 2012 toute une série de nouveaux programmes, parmi lesquels Z-Fiscalité (tout ce que vous souhaitez savoir sur la fiscalité), Z-Energy (pour tous ceux qui veulent en savoir davantage sur les principales tendances sur les marchés énergétiques belges), Z-RH (tout sur la gestion du personnel), Z-Innovatie (ou comment convertir les idées créatives en projets innovants – uniquement sur Kanaal Z), Z-Invest (guide les entreprises et les entrepreneurs dans leur quête de croissance par temps difficiles), Z-Bière (un voyage pétillant au fil du paysage brassicole belge) et Z-Start (de jeunes entrepreneurs évoquent leur nouvelle activité).

Fin février, **Trends Style** est lancé. Ce nouveau magazine lifestyle paraît six fois par an et accompagne le tirage tout entier de Trends-Tendances.



Le **13 mars** voit le lancement de **The Good Life**, le premier magazine hybride sur le marché néerlandophone. Ce titre de qualité présente une combinaison entre l'actualité et le lifestyle. Le magazine intègre économie, finances et culture dans un luxueux magazine art de vivre qui paraît quatre fois par an en néerlandais.

The Good Life

Les **28 et 29 mars**, pour la première fois depuis la reprise de New Bizz Partners en 2011, le **salon Entreprendre/Ondernemen** est organisé. Il s'agit du seul salon national dédié aux PME, starters et indépendants.

Streekpersoneel.be organise en **avril** et en **mai**, avec succès, des salons régionaux de l'emploi au Kinopolis. Les chercheurs d'emploi peuvent y faire la connaissance des employeurs de leur région.



Le **21 juin**, pour la deuxième fois, Roularta Media Group obtient le certificat annuel d'entrepreneuriat durable ouest-flamand, la **West-Vlaams Charter Duurzaam Ondernemen**. En signant cette charte, les entreprises s'engagent à travailler de manière volontaire et proactive autour de six principes de gestion et dix thèmes écologiques ou sociaux, auxquels sont reliés chaque année des objectifs et actions concrets.

En **juillet**, via la **joint-venture Twice Entertainment**, un accord est conclu concernant la reprise de la **Journée Découverte Entreprises/Open Bedrijvendag**. Il s'agit du plus grand événement d'un jour en Belgique, avec plus d'un million de visiteurs et quelque 450 entreprises participantes en moyenne. L'événement se tient chaque année le premier dimanche d'octobre.

RMG fonde en **juillet** la société **Mplus Group** aux côtés du Persgroep et de KPN Belgium. Les deux groupes de médias proposeront leur contenu à l'utilisateur de manière numérique et personnalisée, via le réseau de Base. Hawaii sera un nouvel abonnement telco performant.

Prix en 2012

AWARD DE LA MEILLEURE SATISFACTION CLIENT

Roularta a remporté, en sa qualité de Google AdWords Premium Partner, l'Award de la plus grande satisfaction clients pour la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique). A l'échelle mondiale, Roularta termine à la cinquième place. Roularta doit cette distinction à l'approche sur mesure, orientée client, de toutes ses campagnes Google AdWords™ et est bien déterminé à poursuivre ses efforts en ce sens. Les PME belges qui entendent élargir leur mix média de manière rentable à l'aide de publicités en ligne peuvent donc continuer à tabler sur l'expertise de RMG.

MEDIUM OF THE YEAR

Les éditions Weekend Black du Vif/L'Express et de Knack ont été élues Medium of the Year par le magazine professionnel Media Marketing et l'Association des Agences belges de communication. Dès leur lancement, les éditions Black ont été très appréciées aussi bien par les annonceurs que par les lecteurs.

PRIX DE LA PRESSE BELFIUS

Le jury du Prix de la Presse Belfius a distingué **François Brabant** (Le Vif/L'Express) pour son reportage 'Di Rupo, histoire d'une marque'. Dans ce dossier, François Brabant explique comment, en 25 années de carrière politique, notre actuel Premier ministre s'est construit une véritable marque. En plus de ce premier prix, Le Vif/L'Express a également remporté le Prix de la Presse Belfius de la meilleure photo, décerné à Sander De Wilde pour une photo de l'ancien Premier ministre Jean-Luc Dehaene, parue dans le numéro spécial Photos rétro du 30 décembre 2011. Les Prix de la Presse Belfius sont les prix de journalisme les plus prestigieux en Belgique. Ils récompensent depuis 49 ans les meilleurs reportages, dossiers, documentaires, émissions de radio et de télévision et photos réalisés par les médias des trois communautés belges.

FELLOW DU COLLÈGE HOGENHEUVEL

En septembre, **Luc Blyaert**, rédacteur en chef de Data News, a été nommé 'Fellow van het Hogenheuvelcollege' par la faculté d'Economie et d'Economie Appliquée de la KU Leuven. Ce titre honorifique est attribué chaque année à trois personnalités qui se sont distinguées par une gestion efficace basée sur les principes scientifiques de l'économie et des sciences économiques appliquées et qui sont considérées comme dignes 'ambassadeurs' de l'informatique de gestion en Flandre.

PRIX FLAMAND DE LA PRESSE NORD-SUD

Le journaliste free-lance **Rudi Rotthier** a remporté le 'Vlaamse Noord-Zuidpersprijs' avec une série d'articles consacrés au Pakistan et parue dans Knack. Pour la première fois, ce prix a conjointement été remis par la Fondation Filip Decock et l'Agence flamande pour la Coopération internationale. Le prix s'accompagne d'un chèque de 3.000 euros. Le jury a notamment vanté le contenu percutant, la narration toute en nuances et la clarté du langage. La série primée a d'ailleurs donné lieu au livre 'De lont aan de wereld'.

TOERISME PERS AWARD

La rédaction du journal De Zondag a remporté le 'Toerisme Pers Award' (3^e place) de l'Office flamand du tourisme. La série **City to City** parue à l'été 2011 propose inspiration et conseils pratiques à tous ceux qui souhaitent effectuer des city-trips en Flandre.

PRIX DE L'INNOVATION 2012

En France, **The Good Life** a remporté le 4 avril le Prix de l'Innovation 2012. Ce prix prestigieux récompense le meilleur lancement presse de l'année écoulée et revient chaque fois à une initiative qui se distingue par un concept fort, une réalisation parfaite et une grande appréciation sur le marché des lecteurs. The Good Life est une initiative d'Idéat Editions, une joint-venture entre Roularta et Laurent Blanc.

PRIX LOUIS HACHETTE

En France, **Henri Haget**, journaliste de L'Express, s'est vu décerner le Prix Louis Hachette pour son article 'La seconde vie du Scorpion serbe'. Ce prix distingue les journalistes qui, avec leurs reportages, recherches, chroniques, portraits ou dessins, ont contribué au rayonnement de la presse écrite.

360°

AOÛT

SEPTEMBRE

OCTOBRE

NOVEMBRE

DÉCEMBRE

Août : l'organisation des rédactions des hebdomadaires **Sport/Foot Magazine** (en français) et **Sport/Voetbalmagazine** (en néerlandais) est modifiée. Jacques Sys est nommé rédacteur en chef des deux titres et la collaboration entre les rédactions est intensifiée.



A partir du 15 octobre, **Jörgen Oosterwaal** assure la rédaction en chef de Knack.



Knack Weekend Black du **31 octobre** et **Le Vif Weekend Black** du **2 novembre** s'habillent de blanc. Ces éditions spéciales jouent avec le thème 'blanc et pur'. Le thème 'white' est approfondi d'un bout à l'autre du magazine.

25 septembre : **Stefaan Werbrouck** est désormais le nouveau rédacteur en chef du magazine de culture et de divertissement Knack Focus, qui, aux côtés de Weekend, fait partie chaque semaine du package Knack.



Roularta lance la nouvelle formule de **Bodytalk**. Le mensuel consacré à la santé est doté d'une nouvelle mise en page. Le titre est, en supplément de son propre tirage, diffusé pour la première fois avec le tirage total du Vif/L'Express et de Knack. En plus, le magazine est ouvert aux annonceurs.

bodytalk

Le **9 décembre**, le tirage de **Knack** est augmenté de 600.000 exemplaires. A cette date, Knack est distribué gratuitement avec **De Zondag**.





Paquet Le Vif/L'Express

Paquet Knack

Nest

Je Vais Construire & Rénover

Grande

The Good Life

Bodytalk

Trends-Tendances

l'Initié de la Bourse

Trends Style

Trends Top

Sport/Foot Magazine

Royals

Point de Vue

Télépro

Bulletins d'information

Industrie Technique & Management

Data News

Nouvelles Graphiques

Média & Communication

Publications médicales

Recruitment Solutions

...

Magazines

BELGIQUE

Le Vif/L'Express et Knack : un paquet d'information complet

Les hebdomadaires **Le Vif/L'Express** et **Knack** occupent une place unique dans l'univers média en Belgique. Chaque semaine à nouveau, ils présentent un package complet d'informations de haut niveau :

- le news magazine **Le Vif/L'Express** pour la Belgique francophone, **Knack** pour la partie néerlandophone du pays ;
- les magazines lifestyle **Le Vif Weekend** et **Knack Weekend** ;
- les magazines de divertissement **Focus Vif** et **Knack Focus**.

En outre, les abonnés reçoivent 18 fois par an un numéro spécial **Le Vif Extra/Knack Extra**. Neuf numéros sont consacrés à un thème actuel, social ou historique. Les neuf autres sont des magazines **Le Vif/Bodytalk** et **Knack/Bodytalk** consacrés à la santé.

Enfin, le paquet comprend chaque mois **MO***, le magazine sur la mondialisation et les problèmes qui en découlent. Au

numéro, **Knack** et **Le Vif/L'Express** coûtent 5 euros. 85% de la diffusion nette se compose d'abonnements.

Depuis 2011, les sites Internet des magazines B-to-B et B-to-C de Roularta Media Group sont rassemblés sous une coupole : **Levif.be** pour les titres en français et **Knack.be** pour les titres en néerlandais. Cette nouvelle approche a donné lieu à une hausse spectaculaire du nombre de visiteurs et a permis au tandem **Levif.be/Knack.be** de devenir l'un des acteurs les plus importants du marché publicitaire des sites d'actualité.

Par jour, la coupole **Levif.be/Knack.be** enregistre en moyenne 194.000 visiteurs uniques et 1.366.000 pages vues. Elle enregistre en base mensuelle plus de 42 millions de pages vues et est le site belge d'actualité qui affiche la croissance la plus rapide.



JOURNALISTE KNACK

En 2012, j'ai eu le plaisir de fêter mes 25 ans de bons et loyaux services chez Knack. Je me souviens comme si c'était hier de mon premier contact avec la rédaction, un entretien avec Sus Verleyen, l'homme qui a fait de Knack un grand magazine. Il s'est mis à me parler des martins-pêcheurs de Bruges. Notre dernier entretien portait sur le parc national de Salonga, au cœur du Congo, où je me suis rendu pour Knack – un des voyages les plus spectaculaires que j'aie jamais fait. Quand je suis rentré, Sus était décédé. Ces 25 ans m'ont donné l'occasion de toucher à une gamme incroyable de sujets : entretiens avec de grands scientifiques comme James Watson, le découvreur de l'ADN, rencontres avec des criminels de guerre comme le bandit serbe Arkan, reportages qui vont de l'assassinat du vétérinaire Karel Van Noppen à la réintroduction illégale de castors en Belgique. Travailler pour Knack est un métier à multiples facettes. Il faut dire que le magazine est lui-même très varié et comporte beaucoup d'opinions et de points de vue différents – on ne le dira jamais assez. Un atout majeur de Knack, et surtout pour ses lecteurs, est qu'il publie des articles qui vont au fond des choses. Une bulle d'air dans un monde de médias axés sur les slogans.

DIRK DRAULANS

Knack publie des articles qui vont au fond des choses. Une bulle d'air dans un monde de médias axés sur les slogans.



Magazines lifestyle :

les toutes dernières tendances

Roularta domine le marché des magazines lifestyle. Les hebdomadaires **Le Vif Weekend** et **Knack Weekend** sont une composante importante de l'offre totale du Vif/L'Express et de Knack. La combinaison unique avec un magazine d'actualité garantit un groupe cible très intéressant. Le Vif Weekend et Knack Weekend publient chaque année plusieurs numéros reconnus pour être des bibles de style en matière de mode, de design, etc.

Huit fois par an, Weekend (Le Vif/Knack) paraît sur du papier livre. Huit **Black Issues** offrent une édition thématique approfondie à conserver.

Nest (F/N), le magazine belge de la vie côté campagne, compte plus de 120.000 abonnés postaux et atteint, compte tenu des ventes au numéro, 500.000 lecteurs. Nest paraît six fois par an mais publie par ailleurs deux fois par an Nest Déco/Wonen, deux fois par an Nest Saveurs/Koken et une fois par an Nest Côte/Kust et Nest Ardenne (N).

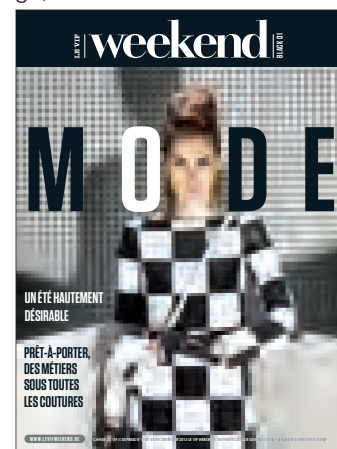
Je vais Construire & Rénover/Ik ga Bouwen & Renoveren est le mensuel pratique qui s'adresse à tous ceux qui s'intéressent à la construction et à la rénova-

tion. La rédaction propose également un excellent site Web **Jevaisconstruire.be/Ikgabouwen.be** ainsi qu'une série d'annuaires très complets sur la construction et la rénovation.

Grande (F/N), le mensuel des voyages, propose chaque mois un numéro consacré à un pays en particulier : Découvrir la France, l'Italie, l'Espagne, City-trips, etc. Grande est édité par Himalaya NV (50% Roularta).

The Good Life (N) est le nouveau magazine lifestyle international hybride. Il est dit hybride car il intègre économie, finances et culture dans un seul titre magazine lifestyle. L'édition française a été lancée en France en 2011. En 2012, Roularta a lancé une édition en néerlandais (4x par an).

Bodytalk paraît neuf fois par an et propose des informations pratiques axées sur quatre thèmes principaux : santé, manger, bouger et psycho. Les articles proposés sont écrits dans un langage clair par une équipe de médecins. Le titre accompagne le tirage entier du Vif/L'Express et de Knack et se vend aussi séparément.



Les nouvelles lifestyle ne gagnent pas seulement en importance : tout va surtout plus vite et gagne du terrain par tous les canaux.



JOURNALISTE KNACK WEEKEND

Ma première contribution à Knack Weekend – en tant que free-lance – a paru à l'automne 1999. C'était un article sur le mythe de la nuit, à une époque où j'écrivais plus volontiers aux petites heures du matin. Quelques mois plus tard, j'étais engagé comme collaborateur fixe à la rédaction, et on me donnait l'occasion d'explorer les divers thèmes et rubriques du magazine. Un rôle polyvalent qui m'a ouvert la voie d'un job passionnant qui me pose sans cesse de nouveaux défis, avec pour toile de fond un paysage médiatique toujours évolutif. Les nouvelles lifestyle n'ont pas seulement gagné en importance : tout va surtout plus vite et gagne du terrain par tous les canaux. C'est une évolution que nous suivons naturellement de très près chez Knack Weekend. Le titre papier est depuis longtemps une marque forte, mais c'est le cas aussi de Knackweekend.be, grâce auquel ma fonction est devenue plus variée encore. Et plus motivante.

WIM DENOLF

Magazines sur l'actualité économique et financière

Le magazine hebdomadaire **Trends-Tendances** (F/N) déploie un nombre croissant d'initiatives : événements, awards... Le Manager de l'Année, les Trends Gazelles, les HR & CFO Manager of the Year, la Trends Summer University, les Trends Lunches ou encore le Fund Summit, sont autant d'événements devenus incontournables dans la communauté business.

Trends-Tendances dispose d'une cellule financière qui assure les lettres d'information bihebdomadaires sur les placements **l'Initié de la Bourse** et **Inside Beleggen** ainsi que les rubriques boursières sur les chaînes de télévision Canal Z/Kanaal Z.

Bizz (F/N) est une rubrique importante dans Trends-Tendances pour l'entrepreneur ou l'intrapreneur, les cadres qui jouent un rôle dirigeant au sein d'une grande entreprise. Une rubrique proposant check-lists, témoignages et cas pratiques dont l'entrepreneur peut tirer des leçons. Une autre rubrique importante est **MoneyTalk**, où tout tourne autour des finances personnelles.

Trends Style paraît six fois par an sous forme de supplément papier glacé de Trends-Tendances. Le magazine passe en revue les nouvelles tendances dans le monde de la mode, du design, du lifestyle, des voyages, des accessoires, de l'horlogerie, etc.

Trends-Tendances se vend 5,50 euros au numéro et le tirage vendu (abonnements et ventes au numéro) affiche une croissance remarquable dans des circonstances de marché difficiles.

Le site Web **Trends.be** fournit en permanence des informations sur les affaires et les finances et propose toute une série de services tels que le module portefeuille et le **Trends Top**, la base de données regroupant les chiffres des 300.000 plus grandes entreprises du pays, les noms des principaux cadres, un outil unique permettant d'élaborer tous les classements possibles et imaginables, un instrument de géomarketing, etc.

Trends.be continue d'enregistrer une croissance de son nombre de visiteurs uniques et totalise à présent, par jour, plus de 60.000 visiteurs uniques, soit 280.000 pages vues. En base mensuelle, cela représente près de 9 millions de pages vues.



ACCOUNT MANAGER FINANCE

Ma fonction chez Roularta Media consiste à m'occuper des contacts avec les annonceurs du secteur financier. Mes collègues et moi veillons à ce que le message de l'annonceur parvienne à sa population cible. Roularta Media Group comporte une quantité de médias qualitatifs. Nous pouvons donc affirmer que le message de l'annonceur voyage en première classe vers sa cible.

ISMAËL COLEN

Le message de l'annonceur voyage en première classe vers sa cible.

Trends Top

Business Intelligence Tool

Autrefois guide d'entreprises classique sur papier, **Trends Top** a évolué pour être aujourd'hui un instrument de travail en ligne. Celui-ci propose des informations actuelles et des outils Web performants en vue d'une prospection ciblée, une application de gestion des ventes et une fonction d'analyse financière.

L'outil **Quicksearch** est le moyen le plus rapide d'obtenir des informations, actualisées chaque jour, sur plus de 300.000 entreprises et 500.000 décideurs. Grâce au classement **Top personnel**, vous vous composez en un tournemain une liste de prospection sur la base de paramètres que vous définissez vous-même.

GéoTop analyse votre portefeuille clients et sélectionne automatiquement les prospects qui présentent le même profil. L'outil **Gestion régions** vous permet d'examiner la répartition géographique de votre équipe commerciale et de dresser la carte du potentiel de chaque commercial. Grâce au **Benchmark**, comparez en un clin d'œil tous les chiffres clés et ratios de votre entreprise avec ceux des autres acteurs de votre secteur et de votre région.

L'été 2012 a vu le lancement de **Trends Top+** : exportation plus aisée des données, service d'alerte, rating ou indicateur de santé générale, comptes annuels en PDF, liens vers le Moniteur belge, vers des articles dans Trends-Tendances et des reportages sur Canal Z. Via les rapports individuels, sectoriels et régionaux, vous suivez de près la vie du tissu économique dans lequel évolue votre entreprise.



Un service global unique, à la mesure de chaque département d'une entreprise. Une zone de confort accessible toute une année pour un investissement limité. D'ailleurs, Trends Top s'engage non seulement à fournir ces informations et outils Web, mais aussi à veiller à ce que vous puissiez les utiliser de manière efficace. D'où l'organisation d'Expert Classes, des formations pratiques d'une heure et demie en vue de l'utilisation optimale des outils Web de Trends Top.

En semaine, le site Internet Trends Top accueille jusqu'à 30.000 visiteurs uniques par jour et compte 3,6 millions de pages vues par mois, ce qui en fait une plate-forme de communication rêvée.



Grâce à notre offre variée, tant en imprimé qu'en ligne, ce ne sont pas les possibilités de formuler des propositions innovantes, personnalisées qui manquent.

ACCOUNT MANAGER TRENDS TOP

Je travaille depuis décembre 2011 comme account manager chez Trends Top. Chaque jour, je conseille des décideurs, des responsables marketing et communication sur la manière dont ils peuvent tirer le meilleur parti de notre instrument de travail, notre plate-forme de communication en ligne. Ensemble, nous faisons le point sur leurs besoins et sur la manière dont Trends Top peut y répondre en offrant une plus-value adéquate. Grâce à notre offre variée, tant en imprimé qu'en ligne, ce ne sont pas les possibilités de formuler des propositions innovantes, personnalisées qui manquent. La diversité des clients et des secteurs rend ce job particulièrement passionnant et le défi en est d'autant plus grand. Rester au courant de ce qui se passe chez les clients et les prospects est et reste l'un des principaux points d'attention. Optimiser en permanence le portefeuille clients existant et l'enrichir de nouveaux clients : voilà le défi qui me motive chaque jour. Ce que j'apprécie tout particulièrement chez Trends Top, c'est l'esprit d'équipe et l'ouverture d'esprit qui existe entre les collègues. Ils me permettent de m'améliorer et contribuent à mon propre développement. Nous pouvons apprendre les uns des autres, et c'est toujours fructueux !

SYLVIE SEMPELS



ART DIRECTOR SPORT/FOOT MAGAZINE

Je suis tous les jours envahi par un tsunami d'images et de textes qui tentent tous, avec une belle obstination, de décrire ce que signifie atteindre son but ou le manquer. Un goal, une chute en pleine descente, l'interview d'un président qui vient de perdre son fils... Des visages, des instantanés, des gens qui ont quelque chose à dire. Le sport, c'est l'émotion à l'état pur ! En accord avec le rédacteur en chef, je tente de rassembler ces divers éléments pour en faire un ensemble cohérent. On envoie des photographes en mission, on cherche de nouveaux points de vue. Je cherche avec le journaliste la façon la plus intéressante et la plus claire d'illustrer son article. Des projets de couverture se télescopent dans ma tête. Quand allons-nous introduire tel ou tel sujet et comment le faire avec un max d'originalité ? Trouver la photo, rire ou larmes, qui fait oublier d'un coup toute la pression et le stress... La variété et l'intensité de mon boulot font en sorte – comme les sports que je pratique – que je me trouve confronté à suffisamment de défis pour me donner le goût de toujours m'engager. Après tout, c'est aussi une forme de sport. Un sport mental, bien entendu.

DOMINIQUE LOBBESTAEEL

Sport/Foot Magazine

marque des points dans le monde du sport

Sport/Foot Magazine et **Sport/Voetbalmagazine** proposent chaque semaine un panorama du football belge de haut niveau avec, régulièrement, des produits 'plus' originaux, tels que des DVD rassemblant les moments forts des compétitions belges et internationales.

Les hors-séries spéciaux compétition (consacrés aux compétitions belges et européennes ainsi qu'à la Ligue des Champions) sont des numéros à conserver qui réalisent un tirage supplémentaire.

Le football belge et étranger constitue la pièce de résistance des magazines, mais chaque semaine, la rédaction propose également des articles consacrés à d'autres disciplines en fonction de l'actualité et des performances des sportifs belges de haut niveau. Le basketball, le golf, le volley-ball, le tennis et le sport automobile y sont régulièrement traités.

Depuis 2012, le **cyclisme** bénéficie également d'une attention particulière. Sport/Foot Magazine propose en effet des dossiers spéciaux de 16 pages sur ce sport populaire. Tout au long de la saison. En outre, trois fois par an, un numéro spécial Sport/Cyclisme est publié.



Un goal, une chute en pleine descente, l'interview d'un président qui vient de perdre son fils... Le sport, c'est l'émotion à l'état pur !



Des magazines **people**, **têtes couronnées** et **TV stylés**

Roularta Media Group publie le mensuel **Royals** (F/N) ainsi que les deux bimestriels **Royals Hors Série** (F) et **Royals Extra** (N). Ces magazines spécialisés suivent de près la vie des familles royales d'Europe et d'ailleurs et totalisent un tirage de quelque 69.000 exemplaires. Royals incarne la monarchie dans toutes ses facettes et est considéré comme un exemple en matière d'actualité relative aux têtes couronnées. De plus, chaque article est amplement illustré au moyen des plus belles photos. L'année 2013 s'annonce royale. En Grande-Bretagne, on attend avec impatience l'arrivée d'un premier-né pour le prince William et la duchesse Kate, les Pays-Bas se préparent à l'arrivée sur le trône de Willem-Alexander après l'abdication de la reine Beatrix, et la Belgique fêtera le 20^e anniversaire de l'intronisation du roi Albert. Royals est lu dans les cours d'Europe. Avec Royals, les lecteurs se retrouvent donc en excellente compagnie.

Avec le Groupe Express-Roularta (GER), Roularta est également l'éditeur de **Point de Vue**, un hebdomadaire riche d'une longue histoire (lancé voici plus de 60 ans comme magazine d'actualité mais devenu au fil des ans le plus grand magazine people français haut de gamme). Point de Vue s'inscrit comme un véritable album trans-générationnel, dans lequel les lecteurs découvrent chaque semaine un univers contemporain exclusif et passionnant composé de l'actualité du gotha, de culture, et d'art de vivre. Dans une société en perte de repères, Point de Vue est bien ancré dans son époque et répond à un besoin d'authenticité, de pérennité mais aussi de rêve, d'élégance et d'évasion. Un magazine qui allie culture, glamour et curiosité.

Point de Vue dispose d'une édition belge importante. Avec sa rédaction spécialisée (une cellule distincte pour chaque cour royale européenne), l'hebdomadaire atteint une audience vaste et stable en France, ainsi qu'une très large diffusion internationale.

Télépro est depuis près de 60 ans le guide télé francophone de toute la famille. Fort de grilles TV très claires présentant plus de 100 chaînes, Télépro diffuse chaque semaine plus de 125.000 exemplaires payés (dont 70% à des abonnés très fidèles) et est lu par 469.000 lecteurs chaque semaine. Il est ainsi le deuxième hebdomadaire télé francophone.

Sa rédaction éclaire le choix de ses lecteurs perdus dans la jungle des programmes en leur proposant chaque jour une sélection de films, de sports, de documentaires et autres reportages ainsi que la mise en avant des moments forts de la journée. Télépro conseille les émissions à revoir sur Internet, propose son choix de vidéos à la demande et dévoile les coulisses de la télé.

Télépro s'inscrit également comme observateur et acteur de la société. Ainsi ses grands dossiers thématiques, développés avec l'aide de spécialistes et alimentés par l'avis d'un panel de plusieurs milliers de lecteurs, nourrissent-ils fréquemment la réflexion d'autres médias. Chaque semaine, Télépro propose également des idées de lectures, des conseils pratiques de jardinage, de déco, d'escapades, des recettes de cuisine. Il suit les grandes tendances technologiques et de consommation et répond à de réels besoins d'information en matière de droit ou de santé. Télépro est édité par Belgomedia, une filiale des groupes Bayard et Roularta Media Group.



Royals est beaucoup plus moderne que les gens ne l'imaginent!



ASSISTANTE DE RÉDACTION ROYALS

Le magazine Royals suit à la lettre l'actualité des maisons royales. Nous réalisons donc des reportages sur les visites officielles, les mariages et les naissances, mais nous nous intéressons aussi aux activités quotidiennes et banales des têtes couronnées, que nous rassemblons souvent dans la rubrique 'La chronique de la Cour'. Mon rôle d'assistante de rédaction consiste à chercher des photos relatives aux divers événements et à diffuser les plus belles sur notre serveur. Le défi est plus difficile à relever quand il s'agit de reportages de fond et de récits historiques. Il m'arrive de chercher pendant des heures une photo déterminée. Mais je suis d'autant plus heureuse lorsque je la trouve ! Ces dernières années, Royals a connu une véritable métamorphose. Sa mise en page a été modifiée en profondeur, nous publions des articles plus exclusifs et nous avons ajouté des rubriques comme 'Coups de cœur royaux' et 'Tendances royales' où nous anticipons sur les tendances de la mode. Royals est beaucoup plus moderne que les gens ne l'imaginent ! Comme nous entretenons des contacts avec des cours étrangères, des agences, des photographes... une bonne maîtrise des langues est indispensable. Des tâches d'ordre administratif et comptable contribuent également à rendre ce job particulièrement varié et intéressant.

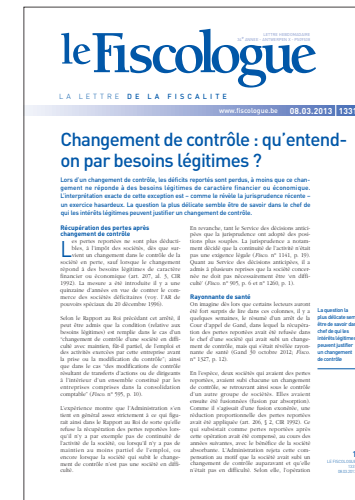
ISABEL WATTEEUW

Bulletins d'information pour le monde fiscal, juridique et financier

Roularta et les Editions Biblo éditent ensemble une série de publications périodiques spécialisées.

Le Fiscologue/Fiscoloog propose chaque semaine un panorama complet de l'actualité fiscale et se double d'une version Web dotée d'une fonction de recherche dans les archives. **Le Fiscologue International/Fiscoloog Internationaal** fait pareil, mais sur une base mensuelle et est axé sur la fiscalité internationale.

Bilan/Balans fait le point, deux fois par mois, sur les développements relatifs au droit comptable et des affaires. **Tijdschrift voor Rechtspersoon en Vennootschap (TRV)** est un magazine juridique spécialisé qui se consacre, huit fois par an, au droit des sociétés et des personnes morales.



RÉDACTRICE JURIDICO-FISCALE BIBLO

En septembre 1990, je suis arrivée, toute fraîche émoulue de l'université, à la rédaction juridico-fiscale de Biblo. On m'y a donné la chance de pouvoir collaborer à des lettres d'information renommées comme le Fiscologue. J'ai progressivement appris les arcanes du métier et me suis vu confier la responsabilité du bulletin d'informations comptables Bilan ainsi que la coordination du prestigieux périodique professionnel Tijdschrift voor Rechtspersoon en Vennootschap (TRV). Depuis, le TRV s'est sérieusement développé. Il fêtera bientôt ses 25 ans d'existence et il ne fait aucun doute que, sous la houlette de RMG, il va poursuivre longtemps sur sa lancée.

KATRIEN VAN TILBORG



Le prestigieux périodique professionnel Tijdschrift voor Rechtspersoon en Vennootschap fêtera bientôt ses 25 ans d'existence.

Roularta professional : magazines B-to-B

Industrie Technique & Management (ITM) (F/N) est la revue professionnelle belge dédiée à l'industrie. Grâce au système de circulation contrôlée, la revue est distribuée aux acheteurs et aux décideurs actifs dans les entreprises industrielles. Les entreprises membres d'Agoria, la fédération de l'industrie technologique, la reçoivent automatiquement. La rédaction organise également des événements et tables rondes prestigieuses et elle édite une lettre d'information électronique et un site Web performant.

Data News (F/N) est la plate-forme média du secteur ICT belge. Avec une lettre d'information quotidienne, un puissant site Web d'actualité, un magazine bimensuel et des guides trimestriels tant sur papier qu'en version pour l'iPhone, l'iPad et autres tablettes, il offre un éventail bilingue total aux lecteurs et utilisateurs. Data News, qui surfe aussi active-



Nouvelles Graphiques (NG) (F/N) est le magazine professionnel du monde graphique. Un autre titre, **M&C Media & Communication (F/N)**, se consacre aux aspects spécifiques des métiers graphiques. Ces titres sont également complétés par des événements et activités en ligne.

Tous ces titres proposent chaque année un classement Top de leur secteur en collaboration avec Trends Top.

Le monde graphique est tout ce qu'il y a de passionnant et il se situe depuis une quinzaine d'années au sommet des développements technologiques.



ACCOUNT MANAGER NOUVELLES GRAPHIQUES

La fonction d'account manager pour les magazines B-to-B et les services en ligne connexes de Nouvelles Graphiques (le magazine spécialisé de l'industrie graphique) et M&C Magazine (le magazine de l'industrie de l'impression et du lettrage) couvre de nombreuses activités. Les ventes sont bien sûr en point de mire, car il faut que ces magazines accueillent de nombreuses publicités pour atteindre leurs objectifs. Ma tâche principale consiste à entretenir une relation de partenariat avec les clients en leur donnant des conseils de communication et des idées créatives, et en leur offrant de belles opportunités. Cela exige une bonne connaissance du marché et de ses diverses niches, au sens large. Et ceci pour tous les segments d'activités. Ces objectifs, nous ne pouvons les atteindre qu'en collaborant au mieux avec la rédaction, l'éditeur, le marketing, les services de communication et l'administration. Le monde graphique est tout ce qu'il y a de passionnant et il se situe depuis une quinzaine d'années au sommet des développements technologiques. Pour s'en assurer, il suffit de se référer à la division production de Roularta, à Roulers.

DIRK NOENS



PRODUCT MANAGER – SALES & MARKETING SUPPORT

Ma fonction au sein d'ActuaMedica est très variée. Le fil rouge de celle-ci est la réussite commerciale de tous nos produits (tant papier qu'électronique). J'assure tout le volet 'soutien des ventes' : matériel promotionnel, analyse concurrentielle, politique des prix. Je veille également au contrôle de la qualité et m'occupe de l'adaptation constante de nos produits pour répondre à l'évolution de la demande. De manière ponctuelle, j'apporte également ma contribution à l'équipe commerciale pour développer certains projets et opportunités spécifiques. Je dirige aussi le département 'Services aux lecteurs' (petites annonces, commandes de carnets de prescriptions, abonnements). Enfin, j'assume le relais entre les rédactions et le département commercial et transforme notamment le contenu rédactionnel en opportunité commerciale.

VIRGINIE MEYSMANS

ActuaMedica : des magazines pour les métiers de la santé

ActuaMedica, éditeur de médias spécialisés dans le monde médical, est une joint-venture entre Roularta Media Group et UBM.

Le Journal du Médecin paraît deux fois par semaine – le mardi et le vendredi – et est adressé à tous les médecins en Belgique.

Le vendredi, une partie du tirage du Journal du Médecin s'accompagne sous blister du **Journal du Spécialiste**, et est adressée tour à tour aux cardiologues, diabétologues et endocrinologues, urologues, spécialistes de l'appareil locomoteur (MBJ – Muscles Bones Joints) et neurologues (CNS – Central Nervous System). Chaque groupe reçoit ainsi six fois par an un journal supplémentaire reprenant des informations spécifiques à leur spécialisation.

Six fois par an, **Belgian Oncology News (BON)** est diffusé auprès de tous les médecins concernés par le traitement du cancer.

Chaque jour, plus de 35.000 médecins sont informés grâce à la newsletter électronique **e-JournalduMédecin**.

Par ailleurs, six newsletters électroniques bimensuelles sont adressées aux spécialistes : Cardio, Diabète, Uro, MBJ, CNS et Onco.



Toutes ces informations figurent aussi sur le site Internet **Lejournaldumedecin.com**.

Lors de congrès internationaux importants, la rédaction publie régulièrement des lettres d'information, baptisées 'Live from', qui informent des faits saillants de ces congrès les médecins n'ayant pas pu y assister.

Le Journal du Dentiste et **Le Pharmacien** sont adressés tous les quinze jours à leur groupe professionnel respectif.

Deux fois par an, le compendium de médicaments **Medex-Medasso** est diffusé parmi les médecins, généralistes et spécialistes.

ActuaMedica assure également la régie publicitaire de **Prescribe**, le logiciel de prescription le plus utilisé en Belgique, édité par MediBridge.

Le contenu rédactionnel est transformé en opportunité commerciale.



RRS : 360° au service de l'employeur et du chercheur d'emploi

Avec **RRS – Roularta Recruitment Solutions** – Roularta domine le marché de la communication de recrutement en Flandre. RRS est le seul acteur du marché à proposer une approche à 360° véritable et complète pour chaque entreprise à la recherche de nouveaux collaborateurs. RRS ne s'oriente pas sur un groupe cible type en particulier, mais offre au client une solution sur mesure pour chaque niveau de fonction ou chaque compétence spécifique.

Avec **ChallengeZ**, un employeur atteint les profils du niveau de formation le plus élevé, avec une combinaison de médias imprimés (Le Vif/L'Express, Trends-Tendances, Knack et Trends), en ligne (Internet et newsletters) et télévisuels (Canal Z et Kanaal Z). En Flandre, Roularta domine le marché régional imprimé et en ligne avec **Streekpersoneel**, via De Streekkrant, De Zondag, Krant van West-Vlaanderen et Streekpersoneel.be.

Les guides carrière **GO Guide des Jeunes Diplômés** et **Le Vif Guide des Carrières** présentent les possibilités de carrière offertes par les grands employeurs belges, y compris en ligne sur Go.be.



Depuis 2012, quelque huit salons de l'emploi hyperlocaux sont organisés chaque année, tous très fréquentés et avec un taux de conversion particulièrement élevé pour les employeurs.

En France, **L'Etudiant** est l'éditeur du **Guide des Entreprises qui Recrutent**, et **Job Rencontres** organise un grand nombre de salons de l'emploi à Paris et dans les grandes villes françaises.

Une régie intégrée assure la rubrique **Réussir** dans L'Express en combinaison avec A Nous (Paris, Lille, Lyon, Marseille). **Distrijob.fr** et **Lexpress.fr/emploi** sont des sites Web performants.

Il est capital de faire de la prospection et de concevoir de nouveaux produits intéressants.



ACCOUNT MANAGER ROULARTA RECRUITMENT SOLUTIONS

En ma qualité d'account manager chez Roularta Recruitment Solutions, je travaille depuis un peu plus de six mois à un certain nombre de produits de promotion de l'image des employeurs : Le Vif Guide des Carrières et GO Guide des Jeunes Diplômés. A cet effet, je m'adresse surtout à de grandes et moyennes entreprises, partout en Belgique. Depuis les années que je fais partie de l'équipe RRS, de nombreuses modifications sont intervenues, et garder notre position de leader est un défi de tous les jours. Non seulement de nombreuses initiatives de RH ont été prises dans le secteur, mais les budgets et les besoins de nos clients se sont sérieusement réduits du fait de la crise. Ce qui signifie que nous devons rechercher en permanence de nouvelles opportunités. Il est dès lors capital de faire de la prospection et de concevoir de nouveaux produits intéressants. Nous avons par exemple intégré activement le message Google dans notre offre et nous y recueillons, lentement mais sûrement, nos premiers succès. Je travaille intensivement pour générer le plus possible de new business et pour ouvrir des portes afin de permettre à mes collègues de lancer, eux aussi, de nouveaux produits. Travailler chez RRS est pour le moins passionnant pour tous ceux et celles qui cherchent de belles opportunités.

STEFANIE TRIENPONT

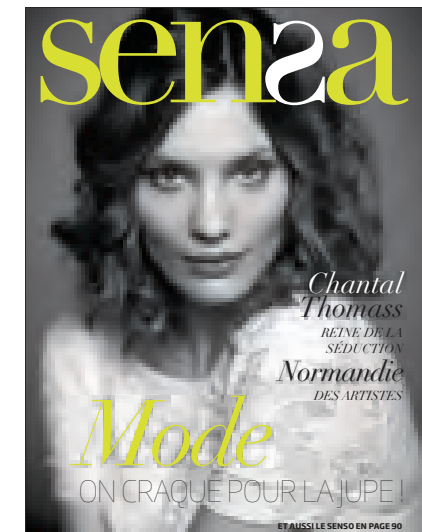
Roularta Custom Media : des magazines sur mesure de A à Z

Roularta Custom Media est spécialisé dans la réalisation de magazines et de newsletters, tant imprimés qu'en ligne et sur tablettes.

Roularta Custom Media propose une approche globale : de l'évaluation des besoins et la conception à l'impression, à la diffusion et au reporting numérique, en passant par la gestion de contenu, la rédaction et la mise en page.

L'équipe de Roularta Custom Media peut faire intervenir à tout moment les différentes divisions de Roularta et dispose ainsi d'un réseau global de collaborateurs journalistiques et artistiques.

Grâce à sa synergie avec un grand groupe d'édition, Roularta Custom Media détient des atouts puissants pour fournir une qualité supérieure à prix avantageux.



// Chez Roularta Custom Media, nous développons des concepts de communication et réalisons des publications imprimées et numériques pour nombre de clients.

RÉDACTRICE EN CHEF CUSTOM MEDIA

Roularta Custom Media est spécialisé dans la réalisation de newsletters et de magazines imprimés et numériques pour le compte de tiers. Nos clients sont issus de secteurs très diversifiés, tels que la banque, les assurances, les mutuelles, les entreprises (automobiles, chaînes de grands magasins...), mais nous collaborons aussi avec certaines divisions du groupe Roularta. Nous fournissons un service complet et sur mesure : de la conception de projets à la rédaction d'articles en passant par les traductions, l'impression et la distribution. Après avoir travaillé pendant dix ans en tant que journaliste au sein de ce département, j'ai évolué depuis deux ans vers la fonction de rédactrice en chef. Je m'occupe principalement du Senza, le magazine lifestyle des magasins Galeria Inno, réalisé en français et en néerlandais et diffusé à 275.000 exemplaires. Ma tâche consiste à établir une relation de confiance avec le client mais aussi à définir le contenu de ce magazine trimestriel et à briefer les collaborateurs internes et externes (journalistes, rédacteurs, traducteurs, graphistes, stylistes, photographes) qui contribuent à l'élaboration du Senza. Un travail d'équipe stimulant mais aussi très diversifié qui évolue sans cesse.

DOMINIQUE VAN NIEUWENHOVE



Stratégie 360° : une approche multimédia

De nombreuses nouvelles initiatives se sont développées autour des marques médias de Roularta Media Group.

Roularta Media Research

Roularta mène des enquêtes pour les rédactions et les annonceurs. Des logiciels performants permettent de mener des recherches en ligne, à grande échelle, auprès de vastes panels de consommateurs ou de panels plus sélectifs (jusqu'aux CEO des plus grandes entreprises belges). La participation aux polls peut être stimulée via la communication dans les médias imprimés, sur Internet et en télévision via Canal Z/Kanaal Z.

Roularta Events, Seminars & Fairs

Une campagne peut être reliée à un partenariat pour l'un des grands événements organisés par Roularta. Les divers magazines de Roularta organisent en effet des événements et des awards qui donnent lieu à des rendez-vous annuels de haut niveau. Ainsi, les 'Trends Gazelles' distinguent les entreprises qui ont affiché la plus forte croissance dans chaque province. Quant au 'Trends Manager de l'Année', il est organisé depuis 28 ans déjà. Les Data News Awards, les MoneyTalk Awards qui couronnent les meilleurs gestionnaires de fonds, les ITM Awards, etc., ce sont tous des moments forts dans leurs domaines respectifs. Par ailleurs, les résultats d'une enquête peuvent être présentés lors d'un séminaire. Les magazines de Roularta organisent chaque mois des séminaires tels que les rendez-vous des lecteurs de Trends,

mais également le Trends Outlook, le Mobile Congress, la Trends Summer University, etc. Enfin, Roularta organise également les fameux salons Entreprendre/Ondernemen, dédiés au monde des entrepreneurs.

Fabrique à Idées/Ideeënfabriek a été fondée en 2011 en tant que cellule créative qui développe des projets 360° pour les annonceurs.

Livres

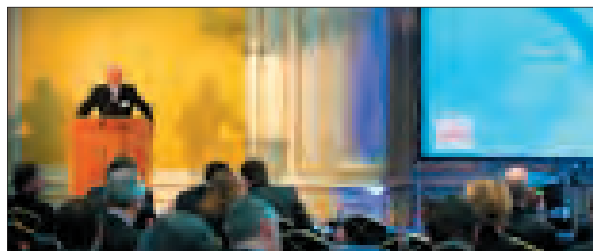
Une campagne peut aussi être couronnée par un livre. Roularta publie chaque année une cinquantaine de livres destinés aux groupes cibles des magazines belges du groupe. En France, tant L'Express et L'Expansion que L'Etudiant éditent diverses séries de livres pratiques pour un public d'entrepreneurs et d'étudiants. Pour chaque direction, chaque métier, il y a une publication spécialisée régulièrement actualisée.

Le Media Club est le service des lecteurs de Roularta. Il propose des livres, des CD et DVD en ligne, à des prix avantageux. Chaque semaine, une offre spéciale et exclusive est proposée dans Le Vif/L'Express et Knack.

Régie

Roularta Media est la régie publicitaire nationale du groupe, spécialisée dans une approche multimédia et cross-média 360°, avec print, Internet, télévision, événements, etc.

/// Nos événements permettent à nos lecteurs d'entrer en contact direct avec leur magazine.



EVENT MANAGER

L'organisation d'événements sous le chapeau de nos magazines constitue une plate-forme unique : nous travaillons en étroite collaboration tant avec les rédactions et les diverses divisions internes qu'avec de nombreux partenaires extérieurs, en vue de permettre à nos lecteurs d'entrer en contact direct avec leur magazine et de leur donner des occasions de réseauter. Chaque événement est planifié avec des mois d'avance. Travailler en équipe à leur préparation et réaliser une soirée réussie procure à chaque fois une délicieuse poussée d'adrénaline.

MAUGER MORTIER

PRODUCT MANAGER LINE EXTENSIONS

Fin 2012, j'ai franchi le pas vers le service Line Extensions, ce qui m'a permis de me consacrer entièrement aux actions de vente de produits en majorité lifestyle. Le service Line Extensions s'est construit une expertise de plusieurs années dans l'offre aux lecteurs de livres, DVD, CD, voyages et vins. Mes actions tendent à élargir cette offre. Mon expérience passée en tant que Communication & Promotion Manager pour des magazines lifestyle me vient remarquablement à point. Proposer les bons produits au bon moment et au juste prix, voilà les conditions sine qua non d'une action réussie. Sélectionner des produits qui interpellent le lecteur exige une connaissance et une expérience de l'ADN des titres. Négocier est une tâche quotidienne. Et je sors mes antennes pour capter tout ce qui est nouveau, surprenant et unique. Vu sous cet angle, il ne s'agit pas d'un job de 9 à 5. J'ai pris l'habitude de tout voir à travers le prisme d'une action possible, même pendant mes heures libres. Souvent, des idées me viennent aussi d'actions de plus grande envergure avec les magabooks ou les livres, ou encore sur la base d'une question émanant des annonceurs.

ANNEKE BLANCKAERT

Magabooks et autres extensions de ligne

Depuis quelques années, **Line Extensions** a le vent en poupe. Sous le label de marques de presse écrite ou non, des produits sont proposés aux lecteurs des éditions Roularta.

Les plus reconnaissables de ces produits dérivés des marques de presse écrite sont les **magabooks**. Il s'agit d'éditions spéciales qui paraissent sous le label Nest, Sport/Foot Magazine, Le Vif/L'Express, Le Vif Weekend, Focus Vif ou Bodytalk. Le concept veut que ces magazines tournent autour d'un seul thème. Dans certaines éditions, du contenu déjà publié est rassemblé par thème, pour d'autres, le contenu est nouveau. Les magabooks peuvent être lancés sur le marché sous forme de séries ou de numéros hors-série.

Ainsi, Weekend (Le Vif/Knack) publie quatre fois par an un **numéro spécial recettes**. **Nest Saveurs** paraît deux fois par an et le magazine publie également les suppléments **Nest Côte** et **Nest Ardennes** (uniquement en néerlandais). **Nest Déco** (deux fois par an) complète la série. Sport/Foot Magazine publie trois fois par an un **numéro spécial cyclisme**. Editions de luxe, couverture glacée : les magabooks sont des hybrides entre livre et magazine. En outre, certaines éditions uniques sont dédiées à des thèmes ou personnes qui font la une de l'actualité à un moment donné, comme par exemple **Claudia kookt voor Nest** ou **Handboek voor de hobbykok** de Knack Weekend.

Autre exemple de Line Extensions : **Roularta Books**, éditeur depuis 22 ans de livres dont la thématique prolonge celle des magazines : de la politique à l'art, en passant par le sport, l'économie et le lifestyle. Dans un marché concurrentiel, l'appui que les périodiques apportent à la maison d'édition est un atout non négligeable.

Ainsi, chaque semaine, les lecteurs des magazines se voient proposer une sélection judicieuse de livres, CD et DVD. Ces **produits plus** correspondent aux centres d'intérêt des lecteurs. Les produits plus sont proposés à des prix intéressants et font l'objet d'une promotion intensive par le biais de bons de réduction dans les publications du groupe, du Vif/L'Express à De Streekkrant. Les lecteurs peuvent ensuite aller retirer ces articles, ou les commander, via un canal de vente dédié ou en ligne.

Par ailleurs, les lecteurs peuvent participer aux voyages spécialement conçus pour eux par Le Vif Weekend, ou acquérir une sélection spéciale de vins. Pour ces projets, le magazine collabore avec des spécialistes de ces secteurs, afin de garantir un service et une qualité irréprochables.

Enfin, **Line Extensions** propose aussi des produits lifestyle – en ligne ou non – en exclusivité ou à prix intéressant, via Le Vif Weekend/Knack Weekend et Nest.





L'Express

L'Express Grand Format

L'Express Styles

L'Expansion

L'Entreprise

Mieux Vivre Votre Argent

La Lettre de la Bourse

Studio Ciné Live

Lire

Classica

Pianiste

KR Home-Studio

Maisons Côté Sud

Maisons Côté Ouest

Maisons Côté Est

Vivre Côté Paris

Maison Française

Maison Magazine

Zeste

IDEAT

The Good Life

l'Etudiant

Point de Vue

IdM

Point de Vue Histoire

...

Magazines

FRANCE

L'Express : le plus prestigieux des magazines d'actualité français

Magazine d'actualité et d'information générale créé en 1953 par Jean-Jacques Servan-Schreiber et Françoise Giroud, **L'Express** est le premier hebdomadaire d'information en France. Depuis sa création, L'Express décrypte, sélectionne, hiérarchise, analyse et met en perspective l'information, dans le respect de ses valeurs fondatrices : modernité, engagement, indépendance de ton et d'esprit. Avec toujours la volonté de donner du sens, d'apporter des solutions, de pousser à l'action et à la curiosité son lecteur. En 2013, L'Express fêtera son 60^e anniversaire avec une nouvelle mise en page et une nouvelle formule.

Chaque semaine, L'Express réalise aussi cinq dossiers régionaux différents et couvre ainsi régulièrement les principales villes de France. L'Express a renforcé la diversification de sa marque. Le titre s'est doté d'une organisation pour éditer, à grande échelle, des publications autour des hors-séries, des suppléments, des **Cahiers de L'Express** et de **L'Express Grand Format** (33 parutions thématiques par an).

L'Express a lancé une nouvelle collection 'mook'. Le premier numéro est sorti en décembre 2012 : **La grande histoire de Dieu**, 212 pages de rédaction, vendu 14,90 euros.

L'Express paraît chaque semaine avec **L'Express Styles**, hebdomadaire féminin haut de gamme, qui décrypte, analyse, saisit l'époque avec la volonté d'émouvoir, d'éblouir, de déclencher des envies. L'Express Styles, un traitement exclusif, contemporain, inattendu, esthétique et élégant, chaque semaine. L'Express Styles est l'équivalent des magazines belges Le Vif Weekend/Knack Weekend. Le 7 mars 2012, L'Express Styles a lancé une nouvelle formule qui n'est pas une révolution mais une évolution considérable. Le journal accomplit sa mue pour rester fidèle à lui-même avec un double objectif : afficher sa modernité vis-à-vis du marché (après six ans d'existence) et affirmer son positionnement haut de gamme auprès des lecteurs et des annonceurs.



L'Express Editions publie régulièrement des collections de livres, de DVD et de CD.

L'Express, avec **L'Express International**, est le premier magazine francophone dans le monde.

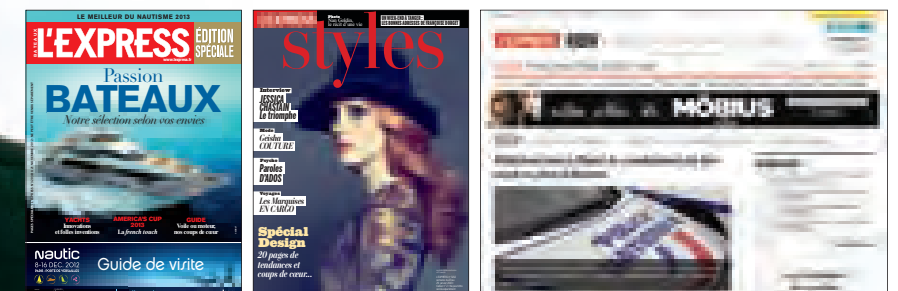
lexpress.fr est aussi un des plus grands sites Web d'actualités en France.

// L'Express Styles est un journal ancré dans l'univers de la mode mais également un magazine engagé autour des grandes thématiques de société.

RÉDACTRICE EN CHEF, DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT ÉDITORIAL L'EXPRESS STYLES

Je suis entrée en 2003 dans le groupe avec la mission de faire du supplément de L'Express un news au féminin. Un journal ancré dans l'univers de la mode mais également un magazine engagé autour des grandes thématiques de société, et plus particulièrement des droits des femmes. J'ai une longue pratique de ces sujets puisque j'étais auparavant rédactrice en chef de la partie Magazine du mensuel féminin Marie Claire. Après avoir fêté les cinq ans de Styles en novembre 2011, nous avons conçu au printemps dernier une nouvelle formule avec une maquette neuve pour un journal 'modernisé, vivifié, densifié'. Notre objectif était (et reste aujourd'hui encore) de faire face à une concurrence accrue dans le domaine des suppléments de journaux et magazines et de continuer à séduire les lectrices et les lecteurs de L'Express. Selon une dernière enquête, ils sont aujourd'hui plus de 80% à lire Styles chaque semaine et plus de la moitié commence la lecture de L'Express par notre magazine.

LYDIA BACRIE



Magazines sur l'économie et le business

L'Expansion est une marque emblématique de la presse économique française. Le titre enregistre de très bonnes performances en diffusion, son OJD est stable, et il jouit d'une bonne audience sur Internet (près d'un million de visiteurs uniques par mois).

Au moment où le monde se transforme, L'Expansion a évolué pour mieux répondre au nouveau rythme de l'actualité.

En mars 2012, autour de L'Express, Christophe Barbier et Christine Kerdellant ont imaginé une nouvelle formule du magazine, plus adaptée à l'air du temps. Ce nouveau mensuel a pris encore plus de hauteur, ouvrant ses pages à des experts, sociologues, historiens, économistes. La mission de L'Expansion est d'apporter toujours plus de fond à ses lecteurs mais aussi plus de confort : une maquette plus illustrée, vivante et créative, un papier très haut de gamme.

Organisée autour de L'Express, la nouvelle rédaction de L'Expansion est multimédia : Internet pour le traitement de l'actualité immédiate, l'hebdomadaire L'Express pour l'analyse de la semaine, et le mensuel L'Expansion pour l'approfondissement et la mise en perspective.

En juin 2012, **L'Expansion Tendances** (trimestriel) s'est doté d'une nouvelle formule et d'une nouvelle maquette. Ce magazine a été élaboré par Lydia Bacrie, rédactrice

en chef de L'Express Styles. Plus riche, plus dense pour décrypter l'air du temps, au service d'un univers haut de gamme pour les hommes. Ce nouveau magazine a été accueilli avec succès par les annonceurs dès sa première parution.



L'Expansion, c'est aussi des offres premium avec un **Club de L'Expansion** réinventé, animé par Christophe Barbier et Philippe Manière, des conférences, et **La Lettre de L'Expansion** qui, l'an dernier, avait réussi sa mutation sur Internet.

Deux événements sont organisés par L'Expansion et L'Express : **Le Grand Prix de l'Entrepreneur de l'année** et **L'Académie des entrepreneurs**.

L'Entreprise est un mensuel d'informations pratiques qui s'adresse aux entrepreneurs indépendants et aux cadres dirigeants. C'est aussi un site Internet, **L'entreprise.com** et sa newsletter quotidienne **le zapping business** ainsi que des événements. Le titre publie aussi des classements sur les entreprises françaises les plus rentables ou les plus exportatrices.

L'entreprise.com regroupe des informations pratiques et des bases de données utiles aux dirigeants d'entreprises. Ils peuvent y puiser des conseils leur permettant de mieux gérer leur entreprise au quotidien.



RÉDACTEUR EN CHEF ADJOINT DE L'EXPANSION

Après des débuts comme pigiste à l'Agefi et journaliste à Mieux Vivre Votre Argent (alors propriété du fondateur Jean-Antoine Bouchez), j'entre à L'Expansion en mars 2000, chargé de couvrir les sujets financiers et boursiers. En 2003, j'intègre le service macro-économie du magazine. Grand reporter quand survient la crise financière à l'automne 2007, je réalise plusieurs enquêtes sur Wall Street, les hedge funds et les banques. La même année, je publie, aux Editions Express-Roularta, '101 idées reçues sur l'économie' avec Emmanuel Lechypre et François de Witt. Au fil des événements, j'aborde ensuite la crise sous sa forme économique, industrielle et budgétaire, puis publie 'Inévitable protectionnisme' aux Editions Gallimard (collection Le Débat) avec Benjamin Masse-Stamberger et Adrien de Tricornot. En 2012, je deviens rédacteur en chef adjoint de L'Expansion à l'occasion d'une nouvelle formule résolument tournée vers des sujets de fond et des problématiques de long terme.

FRANCK DEDIEU

Le mensuel d'information financière et patrimoniale

Mieux Vivre Votre Argent (MVVA), le mensuel qui donne le ton en matière patrimoniale et financière, a été créé en 1979 par Jean-Antoine Bouchez. Le magazine s'intéresse à toutes les problématiques de finances personnelles : de l'optimisation des dépenses de consommation à la gestion du patrimoine en passant par les questions de droit.

Dans sa rubrique phare, la rédaction donne ses recommandations à un abonné après avoir analysé en détail sa situation budgétaire et patrimoniale.

Six fois par an, le magazine s'enrichit d'un guide à l'occasion d'un numéro spécial : **Fiscal, Immobilier, Bourse, Assurance-vie, SICAV et maison**. MVVA est diffusé à 221.876 exemplaires.

Votreargent.fr, le site Web consacré à la Bourse, à l'immobilier, aux assurances..., s'intéresse aux mêmes thèmes que le magazine mais en leur réservant un traitement différent : avec plus d'actualité, mais aussi davantage d'outils pratiques. Votreargent.fr a atteint une audience de 500.000 visiteurs uniques.

La Lettre de la Bourse (LLB) est la lettre confidentielle spécialisée dans la Bourse et... les crises, puisqu'elle fut lancée à la veille du krach de 1987. Depuis, l'offre historique est devenue bi-média avec un service quotidien sur **Lalettrede labourse.fr**.

Mieux Vivre Votre Argent relève aussi de nouveaux défis : **Hors-séries** : les hors-séries **Les placements de A à Z** et **Nos recettes pour votre argent** ont pour mission de familiariser les nouveaux lecteurs avec le monde des finances personnelles.

Prix : Mieux Vivre Votre Argent décerne chaque année plusieurs prix, dont **Les Corbeilles de la gestion collective**, **Le Grand prix de l'assurance-vie** et **Le Grand prix des actions**, autant d'outils très utiles pour les lecteurs et d'instruments marketing hors norme pour les établissements et/ou les produits primés.

Conférences : à Paris ou en province, avec des sociétés cotées, des assureurs ou des banquiers, elles sont une excellente occasion d'informer différemment et d'aller à la rencontre des lecteurs. Mieux Vivre Votre Argent en organise une trentaine par an.

Salons : **Le Forum de l'Investissement** et **Fiscap** : deux grands salons organisés à Paris, l'un très grand public, l'autre plus ciblé sur la clientèle haut de gamme.

Edition déléguée : conception et réalisation de publications pour le compte de tiers. Pour les clients d'une grande banque française, Mieux Vivre Votre Argent a conçu **Vif Argent**, un magazine trimestriel articulé autour de quatre grandes thématiques : immobilier, vie pratique, impôts et placements. Un site Internet complète le dispositif pour le suivi de l'actualité.



RÉDACTEUR EN CHEF DÉLÉGUÉ À MIEUX VIVRE VOTRE ARGENT

Un journaliste relate, analyse, commente, parfois même il dénonce... Moins souvent, il conseille. A Mieux Vivre Votre Argent, c'est pourtant sa principale mission ! Fournir au lecteur des solutions clés en main et des préconisations précises, voilà ce qui fonde notre ligne éditoriale. Mon job consiste à veiller à son respect. Les écoles de presse ne nous préparent pas à un tel exercice. Pourquoi ne pas tendre le micro à des professionnels compétents, triés sur le volet, pour relayer leurs avis éclairés dans nos colonnes ? Cela est plus conforme à la pratique habituelle du journalisme. Mais travailler dans un magazine ayant pour vocation d'apporter un service concret à l'épargnant et au consommateur, exige que l'on s'engage. C'est le bon conseil que vous lui donnez aujourd'hui en votre nom qui incitera votre lecteur à se réabonner demain. Un vrai challenge. Mais quelle satisfaction quand il est gagné !

GILLES MANDROUX

Magazines sur le cinéma, la littérature et la musique

Studio Ciné Live est LE magazine français consacré à l'actualité du cinéma. Ce mensuel propose une revue complète de tout ce qui se passe dans le monde du cinéma, avec diverses critiques et notations pour tous les films français et étrangers, mais aussi de grands reportages et des interviews exclusives réalisés aux quatre coins de la planète. Il est aussi présent sur tous les grands festivals : Cannes, Venise, Toronto, Berlin... Il couvre enfin l'actualité en matière de sorties de DVD, des séries télé et des jeux vidéo.

Lire est le titre leader au sein de la presse magazine littéraire. Le mensuel doit son succès à une ambition fidèle – décrypter l'ensemble de la production littéraire du moment, quel que soit le genre (romans français, étrangers, biographies, documents, BD, et même cuisine !) – et aux talents de ses signatures. Début 2012, Lire a renouvelé sa formule afin de donner plus de place aux écrivains – rencontres, grand entretien – dont l'univers fascine le lecteur. Ce changement a été salué par les lecteurs, dont la diffusion abonnés a fortement progressé. A cette évolution s'ajoute une présence accrue sur les salons littéraires, où se matérialise le lien entre les auteurs et les lecteurs. Enfin, Lire déploie son expertise et ses contenus à travers une politique soutenue de hors-séries et suppléments thématiques, à l'image d'un hors-série Proust à l'occasion du centenaire de 'La Recherche'.

Classica est le magazine de la musique et de la hi-fi. Le mensuel doit son rapide succès à un ton résolument moderne et à une offre innovante, renouvelant un genre souvent perçu comme figé. Un succès qui lui a permis de fusionner avec Le Monde de la Musique en 2009, tout en imposant son nom. Aujourd'hui, le magazine est co-édité avec le groupe Les Echos, et noue une étroite collaboration

avec Radio Classique, propriété du quotidien économique. Classica suit l'actualité de près et va à la rencontre des grands artistes. Côté pratique, le magazine défriche l'actualité des disques et de la hi-fi, en mettant son expertise au service du lecteur. Les rubriques 'Chocs' (accompagné d'un CD), 'Ecoute en aveugle', 'Critiques de A à Z' ou encore les bancs d'essai hi-fi répondent à ces attentes. Parmi les nouveautés 2012, le lancement d'une version tablette de Classica, puis, en 2013, la célébration du numéro 150 et l'arrivée d'une nouvelle formule.

Pianiste est un magazine musical consacré à la pédagogie et au piano enrichi de partitions, d'avis d'experts, de supports multimédias (CD et DVD). Pianiste paraît six fois par an.

KR Home-Studio, sur un rythme de 11 numéros par an, est le magazine de la création musicale pour les musiciens qui souhaitent s'enregistrer, s'autoproduire et faire de la scène. Né il a 25 ans aux sons des synthétiseurs, le magazine a su épouser les évolutions technologiques et artistiques, accompagnant une communauté de lecteurs fidèles vers la révolution du home-studio, l'émergence de la culture DJ, ou la pratique d'autres instruments (guitares, batteries...). Parmi ces projets fédérateurs et porteurs de développement, KR Home-Studio a développé en 2012 son offre 'DJ Style' (partenariat Mixmove), a initié le projet 'KR Découvertes', récompensant le meilleur de la production musicale de ses lecteurs, et a enfin lancé son nouveau site Web, kr-homestudio.fr.

Seuls sur leurs créneaux respectifs, Pianiste et KR Home-Studio restent des magazines incontournables pour ceux qui souhaitent pratiquer la musique. Ces deux titres consolident ainsi l'offre culturelle du groupe.



DIRECTEUR DE RÉDACTION DE CLASSICA ET PIANISTE

Je suis à la tête de la rédaction de Classica depuis sa création il y a 15 ans. C'était en 1998 : autant dire, un autre monde ! La révolution numérique a bouleversé le milieu de la musique, et nous a poussé à repenser la manière d'en parler. Plus que jamais, alors que l'information se multiplie et se dilue, nous avons un devoir d'expertise et d'excellence. En 2013, autour du journal papier Classica, qui reste notre maison mère et qui bénéficie d'une nouvelle formule enrichie, nous pourrions compter sur l'apport de notre version tablette et d'Internet, en collaboration avec notre partenaire Radio Classique, mais aussi des hors-séries réalisés pour L'Express, de l'édition de livres ou de notre magazine cousin, Pianiste. En attendant de nouvelles diversifications.

BERTRAND DERMONCOURT



DIRECTRICE PÔLE LIFESTYLE

Après avoir travaillé dans la production télévisée et la presse quotidienne, la chance m'a été donnée en 2007 d'entrer dans le Groupe Express-Roularta pour diriger le pôle Lifestyle aux côtés de Corinne Pitavy. Entourée d'une équipe motivée de journalistes, de spécialistes de la diffusion, des abonnements, de la gestion, de la publicité, du marketing et de la fabrication, j'ai pu initier des lancements de magazines print et numériques, mettre en place des nouvelles formules et plus généralement développer les marques du pôle. Les défis quotidiens à relever sont toujours plus nombreux, comme autant de beaux jardins (ma seconde passion) à cultiver avec une seule devise, bienveillance, respect, générosité.

MARIE-PIERRE OMBRÉDANNE

Décoration et lifestyle haut de gamme

Le Groupe Express-Roularta publie les plus beaux titres français de décoration et de lifestyle, print et digital.

Cotemaison.fr est le plus important site Internet média consacré à la décoration en France. Il s'appuie sur l'ensemble des contenus des magazines de décoration du groupe et développe également ses propres contenus au plus près des besoins des internautes. Des versions iOS, Android et Windows 8 sont disponibles.

Maisons Côté Sud, Maisons Côté Ouest, Vivre Côté Paris (bimestriels) et **Maisons Côté Est** (trimestriel) sont des magazines haut de gamme consacrés au meilleur de la décoration et de l'art de vivre en France. On y retrouve des reportages sur les plus beaux intérieurs, la découverte du patrimoine et des savoir-faire, des sujets gastronomiques et des city guides pointus. Sans oublier l'actualité culturelle et événementielle de chaque région.

Le Salon **Vivre Côté Sud** (Décoration – Art de Vivre) est organisé chaque année en juin à Aix-en-Provence avec un succès croissant.

Lifestyle Côté France est un magazine trimestriel 100% digital en français et en anglais, reprenant les meilleurs articles publiés dans les Côtés.

Maison Française est un magazine qui, depuis 1946, met à l'honneur les nouveaux talents, la création et le design. On y retrouve des portraits de décorateurs et de créateurs ainsi que des reportages sur les intérieurs les plus extraordinaires. Deux hors-séries sont plus particulièrement consacrés au design et à l'innovation. Maison Française a une édition turque publiée par Dogan Burda avec beaucoup de réussite.

Décoration Internationale est un magazine créé en avril 2012. Publié deux fois par an, il complète l'offre de Maison Française en s'adressant plus particulièrement à tous les lecteurs intéressés par les domaines du contract et de l'hospitality. On y retrouve exclusivement des reportages sur les plus belles réalisations design et architecturales dans le monde entier : hôtels, sièges sociaux, musées... Ce magazine bilingue bénéficie d'une large diffusion internationale.

Maison Magazine est un magazine consacré à l'aménagement de la maison et à l'habitat contemporain. On y trouve des reportages sur des maisons modernes, toutes les informations utiles pour mener à bien un projet de construction et de rénovation, ainsi que des sélections de matériaux et de meubles.

Vivre Côté Cuisine et Bains est un magazine semestriel entièrement consacré à l'aménagement et la décoration de la cuisine et de la salle de bains. Il est diffusé avec l'ensemble des autres magazines de décoration du groupe.

Zeste Cuisinons simple et bon est un magazine bimestriel dédié à la bonne cuisine faite maison. Avec un ton complice et direct, il partage avec les lecteurs des dossiers de recettes adaptées pour toutes les occasions de la vie quotidienne. On y retrouve également des conseils de chefs, des sélections d'ustensiles et de livres ainsi que des découvertes de produits alimentaires.

Le magazine **100 Recettes** paraît 3 à 4 fois l'an. Il reprend des sélections thématiques de recettes (saison, salades, chocolat...).



IDEAT et The Good Life : le succès des nouveaux concepts

Lancé en 1999 par Laurent Blanc, **IDEAT** est devenu un véritable phénomène dans le monde de la presse de décoration et du design en France. IDEAT correspond à cette nouvelle génération de 30-45 ans CSP+ au niveau d'éducation élevé, qui a davantage voyagé que les générations précédentes. Leur œil s'est exercé à la modernité et leur goût pour les designers, les architectes et les artistes qui ont fait le XX^e siècle, s'est développé. Les lecteurs d'IDEAT ont la culture urbaine, et la passion des plans '48 heures à...' pour s'adonner à leur plaisir favori : mélanger shopping et visites de musées. C'est ce qui fait qu'IDEAT ne ressemble à aucun autre magazine... Un magazine nouvelle génération qui se décline sur un courant international : le lifestyle.

IDEAT est diffusé en moyenne à 85.000 exemplaires en France et à l'étranger. Au numéro, le titre affiche la plus forte croissance de tous les magazines déco de France depuis le début de 2006 : +27%. Sur cette même période, les abonnements payants ont augmenté de plus de 50%. Avec près de 800 pages de publicités payantes par an, IDEAT figure en tête de la presse française dédiée à la décoration et à l'art de vivre en termes d'investissements publicitaires. Il est donc le magazine français favori des annonceurs.



Fort de ce succès, Laurent Blanc a lancé en octobre 2011 **The Good Life**, véritable ovni dans le marché de la presse magazine française. The Good Life est un magazine hybride, mêlant news économiques globales et lifestyle. Il répond donc à cette génération pour qui le zapping est constant entre travail et loisirs qui s'entremêlent en permanence. Cette génération se sentait un peu déconnectée d'une presse restée très franco-française, autocalmée sur la politique et les affaires françaises. Il fallait donc inventer un magazine d'un nouveau genre, un magazine qui mixe de la culture économique mondiale et du temps consacré aux plaisirs de la vie sous l'angle de la modernité et du lifestyle : un magazine hybride, en quelque sorte.

The Good Life a reçu le 'Prix de l'Innovation 2012', écoplée par le SPM (Syndicat de la Presse Magazine), qui récompense le meilleur lancement de magazine de l'année écoplée. Ce prix récompense le travail de toute une équipe qui a cru au développement des 'mooks' (magazines + books) qui sont en train de transformer le paysage de la presse magazine française.

La moyenne de diffusion kiosque des deux premiers numéros est supérieure à 40.000 exemplaires et le magazine compte déjà près de 8.000 abonnés après six numéros... Pour un magazine CSP+ très luxueux de 300 pages vendu 5 euros, c'est presque un miracle !

IDEAT fête aujourd'hui son 100^e numéro. Gageons que The Good Life rencontrera le même succès !



FONDATEURS DES MAGAZINES IDEAT & THE GOOD LIFE

J'ai créé IDEAT en 1999 avec ma femme Anne-France. En 2001, Roularta Media Group est entré dans le capital de l'entreprise à hauteur de 50%. Depuis, le magazine n'a cessé d'évoluer, et il s'est imposé peu à peu dans le paysage de la presse magazine française comme une véritable référence de culture urbaine. A ce titre, il est devenu bien plus qu'un simple magazine de décoration. IDEAT fête aujourd'hui son 100^e numéro. Gageons que The Good Life rencontrera le même succès et fêtera également un jour son numéro 100 !

ANNE-FRANCE ET LAURENT BLANC

L'Etudiant : il donne le ton quant au choix d'études et aux formations

Depuis 40 ans, **L'Etudiant** informe les jeunes, leurs parents et les professionnels de l'éducation sur l'orientation, les études, les métiers et leurs débouchés. Leader auprès des 15-25 ans, L'Etudiant a développé de nombreux supports d'information (salons, Internet, presse, édition, hors-média, coaching et soutien scolaire) et apporte une réponse complète et précise aux préoccupations des jeunes.

L'Etudiant est une marque historiquement plurimédia.

Nous organisons, chaque année, 70 salons (dont le Train de l'Orientation) généralistes et thématiques, situés à Paris comme en Province, qui accueillent près de 2 millions de visiteurs.

Au-delà de notre titre phare, le magazine L'Etudiant – leader des titres presse destinés aux 15-19 ans – nous éditons plus de 30 magazines et hors-séries, dont deux magazines gratuits distribués sur les lieux d'études et 16 guides régionaux.

Notre collection de livres **Guides de L'Etudiant**, avec ses 200 références et ses 7 millions de guides vendus, fait de L'Etudiant le premier éditeur français sur les thématiques études, métiers, premier emploi et vie étudiante.

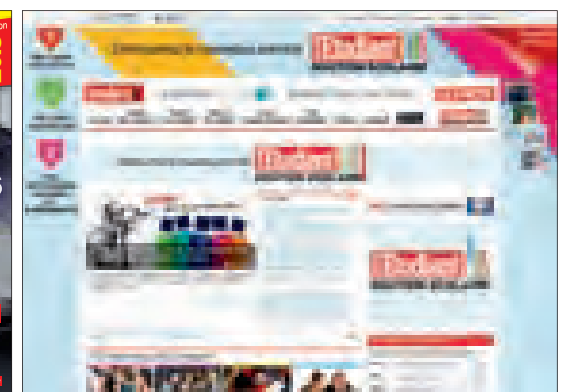
Avec ses 11 millions de visites et ses 57 millions de pages vues par mois, **Letudiant.fr** est de loin le leader incontesté des sites français dédiés à l'information sur l'orientation et l'enseignement supérieur.

Letudiant.fr est maintenant accompagné d'une nouvelle chaîne lifestyle lancée en 2012, **Trendy**, pour traiter de sujets mode, beauté, décoration, cuisine et high-tech.

Lancée il y a six ans, notre site B-to-B, **Educopros.fr** s'est imposé comme une référence auprès des professionnels du secteur de l'éducation. Cette activité a, en outre, organisé en 2012 une dizaine de conférences et étoffe en permanence ses services (voyages d'études...).



/// Dans le numérique, il faut avoir un œil constamment pointé sur l'innovation, la veille, les mutations et l'évolution des nouveaux médias.



DIRECTEUR INTERNET L'ÉTUDIANT

A L'Etudiant depuis sept ans, j'ai eu le plaisir d'accompagner et de participer à la formidable croissance des sites Internet de L'Etudiant. Je n'ai eu de cesse pendant cette période de conquérir puis de conforter notre leadership sur l'information dédiée à l'orientation et aux études. En tant que directeur Internet, je m'appuie sur une équipe pluridisciplinaire et experte de 13 personnes. Je considère mon job comme celui d'un chef d'orchestre ayant pour rôle principal la coordination des différents métiers et savoir-faire des collaborateurs du service (technique, marketing, traffic management...). Il m'appartient également de nous fixer des objectifs toujours plus ambitieux (développement de l'audience et de notre base de données client, création de nouveaux services et de nouvelles opportunités de chiffre d'affaires). Notre activité étant centrale et stratégique pour le développement de L'Etudiant, nous travaillons quotidiennement avec l'ensemble de ses entités (rédaction, commercial, salons...). Et puis, comment travailler dans le numérique sans avoir un œil constamment pointé sur l'innovation, la veille, les mutations et l'évolution des nouveaux médias ? Bref, cette fonction en permanente évolution m'oblige à me remettre en cause quasiment tous les matins...

EMMANUEL TRECOURT

Magazines de l'actualité people glamour et culturelle

Point de Vue s'inscrit comme un véritable album trans-générationnel, dans lequel les lecteurs découvrent chaque semaine un univers contemporain exclusif et passionnant composé de l'actualité du gotha, de culture, d'art de vivre.

Dans une société en perte de repères, Point de Vue est bien ancré dans son époque et répond à un besoin d'authenticité, de pérennité mais aussi de rêve, d'élégance et d'évasion. Point de Vue allie culture, glamour et curiosité.

Dans la lignée de Point de Vue, **IdM (Images du Monde)** fait découvrir toute la richesse et les facettes de lieux et milieux d'exception. Six numéros par an, pour un

éclairage approfondi de thématiques à la fois glamour et culturelles, IdM, un magazine écrivain qui témoigne, explique et fait rêver ses lecteurs grâce à sa maquette élégante et la large place faite à l'image.

Enfin, **Point de Vue Histoire** c'est l'histoire en majesté.

Au long des siècles, les rois et les empereurs, les reines et les princes ont écrit, avec sang et passion, les pages les plus flamboyantes de notre passé. Dynasties célèbres, souverains assassinés, mystères et couronnes : tous les trois mois, Point de Vue Histoire explore les mille et une facettes de l'Histoire. Tant il est vrai que la réalité est souvent plus palpitante que le meilleur des romans !



/// Nous sommes dans une époque de recherches de racines et l'une des spécialités de Point de Vue et d'IdM est justement d'identifier ces racines.



CHEF DES SERVICES ROYAUTES ET HISTOIRE À POINT DE VUE, RESPONSABLE À IMAGES DU MONDE

Après des études de droit et Sciences Po Paris, je pigeais depuis des années à l'Estampille, et surtout à la gazette de l'Hôtel Drouot. Un jour j'ai pris mon téléphone pour proposer un article à la rédactrice en chef de Point de Vue. J'ai fait une pige, puis deux, puis trois, et je suis resté. La toute première interview qui m'a marqué fut celle du roi Hussein de Jordanie. Ce que j'aime dans ce titre, c'est le carambolage entre des moments d'histoire tout droit sortis des manuels et l'actualité. Le meilleur exemple de ces rencontres surprenantes fut certainement les funérailles à Saint-Petersbourg du tsar Nicolas II et de sa famille en 1998. L'invité d'honneur s'appelait Boris Yeltsine. Point de Vue a une actualité qui n'est pas celle des autres hebdomadaires mais qui est tout aussi intense. La mort de la princesse Diana, un dimanche matin, nous a tous pris par surprise. La création, il y a quelques années, des hors-série IdM, ou Images du Monde, a été une autre expérience nouvelle. Chaque numéro comporte un dossier consacré à un thème précis, joaillerie, mariage, art... et des rubriques qui nous permettent d'aller encore un peu plus loin dans un univers d'exception. Aujourd'hui IdM est devenu un journal à part entière. Ce qui me conforte dans l'idée que la presse écrite a encore des cartes à jouer à condition de cultiver sa différence avec Internet en offrant plus. Nous sommes dans une époque de recherches de racines et l'une des spécialités de Point de Vue et d'IdM est justement d'identifier ces racines.

VINCENT MEYLAN

DIRECTEUR ADJOINT DE LA RÉDACTION DE L'EXPRESS

Mes équipes ont moins de 30 ans en moyenne, et... j'apprends d'elles tous les jours ! C'est leur énergie, leur imagination, leur curiosité, leur réactivité et, surtout, leur grande compétence qui font le succès du site de L'Express. Des compétences éditoriales, naturellement, mais aussi plus 'numériques' : ces jeunes journalistes enquêtent, écrivent, filment, prennent soin de leur communauté, sont présents sur Twitter et Facebook – et sans doute déjà sur le réseau social qui va les remplacer. Internet est un média exigeant, aux dimensions multiples, rapide, ludique et convivial, ancré dans le temps et dans l'histoire, mais à l'affût, à chaque seconde, de l'actualité la plus fraîche, de l'événement le plus récent, du scoop le plus percutant. C'est un média dont on ne sait jamais quel nouveau mauvais coup il est en train d'échafauder : c'est donc le plus bel outil auquel ait jamais pu rêver un journaliste – et j'ai la chance d'être de l'aventure, à la barre d'un vaisseau de course à l'équipage haut de gamme ! Ce que sera demain, pour mon poste, notre métier ou le site dont je m'occupe ? Bien malin celui qui peut le dire. Et c'est bien ça, le plus passionnant.

ERIC METTOUT

Le Groupe Express-Roularta : puissance et innovation sur le digital

Avec Lexpress.fr, Lexpress.fr/styles, Lexpansion.com, Votrearagent.fr, Lentreprise.com, Lexpress.fr/tendances et Cotemaison.fr, le Groupe Express-Roularta répond au besoin d'information des internautes CSP+ sur toutes les thématiques d'actualité, économie, finance, lifestyle et décoration.

Les sites du Groupe Express-Roularta sont ainsi consultés chaque mois par près de 8 millions d'internautes, dont 32% de CSP+, et 1 million de mobinautes. Le site Lexpress.fr est ainsi le quatrième site d'actualité en France.

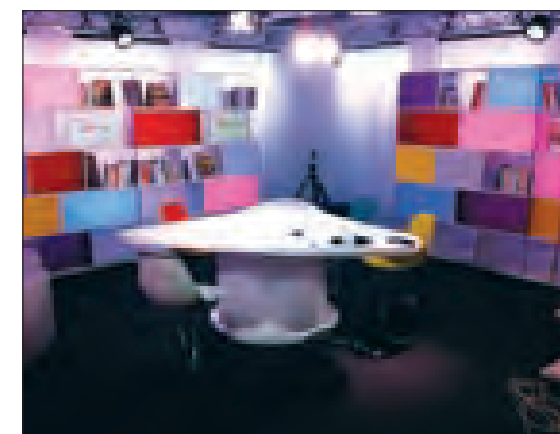
Le groupe se développe également sur l'ensemble des devices digitaux – mobiles et tablettes – depuis plusieurs années. Avec plus de 30 applications dédiées et une offre et ergonomie adaptées à la lecture sur ces nouveaux devi-

ces, l'innovation digitale est au cœur de la stratégie de développement des marques.

Développement multi-screen qui se poursuit en 2013 sur la TV connectée avec le lancement de la première application du groupe 'L'Express TV' – proposant ainsi les quelques 200 vidéos produites chaque mois grâce au studio vidéo inauguré en 2012 à l'occasion de l'élection présidentielle.

Lexpress.fr a été un des premiers sites d'information à innover dans son traitement éditorial en ouvrant le site

aux internautes : Express Yourself. Journalistes, experts et internautes partagent ainsi leur points de vue sur l'actualité au cœur de l'éditorial.



Internet est le plus bel outil auquel ait jamais pu rêver un journaliste.



Plus Magazine
Frau im Leben
Rente & Co
G/Geschiedenis
Leben & erziehen
Schwangerschaft & Geburt
Babys erstes Jahr
Babys lernen schlafen
Gesundheit, mein Kind!
Babys richtig fördern
Schule + Familie
Stafette
Bimbo
Olli und Molli
I love English Junior
Gärtnern leicht gemacht
Grün
LIVING & MORE
LEA wohnen
Country-Träume Wohnen
...

Roularta édite (dans le cadre d'une joint-venture
50/50 avec Bayard) des magazines destinés aux
citoyens seniors en Belgique, aux Pays-Bas et en
Allemagne, ainsi que des magazines allemands
consacrés à des domaines divers.

Magazines

**BELGIQUE
PAYS-BAS
ALLEMAGNE**

Service magazines pour citoyens seniors actifs

Pour s'adresser au groupe de plus en plus grand de seniors en Europe, Roularta propose, en joint-venture avec le groupe français Bayard, un magazine spécifique qui connaît un franc succès : **Plus Magazine**, avec des éditions en Belgique (F/N), aux Pays-Bas et en Allemagne.

Aux Pays-Bas, Plus Magazine est aujourd'hui le premier mensuel payant du marché. Toute une gamme de produits et services dérivés a été élaborée autour du titre, avec notamment Plus Puzzels (sports cérébraux), des guides pratiques (sur la pension, la santé, la succession & la donation), tandis qu'un département de custom publishing propre développe des magazines pour le compte de tiers actifs sur le marché des seniors (notamment Max TV et Anbo Ouderenbond). Par ailleurs, Senior Publications Nederland participe dans 50PlusBeurs (le plus grand salon pour seniors d'Europe) et dans une régie publicitaire spécialisée. Plus Magazine est présent sur Internet avec **Plusonline.nl** (site pour seniors actifs), **Gezondheidsnet.nl** (le plus grand site néerlandais consacré à la santé) et les sites **Fietsen.123.nl** (cyclisme récréatif) et **Geldenrecht.nl** (finances personnelles).

Le mensuel Plus Magazine propose chaque année une série de numéros thématiques spéciaux : Plus Tuinieren (jardinage), Plus Puzzels (mots croisés), Plus Woman, etc.

Plus Magazin est le magazine des personnes actives de plus de 50 ans en Allemagne. Aujourd'hui, 33 millions

d'Allemands sont âgés de plus de 50 ans, ce qui représente 40% de la population. En 2020, cette proportion dépassera les 47%.

Frau im Leben est le mensuel pour les femmes au tournant de leur vie, confrontées à de nombreux changements : les enfants quittent le domicile, il faut revoir l'aménagement et la décoration de la maison en conséquence, les vacances et les temps libres sont vécus autrement... On se soucie davantage de santé et de prévention, on consacre plus de temps à son propre bien-être. Frau im Leben répond à ces préoccupations avec des articles qui s'adressent aux lectrices de plus de 40 ans, qui leur proposent de nouveaux objectifs de vie et les conseillent très utilement pour leur vie quotidienne.



Rente & Co, un numéro spécial de Plus Magazin publié cinq fois par an, donne toutes les informations utiles sur la retraite. Comment la demander ? Que faire en cas de problèmes ? Quelles sont les mesures de précaution à prendre ? Le magazine apporte des réponses claires aux questions de tous ceux qui partent à la retraite ou qui y sont déjà. Il ajoute même des lettres types très utiles pour les démarches administratives.

En outre, Plus Magazin propose plusieurs numéros spéciaux par an : **Pflege Kompakt** (sujets liés aux soins à long terme) et **Erben Kompakt** (questions relatives à la succession).

MARKETING MANAGER PLUS MAGAZIN/FRAU IM LEBEN ET PUBLICATIONS CHRÉTIENNES

En tant que marketing manager, je suis responsable des revues Best-Ager et des publications chrétiennes en Allemagne depuis novembre 2010. Mon travail chez Bayard Media Allemagne englobe de très nombreux domaines différents et variés : représenter les éditions et les revues à l'extérieur, organiser et réaliser des actions marketing, assurer la gestion des produits, établir des contacts et mener à bien des coopérations. Chaque jour apporte son lot de nouveautés et recèle toujours de nouveaux défis passionnants. Mon plus grand moment, qui fut aussi une expérience inoubliable chez Bayard : la rencontre internationale des collègues de Bayard en avril 2011 à Rome, à l'occasion de l'audience privée avec le Pape Benoît XVI sur la Place Saint-Pierre, pour lui présenter notre produit Glauben Kompakt.

SYLVIE EISMANN



G/Geschichte : pour les passionnés d'histoire

Le magazine mensuel **G/Geschichte** s'adresse à tous ceux qui s'intéressent à l'histoire du monde. L'approche de G/Geschichte et sa mise en page moderne attirent un public de plus en plus large. Faire revivre l'histoire comme si on y était.

G/Geschichte Wissen propose des informations fouillées sur les grands phénomènes, les grandes questions mondiales. Lire, savoir, comprendre. Ce magazine divulgue des connaissances essentielles, indispensables, mais le fait dans un langage clair et très compréhensible.



En 2010 a été lancée une version en néerlandais, destinée aux Pays-Bas et à la Flandre : **G/Geschiedenis**. En 2012, le titre a publié six éditions et un hors-série. G/Geschiedenis est devenu rapidement une référence sur le marché des publications consacrées à l'histoire. A partir de 2013, le magazine paraîtra huit fois par an. Sur le site G-geschiedenis.eu, les lecteurs du magazine trouvent de très nombreux extras.

// G/Geschichte fait revivre l'histoire comme si on y était.



DIRECTEUR SOLUTIONS TI

Les TI, ennuyeuses ? Non, absolument pas ! Du moins pas aux éditions Sailer. J'y travaille depuis dix ans et je dirige aujourd'hui le département Solutions TI, dont dépendent deux autres collègues. Mon travail m'apporte chaque jour de nouveaux défis : qu'il s'agisse de venir en aide à nos chers utilisateurs sur les trois sites des éditions à Nuremberg, Augsburg et Cologne, de contrôler nos structures de serveur et de réseau, ou de collaborer à des projets Internet intéressants avec des collègues de la rédaction ou du marketing. La grande diversité des activités rend mon job passionnant. Et la joie qu'il me procure me confirme chaque jour que j'ai eu raison de faire de mon passe-temps mon métier. Travailler avec des collègues sympas dans un tel environnement d'entreprise est un privilège dont je ne veux plus me passer.

RENÉ DASBECK



COLLABORATEUR PRODUCTION

Imprimer sur papier, c'est notre métier ! Avec mon collègue, je suis chargé d'imprimer, dans la meilleure qualité qui soit, et de livrer à temps tous les magazines et publicités imprimées des éditions Bayard Media, Living & More et Sailer. En 2013, cela représentera environ 250 éditions différentes. Ma mission consiste notamment à déterminer le fournisseur le plus économique, à établir et à contrôler les plannings, les commandes et les documents de travail, à effectuer le contrôle de qualité ainsi qu'à calculer et à contrôler les coûts. Ce qui rend mon travail aussi passionnant et intéressant, c'est le contact permanent avec les collègues de la rédaction, de la repro, de la vente, du marketing publicitaire, de la comptabilité et du contrôle. Grâce à l'internationalisation de Bayard, nous entretenons également des contacts réguliers avec nos collègues belges et espagnols. L'avantage de ce travail, c'est qu'il ne laisse jamais place à l'ennui.

ACHIM DROLL

Magazines pour futures mamans et jeunes parents

Le magazine mensuel **Leben & erziehen** s'adresse aux futures mères et aux parents de jeunes enfants, et entend leur faciliter la vie durant les premières années de leur progéniture. Leben & Erziehen a créé plusieurs extensions de ligne couvrant tous les thèmes qui intéressent les femmes enceintes et les familles avec des bébés.

Un bébé ! Pour la future maman, les prochains mois s'annoncent passionnants. **Schwangerschaft & Geburt** accompagne la femme durant cette période et au cours des premiers mois avec son bébé.

Le test de grossesse est positif ! Les futures mamans peuvent se préparer à vivre une période passionnante. Dans **Hurra, ich bin schwanger – 333 Fragen und Antworten zur Schwangerschaft**, elles trouvent tout ce qu'elles doivent savoir. La présentation, sous forme de questions/réponses, est claire et le langage abordable.

Le hors-série **Elterngeld & Co** traite de tous les thèmes financiers et légaux concernant les futures mamans, en particulier les aides gouvernementales (allocations familiales, p.ex.) et des sujets tels que le congé parental et la reprise du travail.

Babys erstes Jahr répond au besoin d'information qu'éprouvent les jeunes parents. Les phases de développement de l'enfant sont expliquées en détail et forment un fil rouge pour le jeune ménage.

Gesund essen im ersten Jahr. Une alimentation saine, dès le début, est importante pour le développement du bébé. Mais quel lait pour nourrissons convient le mieux ? Quel est le meilleur moment pour donner au bébé son premier repas solide ? Dans cette édition spéciale, les jeunes parents trouvent les réponses.

Babys lernen schlafen. Une nuit tranquille. Cela paraît si simple, mais les bébés doivent apprendre à s'endormir tout seuls et à dormir longtemps, à faire la différence entre le jour et la nuit. **Babys lernen schlafen** est un important fil rouge pour cette période, avec des programmes de sommeil et des conseils de spécialistes.

Gesundheit, mein Kind! Ce manuel pratique informe les parents de A à Z sur tout ce dont les enfants ont besoin pour grandir en bonne santé. Les maladies d'enfant sont expliquées de façon claire, en évitant d'inquiéter outre mesure les parents.

Babys richtig fördern. C'est au cours des deux premières années de sa vie que l'enfant apprend le plus. Ce magazine montre comment aider les petits à éveiller leur esprit.

Schule + Familie. Comment mon enfant franchira-t-il le pas de l'enseignement secondaire ? Comment puis-je mieux l'accompagner et le stimuler ? **Schule + Familie** donne de nombreuses réponses et de très bons conseils.



Magazines pour les enfants et les jeunes

Stafette emmène les jeunes lecteurs faire un voyage d'exploration. Avec des reportages passionnants, des concours, des tests, des BD, des histoires sportives, le monde de la musique, du cinéma et de la télé, et un poster géant. Stafette est recommandé par la 'Stiftung Lesen' (la Fondation allemande pour l'alphabétisation et la promotion de la lecture).

Tierfreund, le magazine scientifique des jeunes, explique, au fil d'articles passionnants, les phénomènes naturels, parle des animaux et de leur environnement et répond à des questions sur les animaux domestiques. Tierfreund encourage diverses activités et stimule le sens des responsabilités de l'enfant. Le magazine est également recommandé par la 'Stiftung Lesen'.

Benni, le magazine pour le jeune explorateur à partir de 6 ans, traite de thèmes et de questions issus du monde des enfants. Il sélectionne les news du monde entier, répond à des questions sur la nature et la technique. Des devinettes et des instructions pour jouer et expérimenter, ainsi qu'un supplément bricolage sur papier extra fort veulent stimuler l'enfant à s'occuper de manière active. Recommandé par la 'Stiftung Lesen'.

Bimbo, le magazine des jeunes aventuriers, propose des histoires tirées à la fois du monde des animaux et de celui du jeune lecteur. Il y a aussi des articles sur la nature, des devinettes, un supplément bricolage et un poster géant.

Bimbo s'adresse aux enfants à partir de 6 ans et est recommandé par la 'Stiftung Lesen'.

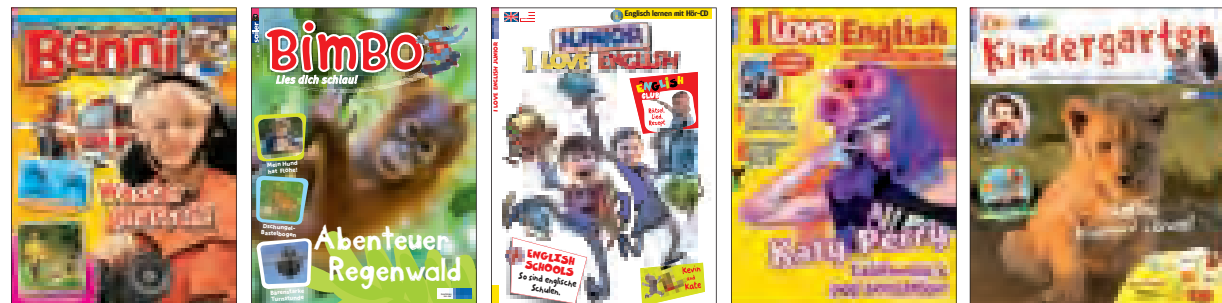
Olli und Molli est le magazine d'apprentissage et de jeux pour les enfants de 5 à 8 ans. Le chat Olli et la souris Molli jouent les premiers rôles dans ce magazine qui propose des jeux d'objets cachés, des histoires simples qu'ils peuvent lire eux-mêmes, des posters et des jeux pédagogiques qui permettent aux enfants de mettre en application, chez eux, ce qu'ils ont appris à l'école. Recommandé par la 'Stiftung Lesen'.



Olli und Molli Kindergarten est le magazine très coloré pour s'occuper des petits de 3 à 6 ans. Spécialement développé pour les enfants d'âge préscolaire, il contient beaucoup d'histoires à leur lire, des devinettes et des idées de jeux. Bref : la base pour des moments passionnants avec votre enfant. Recommandé par la 'Stiftung Lesen'.

I love English Junior aide les apprenants débutants à s'initier à l'anglais tout en jouant. Les jeux et les devinettes enrichissent leur vocabulaire et leur apprennent à se faire comprendre dans des situations de tous les jours. Et pour assurer dès le départ une prononciation correcte, chaque numéro comprend un CD audio avec tous les textes et toutes les chansons. Recommandé par la 'Stiftung Lesen'.

I love English s'adresse à ceux qui apprennent l'anglais, niveau avancé. Ce magazine, qui s'accompagne d'un CD audio, est recommandé par la 'Stiftung Lesen'.



RÉDACTEUR EN CHEF STAFETTE
Ne soyez pas jaloux ! Je dois bien l'avouer, le poste de rédacteur en chef d'un magazine pour enfants comme Stafette a de quoi faire envie. Chaque mois, nous avons le droit d'inventer des thèmes passionnants. Nous continuons d'apprendre nous-mêmes lorsque nous devons expliquer aux jeunes lecteurs des faits compliqués, ou lorsque nous cherchons des réponses à des questions apparemment simples. Et si en plus vos hobbies personnels coïncident avec les thèmes favoris de vos lecteurs (musique, cinéma, sport, voyages, cultures et pays étrangers)... A propos de l'étranger, travailler chez Bayard a un effet secondaire linguistique des plus sympathiques : ma fonction de rédacteur en charge des magazines en anglais, que les éditions Sailer publient en collaboration avec des collègues français et espagnols, me permet, mine de rien, d'élargir mon vocabulaire dans trois langues étrangères... That's nice, eso es genial, c'est super, das ist toll !

RONALD ROTHENBURGER

Magazines lifestyle sur **le jardin et la déco**

Gärtnern leicht gemacht est un magazine dans lequel des jardiniers expérimentés conseillent les jardiniers débutants. Il répond aux attentes les plus diverses grâce à une approche pratique des divers sujets. Les astuces et la pratique occupent une place centrale. A l'aide de photos, de dessins et de textes succincts, la connaissance 'verte' est transmise pas à pas.

Grün, 1000 idées pour la maison et le jardin, est un magazine créatif pour l'intérieur comme pour l'extérieur. En plus de tous les sujets classiques et des conseils pratiques, Grün présente nombre de nouveaux concepts pour la terrasse et le balcon, des suggestions de décoration pour la maison et des idées pour vivre parmi les fleurs. Grün offre 1000 conseils pour l'aménagement du jardin, du balcon et de la terrasse.

LIVING & MORE est une source d'information pour l'habitat et l'intérieur, le jardinage et les loisirs. C'est un magazine moderne qui regorge d'idées pour l'aménagement intérieur et extérieur des maisons individuelles.

Il propose notamment des conseils de décoration, des idées de shopping, des voyages et des recettes de cuisine.

LEA wohnen est un magazine créatif qui vous donne des idées très tendance pour embellir votre maison et la rendre plus agréable à vivre. Dans cette édition de la famille LIVING & MORE, toutes les suggestions sont expliquées en détail, de manière compréhensible, et elles sont souvent accompagnées de conseils de shopping.

Country-Träume Wohnen et **COUNTRY living** sont des éditions spéciales de LIVING & MORE qui s'adressent surtout aux amateurs de la vie à la campagne.

Elles abordent des thèmes typiques du charme country : déco et intérieur, jardin et cuisine, vie dans la nature.

Hors-séries : périodiquement, des hors-séries de chaque magazine approfondissent un thème ou un sujet saisonnier particulier.



GRAPHISTE LIVING & MORE

Ma fonction de graphiste pour LIVING & MORE m'offre chaque jour un voyage passionnant dans les espaces de vie créatifs les plus divers. Pouvoir m'investir professionnellement dans des thèmes qui m'intéressent également à titre privé constitue pour moi une grande chance, que je sais apprécier à sa juste valeur. Je découvre ainsi continuellement de nouvelles tendances et idées que l'on peut réaliser soi-même rapidement et simplement. J'aime disposer ces photos et ces textes vecteurs d'inspiration et travailler avec l'équipe à faire naître des histoires entières. L'impact considérable du choix des bonnes photos et la faculté, avec un peu de couleur et la typographie adaptée, de donner une identité aux articles me fascinent toujours autant et représentent un nouveau défi permanent. Pouvoir également concevoir le COUNTRY Living me permet de jouer avec différents styles et de laisser libre cours à ma créativité. La routine, je ne connais pas. Et ce job me procure chaque jour de grandes joies.

NINA SCHÄFER

Il est fascinant comment un peu de couleur et la typographie adaptée peuvent donner une identité aux articles.





Krant van West-Vlaanderen
De Weekbode
De Zeewacht
Kortrijks Handelsblad
Brugsch Handelsblad
Het Wekelijks Nieuws

Journaux



Krant van West-Vlaanderen : votre journal local

La toute première publication de Roularta, mieux connue sous le nom de **Krant van West-Vlaanderen (De Weekbode, De Zeewacht, Kortrijks Handelsblad, Brugsch Handelsblad et Het Wekelijks Nieuws)**, vit une période passionnante. Grâce à ses 11 éditions urbaines locales, le journal a rendez-vous chaque semaine avec 356.100 lecteurs. Tant les ventes au numéro que les abonnements se maintiennent. Les revenus publicitaires sont en hausse grâce surtout aux annonceurs locaux, et le site Internet et ses dérivés (app pour iPhone et iPad) accueillent en moyenne jusqu'à 470.000 visiteurs uniques par mois.

Grâce à leur numéro d'abonnement, les abonnés bénéficient gratuitement du service en ligne qui, outre la version papier, leur donne accès, par le biais de leur PC ou iPad, aux 11 journaux urbains locaux et à toutes les éditions spéciales. Deux fois par jour, 130.000 newsletters sont également diffusées, offrant aux personnes enregistrées une mise à jour ciblée de l'actualité.

Le journal dispose encore d'un énorme potentiel, car nombre d'annonceurs nationaux n'ont pas encore découvert la force de l'ancrage local unique de ce titre. Franchir le pas de l'optimisation géographique de la communication au bénéfice du groupe cible requiert de la perspicacité. Une perspicacité que l'équipe de Roularta Local Media a apportée à de nombreux clients potentiels et dont des signaux positifs sont attendus à court terme.



Au sein de Roularta Media Group, Krant van West-Vlaanderen peut recourir aux énormes possibilités de la rotative MAN-heatset-Colorman, qui permet d'imprimer les milliers de photos émanant des communautés locales en full-color haute qualité.

Le prix au numéro est de 2,80 euros, l'abonnement annuel (services en ligne compris) de 126 euros. La grande majorité des lecteurs sont abonnés.

ACCOUNT MANAGER KRANT VAN WEST-VLAANDEREN

Il y 14 ans que j'ai débuté comme account manager pour Krant van West-Vlaanderen. On m'a confié un portefeuille avec pour mission de l'optimiser et de contacter un nombre accru d'entreprises et de commerçants. Au Krant van West-Vlaanderen, je suis responsable du développement du fichier clients du Brugsch Handelsblad dans le secteur de Bruges. Krant van West-Vlaanderen est un hebdo payant qui rassemble 11 grands journaux urbains, parmi lesquels le Brugsch Handelsblad. Chaque journal donne tous les vendredis un grand nombre de nouvelles locales, des infos sur l'environnement direct des lecteurs ou des sujets que l'on côtoie au quotidien : le travail, l'école, les enfants, le temps libre, la famille... De bonnes et, c'est inévitable, de moins bonnes nouvelles. La vie telle qu'elle est. Et des messages publicitaires d'entreprises et/ou de commerçants aux plans national et local. Grâce à ses nombreux contacts avec les clients et à sa participation fréquente à diverses activités de relations publiques, l'account manager est souvent considéré comme un conseiller qui reste aux côtés de son client. Dans notre secteur, chaque jour est un autre jour et chaque client est un autre client. Heureusement, car cela fait l'attrait de notre job.

JEAN DE VRIESE

Tous les vendredis, le journal donne un grand nombre de nouvelles locales. De bonnes et, c'est inévitable, de moins bonnes nouvelles. La vie telle qu'elle est.





De Streekkrant
De Weekkrant
Tam-Tam
't Fonteintje
Het Gouden Blad
De Wegwijzer
Le Frontalier
Zeeuwsch-Vlaams Advertentieblad
De Zondag
Steps City Magazine
A Nous Paris
A Nous Lille
A Nous Lyon
A Nous Marseille
City Magazine

Presse Gratuite



CONCEPTEUR GRAPHIQUE MOBILE

Concepteur graphique mobile, j'apporte partout en Flandre ma contribution aux bureaux de la division Presse Gratuite. Je crée des annonces sur Mac, fais des esquisses (sur papier) et cherche à rendre aussi efficace que possible le travail des concepteurs et des divers bureaux. Je publie aussi avec mon collègue Anthony le bulletin d'information GRAPE. Il comporte des quantités d'infos qui s'adressent spécifiquement aux concepteurs graphiques dans nos bureaux. En deux mots : un job créatif et varié qui me fait à chaque fois commencer la journée sur un :-)

SAM DE RYCKE

De Streekkrant : l'édition hebdomadaire du journal De Zondag

De Streekkrant (De Weekkrant dans la province du Limbourg) est le journal toutes-boîtes destiné aux ménages de Flandre.

De Streekkrant paraît depuis 2010 en format tabloïd et propose des informations locales, région par région, pour 50 régions différentes. Le journal consacre une place importante à quantité de rubriques fixes proposant des informations régionales et domine le marché sur le plan du marché de l'emploi et du marché immobilier locaux. C'est le journal de petites annonces pour le consommateur qui s'intéresse aux offres des commerçants locaux. Avec 3 millions d'exemplaires, De Streekkrant est le plus grand journal de Flandre.

De Streekkrant/De Weekkrant évolue en permanence. Ainsi, en janvier 2013, des éditions urbaines ont été lancées dans les chefs-lieux des provinces et à Malines. Dans ces éditions entièrement renouvelées du journal bien connu, l'ac-

cent est mis encore plus sur l'actualité des grandes villes et sur l'agenda des événements.

Roularta édite aussi une série d'hebdomadaires toutes-boîtes très locaux qui paraissent tous en format tabloïd et qui affichent un titre local traditionnel. De cette manière, des titres de Roularta sont distribués deux fois par semaine dans beaucoup d'endroits dans les provinces de Flandre orientale et occidentale, avec **Tam-Tam, 't Fonteintje, Het Gouden Blad, De Wegwijzer**, etc.

De l'autre côté de la frontière française est publié le tabloïd français **Le Frontalier**.

Aux Pays-Bas, Roularta édite le **Zeeuwsch-Vlaams Advertentieblad**, leader du marché de Flandre zélandaise, en joint-venture avec Wegener.



/// Dans les éditions urbaines entièrement renouvelées, l'accent est mis encore plus sur l'actualité des grandes villes et sur l'agenda des événements.



De Zondag : l'édition dominicale du journal De Streekkrant

De Zondag est l'édition dominicale du journal De Streekkrant, avec la même présentation et le même format, mais avec une distribution différente, grâce à un réseau de 4.000 boulangeries. De Zondag compte 16 éditions régionales, qui permettent aux annonceurs locaux d'atteindre leur groupe cible d'une manière exclusive. Avec presque 700.000 exemplaires et plus de 1,5 million de lecteurs, De Zondag est – après De Streekkrant – le deuxième journal le plus lu en Belgique néerlandophone. De Zondag est imprimé en heatset, avec impression couleur sur toutes les pages.

Sa formule de distribution originale permet de distribuer la totalité du tirage en quelques heures à peine le dimanche matin. De Zondag offre, à un moment unique et pour un public particulièrement intéressant et sélectif, un mélange original d'offres pertinentes des annonceurs locaux, d'actualités et de commentaires, complété par un vaste aperçu des opportunités sur le marché régional : emplois, immobilier, annonces notariales.



De Zondag prête une attention particulière aux nouvelles du jour, avec un accent spécifique sur les matchs de football du samedi soir. La composante régionale est également un atout important dans le concept du journal, que ce soit la revue hebdomadaire des événements locaux ou l'agenda local des sorties du dimanche. Les rubriques récurrentes **Scoop**, **Plaza** et **Trips** complètent le tableau, avec une offre hebdomadaire variée respectivement dans les domaines TV & divertissement, hobby & lifestyle, et vacances & temps libre.

Régulièrement, De Zondag publie des suppléments d'actualité : **Autosalon** (Salon de l'Auto), **Batibouw**, **Tuin** (jardinage), **Doe het zelf** (bricolage), **Fietsen** (cyclisme), **Energie**, ou encore **Medioren** pour la tranche d'âge 'médiers'. Chaque année, le journal contient dix fois le magazine **Steps**, quatre fois un numéro du **Immo- en Nieuwbouwmagazine** (immobilier et construction) et une fois le **Vakantiemagazine** (vacances), à la mi-juin.

Grâce au concept unique du journal De Zondag, nous prenons souvent de l'avance sur nos concurrents.



ACCOUNT MANAGER PRESSE GRATUITE COURTRAI

Je travaille depuis 2005 chez Roularta. Après six ans au service des débiteurs, j'ai posé en mai 2011 ma candidature au poste d'account manager Presse Gratuite pour la région de Courtrai. A ma grande joie, j'ai obtenu le poste. J'ai toujours eu la vente dans le sang mais j'ai pourtant énormément appris depuis mon entrée en fonction. Grâce aux formations et au soutien que m'apportent mes collègues, je me sens à présent dans la vente comme un poisson dans l'eau. Ce qui est bien dans notre job, c'est avant tout la diversité des produits que nous proposons à nos clients. Grâce au concept unique du journal De Zondag, nous prenons souvent de l'avance sur nos concurrents. La mise au point du planning média des PME n'est pas toujours simple, parce que les budgets marketing disponibles sont rarement élevés. Il faut investir convenablement le moindre euro. Je remarque que, grâce à notre approche stratégique, nous jouons un rôle de conseils à l'égard d'une bonne partie de nos clients fidèles. De plus, nous essayons dans la mesure du possible d'être présents à divers événements. Ces activités de relations publiques donnent à nos clients le sentiment que nous sommes toujours à leur disposition.

ALINE RAPSAET

Des magazines urbains conjuguant lifestyle et divertissement

Steps est un magazine lifestyle gratuit en néerlandais qui s'adresse surtout aux femmes modernes de 25 à 54 ans. Dans chaque édition, un mélange passionnant de mode, d'intérieur, de beauté, de voyages... est proposé aux lecteurs. Ainsi, ils retrouvent les dernières tendances et les bons plans, mois après mois.

Facebook très vivante, ainsi qu'un compte Twitter. Par ailleurs, Steps propose un site Internet où toutes les éditions de Steps et Steps Deluxe peuvent être consultées, ainsi qu'un blog.

Les contacts avec les lecteurs sont entretenus en ligne, mais aussi offline. Plusieurs fois par an, Steps organise les

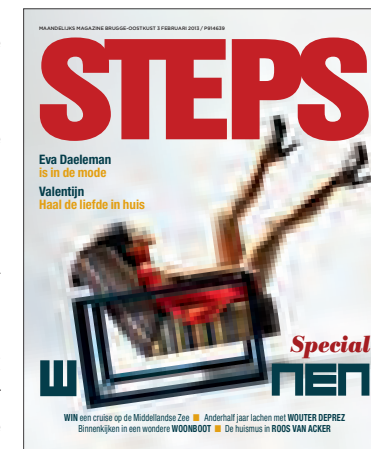
Steps Shopping Days, des journées de shopping régionales dans des villes flamandes où se crée une interaction sympathique entre annonceurs et lecteurs. Steps se charge de l'animation et du support nécessaires.

Chaque semaine, en France, paraît le city magazine **A Nous Paris** à 275.000 exemplaires diffusés par le biais de présentoirs dans le métro parisien.

Avec les éditions bimensuelles d'**A Nous Lille**, **A Nous Lyon** et **A Nous Marseille**, A Nous totalise un tirage de près de 400.000 exemplaires.

Dans les pays bordant la mer Adriatique – la Slovénie et la Serbie – Roularta publie le bimensuel **City Magazine**. Tous ces titres affichent la même mise en page et suivent le même concept rédactionnel développés à l'origine pour A Nous Paris.

En janvier 2013, Steps a subi une véritable métamorphose. Le magazine lifestyle est passé du format tabloïd au format magazine bien pratique, qui améliore considérablement le confort de lecture.



Steps City Magazine compte 16 éditions qui, ensemble, couvrent toute la Flandre. Chaque mois, le titre est diffusé à quelque 850.000 exemplaires. Le magazine rassemble annonces haut de gamme et rédaction de qualité sur papier glacé recyclé. Steps est distribué via De Zondag et un réseau de distribution exclusif. Quatre fois par an, une version de luxe est publiée. Steps Deluxe compte cinq éditions provinciales et est diffusé via un réseau exclusif.


Outre les magazines papier, le titre développe également des activités en ligne, comme une app pour iPad et des profils sur les médias sociaux. Steps a en effet une page

COORDINATEUR DE RÉDACTION STEPS

Il y a des Ouest-Flamands qui restent vissés à Gand au terme de leurs études. Moi, par contre, je suis resté chez Roularta au terme de mon stage. Depuis, je suis devenu un Stepsman, corps et âme. Voilà bientôt dix ans que je travaille pour 'the' magazine lifestyle gratuit. Et je ne m'ennuie jamais. Steps est un magazine qui vit avec son temps et se renouvelle donc en permanence. Début 2013, il a même changé de format, ce qui représente un grand changement pour Steps ! Ma fonction de coordinateur de rédaction ? Diriger une équipe de rédaction réduite et sympa, alimenter nos journalistes en idées et en points de vue originaux, assurer le suivi des articles pour Steps et Steps Deluxe, veiller à respecter le budget de la rédaction... Avec Steps, nous avons en outre la possibilité de nous valoriser en ligne avec notre site Web, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest... Nous, nous aimons cela !

BART CASTELEYN





VMMa
VTM
2BE
Vitaya
VTMKZOOM
JIM
Q-music
JOE fm
TvBastards
Télévision régionale
Canal Z

Roularta participe pour 50% dans la Vlaamse
Media Maatschappij (avec De Persgroep).

Radio & Télévision

La Vlaamse Media Maatschappij

En 2012, une fois de plus, la **Vlaamse Media Maatschappij (VMMa)** a terminé l'année en tant que leader de marché, avec une part de 35,6% des PRP 18-54 (contre 36,8% en 2011 et 34,8% en 2010). Nous abordons donc l'avenir avec confiance. VTM reste la chaîne familiale par excellence en Flandre et le navire amiral de la VMMa. 2BE, spécialisée dans les films et les séries, s'adresse surtout à un public masculin. Quant à la chaîne féminine Vitaya, elle s'oriente de nouveau vers ses meilleurs résultats, atteints en 2007. Notre chaîne pour enfants, VTMKZOOM, et la chaîne des jeunes JIM complètent le tableau. La mise en place de TvBastards comme maison de production faitière, chapeautant toutes les cellules de production de la VMMa, s'inscrit parfaitement dans la vision qui consiste à s'attacher au contenu.

2012 nous a cependant réservé d'autres défis : suite à une pénétration toujours plus grande des digicorders, la télé sur demande a progressé jusqu'à atteindre le niveau record de presque 6% en septembre (moyenne janv.-déc. 5%). Jamais la consommation télévisuelle n'a été aussi grande que ces dernières années, suite notamment

à l'entrée des nombreux écrans secondaires dans les chaumières. Un business dans lequel nous nous sommes introduits en février 2013 avec le lancement de Stievie.

En 2012, dans le segment *online & mobile*, l'accent a été mis sur l'extension du réseau vidéo et sur le prolongement de l'expérience vers d'autres plates-formes. Le nombre de *video views* a ainsi pu atteindre un niveau record. Nous avons également lancé plusieurs applications mobiles qui ont totalisé quelque 320.000 téléchargements. Le rebranding de VTM Koken a permis de doubler le nombre de visiteurs.

Nos stations de radio Q-music et JOE fm ont connu une année remarquable. Avec *Meneer Konijn (Monsieur Lapin)*, Q-music s'est engagée en faveur de l'action *Kindergeluk vzw*. Durant toute une année, l'auditeur a accompagné Monsieur Lapin dans son tour du monde afin de collecter des fonds. JOE fm a fait très fort avec la deuxième édition de *SOS speelgoed (SOS jouets)* et la plus grande fête d'anniversaire surprise de tous les temps pour l'auditeur Bjorn De Vuyst.



SCÉNARISTE DE LA SÉRIE DE FICTION 'CLAN'

Je suis une perfectionniste, et ce perfectionnisme peut toucher à la maniaquerie. La série ne m'a pas lâchée un seul instant. Les détails y ont une très grande importance. Non seulement parce qu'ils donnent de la consistance aux personnages, mais aussi parce que la série étire la réalité au maximum. Si l'on veut que le spectateur vous suive, il faut que tout soit juste.

MALIN-SARAH GOZIN

Clan étire la réalité au maximum.

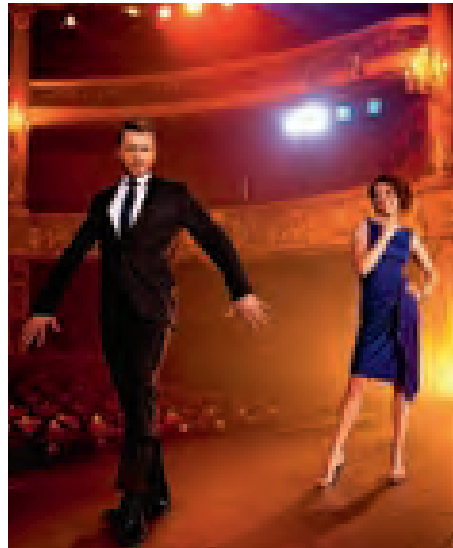


VLAAMSE
MEDIA
MAATSCHAPPIJ

VTM : le divertissement sans complexe pour toute la famille

En tant que chaîne familiale large, VTM joue un rôle important dans les chaumières flamandes. L'an dernier, près de deux millions de personnes en moyenne sont passées chaque jour par la première chaîne commerciale de Flandre, soit, en termes de parts de marché, 22,9% des PRP 18-54. Plus que jamais, VTM est synonyme de divertissement et entend toucher les téléspectateurs flamands avec une approche télévisuelle respectueuse, vraie et chaleureuse. Le nouveau tagline révèle clairement l'ambition de VTM : proposer la 'télévision expérience'.

En 2012, la chaîne a résolument misé sur le divertissement au sens large, ainsi que sur la fiction flamande. *Belgium's Got Talent*, *Sterren op de Dansvloer* et bien entendu *The Voice van Vlaanderen* ont attiré tous les regards. En outre, nombre de nouvelles séries ont été lancées avec succès, telles que *Danni Lowinski*, *Zonen van Van As*,



Deadline 14/10 et *Clan*. Par ailleurs, nous avons aussi pu compter sur des valeurs sûres telles que *Boer zkt Vrouw*, *Aspe*, *Tegen de Sterren op*, ainsi que sur la belle évolution de *Familie*.

En 2013, VTM poursuit sur sa lancée dans le souci d'accueillir le téléspectateur avec des émissions divertissantes, authentiques et pétillantes, et qui touchent leur corde sensible. Que ce soit du divertissement live avec la nouvelle série de *The Voice van Vlaanderen*, l'humour sans complexe avec *Danni Lowinski*, des histoires authentiques et pétillantes dans *De Beste Hobbykok van Vlaanderen*, la télé qui met de bonne humeur avec *Let's Get Fit*, ou le suspense de *Zone Stad* et *Aspe*... VTM propose de nouveau à toute la famille un vaste éventail d'émissions en mettant l'accent sur le divertissement et la fiction locale. Ainsi, de nouvelles séries sont en préparation. Leur nom : *Zuidflank*, *Connie & Clyde*, *Ontspoord* et *Cordon*.

// Danni était un personnage très gratifiant à jouer. Elle se fiche complètement de ce que pensent les autres.



À PROPOS DE 'DANNI LOWINSKI'

Danni était un personnage très gratifiant à jouer. Elle est franche et dit ce qu'elle pense. Son apparence est plutôt limite, avec ses hauts talons et ses minijupes. Je pense qu'elle a ces vêtements depuis longtemps. Mais elle comme a un peu grossi, ils lui serrent un peu trop. Ça ne la gêne pas. Ce modèle imparfait lui va bien. Elle se fiche complètement de ce que pensent les autres.

NATHALIE MESKENS



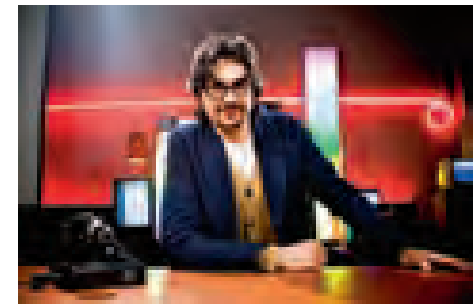
2BE : la chaîne des films et des séries Vitaya : pour toutes les femmes en vous

2BE

2BE a entamé 2012 comme elle a terminé 2011 : avec des chiffres de croissance. Chaîne des films et des séries par excellence, avec *Bones*, *House M.D. (Dr. House)*, *Game of Thrones (Le Trône de Fer)*... 2BE a également programmé une série de productions locales à succès, innovantes et parfois incisives, telles que *Superstaar* avec Gunter Lamoot et *Crimi Clowns*, sans oublier le classique *Expeditie Robinson*. Mais le record d'audience absolu reste la *Ligue des Champions*, qui séduit toujours un très large public et qui a pu réaliser d'excellents chiffres à l'automne grâce à la présence d'une équipe belge. Au total, la part de marché de 2BE a stagné à 10,2% dans le segment PRP 18-44 (-0,2%).

Vitaya

Jusqu'en novembre, la chaîne lifestyle a progressé de manière ininterrompue, ce qui lui a permis de renforcer sa position comme première chaîne féminine *daytime* : +1,2%, à 7,1% pour le segment femmes 18-54. En 2012, la plus grande croissance a été enregistrée en *prime time* (17h-24h) : +0,8%, à 4,7%. Dans ce créneau horaire, une base solide avait déjà été posée en optant pour quatre soirées thématiques et trois soirées cinéma.



Au cours de l'année, Vitaya a connu une modification importante. Sa propre production *Rok en Rol* et un nouveau type de réalité scénarisée – avec pour premiers titres *Dokters* et *Achter Gesloten Deuren* – sont devenus de nouveaux piliers dans la programmation précédant le *high prime*. Par ailleurs, quelques formats un peu plus incisifs sont venus renforcer la programmation en fin de soirée.

formats un peu plus incisifs sont venus renforcer la programmation en fin de soirée.

// Obtenir un grand résultat avec le moins de moyens possible, voilà ce qui me plaît.

À PROPOS DE 'ROK EN ROL'

La créativité, c'est toute ma vie. J'aime créer des choses et partager des idées originales avec les autres. Obtenir un grand résultat avec le moins de moyens possible et un budget le plus restreint possible, voilà ce qui me plaît. Pour obtenir quelque chose de beau, j'estime qu'il ne faut pas chercher loin.

KAROLIEN VERBANCK



VTMKZOOM : la chaîne des enfants

JIM : la chaîne des jeunes

VTMKZOOM

En octobre 2012, VTMKZOOM a fêté son troisième anniversaire. L'an dernier aussi, la chaîne des enfants a réalisé de jolis résultats. En moyenne, VTMKZOOM a affiché une part de marché de 10,4% dans la tranche des 4-14 ans. En ce qui concerne le *co-viewing* également – où les parents regardent la télé avec leurs enfants, ou lorsque les frères et sœurs regardent ensemble –, de jolis résultats ont été réalisés puisque nous avons dominé le marché commercial avec une part journalière de 9,7%. VTMKZOOM entend se camper au cœur du monde des enfants flamands, proposer des émissions qui les occupent et auxquelles ils peuvent participer. Une approche télévisuelle passionnante, un peu malicieuse, mais toujours au sein d'un contexte sûr.



JIM

Près d'un jeune sur deux (44% des 13-30 ans) regarde JIM tous les mois. JIM reste ainsi en 2012, et de loin, la plus grande chaîne de jeunes, tant pour 1 minute que pour 10 minutes successives, et mois après mois. En bases journalière et hebdomadaire également, le leadership de JIM est un fait. Malgré les applications numériques, les jeunes continuent de choisir JIM en télé, puisque l'audience a encore augmenté en 2012 ! Outre des productions propres – telles que *Regi's World* (dont le point d'orgue a été la retransmission en direct du mariage d'Elke et Regi), *JIMkot Deluxe* et *Models* (sur la vie de trois top models masculins flamands) –, JIM a également retransmis en direct, en télévision et en ligne, les plus grands festivals. Par ailleurs, *The Big Live* à Ostende a remporté un franc succès aussi bien sur place qu'en ligne et sur les ondes. JIM a également introduit en 2012 sa propre collection de vêtements chez *JBC* ainsi que des bottes de festival en partenariat avec *Shoe Discount*.

Plus que jamais, JIM est une marque large pour les jeunes.

/// Tout est possible, tout est permis. Du moment que les jeunes s'y retrouvent.



JIM

K100M



VJ CHEZ JIM

La programmation de *FUZZ!* le mercredi après-midi a dopé l'interactivité de l'émission. Eline et moi constatons que l'interactivité avec le public est omniprésente. L'avantage est que le public réagit immédiatement aux passages les plus amusants et les plus passionnants de l'émission. Le principe de *FUZZ!* reste : tout est possible, tout est permis. Du moment que les jeunes s'y retrouvent.

SEAN D'HONDT

Q-music : la musique, le fun & le plaisir de vivre Joe fm : les plus grands tubes des années 70, 80 et 90

Q-music

2012 a été une bonne année pour Q-music qui, avec une part de marché de 14,3%* est restée stable sur le groupe cible général 12+ (2011 : 14,9% – 2010 : 14,8%). Dans son groupe cible principal des 18-44 ans, Q-music domine le marché avec 23,2% et affiche toujours une très belle audience journalière de plus de 510.000 Flamands (18-44 ans). En 2012, Q-music a lancé la radio visuelle. Nous sommes la première chaîne de radio que l'on peut regarder en live 24 heures sur 24, via un canal propre (le canal #39 de Telenet), mais aussi via l'app Q et sur Q-music.be. La radio visuelle n'est pas une émission de radio, ce n'est pas une chaîne télé, mais c'est un tout nouveau média qui relie la parole, la musique, l'image, les médias sociaux et donc les auditeurs. Et l'interaction avec l'auditeur est une donnée fondamentale pour notre station. On en veut pour preuve notre *Summer of Love* à la Q-Beach House, le ResQ-team et bien sûr le Tour du monde de Monsieur Lapin (*Wereldreis van Meneer Konijn*) qui a permis aux auditeurs de s'engager massivement au profit d'une bonne cause, *Kindergeluk vzw*. Outre l'interaction, la musique est évidemment l'ingrédient principal de Q-music. Nous entendons proposer un maximum de tubes non seulement 24 heures sur 24 mais aussi dans nos innombrables projets live. Des showcases avec notamment Mika et Emeli Sandé, des *Qubes* avec entre autres Jessie Ware et des *Concerts Sunset* avec FUN!, lauréat des Grammy Awards.

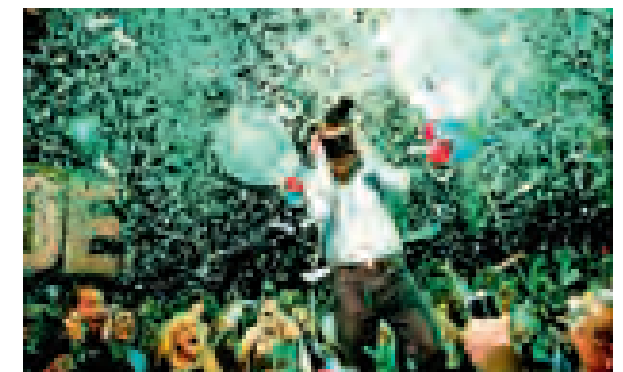


*Source : CIM G2012 1+2+3 – lu.-di. – 5h-5h.

JOE fm

JOE fm affiche une belle santé et réalise 7,2%* de part de marché dans le groupe cible général 12+. Dans le groupe cible restreint des 30+ et des 40+, JOE fm affiche une part de marché de 9,7%. Un nombre croissant d'auditeurs nous écoutent de plus en plus longtemps. C'est pour nous la plus belle confirmation de ce que notre formule, qui consiste à combiner les nombreux tubes reconnaissables avec des voix DJ familières (Leen Demaré, Alexandra Potvin, Raf Van Brussel, Tess Goossens...), est appréciée du public.

JOE fm vous apporte votre portion quotidienne de *greatest hits*. Pour la station, la musique dans toute sa pureté n'est pas un vain mot. La preuve en a été donnée notamment pendant les *JOE lives* avec De Kreuners et Golden Earring, le *Top 2000*, et bien entendu le *80ies Top 800* au cours desquels les auditeurs peuvent revivre leurs années d'insouciance. JOE fm a en outre fêté son troisième anniversaire le 1^{er} avril, un jour que l'auditeur Bjorn De Vuyst ne risque pas d'oublier puisqu'on lui a concocté la plus grande fête d'anniversaire surprise de l'histoire. L'action *SOS speelgoed* (*SOS Jouets*) a prouvé que la radio pouvait aussi être mobilisatrice, puisque JOE fm et *Dreamland* ont collecté 1.250 m² de jouets.



ANIMATEUR RADIO CHEZ Q-MUSIC

Lorsque Monsieur Lapin a atterri à Zaventem avec plus de 200.000 euros pour les enfants défavorisés, prêt à réintégrer sa place dans la famille du petit Noa, j'ai eu beaucoup de mal à contenir mon émotion. Une belle apothéose pour une année sous le signe du lapin.

SVEN ORNELIS

TvBastards : une maison de production faïtière

Septembre 2012 a vu le lancement de TvBastards, la maison de production faïtière qui chapeaute les nombreuses cellules de production internes de la VMMA, ce qui nous permet de mieux renforcer, soutenir et accompagner nos talents créatifs par-delà les différentes cellules. Par ailleurs, nous entendons aussi croître en tant que port d'attache et comme vivier pour les talents télévisuels. Les différentes cellules de production/labels avec chacun(e) leur propre approche et spécialisation restent dès lors fidèles à leur existence et à leur ADN. C'est ce qui fait la force de TvBastards.

Voici quelques exemples parmi les nombreuses réalisations faites au sein de notre environnement de production en 2012. Le label 'Studio-A' s'est montré florissant à Boortmeerbeek avec une croissance de la part de marché commerciale de *Familie*, tant en PRP 18-54 que 18-44.

Le casting a été renforcé et les intrigues ont été rendues plus authentiques et plus reconnaissables. Chaque week-end, nous nous sommes rendus au bord du terrain de foot pour la retransmission des matchs, et la septième saison de *Zone Stad* a enregistré les chiffres d'audience les plus élevés de la série. Avec 'De Beeldradio', nous avons planté notre tente pour *Club Camping* et à Louvain, nous avons lancé le label 'Operatie Koekoek' qui, depuis, héberge *De Keuken van Sofie*. Par ailleurs, notre label 'Shelter' a remporté une nouvelle nomination Emmy, cette fois pour la série *Wat Als?*.

En 2013 également, nous continuerons à œuvrer au développement d'une maison de production forte qui puise la diversité de sa créativité dans les ADN des différents labels, et grâce auxquels nous entendons nous attacher le spectateur, jour après jour. Rien de moins, rien de plus.



// Les gens doivent reconnaître ce que je fais et vouloir ensuite essayer les recettes proposées.



// À PROPOS DE 'DE KEUKEN VAN SOFIE'

L'émission doit être un hommage à la cuisine facile, à la portée de tous. Rien d'arty, pas de haute gastronomie : les gens doivent reconnaître ce que je fais et vouloir ensuite essayer les recettes proposées. Nous avons doté De keuken van Sofie d'une bonne colonne vertébrale. Chaque jour, nous travaillons suivant un thème fixe.

SOFIE DUMONT

Télévision régionale : l'actualité locale diffusée en boucle

Voici 20 ans, Roularta participait à la création de la formule de la télévision régionale en Flandre : l'actualité locale diffusée en boucle pour assurer une audience maximale.

Roularta participe aujourd'hui pour 50% dans la **Régionale Media Maatschappij (RMM)** aux côtés des deux ASBL qui détiennent les licences des chaînes ouest-flamandes **WTV** et **Focus TV**. Les deux chaînes sont logées ensemble à Roulers, avec une rédaction et une régie promotionnelle et publicitaire communes. **Picstory** est la maison de production interne qui réalise des productions audiovisuelles (films d'entreprises, spots...) pour le compte d'entreprises et de services publics.

En 2013, Focus et WTV fêtent leur 20^e anniversaire. Au cours de ces 20 années, ils se sont trouvés chaque jour parmi les Oest-Flamands et ont pris le pouls de la province. Focus et WTV présentent l'actualité de la Flandre occidentale et suivent les Oest-Flamands dont on parle, tant dans la région qu'au-delà des frontières de la province et du pays.

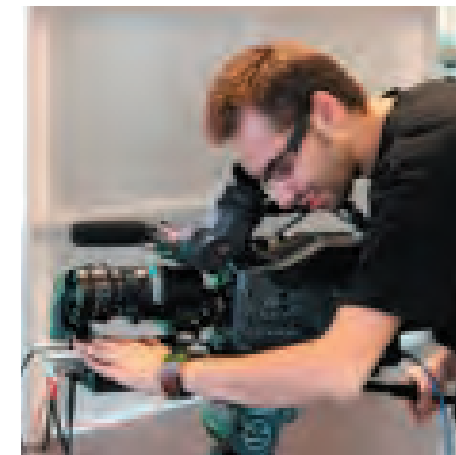
Avec des programmes dédiés à l'actualité culturelle, sportive et économique, chaque spectateur a une raison de se brancher sur Focus et WTV. Le lifestyle traverse aussi la programmation, tel un fil rouge, avec des conseils pratiques pour ceux qui construisent, rénovent ou décoorent, une mode inspirante, les tendances en déco intérieure et des suggestions gastronomiques.

Focus et WTV, chaque jour à la télévision, en ligne, sur smartphone et via les médias sociaux.

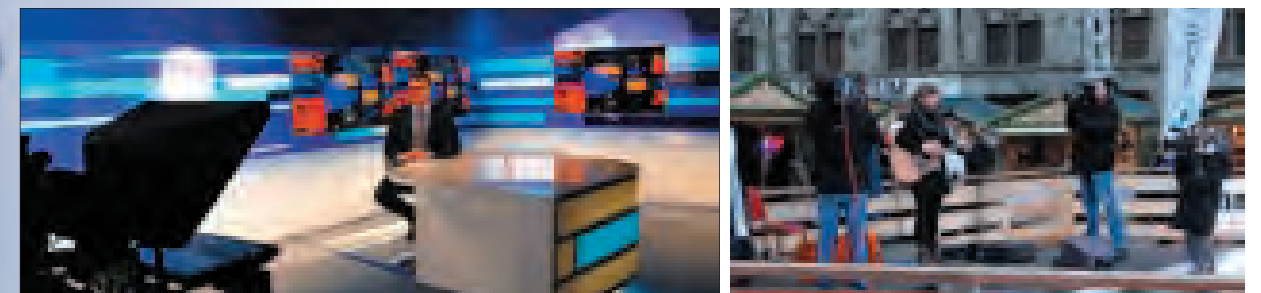
Dans la province du Brabant flamand, Roularta assure la régie publicitaire de **Ring TV**.

La régie publicitaire nationale est assurée depuis le Roularta Media Center à Zellik par **RTVM**, une société de régie dans laquelle participent Roularta et Concentra.

Les chaînes régionales atteignent chaque jour une audience de 1,25 million de spectateurs qui constituent un groupe cible intéressant pour les campagnes publicitaires nationales et locales et pour la communication publique des régions, provinces et municipalités.



En 2013, Focus et WTV fêtent leur 20^e anniversaire. Au cours de ces 20 années, ils se sont trouvés chaque jour parmi les Oest-Flamands.



SALES DIRECTOR RING TV

L'émetteur régional Ring TV, qui couvre Hal-Vilvorde, existe depuis 18 ans. Depuis ses origines, il a délégué sa régie à Roularta. Voilà donc bien longtemps que RMG s'occupe de récolter ses revenus publicitaires. En tant que sales director, je suis responsable de tout ce qui a trait à la publicité, au sponsoring et aux événements. Il faut aussi que je veille au bon fonctionnement de notre petite cellule de trois personnes dont Herman Verslype fait également partie depuis longtemps, pour servir les clients qui se trouvent du côté sud du Ring. La création de relations à long terme avec nos annonceurs et la mise au point de nouveaux programmes à succès en concertation avec les responsables de Ring TV, la recherche de sponsors pour ces programmes, l'organisation d'événements, le suivi des budgets prévus... tout cela fait partie de mes tâches quotidiennes. C'est un job varié dans lequel vivent en harmonie la réalisation de programmes à succès et celle de pubs régionales, et qui nous permet de captiver chaque jour nos téléspectateurs en leur donnant des informations sur leur propre région.

ANNE BUYSSE

Canal Z/Kanaal Z : quand il s'agit d'affaires, d'économie et d'argent

Canal Z et **Kanaal Z**, les seules chaînes d'affaires en Wallonie, à Bruxelles et en Flandre, proposent des informations économiques et financières fiables avec un regard éclairé sur les affaires, l'économie et l'argent. Tous deux sont des chaînes ouvertes qui proposent une approche analytique et qui inspirent.

L'offre variée et spécialisée de Canal Z et Kanaal Z, aux côtés de leur approche novatrice, augmente en outre la fidélisation des téléspectateurs et leur a permis de devenir ensemble la première chaîne numérique du pays. En 2012, en effet, l'audience des chaînes a augmenté de 14%. Chaque semaine, quelque 1.409.000 personnes se branchent sur Canal Z et Kanaal Z. On compte également environ 3.471.000 téléspectateurs uniques par mois. Avec une moyenne de 316.000 téléspectateurs quotidiens*, les deux chaînes confirment leurs places dans l'univers télévisuel. Canal Z et Kanaal Z s'adressent non seulement à l'Homo Economicus, les entrepreneurs, dirigeants d'entreprises et starters, mais aussi au citoyen engagé sur le plan financier.

Avec des émissions comme **Z-News**, **Z-Bourse** et **Z-Expert**, les chaînes répondent aux spectateurs en quête d'informations et de valeur ajoutée en leur proposant du contenu social, économique et financier actuel, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Ainsi, les reportages destinés à l'émission en néerlandais Z-Nieuws émanent de la cellule rédactionnelle qui travaille dans le cadre de la rédaction de VTM, tandis qu'une rédaction établie dans le Brussels Media Centre (BMC) de Roularta réalise Z-Bourse et Z-Expert (en français et en néerlandais), ainsi que Z-News en français. Au BMC travaillent plus de 300 journalistes de premier plan dans une newsroom multimédia qui assure une diffusion non-stop sur Internet, commente l'actualité et réalise une couverture journalistique de fond pour les magazines et Canal Z/Kanaal Z.

Par ailleurs, des émissions comme **Z-Entreprendre**, **Z-Innovation**, **Z-Audit**, **Z-Design** et **Z-Invest** s'adressent à ceux qui souhaitent améliorer leur connaissance de la vie des entreprises. Avec des séries d'émissions hebdomadaires telles que **Z-Energy**, **Z-Fiscalité**, **Z-RH** et **Z-Facility**, et les séries prévues en 2013 **Z-Legal** et **Z-Healthcare**, Canal Z renouvelle et renforce la communication communautaire avec les fédérations professionnelles.

En outre, les modules vidéo de 4 minutes permettent l'intégration immédiate des émissions sur diverses plateformes (iPad, sites Web, newsletters). Les deux chaînes entendent de cette manière optimiser la communication des entreprises, centres de connaissance et fédérations.

Le week-end est consacré à l'approfondissement de thèmes actuels au fil de débats rassemblant dirigeants d'entreprises et politiques. Par ailleurs, l'inspiration et la détente figurent également au programme, avec des émissions telles que **Fleet TV**, **Masterclass** et **Z-Villes**.

Canal Z et Kanaal Z ont lancé en 2012 la télévision numérique interactive avec trois modules via le bouton rouge. Avec l'application de vidéo sur demande, le téléspectateur peut visionner notamment Z-News et Z-Bourse quand il le souhaite. Une nouvelle application, baptisée Z-Bourse et votre portefeuille, a été lancée également. Elle permet de gérer son portefeuille boursier en journée sur son iPad, avant de l'optimiser le soir sur son téléviseur. Citons enfin l'application immobilière pratique, lancée en collaboration avec Immovlan.be, qui permet de chercher de manière interactive des maisons ou tout autre bien immobilier. Mais Canal Z et Kanaal Z peuvent être suivis sur d'autres plateformes également, comme Yello de Telenet, TV Partout de Belgacom, Weepee TV et Steevie.



*Source : petite audiométrie (CIM)

MANAGER DE RÉSEAU CANAL Z/KANAAL Z

En tant que manager de réseau, je travaille en étroite collaboration avec nos rédacteurs en chef et nos équipes de rédaction qui apportent tous les jours des informations fraîches. J'assure aussi le déploiement des programmes annexes, avec les journaux thématiques hebdomadaires et Z-Futé, une info plus variée qui commente et approfondit en utilisant le langage de nos cibles. Avec l'aide des account managers, je crée une collaboration optimale avec les partenaires, annonceurs, organisations sectorielles, fédérations et centres de connaissance. En équipe avec notre manager technique, je m'intéresse aux développements récents de l'audiovisuel et du numérique. Je veille à ce que toute l'équipe reçoive un bon support de la part des cellules administrative, marketing et production. Ainsi, Canal Z et Kanaal Z restent *top of mind* auprès de notre public, nous entretenons une relation constructive avec nos partenaires et annonceurs et nous offrons une solide plate-forme multimédia.

ALEX COENE



Printing

Roularta Printing : premier centre d'impression de Belgique

Roularta Printing est la plus grande imprimerie de Belgique. Ce sont de ses presses, à Roulers, que sortent nos journaux et nos magazines de qualité pour la Belgique et l'étranger.

Roularta Printing dispose d'une série de rotatives qui produisent toutes les publications belges, françaises et néerlandaises du groupe. Par ailleurs, 30% du chiffre d'affaires (30 des 100 millions d'euros) est réalisé avec des ordres d'impression pour le marché européen.

Roularta Printing est équipé d'une infrastructure qui lui permet d'imprimer des journaux en qualité magazine, à une vitesse très élevée. Ainsi, une presse manroland peut imprimer jusqu'à 64 pages broadsheet ou 128 pages tabloïd en heatset full colour, tandis qu'une configuration Mitsubishi offre une capacité allant jusqu'à 48 pages broadsheet ou 96 pages tabloïd, toujours en heatset full colour. Par ailleurs, Roularta Printing dispose également de presses de 72, 48 et 16 pages au format magazine.

La presse manroland de Roularta Printing est la plus grande rotative heatset du monde.

Elle imprime en quadrichromie des publications telles que De Streek-

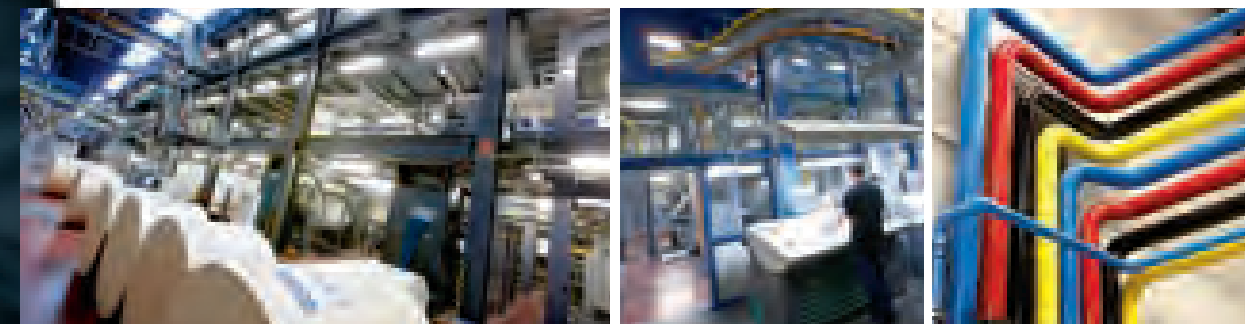
krant et De Zondag, mais aussi Steps City Magazine et d'autres magazines urbains et week-end de journaux français et néerlandais, en qualité magazine et sur papier glacé.

L'imprimerie Roularta Printing se charge elle-même de la finition des publications et utilise, pour ce faire, des lignes de brochage Müller-Martini et Ferag. Pour le routage, ce sont des lignes d'emballage SITMA. Ces systèmes sont adaptés au traitement de grands volumes d'abonnements postaux pour les marchés belge, français, néerlandais et allemand.

La consommation annuelle de papier dépasse les 100.000 tonnes. Le papier destiné aux magazines de Roularta porte le label PEFC, garantissant une gestion écologique des forêts. Pour ce qui est du papier journal

pour De Streekkrant et De Zondag et du papier magazine pour Steps, c'est du recyclé 100%. D'ailleurs, toutes les publications sont récupérées et réutilisées pour la production de nouveau papier.

Depuis le début des années 90, Roularta investit dans des machines et des méthodes de production qui contribuent à un avenir durable.



RESPONSABLE TRANSPORT ET LOGISTIQUE

Avec les années, nous avons changé de point de vue sur la logistique. Autrefois pur facteur de coût, elle a évolué jusqu'à devenir un indispensable accélérateur de processus assorti d'un bonus financier. La logistique est devenue incontournable dans tout environnement de production. L'organisation des quais de (dé)chargement est un facteur évident d'amélioration de l'infrastructure. Nous sommes fin prêts à cet égard, dans le cadre de la nouvelle imprimerie. Tout est mis en œuvre pour simplifier le fonctionnement journalier et pour faire transiter un plus grand tonnage sans manipulations supplémentaires. Grâce à un concept simplifié, les livraisons arrivent en direct aux entrepôts et aux sites de production. La distinction entre marchandises entrantes et sortantes permet un meilleur contrôle et limite les risques d'erreurs. De plus, cette optimisation garantit une sécurité accrue sur le lieu de travail. Grâce à la mise en service de ce système, les temps de transit ont été nettement réduits.

JAN VANDEVYVERE

Rapport annuel

Sommaire **rapport annuel**

RAPPORT DE LA DIRECTION 114

Mission & stratégie	114
Roularta, innovateur technologique	116
Environnement, prévention et bien-être	118
L'action Roularta Media Group	121
Chiffres-clés consolidés	124
Structure du Groupe	128
Conseil d'administration et management team	130
Rapport annuel du conseil d'administration	134
Déclaration relative au gouvernement d'entreprise	142

ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS 150

ANNEXES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS 156

Annexe 1 - Principales méthodes comptables	156
Annexe 2 - Information sectorielle	164
Annexe 3 - Chiffre d'affaires	166
Annexe 4 - Services et biens divers	167
Annexe 5 - Frais de personnel	168
Annexe 6 - Dépréciations sur stocks et sur créances	168
Annexe 7 - Autres produits / charges d'exploitation	169
Annexe 8 - Frais de restructuration	169
Annexe 9 - Charges financières nettes	170
Annexe 10 - Impôts sur le résultat	170
Annexe 11 - Résultat par action	172
Annexe 12 - Dividendes	172
Annexe 13 - Immobilisations incorporelles et goodwill	173
Annexe 14 - Immobilisations corporelles	177
Annexe 15 - Participations comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence	179
Annexe 16 - Participations disponibles à la vente, prêts et cautions	179

Annexe 17 - Clients et autres créances	181
Annexe 18 - Actifs et passifs d'impôts différés	182
Annexe 19 - Stocks	183
Annexe 20 - Placements de trésorerie, trésorerie et équivalents de trésorerie	184
Annexe 21 - Capitaux propres	185
Annexe 22 - Transactions dont le paiement est fondé sur des actions	186
Annexe 23 - Provisions	188
Annexe 24 - Litiges importants	189
Annexe 25 - Avantages du personnel non courants	189
Annexe 26 - Dettes financières	192
Annexe 27 - Autres annexes relatives aux passifs	193
Annexe 28 - Contrats de location-financement et contrats de location simple	194
Annexe 29 - Passifs éventuels et engagements contractuels pour l'acquisition d'immobilisations corporelles	195
Annexe 30 - Instruments financiers - risques et juste valeur	195
Annexe 31 - Acquisitions de filiales	203
Annexe 32 - Cessions de filiales	205
Annexe 33 - Participations dans des coentreprises	205
Annexe 34 - Faits importants survenus après la clôture de l'exercice	205
Annexe 35 - Honoraires du commissaire et des personnes liées au commissaire	205
Annexe 36 - Information relative aux parties liées	206
Annexe 37 - Structure du Groupe	208

RAPPORT DU COMMISSAIRE 212

COMPTES ANNUELS STATUTAIRES 214

Lecteurs Diffusion Visiteurs	218
Etablissements	220
Calendrier financier	223
Chiffre d'affaires et chiffres-clés	224

712 MILLIONS D'EUROS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

41,5% MAGAZINES

19,4% TV & RADIO

14,4% PRESSE GRATUITE

13,1% LINE EXTENSIONS

5,9% IMPRIMÉS POUR DES TIERS

3,7% PUBLICITÉ INTERNET

2,0% JOURNAUX

Mission & stratégie

En tant que société multimédia, Roularta Media Group (RMG) a la volonté d'accorder autant d'importance à ses lecteurs, ses internautes, ses téléspectateurs et ses auditeurs qu'à ses clients-annonceurs, ses collaborateurs et ses actionnaires.

En Belgique, Roularta est un acteur dynamique de tout premier plan dans le secteur de l'édition et de l'impression de magazines et de journaux d'information, de journaux gratuits et de publications spécialisées, ainsi que dans le secteur des médias audiovisuels et des éditions électroniques.

Ciblant large en Flandre, RMG édite des journaux gratuits, réalise des émissions de télévision diffusées sur le réseau public, est actif en radio et sur Internet, via le site Vlan.be. Pour le marché national (en français et en néerlandais), RMG propose des magazines de qualité, une chaîne d'information (Canal Z/Kanaal Z) et des sites coupoles d'actualité (Levif.be et Knack.be), riches en contenu. En vue de consolider son leadership en Belgique, Roularta est sans cesse en quête de nouvelles opportunités, tant sur le plan de l'édition et des actions de marketing que des nouveaux médias.

En France, le Groupe Express-Roularta (GER) édite l'hebdomadaire d'actualité L'Express et le magazine people haut de gamme Point de Vue. Par ailleurs, GER est spécialisé dans l'édition de magazines de qualité supérieure dans les secteurs des affaires, de la culture et du lifestyle. Lexpress.fr est l'un des principaux sites Internet consacrés à l'actualité. GER organise également un nombre considérable de salons et réalise 30% du chiffre d'affaires de Roularta.

En joint-venture avec le groupe Bayard, Roularta est également actif en Belgique, aux Pays-Bas et en Allemagne, avec des magazines pour les seniors, avec toute une série de mensuels pour les parents et pour les enfants, pour les amateurs de déco et de jardin. Roularta édite enfin des city magazines en Belgique, en France, en Slovaquie et en Serbie.

RMG continue d'innover sur le plan des développements techniques dans le monde des médias, lequel se caractérise par une évolution rapide.

Toutes les marques fortes du Groupe continuent de croître par le biais d'extensions de ligne, d'événements et de produits plus. La politique d'intégration verticale (contenu, vente d'espace publicitaire, production) et l'approche multimédia augmentent la flexibilité et favorisent le caractère anticyclique du Groupe.

RMG continue d'innover sur le plan des développements techniques dans le monde des médias, lequel se caractérise par une évolution rapide. L'implication des collaborateurs et la poursuite constante des meilleurs systèmes internes, de la maîtrise des coûts et de synergies avec les partenaires constituent une garantie pour l'avenir. Roularta Media Group affiche un profil marqué par l'entrepreneuriat socialement responsable où l'équité, l'approche centrée clients et l'engagement figurent tout au haut des priorités.

Roularta, **innovateur** technologique

En tant qu'entreprise multimédia, Roularta Media Group est actif dans différents secteurs de pointe. Dans ces domaines, le Groupe recherche et développe sans cesse de nouvelles possibilités, d'où sa réputation, dans le monde graphique international, d'innovateur technologique de taille. Les efforts que Roularta Media Group consent sur le plan de la recherche et du développement technologiques améliorent bien entendu les processus de travail internes du Groupe, mais il n'est pas rare qu'ils servent de moteur aux évolutions fondamentales du marché.

Dans le domaine du prémédia, Roularta Media Group est à l'origine de divers standards belges et internationaux. Comme l'illustrent entre autres les réalisations suivantes, Roularta Media Group joue un rôle de pionnier à cet égard :

MEDIBEL+

En tant que membre fondateur de Medibel+, l'organisation qui chapeaute le secteur belge de la publicité (www.medibelplus.be), Roularta Media Group a été à l'origine, voici quelques années, de la percée du format PDF en tant que standard pour la livraison de publicités numériques aux journaux et magazines. Les premières normes PDF de Medibel+ étaient basées sur les résultats d'un projet d'étude mené par Roularta Media Group. Au sein de l'organisation Medibel+, Roularta Media Group continue d'ailleurs de renforcer son statut de pionnier puisque son directeur prémédia Erwin Danis préside actuellement l'organisation.

Roularta Media Group a été à l'origine du développement de la méthode AdTicket de numérisation du flux de commandes entre, d'une part, les centrales médias et les agences créatives qui réalisent les publicités et, de l'autre, les sociétés d'édition. Roularta Media Group et Medibel+ ont lancé AdTicket sur le marché belge.

GHENT PDF WORKGROUP

Sous l'impulsion de Roularta Media Group, Medibel+ a participé à la création du Ghent PDF Workgroup (GWG, www.gwg.org) en 2002. Cette organisation, qui regroupe aujourd'hui associations professionnelles du secteur graphique et fournisseurs européens et américains, entend introduire et promouvoir les meilleures pratiques de l'industrie graphique dans le monde entier. Le GWG se base sur les mérites de Medibel+ et de la méthode Medibel+ AdTicket dont il a adopté les normes PDF. Au sein du GWG international, Roularta Media Group est représenté par son directeur prémédia et continue d'assumer toutes ses responsabilités.

Une fois de plus, Roularta Media Group montre par ce projet sa force d'innovation technique et prouve que les méthodes de travail qu'il met au point sont suivies même à l'étranger.

Par ailleurs, au sein du Ghent PDF Workgroup, RMG travaille aux côtés d'autres groupes médias internationaux à définir de nouveaux standards, processus et formats cross-médias en vue de la publication sur smartphones et tablettes. Ce travail se fait au sein du comité 'Cross Media' qui étudie les changements dans le monde de l'édition cross-média et les opportunités qui les accompagnent.

PROJETS INNOVANTS

En Flandre, Roularta Media Group joue un rôle novateur important en participant ou en prenant l'initiative dans divers projets technologiques et innovants.

RMG prend part à l'étude collective **Smarter Media in Flanders (SMIF)**, dont il dirige l'un des neuf packages de travail (justificatifs numériques pour les annonces imprimées et en ligne). Le Groupe participe également à quelques autres packages de travail. Epinglons en par-

ticulier les filigranes numériques, la compression vidéo idéale pour les tablettes, la collecte efficace des résultats sportifs et le journalisme citoyen.

Le système de justificatifs numériques pour les publications imprimées de tous les éditeurs belges a été lancé le 1^{er} mars 2013.

RMG prête également son concours au **projet ICON i-Read+** ayant pour thème principal 'le compagnon de lecture intelligent' où, grâce à un 'composant de raisonnement', l'utilisateur peut décider lui-même quand il souhaite obtenir certains enrichissements de données et où, via un 'tuteur virtuel', l'interaction entre le lecteur et le contenu est renforcée.

Entre-temps, RMG fait aussi partie du **MIC (Media Innovation Centrum)**, où il est représenté par son directeur prémédia en tant que membre de la Commission des programmes. Le MIC est un centre d'expertise en innovation médiatique qui suit à la trace les développements

 **Media ID** met en place une plate-forme centrale d'enregistrement et de paiement pour les utilisateurs de toute une série de médias belges numériques.

dans la recherche fondamentale et les traduit pour le secteur médiatique flamand en projets d'innovation concrets, réalisables et précompétitifs dont l'horizon de temps est limité. RMG participe à deux programmes MIC : **Media ID** et **Stream Store**. Media ID a pour vocation de met-

tre en place une plate-forme centrale d'enregistrement et de paiement pour les utilisateurs de toute une série de médias belges numériques. Cette plate-forme sera caractérisée par sa convivialité, sa fiabilité et le respect de la vie privée du consommateur. Via un enregistrement de type 'Single Sign-on', Media ID mettra une identité unique (appelée 'ID') à la disposition de chaque consommateur. Cette 'ID' peut alors être utilisée pour toutes les entreprises médias participantes. **Stream Store** est le nom d'une plate-forme dédiée au conditionnement de contenus numériques en flux de données cohérents qui sont personnalisés et contextualisés pour être ensuite proposés aux utilisateurs finaux sous forme de service payant.

RÉDACTIONS : FONCTIONNEMENT CROSS-MÉDIA

Au niveau rédactionnel également, Roularta Media Group prépare l'avenir avec le CCI NewsGate comme système unique pour l'ensemble de la newsroom, laquelle chapeaute toutes les rédactions de Roularta Media Group. L'accent est mis sur la planification rédactionnelle, la gestion des missions et la réutilisation cross-média du contenu.

L'utilisation de NewsGate permet aux collaborateurs rédactionnels de Roularta Media Group de travailler dans une approche 'multi-titres' et 'multicanaux'. Depuis leur cockpit éditorial, ils peuvent créer des paquets aussi bien pour les médias imprimés que pour le Web, les smartphones et les tablettes.

Entre-temps, Roularta Media Group a fourni des efforts sérieux en termes de création d'applications pour une grande partie de ses titres. Ces applis sont disponibles aussi bien pour iPhone que pour iPad ou pour smartphones Android. Via un ajustement continu et via l'adaptation régulière de ces applications, RMG garantit à ses lecteurs la meilleure expérience d'utilisation possible.

Sur le plan organisationnel, citons notamment la tenue d'une séance de répétition externe pour les membres des équipes de pompiers internes, la mise à jour régulière du plan d'intervention pompiers, la mise à jour des dossiers de sécurité Atex et zones à risque d'explosion, la procédure 'courrier suspect', etc.

ANALYSE DE RISQUE DES AGENTS CHIMIQUES

L'A.R. sur les agents chimiques impose des mesures visant à éviter les risques ou de les ramener à un niveau acceptable. Au sein de Roularta, on a effectué en première instance une analyse des risques pour vérifier quelles substances nécessitaient une attention particulière. Il a été convenu de procéder à un screening le plus large possible, à l'aide d'une check-list détaillée. Les mesures de prévention sont également passées en revue. Une technique d'évaluation plus approfondie est utilisée pour l'analyse plus poussée.

Les collaborateurs de l'équipe d'entretien qui entrent régulièrement en contact avec l'eau sanitaire doivent bénéficier d'un suivi particulier. Par ailleurs, il y a les mesures de prévention de la légionellose : l'environnement de production est équipé d'une part d'un système d'atomisation et de l'autre d'une tour de refroidissement. Pour les deux dispositifs, un plan de gestion et de suivi a été établi.

SCREENING ESPACE DE PRODUCTION RELATIVEMENT AU DOMAINE DE BIEN-ÊTRE 'ERGONOMIE'

Dans l'espace de production, du travail manuel répétitif est effectué. Par ailleurs, des charges diverses doivent y être déplacées. En collaboration avec le médecin du travail et un ergonome, l'environnement de production est passé au crible sur le plan de l'ergonomie.

SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS FREE-LANCE ET DES COLLABORATEURS NE TRAVAILLANT PAS SUR ÉCRAN

Dans l'entreprise, divers collaborateurs travaillent sur une base free-lance. Ils travaillent souvent à l'extérieur et ne bénéficient pas d'une surveillance médicale par notre médecin du travail. Par ailleurs, il y a dans l'entreprise des collaborateurs qui exécutent essentiellement d'autres tâches et ne travaillent sur écran que de manière

marginale. Pour atteindre ces deux derniers groupes et leur prodiguer des conseils d'ordre ergonomique, une brochure d'information a été rédigée en 2012 et diffusée auprès de tous.

FORMATION RELATIVE À L'ALCOOL/LA DROGUE/SUBSTANCES POUR LES MEMBRES DE LA LIGNE HIÉRARCHIQUE

En 2010-2011, une 'politique préventive en matière d'alcool et de drogues' a été élaborée dans l'entreprise, conformément à la CCT 100. En vue de la sensibilisation à cette matière, plusieurs séances d'information ont été organisées et des brochures d'information ont été rédigées et diffusées. Lors des examens médicaux, tous les collaborateurs ont également bénéficié d'explications individuelles par le médecin du travail.

Le sujet reste toutefois une matière sensible qui ne peut pas toujours être dépistée rapidement et facilement. C'est pourquoi en 2012, avec le médecin du travail de nouvelles séances d'information ont été organisées à l'intention des chefs de département au sein de l'environnement de production. Des aspects pratiques, tels que des signaux et symptômes liés au travail, ainsi que le déroulement d'un problème de dépendance, ont été abordés. Enfin, la manière d'aborder les situations aiguës et chroniques a été indiquée également.

ÉLABORATION D'UNE POLITIQUE DE PRÉVENTION LORS DE L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS

Lors de l'organisation d'événements à l'intention des collaborateurs de RMG ou d'autres parties prenantes, le choix est généralement fait d'un lieu externe. Ici aussi, RMG entend surveiller le mieux possible la sécurité et le bien-être de chacun. L'employeur/donneur d'ordre est en effet tenu par les mêmes principes de prévention que dans le cas de l'achat d'équipements techniques. Il est donc nécessaire de passer des accords préventifs afin de veiller à ce que les prescriptions en vigueur en matière sécurité soient respectées. Les risques les plus fréquentes et les principaux points d'attention ont dès lors été listés dans une check-list à usage interne et dans une annexe au bon de commande. De cette manière, Roularta entend exprimer clairement ses préoccupations et ses attentes à l'égard du loueur/bailleur ou de l'organisateur, et éviter ainsi toute forme d'embarras.

L'action Roularta Media Group

CAPITAL ET ACTIONS

Le capital social de la SA Roularta Media Group s'élève à 203.225.000,00 euros. Il est représenté par 13.141.123 actions entièrement libérées, sans désignation de valeur nominale, représentant chacune une même fraction du capital. Toutes les actions qui représentent le capital social jouissent des mêmes droits sociaux.

ACTIONS NOMINATIVES, AU PORTEUR OU DÉMATÉRIALISÉES

Les actions sont nominatives, au porteur ou dématérialisées. Les détenteurs d'actions au porteur doivent avoir converti leurs actions en actions nominatives ou de forme dématérialisée au plus tard le 31 décembre 2013.

La société fait appel aux services d'Euroclear, comme organisme de liquidation, pour la dématérialisation des titres au porteur.

RACHAT D'ACTIONS PROPRES

L'autorisation statutaire du conseil d'administration de procéder au rachat d'actions propres a été renouvelée par l'assemblée générale du 15 mai 2012.

Au cours de l'exercice 2012, aucune action propre n'a été rachetée.

Au 31 décembre 2012, la société a 657.850 actions propres en portefeuille qui représentent 5,00% du capital social.

ACTIONNARIAT

Au 31 décembre 2012, on dénombre 9.382.062 actions nominatives sur le total des encours en actions.

Au 31 décembre 2012, l'actionnariat est réparti de la manière suivante :

	Date de déclaration de participation	Nombre d'actions	%
Koinon SA ⁽¹⁾	31/08/2012	7.359.921	56,01%
Cennini SA ⁽¹⁾	31/08/2012	2.022.136	15,39%
Bestinver Gestión S.G.I.I.C. SA	30/09/2009	1.198.762	9,12%
Actions propres au 31/12/2012		657.850	5,00%
Investisseurs individuels et institutionnels		1.902.454	14,48%

(1) La SA Koinon et la SA Cennini en leur capacité de personnes agissant en concert qui ont conclu un accord relatif à la possession, l'acquisition et la cession d'actions, ont fait une notification définitive.

LOI RELATIVE AUX OFFRES PUBLIQUES D'ACQUISITION

Dans le cadre de la loi du 1^{er} avril 2007 relative aux offres publiques d'acquisition, Stichting Administratiekantoor RMG a fait, comme détenteur de plus de 30% des titres avec droit de vote de la SA Roularta Media Group au 01/09/2007, une notification auprès de la FSMA conformément à l'article 74 § 6 de la loi précitée.

Suite à la radiation des certificats dans la Stichting Administratiekantoor RMG et la restitution des actions de la SA Roularta Media Group aux anciens détenteurs des certificats (la SA Cennini et la SA Koinon), Stichting Administratiekantoor RMG n'est plus actionnaire de la SA Roularta Media Group. Depuis le 24/06/2010, la SA Koinon est détenteur en ligne directe de 7.359.921 actions (soit 56,01%) de la SA Roularta Media Group. La notification a été actualisée dans ce sens.

ÉVOLUTION BOURSIÈRE

L'action Roularta Media Group est cotée sur NYSE Euronext Bruxelles, sous la rubrique Media - Publishing, avec code ISIN BE0003741551 et Mnemo ROU.

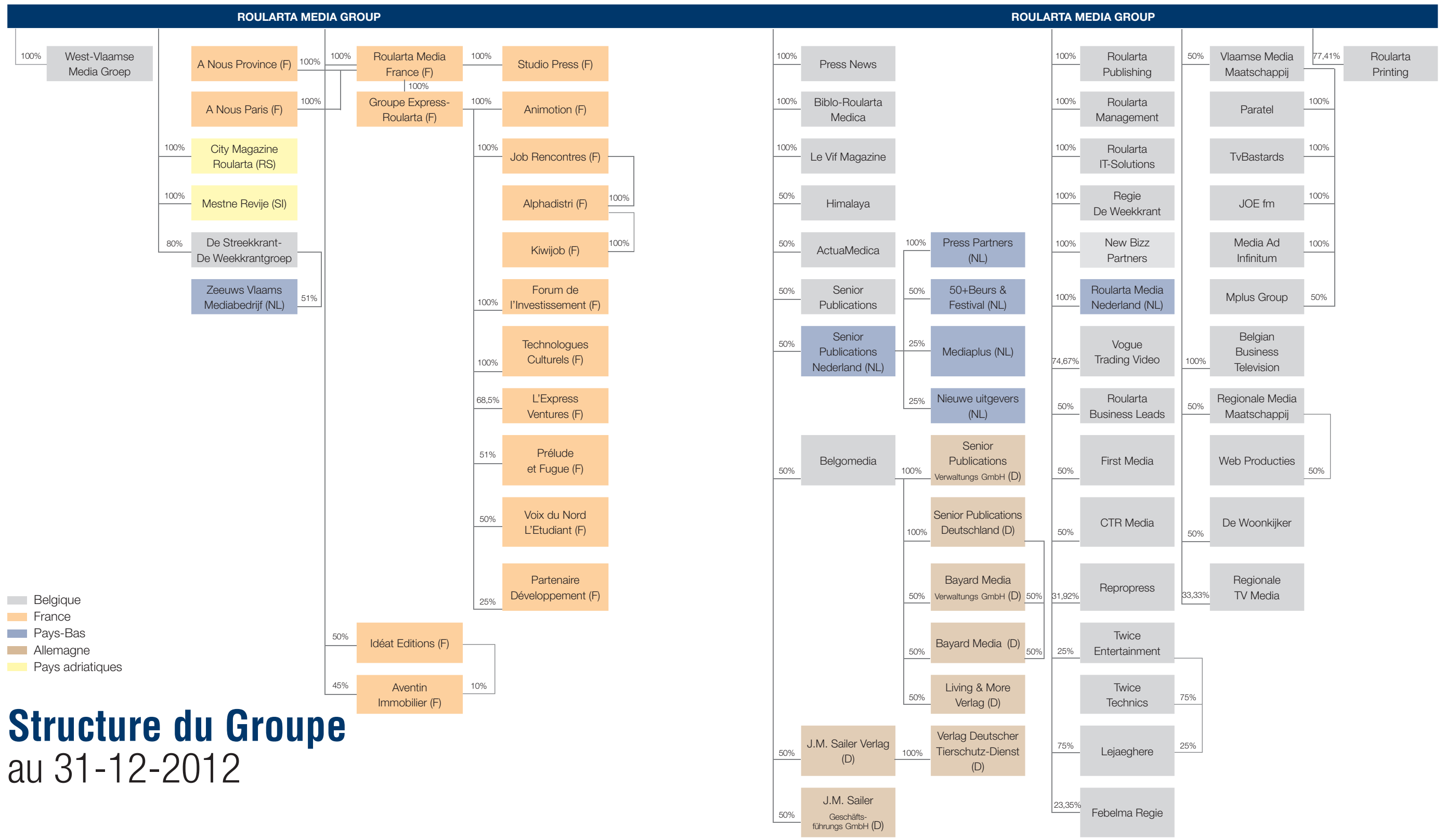
Chiffres-clés par division

Médias Imprimés

	en milliers d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution
Chiffre d'affaires		610.177	550.188	546.362	554.925	541.693	-2,4%
EBITDA		42.774	14.169	44.057	30.582	14.907	-51,3%
<i>EBITDA - marge</i>		7,0%	2,6%	8,1%	5,5%	2,8%	
EBIT		16.272	-8.631	28.005	8.126	-9.769	-220,2%
<i>EBIT - marge</i>		2,7%	-1,6%	5,1%	1,5%	-1,8%	
Charges financières nettes		-13.753	-12.030	-5.544	-6.952	-8.485	+22,1%
Résultat opérationnel après charges financières nettes		2.519	-20.661	22.461	1.174	-18.254	
Impôts sur le résultat		-1.429	3.923	-10.326	-3.722	2.835	-176,2%
Entreprises mises en équivalence		-101	-38	-46	-57	-23	
Résultat net des entreprises consolidées		989	-16.776	12.089	-2.605	-15.442	-492,8%
Attribuable aux intérêts minoritaires		-161	-280	646	312	-449	
Attribuable aux actionnaires de RMG		1.150	-16.496	11.443	-2.917	-14.993	-414,0%
Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge		0,2%	-3,0%	2,1%	-0,5%	-2,8%	
REBITDA		40.866	29.512	48.968	36.519	22.274	-39,0%
<i>REBITDA - marge</i>		6,7%	5,4%	9,0%	6,6%	4,1%	
REBIT		21.364	11.997	36.365	25.506	8.668	-66,0%
<i>REBIT - marge</i>		3,5%	2,2%	6,7%	4,6%	1,6%	
Résultat net courant des entreprises consolidées		4.230	-521	19.616	11.530	560	-95,1%
<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>		0,7%	-0,1%	3,6%	2,1%	0,1%	

Médias Audiovisuels

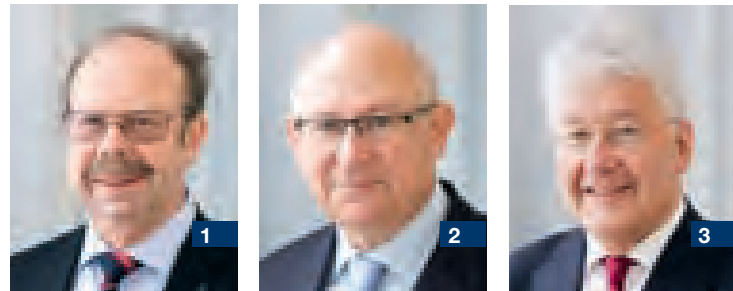
	en milliers d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution
Chiffre d'affaires		179.178	162.307	171.081	182.385	176.817	-3,1%
EBITDA		24.352	22.587	32.993	31.392	22.080	-29,7%
<i>EBITDA - marge</i>		13,6%	13,9%	19,3%	17,2%	12,5%	
EBIT		16.442	18.853	29.033	26.423	14.499	-45,1%
<i>EBIT - marge</i>		9,2%	11,6%	17,0%	14,5%	8,2%	
Charges financières nettes		-570	-707	-543	-553	-388	-29,8%
Résultat opérationnel après charges financières nettes		15.872	18.146	28.490	25.870	14.111	-45,5%
Impôts sur le résultat		-4.197	-6.033	-8.701	-8.356	-1.671	-80,0%
Entreprises mises en équivalence							
Résultat net des entreprises consolidées		11.675	12.113	19.789	17.514	12.440	-29,0%
Attribuable aux intérêts minoritaires		-930	-198	280	161	-49	
Attribuable aux actionnaires de RMG		12.605	12.311	19.509	17.353	12.489	-28,0%
Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge		7,0%	7,6%	11,4%	9,5%	7,1%	
REBITDA		24.352	23.678	32.261	33.793	24.669	-27,0%
<i>REBITDA - marge</i>		13,6%	14,6%	18,9%	18,5%	14,0%	
REBIT		18.476	17.230	28.301	28.572	18.345	-35,8%
<i>REBIT - marge</i>		10,3%	10,6%	16,5%	15,7%	10,4%	
Résultat net courant des entreprises consolidées		13.709	11.084	19.306	19.005	14.980	-21,2%
<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>		7,7%	6,8%	11,3%	10,4%	8,5%	



- Belgique
- France
- Pays-Bas
- Allemagne
- Pays adriatiques

Structure du Groupe au 31-12-2012

Conseil d'administration RMG Belgique



1 Baron Hugo Vandamme Représentant permanent de HRV SA | Administrateur non exécutif | Président (2014) | Président du Comité de nomination et de rémunération



2 Rik De Nolf Représentant permanent de De Publigraaf SA | Administrateur exécutif | Administrateur délégué (2014)



3 Leo Claeys Représentant permanent de De Meiboom SA | Administrateur non exécutif | Vice-président (2014) | Membre du Comité d'audit



4 Lieve Claeys Représentant permanent de Fraka-Wilo SA | Administrateur exécutif (2016)



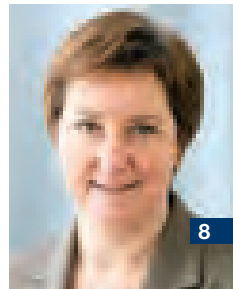
5 Caroline De Nolf Représentant permanent de Verana SA | Administrateur non exécutif (2016)



6 Francis De Nolf Représentant permanent d'Alauda SA | Administrateur exécutif (2015)



7 Carel Bickers Représentant permanent de Carolus Panifex Holding BV | Administrateur indépendant (2014) | Président du Comité d'audit | Membre du Comité de nomination et de rémunération



8 Marleen Vaesen Représentant permanent de Mavac SPRL | Administrateur indépendant (2014) | Membre du Comité d'audit



9 Marc Verhamme Représentant permanent de Pur Vie SA | Administrateur indépendant (2014) | Membre du Comité de nomination et de rémunération

Executive Management Committee



1 Rik De Nolf CEO



2 Xavier Bouckaert COO



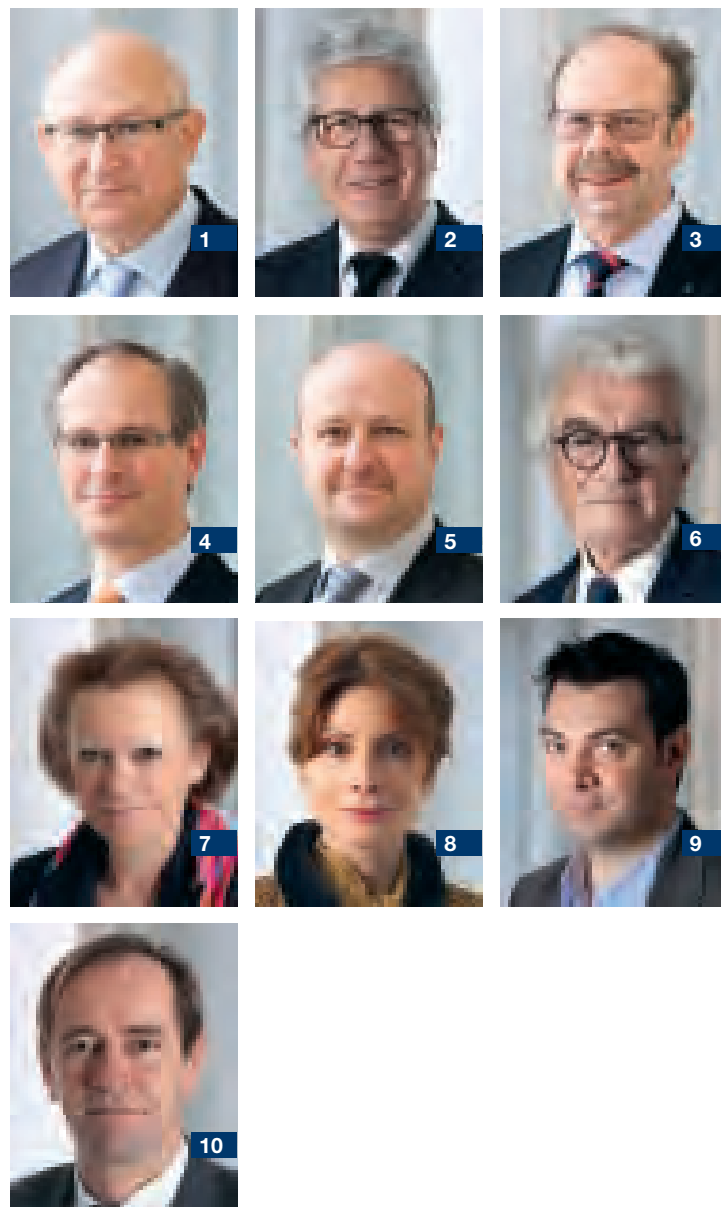
3 Jan Staelens CFO

Management team RMG Belgique



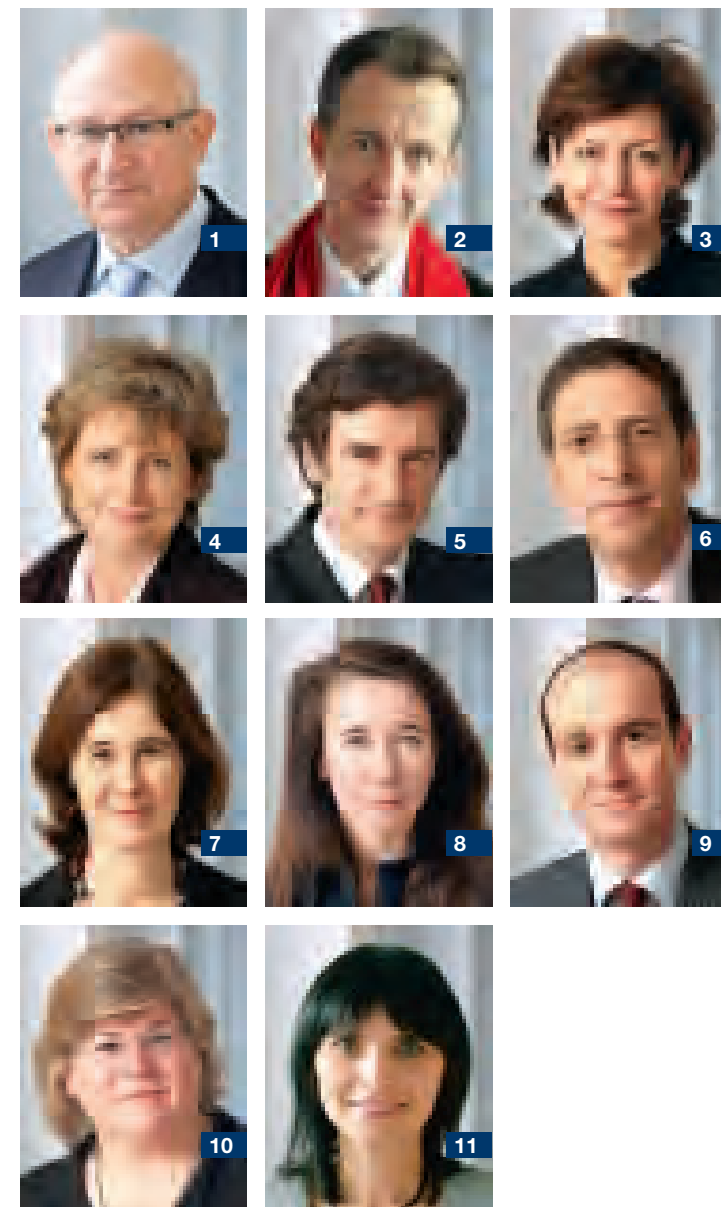
1 Rik De Nolf Président **2 Philippe Belpaire** Directeur régie publicitaire nationale **3 Xavier Bouckaert** Directeur magazines **4 Eddy Brouckaert** Directeur journaux **5 Jo Bruneel** Directeur presse gratuite **6 Jan Cattrysse** Directeur administratif **7 Erwin Danis** Directeur prémédia **8 Katrien De Nolf** Directeur ressources humaines **9 Hugues De Waele** Directeur médias étrangers **10 William Metsu** Directeur imprimerie **11 Jan Staelens** Directeur financier **12 Willem Vandenameele** Directeur IT **13 Sophie Van Iseghem** Secrétaire général

Conseil d'administration GER France



- 1 Rik De Nolf** Président
- 2 Francis Balle** Vice-président
- 3 Baron Hugo Vandamme** Administrateur
- 4 Xavier Bouckaert** Administrateur
- 5 Jan Staelens** Administrateur
- 6 Jean-Antoine Bouchez** Administrateur
- 7 Brigitte Gauthier-Darcet** Administrateur
- 8 Monique Canto Sperber** Administrateur
- 9 Emmanuel Paquette** Représentant de la SDJ (Société des Journalistes) de L'Express
- 10 Maxime de Jenlis** Représentant de SA Bayard Presse Benelux

Management team GER France



- 1 Rik De Nolf** Président | Directeur-général
- 2 Christophe Barbier** Directeur général éditorial
- 3 Corinne Pitavy** Directeur général business
- 4 Corinne Denis** Directrice du développement des nouveaux médias
- 5 Eric Matton** Directeur général adjoint pôle médias grand public
- 6 Jean Weiss** Directeur général adjoint pôle médias spécialisés
- 7 Sophie de Beaudéan** Directrice financière
- 8 Véronique Darasse** Directrice ressources humaines
- 9 Sébastien Loison** Directeur Point de Vue, Studio Ciné Live, produits dérivés
- 10 Marie-Pierre Ombrédanne** Directrice pôle déco
- 11 Valérie Salomon** Directrice commerciale régie publicitaire Express-Roularta Services

Les soussignés déclarent, qu'à leur connaissance :

• les états financiers, établis conformément aux normes comptables applicables, donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de la SA Roularta Media Group et des entreprises reprises dans la consolidation.

• le rapport annuel donne une image fidèle du développement, des résultats et de la position de la SA Roularta Media Group et des entreprises reprises dans la consolidation, ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Rik De Nolf, CEO
Jan Staelens, CFO

Rapport annuel du conseil d'administration

à l'Assemblée Générale ordinaire des actionnaires du 21 mai 2013 et relatif aux états financiers consolidés clôturés le 31 décembre 2012

Chers actionnaires,

Ce rapport annuel doit être lu avec les états financiers audité de Roularta Media Group SA, dénommée ci-après le Groupe, et les annexes correspondantes. Ces états financiers consolidés ont été approuvés par le conseil d'administration du 22 mars 2013. Roularta Media Group, dont le siège social est établi à 8800 Roeselare, Meiboomlaan 33, est coté à l'Euronext Brussels depuis 1998. Roularta Media Group est actif en Belgique, en France et dans d'autres pays d'Europe, dans le secteur des médias et plus particulièrement dans les domaines suivants : édition de magazines, de journaux, de presse gratuite, radio et télévision, Internet, line extensions et production graphique. Roularta Media Group est organisé autour de deux divisions : d'une part les Médias Imprimés et d'autre part les Médias Audiovisuels. Dans ces deux divisions, on retrouve tout un éventail d'activités qui, en fonction de leur finalité, à savoir un produit ou un service proposé, sont centralisées dans différents départements. Dans la division Médias Imprimés, tant en Belgique qu'à l'étranger, Roularta Media Group se distingue de ses concurrents grâce à toute une série de marques fortes, telles que De Streekkrant, Knack, Trends-Tendances, Le Vif/L'Express et L'Express. Sur le plan de l'audiovisuel, Roularta Media Group est propriétaire à 50% des actions de la Vlaamse Media Maatschappij, une société active en Belgique dans le domaine de la radio (Q-music et JOE fm) et de la télévision (VTM, 2BE, VTMKZOOM, JIM et Vitaya).

COMMENTAIRE DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Les états financiers consolidés ont été rédigés en confor-

mité avec les International Financial Reporting Standards (IFRS), édités par l'International Accounting Standards Board (IASB) et avec les interprétations éditées par l'International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC) de l'IASB et qui ont été approuvées par la Commission européenne. Les états financiers consolidés donnent un aperçu général des activités de notre Groupe, ainsi que des résultats obtenus. Ils offrent une image fidèle de la situation financière, des prestations financières et des flux de trésorerie de l'entité, et ont été rédigés dans l'hypothèse de la continuité d'exploitation.

PRINCIPAUX CHANGEMENTS DANS LE GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2012

Premier trimestre 2012 :

- Acquisition de 25% des actions dans Nieuwe Uitgevers BV via Senior Publications Nederland BV (50% RMG).
- Acquisition de 50% des actions dans ActuaMedica SA (autrefois UBM Medica Belgium SA).

Troisième trimestre 2012 :

- Participation de 68,5% dans la constitution de L'Express Ventures SAS via Groupe Express-Roularta SA (100% RMG).
- Acquisition des 8% d'actions restantes (jusqu'à 100%) dans Mestne Revije D.O.O.
- Participation de 25% dans la constitution de Mplus Group SA, via la Vlaamse Media Maatschappij SA (50% RMG).

Quatrième trimestre 2012 :

- Acquisition de 75% des actions dans Lejaeghere SPRL via Roularta Media Group SA et 25% via Twice Entertainment SPRL (25% RMG), y compris les éléments patrimoniaux détenus par les ASBL Journée Découverte Entreprises et Open Bedrijven.
- Acquisition de 100% des actions dans Kiwijob SARL via Alphadistri SA (100% RMG).

CHIFFRES-CLÉS CONSOLIDÉS

Compte de résultats	en milliers d'euros	31/12/12	31/12/11	Evolution
Chiffre d'affaires		712.045	731.111	-2,6%
Chiffre d'affaires corrigé⁽¹⁾		709.167	730.951	-3,0%
EBITDA (cash-flow opérationnel)⁽²⁾		36.987	61.974	-40,3%
	<i>EBITDA - marge</i>	5,2%	8,5%	
REBITDA⁽³⁾		46.943	70.312	-33,2%
	<i>REBITDA - marge</i>	6,6%	9,6%	
EBIT⁽⁴⁾		4.730	34.549	-86,3%
	<i>EBIT - marge</i>	0,7%	4,7%	
REBIT⁽⁵⁾		27.013	54.078	-50,0%
	<i>REBIT - marge</i>	3,8%	7,4%	
Charges financières nettes		-8.873	-7.505	+18,2%
Résultat opérationnel après charges financières nettes		-4.143	27.044	
Résultat opérationnel courant après charges financières nettes		22.185	46.573	-52,4%
Impôts sur le résultat		1.164	-12.078	-109,6%
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence		-23	-57	
Résultat net des entreprises consolidées		-3.002	14.909	-120,1%
Attribuable aux intérêts minoritaires		-498	473	
Attribuable aux actionnaires de RMG		-2.504	14.436	-117,3%
	<i>Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge</i>	-0,4%	2,0%	
Résultat net courant des entreprises consolidées		15.540	30.535	-49,1%
	<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>	2,2%	4,2%	
Bilan		31/12/12	31/12/11	Evolution
Actifs non courants		604.675	616.512	-1,9%
Actifs courants		333.761	295.228	+13,1%
Total du bilan		938.436	911.740	+2,9%
Capitaux propres - part du Groupe		344.689	351.277	-1,9%
Capitaux propres - intérêts minoritaires		12.266	12.959	-5,3%
Passifs		581.481	547.504	+6,2%
Liquidité ⁽⁶⁾		1,1	1,0	+10,0%
Solvabilité ⁽⁷⁾		38,0%	39,9%	-4,8%
Dette financière nette		69.535	89.328	-22,2%
Gearing ⁽⁸⁾		19,5%	24,5%	-20,4%

(1) Chiffre d'affaires corrigé = chiffre d'affaires comparable à 2011, hors modifications intervenues dans le périmètre de consolidation.

(2) EBITDA = cash-flow opérationnel = EBIT + amortissements, dépréciations et provisions.

(3) REBITDA = cash-flow opérationnel courant = EBITDA + frais de restructuration et frais uniques.

(4) EBIT = résultat opérationnel.

(5) REBIT = résultat opérationnel courant = EBIT + frais de restructuration et frais, amortissements, dépréciations et provisions uniques.

(6) Liquidité = actifs courants / passifs courants.

(7) Solvabilité = capitaux propres (part du Groupe + intérêts minoritaires) / total du bilan.

(8) Gearing = dette financière nette / capitaux propres (part du Groupe + intérêts minoritaires).

COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

A partir du deuxième trimestre 2012, Roularta Media Group a ressenti les effets négatifs de la détérioration du climat économique en Belgique et en France. Le chiffre d'affaires a baissé de 2,6% (de 731 à 712 millions d'euros) et le bénéfice courant de 49,1% (de 30,5 à 15,5 millions d'euros).

La baisse du bénéfice courant est enregistrée aussi bien en Belgique qu'en France. En Belgique, nombre de mesures et d'actions d'économie ont été prises en 2012 afin de renverser la vapeur en 2013.

En France, la restructuration qui s'impose ne pourra être réalisée qu'en 2013 via le plan social annoncé, qui vise à réduire les coûts salariaux de 10%. Ainsi, le but est de transformer entièrement le mensuel L'Entreprise en une publication en ligne – le site pratique L'entreprise.fr connaît déjà une évolution fructueuse – et de fusionner les magazines déco Maison Magazine et Maison Française en un grand leader de marché. Ces interventions devraient permettre aux activités françaises d'apporter de nouveau une contribution positive aux résultats du Groupe.

Le résultat net est négatif (-2,5 millions d'euros), en raison principalement de la comptabilisation de 11,5 millions d'euros de réductions de valeur sur les magazines d'affaires français, et de 7,1 millions d'euros de frais de restructuration et frais uniques (après impôts) en Belgique et en France.

Nombre d'annonceurs ont réduit leurs **dépenses publicitaires**. D'autres, en revanche, ont saisi l'opportunité pour gagner des parts de marché. Les magazines et chaînes télé en ont été affectés. Les chaînes de la Vlaamse Media Maatschappij (VMMa) ont bien résisté aux changements dans le marché, tant en termes de revenus publicitaires qu'en termes d'audience. Les annonces d'emploi ont affiché quant à elles une baisse sensible, baisse qui explique le repli du chiffre d'affaires des publications gratuites.

Le plus ancien média du Groupe, les journaux du groupe Krant van West-Vlaanderen, a enregistré une hausse de 8% de ses revenus publicitaires. Et le dernier phénomène en date, la publicité sur Internet, a progressé de 11%. Le magazine lifestyle Steps a progressé quant à lui de 15%.

Le chiffre d'affaires du **marché des lecteurs**, et en particulier des ventes au numéro, a diminué de 2,5% suite notamment aux difficultés que connaît l'organisation de distribution Presstalis en France. Celle-ci doit procéder à une restructuration et est confrontée régulièrement à des grèves.

Entre-temps, de nouveaux investissements ont été faits dans l'extension des rédactions Internet, dans de nouveaux développements pour les tablettes et smartphones, dans de nouveaux magazines et dans de nouveaux salons et événements.

Les dettes financières nettes sont revenues à 69,5 millions d'euros, soit 1,9 fois l'EBITDA.

Chiffres-clés RÉSULTATS ANNUELS 2012 comparés à 2011

- Le **chiffre d'affaires corrigé**¹ a fléchi de 3,0%, de 731,0 à 709,2 millions d'euros.
- Le **REBITDA** a baissé de 33,2%, de 70,3 à 47,0 millions d'euros.
- Le **REBIT** a fléchi de 50,0%, de 54,1 à 27,0 millions d'euros.
- Le **résultat net courant** affiche 15,5 millions d'euros, contre 30,5 millions d'euros en 2011.
- L'effet total des frais de restructuration et uniques après impôts atteint en 2012 -18,5 millions d'euros, contre -15,6 millions d'euros en 2011 (dont 2,7 millions d'euros nets d'intérêts anticipés).
- Le **résultat net de RMG** affiche -2,5 millions d'euros, contre 14,4 millions d'euros en 2011.

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ DE 2012

Roularta Media Group a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 712,0 millions d'euros en 2012, contre 731,1 millions d'euros en 2011, soit une baisse de 2,6%. Le chiffre d'affaires 2012 corrigé¹ affiche 709,2 millions d'euros, contre 731,0 millions d'euros en 2010, soit une baisse de 3,0%. La baisse du chiffre d'affaires corrigé de la division Médias Audiovisuels était de 3,1%, celle des Médias Imprimés 2,9%.

(1) Chiffre d'affaires corrigé = chiffre d'affaires comparable à 2011, hors modifications intervenues dans le périmètre de consolidation.

Chiffre d'affaires consolidé par division (en milliers d'euros)

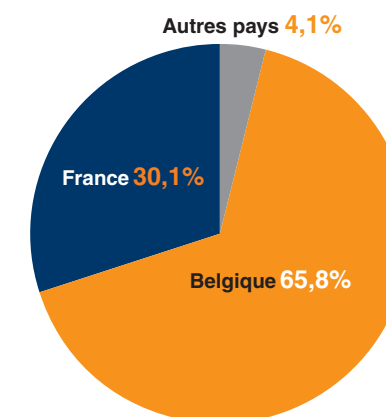
Division	31/12/12	31/12/11	Evolution
Médias Imprimés	538.827	554.765	-2,9%
Médias Audiovisuels	176.805	182.385	-3,1%
Chiffre d'affaires intersegment	-6.465	-6.199	
Chiffre d'affaires corrigé	709.167	730.951	-3,0%
Modifications du Groupe (*)	2.878	160	
Chiffre d'affaires consolidé	712.045	731.111	-2,6%

(*) Les modifications du Groupe ne sont pas prises en compte pour obtenir un chiffre d'affaires corrigé, c.-à-d. un chiffre d'affaires comparable à celui de 2011. Les modifications au sein du Groupe concernent la prise d'une nouvelle participation dans Web Producties SA en 05/2011, dans New Bizz Partners SA en 11/2011, dans Lejaeghere SPRL (Journée Découverte Entreprises) en 09/2012, le lancement de Roularta Business Leads SA en 04/2011 et la liquidation de Tvoj Magazin en 01/2012.

Chiffre d'affaires corrigé consolidé (en milliers d'euros) par catégorie d'activités d'exploitation :

Chiffre d'affaires	2012	2011
Presse gratuite	102.533	109.210
Magazines	295.384	307.332
Journaux	13.875	13.418
Internet	26.391	23.835
TV et radio	138.410	145.463
Line extensions	90.570	91.636
Imprimés pour tiers	42.004	40.057
	709.167	730.951

Chiffre d'affaires 31/12/2012 – régional :



RÉSULTATS CONSOLIDÉS 2012 PAR DIVISION

MÉDIAS IMPRIMÉS

Le **chiffre d'affaires corrigé** de la division Médias Imprimés, qui regroupe presse gratuite, journaux et magazines, a légèrement diminué (-2,9%) et a atteint 538,8 millions d'euros en 2012.

Publicité

Les revenus publicitaires corrigés des publications gratuites ont baissé en 2012 de 5,8% comparé à 2011. Les revenus publicitaires des journaux ont progressé en 2012 de 8,0%, ceux des magazines ont baissé de 5,6%. Quant aux revenus publicitaires liés aux activités Internet, ils ont continué d'augmenter : +11,0% en 2012.

Marché des lecteurs

Le chiffre d'affaires corrigé du marché des lecteurs (ventes au numéro et abonnements) a baissé de 2,5%, baisse s'expliquant surtout par un repli des ventes au numéro.

Le **cash-flow opérationnel (EBITDA)** est revenu de 30,6 à 14,9 millions d'euros. Le **REBITDA (cash-flow opérationnel courant)** a fléchi quant à lui de 36,5 à 22,3 millions d'euros, soit une baisse de 39,0%.

La baisse du chiffre d'affaires évoquée ci-dessus pèse sur l'EBITDA puisqu'elle n'est compensée qu'en partie par la baisse des coûts du papier. La hausse des services et biens divers et des frais de personnel, suite notamment à l'indexation, affectent également l'EBITDA. En 2012, celui-ci a été influencé par 7,1 millions d'euros de frais de restructuration et 0,3 million d'euros de frais uniques.

Le **résultat d'exploitation (EBIT)** est revenu de 8,1 à -9,8 millions d'euros. La division a réalisé un **résultat d'exploitation courant (REBIT)** de 8,7 millions d'euros, contre 25,5 millions d'euros en 2011.

L'EBIT a été marqué en 2012 par des réductions de valeur exceptionnelles à concurrence de 11,5 millions d'euros avant impôts (contre 12,2 millions d'euros en 2011). Ces réductions de valeur exceptionnelles ont essentiellement été comptabilisées sur les magazines d'affaires français. Des provisions complémentaires, notamment des provisions de pension en France et une hausse des réductions de valeur sur stocks et créances commerciales, ont également pesé sur l'EBIT en 2012.

Le **résultat net de la division** a atteint -15,4 millions d'euros, contre -2,6 millions d'euros en 2011, alors que le **résultat courant net** s'est élevé à 0,6 millions d'euros, contre 11,5 millions d'euros en 2011.

MÉDIAS AUDIOVISUELS

Le **chiffre d'affaires** de la division Médias Audiovisuels a fléchi de 182,4 à 176,8 millions d'euros, soit une baisse de 3,1%.

Le chiffre d'affaires publicitaire en télé a baissé, tandis qu'en radio, les revenus publicitaires affichent encore une légère progression.

L'EBITDA a été influencé par des indemnités de préavis à concurrence de 1,1 million d'euros et par des frais uniques de 1,5 million d'euros.

Le **cash-flow opérationnel (EBITDA)** s'est tassé de 29,7%, de 31,4 à 22,1 millions d'euros. Le **cash-flow opérationnel courant (REBITDA)** a fléchi quant à lui de 33,8 à 24,7 millions d'euros.

Le **résultat d'exploitation (EBIT)** est revenu de 26,4 à 14,5 millions d'euros, tandis que le **résultat d'exploitation courant (REBIT)** a baissé de 28,6 à 18,3 millions d'euros. La marge REBIT affiche 10,4%, contre 15,7% en 2011.

Le **résultat net de la division** affichait 12,4 millions d'euros, contre 17,5 millions d'euros en 2011, tandis que le **résultat net courant** a fléchi de 21,2%, de 19,0 à 15,0 millions d'euros.

BILAN

Les **fonds propres** affichent 357,0 millions d'euros au 31 décembre 2012, contre 364,2 millions d'euros au 31 décembre 2011. Cette évolution s'explique surtout par la baisse des bénéfices reportés. Ceux-ci ont baissé de 6,9 millions d'euros, soit le résultat 2012 (-2,5 millions d'euros) et le dividende attribué sur le résultat 2011 (-4,4 millions d'euros).

Au 31 décembre 2012, la **dette financière nette**² se chiffre à 69,5 millions d'euros, contre 89,3 millions d'euros au 31 décembre 2011.

(2) Dette financière nette = Dettes financières moins placements et disponibilités.

INVESTISSEMENTS

En 2012, les investissements totaux affichent 11,9 millions d'euros, dont 3,8 millions d'euros investis dans des immobilisations incorporelles (essentiellement des logiciels), 6,2 millions d'euros dans des immobilisations corporelles et 1,9 millions d'euros en acquisitions. Les acquisitions portent essentiellement sur Journée Découverte Entreprises / Open Bedrijvendag.

FAITS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Après la clôture de l'exercice, les événements importants suivants se sont produits :

Le 19 février 2013, Groupe Express-Roularta (100% Roularta Media Group) a annoncé à Paris un plan social. Le but est de réduire de quelque 10% l'ensemble de la masse salariale du Groupe en France par le biais de réorganisations et de restructurations. Le processus tout entier sera mis en œuvre dans le courant de 2013, et la majeure partie de ses effets ne seront ressentis qu'en 2014.

Le 20 mars 2013, Roularta Media Group a repris Coface Services Belgium. Cette entreprise, qui réalise un chiffre d'affaires annuel de quelque 6 millions d'euros et occupe une quarantaine de personnes, est un acteur très important sur le marché des informations commerciales où elle est active depuis 25 ans. Sous la marque B-information, Coface Services Belgium propose des informations commerciales à jour, sur mesure, dans quatre domaines différents : B-marketing, B-finance, B-legal et B-collection. Le prix de la reprise représente environ la moitié du chiffre d'affaires annuel. Cette reprise s'inscrit parfaitement dans la stratégie de Roularta Media Group qui vise à renforcer sa position actuelle sur le marché des informations commerciales, un marché dans lequel le Groupe est déjà bien implanté via Trends Top.

Pour le reste, il ne s'est produit aucun autre événement important susceptible d'influencer de manière substantielle les résultats et la position financière de l'entreprise.

INFORMATIONS RELATIVES AUX CIRCONSTANCES SUSCEPTIBLES D'AVOIR UN IMPACT IMPORTANT SUR LE DÉVELOPPEMENT DU GROUPE

Nous ne prévoyons pas de circonstances notables sus-

ceptibles d'avoir un impact important sur l'évolution future de notre société.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

En tant qu'entreprise multimédia, Roularta Media Group est actif dans différents secteurs de pointe. Dans ces secteurs, Roularta Media Group étudie sans cesse de nouvelles possibilités, d'où sa réputation d'innovateur de taille. Roularta Media Group attache une grande importance à la recherche et au développement. Ces efforts profitent naturellement aux processus de travail internes du Groupe lui-même, mais il n'est pas rare qu'ils servent aussi de moteur aux évolutions fondamentales du marché.

Dans la division Médias Imprimés par exemple, Roularta Media Group est à l'origine de divers standards belges et internationaux qui décrivent la méthode de la préparation de l'impression de données numériques et de l'échange électronique des instructions qui les accompagnent. La standardisation avancée est essentielle pour garantir un contrôle efficace de la qualité dans ces workflows numériques. Roularta Media Group veut par ailleurs continuer à jouer dans ce domaine un rôle de pionnier essentiel.

COMMUNICATION CONCERNANT L'UTILISATION PAR LA SOCIÉTÉ D'INSTRUMENTS FINANCIERS, DANS LA LIMITE OÙ CELA S'AVÈRE IMPORTANT POUR L'APPRÉCIATION DE SON ACTIF ET DE SON PASSIF, DE SA POSITION FINANCIÈRE AINSI QUE DE SON RÉSULTAT

Le Groupe utilise des contrats de change pour couvrir le risque de variation de la valeur réelle d'un actif ou d'une obligation repris, ou d'un engagement ferme non repris, dans le cadre de ses activités commerciales. Ces contrats sont considérés comme des couvertures de valeur réelles telles que définies dans la norme IAS 39 et ont été appréciés à la valeur du marché et comptabilisés dans la rubrique 'instruments dérivés' parmi les actifs non courants ou les obligations à long terme.

Pour couvrir le risque de change et le risque de taux sur le US Private Placement, conclu en 2006 et résilié anticipativement en décembre 2012, le Groupe avait souscrit une opération à terme sur devises dont les échéances se situaient aux mêmes dates que celles des amortissements et des paiements d'intérêt. Ce contrat a été traité

comme une couverture des flux de trésorerie conformément à la norme IAS 39 et a été résilié en décembre 2012, suite au remboursement anticipé du US Private Placement.

Pour couvrir les risques résultant des fluctuations défavorables des taux d'intérêt, le Groupe utilise des instruments financiers, à savoir des contrats IRS et un contrat Index Swap. Conformément aux prescriptions prévues à la norme IAS 39, certains contrats sont considérés comme des contrats de couverture des flux de trésorerie, et leur valeur de marché est donc reprise dans les fonds propres. Les autres contrats ne sont pas considérés comme des contrats de couverture selon les normes IAS 39. Les fluctuations intervenues au niveau de la valeur de marché de ces contrats figurent dans le compte de pertes et profits.

ENVIRONNEMENT, PRÉVENTION ET BIEN-ÊTRE

Pour un exposé détaillé en matière d'environnement, de prévention et de bien-être, nous renvoyons au chapitre Environnement, prévention et bien-être dans le Rapport annuel 2012.

PERSONNEL

Au 31 décembre 2012, le Groupe occupe 2.828 travailleurs (équivalents temps plein). Soit un statu quo par rapport à l'exercice précédent. Dans ces chiffres, les joint-ventures ont été prises en compte au prorata.

PRINCIPAUX RISQUES ET INCERTITUDES

CONDITIONS ÉCONOMIQUES

Des modifications des conditions économiques générales, mondiales ou régionales ou des conditions économiques dans des zones où le Groupe est actif et qui peuvent avoir un impact sur le modèle de consommation des consommateurs, peuvent exercer une influence négative sur les résultats d'exploitation du Groupe.

RISQUES LIÉS AUX DÉVELOPPEMENTS DU MARCHÉ

Le monde des médias est en mouvement constant. Le résultat du Groupe est en grande partie déterminé par le marché de la publicité, par le marché des lecteurs et par les chiffres d'audience TV et radio.

Le Groupe suit pas à pas les évolutions du marché dans l'univers des médias, de manière à pouvoir en tout temps anticiper sur les modifications et les nouvelles tendances de l'environnement dans lequel opère l'entreprise. Grâce à l'offre multimédia dont il dispose, le Groupe peut réagir de manière adéquate aux glissements de l'attention du monde publicitaire et du lectorat d'une forme de média à l'autre.

RISQUE STRATÉGIQUE RELATIF AU MARCHÉ ET À LA CROISSANCE

Le Groupe peut potentiellement devoir faire face à une situation de marché défavorable ou à une concurrence qui se développe de manière préjudiciable.

RISQUES LIÉS AUX FOURNISSEURS

Les coûts qui déterminent en grande partie le prix de revient total de la division Printed Media, comme les coûts d'impression, de distribution, de personnel et de promotion, peuvent fluctuer en fonction de la conjoncture économique.

L'évolution des prix internationaux du papier est incertaine et peut avoir un impact négatif sur les activités, les résultats d'exploitation et/ou la position financière du Groupe si les hausses de prix ne peuvent pas être répercutées à temps sur ses clients. Afin de gérer le risque potentiel lié au prix de papier, le Groupe a conclu des contrats périodiques pour le papier journal et pour le papier magazine.

DÉRANGEMENTS OU INTERRUPTIONS DU SYSTÈME INFORMATIQUE

Le Groupe est exposé au risque de dérangements ou d'interruptions de ses systèmes informatiques.

Les systèmes informatiques représentent un élément central des activités opérationnelles du Groupe. Tout dérangement pouvant survenir dans les systèmes informatiques du Groupe, suite à une défaillance, un acte de malveillance, un virus ou tout autre facteur, pourrait avoir un impact sérieux sur les différents aspects des activités, y compris (énumération non exhaustive) sur les ventes, le service clientèle et l'administration. Des dérangements dans le fonctionnement des systèmes informatiques peuvent affecter les activités ou les résultats d'exploitation du Groupe. Jusqu'à présent, la société n'a pas connu de problèmes graves concernant ses systèmes informatiques. Année après année, le Groupe investit des montants importants afin d'optimiser ses systèmes informatiques et de limiter le risque de dérangements.

RISQUES RELATIFS À LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La détention de droits de propriété intellectuelle est coûteuse et aléatoire. Le Groupe ne peut pas garantir qu'il saura s'opposer avec succès à la violation de ses droits de propriété intellectuelle.

RISQUE DE NOTORIÉTÉ MOINDRE OU D'IMAGE DE MARQUE NÉGATIVE

La position du Groupe pourrait être substantiellement affectée si la notoriété d'une marque venait à diminuer fortement ou si les marques, publications et produits phares du Groupe subissaient une atteinte à leur réputation.

RISQUE DE NON-RENOUVELLEMENT DES LICENCES POUR LES ACTIVITÉS TV ET RADIO

Le Groupe dispose des agréments nécessaires pour réaliser ses activités radiophoniques et télévisées sur le territoire belge. Si le Groupe ne parvenait pas à les prolonger, cela pourrait potentiellement avoir une influence négative sur la position financière et/ou les résultats d'exploitation du Groupe.

RISQUES LIÉS AUX ACQUISITIONS ACTUELLES ET FUTURES

Lorsque le Groupe acquiert des entités, il s'expose aux risques liés à l'intégration de ces entités.

RISQUE D'INNOVATION

Il importe que le Groupe développe en permanence de nouvelles applications. Si le Groupe n'y parvenait pas, il risque de prendre un retard sur ses concurrents qui ne pourrait plus être refait, ce qui pourrait éventuellement avoir un impact négatif sur sa position financière et/ou ses résultats d'exploitation.

RISQUE DE CHANGE

Le Groupe est soumis à un risque de change relatif à l'USD. Les risques de change identifiés se présentent lors d'achats (prévus) en USD dans le segment Médias Audiovisuels et via des activités en dehors de la zone euro. En outre, le Groupe encourt dans une certaine mesure des risques de change relatifs à ses activités opérationnelles.

Pour des achats et des engagements fermes d'achat en USD dans le secteur d'activité Médias Audiovisuels, le Groupe utilise des contrats de change pour couvrir le risque de variation de la juste valeur d'une obligation reprise, ou d'un engagement ferme non repris dans le cadre de ses activités commerciales.

Nonobstant ces contrats de change, des fluctuations en USD peuvent avoir une influence limitée sur les résultats opérationnels du Groupe.

Pour ce qui concerne les risques de change opérationnels encourus via des activités en dehors de la zone euro, à savoir en Serbie, ils sont très limités. Les flux nets de trésorerie vers et de cette entité, et leur timing, sont tels qu'aucune position de change significative n'a été engendrée.

RISQUE DE TAUX

L'endettement du Groupe et les charges d'intérêt y afférentes peuvent avoir une influence considérable sur le résultat et/ou la position financière du Groupe. Pour couvrir les risques résultant des fluctuations défavorables des taux d'intérêt, le Groupe utilise des instruments financiers.

RISQUE DE CRÉDIT

Le Groupe est exposé au risque de crédit sur ses clients, ce qui pourrait engendrer des pertes de crédits. Pour maîtriser le risque de crédit, des études de solvabilité sont effectuées à l'égard des clients qui souhaitent bénéficier d'importantes facilités de crédit. Dans le cas où ces études mènent à une conclusion négative, l'octroi du crédit est refusé ou limité.

En outre, le Groupe utilise des instruments de crédit financiers, comme des lettres de change, pour gérer une partie de son risque de crédit et une assurance-crédit est contractée pour un faible pourcentage de clients étrangers de l'imprimerie.

Aucune concentration importante de risques de crédit avec une seule contrepartie n'a été enregistrée.

En dépit de l'intention du Groupe de limiter ses risques de crédit, l'entreprise peut se trouver confrontée à une détérioration de la solvabilité de ses clients. L'impossibilité éventuelle de conclure une police d'assurance-crédit relative à certains clients peut avoir un impact réellement négatif sur les activités, la position financière et/ou les résultats d'exploitation du Groupe.

COVENANTS

Les fournisseurs de crédit imposent des covenants relatifs au taux d'endettement (dette financière nette/EBITDA), à la couverture d'intérêt (EBITDA/charges financières nettes), au ratio d'endettement (dette financière nette/capitaux propres), à la solvabilité et à la distribution de dividendes.

Si ces conventions n'étaient pas respectées, ces violations pourraient entraîner l'exigibilité des créances financières du Groupe.

RISQUE DE LIQUIDITÉ

La charge de la dette du Groupe et les contraintes convenues dans les contrats de financement peuvent avoir une influence néfaste sur la situation de trésorerie du Groupe. Le Groupe prévoit de respecter ses engagements par les flux de trésorerie opérationnels. En outre, le Groupe dispose de plusieurs lignes de crédit à court terme, qui créent une réserve supplémentaire de fonds de roulement. Il existe pour ces facilités de crédit aucune durée spécifique garantie par les prêteurs.

STRUCTURE DU CAPITAL

Le Groupe tente constamment d'optimiser la structure de son capital (combinaison de dettes et de capitaux propres). Le principal objectif de la structure du capital est la maximalisation de la valeur d'actionnaire tandis que, dans le même temps, la flexibilité financière souhaitée est maintenue pour réaliser des projets stratégiques.

RISQUES LIÉS AUX RÉDUCTIONS DE VALEUR POSSIBLES DU GOODWILL, DES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES OU CORPORELLES

Une réduction de valeur exceptionnelle est enregistrée si la valeur comptable d'un actif, ou de l'unité génératrice d'un flux de trésorerie à laquelle appartient l'actif, est supérieure à la valeur de réalisation. Les réductions de valeur exceptionnelles ou 'impairments' sont enregistrées dans le compte de pertes et profits et ont dès lors un effet sur le résultat net et sur les fonds propres du Groupe.

RISQUES LIÉS AUX ACTIONS EN JUSTICE ET ARBITRAGES

Une série de litiges dans lesquels le Groupe est impliqué sont actuellement encore pendants. Pour ces litiges pendants, souvent des provisions ont été faites. Le Groupe ne peut pas garantir qu'à l'avenir, aucun litige matériel ne soit introduit par des tiers par rapport à des articles publiés ou à d'autres formes de communication.

Une description détaillée des principaux litiges pendants est intégrée dans l'Annexe 24 aux états financiers consolidés.

Etabli à Roulers, le 22 mars 2013.

Le conseil d'administration

Déclaration relative au gouvernement d'entreprise^[*]

DÉSIGNATION DU CODE EN MATIÈRE DE GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

En tant qu'entreprise multimédia, Roularta Media Group entend créer de la valeur au bénéfice de ses lecteurs, spectateurs, auditeurs, clients-annonceurs, collaborateurs et actionnaires.

A la lumière de cette intention, Roularta Media Group SA a adopté, en tant que société belge cotée, le Code de Gouvernance d'Entreprise (2009) comme code de référence.

Le conseil d'administration est d'avis que le respect le plus strict possible des principes présentés dans le Code de Gouvernance d'Entreprise se traduit par une administration plus efficace et plus transparente, ainsi que par une meilleure gestion des risques et du contrôle de la société. A cet égard, Roularta Media Group vise une maximalisation de la valeur et ce, aussi bien pour les actionnaires que pour les parties prenantes et les investisseurs institutionnels.

Le Code de Gouvernance d'Entreprise, qui figure sur le site Web de la société (www.roularta.be/fr/investisseurs), explique de manière exhaustive et transparente comment Roularta Media Group SA est administrée et comment il est rendu compte de cette administration. Le Code de Gouvernance d'Entreprise de Roularta Media Group SA a été approuvé par le conseil d'administration et est régulièrement mis à jour.

DESCRIPTION DES CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES DU CONTRÔLE INTERNE ET DES SYSTÈMES DE MAÎTRISE DES RISQUES

Roularta Media Group SA a mis sur pied un système d'évaluation des risques et de contrôle interne en ligne avec les prescriptions du Code de Gouvernance d'Entreprise 2009.

Le système de contrôle interne de Roularta Media Group SA est basé sur le modèle COSO-ERM et vise à fournir une certitude raisonnable relativement à l'atteinte des objectifs de l'entreprise. Il implique notamment le dépis-

tage et la maîtrise des risques tant opérationnels que financiers, le respect des lois et règles et la surveillance du reporting.

Une donnée fondamentale de la maîtrise des risques est l'exercice budgétaire annuel qui implique d'importantes négociations et concertations à propos des risques d'entreprise, de la stratégie, des business plans et des résultats visés. Le résultat final est un ensemble d'objectifs, outre des projets qui doivent contribuer à mieux maîtriser ou prévenir les risques.

Une surveillance continue, essentiellement par le biais de contrôles intégrés dans un environnement opérationnel fortement automatisé, permet de prévenir ou de détecter les risques potentiels en temps utile. La sécurisation des systèmes IT est cruciale à cet égard. Une attention particulière est accordée aux aspects suivants :

- le dédoublement de systèmes ;
- la sécurité à l'accès ;
- la séparation des environnements d'essai et de production ;
- les groupes électrogènes ;
- les procédures de back-up.

Outre le contrôle technique IT, la maîtrise des risques opérationnels se caractérise surtout par les mesures suivantes :

- organigrammes et lignes de reporting ;
- missions claires pour les collaborateurs ;
- procédures et directives qui sont communiquées via l'intranet ;
- formations continues et actions d'amélioration.

La maîtrise des risques relative au reporting financier se caractérise surtout par :

- les règles comptables qui s'appliquent au quotidien ;
- l'uniformité qui est visée au sein des différentes sociétés du Groupe, tant en matière d'application des normes IFRS qu'en matière de reporting standardisé ;
- le contrôle des chiffres rapportés par les entreprises liées, par le département central budget & management reporting ;
- le contrôle, le monitoring du reporting financier par le comité d'audit.

Nombre de processus au sein de Roularta Media Group SA sont automatisés. Une partie importante de l'automatisation est la gestion des risques avec une attention particulière pour le caractère correct, l'exhaustivité, la cohérence, la ponctualité et la valorisation/autorisation de l'information.

La société occupe un auditeur interne (membre de l'Institut des Auditeurs Internes) qui, sur la base d'une analyse des risques, établit un planning annuel. Ce planning annuel peut être traversé par des missions ponctuelles transmises par le comité d'audit/le management team à l'auditeur interne.

A l'initiative du comité d'audit, un système de gestion des risques basé sur la méthode KAPLAN a été mis en place. Ainsi, les risques identifiés sont répartis en trois types : les risques évitables, les risques stratégiques et les risques externes. Chaque type de risque est ensuite subdivisé en catégories et évalué en fonction de la probabilité qu'il se produise, d'une part, et de son impact, d'autre part.

Pour gérer de manière efficace les risques identifiés, l'on recourt à un logiciel d'audit, Pentana.

PUBLICATION DES PARTICIPATIONS IMPORTANTES ET COMMENTAIRE DES ÉLÉMENTS ÉNUMÉRÉS À L'ARTICLE 34 DE L'A.R. DU 14/11/2007, POUR AUTANT QU'ILS SOIENT DE NATURE À PORTER À CONSÉQUENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE D'ACQUISITION

Au 31 décembre 2012, le capital de la société est de 203.225.000,00 euros et est représenté par 13.141.123 actions, jouissant des mêmes droits.

Au 31 décembre 2012, l'actionariat est réparti de la manière suivante :

	Date de la déclaration de participation	Nombre d'actions	%
Koinon SA⁽¹⁾	31/08/2012	7.359.921	56,01%
Cennini SA⁽¹⁾	31/08/2012	2.022.136	15,39%
Bestinver Gestión S.G.I.I.C. SA	30/09/2009	1.198.762	9,12%
Actions propres au 31/12/2012		657.850	5,00%
Investisseurs individuels et institutionnels		1.902.454	14,48%

(1) Koinon SA et Cennini SA ont fait une déclaration en leur qualité de personnes agissant de concert qui ont conclu un accord relativement à la détention, à l'acquisition et à la cession de titres.

Toutes les actions propres détenues par la société sont dénuées de droit de vote aussi longtemps qu'elles figurent dans le portefeuille de la société.

Chaque action donne droit à une voix et ce conformément à l'article 33 des statuts, étant précisé que personne ne peut prendre part au vote à l'assemblée générale pour plus de trente-cinq pour cent (35%) des droits de vote attachés à l'ensemble des actions émises par la société. Plusieurs actionnaires dont les titres sont regroupés, conformément aux critères définis à l'article 6, §2 de la Loi du 2 mai 2007 relative à la publicité des participations importantes dans des émetteurs dont les actions sont admises à la négociation sur un marché réglementé, ne peuvent pas non plus prendre part au vote à l'assemblée générale pour plus de trente-cinq pour cent (35%) des droits de vote attachés à l'ensemble des actions émises par la société. Les restrictions ne sont cependant pas d'application lorsque le vote porte sur une modification des statuts de la société ou sur des décisions pour lesquelles une majorité spéciale est requise selon le Code des Sociétés.

Une convention d'actionnaires donnant lieu à une restriction de la cession des titres a été conclue entre les actionnaires, Koinon SA et Cennini SA.

Les statuts et le Code de Gouvernance d'Entreprise de Roularta Media Group SA contiennent des dispositions spécifiques relatives à la (re)nomination, à la formation et à l'évaluation des administrateurs. Ceux-ci sont nommés pour une durée maximale de quatre ans par l'assemblée générale des actionnaires, laquelle peut aussi les démettre à tout moment de leurs fonctions. Une décision de nomination ou de révocation nécessite une majorité ordinaire des droits de vote. Lorsqu'un poste d'administrateur se libère prématurément, les administrateurs restants peuvent nommer (coopter) eux-mêmes un nouvel administrateur. Dans ce cas, l'assemblée générale suivante procédera à la nomination définitive.

Les statuts de Roularta Media Group SA prévoient un droit de proposition obligatoire au bénéfice de Koinon SA. Sur la base de ce droit de proposition, la majorité des administrateurs sont nommés parmi les candidats proposés par Koinon SA aussi longtemps que cette dernière détient, directement ou indirectement, au moins trente-cinq pour cent (35%) des actions de la société.

Les décisions de modification des statuts sont soumises à un quorum de présence spécial et à la majorité. Chaque

[*] Partie du rapport annuel du conseil d'administration

décision de modification des statuts nécessite d'une part la présence, en personne ou par procuration, d'actionnaires représentant ensemble au moins la moitié du capital social, et d'autre part l'approbation d'au moins trois quarts du capital social présent ou représenté à l'assemblée. Si le quorum des présences n'est pas atteint, une nouvelle assemblée doit être convoquée. Au cours de cette deuxième assemblée, le quorum des présences n'est pas requis. L'exigence d'une majorité spéciale est cependant maintenue.

Le conseil d'administration est mandaté expressément pour augmenter, en cas d'offre publique d'acquisition sur des titres de la société, le capital social dans les limites prévues à l'article 607 C. Soc. en émettant des parts qui ne représentent pas plus de 10% des actions existantes au moment où une telle offre publique d'acquisition est lancée. Ce mandat lui est conféré par l'assemblée générale extraordinaire du 17 mai 2011 pour une durée de trois ans à compter de la date de la publication dans les annexes au Moniteur Belge et est renouvelable. Si le conseil d'administration décide de relever le capital social dans le cadre de ce mandat, le montant de cette augmentation est déduit du solde du capital autorisé.

La société peut acquérir, aliéner ou donner en gage ses propres actions, parts bénéficiaires ou autres certificats représentatifs dans le respect des dispositions légales en la matière. Le conseil d'administration est expressément mandaté pour acquérir et détenir, sans décision de l'assemblée générale, les actions propres de la société si cette acquisition ou détention est nécessaire pour éviter à la société un désavantage sérieux. Ce mandat lui est conféré par l'assemblée générale extraordinaire du 15 mai 2012 pour un délai de trois ans à compter du 11 juin 2012, soit la date de la publication dans les annexes au Moniteur Belge du mandat. Ce mandat est en outre renouvelable.

RMG est partie à la convention matérielle suivante, qui est modifiée ou expire en cas de modification du contrôle suite à une offre publique d'acquisition :

- en vertu de l'article 6.5. de l'annexe 1 à la convention de vente à terme du 28 avril 2008 entre Roularta Media Group SA et Natixis SA, cette dernière peut, en cas de modification du contrôle de Roularta Media Group SA ou de Roularta Media France SA, demander la conversion anticipée de la totalité des obligations détenues par Natixis SA en nouvelles actions de Roularta Media France SA ;
- selon la condition 6 (c) (remboursement optionnel des obligataires en cas de modification du contrôle) conte-

nue dans le Prospectus du 18 septembre 2012 relatif à l'émission d'obligations, chaque obligataire peut demander le remboursement de tout ou partie de ses obligations en cas de changement du contrôle de Roularta Media Group SA.

Conformément à l'article 74 §6 de la Loi du 1^{er} avril 2007 relative aux offres publiques d'acquisition, la Stichting Administratiekantoor RMG a, en tant que détenteur de plus de 30% des titres RMG ayant droit de vote au 1^{er} septembre 2007, adressé une notification à la FSMA. Par la radiation des certificats de la Stichting Administratiekantoor RMG et la restitution des actions de Roularta Media Group SA aux anciens détenteurs de certificats, Koinon SA et Cennini SA, la Stichting Administratiekantoor RMG n'est plus actionnaire. Depuis le 24 juin 2010, Koinon SA détient directement 7.359.921 actions (soit 56,01%) de Roularta Media Group SA. La notification à la FSMA a été mise à jour en ce sens.

Koinon SA est une filiale d'Alderamin SA qui, à son tour, est une filiale de la Stichting Administratiekantoor Cerveteri, contrôlée par monsieur Hendrik De Nolf. Cennini SA est une filiale de la Stichting Administratiekantoor Giverny, contrôlée par monsieur Leo Claeys.

COMPOSITION ET RAPPORT D'ACTIVITÉ DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DES COMITÉS AINSI QUE LE TAUX DE PRÉSENCE DE LEURS MEMBRES

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration de Roularta Media Group SA se compose de neuf membres :

- Baron Hugo Vandamme, représentant permanent de HRV SA (2014), administrateur non exécutif et président du conseil d'administration.
- Cinq administrateurs qui représentent l'actionnaire de référence et ce, conformément au droit de présentation statutaire : monsieur Rik De Nolf, représentant permanent de De Publigraaf SA (2014), monsieur Leo Claeys, représentant permanent de De Meilboom SA (2014), madame Lieve Claeys, représentant permanent de Fraka-Wilo SA (2016), madame Caroline De Nolf, représentant permanent de Verana SA (2016) et monsieur Francis De Nolf, représentant permanent d'Alauda SA (2015).
- Trois administrateurs indépendants qui occupent tous une fonction dirigeante au sein de la société :

- » *Monsieur Carel Bikkers, représentant permanent de Carolus Panifex Holding BV (2014) :* Pendant neuf ans, monsieur Carel Bikkers a dirigé le groupe média néerlandais Audax, une organisation multiple active dans tous les métiers de l'édition, de la diffusion et de la vente au détail de produits médiatiques et apparentés. Avant cela, monsieur Carel Bikkers occupait le poste de directeur général de Kwik-Fit Europe BV, première chaîne de service automobile d'Europe.
- » *Madame Marleen Vaesen, représentant permanent de Mavac SPRL (2014) :* Après avoir occupé le poste de Marketing Director Europe chez Procter & Gamble jusqu'en 1999, madame Marleen Vaesen a travaillé pendant près de treize ans chez Sara Lee, d'abord comme Directeur Général pour la Belgique et ensuite comme Senior Vice President Coffee & Tea. Aujourd'hui, madame Vaesen est CEO de société ouest-flamande cotée PinguinLutosa, active dans le secteur alimentaire. Madame Marleen Vaesen est également membre du Conseil Industriel flamand.
- » *Monsieur Marc Verhamme, représentant permanent de Pur Vie SA (2014) :* Jusqu'en 1994, monsieur Marc Verhamme était, chez Danone, CEO de la division produits frais pour l'Europe du Nord et Nord-Ouest. Aujourd'hui, il est industriel et propriétaire de plusieurs PME spécialisées dans les produits alimentaires biologiques tels que le yaourt, le fromage blanc... avec des marques telles que MIK en PurNatur.

Les administrateurs indépendants bénéficient d'une vaste expérience accumulée tout au long de leur carrière dans diverses fonctions de management et d'administration et ce, dans divers secteurs économiques. C'est ainsi que monsieur Carel Bikkers dispose d'une vaste expérience et expertise du monde de l'édition et de la distribution et que madame Marleen Vaesen et monsieur Marc Verhamme apporteront, au sein du conseil d'administration, une nette valeur ajoutée sur le plan du marketing et de la communication.

Le conseil d'administration estime que les compétences des administrateurs indépendants complètent celles déjà présentes aujourd'hui au sein du conseil d'administration.

Le conseil d'administration s'est réuni huit fois en 2012. Sur ces huit réunions, deux étaient des conseils d'administration téléphoniques.

Relevé des présences aux conseils d'administration en 2012 :

Administrateur exécutif et CEO	
Rik De Nolf	8
Administrateurs exécutifs	
Lieve Claeys	7
Francis De Nolf	8
Administrateurs non exécutifs	
Baron Hugo Vandamme, président	8
Leo Claeys	7
Caroline De Nolf	7
Administrateurs non exécutifs indépendants	
Carel Bikkers	8
Marleen Vaesen	8
Marc Verhamme	8

Pour 2013, six réunions du conseil d'administration figurent à l'agenda.

COMITÉ D'AUDIT

Conformément au Code Belge de Gouvernance d'Entreprise, le comité d'audit est composé uniquement d'administrateurs non exécutifs (3), dont deux administrateurs indépendants. L'expertise en matière de comptabilité et d'audit de monsieur Carel Bikkers, administrateur indépendant et par ailleurs président du comité d'audit, ressort notamment de son ancienne fonction de dirigeant du groupe média néerlandais Audax et des mandats de commissaire/superviseur auprès de diverses sociétés néerlandaises.

Le comité d'audit s'est réuni à trois reprises en 2012. Durant ces réunions, le comité d'audit a contrôlé l'intégrité de l'information financière de la société, suivi de près les activités de l'auditeur interne et externe et formulé, lorsqu'il l'a jugé utile, des recommandations à ce propos au conseil d'administration.

Sur invitation du président, le commissaire (Deloitte Réviseurs d'Entreprises SC s.f.d. SCRL, représentée par Frank Verhaegen et Kurt Dehoorne), l'administrateur délégué, Rik De Nolf, le directeur financier Jan Staelens et l'auditeur interne, Eveline Maertens, ont assisté au comité d'audit.

Relevé des présences aux réunions du comité d'audit en 2012 :

Carel Bikkers, président	3
Leo Claeys	3
Marleen Vaesen	3

COMITÉ DE NOMINATION ET DE RÉMUNÉRATION

Le conseil d'administration a, comme prévu par le Code de Gouvernance d'Entreprise, recouru à la possibilité de constituer un comité commun, à savoir le comité de nomination et de rémunération.

Le comité de nomination et de rémunération est composé uniquement d'administrateurs non exécutifs (3), dont deux administrateurs indépendants, et dispose de l'expertise nécessaire en matière de politique de rémunération.

Le président du conseil d'administration préside également le comité de nomination et de rémunération. Le CEO prend part, avec voix consultative, aux réunions du comité de nomination et de rémunération (cf. article 526 quater C. Soc.).

Le vice-président du conseil d'administration et le directeur RH sont aussi invités aux réunions du comité de nomination et de rémunération.

Le comité de nomination et de rémunération s'est réuni à deux reprises dans le courant de l'exercice 2012 avec, pour principaux points à l'ordre du jour, l'établissement du rapport de rémunération et l'évaluation de la politique de rémunération et de bonus du management exécutif.

Relevé des présences aux réunions du comité de nomination et de rémunération en 2012 :

Baron Hugo Vandamme, président	2
Carel Bikkers	2
Marc Verhamme	2

ÉVALUATION CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉS

Chaque année, sous la direction du président et avec l'aide du comité de nomination et de rémunération, le conseil d'administration procède à l'évaluation de son ampleur, de sa composition, de son fonctionnement et de son interaction avec le management exécutif. Cette évaluation poursuit quatre objectifs : (i) évaluer le fonctionnement du conseil d'administration et ses comités ;

(ii) vérifier si les sujets importants sont préparés et discutés en profondeur ; (iii) vérifier la contribution effective de chaque administrateur aux travaux du conseil d'administration en fonction de sa présence aux réunions du conseil et des comités, et évaluer son implication constructive dans les discussions et les prises de décision ; (iv) mettre sur pied une comparaison entre la composition actuelle du conseil d'administration et ses comités et leur composition souhaitée.

Chaque année, les administrateurs non exécutifs évaluent leur interaction avec le senior management et, le cas échéant, formulent des propositions au président du conseil d'administration en vue d'améliorer cette interaction.

La contribution de chaque administrateur fait également l'objet d'une évaluation périodique. En cas de reconduction, l'engagement et l'efficacité de l'administrateur sont soumis à évaluation.

COMPOSITION DU MANAGEMENT EXÉCUTIF

Le management exécutif de Roularta Media Group SA se compose de l'executive management committee, du management team Belgique et du management team France (composition voir p. 130-133).

Au cours de l'exercice écoulé, le management exécutif du groupe n'a subi aucune modification.

INTÉRÊT OPPOSÉ

Dans le courant de l'exercice 2012, il y a eu un intérêt opposé de nature patrimoniale, et la procédure prévue à l'article 523 du Code des Sociétés a été appliquée. Il s'agissait d'un intérêt opposé dans le chef de l'administrateur, la SA Alauda, représentée par son représentant permanent monsieur Francis De Nolf, portant plus particulièrement sur la conclusion d'un contrat de services entre la SA Alauda et la SA Roularta Media Group. Le procès-verbal du conseil d'administration du 16 mars 2012, dans lequel il est fait application de l'article 523 du Code des Sociétés, a été intégralement repris dans le rapport du conseil d'administration concernant les comptes annuels statutaires du 22 mars 2013 que vous trouverez sur le site Internet de la société (<http://www.roularta.be/fr/info-investisseurs>).

POLITIQUE RELATIVE AUX TRANSACTIONS ET AUTRES LIENS CONTRACTUELS ENTRE LA SOCIÉTÉ, Y COMPRIS LES SOCIÉTÉS LIÉES, ET SES ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DU MANAGEMENT EXÉCUTIF QUI NE SONT PAS CONCERNÉS PAR LE RÈGLEMENT PORTANT SUR LES CONFLITS D'INTÉRÊT

Compte tenu des principes et directives repris dans le Code Belge de Gouvernance d'Entreprise, la société a élaboré une politique concernant les transactions et autres liens contractuels entre la société, y compris les sociétés liées, et ses administrateurs et membres du management exécutif qui ne ressortent pas du règlement portant sur les conflits d'intérêt.

Il est question d'une transaction ou d'un quelconque autre lien contractuel entre la société et ses administrateurs et/ou membres de son management exécutif lorsque :

- un administrateur ou un membre du management exécutif détient un intérêt financier personnel considérable dans la personne morale avec laquelle Roularta Media Group SA souhaite conclure une transaction ;
- un administrateur ou un membre du management exécutif, son conjoint, partenaire cohabitant, enfant, parent ou allié jusqu'au deuxième degré fait partie du conseil d'administration ou du management exécutif de la personne morale avec laquelle Roularta Media Group SA souhaite conclure une transaction importante ;
- le conseil d'administration juge qu'il existe un tel conflit d'intérêt concernant la transaction envisagée.

L'administrateur concerné ou le membre concerné du management exécutif fournit au conseil d'administration toutes les informations pertinentes possibles concernant le conflit d'intérêt. L'administrateur concerné ou le membre concerné du management exécutif s'abstient de participer aux consultations et processus décisionnels concernant ce point de l'ordre du jour.

Le conseil d'administration confirme qu'au cours de l'exercice écoulé, aucune transaction de ce type n'a eu lieu ni qu'il y a eu des situations ayant donné lieu à l'application de la procédure mentionnée ci-dessus.

PROTOCOLE VISANT À ÉVITER LE DÉLIT D'INITIÉ

Le protocole visant à éviter le délit d'initié interdit aux admi-

nistrateurs, membres du management team et autres membres du personnel ou collaborateurs (externes) qui, de par la nature de leur fonction, entrent en contact avec des informations confidentielles, d'opérer directement ou indirectement, sur la base d'informations privilégiées, dans des instruments financiers émis par Roularta Media Group SA.

RAPPORT DE RÉMUNÉRATION

RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS EXÉCUTIFS ET NON EXÉCUTIFS EN BASE ANNUELLE

La politique de rémunération des administrateurs (exécutifs ou non) repose en première instance sur la volonté d'attirer et de garder des administrateurs qualifiés ayant le profil et l'expérience requis sur le plan des divers éléments de la gestion d'entreprise. Pour y parvenir, nous pratiquons une politique de rémunération en ligne avec le marché, compte tenu de l'ampleur et de la complexité de l'entreprise et, lorsque c'est possible, en recourant à des données de référence.

En leur qualité d'administrateur, les administrateurs exécutifs et non exécutifs reçoivent une rémunération fixe en compensation de leur mandat de membre du conseil d'administration et des jetons de présence en fonction de leur présence aux réunions des comités dont ils font partie.

La hauteur de la rémunération des administrateurs est définie compte tenu de leur rôle d'administrateur ordinaire, de leurs rôles spécifiques, tels que celui de président du conseil d'administration, de président ou de membre d'un comité, ainsi que des responsabilités et occupations qui en découlent.

Les administrateurs non exécutifs ne reçoivent pas de rémunération liée aux performances, telles que bonus, programmes d'incentive à long terme, avantages en nature ou plans de pension. Il ne leur est pas non plus octroyé d'options ou de warrants. Il n'y a pas non plus de cotisations de pension ou de rémunérations similaires pour les administrateurs.

Les dispositions relatives à la rémunération des administrateurs non exécutifs s'appliquent également aux administrateurs exécutifs en leur qualité d'administrateur.

Une rémunération de 100.000 euros est accordée au président du conseil d'administration et administrateur

Etats financiers consolidés

1. COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

	en milliers d'euros	Annexe	2012	2011
Chiffre d'affaires		3	712.045	731.111
Approvisionnements et marchandises			-175.699	-178.328
Services et biens divers		4	-295.564	-290.120
Frais de personnel		5	-198.416	-195.990
Amortissements, dépréciations et provisions			-33.844	-28.128
<i>Amortissements sur immobilisations (in)corporelles</i>			-15.163	-15.422
<i>Dépréciations sur stocks et sur créances</i>		6	-3.149	-686
<i>Provisions</i>			-4.065	191
<i>Réductions de valeur exceptionnelles</i>			-11.467	-12.211
Autres produits d'exploitation		7	11.173	12.795
Autres charges d'exploitation		7	-8.421	-9.818
Frais de restructuration		8	-6.544	-6.973
Résultat opérationnel - EBIT			4.730	34.549
Produits financiers		9	4.536	1.880
Charges financières		9	-13.409	-9.385
Résultat opérationnel après charges financières nettes			-4.143	27.044
Impôts sur le résultat		10	1.164	-12.078
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence			-23	-57
Résultat net des entreprises consolidées			-3.002	14.909
Attribuable aux :				
Intérêts minoritaires			-498	473
Actionnaires de Roularta Media Group			-2.504	14.436
Résultat par action	en euros			
Résultat de base par action		11	-0,20	1,15
Résultat dilué par action		11	-0,20	1,14

2. ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

	en milliers d'euros	Annexe	2012	2011
Résultat net des entreprises consolidées			-3.002	14.909
Autres éléments du résultat global				
Effet de la conversion de devises étrangères			-8	18
Gains / pertes provenant d'instruments de couverture de flux de trésorerie		30	-104	-365
Impôts différés concernant les autres éléments du résultat global			35	124
Résultat global consolidé			-3.079	14.686
Attribuable aux :				
Intérêts minoritaires			-498	473
Actionnaires de Roularta Media Group			-2.581	14.213

3. BILAN CONSOLIDÉ

ACTIFS	en milliers d'euros	Annexe	2012	2011
Actifs non courants			604.675	616.512
Immobilisations incorporelles		13	417.951	428.250
Goodwill		13	71.931	71.931
Immobilisations corporelles		14	100.362	104.632
Participations comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence		15	284	333
Participations disponibles à la vente, prêts, cautions		16	5.512	3.938
Instruments dérivés		30	0	196
Clients et autres créances		17	1.794	2.036
Actifs d'impôts différés		18	6.841	5.196
Actifs courants			333.761	295.228
Stocks		19	58.868	57.367
Clients et autres créances		17	185.720	192.693
Créances relatives aux impôts			439	487
Placements de trésorerie		20	42.828	2.726
Trésorerie et équivalents de trésorerie		20	35.684	31.978
Charges à reporter et produits acquis			10.222	9.977
Total de l'actif			938.436	911.740

PASSIFS	en milliers d'euros	Annexe	2012	2011
Capitaux propres			356.955	364.236
Capitaux propres - part du Groupe			344.689	351.277
<i>Capital souscrit</i>		21	203.225	203.225
<i>Actions propres</i>		21	-24.647	-24.647
<i>Réserves de capital</i>		21	4.918	4.556
<i>Réserves de réévaluation</i>		21	-190	-121
<i>Résultat reporté</i>			161.325	168.198
<i>Ecart de conversion</i>			58	66
Intérêts minoritaires			12.266	12.959
Passifs non courants			266.231	243.904
Provisions		23	7.671	5.829
Avantages du personnel		25	9.846	8.241
Passifs d'impôts différés		18	117.128	123.111
Dettes financières		26	128.994	104.742
Dettes commerciales		27	2.184	1.661
Autres dettes		27	271	320
Instruments dérivés		30	137	0
Passifs courants			315.250	303.600
Dettes financières		26	19.053	19.290
Dettes commerciales		27	173.145	156.057
Acomptes reçus		27	49.744	50.421
Avantages du personnel		27	38.695	37.972
Impôts		27	7.415	15.699
Autres dettes		27	20.242	20.059
Charges à imputer et produits à reporter		27	6.956	4.102
Total du passif			938.436	911.740

4. TABLEAU CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE

	en milliers d'euros	Annexe	2012	2011
Flux de trésorerie relatifs aux activités opérationnelles				
Résultat net des entreprises consolidées			-3.002	14.909
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence		15	23	57
Impôts sur le résultat		10	-1.164	12.078
Charges d'intérêt			13.409	9.385
Produits d'intérêt (-)			-1.331	-888
Moins-values / plus-values sur réalisation d'immobilisations incorporelles et corporelles			-429	-961
Eléments sans effet de trésorerie			30.017	27.448
<i>Amortissements des immobilisations (in)corporelles</i>		13 & 14	15.163	15.422
<i>Réductions de valeur exceptionnelles</i>		13	11.467	12.211
<i>Charges relatives aux paiements fondés sur des actions</i>		5	378	401
<i>Produits / charges des instruments dérivés non hedging</i>		9	-3.205	-992
<i>Dotations / reprises provisions</i>			2.478	-894
<i>Gains / pertes de change non réalisés</i>			-1	0
<i>Autres éléments sans effet de trésorerie</i>			3.737	1.300
Flux de trésorerie bruts relatifs aux activités opérationnelles			37.523	62.028
Variation des clients			7.332	-142
Variation des autres créances courantes et des charges à reporter et produits acquis			2.635	-2.950
Variation des stocks			-1.334	-1.187
Variation des dettes commerciales courantes			15.536	4.606
Variation des autres dettes courantes			-90	134
Autres variations du fonds de roulement (a)			2.659	-601
Variations du fonds de roulement			26.738	-140
Impôts sur le résultat payés			-14.748	-7.346
Intérêts payés (-)			-12.318	-9.333
Intérêts reçus			1.016	879
FLUX DE TRÉSORERIE NETS RELATIFS AUX ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES (A)			38.211	46.088

(a) Variation des autres dettes non courantes, dettes commerciales non courantes, provisions, avantages du personnel non courants et charges à imputer et produits à reporter.

Flux de trésorerie relatifs aux activités d'investissement			
Immobilisations incorporelles - acquisitions	13	-3.798	-4.435
Immobilisations corporelles - acquisitions	14	-6.222	-8.893
Immobilisations incorporelles - autres variations		356	23
Immobilisations corporelles - autres variations		120	4.005
Flux de trésorerie nets relatifs aux acquisitions	31	-731	-2.868
Participations disponibles à la vente, prêts, cautions - acquisitions	16	-1.558	-288
Participations disponibles à la vente, prêts, cautions - autres variations		68	475
Variation des placements de trésorerie		-40.631	-740
FLUX DE TRÉSORERIE NETS RELATIFS AUX ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT (B)		-52.396	-12.721
Flux de trésorerie relatifs aux activités de financement			
Dividendes versés		-4.339	-6.206
Variation du capital souscrit		0	185
Actions propres		0	-2.265
Autres variations des capitaux propres		-201	-1.256
Diminution des dettes financières courantes		-18.896	-30.424
Augmentation des dettes financières non courantes		99.725	1.500
Diminution des dettes financières non courantes		-58.175	-4.006
Augmentation des créances non courantes		-223	-328
FLUX DE TRÉSORERIE NETS RELATIFS AUX ACTIVITÉS DE FINANCEMENT (C)		17.891	-42.800
VARIATION NETTE DE TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE (A+B+C)		3.706	-9.433
Trésorerie et équivalents de trésorerie, solde d'ouverture		31.978	41.411
Trésorerie et équivalents de trésorerie, solde de clôture		35.684	31.978
Variation nette de trésorerie et des équivalents de trésorerie		3.706	-9.433

ANNEXE RELATIVE AU TABLEAU CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE

Les flux de trésorerie nets relatifs aux activités opérationnelles s'élèvent à 38,2 millions d'euros, contre 46,1 millions d'euros en 2011. On enregistre une baisse des flux de trésorerie bruts, mais celle-ci est compensée par la mutation du fonds de roulement. Les flux de trésorerie nets relatifs aux investissements se chiffrent en 2012 à -52,4 millions d'euros. La hausse des placements de trésorerie, suite notamment à l'investissement d'une partie des fonds récoltés par l'émission du nouvel emprunt obligataire, représente l'investissement le plus important (40,6 millions d'euros). Les investissements dans les immobilisations incorporelles et corporelles ont baissé de 3,3 millions d'euros en 2012 par rapport à 2011. La vente d'un bâtiment de Vogue Trading Video s'était traduite en 2011 par un cash-flow net positif. Les activités de financement ont donné lieu à un afflux de liquidités net de 17,9 millions d'euros, contre une sortie de fonds de 42,8 millions d'euros en 2011. Le nouvel emprunt obligataire de 100 millions d'euros a servi en grande partie au remboursement anticipé de l'US Private Placement (54,5 millions d'euros). Par ailleurs, les fonds se sont tassés en 2012 suite au remboursement des dettes financières à court terme et au paiement des dividendes de l'exercice 2011.

5. ÉTAT DES VARIATIONS DE CAPITAUX PROPRES

2012	en milliers d'euros	Capital souscrit	Actions propres	Réserves de capital	Réserves de réévaluation	Résultat reporté	Ecarts de conversion	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
Solde d'ouverture au 01/01/2012		203.225	-24.647	4.556	-121	168.198	66	12.959	364.236
Résultat global de l'exercice					-69	-2.504	-8	-498	-3.079
Frais d'émission et d'augmentation du capital				-15					-15
Dividendes						-4.369			-4.369
Paiements fondés sur des actions				377					377
Dividendes payés aux intérêts minoritaires								-165	-165
Autre augmentation / diminution								-30	-30
Solde de clôture au 31/12/2012		203.225	-24.647	4.918	-190	161.325	58	12.266	356.955

2011	en milliers d'euros	Capital souscrit	Actions propres	Réserves de capital	Réserves de réévaluation	Résultat reporté	Ecarts de conversion	Intérêts minoritaires	Total capitaux propres
Solde d'ouverture au 01/01/2011		203.040	-22.382	4.170	120	160.076	48	13.745	358.817
Résultat global de l'exercice					-241	14.436	18	473	14.686
Emissions d'actions (toutes sortes d'émissions)		185							185
Frais d'émission et d'augmentation du capital				-15					-15
Opérations relatives aux actions propres			-2.265						-2.265
Dividendes						-6.314			-6.314
Paiements fondés sur des actions				401					401
Dividendes payés aux intérêts minoritaires								-1.259	-1.259
Solde de clôture au 31/12/2011		203.225	-24.647	4.556	-121	168.198	66	12.959	364.236

Pour plus d'informations : voir Annexe 21.

significative cesse. Dès l’instant où la part du Groupe dans la perte de l’entreprise associée dépasse sa valeur comptable, la valeur comptable est réduite à zéro et les pertes futures ne sont plus prises en compte à moins que le Groupe n’ait garanti les obligations de l’entreprise associée.

MONNAIES ÉTRANGÈRES

Transactions en monnaie étrangère

Les transactions en monnaie étrangère sont enregistrées, lors de leur comptabilisation initiale dans la monnaie fonctionnelle, en appliquant au montant en monnaie étrangère le cours du jour à la date de la transaction. A chaque date de clôture, les éléments monétaires sont convertis en utilisant le cours de clôture. Les éléments non monétaires sont convertis en utilisant le cours de change à la date de la transaction.

Les écarts de change résultant du règlement d’éléments monétaires ou de la conversion d’éléments monétaires à des cours différents de ceux qui ont été utilisés lors de leur comptabilisation initiale sont comptabilisés en produits ou en charges comme autres produits ou charges d’exploitation, de la période au cours de laquelle ils surviennent.

Etats financiers des activités à l'étranger

Les actifs et passifs monétaires et non monétaires des activités à l'étranger dont la monnaie fonctionnelle n'est pas la monnaie d'une économie hyperinflationniste et n'est pas l'euro sont convertis au cours de clôture. Les produits et les charges de tous les exercices présentés sont convertis aux cours de change en vigueur aux dates des transactions. Tous les écarts de change en résultant doivent être comptabilisés en tant que composante distincte des capitaux propres.

IMMOBILISATIONS INCORPORELLES AUTRES QUE LE GOODWILL

Les immobilisations incorporelles comprennent les titres, les logiciels, les concessions, droits de reproduction et droits similaires, etc., acquis de tiers ou reçus par apport, de même que les logiciels développés en interne.

Les dépenses de recherche effectuées dans le but d’acquies une nouvelle expertise scientifique ou technologique sont comptabilisées en charges lorsqu’elles sont encourues.

Les coûts encourus pendant la phase de développement dans laquelle les résultats de la recherche sont utilisés dans un plan ou un projet pour la création de produits et

processus nouveaux ou améliorés de façon significative, ne sont repris au bilan que dans la mesure où le produit ou le processus est faisable tant techniquement que commercialement, le Groupe dispose de moyens suffisants pour achever leur réalisation et il peut être démontré que l’actif générera des avantages économiques futurs probables.

Les coûts activés comprennent le coût des matériaux, les frais de personnel directs et une part proportionnelle des frais fixes.

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur coût diminué des amortissements cumulés et des pertes de valeur éventuelles cumulées.

Amortissements

Les immobilisations incorporelles sont amorties sur leur durée d’utilité attendue et suivant la méthode linéaire à partir de la date à laquelle elles sont prêtes à être mises en service.

Les durées d’utilité suivantes sont appliquées :

- Développement 3 ans
- Logiciels 3 à 5 ans
- Concessions, droits de reproduction et droits similaires
 - » graphiques et génériques 3 ans
 - » scénarios 2 ans
 - » autres droits selon leur durée d’utilité attendue

En vertu d’IAS 38.107, les titres sont considérés comme des actifs à durée d’utilité indéterminée et ne sont par conséquent pas amortis, mais soumis annuellement à un test de dépréciation. D’autres immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie ne sont pas non plus amorties mais soumises chaque année à un test de dépréciation.

GOODWILL

Lors de l’acquisition de sociétés filiales, le goodwill est comptabilisé à la date d’acquisition, évalué comme étant l’excédent du total de la juste valeur de la contrepartie transférée, du montant d’une participation ne donnant pas le contrôle dans l’entreprise acquise et (dans un groupe d’entreprises réalisé par étapes) la juste valeur de la participation précédemment détenue, par rapport au solde net des montants, à la date d’acquisition, des actifs identifiables acquis et des passifs repris. Si, même après sa réévaluation, ce total se traduit par un montant négatif, ce bénéfice est comptabilisé immédiatement dans le compte de pertes et profits.

Le goodwill découlant de l’acquisition de coentreprises et entreprises associées est la différence entre le coût du regroupement d’entreprises et la quote-part du Groupe dans la juste valeur nette des actifs acquis et des passifs et passifs éventuels assumés au moment de l’acquisition.

En vertu de l’application d’IFRS 3, le goodwill n’est pas amorti mais soumis annuellement à un test de dépréciation.

IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût diminué des amortissements cumulés et d’éventuelles pertes de valeur. Le coût comprend le prix d’achat initial augmenté des autres coûts directs d’acquisition (par exemple les taxes non récupérables, le transport). Le coût des immobilisations corporelles produites en interne comprend le coût des matériaux, les frais de salaires directs et une part proportionnelle des frais fixes de production.

Le Groupe a fait usage de l’exemption prévue par la norme IFRS 1 pour considérer la juste valeur de certaines immobilisations corporelles à la date de transition, à savoir le 1^{er} janvier 2003 comme étant leur coût présumé. Cette juste valeur est basée sur la valeur en continuité d’exploitation ('going concern') comme définie par des experts indépendants et est appliquée à tous les terrains et bâtiments du Groupe ainsi qu’aux presses à imprimer et aux lignes de finition de Roularta Printing SA.

Contrats de location

Les contrats de location qui transfèrent au Groupe la quasi-totalité des risques et des avantages inhérents à la propriété des actifs loués sont classés en tant que contrats de location-financement. Au commencement de la durée du contrat de location-financement, les contrats sont repris dans le bilan à la juste valeur du bien loué ou, si elle est inférieure, à la valeur actualisée des loyers minimaux estimés, ces deux valeurs étant déterminées à la conclusion du contrat de location.

Les loyers minimaux sont ventilés entre la charge financière et l’amortissement du solde de la dette. La charge financière est affectée à chaque période couverte par le contrat de location de manière à obtenir un taux d’intérêt périodique constant sur le solde restant dû au passif au titre de chaque période. Les loyers conditionnels sont comptabilisés comme une charge de la période au cours de laquelle ils sont encourus.

Les contrats de location qui ne transfèrent pas au preneur la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété des actifs loués sont classés en tant que contrat de location simple. Les paiements au titre des contrats de location simple sont comptabilisés en charges sur une base linéaire pendant toute la durée du contrat de location.

Amortissements

Le montant amortissable d’une immobilisation corporelle (c.-à-d. son coût moins sa valeur résiduelle) est comptabilisé dans le résultat selon la méthode linéaire à partir du moment où l’actif est prêt à être mis en service et sur sa durée d’utilité attendue.

Les pourcentages d’amortissement suivants sont d’application :

- Bâtiments
 - » réévalué 20 ans
 - » non réévalué 33 ans
 - » bâtiments sur terrain en durée de l’emphytéose emphytéose
 - » transformation avec plus-value significative 10 ans
- Installations, machines et outillage
 - » presses et lignes de finition 3 à 20 ans
 - » matériel d’émission 5 ans
 - » décors TV 3 ans
 - » autres 5 ans
- Mobilier et matériel de bureau 5 à 10 ans
- Matériel électronique 3 à 5 ans
- Matériel roulant 4 à 5 ans
- Autres immobilisations corporelles 5 à 10 ans
- Immobilisations en cours et pas d’amortissements avances payées
- Contrats de location et droits similaires
 - » presses et lignes de finition 3 à 20 ans
 - » matériel d’émission 5 ans

Les terrains ne sont pas amortis étant donné qu’ils sont supposés avoir une durée d’utilité indéfinie.

ACTIFS FINANCIERS

Critères destinés à la comptabilisation initiale et à la décomptabilisation des actifs financiers

Les acquisitions et ventes d’actifs financiers sont comptabilisées à leur date de règlement. La comptabilisation à la date de règlement fait référence au fait de comptabiliser un actif le jour de sa réception par l’entité et à la décomptabilisation d’un actif et la comptabilisation de tout profit ou perte lié à la cession au jour où il a été livré par l’entité.

Critères pour la comptabilisation des actifs financiers

(a) Actifs financiers disponibles à la vente

Lors de sa comptabilisation initiale, un actif disponible à la vente est évalué à sa juste valeur, majorée des coûts de transaction directement imputables à l'acquisition. Un gain ou une perte doit être comptabilisé directement en capitaux propres sous la rubrique 'réserves de réévaluation', jusqu'à sa décomptabilisation ou jusqu'il existe une indication objective de la dépréciation de l'actif. Les placements en actions classifiés comme disponibles à la vente et pour lesquels aucune cotation sur un marché actif n'est disponible et dont la juste valeur ne peut pas être déterminée de façon fiable par d'autres méthodes d'évaluation sont évalués à leur prix d'achat.

(b) Actifs financiers à la juste valeur par le biais du compte de résultats

Lors de leur comptabilisation initiale, les actifs financiers sont évalués à leur juste valeur. Un profit ou une perte résultant d'une variation de la juste valeur doit être comptabilisé par le biais du compte de résultats.

(c) Prêts et créances

Ces actifs financiers non dérivés à paiements déterminés ou déterminables qui ne sont pas cotés sur un marché actif, sont évalués au coût amorti en utilisant la méthode du taux d'intérêt effectif. Un profit ou une perte doit être comptabilisé par le biais du compte de résultats s'il existe une indication objective de dépréciation.

STOCKS

Les stocks sont évalués à leur coût (coût d'acquisition ou de transformation) selon la méthode FIFO (first-in, first-out) ou à leur valeur nette de réalisation si celle-ci est inférieure.

Le coût de transformation reprend tous les coûts directs et indirects nécessaires pour amener les stocks à l'endroit et dans l'état où ils se trouvent.

La valeur nette de réalisation est définie comme le prix de vente estimé dans le cours normal de l'activité, diminué des coûts estimés pour l'achèvement et des coûts estimés nécessaires pour réaliser la vente.

Les stocks obsolètes et à rotation lente sont systématiquement dépréciés.

Les droits de diffusion de la VMMA sont évalués en fonction des revenus attendus sur les différents runs. Ils sont amortis en fonction du nombre prévu d'émissions et sur la base du succès attendu.

CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES

Les clients et autres créances à court terme sont comptabilisés à leur coût diminué des corrections de valeurs appropriées pour les montants non recouvrables attendus.

Une évaluation des créances douteuses est faite à la fin de l'exercice sur la base d'une évaluation de tous les montants ouverts. Les créances douteuses sont dépréciées au cours de l'année où elles sont identifiées comme telles.

TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

La trésorerie et les équivalents de trésorerie comprennent les espèces et les dépôts à vue, les placements à court terme (moins de 3 mois) et des placements très liquides qui sont facilement convertibles en un montant connu de trésorerie et qui sont soumis à un risque négligeable de changement.

ACTIONS PROPRES

Les actions propres sont présentées en déduction des capitaux propres. Aucun profit ou perte n'est comptabilisé dans le résultat lors de la vente, de l'émission ou de l'annulation d'actions propres.

PROVISIONS

Une provision est comptabilisée si le Groupe a une obligation actuelle (juridique ou implicite) résultant d'un événement passé, s'il est probable qu'une sortie de ressources sera nécessaire pour éteindre l'obligation et si le montant de l'obligation peut être estimé de façon fiable.

Lorsque le Groupe s'attend à être remboursé de tout ou une partie des dépenses nécessaires au règlement d'une provision, l'actif qui en résulte est comptabilisé au moment où il a la quasi-certitude de recevoir le remboursement.

Restructuration

Une provision pour restructuration est constituée si le Groupe approuve un plan détaillé et formalisé de restructuration et si, soit il a commencé à exécuter le plan, soit il a annoncé les principales caractéristiques du plan aux personnes concernées.

AVANTAGES DU PERSONNEL

Obligations en terme de pensions

Il existe dans le Groupe un ensemble de 'régimes à cotisations définies'. Ces plans sont en général financés par les contributions des employeurs et des employés. Les obligations de contribution au plan de pension d'un montant fixe à charge du Groupe sont reprises dans le compte de résultats de l'année à laquelle elles se rapportent.

En ce qui concerne les 'régimes à prestations définies', les obligations nécessaires pour couvrir le risque actuariel et le risque d'investissement sont comptabilisées dans le résultat.

Les gains et pertes actuariels découlant des différences entre les hypothèses actuarielles antérieures et l'expérience actuelle, ou des changements d'hypothèses actuarielles sont inclus dans le compte de résultats de l'année.

Le Groupe prévoit également une provision pour pension de retraite anticipée. Le montant de cette provision correspond à la valeur actuelle des avantages futurs promis aux employés concernés.

Transactions dont le paiement est fondé sur des actions

Plusieurs plans de droits de souscription et d'options sur actions permettent aux membres de la direction et du cadre d'acquiescer des actions de la société. La norme IFRS 2 est appliquée sur toutes les transactions dont le paiement est fondé sur des actions, attribuées après le 7 novembre 2002 et non encore devenues inconditionnelles au 1^{er} janvier 2005. Le prix d'exercice d'une option est déterminé sur la base du cours de clôture moyen de l'action au cours des 30 jours précédant la date de l'offre des options ou le dernier cours de clôture précédant la date de l'offre. La juste valeur de l'option est calculée sur la base de la formule Black & Scholes. Lorsque les options sont exercées, les fonds propres sont majorés du montant reçu.

Autres avantages du personnel non courants

Les autres avantages du personnel non courants comprennent essentiellement des avantages tarifaires futurs des abonnements, ainsi que des primes de jubilé. Le montant de cette provision correspond à la valeur actuelle des avantages futurs.

DETTES FINANCIÈRES

Les dettes financières, à l'exception des produits dérivés,

sont reprises initialement à la juste valeur des sommes reçues, après déduction de frais de transaction. Au cours des exercices ultérieurs, elles sont évaluées au coût amorti à l'aide de la méthode du taux d'intérêt effectif. Si des dettes financières sont couvertes par des produits dérivés qui servent comme couverture de la juste valeur, elles sont évaluées à leur juste valeur.

DETTES COMMERCIALES

Les dettes commerciales à court terme sont comptabilisées à leur coût.

IMPÔTS

La charge (le produit) d'impôt sur le résultat de l'exercice est le montant total compris dans le compte de résultats au titre d'impôt courant et d'impôt différé. L'impôt est comptabilisé en produit ou en charge et inclus dans le résultat net de l'exercice sauf dans la mesure où l'impôt est généré par une transaction ou un événement qui est comptabilisé directement en capitaux propres. Dans ce cas, les impôts sont également comptabilisés directement dans les capitaux propres.

L'impôt courant de l'exercice et des exercices précédents est comptabilisé en tant que passif dans la mesure où il n'est pas payé. Si le montant déjà payé au titre de l'exercice et des exercices précédents excède le montant dû pour ces exercices, l'excédent est comptabilisé en tant qu'actif. Les calculs de l'impôt courant de l'exercice et des exercices précédents sont effectués en utilisant les taux d'impôt qui ont été adoptés ou quasi adoptés à la date de clôture.

Les impôts différés sont comptabilisés en appliquant l'approche bilan de la méthode du report variable ('liability method') à toutes les différences temporelles entre la base fiscale et la valeur comptable utilisée pour les besoins de l'information financière et ceci aussi bien pour les actifs que pour les passifs. Les calculs sont effectués en utilisant les taux d'impôt qui ont été adoptés ou quasi adoptés à la date de clôture.

En application de cette méthode, le Groupe comptabilise, dans le cas d'un regroupement d'entreprises, des impôts différés sur la différence entre la juste valeur des actifs acquis, des passifs et passifs assumés et leur base fiscale.

Un actif d'impôt différé ne sera comptabilisé que dans la mesure où il est probable qu'un bénéfice imposable

sur lequel ces différences temporelles déductibles pourront être imputées, sera disponible. Lorsqu'il n'est plus probable que l'avantage fiscal pourra être réalisé, l'actif d'impôt différé est décomptabilisé.

SUBVENTIONS PUBLIQUES

Les subventions liées à des actifs sont comptabilisées à la juste valeur lorsqu'il existe une assurance raisonnable que le Groupe se conformera aux conditions attachées aux subventions et que les subventions seront reçues. La subvention publique est présentée en produits différés.

Les subventions des pouvoirs publics en compensation de frais faits par le Groupe sont systématiquement reconnues comme recettes sous les autres produits d'exploitation dans la même période que celle où ces frais sont faits.

PRODUITS

Les produits provenant de la vente de biens sont comptabilisés lorsque toutes les conditions sont remplies :

- les risques et avantages importants inhérents à la propriété ont été transférés ;
- le Groupe a cessé d'être impliqué dans la gestion et dans le contrôle effectif des biens cédés ;
- le montant des produits peut être évalué de façon fiable ;
- il est probable que des avantages économiques associés à la transaction iront au Groupe ;
- les coûts encourus ou à encourir peuvent être évalués de façon fiable.

Pour les Médias Imprimés, le produit de la vente des publicités est repris au moment de la parution du numéro. Pour les Médias Audiovisuels, le produit de la vente des publicités est repris au moment de l'émission. Le produit des ventes au numéro et des abonnements est repris en fonction de la date de parution du numéro.

FRAIS FINANCIERS

Les frais financiers sont repris comme charge dans la période où ils sont faits.

RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES

En application de la norme IAS 36, pour l'établissement de la valeur comptable des actifs du Groupe, à chaque date de clôture, le Groupe apprécie s'il existe un quelconque indice montrant qu'un actif a pu perdre de la valeur. Si un tel indice existe, il faut procéder à l'estimation

de la valeur recouvrable. La valeur recouvrable d'un actif ou d'une entité génératrice est la valeur la plus élevée entre sa juste valeur diminuée des coûts de la vente et sa valeur d'utilité. Une perte de valeur est comptabilisée lorsque la valeur comptable d'un actif ou de l'unité génératrice de trésorerie à laquelle appartient l'actif est supérieure à sa valeur recouvrable. Les pertes de valeur sont reprises dans le compte de résultats.

Chaque unité génératrice de flux de trésorerie représente par pays un groupe d'actifs identifiable affichant le même profil de risque, qui génère un afflux de trésorerie et qui est en grande partie indépendant de l'afflux de trésorerie généré par d'autres groupes d'actifs. Les unités génératrices de flux de trésorerie suivantes ont été identifiées : News Belgique (Le Vif/L'Express, Knack, Krant van West-Vlaanderen...), News France (L'Express, L'Etudiant...), Lifestyle Belgique (Nest, Royals, Plus Belgique...), Lifestyle France (Point de Vue, Maison Magazine, IDEAT...), Lifestyle autres pays (Plus Pays-Bas, Plus Magazin, Stafette...), Business Belgique (Canal Z/Kanaal Z, Trends-Tendances/Trends, Trends Top...), Business France (L'Entreprise, L'Expansion, Mieux Vivre Votre Argent...), Free Press Belgique (De Streekkrant/De Weekkrant, De Zondag, Steps...), Free Press France (A Nous Paris, A Nous Lille...), Free Press autres pays (Zeeuwsch-Vlaams Advertentieblad, City Magazine Serbia, City Magazine Slovenia), Entertainment Belgique (VTM, Q-music, JOE fm...).

La détermination de la valeur d'utilité est basée sur la méthode des discounted cash flows, soit l'évaluation des flux de trésorerie futurs générés par l'exploitation continue de l'unité compte tenu, par le management, d'une projection de flux de trésorerie basée sur un business plan de cinq ans. Les flux de trésorerie futurs sont escomptés sur la base d'un coût moyen pondéré du capital. Pour émettre des pronostics quant aux flux de trésorerie après le dernier exercice budgétaire, ils font l'objet d'une extrapolation compte tenu d'un taux de croissance.

La détermination du coût moyen pondéré du capital et du taux de croissance tient compte du taux d'intérêt et du profil de risque de Roularta Media Group dans son ensemble. Les présomptions sont appliquées sur toutes les unités génératrices de trésorerie du Groupe.

La détermination de la juste valeur hors frais de vente est basée soit sur une méthode empirique où un multiple de transactions, engendré d'une part par des transactions comparables dans le secteur des médias et, de l'autre,

par des données basées sur l'expérience, a été appliqué sur le critère chiffre d'affaires, soit sur une valeur de marché basée sur des transactions similaires dans le marché.

INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

Le Groupe utilise des instruments financiers dérivés afin de limiter les risques liés aux fluctuations des monnaies étrangères et des taux d'intérêt.

Les instruments financiers dérivés sont comptabilisés initialement à la juste valeur. Consécutif à la comptabilisation initiale, les instruments financiers dérivés sont réévalués à leur juste valeur à la date de clôture.

La comptabilité de couverture est appliquée à toutes les couvertures qui remplissent les conditions requises de comptabilité de couverture quand la documentation de couverture exigée existe et quand la relation de couverture est considérée comme effective.

Couverture de la juste valeur

Lorsqu'un instrument financier dérivé couvre les variations en terme de la juste valeur d'un actif ou passif comptabilisé ou d'un engagement ferme, il est classé comme couverture de la juste valeur. Ces instruments financiers sont évalués à leur juste valeur et classés dans la rubrique 'produits dérivés financiers'. Tout bénéfice ou perte provenant de ces instruments de couverture est comptabilisé en compte de résultats et l'élément couvert est aussi déclaré à sa juste valeur dans le respect du risque qui a été couvert, duquel le bénéfice ou la perte est comptabilisé directement en compte de résultats.

Couvertures de flux de trésorerie

Les changements de la juste valeur d'un instrument de couverture qui répond aux critères de couverture efficace des flux de trésorerie sont comptabilisés dans les capitaux propres, et plus précisément dans la réserve de couverture.

Produits dérivés qui ne sont pas considérés comme instrument de couverture

Certaines opérations de couverture ne sont pas prises en considération pour la comptabilité de couverture selon les critères spécifiques de la norme IAS 39 *Instruments financiers : comptabilisation et évaluation* et ce, même si elles offrent une couverture économique selon la politique du Groupe en matière de risque. Les changements de la juste valeur de ces instruments sont pris directement en résultat.

APPRÉCIATIONS CRUCIALES ET SOURCES D'INCERTITUDE LES PLUS IMPORTANTES CONCERNANT LES ESTIMATIONS

L'élaboration des états financiers conformément aux normes IFRS requiert que le management émette des jugements et fasse des estimations et des suppositions susceptibles d'avoir une influence sur les montants repris dans les états financiers.

Les estimations et les suppositions qui y sont afférentes sont basées sur l'expérience du passé ainsi que sur différents autres facteurs qui, vu les circonstances, sont considérés comme raisonnables. Les résultats de ces estimations constituent la base du jugement à émettre sur la valeur comptable des actifs et des passifs lorsque celle-ci ne ressort pas clairement d'autres sources. Les résultats réels peuvent s'écarter de ces estimations. Les estimations et les suppositions qui y sont afférentes font l'objet d'une évaluation périodique.

Sources d'incertitude les plus importantes concernant les estimations :

- Les réductions de valeur exceptionnelles sur immobilisations incorporelles et goodwill font l'objet d'un contrôle annuel par le Groupe pour établir s'il est nécessaire de procéder à des ajustements, mais également de contrôles intermédiaires lorsqu'il y a des indications que la valeur des immobilisations incorporelles ou du goodwill pourrait être compromise (voir Annexe 13).
- Les créances fiscales différées relatives à des pertes fiscales reportées et des déductions d'impôt ne sont reprises que dans la mesure où il est vraisemblable que le bénéfice imposable futur sera suffisant pour récupérer les pertes fiscales reportées et les déductions d'impôt.
- Risque de crédit relatif aux clients : le management procède à l'analyse approfondie des créances commerciales en cours, compte tenu du retard de l'encaissement (ageing), de l'historique du paiement et de la couverture par des assurances crédits (voir Annexe 17).
- Avantages du personnel non courants : les engagements relatifs aux régimes de pension à prestations définies sont basés sur les présomptions actuarielles telles que le taux d'escompte et le rendement attendu sur fonds de placement (voir Annexe 25).

ANNEXE 2 - INFORMATION SECTORIELLE

I. INFORMATION SECTORIELLE

Conformément à IFRS 8 *Secteurs opérationnels*, l'approche du management de la présentation financière de l'information sectorielle est appliquée. Suivant cette norme, l'information sectorielle à présenter doit correspondre aux rapports internes utilisés par les principaux décideurs opérationnels, sur la base desquels les performances internes des secteurs opérationnels de Roularta sont évaluées et des moyens sont attribués aux différents secteurs. Dans ces rapports, l'information sectorielle de Roularta Media Group est présentée sur la base des activités en deux secteurs opérationnels : Médias Imprimés et Médias Audiovisuels.

Le secteur Médias Imprimés comprend la vente de la publicité, la production et les ventes de toutes les publications du Groupe, comme les publications gratuites, journaux, magazines, bulletins d'information et livres, ainsi que tous les services liés, y inclus Internet, salons et autres line extensions. Le secteur Médias Audiovisuels comprend la vente de spots publicitaires à la télévision et à la radio, la production et l'émission, ainsi que tous les services liés, y inclus Internet et line extensions.

Les règles d'évaluation des secteurs opérationnels sont les mêmes que les règles d'évaluation du Groupe repris en Annexe 1. Les prix des transferts entre secteurs sont déterminés sur la base du principe 'at arm's length'. Les résultats des secteurs opérationnels sont suivis par le management jusqu'au résultat net étant donné que ces secteurs correspondent presque entièrement à des entités juridiques.

2012	en milliers d'euros	Médias Imprimés	Médias Audiovisuels	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel		541.693	176.817	-6.465	712.045
<i>Ventes à des clients externes</i>		538.423	173.622		712.045
<i>Ventes provenant de transactions avec d'autres secteurs</i>		3.270	3.195	-6.465	0
Amortissements sur immobilisations (in)corporelles		-10.315	-4.848		-15.163
Dépréciations sur stocks et sur créances et provisions		-4.416	-2.798		-7.214
Réductions de valeur exceptionnelles		-11.467			-11.467
Résultat opérationnel (EBIT)		-9.769	14.499		4.730
Produits financiers		4.757	211	-432	4.536
Charges financières		-13.242	-599	432	-13.409
Impôts sur le résultat		2.835	-1.671		1.164
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence		-23			-23
Résultat net des entreprises consolidées		-15.442	12.440		-3.002
Attribuable aux :					
Intérêts minoritaires		-449	-49		-498
Actionnaires de Roularta Media Group		-14.993	12.489		-2.504
Actifs		868.314	182.293	-112.171	938.436
- dont valeur comptable des participations mises en équivalence		284			284
- dont total des coûts encourus pour l'acquisition d'immobilisations (in)corporelles		7.575	4.552		12.127
Passifs		515.228	83.156	-16.903	581.481

2012	en milliers d'euros	Médias Imprimés	Médias Audiovisuels	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Les ventes à des clients externes comprennent :					
<i>Publicité</i>		262.224	139.269		401.493
<i>Abonnements et ventes</i>		175.161	0		175.161
<i>Autres services et biens</i>		101.038	34.353		135.391

2011	en milliers d'euros	Médias Imprimés	Médias Audiovisuels	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel		554.925	182.385	-6.199	731.111
<i>Ventes à des clients externes</i>		551.790	179.321		731.111
<i>Ventes provenant de transactions avec d'autres secteurs</i>		3.135	3.064	-6.199	0
Amortissements sur immobilisations (in)corporelles		-10.252	-5.170		-15.422
Dépréciations sur stocks et sur créances et provisions		-761	266		-495
Réductions de valeur exceptionnelles		-12.211			-12.211
Résultat opérationnel (EBIT)		8.126	26.423		34.549
Produits financiers		2.311	228	-659	1.880
Charges financières		-9.263	-781	659	-9.385
Impôts sur le résultat		-3.722	-8.356		-12.078
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence		-57			-57
Résultat net des entreprises consolidées		-2.605	17.514		14.909
Attribuable aux :					
Intérêts minoritaires		312	161		473
Actionnaires de Roularta Media Group		-2.917	17.353		14.436
Actifs		851.470	172.572	-112.302	911.740
- dont valeur comptable des participations mises en équivalence		333			333
- dont total des coûts encourus pour l'acquisition d'immobilisations (in)corporelles		12.226	4.389		16.615
Passifs		491.912	72.625	-17.033	547.504
Les ventes à des clients externes comprennent :					
<i>Publicité</i>		273.556	146.266		419.822
<i>Abonnements et ventes</i>		179.596	0		179.596
<i>Autres services et biens</i>		98.638	33.055		131.693

II. INFORMATIONS GÉOGRAPHIQUES

Les informations géographiques ont été ventilées sur la base de trois marchés géographiques sur lesquels RMG est actif : la Belgique, la France et les autres pays (à savoir l'Allemagne, les Pays-Bas, la Slovénie et la Serbie). Les informations qui suivent donnent le détail du chiffre d'affaires et des actifs non courants (*) ventilés sur la base de la localisation géographique de la filiale.

2012	en milliers d'euros	Belgique	France	Autres pays	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel		492.242	224.882	30.418	-35.497	712.045
Actifs non courants (*)		222.531	356.313	11.400		590.244

2011	en milliers d'euros	Belgique	France	Autres pays	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel		506.969	229.427	30.797	-36.082	731.111
Actifs non courants (*)		224.633	368.785	11.395		604.813

(*) Les actifs non courants : autres que les instruments financiers, les actifs d'impôts différés, les actifs relatifs aux avantages postérieurs à l'emploi et les droits afférents aux contrats d'assurance.

III. INFORMATIONS RELATIVES AUX PRINCIPAUX CLIENTS

Vu la diversité des activités du Groupe et celle de son portefeuille clients, le Groupe n'a réalisé avec aucun client externe des revenus de transactions représentant au moins 10 pour cent de ses revenus. Pour la même raison, l'énumération des plus grands clients n'est pas pertinente.

ANNEXE 3 - CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires du Groupe comprend :

Chiffre d'affaires	en milliers d'euros	2012	2011
Publicité		401.493	419.822
Abonnements et ventes		175.161	179.596
Imprimé pour des tiers		42.004	40.057
Line extensions & autres services et biens		93.387	91.636
Chiffre d'affaires total		712.045	731.111

Le produit d'opérations d'échange s'élève à 53.181 k€ (2011 : 51.795 k€) et le produit de redevances s'élève à 3.606 k€ (2011 : 3.865 k€).

Le chiffre d'affaires corrigé, c'est le chiffre d'affaires comparable, sans modification du cercle de consolidation, comprend :

Chiffre d'affaires corrigé	en milliers d'euros	2012	2011
Publicité		401.432	419.662
Abonnements et ventes		175.161	179.596
Imprimé pour des tiers		42.004	40.057
Line extensions & autres services et biens		90.570	91.636
Chiffre d'affaires corrigé		709.167	730.951
Modifications du Groupe		2.878	160
Chiffre d'affaires consolidé		712.045	731.111

Roularta Media Group a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 712,0 millions d'euros en 2012, contre 731,1 millions d'euros en 2011, soit une baisse de 2,6%. Le chiffre d'affaires 2012 corrigé affiche 709,2 millions d'euros, contre 731,0 millions d'euros en 2011, soit une baisse de 3,0%. La baisse du chiffre d'affaires corrigé de la division Médias Audiovisuels était de 3,1%, celle des Médias Imprimés de 2,9%. Le chiffre d'affaires corrigé de la division Médias Imprimés, qui regroupe presse gratuite, journaux et magazines, a légèrement diminué (-2,9%) et a atteint 538,8 millions d'euros en 2012. Les revenus publicitaires corrigés des publications gratuites ont baissé en 2012 de 6% comparé à 2011. Les revenus publicitaires des journaux ont progressé en 2012 de 8,0%, ceux des magazines ont baissé de 5,6%. Quant aux revenus publicitaires liés aux activités Internet, ils ont continué d'augmenter : +11,0% en 2012. Le chiffre d'affaires corrigé du marché des lecteurs (ventes au numéro et abonnements) a baissé de 2,5%, baisse s'expliquant surtout par un repli des ventes au numéro. Le chiffre d'affaires de la division Médias Audiovisuels a fléchi de 182,4 à 176,8 millions d'euros, soit une baisse de 3,1%. Le chiffre d'affaires publicitaire en télé a baissé, tandis qu'en radio, les revenus publicitaires affichent encore une légère progression.

ANNEXE 4 - SERVICES ET BIENS DIVERS

Les services et biens divers du Groupe comprennent :

	en milliers d'euros	2012	2011
Charges de transport et de distribution		-45.909	-46.860
Charges de marketing et de promotion		-88.649	-85.364
Commissions		-23.629	-21.518
Honoraires		-68.338	-63.628
Location simple		-23.805	-22.831
Sous-traitants et livraisons diverses		-26.257	-28.526
Rémunération administrateurs		-1.865	-1.967
Intérimaires		-4.380	-4.654
Frais de déplacement et d'accueil		-6.217	-7.206
Assurances		-1.011	-1.160
Autres services et biens divers		-5.504	-6.406
Total services et biens divers		-295.564	-290.120

Les services et biens divers ont augmenté de 5.444 k€, soit 1,9%, par rapport à l'an dernier. Les évolutions les plus marquantes au sein des services et biens divers concernent une hausse des honoraires, des charges de marketing et promotion et des commissions, et une baisse des sous-traitants et livraisons diverses.

ANNEXE 5 - FRAIS DE PERSONNEL

en milliers d'euros	2012	2011
Salaires et appointements	-135.014	-133.241
Cotisations de sécurité sociale	-53.437	-53.152
Transactions dont le paiement est fondé sur des actions	-378	-401
Charges au titre d'avantages postérieurs à l'emploi	-4.087	-4.096
Autres frais de personnel	-5.500	-5.100
Total frais de personnel	-198.416	-195.990

En 2012, les charges au titre d'avantages postérieurs à l'emploi comprennent des charges relatives aux régimes à cotisations définies de 3.896 k€ (2011 : 3.641 k€).

Emploi en équivalents temps plein	2012	2011
Nombre moyen de travailleurs	2.820	2.842
Nombre de travailleurs à la fin de l'exercice	2.828	2.827

Dans l'évolution de l'effectif à la fin de l'exercice, la reprise de l'activité Journée Découverte Entreprises/Open Bedrijven-dag s'est traduite par une hausse de l'effectif de 17 équivalents temps plein.

ANNEXE 6 - DÉPRÉCIATIONS SUR STOCKS ET SUR CRÉANCES

en milliers d'euros	2012	2011
Dépréciation sur créances	-6.139	-3.462
Reprise de dépréciation sur créances	4.061	3.081
Dépréciation sur stocks	-1.123	-361
Reprise de dépréciation sur stocks	52	56
Total dépréciations sur stocks et sur créances	-3.149	-686

La dépréciation sur créances actée en 2012 (2.078 k€) porte surtout sur la dépréciation sur les clients chez Roularta Media Group, Vlaamse Media Maatschappij et Roularta Printing.

La dépréciation sur stocks actée en 2012 (1.071 k€) porte surtout sur la dépréciation sur les stocks chez Vlaamse Media Maatschappij et Roularta Media Group.

La reprise de la dépréciation sur stocks s'explique essentiellement par la consommation des stocks sur lesquels portait cette dépréciation.

ANNEXE 7 - AUTRES PRODUITS / CHARGES D'EXPLOITATION

en milliers d'euros	2012	2011
Subsides d'exploitation	3.761	3.371
Plus-values sur réalisation d'immobilisations (in)corporelles	495	1.036
Subsides en capital	36	110
Ecarts de conversion	43	42
Escomptes de paiement et produits financiers divers	374	482
Règlements divers	1.528	1.667
Dividendes	28	220
Autres produits d'exploitation	4.908	5.867
Total autres produits d'exploitation	11.173	12.795
Impôts autres que les impôts sur le résultat	-3.699	-4.016
Moins-values sur réalisation d'immobilisations (in)corporelles	-66	-75
Pertes sur clients	-777	-643
Moins-values et pertes sur placements de trésorerie (tax shelter)	-594	-714
Part dans l'association en participation	-985	-1.936
Ecarts de conversion	-61	-32
Différences de paiement, frais bancaires	-1.232	-1.258
Autres charges d'exploitation	-1.007	-1.144
Total autres charges d'exploitation	-8.421	-9.818

La baisse des autres produits d'exploitation s'explique pour 945 k€ par la plus-value sur la vente d'un bâtiment chez Vogue Trading Video en 2011.

Parmi les autres charges d'exploitation, la baisse la plus importante est enregistrée au niveau du coût de la part dans l'association en participation, suite à la baisse du résultat réalisé par De Streekkrant-De Weekkrantgroep SA.

ANNEXE 8 - FRAIS DE RESTRUCTURATION

en milliers d'euros	2012	2011
Indemnités de licenciement	-8.131	-7.676
Frais de restructuration : frais	-8.131	-7.676
Provision pour frais de restructuration	1.587	703
Frais de restructuration : provisions	1.587	703
Total frais de restructuration	-6.544	-6.973

Les indemnités de licenciement portent pour 2.622 k€ sur les sociétés françaises et pour 5.509 k€ sur les entités belges (Vlaamse Media Maatschappij y incluse).

En 2012, on enregistre une baisse nette de la provision pour frais de restructuration de 1.587 k€. Du côté des sociétés françaises, la baisse atteint 1.538 k€ et s'explique surtout par la baisse d'une provision, constituée fin 2011, pour indemnités de préavis en marge de la restructuration du magazine L'Expansion.

Les frais de restructuration de 2011 portent pour 3.414 k€ sur les sociétés françaises, pour 4.082 k€ sur les entités belges (Vlaamse Media Maatschappij y incluse) et pour 180 k€ sur les entités dans les autres pays.

ANNEXE 9 - CHARGES FINANCIÈRES NETTES

	en milliers d'euros	2012	2011
Produits d'intérêt		1.038	888
Produits des instruments de couverture qui ne font pas partie d'une relation de comptabilité de couverture		3.205	992
Produits de l'arrêt avant échéance des instruments de couverture qui font partie d'une relation de comptabilité de couverture		293	
Produits financiers		4.536	1.880
Charges d'intérêt		-13.409	-9.385
Charges financières		-13.409	-9.385
Total charges financières nettes		-8.873	-7.505

La hausse des produits financiers s'explique en grande partie par la hausse du produit des instruments de couverture qui ne font pas partie d'une relation comptable de couverture.

Les charges financières nettes de 2012 comprennent 4.045 k€ d'intérêts anticipés exceptionnels et uniques suite au remboursement anticipé de l'US Private Placement.

Le détail des instruments de couverture se trouve dans l'Annexe 30.

ANNEXE 10 - IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT

I. IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT - COURANTS ET DIFFÉRÉS

	en milliers d'euros	2012	2011
A. Impôts courants			
Impôts sur le résultat de l'exercice		-6.254	-12.224
Ajustements aux impôts exigibles des exercices antérieurs		4	-133
Total impôts courants		-6.250	-12.357
B. Impôts différés			
Afférents à la naissance et à l'extourne des différences temporelles		9.080	2.390
Afférents à la reprise de l'irrecouvrabilité (+) ou l'irrecouvrabilité (-) d'actifs d'impôts différés		-1.666	-2.111
Total impôts différés		7.414	279
Total impôts courants et différés		1.164	-12.078

II. RAPPROCHEMENT ENTRE LE TAUX D'IMPÔT RÉGLEMENTAIRE ET LE TAUX D'IMPÔT EFFECTIF

	en milliers d'euros	2012	2011
Résultat avant impôts		-4.143	27.044
Taux d'impôt réglementaire		33,99%	33,99%
Impôts sur base du taux d'impôt réglementaire		1.408	-9.192
Ajustements aux impôts exigibles des exercices antérieurs (+/-)		0	-440
Effet fiscal des charges non déductibles (-)		-1.681	-2.265
Effet fiscal des produits non imposables (+)		629	800
Effet fiscal de déduction pour investissement et déduction pour capital à risque		1.207	1.522
Effet fiscal de non comptabiliser des actifs d'impôts différés sur pertes fiscales de l'exercice (-)		-4.038	-2.988
Effet fiscal de l'usage et de la reprise d'actifs d'impôts différés comptabilisés précédemment		3.187	-340
Effet fiscal de la comptabilisation des impôts différés sur pertes fiscales non comptabilisées précédemment		307	503
Effet fiscal du taux d'impôt dans d'autres territoires		186	249
Autre augmentation / diminution (+/-)		-41	73
Impôts sur base du taux d'impôt effectif		1.164	-12.078
Résultat avant impôts		-4.143	27.044
Taux d'impôt effectif		28,10%	44,66%
Impôts sur base du taux d'impôt effectif		1.164	-12.078

III. IMPÔTS INCORPORÉS DANS LES FONDS PROPRES

Impôts différés concernant les produits et charges incorporés dans les fonds propres	en milliers d'euros	2012	2011
Frais d'émission et d'augmentation du capital		-15	-15
		-15	-15

IV. IMPÔTS INCORPORÉS DANS LES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL

Impôts différés concernant les produits et charges incorporés dans les autres éléments du résultat global	en milliers d'euros	2012	2011
Gains / pertes provenant d'instruments de couverture de flux de trésorerie		35	124
		35	124

ANNEXE 11 - RÉSULTAT PAR ACTION

	2012	2011
I. Mouvements dans le nombre d'actions (actions ordinaires)		
Nombre d'actions, solde d'ouverture	13.141.123	13.131.940
Nombre d'actions émises au cours de l'exercice	0	9.183
Nombre d'actions, solde de clôture	13.141.123	13.141.123
- actions émises, entièrement libérées	13.141.123	13.141.123
II. Autres informations		
Nombre d'actions détenues par l'entreprise ou par des parties liées	657.850	657.850
Nombre d'actions réservées pour émission dans le cadre de plans d'options sur actions	657.850	657.850
III. Calcul du résultat par action		
1. Nombre d'actions		
1.1. Nombre moyen pondéré d'actions, de base	12.483.273	12.577.676
1.2. Ajustements afin de calculer le nombre moyen pondéré d'actions, dilué	0	45.417
<i>Plans de souscription</i>	0	1.108
<i>Plans d'options sur actions</i>	0	44.309
1.3. Nombre moyen pondéré d'actions, dilué	12.483.273	12.623.093

2. Calcul

Le calcul du résultat de base et du résultat dilué par action est basé sur les paramètres suivants :

$\frac{\text{Résultat de l'exercice disponible pour les actionnaires ordinaires}}{\text{Nombre moyen pondéré d'actions, de base}}$	=	$\frac{-2.504 \text{ k€}}{12.483.273}$	=	-0,20
$\frac{\text{Résultat de l'exercice disponible pour les actionnaires ordinaires}}{\text{Nombre moyen pondéré d'actions, dilué}}$	=	$\frac{-2.504 \text{ k€}}{12.483.273}$	=	-0,20

ANNEXE 12 - DIVIDENDES

	2012	2011
Montant des dividendes attribués après la date de clôture mais avant l'approbation des états financiers, en milliers d'euros (1)	0	4.369
Dividende brut par action en euro	0	0,35
(1)		
Nombre d'actions donnant droit à un dividende au 31/12	13.141.123	13.141.123
Nombre d'actions propres au 31/12	-657.850	-657.850
	12.483.273	12.483.273

ANNEXE 13 - IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET GOODWILL

2012	en milliers d'euros	Développement	Titres	Logiciels	Concessions, droits de propriété et droits similaires	Total immobilisations incorporelles	Goodwill
AU COÛT							
Au terme de l'exercice précédent		0	429.001	36.744	29.752	495.497	72.186
Variations de l'exercice							
- Acquisitions				3.445	352	3.797	
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises		53	12	39	1.914	2.018	
- Ventes et cessions (-)		-7	-5.126	-121	-16	-5.270	
- Autres variations			76		-38	38	
Au terme de l'exercice		46	423.963	40.107	31.964	496.080	72.186
AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES							
Au terme de l'exercice précédent		0	23.280	29.002	14.965	67.247	256
Variations de l'exercice							
- Amortissements		12		3.630	1.023	4.665	
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées / reprises dans le compte de résultats			11.467			11.467	
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)		-7	-5.111	-116	-16	-5.250	
Au terme de l'exercice		5	29.636	32.516	15.972	78.129	256
Valeur comptable nette au terme de l'exercice		41	394.327	7.591	15.992	417.951	71.930

2011	en milliers d'euros	Développement	Titres	Logiciels	Concessions, droits de propriété et droits similaires	Total immobilisations incorporelles	Goodwill
AU COÛT							
Au terme de l'exercice précédent		0	428.993	34.016	26.465	489.474	78.776
Variations de l'exercice							
- Acquisitions			8	4.220	207	4.435	
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises					3.217	3.217	
- Ventes et cessions (-)				-1.758	-137	-1.895	
- Transferts d'une rubrique à une autre				266		266	
- Autres variations						0	-6.590
Au terme de l'exercice		0	429.001	36.744	29.752	495.497	72.186

2011	en milliers d'euros	Développement	Titres	Logiciels	Concessions, droits de propriété et droits similaires	Total immobilisations incorporelles	Goodwill
AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES							
Au terme de l'exercice précédent	0	11.069		26.534	14.069	51.672	3.667
Variations de l'exercice							
- Amortissements				3.971	833	4.804	
- Nouvelles consolidations					165	165	
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées / reprises dans le compte de résultats		12.211				12.211	
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)				-1.508	-102	-1.610	
- Transferts d'une rubrique à une autre				5		5	
- Autres variations						0	-3.411
Au terme de l'exercice	0	23.280		29.002	14.965	67.247	256
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	0	405.721		7.742	14.787	428.250	71.930

Les immobilisations incorporelles se composent de développement, de titres, de logiciels, de concessions, de droits de propriété et de droits similaires.

Le développement, les logiciels, concessions, droits de propriété et droits similaires à durée de vie déterminée sont amortis sur la base de leur durée d'utilisation attendue au sein du Groupe. Sur l'ensemble des droits de propriété, la valeur comptable des droits de propriété à durée de vie indéterminée est de 11.265 k€.

Les titres et goodwill affichent une durée d'utilité indéterminée. Les divers titres et marques du Groupe possèdent une grande notoriété et contribuent directement au cash-flow du Groupe.

Sur une base semestrielle, il est vérifié si les immobilisations incorporelles et le goodwill possèdent toujours une durée de vie indéterminée. S'il se produit des modifications par lesquelles un actif acquiert une durée de vie limitée, il est procédé à partir de ce moment à son amortissement sur sa durée de vie résiduelle.

Par conséquent, au total, les titres, le goodwill et certains droits de propriété, qui affichent tous une durée de vie indéterminée, ne sont pas amortis mais soumis chaque année à un test de dépréciation.

ATTRIBUTION D'IMMOBILISATIONS INCORPORELLES ET DE GOODWILL À DURÉE DE VIE INDÉTERMINÉE À DES UNITÉS GÉNÉRATRICES DE TRÉSORERIE

En vue du test de dépréciation, les immobilisations incorporelles et le goodwill à durée de vie indéterminée sont attribués à certaines unités génératrices de trésorerie (UGT). Chaque UGT représente, par pays, un groupe identifiable d'actifs affichant le même profil de risque, générant une entrée de trésorerie et étant en grande partie indépendant de l'entrée de trésorerie d'autres groupes d'actifs. Il est tenu compte à cet égard des circonstances de marché très changeantes où les divers canaux et produits médias interfèrent fortement les uns avec les autres. La définition des unités génératrices de trésorerie est basée sur les principales entrées de trésorerie.

Valeur comptable des immobilisations incorporelles et du goodwill à durée de vie indéterminée :

Unité génératrice de trésorerie	en milliers d'euros	Immobilisations incorporelles (*)	Goodwill	Total	Passifs d'impôts différés	Total (net après passifs d'impôts différés)
News Belgique		43.153	0	43.153	13.500	29.653
News France		177.827	27.201	205.028	55.819	149.209
Lifestyle Belgique		3.928	0	3.928		3.928
Lifestyle France		89.655	0	89.655	21.718	67.937
Lifestyle autres pays		8.420	0	8.420	2.616	5.804
Business Belgique		16.193	0	16.193	479	15.714
Business France		43.709	3.857	47.566	11.277	36.289
Free Press Belgique		12.616	0	12.616	3.052	9.564
Free Press France		7.884	0	7.884	2.627	5.257
Free Press autres pays		2.207	0	2.207	4	2.203
Entertainment Belgique		0	40.872	40.872		40.872
		405.592	71.930	477.522	111.092	366.430

(*) Composé de 394.327 k€ de titres et 11.265 k€ de droits de propriété.

Outre les immobilisations incorporelles actées et exprimées, Roularta Media Group possède aussi des titres non exprimés et de propre développement : Knack, Knack Weekend, Knack Focus, Le Vif Weekend, Focus Vif, Sport/Foot Magazine, Sport/Voetbalmagazine, Trends, Trends Style, Nest, Télépro, Grande, Plus Magazine, De Streekkrant, De Zondag, Steps City Magazine, Krant van West-Vlaanderen, De Weekbode, De Zeewacht, Kortrijks Handelsblad... D'autres marques commerciales générées à l'interne sont Media Club, Vlan.be, The Good Life, Focus Televisie, WTV, Canal Z/ Kanaal Z, JIM, VTM, 2BE, Q-music...

TEST DE DÉPRÉCIATION

Le Groupe teste chaque année les valeurs des immobilisations incorporelles et du goodwill à durée de vie indéterminée sur leur dépréciation. Ce test est effectué plus fréquemment s'il existe des indications que ces valeurs peuvent avoir diminué entre-temps. Ce test est effectué sur la valeur recouvrable de chaque UGT. A ce niveau, la valeur comptable est comparée à la valeur recouvrable (à savoir la valeur la plus élevée de la juste valeur diminuée des coûts de la vente ou la valeur d'utilité).

Le Groupe a calculé la valeur recouvrable de chaque UGT sur la base de sa valeur d'utilité ou 'Value in Use'. Elle recourt à cet effet au modèle des 'Discounted Cash Flows'. Les flux de trésorerie futurs considérés pour la détermination de la valeur d'utilité sont basés sur les business plans sur une période de cinq ans, lesquels plans sont approuvés par le conseil d'administration. Ces plans sont basés sur des données historiques et sur des prévisions de marché futures.

Dans les business plans qui constituent la base des tests de dépréciation, le management a repris les suppositions de base suivantes :

- Les prévisions de cash-flow et suppositions évoquées ci-après sont basées sur les business plans stratégiques approuvés par le management et le conseil d'administration et elles sont en ligne avec l'actuelle structure opérationnelle et avec les attentes à l'égard de l'évolution à long terme du paysage médiatique actuel.
- Au sein des suppositions de base, le rendement, la politique de réductions, les pourcentages de croissance à long terme ainsi que la position sur le marché constituent autant d'éléments importants.
- Les suppositions en termes de position sur le marché, le rendement et les pourcentages de croissance sont basées d'une part sur les expériences antérieures et de l'autre sur des évaluations par le management opérationnel et de

groupe, reliées aux circonstances de marché économiques générales et à l'environnement concurrentiel de chaque UGT, ainsi que sur les impacts d'améliorations constantes de l'efficacité.

- Tous les six mois, les suppositions sont confrontées à la réalité. Les chiffres réalisés sont alors comparés aux prévisions faites dans le passé. Au besoin, des adaptations sont apportées aux nouveaux business plans.
- En raison de la crise économique plus longue que prévu, nombre de clients publicitaires hésitent et sont à l'origine d'une baisse des revenus publicitaires depuis la fin 2008. Le redressement était prévu dès 2011, mais ne s'est pas réalisé. Le management a dès lors décidé d'étaler cette amélioration dans les business plans sur les cinq prochaines années. Les revenus publicitaires représentent 56% du chiffre d'affaires total de Roularta Media Group.
- Les prévisions combinent croissance du chiffre d'affaires par une poursuite de la diversification, croissance du chiffre d'affaires par des augmentations de prix reflétant l'inflation, éléments de maîtrise des coûts et restructurations susceptibles d'engendrer des efficacités complémentaires.
- Le management part aussi du principe qu'il ne se produira pas de baisse substantielle de son marché des lecteurs au cours des prochaines années ou, si tel devait malgré tout être le cas, que cette baisse serait compensée au niveau du rendement par l'accroissement des revenus des nouveaux médias.
- L'important coût du papier ne sera influencé au cours des prochaines années que par l'inflation. Dans l'année, les fluctuations de ce prix sont couvertes par des contrats à terme.

La valeur résiduelle est déterminée sur la base d'une formule de perpétuité basée sur un taux de croissance à long terme de 2% (2011 : 2%), lequel n'excède pas le taux de croissance à long terme moyen de l'industrie des médias. Les flux de trésorerie futurs obtenus sont ensuite escomptés sur la base d'un facteur d'escompte après impôt de 6,86% (2011 : 7,73%, baisse essentiellement due à la baisse des taux d'intérêt du marché). Ce facteur d'escompte est basé sur un modèle CMPC où la prime de risque et le coefficient d'endettement sont basés sur le profil de risque de Roularta Media Group en tant qu'ensemble et sur un groupe d'entreprises comparables.

Etant donné que les marchés locaux sur lesquels Roularta Media Group est actif présentent un profil de croissance et de risque similaire, le management de RMG a estimé que les mêmes suppositions (taux de croissance et CMPC) pouvaient être appliquées à toutes les UGT. Le taux de croissance à long terme a également été confronté à plusieurs sources extérieures et reflète les attentes au sein du monde médiatique.

SENSIBILITÉ DU TEST

Les cash-flows réalisés pourraient s'écarter des cash-flows prévus dans les business plans stratégiques en cas de modification des suppositions de base importantes. Les modifications des suppositions de base raisonnablement potentielles énoncées ci-dessous ont été testées, bien que leur probabilité soit jugée très faible :

- Le management estime qu'à court terme, il n'y a pas lieu, raisonnablement, d'attendre des modifications importantes dans le profil de risque ni du marché ni de l'entreprise, ni dans le prix de revient des fonds propres et des fonds de tiers. Cependant, le management a procédé à une analyse de sensibilité du CMPC utilisé en cas de business plans et de taux de croissance moyen à long terme inchangés. Il apparaît qu'en cas de hausse du CMPC de 2%, il pourrait se produire une dépréciation d'environ 18 millions d'euros.
- La croissance à l'infini utilisée est reprise à 2%. Ce pourcentage est la croissance habituellement appliquée dans le secteur des médias et reflète la flexibilité des opérateurs à capitaliser sur de nouvelles circonstances de marché. Néanmoins, le management a procédé à une analyse de sensibilité sur la croissance à l'infini en cas de business plans et de CMPC inchangés. Il apparaît qu'en cas de croissance à l'infini de 0%, il pourrait se produire une dépréciation d'environ 11 millions d'euros.
- Si la croissance au sein du marché par l'amélioration attendue du climat économique devait ne pas se réaliser dans les cinq ans, et compte tenu d'activités égales chez Roularta Media Group et sans améliorations de l'efficacité, l'impact sur les tests effectués pourrait en être considérable. A cet égard, une analyse de sensibilité a été effectuée où pour un CMPC et une croissance à l'infini inchangés, le cash-flow, qui sert de base à la croissance à l'infini, a été réduit. Cette analyse révèle qu'en cas de réduction de ce cash-flow de 30%, on pourrait assister à une dépréciation d'environ 11 millions d'euros.
- Une combinaison simultanée des trois suppositions ci-dessus n'est pas jugée probable. Le management a procédé à

une analyse de sensibilité de l'effet combiné d'une modification simultanée des trois suppositions corrélées suivantes : une hausse du CMPC de 1%, une baisse de la croissance de 1% et une baisse de 10% du cash-flow servant de base à la croissance à l'infini. Cette analyse fait apparaître, dans cette supposition, une dépréciation d'environ 24 millions d'euros.

Les unités génératrices de trésorerie françaises sont les plus sensibles. Le management de Roularta Media Group estime ne pas pouvoir communiquer d'autres informations détaillées concernant les sensibilités des diverses UGT, de telles informations étant susceptibles d'affecter le marché si des groupes concurrents devaient en faire un usage impropre.

RÉDUCTIONS DE VALEUR ACTÉES

Sur la base de ce calcul, des réductions de valeur exceptionnelles ont été exprimées en 2012 sur les immobilisations incorporelles (11.467 k€ avant impôts), sur l'UGT Business France. En 2011, 12.211 k€ (avant impôts) de réductions de valeur exceptionnelles ont été exprimées sur titres.

En ce qui concerne le goodwill, la valeur recouvrable était supérieure à la valeur comptable des UGT sur la base des tests ci-dessus. En 2011 non plus, aucune réduction de valeur spéciale n'a été enregistrée sur le goodwill.

ANNEXE 14 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

2012	en milliers d'euros	Terrains et constructions	Installations, machines et outillage	Mobilier et matériel roulant	Location-finance-ment et droits similaires	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total
AU COÛT								
Au terme de l'exercice précédent		124.674	56.048	21.358	1.467	4.844	6	208.397
Variations de l'exercice								
- Acquisitions		2.140	2.603	995	19	319	145	6.221
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises			44	12		27		83
- Ventes et cessions (-)			-816	-1.158	-27	-126		-2.127
- Transferts d'une rubrique à une autre				69	-11	-58		0
Au terme de l'exercice		126.814	57.879	21.276	1.448	5.006	151	212.574
AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES								
Au terme de l'exercice précédent		36.258	46.371	17.130	1.104	2.902	0	103.765
Variations de l'exercice								
- Amortissements		4.932	3.480	1.379	156	551		10.498
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)			-805	-1.109	-5	-123		-2.042
- Transferts d'une rubrique à une autre				64	-10	-54		0
- Autres variations			-9					-9
Au terme de l'exercice		41.190	49.037	17.464	1.245	3.276	0	112.212
Valeur comptable nette au terme de l'exercice		85.624	8.842	3.812	203	1.730	151	100.362

Actifs donnés en nantissement de dettes	en milliers d'euros
Montant des terrains et constructions donnés en nantissement de dettes (y compris les hypothèques)	20.791
Immobilisations corporelles en location-financement restant en propriété du bailleur	203

La catégorie 'location-financement et droits similaires' comprend des machines ayant une valeur comptable de 4 k€ (Regionale Media Maatschappij), des antennes émettrices ayant une valeur comptable de 170 k€ (JOE fm) et du matériel roulant de 29 k€ (plusieurs sociétés du Groupe).

2011	en milliers d'euros	Terrains et constructions	Installations, machines et outillage	Mobilier et matériel roulant	Location-financement et droits similaires	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total
AU COÛT								
Au terme de l'exercice précédent		123.679	56.378	21.254	1.433	4.747	516	208.007
Variations de l'exercice								
- Acquisitions		4.350	2.504	1.522		517		8.893
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises			2	30	34	4		70
- Ventes et cessions (-)		-3.640	-2.836	-1.409		-424	-2	-8.311
- Transferts d'une rubrique à une autre		281		-39			-508	-266
- Autres variations		4						4
Au terme de l'exercice		124.674	56.048	21.358	1.467	4.844	6	208.397
AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES								
Au terme de l'exercice précédent		32.474	45.349	17.103	928	2.767	0	98.621
Variations de l'exercice								
- Amortissements		4.723	3.831	1.357	154	552		10.617
- Nouvelles consolidations			1	28	22	4		55
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)		-943	-2.810	-1.353		-421		-5.527
- Transferts d'une rubrique à une autre				-5				-5
- Autres variations		4						4
Au terme de l'exercice		36.258	46.371	17.130	1.104	2.902	0	103.765
Valeur comptable nette au terme de l'exercice		88.416	9.677	4.228	363	1.942	6	104.632

Actifs donnés en nantissement de dettes	en milliers d'euros
Montant des terrains et constructions donnés en nantissement de dettes (y compris les hypothèques)	22.420
Immobilisations corporelles en location-financement restant en propriété du bailleur	363

ANNEXE 15 - PARTICIPATIONS COMPTABILISÉES SELON LA MÉTHODE DE LA MISE EN ÉQUIVALENCE

Participations	en milliers d'euros	2012	2011
Au terme de l'exercice précédent		333	417
Variations de l'exercice			
- Acquisitions		15	
Variations des capitaux propres des sociétés mises en équivalence			
- Quote-part dans le résultat de l'exercice		-23	-57
- Autre		-41	-27
Au terme de l'exercice		284	333

Une liste des participations comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence, comportant le nom, le pays d'origine et le pourcentage détenu est reprise dans l'Annexe 37 des états financiers consolidés.

La part du Groupe dans les actifs et les passifs et dans le résultat des entreprises associées est résumée ci-dessous :

Résumé de l'information financière	en milliers d'euros	2012	2011
Total actifs		2.789	1.472
Total passifs		2.496	1.285
Chiffre d'affaires		4.432	3.523
Résultat net		-23	-57

ANNEXE 16 - PARTICIPATIONS DISPONIBLES À LA VENTE, PRÊTS ET CAUTIONS

I. PARTICIPATIONS DISPONIBLES À LA VENTE

	en milliers d'euros	2012	2011
AU COÛT			
Au terme de l'exercice précédent		1.594	2.691
Variations de l'exercice			
- Acquisitions		1.592	288
- Cessions et mises hors service (-)			-10
- Autres variations		-15	-1.375
Au terme de l'exercice		3.171	1.594
RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES (-)			
Au terme de l'exercice précédent		0	-1.375
Variations de l'exercice			
- Autres variations			1.375
Au terme de l'exercice		0	0
Valeur comptable nette au terme de l'exercice		3.171	1.594

Toutes les participations sont considérées comme disponibles à la vente et sont appréciées en principe à leur juste valeur. L'autre variation 2011 concerne la cession de la SA Cyber Press Publishing, sur laquelle une réduction de valeur exceptionnelle a été actée dans le compte de résultats en 2007 suite à sa mise en liquidation. Etant donné qu'il n'est pas possible de procéder à une évaluation fiable de la juste valeur des autres participations, les actifs financiers pour lesquels il n'existe pas de marché actif sont appréciés au prix de revient. Il s'agit principalement de la participation de la SA Roularta Media Group dans la SA Omroepgebouw Flagey (522 k€), dans SA STM (208 k€) et dans CPP-INCOFIN (124 k€), de Groupe Express-Roularta dans Prestalis (430 k€) et dans MLP (161 k€), de Roularta Media France dans MédiaKiosk (1.401 k€) et de SA Senior Publications dans Cyberlibris (158 k€). Le Groupe ne prévoit pas de se défaire de ces actions à court terme.

II. PRÊTS ET CAUTIONS

	en milliers d'euros	2012	2011
AU COÛT AMORTI			
Au terme de l'exercice précédent		2.720	3.153
Variations de l'exercice			
- Additions		64	
- Augmentations par voie de regroupements d'entreprises		58	
- Transferts d'une rubrique à une autre		-27	
- Remboursements		-116	-433
Au terme de l'exercice		2.699	2.720
RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES (-)			
Au terme de l'exercice précédent		-376	-376
Variations de l'exercice			
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées dans le compte de résultats		18	
Au terme de l'exercice		-358	-376
Valeur comptable nette au terme de l'exercice		2.341	2.344
Total participations disponibles à la vente, prêts et cautions		5.512	3.938

Les prêts et cautions se composent de la partie non éliminée des créances sur entreprises qui sont consolidées proportionnellement (634 k€), de créances sur des entreprises avec lesquelles un contrôle conjoint est exercé (640 k€) et de cautions, e.a. garanties locatives (1.425 k€). Un intérêt conforme au marché est imputé sur les emprunts en cours. Une réduction de valeur exceptionnelle a été actée pour une garantie locative dont le remboursement est incertain.

ANNEXE 17 - CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES

I. Clients et autres créances - non courants	en milliers d'euros	2012	2011
Autres créances		1.794	2.036
Total clients et autres créances - non courants		1.794	2.036

Les autres créances fin 2012 comportent d'une part des créances vis-à-vis de tiers avec lesquels l'entreprise entretient des relations commerciales. Sur ces créances, un intérêt conforme au marché est calculé. D'autre part, les autres créances concernent une créance contractuelle sur la base de la législation sociale française. Une évaluation des créances douteuses est faite à la fin de l'exercice sur la base d'une évaluation de tous les montants ouverts. Les créances douteuses sont dépréciées au cours de l'année où elles sont identifiées comme telles.

L'évolution de la dépréciation des créances douteuses non courantes peut être détaillée de la manière suivante :	en milliers d'euros	2012	2011
Valeur nette au terme de l'exercice précédent		0	0
Valeur nette au terme de l'exercice		0	0

II. Clients et autres créances - courants	en milliers d'euros	2012	2011
Clients, bruts		171.963	177.741
Dépréciation des clients douteux courants (-)		-9.041	-6.762
Montants à facturer et notes de crédit à recevoir (*)		8.709	8.513
Montants à encaisser et fournisseurs débit		886	683
TVA à encaisser (*)		8.061	8.923
Autres créances		6.679	5.132
Dépréciation des autres créances douteuses courantes		-1.537	-1.537
Total clients et autres créances - courants		185.720	192.693

(*) Pas d'actifs financiers comme définis dans IAS 32.

La balance âgée des clients peut être détaillée de la manière suivante :	en milliers d'euros	2012	2011
Valeur nette au terme de l'exercice		171.963	177.741
- dont :			
* non échus et moins de 30 jours échus		119.554	129.552
* échus 30 - 60 jours		24.276	23.499
* échus 61 - 90 jours		10.631	8.763
* échus - plus de 90 jours		17.502	15.927

Aucune réduction de valeur n'a été actée pour les montants des actifs financiers échus à la date de ce rapport si leur recouvrement est toujours jugé probable. Une évaluation des créances douteuses est faite à la fin de l'exercice sur la base d'une évaluation de tous les montants ouverts. Les créances douteuses sont dépréciées au cours de l'année où elles sont identifiées comme telles.

L'évolution de la dépréciation des clients douteux courants peut être détaillée de la manière suivante :	en milliers d'euros	2012	2011
Valeur nette au terme de l'exercice précédent		-6.762	-6.552
- Regroupements d'entreprises / scission d'entreprises		-211	0
- Dépréciation de l'exercice		-6.139	-3.462
- Reprise de dépréciation de l'exercice		4.061	3.081
- Créances extournées comme non recouvrables et montants recouverts au cours de l'exercice		10	171
Valeur nette au terme de l'exercice		-9.041	-6.762

Dans la majorité des sociétés du Groupe, la dépréciation de la fin de l'exercice antérieur est reprise sur la base de l'évaluation en fin d'exercice, et une nouvelle dépréciation est comptabilisée. Les moins-values réalisées sur créances (y compris sur les créances dépréciées à la fin de l'exercice précédent) figurent à l'Annexe 7.

L'évolution de la dépréciation des autres créances courantes peut être détaillée de la manière suivante :	en milliers d'euros	2012	2011
Valeur nette au terme de l'exercice précédent		-1.537	-1.537
Valeur nette au terme de l'exercice		-1.537	-1.537

ANNEXE 18 - ACTIFS ET PASSIFS D'IMPÔTS DIFFÉRÉS

I. APERÇU DES ACTIFS ET PASSIFS D'IMPÔTS DIFFÉRÉS

Les actifs et passifs d'impôts différés comptabilisés sont afférents aux :	en milliers d'euros	2012		2011	
		Actifs d'impôts différés	Passifs d'impôts différés	Actifs d'impôts différés	Passifs d'impôts différés
Immobilisations incorporelles		1.466	113.574	1.721	116.416
Immobilisations corporelles		31	15.762	55	16.049
Participations disponibles à la vente, prêts et cautions		16	5.028	16	5.030
Stocks			4.247		3.284
Clients et autres créances		7	49	8	
Placements de trésorerie			216		175
Charges à reporter et produits acquis		216		175	
Actions propres			21		21
Résultat reporté		53	2.678	30	2.859
Provisions		943	18	9	54
Avantages du personnel non courants		786		617	
Dettes financières non courantes			649		354
Autres dettes non courantes		47			
Dettes commerciales courantes			45		61
Impôts			2.676		2.521
Autres dettes		952	9	1.611	
Total impôts différés liés à des différences temporelles		4.517	144.972	4.242	146.824

Les actifs et passifs d'impôts différés comptabilisés sont afférents aux :	en milliers d'euros	2012		2011	
		Actifs d'impôts différés	Passifs d'impôts différés	Actifs d'impôts différés	Passifs d'impôts différés
Pertes fiscales		27.689		24.008	
Crédits d'impôts		2.479		659	
Compensation fiscale		-27.844	-27.844	-23.713	-23.713
Actifs / passifs d'impôts différés nets		6.841	117.128	5.196	123.111

Les actifs d'impôts différés n'ont pas été comptabilisés relatifs aux pertes fiscales à concurrence de 31.015 k€ (2011 : 29.546 k€) d'une part et relatifs aux différences temporelles à concurrence de 2 k€ (2011 : 3 k€) d'autre part, en raison du fait qu'il est improbable que des bénéfices futurs imposables soient disponibles sur lesquels ils pourront être imputés. Les actifs d'impôts différés relatifs aux pertes fiscales ont été comptabilisés à concurrence de 1.616 k€ (2011 : 2.470 k€) pour les filiales qui ont subi une perte pendant l'exercice ou l'exercice précédent. Les budgets indiquent qu'il est probable que les filiales dégageront au cours des exercices futurs un bénéfice imposable suffisant pour pouvoir profiter de cette réduction de paiement d'impôts.

II. IMPÔTS DIFFÉRÉS LIÉS AUX REPORTS DE PERTES FISCALES ET AUX CRÉDITS D'IMPÔT

	en milliers d'euros	2012		2011	
		Reports de pertes fiscales	Crédits d'impôts	Reports de pertes fiscales	Crédits d'impôts
Date d'expiration					
Après 5 ans			458		
Sans date d'expiration		27.689	2.021	24.008	659
Total impôts différés		27.689	2.479	24.008	659

ANNEXE 19 - STOCKS

	en milliers d'euros	2012	2011
Montant brut			
Droits de diffusion		38.330	35.430
Matières premières		8.341	8.805
Travaux en cours		850	998
Produits finis		1.896	1.773
Biens achetés en vue de leur revente		2.492	2.183
Immeubles destinés à la vente		197	191
Acomptes versés		6.920	7.722
Contrats en cours		2.237	1.593
Total montant brut (A)		61.263	58.695

	en milliers d'euros	2012	2011
Dépréciations et autres corrections de valeur (-)			
Droits de diffusion		-757	-169
Matières premières		-305	-371
Produits finis		-499	-247
Biens achetés en vue de leur revente		-820	-541
Immeubles destinés à la vente		-14	
Total dépréciations et autres corrections de valeur (B)		-2.395	-1.328
Valeur comptable			
Droits de diffusion		37.573	35.261
Matières premières		8.036	8.434
Travaux en cours		850	998
Produits finis		1.397	1.526
Biens achetés en vue de leur revente		1.672	1.642
Immeubles destinés à la vente		183	191
Acomptes versés		6.920	7.722
Contrats en cours		2.237	1.593
Total valeur comptable au coût (A+B)		58.868	57.367

ANNEXE 20 - PLACEMENTS DE TRÉSORERIE, TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

I. Placements de trésorerie	en milliers d'euros	2012	2011
AU COÛT			
Au terme de l'exercice précédent		3.154	2.985
Variations de l'exercice			
- Additions		40.762	840
- Remboursements et ventes		-870	-671
Au terme de l'exercice		43.046	3.154
VARIATIONS DE LA JUSTE VALEUR			
Au terme de l'exercice précédent		-428	-365
Variations de l'exercice			
- Augmentation provenant des variations de la juste valeur		83	80
- Diminution provenant des variations de la juste valeur (réduction de valeur)		-612	-714
- Remboursements et ventes		739	571
Au terme de l'exercice		-218	-428
Valeur comptable nette au terme de l'exercice		42.828	2.726

Les placements de trésorerie se composent d'une part des plans life capital qui sont considérés comme des actifs financiers appréciés à leur juste valeur, avec incorporation de la variation de valeur dans le compte de résultats. En 2012, un montant de 82 k€ (2011 : 80 k€) a été repris dans le compte de résultats à la suite de la détermination de la juste valeur de ces placements de trésorerie. Par ailleurs, des placements à long terme ont également été comptabilisés en 2012 (40.042 k€), concernant notamment le placement du solde non affecté du nouvel emprunt obligataire. Enfin, les placements de trésorerie se composent de droits portant sur la part du producteur dans les revenus nets dans le cadre d'un accord de tax shelter. Le cas échéant, des réductions de valeur y sont actées pour tenir compte de l'évolution de la valeur de marché.

II. Trésorerie et équivalents de trésorerie	en milliers d'euros	2012	2011
Soldes bancaires		34.949	26.952
Dépôts à court terme		674	4.961
Fonds en caisse		61	65
Total trésorerie et équivalents de trésorerie		35.684	31.978

ANNEXE 21 - CAPITAUX PROPRES

CAPITAL SOUSCRIT

Au 31 décembre 2012, le capital souscrit s'élève à 203.225 k€ (2011 : 203.225 k€), représenté par 13.141.123 (2011 : 13.141.123) actions ordinaires intégralement libérées. Ces actions n'ont pas de valeur nominale.

ACTIONS PROPRES

Au 31 décembre 2012, le Groupe détient 657.850 actions propres (2011 : 657.850).

RÉSERVES DE CAPITAL

	en milliers d'euros	2012	2011
Primes d'émission		304	304
Frais d'émission et d'augmentation du capital (net d'impôts différés)		-1.253	-1.237
Réserves concernant transactions dont le paiement est fondé sur des actions		5.867	5.489
Total réserves de capital		4.918	4.556

Les réserves concernant des transactions dont le paiement est fondé sur des actions concernent les options sur actions comme décrit en Annexe 22.

RÉSERVES DE RÉÉVALUATION

	en milliers d'euros	2012	2011
Réserve de couverture		-190	-121
Total réserves de réévaluation		-190	-121

Réserve de couverture	en milliers d'euros	2012	2011
Au terme de l'exercice précédent		-121	120
Résultat des couvertures de flux de trésorerie		171	1.253
Transféré dans le compte de résultats		185	-1.618
Impôts différés incorporés dans les fonds propres		-121	124
Transferts au compte de résultats		-460	
Impôts différés concernant les transferts au compte de résultats		156	
Au terme de l'exercice		-190	-121

Les variations de la juste valeur des instruments de couverture désignés comme étant des couvertures de flux de trésorerie efficaces sont calculées et comptabilisées directement dans les capitaux propres semestriellement.

ANNEXE 22 - TRANSACTIONS DONT LE PAIEMENT EST FONDÉ SUR DES ACTIONS

Différents plans de droits de souscription et d'options sur actions ont été émis par la SA Roularta Media Group afin de permettre aux membres de la direction et du cadre de profiter de la croissance de l'entreprise et de l'évolution de l'action Roularta. Tous les plans de droits de souscription et d'options sur actions sont liquidés en instruments de fonds propres, où chacun des plans prévoit qu'une option ou un droit de souscription donne droit à une action Roularta contre le paiement du prix d'exercice. Les options deviennent inconditionnelles si le contrat de travail ou le mandat d'administrateur n'est pas résilié au moment de la période d'exercice suivante. Voici un relevé des plans de droits de souscription et d'options sur actions existants.

DROITS DE SOUSCRIPTION

Résumé des droits de souscription en circulation au profit de la direction et des cadres :

Date de l'offre	Nombre de droits de souscription offerts	Nombre de droits de souscription attribués	Nombre de droits de souscription à exercer	Prix d'exercice en euros	Première période d'exercice	Dernière période d'exercice
2001	200.000	114.600	29.613	20,13	01/12 - 30/12/2005	10/09 - 10/10/2014
	200.000	114.600	29.613			

Pendant l'exercice, aucun droit de souscription n'a été exercé.

Résumé des droits de souscription en circulation pendant l'exercice :	2012		2011	
	Nombre de droits de souscription	Prix moyen en euros	Nombre de droits de souscription	Prix moyen en euros
En circulation au début de la période	29.713	20,13	38.896	20,13
Auxquels il est renoncé pendant la période	-100	20,13		
Exercés pendant la période			-9.183	20,13
En circulation à la fin de la période	29.613	20,13	29.713	20,13

OPTIONS SUR ACTIONS

Le comité de nomination et de rémunération décide de l'octroi de plans d'option en fonction des prestations fournies par la direction et par les cadres, de leur contribution à la réalisation des objectifs du Groupe et de leur engagement dans le développement à long terme de la stratégie du Groupe. Les options sur actions doivent être exercées au prix qui correspond au prix moyen de clôture des actions du Groupe dans les 30 jours avant la date d'offre ou au dernier cours de clôture qui précède le jour de l'offre. La durée maximale des options attribuées est présentée dans le tableau ci-dessous. Si l'option n'est pas exercée après la dernière période d'exercice, l'option vient à échéance. Les options qui ne peuvent pas encore être exercées sont renoncées si un membre de la direction ou un cadre quitte l'entreprise avant la dernière période d'exercice, sauf en cas de retraite ou de décès.

Résumé des options sur actions en circulation au profit de la direction et des cadres :

Date de l'offre	Nombre d'options offertes	Nombre d'options attribuées	Nombre d'options à exercer	Prix d'exercice en euros	Première période d'exercice	Dernière période d'exercice
2000	125.500	119.305	91.494	65,00	01/01 - 30/04/2004	01/01 - 22/05/2013
2001	82.125	73.575	12.752	18,20	01/01 - 26/06/2005	01/01 - 25/08/2014
2002	50.000	33.500	9.950	21,93	01/01 - 30/06/2006	01/01 - 31/12/2015
2003	10.000	10.000	6.000	27,00	01/01 - 31/12/2007	01/01 - 10/10/2013
2003	2.500	2.500	2.500	26,00	01/01 - 31/12/2007	01/01 - 02/07/2013
2006	300.000	267.050	219.750	53,53	01/01 - 31/12/2010	01/01 - 31/12/2021
2008	300.000	233.650	188.150	40,00	01/01 - 31/12/2012	01/01 - 31/12/2023
2009	269.500	199.250	162.250	15,71	01/01 - 31/12/2013	01/01 - 31/12/2019
	1.139.625	938.830	692.846			

Résumé des options sur actions en circulation pendant l'exercice :

	2012		2011	
	Nombre d'options	Prix moyen en euros	Nombre d'options	Prix moyen en euros
En circulation au début de la période	726.110	40,59	803.115	40,12
Attribuées pendant la période (règlement)			3.000	27,00
Auxquelles il est renoncé pendant la période	-33.264	30,38	-75.850	36,18
Exercées pendant la période			-4.155	19,68
En circulation à la fin de la période	692.846	41,08	726.110	40,59
Exercables à la fin de la période	393.456		240.085	

Pendant l'exercice, aucune option sur actions n'a été exercée. Pendant l'exercice précédent, 4.155 options sur actions ont été exercées. Les options sur actions qui restent ouvertes à la fin de la période présentent une durée restante moyenne de 7,6 ans.

Pour répondre à d'éventuelles obligations liées aux options sur actions, un programme de rachat d'actions propres a été mis sur pied dans le passé pour permettre à l'entreprise de satisfaire en partie à ces options futures.

Le Groupe a attribué en 2012 un montant de 378 k€ (2011 : 401 k€) dans les frais de personnel liés à des transactions de paiement basées sur des actions et opérées dans des instruments de capitaux propres. Tous les plans d'options attribués à partir du 7 novembre 2002 sont comptabilisés dans le compte de résultats.

ANNEXE 23 - PROVISIONS

2012 Provisions, non courantes	en milliers d'euros	Provisions pour contentieux	Provisions pour l'environnement	Provisions pour restructuration	Autres provisions	Total
Au terme de l'exercice précédent		1.770	20	2.566	1.473	5.829
Variations de l'exercice						
- Provisions supplémentaires		396	11	1.090	3.316	4.813
- Augmentation suite à des regroupements d'entreprises				780	80	860
- Montants utilisés (-)		-601	-15	-2.677	-490	-3.783
- Montants non utilisés repris (-)					-48	-48
Au terme de l'exercice		1.565	16	1.759	4.331	7.671

Les provisions pour contentieux portent principalement sur des litiges qui concernent la SA De Streekkrant-De Weekkrant-groep, la SA Groupe Express-Roularta et la SA Roularta Media Group. Une description des litiges importants se trouve en Annexe 24. Les provisions relatives à l'environnement portent sur des opérations de dépollution de sols. Les provisions pour restructuration concernent pour 673 k€ la restructuration en France et pour 1.086 k€ la restructuration en Belgique. Les autres provisions comprennent entre autres, fin 2012, des provisions exceptionnelles constituées pendant l'exercice pour le transfert d'une presse d'imprimerie et pour des honoraires uniques.

2011 Provisions, non courantes	en milliers d'euros	Provisions pour contentieux	Provisions pour l'environnement	Provisions pour restructuration	Autres provisions	Total
Au terme de l'exercice précédent		2.648	22	2.888	1.483	7.041
Variations de l'exercice						
- Provisions supplémentaires		311		1.482	707	2.500
- Transferts		-382		382		0
- Montants utilisés (-)		-807	-2	-2.186	-523	-3.518
- Montants non utilisés repris (-)					-194	-194
Au terme de l'exercice		1.770	20	2.566	1.473	5.829

ANNEXE 24 - LITIGES IMPORTANTS

La SA De Streekkrant-De Weekkrantgroep est impliquée dans un litige avec la SA Kempenland, dans le cadre duquel cette dernière exige des dommages et intérêts d'un montant de 7.551 k€ pour le non-respect d'un contrat d'impression. Entre-temps, l'expert judiciaire a déposé au greffe son rapport final où il estime le dommage en principal à 3,9 millions d'euros. Une provision de 1.200 k€, basée sur l'estimation du coût par le conseil d'administration, a été constituée dans le cadre de cette procédure, dont un montant de 750 k€ a déjà été versé sur un compte bloqué.

La SA Roularta Media Group est impliquée dans une procédure devant le Tribunal de commerce avec son ancien partenaire Bookmark. Une provision de 578 k€ a été constituée dans le cadre de cette procédure.

SA Groupe Express-Roularta a provisionné 306 k€ pour des litiges en cours concernant plusieurs articles publiés.

Le 30 décembre 2011, SAS QOL et SAS QOL FI ont assigné Roularta Media Group SA et Vogue Trading Video SA en justice afin d'obtenir réparation du préjudice prétendument subi du fait du non-respect d'engagements contractuels. La demande totale se monte à 4,7 millions d'euros. Le management de Roularta Media Group dispose des arguments nécessaires pour réfuter cette demande. Dès lors, aucune provision n'a été constituée à cet effet.

En 2011, l'administration de l'inspection spéciale des impôts a procédé à l'encaissement de l'impôt sur les jeux de hasard dû selon elle pour 2009 et pour le premier trimestre 2010. Cette imposition (part de RMG) s'élève à 0,5 million d'euros. Il a été objecté à cette imposition. Le management, soutenu par des conseils d'experts externes, estime qu'il n'existe aucune base qui puisse justifier cette imposition, laquelle n'est dès lors pas reprise dans les coûts. La nouvelle législation, appliquée par le Groupe, est entrée en vigueur le 1^{er} avril 2010.

La Vlaamse Media Maatschappij SA mène depuis longtemps des négociations avec Telenet. Une nouvelle convention de distribution n'a pas encore été conclue.

ANNEXE 25 - AVANTAGES DU PERSONNEL NON COURANTS

I. APERÇU GÉNÉRAL

	en milliers d'euros	2012	2011
Régimes de pension à prestations définies		6.499	5.206
Indemnités de licenciement		335	255
Autres avantages du personnel non courants		3.012	2.780
<i>Avantage tarifaire futur des abonnements</i>		629	609
<i>Régimes de préretraite</i>		857	731
<i>Primes de jubilé</i>		1.526	1.440
Total avantages du personnel		9.846	8.241

II. RÉGIMES DE PENSION À PRESTATIONS DÉFINIES

Il existe différents plans de pension à prestations définies au sein du Groupe, la prestation étant fonction du nombre d'années de service et du salaire. Pour les plans belges, des actifs sont détenus dans des fonds conformément aux dispositions légales locales. Les charges de pension sont calculées par un actuinaire sur la base de la méthode 'projected unit credit' pour chaque plan. Les obligations relatives au temps de service passé et les placements constitués sont calculées sur la base de cette méthode. La différence entre les deux (valeur nette) est reprise dans le bilan du Groupe.

	en milliers d'euros	2012	2011
A. Montants comptabilisés au bilan			
1. Obligations nettes résultant des régimes à prestations définies financés		102	24
1.1. Valeur actuelle des obligations intégralement ou partiellement financées		885	758
1.2. Juste valeur des actifs du régime (-)		-783	-734
2. Valeur actuelle des obligations non financées		6.397	5.182
Obligations résultant des régimes à prestations définies, total		6.499	5.206
B. Charge nette comptabilisée dans le compte de résultats			
1. Coûts des services rendus au cours de l'exercice		314	261
2. Charges d'intérêt		251	231
3. Rendement attendu des actifs du régime (-)		-31	-44
4. Ecart actuariels, nets		807	-377
Charge nette comptabilisée dans le compte de résultats		1.341	71
C. Mouvements de la valeur actuelle de l'obligation brute résultant des régimes à prestations définies			
Valeur actuelle de l'obligation résultant des régimes à prestations définies, solde d'ouverture		5.940	6.584
1. Coûts des services rendus au cours de l'exercice		314	261
2. Charges d'intérêt		251	231
3. Ecart actuariels, nets		809	-452
4. Contribution participant du régime		22	27
5. Indemnités payées (-)		-54	-711
Valeur actuelle de l'obligation résultant des régimes à prestations définies, solde de clôture		7.282	5.940
D. Mouvements de la juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies			
Juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies, solde d'ouverture		734	1.394
1. Taux de rendement attendu des actifs du régime		31	44
2. Ecart actuariels, nets		2	-75
3. Contribution employeur		40	47
4. Contribution participant du régime		21	26
5. Indemnités payées (-)		-45	-702
Juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies, solde de clôture		783	734
Taux de rendement réel des actifs du régime		32	27
E. Principales hypothèses actuarielles			
1. Taux d'actualisation		2,9%	4,14%
2. Taux de rendement attendu des actifs du régime		4,2%	4,0%
3. Taux attendu d'augmentation des salaires		1,0%	1,0%
4. Augmentations futures des prestations définies		2,0%	2,0%

	en milliers d'euros	2012	2011	2010	2009
Valeur actuelle de l'obligation brute résultant des régimes à prestations définies		7.282	5.940	6.584	5.423
Juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies		783	734	1.394	1.300
Déficit / (surplus)		6.499	5.206	5.190	4.123
Ajustements liés à l'expérience : augmentation (diminution) de l'obligation brute		809	-452	602	-986
Ajustements liés à l'expérience : augmentation (diminution) des actifs du régime		2	-75	-44	8

La stratégie d'investissement mise en œuvre dans le cadre des plans de pension est de nature défensive. Les investissements en valeurs à revenu fixe sont ainsi largement privilégiés, afin de garantir ainsi la sécurité, le rendement et la liquidité des investissements. Il est également veillé à une diversification et à une répartition judicieuse des investissements.

Les principales catégories d'actifs du régime et le pourcentage que chaque catégorie principale constitue de la juste valeur du total des actifs du régime :

	2012	2011
Titres à revenu fixe et trésorerie	88%	87%
Actions	6%	5%
Biens immobiliers	6%	8%

Le Groupe s'attend à des cotisations à la hauteur de 42 k€ versées aux régimes à prestations définies en 2013.

III. RÉGIMES À COTISATIONS DÉFINIES

Il existe plusieurs régimes à cotisations définies dans le Groupe. A l'exception des primes payées aux compagnies d'assurances externes, le Groupe n'a aucune autre obligation. Lorsqu'un membre du personnel a rendu des services à une entité au cours d'un exercice, l'entité comptabilise la cotisation à payer en vertu de ce régime à cotisations définies en échange de ces services. Les charges comptabilisées relatives aux régimes à cotisations définies s'élèvent à 3.896 k€ (2011 : 3.641 k€).

IV. OPTIONS SUR ACTIONS ET DROITS DE SOUSCRIPTION

Voir Annexe 22.

ANNEXE 26 - DETTES FINANCIÈRES

2012	en milliers d'euros	Non courant				Total
		Courant	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	
Dettes financières						
Emprunt obligataire					99.718	99.718
Emprunt obligataire convertible				7.386		7.386
Dettes de location-financement	176	64	9			249
Etablissements de crédit	18.867	3.977	6.513	11.312		40.669
Autres emprunts	10	10	5			25
Total dettes financières selon l'échéance	19.053	4.051	13.913	111.030		148.047

2011	en milliers d'euros	Non courant				Total
		Courant	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	
Dettes financières						
Emprunt obligataire				50.754		50.754
- premier traitement : au cours utilisé pour l'opération				54.154		54.154
- date de bilan : au cours utilisé pour le bilan				-3.400		-3.400
Instruments financiers dérivés				2.763		2.763
Emprunt obligataire convertible				10.758		10.758
Dettes de location-financement	183	174	62			419
Etablissements de crédit	19.097	18.462	8.413	13.341		59.313
Autres emprunts	10	10		5		25
Total dettes financières selon l'échéance	19.290	18.646	72.750	13.346		124.032

En septembre 2012, RMG a procédé à une offre publique de souscription obligataire. Cet emprunt obligataire portant sur un montant de 100 millions d'euros a pour date d'émission le 10 octobre 2012, sa durée est de 6 ans et il offre un intérêt annuel fixe de 5,125% brut. Les fonds récoltés dans le cadre de cet emprunt obligataire ont été affectés en partie au remboursement anticipé de l'US Private Placement (66.151 kUSD). Le contrat IRCS qui a été conclu pour couvrir le risque du taux d'intérêt et de change relativement à ce US Private Placement a également été résilié anticipé.

Les fournisseurs de crédit imposent des covenants relatifs au taux d'endettement (dette financière nette/EBITDA), à la couverture d'intérêt (EBITDA/charges financières nettes), au ratio d'endettement (dette financière nette/capitaux propres), à la solvabilité, et à la distribution de dividendes.

Les dettes garanties incluses dans les dettes financières se composent comme suit (en milliers d'euros) :

Dettes de location-financement	249
Etablissements de crédit	10.239

Elles sont garanties par (en milliers d'euros) :

Hypothèques	12.918
Gages sur fonds de commerce	3.525

Pour plus d'informations concernant l'exposition du Groupe aux risques de change et risques de taux : voir Annexe 30.

ANNEXE 27 - AUTRES ANNEXES RELATIVES AUX PASSIFS

2012	en milliers d'euros	Non courant				Total
		Courant	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	
Dettes commerciales et autres dettes						
Dettes commerciales	173.145	2.184				175.329
Acomptes reçus	49.744					49.744
Avantages du personnel	38.695					38.695
- dont dettes envers les employés	27.747					27.747
- dont dettes envers les administrations publiques	10.948					10.948
Impôts	7.415					7.415
Autres dettes	20.242		115	156		20.513
Charges à imputer et produits à reporter	6.956					6.956
Total des dettes selon l'échéance	296.197	2.184	115	156		298.652

2011	en milliers d'euros	Non courant				Total
		Courant	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	
Dettes commerciales et autres dettes						
Dettes commerciales	156.057	1.661				157.718
Acomptes reçus	50.421					50.421
Avantages du personnel	37.972					37.972
- dont dettes envers les employés	27.396					27.396
- dont dettes envers les administrations publiques	10.576					10.576
Impôts	15.699					15.699
Autres dettes	20.059	122	10	188		20.379
Charges à imputer et produits à reporter	4.102					4.102
Total des dettes selon l'échéance	284.310	1.783	10	188		286.291

Dettes commerciales courantes	en milliers d'euros	2012	2011
		Fournisseurs	106.190
Effets à payer	2.543	753	
Factures à recevoir / Notes de crédit à établir (*)	63.503	62.657	
Clients crédit	909	622	
Total dettes commerciales courantes		173.145	156.057

Autres dettes courantes	en milliers d'euros	2012	2011
Taxes indirectes à payer (*)		16.250	14.041
Instrument financiers dérivés avec une juste valeur négative		1.837	4.788
Autres dettes		2.155	1.230
Total autres dettes courantes		20.242	20.059

Les taxes indirectes concernent essentiellement la TVA, le précompte professionnel et les impôts provinciaux et communaux.

Charges à imputer et produits à reporter	en milliers d'euros	2012	2011
Intérêts à imputer		1.526	1.111
Charges à imputer et produits à reporter (*)		5.249	2.726
Valeur comptable des subventions publiques (*)		181	265
Total charges à imputer et produits à reporter		6.956	4.102

(*) Pas de dettes financières comme définies dans IAS 32.

ANNEXE 28 - CONTRATS DE LOCATION-FINANCEMENT ET CONTRATS DE LOCATION SIMPLE

I. CONTRATS DE LOCATION-FINANCEMENT

	en milliers d'euros	Valeur actualisée des paiements minimaux futurs		Paiements minimaux futurs	
		2012	2011	2012	2011
< 1 an		176	183	188	207
1 à 5 ans		73	236	76	246
		249	419	264	453
Paiements minimaux futurs, intérêts				-15	-34
Valeur actualisée des paiements minimaux futurs		249	419	249	419
Inclus dans les dettes financières :					
Dettes de location-financement courantes				176	183
Dettes de location-financement non courantes				73	236
				249	419

Les contrats de location-financement conclus par le Groupe se rapportent principalement aux antennes émettrices, machines et matériel roulant.

Chez JOE fm, un contrat de location-financement a été conclu le 1^{er} mai 2004 pour des antennes émettrices. Ce contrat s'étend sur 10 ans et fait chaque fois l'objet d'une reconduction tacite pour 5 ans. Le délai de préavis est de 12 mois. En cas de suspension (partielle) suite au retrait ou à la modification de tout agrément, mandat, autorisation ou licence, l'obligation de paiement de l'indemnité convenue subsiste, à l'exception de la partie variable des frais liés à la consommation d'énergie ou d'autres frais qui, pendant la durée de la suspension, ne sont pas encourus par le bailleur en exécution de ses obligations découlant du contrat de location-financement.

	en milliers d'euros	2012	2011
Intérêts au titre des contrats de location-financement comptabilisés en charge		23	33

Les intérêts au titre des contrats de location-financement sont comptabilisés en charge sur la durée du contrat.

II. CONTRATS DE LOCATION SIMPLE

	en milliers d'euros	2012	2011
Paiements au titre des contrats de location simple comptabilisés en charge		23.805	22.831

Le Groupe a surtout des contrats de location simple pour des bâtiments, machines, voitures d'entreprise et du matériel de bureau. Paiements au titre des contrats de location simple sont comptabilisés en charge sur une base linéaire sur la durée du contrat.

Paiements minimaux futurs relatifs à la location en vertu de contrats de location simple non résiliables	en milliers d'euros	2012	2011
< 1 an		20.831	18.988
1 à 5 ans		67.517	70.543
> 5 ans		23.046	34.962
		111.394	124.493

ANNEXE 29 - PASSIFS ÉVENTUELS ET ENGAGEMENTS CONTRACTUELS POUR L'ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Le Groupe se porte garant d'obligations pour un montant total de 5.700 k€ (2011 : 6.150 k€), dont 700 k€ (2011 : 1.150 k€) ont trait à des coentreprises. Des gages sur fonds de commerce ont été constitués pour un montant total de 3.524 k€ (2011 : 3.872 k€), dont 1.000 k€ (2011 : 1.000 k€) dans le cadre de coentreprises.

Les engagements contractuels pris pour l'achat de papier à des tiers par Roularta Printing s'élèvent à 4.925 k€ (2011 : 3.586 k€). Les engagements contractuels de la VMMA se chiffrent à 71.535 k€ (2011 : 55.981 k€) et portent sur des droits d'émission contractés.

Il n'y a pas d'engagements contractuels matériels pour l'acquisition d'immobilisations corporelles.

ANNEXE 30 - INSTRUMENTS FINANCIERS - RISQUES ET JUSTE VALEUR

Dans l'exercice de son activité, le Groupe est exposé à des risques de change, de taux, de crédit et de marché. Les produits dérivés sont utilisés pour réduire les risques liés aux fluctuations des cours du change et des taux d'intérêt.

A. RISQUE DE CHANGE

Activités opérationnelles

Le Groupe est exposé à un risque de change à l'égard du USD. Les risques de change identifiés par le management se présentent lors des achats ou des engagements fermes d'achat en USD dans le secteur des Médias Audiovisuels et par des activités extérieures à la zone euro. Par ailleurs, le Groupe subit, dans une certaine mesure, des risques de change concernant ses activités opérationnelles.

Pour des achats et des engagements fermes d'achat en USD, le Groupe utilise des contrats de change pour couvrir le risque de variation de la juste valeur d'une obligation reprise, ou d'un engagement ferme non repris en USD dans le secteur d'activité Médias Audiovisuels. Les contrats forward sont considérés comme des couvertures de la juste valeur comme définies par IAS 39 et sont appréciés à leur valeur de marché (137 k€ dette fin 2012 et 196 k€ créance fin 2011) et enregistrés dans la rubrique 'produits dérivés financiers' dans la rubrique des actifs non courants ou des passifs non courants.

Le montant notionnel total de ces contrats à terme s'élève à 10.747 kUSD (2011 : 11.665 kUSD).

Nonobstant ces contrats de change, des fluctuations en USD peuvent avoir un impact limité sur les résultats d'exploitation du Groupe.

Pour ce qui concerne les risques de change opérationnels encourus via des activités en dehors de la zone euro, à savoir en Serbie, ils sont très limités pour le Groupe. Les flux nets de trésorerie vers et de cette entité, et leur timing, sont tels qu'aucune position de change significative n'a été engendrée.

Activités de financement

Au 31 décembre 2012, il n'y a pas d'activités de financement présentant un risque de change potentiel. Jusqu'à début décembre 2012, il y avait un US Private Placement en USD, dont le solde de 66.151 kUSD a fait alors l'objet d'un remboursement anticipé.

Pour couvrir le risque de change sur cet emprunt en USD, tant sur le principal que sur les intérêts dus (futurs), le Groupe avait contracté un contrat à terme sur devises ('Cross Currency Swap') qui présentait la même date d'échéance que la date où le remboursement et le paiement des intérêts devaient avoir lieu. Etant donné que cet instrument financier couvrait l'intégralité du risque de change, la couverture était considérée comme un contrat de couverture de flux de trésorerie et faisait l'objet de la comptabilité de couverture.

Ce contrat de change à terme a également été résilié anticipativement au début de décembre 2012.

Lors du premier traitement de cet emprunt, la conversion en euros a été effectuée au cours utilisé pour la transaction. A la date du bilan, l'emprunt est valorisé au cours utilisé pour le bilan. La différence entre la valeur de l'emprunt au cours initial et celle à la date du bilan est reprise au compte de résultats. Le contrat à terme sur devise qui s'y rapporte est également converti à la valeur du marché. La différence avec la valeur de marché initiale ou bien celle de la date du bilan est également reprise au compte de résultats. Lors du remboursement de l'emprunt et la résiliation anticipée du contrat de change à terme, la différence de cours réalisée sur cet emprunt et le résultat du contrat à terme ont également été intégrés dans le compte de résultats. Les différences de cours sur cet emprunt en USD qui ont été reprises en résultat au cours de l'exercice s'élèvent à -3.401 k€ (2011 : -1.618 k€). L'évolution de la valeur de marché du contrat à terme sur devise qui est également reprise en résultat se chiffre à 3.401 k€ (2011 : 1.618 k€).

Sensibilité estimée au risque de change

Compte tenu de la couverture des risques de change évoquée ci-dessus, le management est d'avis que les risques de fluctuation de la valeur réelle ou des flux de trésorerie futurs des instruments financiers ayant un impact sur le résultat ou les fonds propres du fait de variations de change, ne sont pas tangibles.

B. RISQUE DE TAUX

Les échéances des dettes et obligations financières figurent à l'Annexe 26.

Les emprunts obligataires et les emprunts auprès des établissements de crédit affichent un taux d'intérêt fixe ou variable. Le tableau ci-après résume les taux d'intérêt effectifs, à la date du bilan, de ces emprunts à intérêts (emprunt obligataire convertible, emprunt obligataire et établissements de crédit), au 31 décembre 2012 :

Taux d'intérêt	en milliers d'euros	Valeur comptable	Taux d'intérêt réel
Taux d'intérêt fixe		112.877	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt fixe avec marge variable (*)		20.486	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt variable, converti en taux d'intérêt fixe via des contrats de couverture, avec marge variable (*)		11.057	entre 5% et 6%
Taux d'intérêt variable		2.988	entre 3% et 5%

Au 31 décembre 2012, le Groupe a en outre des comptes courants négatifs contractés auprès des établissements de crédit pour un montant total de 365 k€, qui ont un taux d'intérêt de marché variable.

(*) Suite à la renégociation des covenants bancaires en 2009, ces emprunts affichent une marge variable en fonction du ratio d'endettement atteint.

Le tableau ci-dessous résume les taux d'intérêt effectifs, à la date du bilan, de ces emprunts à intérêts (emprunt obligataire convertible, emprunt obligataire et établissements de crédit), au 31 décembre 2011 :

Taux d'intérêt	en milliers d'euros	Valeur comptable	Taux d'intérêt réel
Taux d'intérêt fixe		17.108	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt fixe avec marge variable (*)		77.254	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt variable, converti en taux d'intérêt fixe via des contrats de couverture, avec marge variable (*)		23.464	entre 4% et 6,5%
Taux d'intérêt variable		2.366	entre 3% et 5%

Au 31 décembre 2011, le Groupe a en outre des comptes courants négatifs contractés auprès des établissements de crédit pour un montant total de 633 k€, qui ont un taux d'intérêt de marché variable.

(*) Suite à la renégociation des covenants bancaires en 2009, ces emprunts affichent une marge variable en fonction du ratio d'endettement atteint.

Les prêts aux coentreprises, comptabilisés à la rubrique autres emprunts, ont un taux d'intérêt fixe qui est révisable après trois ou cinq ans.

Pour couvrir les risques résultant des fluctuations défavorables des taux d'intérêt, le Groupe a utilisé des instruments financiers, à savoir des contrats IRS et des contrats Cap Floor.

Les instruments financiers qui sont considérés comme des contrats de couverture de flux de trésorerie selon les normes IAS 39 au 31 décembre 2012, peuvent être résumés comme suit :

Etablissements de crédit : afin de limiter le risque de taux variable sur les divers contrats, plusieurs contrats IRS ont été conclus, assortis d'un montant notionnel total de 11.057 k€ (2011 : 23.464 k€).

Pour couvrir le risque d'intérêt sur l'emprunt en USD précité, le Groupe avait contracté un Interest Rate Swap, combiné à un Cross Currency Swap destiné à couvrir le risque de change détaillé sous 'Risque de change'. Suite à la contraction de cet Interest Rate Swap, le taux d'intérêt fixe réel sur cet emprunt a été ramené à 4,75%. Les flux de trésorerie relatifs à ce contrat ont coïncidé avec les flux de trésorerie du paiement des intérêts et remboursements de cet emprunt obligataire. Cet Interest Rate Swap a été traité comme une couverture de flux de trésorerie et a fait l'objet, début décembre 2012, d'une cessation anticipée suite au remboursement de cet emprunt obligataire.

De plus, il y a certains contrats qui ne peuvent pas être considérés comme des contrats de couverture selon les normes IAS 39. Au 31 décembre 2012, il s'agit de contrats IRS et d'un contrat Index Swap d'un montant notionnel total de 89.000 k€ (2011 : 8.849 kUSD et de 99.781 k€).

Les échéances des montants notionnels des instruments financiers se résument comme suit :

2012	en milliers d'euros	Courant		Non courant	
		1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	
Interest Rate Swap					
	<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	11.057			
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	4.000		75.000	
Contrats divers (Index Swap)					
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>			10.000	
<hr/>					
2011	en milliers d'euros	Courant		Non courant	
		1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	
Cross Currency Interest Rate Swap					
	<i>Currency Rate Swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie</i>			66.151	
	<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>			66.151	
	<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>			8.849	
Interest Rate Swap					
	<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	12.407	11.057		
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	2.100	4.000	75.000	
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)					
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	8.681		10.000	

Les justes valeurs à la date du bilan de ces instruments financiers se résument comme suit :

	en milliers d'euros	2012		2011	
		Créance	Obligation	Créance	Obligation
Cross Currency Interest Rate Swap					
	<i>Currency Rate Swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie</i>				-3.401
	<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>			637	
	<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>				-369
Interest Rate Swap					
	<i>Couverture de flux de trésorerie</i>		-287		-820
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	732	-1.550		-3.350
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)					
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	55			-249
		787	-1.837	637	-8.189

L'impact de l'évolution des valeurs de marché (avant impôts) de ces instruments financiers se résume comme suit :

2012	en milliers d'euros	Evolution valeurs de marché	Comptabilisées dans les fonds propres	Comptabilisées dans le compte de résultats
	<i>Currency Rate Swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie</i>	3.401		3.401
	<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>	-637	-637	
	<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>	369		369
Interest Rate Swap				
	<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	533	533	
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	2.532		2.532
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)				
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	304		304
		6.502	-104	6.606

Comme spécifié ci-dessus, une différence de cours sur l'emprunt en USD est reprise au résultat pour un montant de -3.401 k€.

2011	en milliers d'euros	Evolution valeurs de marché	Comptabilisées dans les fonds propres	Comptabilisées dans le compte de résultats
	<i>Currency Rate Swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie</i>	1.618		1.618
	<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>	-968	-968	
	<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>	88		88
Interest Rate Swap				
	<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	603	603	
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	742		742
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)				
	<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	162		162
		2.245	-365	2.610

Comme spécifié ci-dessus, une différence de cours sur l'emprunt en USD est reprise au résultat pour un montant de -1.618 k€.

Les modifications reprises dans le compte de résultats sont actées sous les résultats financiers.

Analyse de sensibilité aux taux d'intérêt

Compte tenu des contrats de couverture mentionnés ci-dessus, qui limitent le risque d'intérêt, il a été vérifié dans quelle mesure une hausse ou une baisse générale de 100 points de base appliquée dans une même mesure à toutes les

durées influencerait la charge d'intérêt comptabilisée en 2012. Ce calcul révèle qu'une hausse générale de 100 points de base du taux sur les emprunts, appliquée dans une même mesure à toutes les durées, entraînerait une hausse de la charge d'intérêt 2012 de 199 k€, tandis qu'une baisse générale de 100 points de base du taux, appliquée dans une même mesure à toutes les durées, engendrerait une baisse de la charge d'intérêt 2012 de 205 k€. Ces modifications de la charge d'intérêt seraient influencées comme suit par les contrats de couverture des flux de trésorerie en cours : en cas de hausse générale de 100 points de base du taux sur les emprunts, on observe une baisse du résultat avant impôts 2012 de 10 k€. En revanche, une baisse générale de 100 points de base du taux se traduirait par une hausse du résultat avant impôts 2012 de 17 k€.

C. RISQUE DE CRÉDIT

Le Groupe est exposé au risque de crédit sur ses clients, ce qui pourrait entraîner des pertes de crédit.

Pour maîtriser le risque de crédit, des études de solvabilité sont effectuées à l'égard des clients qui souhaitent bénéficier d'importantes facilités de crédit. Dans le cas où ces études mènent à une conclusion négative, l'octroi du crédit est refusé ou limité. En outre, le Groupe utilise des instruments commerciaux financiers, comme des lettres de change, pour gérer son risque de crédit et une assurance-crédit est contractée pour un pourcentage limité des clients étrangers de l'imprimerie.

Aucune concentration importante de risques de crédit avec une seule contrepartie n'a été enregistrée au 31 décembre 2012.

En dépit de l'intention de RMG de limiter ses risques de crédit, l'entreprise peut se trouver confrontée à une détérioration de la solvabilité de ses clients. L'impossibilité éventuelle de conclure une police d'assurance-crédit relativement à certains clients peut avoir un impact réellement négatif sur les activités, la position financière et/ou les résultats d'exploitation de RMG.

La valeur comptable des actifs financiers représente l'exposition maximale du Groupe au risque de crédit. La valeur comptable est rapportée, dépréciations comprises. Un état de cette valeur comptable figure au point F. ci-après, les dépréciations étant détaillées à l'Annexe 17.

D. RISQUE DE LIQUIDITÉ

Les échéances contractuelles des dettes financières se trouvent en Annexe 26.

L'endettement de RMG et les restrictions convenues dans les contrats de financement peuvent avoir une influence néfaste sur la situation de trésorerie de RMG. La rupture éventuelle de covenants peut donner lieu à l'exigibilité immédiate des crédits.

Le Groupe prévoit de respecter ses engagements par les flux de trésorerie opérationnels. En outre, le Groupe dispose de plusieurs lignes de crédit à court terme pour un montant total de 71.828 k€. Ces lignes de crédit créent une réserve supplémentaire de fonds de roulement. Il existe pour ces facilités de crédit aucune durée spécifique garantie par les prêteurs.

RMG gère les flux de trésorerie et de financement et les risques qui en découlent par le biais d'une politique de trésorerie au niveau du Groupe. Pour optimiser les positions patrimoniales et limiter au maximum les charges d'intérêt y afférentes, les flux de trésorerie des filiales du Groupe sont centralisés le plus possible au sein d'un cash pool.

E. GESTION DU CAPITAL

RMG tente constamment d'optimiser la structure de son capital (combinaison de dettes et de capitaux propres). Le principal objectif de la structure du capital est la maximalisation de la valeur d'actionnaire tandis que, dans le même temps, la flexibilité financière souhaitée est maintenue pour réaliser des projets stratégiques.

Lorsque nous analysons notre structure de capital, nous utilisons la même distinction dettes/fonds propres que celle appliquée dans nos comptes selon les IFRS.

F. JUSTE VALEUR

La valeur comptable et la juste valeur des actifs financiers et des passifs financiers s'élèvent à :

en milliers d'euros	Annexe	2012		2011	
		Valeur comptable	Juste valeur	Valeur comptable	Juste valeur
Actifs non courants					
Participations disponibles à la vente, prêts et cautions	16	5.512	5.512	3.938	3.938
Clients et autres créances	17	1.794	1.794	2.036	2.036
Produits dérivés financiers				196	196
Actifs courants					
Clients et autres créances	17	168.950	168.950	175.257	175.257
Placements de trésorerie	20	42.828	42.828	2.726	2.726
Trésorerie	20	35.684	35.684	31.978	31.978
Passifs non courants					
Dettes financières	26	-128.994	-121.747	-104.742	-95.764
Dettes commerciales	27	-2.184	-2.184	-1.661	-1.661
Autres dettes	27	-271	-271	-320	-320
Produits dérivés financiers		-137	-137		
Passifs courants					
Dettes financières	26	-19.053	-28.932	-19.290	-28.779
Dettes commerciales	27	-109.642	-109.642	-93.400	-93.400
Acomptes reçus	27	-49.744	-49.744	-50.421	-50.421
Autres dettes	27	-3.992	-3.992	-6.018	-6.018
Intérêts à imputer	27	-1.526	-1.526	-1.111	-1.111

La section ci-dessous résume les méthodes et hypothèses les plus importantes utilisées pour l'estimation de la juste valeur des instruments financiers repris dans ce détail.

Participations disponibles à la vente

Comme spécifié à l'Annexe 16 : comme aucune estimation fiable ne peut être faite de la juste valeur des participations reprises dans cette rubrique, les actifs financiers pour lesquels il n'existe pas de marché actif sont valorisés à leur prix coûtant.

Prêts, cautions, clients, autres créances, dettes commerciales et autres dettes

Pour les créances et les dettes présentant une durée initiale d'un an au plus, la valeur nominale est censée refléter la juste valeur, compte tenu de la courte durée. Pour les créances à plus d'un an, il a été constaté que la valeur comptable reflète la juste valeur.

Dettes financières

La juste valeur des emprunts et des dettes de location-financement est calculée sur la base de la valeur au comptant des flux de trésorerie futurs attendus du fait des remboursements et paiements d'intérêts.

Autres passifs

Pour les passifs courants, la valeur nominale est censée refléter la juste valeur, compte tenu de la courte durée. Pour

les dettes commerciales à plus d'un an, il a été constaté que la valeur comptable reflète la juste valeur. Pour les instruments dérivés financiers, la juste valeur est déterminée sur la base de la valorisation du marché à la date du bilan.

HIÉRARCHIE POUR L'ÉVALUATION DE LA JUSTE VALEUR

Au 31 décembre 2012, les instruments financiers valorisés à la juste valeur sont :

	en milliers d'euros	31/12/2012	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Actifs valorisés à la juste valeur					
Placements de trésorerie		42.828		42.828	
Interest Rate Swap - non-couverture de flux de trésorerie		732		732	
Index Swap - non-couverture de flux de trésorerie		55		55	
Passifs valorisés à la juste valeur					
Instruments dérivés - contrats de change		-137		-137	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie		-287		-287	
Interest Rate Swap - non-couverture de flux de trésorerie		-1.550		-1.550	

Au 31 décembre 2011, les instruments financiers valorisés à la juste valeur sont :

	en milliers d'euros	31/12/2011	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Actifs valorisés à la juste valeur					
Placements de trésorerie		2.726		2.726	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie		637		637	
Instruments dérivés - contrats de change		196		196	
Passifs valorisés à la juste valeur					
Currency Rate Swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie		-3.401		-3.401	
Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie		-369		-369	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie		-820		-820	
Interest Rate Swap - non-couverture de flux de trésorerie		-3.350		-3.350	
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)		-249		-249	

La hiérarchie à 3 niveaux pour l'évaluation de la juste valeur est :

- niveau 1 : prix cotés sur des marchés actifs pour des actifs ou passifs identiques
- niveau 2 : des données autres que des prix cotés inclus dans le niveau 1 qui sont observables pour l'actif ou le passif, directement (c'est-à-dire le prix) ou indirectement (c'est-à-dire un dérivé du prix)
- niveau 3 : des données pour l'actif ou le passif qui ne sont pas basées sur des données de marché observables (données non observables)

Au cours de l'année 2012, il n'y avait pas de transferts entre niveaux.

ANNEXE 31 - ACQUISITIONS DE FILIALES

Les acquisitions importantes suivantes, avec impact sur les comptes annuels consolidés, sont intervenues en 2012 : Le 9 janvier 2012, Roularta Media Group a acquis pour un montant fixe 50% des actions existantes de la société Actua-Medica SA (anciennement UBM Medica Belgium SA). Cette joint-venture offre les meilleures garanties pour un avenir durable de la presse médicale en Belgique, en assurant l'optimisation de l'offre existante, en préservant l'offre d'information et le service aux lecteurs et en renforçant le service aux annonceurs.

Le 4 octobre 2012, Roularta Media Group et Twice (une participation à 25% de Roularta Media Group) ont acquis 100% des actions de Lejaeghere SPRL. Lejaeghere SPRL est l'organisateur de la Journée Découverte Entreprises et de son pendant flamand Open Bedrijvendag. Le Groupe a également acquis les éléments patrimoniaux détenus par les ASBL Journée Découverte Entreprises et Open Bedrijven. Cette reprise s'inscrit parfaitement dans la stratégie à 360° de Roularta Media Group. Roularta est déjà très présent dans les médias d'affaires via ses magazines (notamment Trends-Tendances/Trends), ses sites Web Trends.be et Trendstop.be, les chaînes des affaires Canal Z/Kanaal Z, les apps de Trends-Tendances et Canal Z et toute une série d'événements tels que le Manager de l'Année, les Trends Gazelles... et des salons tels que Entreprendre et Ondernemen in Vlaanderen. La Journée Découverte Entreprises renforce encore le leadership de Roularta dans ce segment. Pour cette reprise, le contrat prévoit un prix d'achat supplémentaire plafonné.

Le 28 décembre 2012, Alphadistri SAS (filiale à 100% de Roularta Media Group, via Job Rencontres et Groupe Express-Roularta) a acquis 100% des actions de Kiwijob SARL pour un montant fixe. Kiwijob SARL est l'exploitant d'un site Web Kiwidistrib proposant des annonces d'emploi dans le commerce de détail et le commerce de détail spécialisé. Cette activité s'inscrit dans le prolongement de celles d'Alphadistri SAS, qui exploite le site d'emploi Distrijob.fr, auquel le site Kiwidistrib a été intégré.

Le prix des acquisitions mentionnées ci-dessus, y compris l'earn-out à payer estimé, s'élève à 1.837 k€. Ce montant était déjà payé fin 2012.

En 2011, Groupe Express-Roularta SA a acquis Technologues Culturels SAS, Regionale Media Maatschappij SA a acquis 50% des actions de Web Producties SA et Roularta Media Group SA a acquis 100% des actions de New Bizz Partners SA.

Les acquisitions effectuées en 2012 ont été actées selon la méthode de l'acquisition, conformément à la norme IFRS 3 *Regroupement d'entreprises* (version révisée).

La juste valeur des actifs et passifs des filiales acquises à la date d'acquisition et les montants payés sont présentés comme suit :

	en milliers d'euros	2012	2011
ACTIFS		TOTAL	TOTAL
Actifs non courants		2.344	3.077
Immobilisations incorporelles		2.004	3.051
Immobilisations corporelles		84	15
Participations disponibles à la vente, prêts et cautions		58	5
Actifs d'impôts différés		198	6
Actifs courants		6.160	983
Stocks		1.238	
Clients et autres créances		3.642	899
Trésorerie et équivalents de trésorerie		1.106	79
Charges à reporter et produits acquis		174	5
Total de l'actif		8.504	4.060

en milliers d'euros	2012	2011
PASSIFS	TOTAL	TOTAL
Passifs non courants	1.058	145
Provisions	968	
Dettes financières	73	10
Dettes commerciales	17	
Autres dettes		135
Passifs courants	5.627	968
Dettes financières	6	132
Dettes commerciales	1.886	623
Acomptes reçus	1.402	
Avantages du personnel	393	36
Impôts	54	
Autres dettes	1.624	176
Charges à imputer et produits à reporter	262	1
Total du passif	6.685	1.113
Total actif net acquis	1.819	2.947
Actif net acquis	1.819	2.947
Intérêts minoritaires	18	0
Prix d'acquisition payé / à payer en trésorerie et équivalents de trésorerie	1.837	2.947
Placements, trésorerie et équivalents de trésorerie acquis	-1.106	-79
Sortie de trésorerie nette	731	2.868

Le chiffre d'affaires et le résultat des entreprises acquises inclus dans le chiffre d'affaires et le résultat du Groupe est :

en milliers d'euros	Chiffre d'affaires de l'exercice	Résultat de l'exercice
- ActuaMedica SA	4.033	185
- activité Journée Découverte / Open Bedrijven	1.656	-327
- Kijwjob SARL	0	0

Si l'acquisition des participations citées avait eu lieu le 1^{er} janvier 2012, 5.692 k€ de chiffre d'affaires et 146 k€ de perte auraient été enregistrés dans le compte de résultats consolidé.

ANNEXE 32 - CESSIONS DE FILIALES

Au cours de l'exercice, aucune participation n'a été vendue.
Au cours de l'exercice précédent, aucune participation n'a été vendue.

ANNEXE 33 - PARTICIPATIONS DANS DES COENTREPRISES

Une liste des coentreprises, comportant le nom, le pays d'origine et le pourcentage détenu, est reprise dans l'Annexe 37 des états financiers consolidés. Les coentreprises importantes du Groupe sont VMMA SA (télévision commerciale nationale et radio), les magazines senior et les acquisitions en Allemagne de 2008.

La quote-part des coentreprises dans les actifs, les passifs, le chiffre d'affaires et le résultat net du Groupe est comme suit :

en milliers d'euros	2012	2011
Actifs non courants	88.410	86.222
Actifs courants	120.610	112.752
Passifs non courants	19.039	16.556
Passifs courants	70.979	62.735
Quote-part dans le chiffre d'affaires	209.783	218.151
Quote-part dans le résultat net	16.576	20.668

ANNEXE 34 - FAITS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Le 19 février 2013, Groupe Express-Roularta (100% Roularta Media Group) a annoncé à Paris un plan social. Le but est de réduire de quelque 10% l'ensemble de la masse salariale du Groupe en France par le biais de réorganisations et de restructurations. Le processus tout entier sera mis en œuvre dans le courant de 2013, et la majeure partie de ses effets ne seront ressentis qu'en 2014.

Le 20 mars 2013, Roularta Media Group a repris Coface Services Belgium. Cette entreprise, qui réalise un chiffre d'affaires annuel de quelque 6 millions d'euros et occupe une quarantaine de personnes, est un acteur très important sur le marché des informations commerciales où elle est active depuis 25 ans. Sous la marque B-information, Coface Services Belgium propose des informations commerciales à jour, sur mesure, dans quatre domaines différents : B-marketing, B-finance, B-legal et B-collection. Le prix de la reprise représente environ la moitié du chiffre d'affaires annuel. Cette reprise s'inscrit parfaitement dans la stratégie de Roularta Media Group qui vise à renforcer sa position actuelle sur le marché des informations commerciales, un marché dans lequel le Groupe est déjà bien implanté via Trends Top.

Pour le reste, il ne s'est produit aucun autre événement important susceptible d'influencer de manière substantielle les résultats et la position financière de l'entreprise.

ANNEXE 35 - HONORAIRES DU COMMISSAIRE ET DES PERSONNES LIÉES AU COMMISSAIRE

Les honoraires du commissaire s'élèvent à 418 k€. Les honoraires du commissaire pour des missions de contrôle supplémentaires s'élèvent à 58 k€. Les honoraires des personnes auxquelles le commissaire est lié s'élèvent à 28 k€ pour les missions fiscales et juridiques.

ANNEXE 36 - INFORMATION RELATIVE AUX PARTIES LIÉES

2012	en milliers d'euros	Coentreprises	Entreprises associées	Autres parties liées	Total
I. Actifs avec les parties liées		4.606	2.086	426	7.118
Participations disponibles à la vente, prêts et cautions		634			634
Prêts		634			634
Créances courantes		3.972	2.086	426	6.484
Clients		3.349	1.486	426	5.261
Autres créances		623	600		1.223
II. Passifs avec les parties liées		2.723	394	583	3.700
Dettes financières		19	0	0	19
Autres dettes		19			19
Dettes		2.704	394	583	3.681
Fournisseurs		2.701	394	583	3.678
Autres dettes		3			3
III. Transactions entre parties liées					
Vente de biens		1.569			1.569
Prestations de services données		9.033	3.720	721	13.474
Prestations de services reçues (-)		-5.705	-2.058	-2.850	-10.613
Transferts suivant les conventions de financement		-10	5		-5
IV. Rémunération des principaux dirigeants (y compris administrateurs)					5.078
- dont avantages à court terme					4.677
- dont avantages postérieurs à l'emploi					170
- dont transactions dont le paiement est fondé sur des actions					231

2011	en milliers d'euros	Coentreprises	Entreprises associées	Autres parties liées	Total
I. Actifs avec les parties liées		6.003	1.702	92	7.797
Participations disponibles à la vente, prêts et cautions		661	0	0	661
Prêts		661			661
Créances courantes		5.342	1.702	92	7.136
Clients		4.469	1.702	92	6.263
Autres créances		873			873

II. Passifs avec les parties liées	3.128	295	211	3.634
Dettes financières	19	0	0	19
Autres dettes	19			19
Dettes	3.109	295	211	3.615
Fournisseurs	3.109	295	211	3.615
III. Transactions entre parties liées				
Vente de biens	1.826			1.826
Prestations de services données	14.438	4.110	336	18.884
Prestations de services reçues (-)	-6.463	-2.150	-2.456	-11.069
Transferts suivant les conventions de financement	-36			-36
IV. Rémunération des principaux dirigeants (y compris administrateurs)				5.215
- dont avantages à court terme				4.694
- dont avantages postérieurs à l'emploi				155
- dont transactions dont le paiement est fondé sur des actions				366

Le Groupe n'a ni actifs, ni obligations, ni transactions avec ses actionnaires NV Koinon, NV Cennini et SA Bestinver Gestión S.G.I.I.C.

Les actifs, les obligations et les transactions avec des filiales sont entièrement éliminés dans la consolidation. Les actifs, les obligations et les transactions avec des coentreprises sont éliminés proportionnellement. La partie non éliminée est reprise sous cette rubrique. Les actifs, les obligations et les transactions avec des entreprises associées ne sont pas éliminés dans la consolidation et sont par conséquent repris intégralement sous cette rubrique.

La liste répertoriant la déclaration des filiales, des coentreprises et des entreprises associées figure dans l'Annexe 37.

Les autres parties associées sont des entreprises qui sont contrôlées par la direction et les cadres du Groupe et leur proches, ou au sein desquelles ces personnes ont une influence significative. Les rémunérations des dirigeants et administrateurs sont reprises séparément. Il n'y a aucune sûreté liée aux actifs et obligations à l'égard des parties associées, et il n'a pas été enregistré de moins-values.

Toutes les créances et dettes sont des créances et dettes à court terme qui sont acquittées à l'échéance. Toutes les transactions concernent des opérations commerciales ordinaires. Pour les ventes conclues par le Groupe avec ces parties associées, on applique la tarification habituelle. Pour les achats, on applique la procédure habituelle en ce qui concerne la sélection du fournisseur et les prix utilisés.

Il n'y a pas de créances exigibles ni de dettes à l'égard du key management.

ANNEXE 37 - STRUCTURE DU GROUPE

La société mère ultime du Groupe est Roularta Media Group NV, Roeselare, Belgique. Au 31 décembre 2012, 72 filiales, coentreprises et entreprises associées sont consolidées.

Nom de l'entreprise	Location	Fraction du capital détenue
1. Entreprises consolidées globalement		
ROULARTA MEDIA GROUP NV	Roeselare, Belgique	100,00%
A NOUS PARIS SAS	Paris, France	100,00%
A NOUS PROVINCE SAS	Roubaix, France	100,00%
ALPHADISTRI SAS	Paris, France	100,00%
ANIMOTION SARL	Paris, France	100,00%
BELGIAN BUSINESS TELEVISION NV	Bruxelles, Belgique	100,00%
BIBLO-ROULARTA MEDICA NV	Kalmthout, Belgique	100,00%
CITY MAGAZINE ROULARTA DOO	Belgrado, Serbie	100,00%
FORUM DE L'INVESTISSEMENT SA	Paris, France	100,00%
GROUPE EXPRESS-ROULARTA SA	Paris, France	100,00%
JOB RENCONTRES SA	Paris, France	100,00%
KIWIJOB SARL	Paris, France	100,00%
LE VIF MAGAZINE SA	Bruxelles, Belgique	100,00%
MESTNE REVIJE D.O.O.	Ljubljana, Slovénie	100,00%
NEW BIZZ PARTNERS NV	Roeselare, Belgique	100,00%
PRESS NEWS NV	Roeselare, Belgique	100,00%
REGIE DE WEEKKRANT NV	Roeselare, Belgique	100,00%
ROULARTA IT-SOLUTIONS NV	Roeselare, Belgique	100,00%
ROULARTA MANAGEMENT NV	Roeselare, Belgique	100,00%
ROULARTA MEDIA FRANCE SA	Paris, France	100,00%
ROULARTA MEDIA NEDERLAND BV	Breda, Pays-Bas	100,00%
ROULARTA PUBLISHING NV	Bruxelles, Belgique	100,00%
STUDIO PRESS SAS	Paris, France	100,00%
TECHNOLOGUES CULTURELS SAS	Paris, France	100,00%
TER BEVORDERING VAN HET ONDERNEMERSCHAP IN BELGIË VZW	Roeselare, Belgique	100,00%
TVOJ MAGAZIN D.O.O. - en liquidation	Zagreb, Croatie	100,00%
WEST-VLAAMSE MEDIA GROEP NV	Roeselare, Belgique	100,00%
JOURNÉE DECOUVERTE ENTREPRISES ASBL	Blandain, Belgique	81,25%
LEJAEGBHERE BVBA	Gentbrugge, Belgique	81,25%
OPEN BEDRIJVEN VZW	Gentbrugge, Belgique	81,25%
DE STREEKKRANT-DE WEEKKRANTGROEP NV	Roeselare, Belgique	80,00%
ROULARTA PRINTING NV	Roeselare, Belgique	77,41%
VOGUE TRADING VIDEO NV	Roeselare, Belgique	74,67%
L'EXPRESS VENTURES SAS	Paris, France	68,50%
PRÉLUDE ET FUGUE SARL	Paris, France	51,00%
ZEEUWS VLAAMS MEDIABEDRIJF BV	Terneuzen, Pays-Bas	40,80%

2. Entreprises consolidées proportionnellement

ACTUAMEDICA NV	Roeselare, Belgique	50,00%
AVENTIN IMMOBILIER SCI	Paris, France	50,00%
BAYARD MEDIA GMBH & CO KG	Augsburg, Allemagne	50,00%
BAYARD MEDIA VERWALTUNGS GMBH	Augsburg, Allemagne	50,00%
BELGOMEDIA SA	Verviers, Belgique	50,00%
CTR MEDIA SA	Evere, Belgique	50,00%
DE WOONKIJKER NV	Anvers, Belgique	50,00%
FIRST MEDIA SA	Bruxelles, Belgique	50,00%
HIMALAYA NV	Zaventem, Belgique	50,00%
IDÉAT ÉDITIONS SA	Paris, France	50,00%
J.M. SAILER GESCHAFTSFUHRUNGS GMBH	Nurnberg, Allemagne	50,00%
J.M. SAILER VERLAG GMBH	Nurnberg, Allemagne	50,00%
JOEfm NV	Vilvoorde, Belgique	50,00%
MEDIA AD INFINITUM NV	Vilvoorde, Belgique	50,00%
PARATEL NV	Vilvoorde, Belgique	50,00%
PRESS PARTNERS BV	Baarn, Pays-Bas	50,00%
REGIONALE MEDIA MAATSCHAPPIJ NV	Roeselare, Belgique	50,00%
ROULARTA BUSINESS LEADS NV	Roeselare, Belgique	50,00%
SENIOR PUBLICATIONS DEUTSCHLAND GMBH & CO KG	Cologne, Allemagne	50,00%
SENIOR PUBLICATIONS NEDERLAND BV	Baarn, Pays-Bas	50,00%
SENIOR PUBLICATIONS SA	Bruxelles, Belgique	50,00%
SENIOR PUBLICATIONS VERWALTUNGS GMBH	Cologne, Allemagne	50,00%
TVBASTARDS NV (anciennement STUDIO-A NV)	Boortmeerbeek, Belgique	50,00%
VERLAG DEUTSCHER TIERSCHUTZ-DIENST GMBH	Nurnberg, Allemagne	50,00%
VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ NV	Vilvoorde, Belgique	50,00%
VOIX DU NORD L'ÉTUDIANT SA	Lille, France	50,00%
REGIONALE TV MEDIA NV	Zellik, Belgique	33,33%
50+ BEURS & FESTIVAL BV	Arnhem, Pays-Bas	25,00%
LIVING & MORE VERLAG GMBH	Augsburg, Allemagne	25,00%
MPLUS GROUP NV	Vilvoorde, Belgique	25,00%
WEB PRODUCTIES NV	Tervuren, Belgique	25,00%

3. Entreprises mises en équivalence

REPROPRESS CVBA	Bruxelles, Belgique	31,92%
PARTENAIRE DÉVELOPPEMENT SARL	Lyon, France	25,00%
TWICE ENTERTAINMENT BVBA	Roeselare, Belgique	25,00%
FEBELMA REGIE CVBA	Bruxelles, Belgique	23,35%
MEDIAPLUS BV	Bussum, Pays-Bas	12,50%
NIEUWE UITGEVERS BV	Someren, Pays-Bas	12,50%

4. Entreprises d'importance négligeable qui ne sont pas comprises dans les états financiers consolidés

EUROCASINO NV - en liquidation	Bruxelles, Belgique	19,00%
TWICE TECHNICS BVBA	Roeselare, Belgique	18,75%

AU COURS DE L'EXERCICE 2012, LES CHANGEMENTS SUIVANTS SONT INTERVENUS DANS LE GROUPE :**Nouvelles participations :**

- 50% en ActuaMedica NV, acquisition le 9 janvier 2012.
- 68,5% en L'Express Ventures SAS, via Groupe Express-Roularta SA, constitution le 10 juillet 2012.
- 25% en Mplus Group NV, constitution le 26 juillet 2012 par KPN Group Belgium NV (50%), De Persgroep NV (25%) et Roularta Media Group NV (25%). En décembre 2012 vente des actions par De Persgroep et Roularta Media Group à Vlaamse Media Maatschappij.
- 81,25% en Lejaeghere BVBA, acquis par Roularta Media Group NV et Twice Entertainment BVBA le 4 octobre 2012.
- 100% en Kiwijob SARL, via Alphadistri SA, acquisition le 28 décembre 2012.

Nouveau dans la consolidation :

- 100% en Ter bevordering van het Ondernemerschap in België vzw (T.B.O.B. vzw), constitution le 16 juillet 2012.
- 81,25% en Open Bedrijven vzw (acquis avec Lejaeghere BVBA).
- 81,25% en Journée Decouverte Entreprises asbl (acquis avec Lejaeghere BVBA).

Augmentation de la participation sans changement de méthode de consolidation :

- Acquisition de la participation restante de 8% dans Mestne Revije D.O.O. le 4 juillet 2012.

Participations liquidées et fusionnées :

- Starway NV : mise en liquidation, liquidation clôturée le 30 mars 2012.

Autres modifications :

- Le 2 décembre 2011, Senior Publications Nederland BV, une filiale à 50% de Roularta Media Group SA, a acquis 25% des actions de Nieuwe Uitgevers BV, avec droits économiques à partir du 1^{er} janvier 2012. Par conséquent, Nieuwe Uitgevers BV est repris dans le champ de consolidation de RMG, via la méthode de la mise en équivalence, à partir de 2012.

Rapport du commissaire

Rapport du commissaire à l'assemblée générale
sur les états financiers consolidés clôturés le 31 décembre 2012

Aux actionnaires

Conformément aux dispositions légales, nous vous faisons rapport dans le cadre de notre mandat de commissaire. Ce rapport inclut notre rapport sur les états financiers consolidés tels que définis ci-dessous, ainsi que notre rapport sur d'autres obligations légales et réglementaires.

RAPPORT SUR LES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS - OPINION SANS RÉSERVE

Nous avons procédé au contrôle des états financiers consolidés de Roularta Media Group SA (la 'société') et de ses filiales (conjointement le 'Groupe'), établis en conformité avec les normes internationales d'information financière (International Financial Reporting Standards – IFRS) telles qu'adoptées par l'Union européenne et les dispositions légales et réglementaires applicables en Belgique. Ces états financiers consolidés comprennent le bilan consolidé clôturé le 31 décembre 2012, le compte de résultats consolidé, l'état consolidé du résultat global, l'état consolidé des variations des capitaux propres et le tableau consolidé des flux de trésorerie pour l'exercice clôturé à cette date, ainsi que le résumé des principales méthodes comptables et les autres notes explicatives. Le total de l'actif mentionné dans le bilan consolidé s'élève à 938.436 (000) EUR et la perte consolidée (part du Groupe) de l'exercice s'élève à 2.504 (000) EUR.

Responsabilité du conseil d'administration relative à l'établissement des états financiers consolidés

Le conseil d'administration est responsable de l'établissement d'états financiers consolidés donnant une image fidèle conformément aux normes internationales d'information financière telles qu'adoptées par l'Union européenne et aux dispositions légales et réglementaires applicables en Belgique, ainsi que de la mise en place du contrôle interne qu'il juge nécessaire pour permettre l'établissement d'états financiers consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Responsabilité du commissaire

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces états financiers consolidés sur la base de notre contrôle. Nous avons effectué notre contrôle selon les normes internationales d'audit. Ces normes requièrent de notre part de nous conformer aux exigences déontologiques ainsi que de planifier et de réaliser l'audit en vue d'obtenir une assurance raisonnable que les états financiers consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants repris et les informations fournies dans les états financiers consolidés. Le choix des procédures mises en œuvre, y compris l'évaluation des risques que les états financiers consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de

fraudes ou résultent d'erreurs, relève du jugement du commissaire. En procédant à cette évaluation des risques, le commissaire prend en compte le contrôle interne du Groupe relatif à l'établissement d'états financiers consolidés donnant une image fidèle, cela afin de définir des procédures d'audit appropriées selon les circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne du Groupe. Un audit consiste également à apprécier le caractère approprié des méthodes comptables retenues, le caractère raisonnable des estimations comptables faites par le conseil d'administration, et la présentation d'ensemble des états financiers consolidés. Nous avons obtenu des préposés de la société et du conseil d'administration les explications et informations requises pour notre contrôle.

Nous estimons que les éléments probants recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Opinion sans réserve

A notre avis, les états financiers consolidés de la société Roularta Media Group SA donnent une image fidèle du patrimoine et de la situation financière du Groupe au 31 décembre 2012, ainsi que de ses résultats et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clôturé à cette date, conformément aux normes internationales d'information financière telles qu'adoptées par l'Union européenne et aux dispositions légales et réglementaires applicables en Belgique.

RAPPORT SUR D'AUTRES OBLIGATIONS LÉGALES ET RÉGLEMENTAIRES

Le conseil d'administration est responsable de l'établissement et du contenu du rapport de gestion sur les états financiers consolidés.

Dans le cadre de notre mandat, notre responsabilité est, à tous égards significatifs, de vérifier le respect de certaines obligations légales et réglementaires. Sur cette base, nous faisons la mention complémentaire suivante qui n'est pas de nature à modifier la portée de notre opinion sur les états financiers consolidés :

- Le rapport de gestion sur les états financiers consolidés traite des informations requises par la loi, concorde dans tous ses aspects significatifs avec les états financiers consolidés et ne comprend pas d'informations manifestement incohérentes par rapport aux informations dont nous avons eu connaissance dans le cadre de notre mandat.

Kortrijk, le 10 avril 2013

Le commissaire
DELOITTE Réviseurs d'Entreprises
SC s.f.d. SCRL

Représentée par
Frank Verhaegen
Kurt Dehoorne

Comptes annuels statutaires

COMPTES ANNUELS STATUTAIRES ABRÉGÉS

Les pages suivantes sont extraites des comptes annuels statutaires de Roularta Media Group NV, établis conformément aux règles comptables belges.

Les règles d'évaluation utilisées dans les comptes annuels statutaires diffèrent considérablement des règles d'évaluation utilisées dans les comptes annuels consolidés : les comptes annuels statutaires sont basés sur la législation comptable belge, tandis que les comptes annuels consolidés sont établis conformément aux normes IFRS.

Seuls les comptes annuels consolidés évoqués dans les pages précédentes représentent de manière fidèle la situation et les résultats financiers du groupe Roularta.

Le rapport de gestion du conseil d'administration à l'assemblée générale des actionnaires, les comptes annuels de Roularta Media Group NV et le rapport du commissaire seront déposés à la Banque Nationale de Belgique dans les délais légaux. Ces documents sont disponibles sur demande auprès du département Investor Relations de la société, ainsi qu'à l'adresse www.roularta.be/fr/info-investisseurs.

Le rapport du commissaire ne stipule pas de réserves et précise que les comptes annuels statutaires de Roularta Media Group NV, pour l'exercice clôturé au 31 décembre 2012, donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de la société, conformément au référentiel comptable applicable en Belgique.

EXTRAIT DU RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

Les comptes annuels, tels qu'ils seront présentés à l'assemblée générale des actionnaires du 21 mai 2013, ont été approuvés par le conseil d'administration du 22 mars 2013.

AFFECTATION DU RÉSULTAT

La perte de l'exercice 2012 à affecter s'élève à 60.918.742,93 euros, par rapport à un bénéfice à affecter de 11.612.203,70 euros pour l'exercice 2011. Le bénéfice reporté de l'exercice précédent s'élève à 5.156,77 euros. Par conséquent, la perte à affecter s'élève à 60.913.586,16 euros.

Le conseil d'administration propose à l'assemblée générale de ne pas distribuer de dividende pour l'exercice 2012.

Par conséquent on propose d'affecter le résultat comme suit :

- Prélèvement sur les réserves de 60.916.112,04 euros
- Bénéfice à reporter de 2.525,88 euros

COMPTE DE RÉSULTATS STATUTAIRE ABRÉGÉ

Compte de résultats statutaire abrégé	en milliers d'euros	2012	2011
Ventes et prestations		277.522	296.345
Coût des ventes et des prestations		-274.375	-285.516
Bénéfice d'exploitation		3.147	10.829
Produits financiers		18.786	19.105
Charges financières		-15.820	-14.908
Bénéfice courant avant impôts		6.113	15.026
Produits exceptionnels		54	1.466
Charges exceptionnelles		-67.091	-3.584
Perte / bénéfice de l'exercice avant impôts		-60.924	12.908
Prélèvements sur les impôts différés		13	15
Impôts sur le résultat		-31	-1.338
Perte / bénéfice de l'exercice		-60.942	11.585
Prélèvements sur les réserves immunisées		23	27
Perte / bénéfice de l'exercice à affecter		-60.919	11.612

Affectations et prélèvements	en milliers d'euros	2012	2011
Perte / bénéfice à affecter		-60.914	11.615
Perte / bénéfice de l'exercice à affecter		-60.919	11.612
Bénéfice reporté de l'exercice précédent		5	3
Prélèvements sur les capitaux propres		60.916	0
Sur les réserves		60.916	0
Affectations aux capitaux propres		0	-7.241
A la réserve légale		0	581
Aux autres réserves		0	6.660
Résultat à reporter		-2	-5
Bénéfice à reporter		2	5
Bénéfice à distribuer		0	-4.369
Rémunération du capital		0	4.369

BILAN STATUTAIRE ABRÉGÉ APRÈS AFFECTATION DU RÉSULTAT

ACTIF	en milliers d'euros	2012	2011
Actifs immobilisés		437.562	503.854
Frais d'établissement		43	245
Immobilisations incorporelles		5.441	6.363
Immobilisations corporelles		14.463	14.587
Immobilisations financières		417.615	482.659
Actifs circulants		141.097	105.186
Créances à plus d'un an		0	275
Stocks et commandes en cours d'exécution		683	1.081
Créances à un an au plus		64.886	71.847
Placements de trésorerie		47.831	10.604
Valeurs disponibles		24.726	18.749
Comptes de régularisation		2.971	2.630
Total de l'actif		578.659	609.040

PASSIF	en milliers d'euros	2012	2011
Capitaux propres		262.010	322.953
Capital		203.225	203.225
Primes d'émission		304	304
Réserve légale		15.370	15.370
Réserves indisponibles		6.789	9.605
Réserves immunisées		1.440	1.463
Réserves disponibles		34.880	92.980
Bénéfice reporté		2	5
Subsides en capital		0	1
Provisions et impôts différés		2.245	2.215
Dettes		314.404	283.872
Dettes à plus d'un an		171.168	143.115
Dettes à un an au plus		139.771	138.624
Comptes de régularisation		3.465	2.133
Total du passif		578.659	609.040

Lecteurs | diffusion | visiteurs

BELGIQUE

KRANT VAN WEST-VLAANDEREN :
356.100 lecteurs CIM,
diffusion 74.477 ex.

BELGIQUE MAGAZINES D'ACTUALITÉ

KNACK :
494.600 lecteurs CIM,
diffusion 109.359 ex.
LE VIF/L'EXPRESS :
407.200 lecteurs CIM,
diffusion 67.426 ex.
KNACK WEEKEND :
390.900 lecteurs CIM,
diffusion 109.359 ex.
LE VIF WEEKEND :
215.200 lecteurs CIM,
diffusion 67.426 ex.
KNACK FOCUS :
296.400 lecteurs CIM,
diffusion 109.359 ex.
FOCUS VIF :
154.100 lecteurs CIM,
diffusion 67.426 ex.

BELGIQUE MAGAZINE D'AFFAIRES ET D'ACTUALITÉ

TRENDS-TENDANCES :
197.600 lecteurs CIM,
diffusion 40.255 ex.

BELGIQUE MAGAZINE SPORTIF

SPORT/FOOT MAGAZINE :
511.100 lecteurs CIM,
diffusion 48.905 ex.

MAGAZINES POUR SENIORS

PLUS BELGIQUE :
306.100 lecteurs CIM,
diffusion 113.665 ex.
PLUS PAYS-BAS :
1.044.150 lecteurs,
diffusion 278.473 ex.
PLUS ALLEMAGNE :
diffusion 251.976 ex.

BELGIQUE MAGAZINES PEOPLE

ROYALS :
126.200 lecteurs CIM,
diffusion 25.085 ex.
TÉLÉPRO :
469.100 lecteurs CIM,
diffusion 122.181 ex.

BELGIQUE MAGAZINES LIFESTYLE

NEST :
495.100 lecteurs CIM,
diffusion 131.624 ex.
JE VAIS CONSTRUIRE & RÉNOVER :
173.000 lecteurs CIM,
diffusion 15.010 ex.
GRANDE :
126.500 lecteurs CIM,
diffusion 10.693 ex.
BODYTALK :
diffusion 187.125 ex.

BELGIQUE ROULARTA B-TO-B

JOURNAL DU MÉDECIN/ARTSENKRANT :
diffusion 22.077 ex.
INDUSTRIE TECHNIQUE & MANAGEMENT :
25.600 lecteurs CIM,
diffusion 23.914 ex.
DATA NEWS :
39.600 lecteurs CIM,
diffusion 18.168 ex.
NOUVELLES GRAPHIQUES :
diffusion 5.200 ex.

BELGIQUE MÉDIAS D'INFORMATION LOCAUX

DE STREEKKRANT/DE WEEKKRANT :
2.674.900 lecteurs CIM,
diffusion 2.539.813 ex.
DE ZONDAG :
1.530.300 lecteurs CIM,
diffusion 586.951 ex.

BELGIQUE CITY MAGAZINE

STEPS CITY MAGAZINE :
499.900 lecteurs CIM,
diffusion 710.127 ex.

FRANCE CITY MAGAZINES

A NOUS PARIS :
diffusion 275.000 ex.
A NOUS LILLE :
diffusion 40.000 ex.
A NOUS LYON :
diffusion 40.000 ex.
A NOUS MARSEILLE :
diffusion 40.000 ex.

SERBIE CITY MAGAZINE

CITY MAGAZINE :
diffusion 70.000 ex.

SLOVÉNIE CITY MAGAZINE

CITY MAGAZINE :
diffusion 70.000 ex.

FRANCE MAGAZINE D'ACTUALITÉ L'EXPRESS

L'EXPRESS :
2.144.000 Lecteurs,
diffusion 433.031 ex.
L'EXPRESS STYLES :
952.000 lecteurs,
diffusion 433.031 ex.

FRANCE MAGAZINE PEOPLE

POINT DE VUE :
diffusion 238.301 ex.

FRANCE MAGAZINES D'AFFAIRES

L'EXPANSION :
492.000 lecteurs,
diffusion 138.775 ex.
L'ENTREPRISE :
352.000 lecteurs,
diffusion 74.667 ex.
MIEUX VIVRE VOTRE ARGENT :
952.000 lecteurs,
diffusion 218.323 ex.

FRANCE MAGAZINES LIFESTYLE

CÔTÉ EST :
453.000 lecteurs,
diffusion 48.557 ex.
CÔTÉ SUD :
970.000 lecteurs,
diffusion 110.746 ex.
CÔTÉ OUEST :
871.000 lecteurs,
diffusion 81.327 ex.
MAISON MAGAZINE :
1.174.000 lecteurs,
diffusion 116.345 ex.
MAISON FRANÇAISE :
514.000 lecteurs,
diffusion 106.287 ex.
IDEAT :
diffusion 83.971 ex.

FRANCE MAGAZINES CULTURELS

STUDIO CINÉ LIVE :
855.000 lecteurs,
diffusion 85.151 ex.
LIRE :
diffusion 66.059 ex.
CLASSICA :
diffusion 26.653 ex.

BELGIQUE SITES WEB

KNACK.BE/LEVIF.BE SITE WEB :
3.480.367 visiteurs uniques par mois (21.173.776 pages consultées)
TRENDS.BE :
1.211.477 visiteurs uniques par mois (7.291.554 pages consultées)
WEEKEND.BE :
370.387 visiteurs uniques par mois (2.438.208 pages consultées)
DATANEWS.BE :
213.116 visiteurs uniques par mois (946.959 pages consultées)
PLUSMAGAZINE.BE :
175.000 visiteurs uniques par mois (1.232.209 pages consultées)
KW.BE :
264.970 visiteurs uniques par mois (2.198.041 pages consultées)
VLAN.BE :
1.178.351 visiteurs uniques par mois (23.735.911 pages consultées)

FRANCE SITES WEB

L'EXPRESS.FR :
6.841.000 visiteurs uniques par mois
COTEMAISON.FR :
804.000 visiteurs uniques par mois
L'ETUDIANT.FR :
2.145.000 visiteurs uniques par mois

PHOTOS : fotostudio DSP, Christine Soler, Daniel Gerst



Brussels Media Centre

(la rédaction)
Rue de la Fusée 50, 1130 Bruxelles



Vlaamse Media Maatschappij

Medialaan 1, 1800 Vilvoorde

FRANCE



Groupe Express-Roularta

29, rue de Châteaudun, 75308 Paris

Siège principal RMG

Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare



Roularta Media

(régie publicitaire et Seminar Centre)
Z.1. Researchpark 120, 1731 Zellik

CALENDRIER FINANCIER

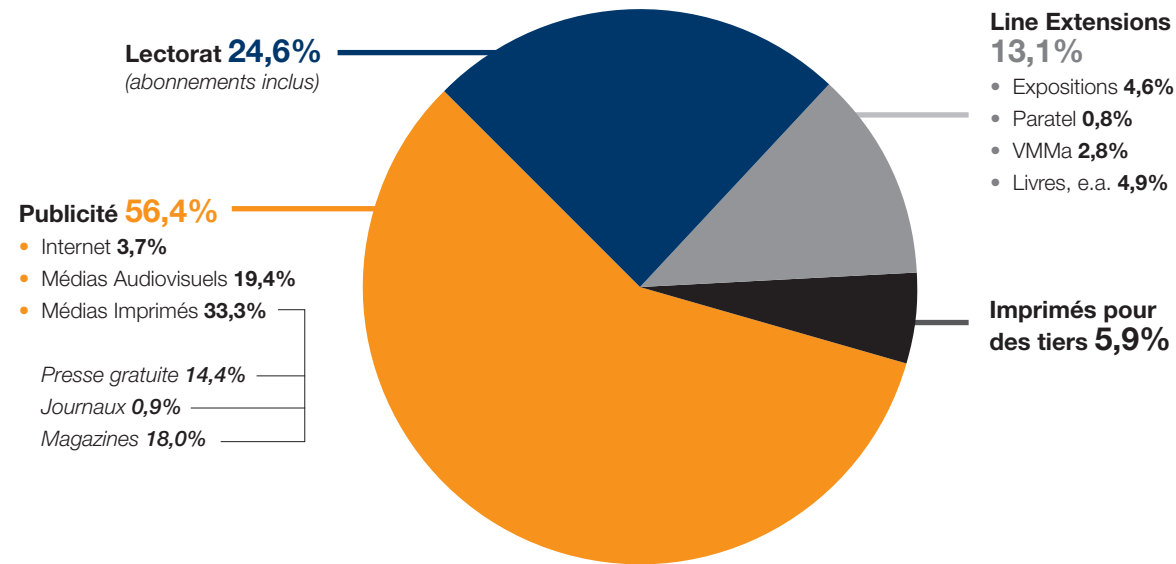
Assemblée Générale 2012	21 mai 2013
Déclaration intermédiaire premier trimestre 2013	21 mai 2013
Communiqué des résultats semestriels 2013	21 août 2013
Déclaration intermédiaire troisième trimestre 2013	18 novembre 2013
Communiqué des résultats annuels 2013	17 mars 2014
Assemblée Générale 2013	20 mai 2014

INVESTOR RELATIONS

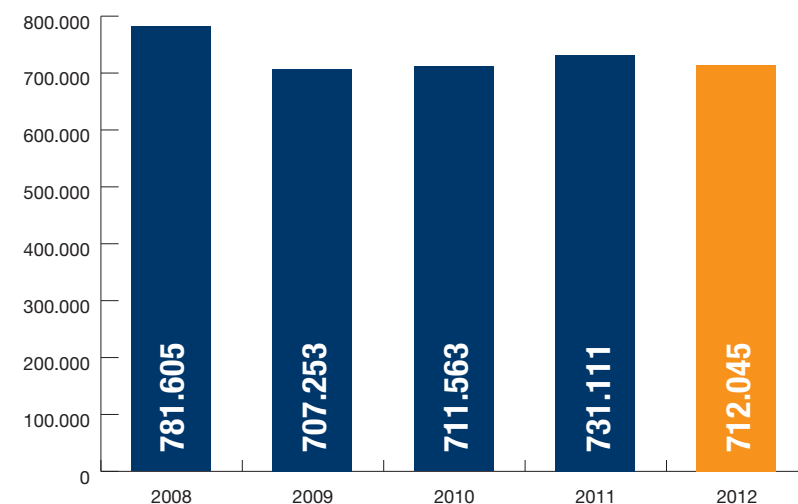
	Rik De Nolf	Jan Staelens
Téléphone	+32 51 26 63 23	+32 51 26 63 26
Fax	+32 51 26 65 93	+32 51 26 66 27
Courriel	rik.de.nolf@roularta.be	jan.staelens@roularta.be
Site Web	www.roularta.be	

SA Roularta Media Group, Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare, TVA BE 0434.278.896, RPM Kortrijk

Analyse du chiffre d'affaires 2012



Chiffre d'affaires en milliers d'euros (5 ans)



Chiffres-clés consolidés

Compte de résultats	en millions d'euros	2010	2011	2012	Evolution
Chiffre d'affaires		712	731	712	-2,6%
EBITDA ⁽¹⁾		77	62	37	-40,3%
	<i>EBITDA - marge</i>	10,8%	8,5%	5,2%	
REBITDA ⁽²⁾		81	70	47	-33,2%
	<i>REBITDA - marge</i>	11,4%	9,6%	6,6%	
EBIT ⁽³⁾		57	35	5	-86,3%
	<i>EBIT - marge</i>	8,0%	4,7%	0,7%	
REBIT ⁽⁴⁾		65	54	27	-50,0%
	<i>REBIT - marge</i>	9,1%	7,4%	3,8%	
Charges financières nettes		-6	-8	-9	+18,2%
Résultat opérationnel après charges financières nettes		51	27	-4	
Impôts sur le résultat		-19	-12	1	
Entreprises mises en équivalence		0	0	0	
Résultat net des entreprises consolidées		32	15	-3	-120,1%
Attribuable aux intérêts minoritaires		1	0	0	
Attribuable aux actionnaires de RMG		31	14	-3	
	<i>Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge</i>	4,3%	2,0%	-0,4%	
Résultat net courant des entreprises consolidées		39	31	16	-49,1%
	<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>	5,5%	4,2%	2,2%	

Bilan	en millions d'euros	2010	2011	2012	Evolution
Actifs non courants		633	617	605	-1,9%
Actifs courants		300	295	334	+13,1%
Total du bilan		933	912	938	+2,9%
Capitaux propres - part du Groupe		345	351	345	-1,9%
Capitaux propres - intérêts minoritaires		14	13	12	-5,3%
Passifs		574	548	581	+6,2%
Liquidité ⁽⁵⁾		1,0	1,0	1,1	+10,0%
Solvabilité ⁽⁶⁾		38,5%	39,9%	38,0%	-4,8%
Dette financière nette		111	89	70	-22,2%
Gearing ⁽⁷⁾		31,0%	24,5%	19,5%	-20,4%

(1) EBITDA = cash-flow opérationnel = EBIT + amortissements, dépréciations et provisions.

(2) REBITDA = cash-flow opérationnel courant = EBITDA + frais de restructuration et frais uniques.

(3) EBIT = résultat opérationnel.

(4) REBIT = résultat opérationnel courant = EBIT + frais de restructuration et frais, amortissements, dépréciations et provisions uniques.

(5) Liquidité = actifs courants / passifs courants.

(6) Solvabilité = capitaux propres (part du Groupe + intérêts minoritaires) / total du bilan.

(7) Gearing = dette financière nette / capitaux propres (part du Groupe + intérêts minoritaires).

