



roularta media group

rapport annuel 1999



rapport annuel 1999

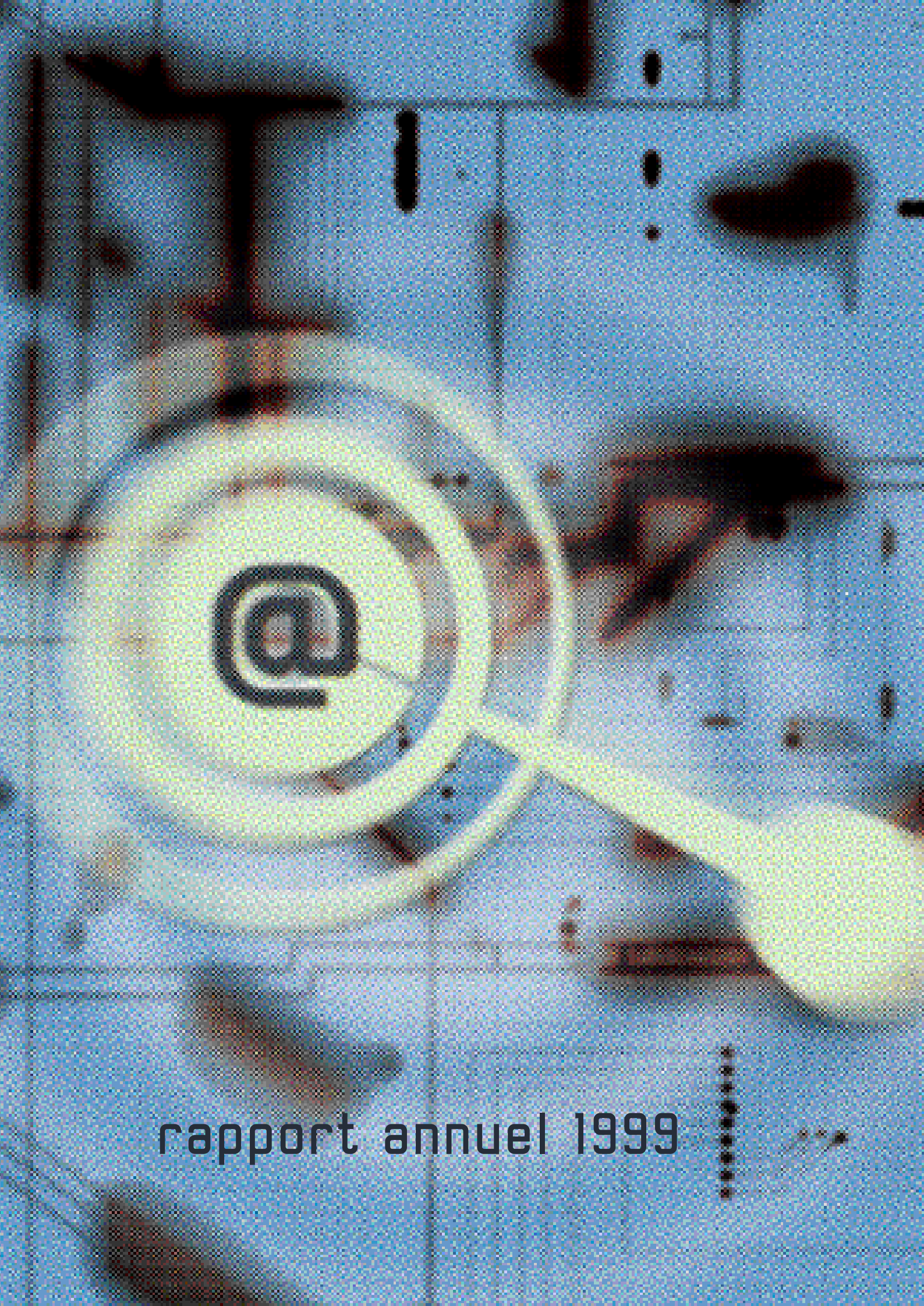
contenu

Chiffres clés du Groupe	2
Le mot du président	7
La stratégie du Groupe	9
Conseil d'Administration et Management team	11
Corporate Governance	15
Structure du groupe au 31 décembre 1999	16
Rapport d'activités	19
Rapport annuel du conseil d'administration	
relative aux comptes annuels consolidés	39
relative aux comptes annuels statutaires	41
Adresses de nos succursales et filiales	45
L'action Roularta Media Group NV	51
Données financières	
Comptes annuels consolidés	
Bilan consolidé après répartition	56
Compte de résultats	58
Annexe aux comptes consolidés	60
Commentaire accompagnant les comptes annuels consolidés	76
Rapport du commissaire réviseur	80
Origine et utilisation de fonds	81
Comptes annuels statutaires	
Bilan statutaire après répartition	84
Compte de résultats statutaire	86
Annexe aux comptes statutaires	88
Bilan social	102
Rapport du commissaire réviseur	105
Calendrier financiers	107

Ce rapport annuel est disponible en français, en néerlandais et en anglais.

En cas de différence d'interprétation, seul le texte néerlandais fera foi.

La version qui est disponible sur Internet (www.roularta.be) ne l'est qu'à titre d'information.



rapport annuel 1999

Chiffres clés du Groupe

CHIFFRES CLES CONSOLIDES APRES REPARTITION

en 1.000	1997	1998	1999	Evolution en %	1997	1998	1999	Evolution en %
	BEF	BEF	BEF		EUR	EUR	EUR	
Ventes et prestations	13.044.937	14.856.048	16.117.926	8.5%	323.376	368.272	399.553	8.5%
Chiffre d'affaires	12.469.469	14.344.741	15.577.800	8.6%	309.110	355.597	386.164	8.6%
Bénéfice d'exploitation	460.777	1.162.355	1.140.051	-1.9%	11.422	28.814	28.261	-1.9%
Résultat financier	-196.881	-111.535	7.098		-4.881	-2.765	176	
Bénéfice courant	90.171	932.356	984.850	5.6%	2.235	23.113	24.414	5.6%
Résultat exceptionnel	67.919	-357.425	-41.672		1.684	-8.860	-1.033	
Bénéfice de l'exercice avant impôts	158.090	574.931	943.178	64.1%	3.919	14.252	23.381	64.1%
Bénéfice de l'exercice après impôts	-22.693	321.436	487.247	51.6%	-563	7.968	12.079	51.6%
Quote part dans le résultat des entreprises mises en équivalence	540	2.160	-6.761	-413.0%	13	54	-168	-413.0%
RESULTAT CONSOLIDE	-22.153	323.596	480.486	48.5%	-549	8.022	11.911	48.5%
Part du groupe	22.389	322.769	479.480	48.6%	555	8.001	11.886	48.6%
EBITDA	1.382.241	2.126.009	1.994.272	-6.2%	34.265	52.702	49.437	-6.2%
EBITDA (marge)	10.6%	14.3%	12.4%		10.6%	14.3%	12.4%	
EBITA	453.836	1.167.685	1.147.925	-1.7%	11.250	28.946	28.456	-1.7%
EBITA (marge)	3.5%	7.9%	7.1%		3.5%	7.9%	7.1%	
EBIT	460.777	1.162.355	1.140.051	-1.9%	11.422	28.814	28.261	-1.9%
EBIT (marge)	3.5%	7.8%	7.1%		3.5%	7.8%	7.1%	
Cashflow brut (1)	1.117.321	1.351.401	1.511.692	11.9%	27.698	33.500	37.474	11.9%
Résultat courant net (2)	363.812	863.413	875.044	1.3%	9.019	21.403	21.692	1.3%
Cashflow courant (3)	1.031.628	1.620.428	1.521.938	-6.1%	25.573	40.169	37.728	-6.1%

(1) Le cashflow brut = le bénéfice/perte consolidé augmenté des amortissements normaux et des amortissements sur les écarts de consolidation positifs et corrigé des amortissements exceptionnels.

(2) Le résultat courant net est le résultat après impôts, avant pertes et profits exceptionnels et avant amortissements sur goodwill et titres, augmenté du résultat des entreprises mises en équivalence.

(3) Le cashflow courant est le résultat net courant, augmenté des amortissements sur les actifs immobilisés et les coûts non décaissés.

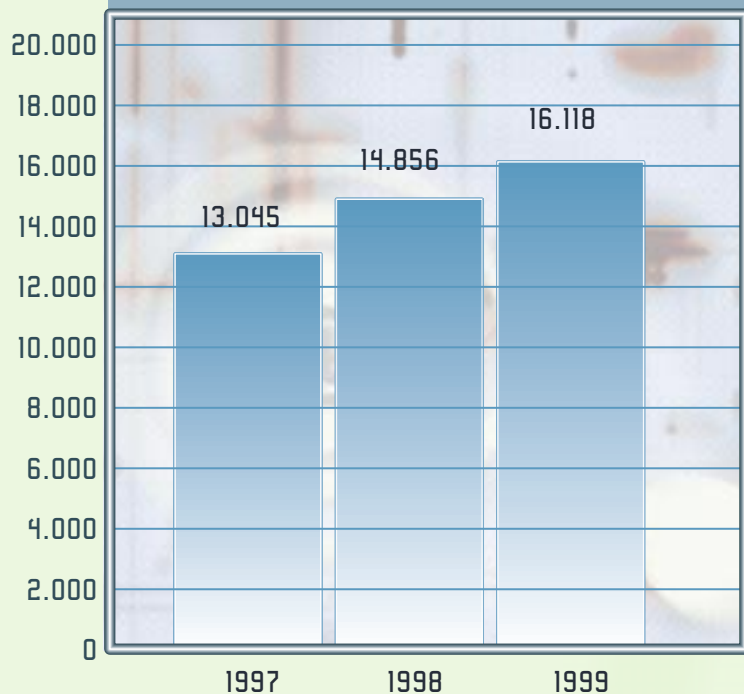


en 1.000	1997 BEF	1998 BEF	1999 BEF	Evolution en %	1997 EUR	1998 EUR	1999 EUR	Evolution en %
BILAN								
Actifs immobilisés	4.024.114	4.486.423	4.866.366	8.5%	99.755	111.216	120.634	8.5%
Actifs circulants	5.272.224	6.335.318	6.936.709	9.5%	130.695	157.048	171.957	9.5%
Total du bilan	9.296.338	10.821.741	11.803.075	9.1%	230.450	268.264	292.591	9.1%
Capitaux propres après répartition	1.603.692	4.702.148	5.017.879	6.7%	39.754	116.563	124.390	6.7%
Dettes	7.309.358	5.923.357	6.557.823	10.7%	181.194	146.836	162.564	10.7%
Investissements	603.885	949.872	1.451.742	52.8%	14.970	23.547	35.988	52.8%
Frais de personnel	2.496.006	2.561.941	2.995.766	16.9%	61.874	63.509	74.263	16.9%
Effectif du personnel	1.521	1.577	1.761	11.7%	1.521	1.577	1.761	11.7%
Liquidité (actifs circulants / dettes à court terme)	1.0	1.3	1.2		1.0	1.3	1.2	
Solvabilité (fonds propres / total du bilan)	17.3%	43.5%	42.5%		17.3%	43.5%	42.5%	
Dettes financières nettes / fonds propres	4.5	1.3	1.3		4.5	1.3	1.3	
Rendement des fonds propres (4)	1.4%	6.9%	9.6%		1.4%	6.9%	9.6%	
Marge nette (5)	0.2%	2.3%	3.1%		0.2%	2.3%	3.1%	
Cashflow / chiffre d'affaires	9.0%	9.4%	9.7%		9.0%	9.4%	9.7%	
CHIFFRES CLES PAR ACTION	en BEF				en EUR			
EBITDA	167	221	207	-6.3%	4.14	5.48	5.13	-6.3%
EBITA	55	121	119	-1.7%	1.36	3.00	2.95	-1.7%
EBIT	56	121	119	-1.7%	1.39	3.00	2.95	-1.7%
Bénéfice par action - Part du groupe	3	34	50	47.1%	0.07	0.84	1.24	47.1%
Cashflow brut par action	135	141	157	11.3%	3.35	3.50	3.89	11.3%
Résultat courant net par action	44	90	91	1.1%	1.09	2.23	2.26	1.1%
Cashflow courant par action	125	169	158	-6.5%	3.10	4.19	3.92	-6.5%
Dividende net		12.75	15.00	17.6%		0.32	0.37	17.6%
Nombre d'actions	8.277.700	9.611.034	9.611.034	0.0%	8.277.700	9.611.034	9.611.034	0.0%

(4) Résultat net part du groupe / fonds propres à la fin de l'exercice.

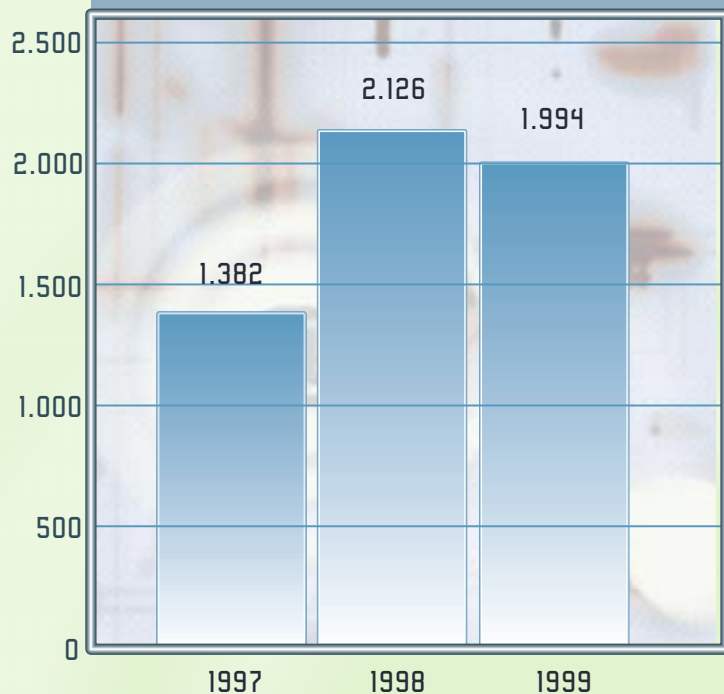
(5) Résultat net / chiffre d'affaires.

Ventes et prestations



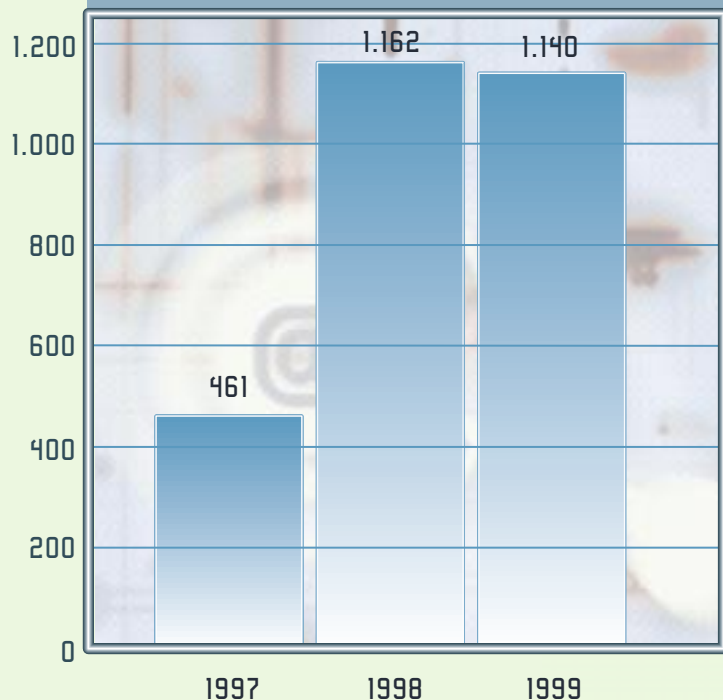
en millions de francs belges

EBITDA



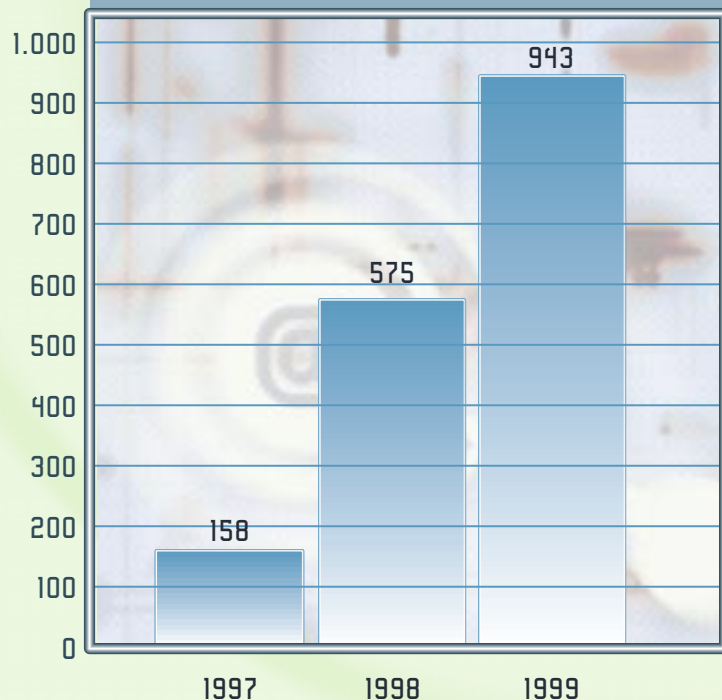
en millions de francs belges

EBIT



en millions de francs belges

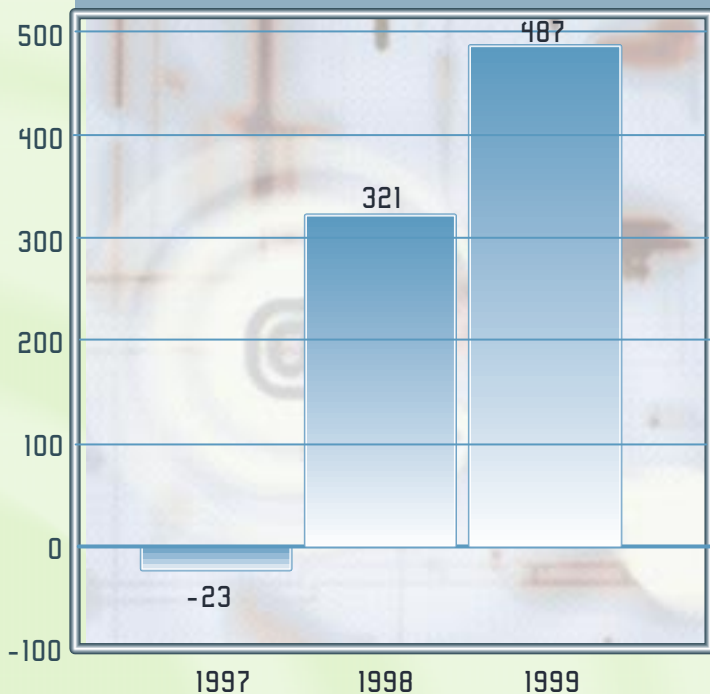
Bénéfice de l'exercice avant impôts



en millions de francs belges

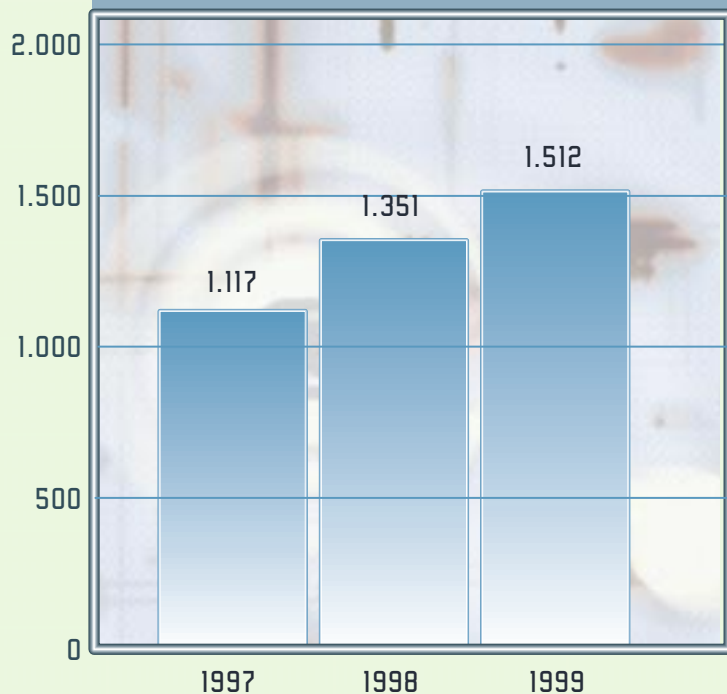


Bénéfice après impôts



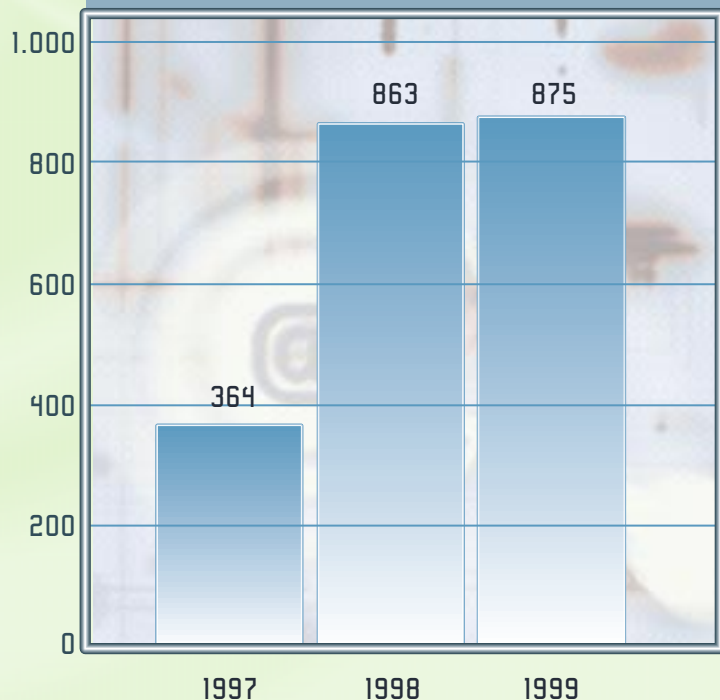
en millions de francs belges

Cashflow



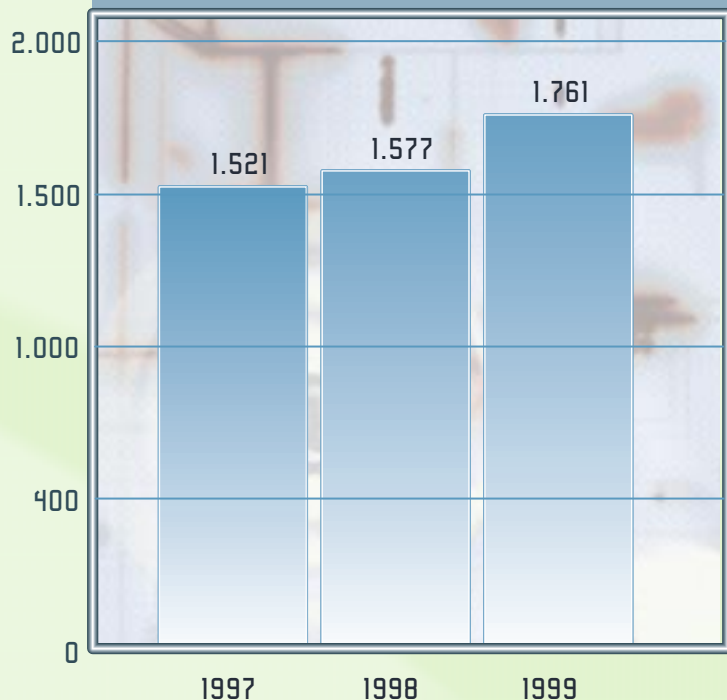
en millions de francs belges

Résultat courant net



en millions de francs belges

Effectif du personnel





BROWSER: Short for Web Browser; it's the tool (program) that allows you to surf the web. The most popular Web Browsers right now are Netscape Navigator and Internet Explorer.

Le mot du président

Depuis 8 ans, le contenu de tous les magazines RMG est compilé sur CD-Rom. Grâce à des fonctions de recherche avancées, cette encyclopédie de la fin du 20ème siècle vous permet de retrouver toutes les informations dont vous avez besoin.

Depuis 4 ans, le consommateur peut trouver tout le contenu des magazines RMG Knack, Le Vif/L'Express, Trends et Trends Tendances sur l'Internet. Et dans toutes les rédactions, les journalistes s'entraînent à manipuler le wwweb.

En 2000, RMG développe le portail easy.be.

Easy.be sera alimenté par les différents supports de RMG, les magazines les plus réputés sur la scène médiatique belge:

- . Le Vif/L'Express, newsmagazine francophone
- . Knack, newsmagazine néerlandophone
- . Trends Tendances et Trends, les newsmagazines du monde des entreprises
- . Sport Magazine, le newsmagazine belge des sports
- . etc.

Depuis des années, RMG publie les petites annonces de De Streekkrant/De Weekkrant sur l'Internet, avec des fonctions de recherche qui permettent de les sélectionner par objet, région, catégorie de prix... En 2000, cette offre sera encore élargie par le biais d'un partenariat avec d'autres bases de données pour présenter les sites Immo, Auto et Job les plus complets du pays.

RMG investit intensivement dans le confort de recherche, un service optimal et dans la version locale belge de l'e-commerce.

La population des internautes belges se développe constamment pour atteindre un niveau intéressant et il importe maintenant d'agir. RMG est prêt et armé pour le faire.

La régie publicitaire Roularta Media a démarré avec le développement de toutes les pistes offrant les meilleures chances de réussite aux annonceurs. Des combinaisons entre les médias imprimés et l'Internet, les bandeaux publicitaires et les boutons sur des portails de niche, la sponsoring de rubriques Internet et diverses autres initiatives.

Entretiens, RMG continue à investir dans de nouveaux projets print-média comme, par exemple, le nouvel hebdomadaire De Zondag, le premier journal du dimanche que l'on trouvera bientôt dans toutes les régions de Flandre. En plus, les nouvelles éditions du mensuel Steps et de son homologue néerlandais Style.

En 1999, Vacature Emploi, Trends International et Bizz Magazine ont été lancés et en mars 2000 démarrent "Spijs&Drank", "Focus Knack" et "Sport Magazine".

En matière de radio et de télévision également, beaucoup de nouveautés sont à l'ordre du jour. En Flandre, Kanaal Z est devenu un phénomène important et, dès mai 2000, un même programme d'actualités sera lancé en français.

En 1999, la Vlaamse Media Maatschappij (50% RMG) assurait non seulement deux chaînes TV mais aussi, et pour la première fois, deux réseaux de radios locales: Mango et Top Radio. Pour 2000, la création de la première radio privée nationale est également prévue. Un support idéal et indispensable pour VTM et Kanaal 2.

Depuis 5 ans, RMG investit dans les nouveaux médias, que ce soit offline ou online. Via MCS, RMG est actif dans la production de CD-Rom, au niveau du concept, du contenu, de la structure, du texte et de l'image. A Kurne, chez VTV, la réplique de CD, de CD-Rom et de DVD est réalisée dans une nouvelle usine disposant de toutes les fonctions intégrées: disque mère, réplique, cartonnage et autres imprimés, jusqu'à l'emballage, la distribution et la gestion des rayons aux points de vente.

En matière d'activités d'impression, un important accord de concentration s'est réalisé. Dès janvier 2000, Roularta Printing s'associe avec Concentra Grafische Groep et Mercator Press pour former le Mercator Printing Group, un nouveau groupe à vocation internationale.

Au cours d'une année 99 passionnante, nous avons posé les bases d'un avenir sain. Des acquisitions et des investissements stratégiques renforcent nos activités de base et nous préparons activement les nouvelles activités en e-business.

Je terminerai par un mot de remerciement à tous nos collaborateurs qui se sont investis pour réussir cette expansion et atteindre ces résultats, à nos actionnaires aussi qui, depuis notre introduction en Bourse, ont placé leur confiance dans l'action RMG, et à nos clients, lecteurs, spectateurs, auditeurs et annonceurs pour leur fidélité. Pour l'an 2000, nous vous promettons un service impeccable et une qualité inégalée. Nos quelque 1700 collaborateurs s'en portent garants et cela produit inmanquablement de bons résultats.



Rik De Nolf
Président



CYBERSPACE: Term used to describe the Internet; the term was coined by science-fiction novelist William Gibson in 1984 in *Neuromancer*.

La stratégie du Groupe

RMG veut être un leader dynamique dans le secteur de l'édition et de l'impression de magazines d'information générale ou spécialisés, de journaux gratuits, de médias audiovisuels ou électroniques.

RMG opte pour une politique d'alliances. Le groupe a déjà conclu plusieurs joint-ventures avec des partenaires en Belgique et à l'étranger, dans divers domaines d'activité. Ces partenaires sont choisis pour leur position de force dans leur segment de marché et pour leur grande expérience dans le domaine d'activités concerné. En joignant ces forces spécifiques à l'expérience de RMG dans le domaine de l'imprimerie, du marché des lecteurs et de la publicité, une situation est créée qui bénéficie largement aux deux parties.

RMG est constamment à la recherche de nouvelles opportunités, que ce soit en édition de titres, en actions de marketing, en nouveaux médias, faisant en sorte que sa position en Belgique et hors frontières se fortifie.

Cette stratégie permet à RMG d'offrir aux annonceurs une combinaison de plusieurs canaux de communication, un médiamix qui renforce remarquablement l'efficacité du message de publicité.

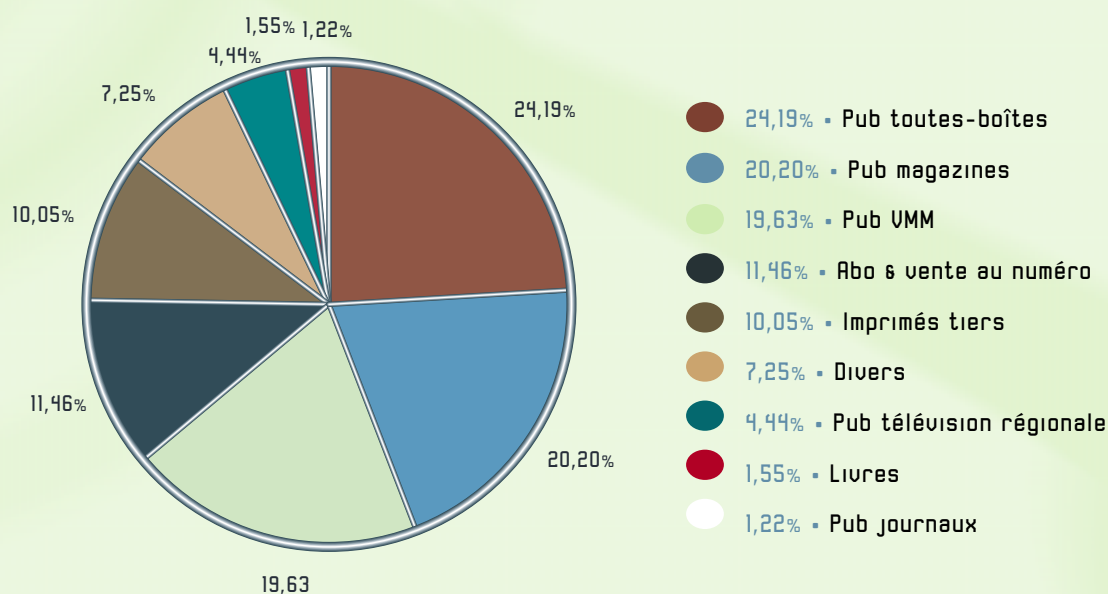
Entre les médias traditionnels et les nouveaux médias, entre le print et l'audiovisuel, RMG veille à maintenir un équilibre sain et une complémentarité efficace.

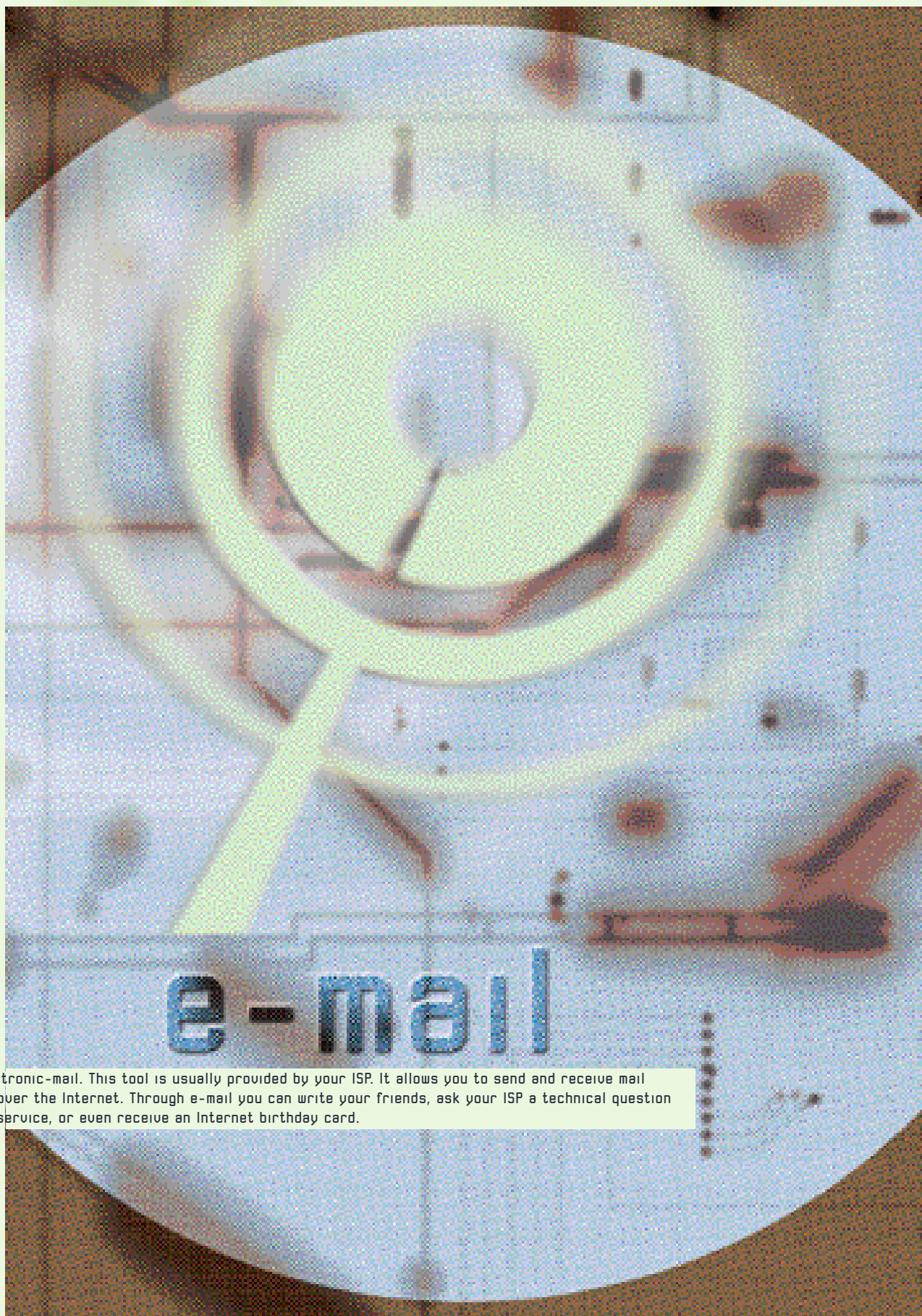
Grâce à une politique d'intégration verticale (contenu, vente publicitaire, production) et à une activité multi-médias, RMG augmente sa flexibilité et renforce son caractère anticyclique.

LE BUT

En tant qu'entreprise multimédia, RMG entend donner une plus-value à ses lecteurs, spectateurs, auditeurs, clients-annonceurs, collaborateurs et actionnaires.

VENTES ET PRESTATIONS CONSOLIDEES 1999





E-MAIL: Electronic-mail. This tool is usually provided by your ISP. It allows you to send and receive mail (messages) over the Internet. Through e-mail you can write your friends, ask your ISP a technical question about your service, or even receive an Internet birthday card.

Conseil d'Administration



Rik De Nolf



Lieve Claeyns



Dirk Meeus



Leo Claeyns



Hugo Vandamme



Caroline De Nolf



Iwan Bekaert



Clement De Meersman



Johan Devisch



Conseil d'Administration

Conseil d'Administration

Fin de mandat

De Publgraaf NV
représentée par:
Rik De Nolf

Krasselhoekstraat 12 - 8890 Moorslede

2004 Administrateur Délégué
exécutif

Lieve Claeys

Kasteelhoekstraat 1 - 8800 Roeselare

2002 Administrateur exécutif

Joedheco NV
représentée par :
Leo Claeys

Meiboomlaan 110 - 8800 Roeselare

2004 Administrateur exécutif

Caroline De Nolf

Meiboomlaan 110 - 8800 Roeselare

2002 Administrateur
non-exécutif

Clement De Meersman

Leffingestraat 17 - 8000 Brugge

2004 Administrateur indépendant
Administrateur non-exécutif

Dirk Meeus BVBA
représentée par :
Dirk Meeus

Tervurenlaan 268 A - 1150 Brussel

2004 Administrateur indépendant
Administrateur non-exécutif

HRV NV
représentée par
Hugo Vandamme

Leo D'Hulsterlaan 4 - 8700 Tielt

2004 Administrateur indépendant
Administrateur non-exécutif

Iwan Bekaert

Ph. de Denterghemlaan 32
9831 St.-Martens-Latem

2004 Administrateur exécutif

Johan Devisch

Haverstraat 11 - 8800 Roeselare

2004 Administrateur exécutif



Managementteam

Managementteam

Rik De Nolf	Président
Leo Claeys	Vice-Président
Iwan Bekaert	Directeur Général
Eddy Brouckaert	Directeur journaux
Johan Devisch	Directeur financier
Hugues De Waele	Directeur toutes-boîtes
William Metsu	Directeur imprimerie
Dirk Van Roy	Adjoint du Président
Mieke Verhelst	Directeur magazines et régie publicitaire nationale
Walter Verrijcken	Directeur radio et télévision



FAQ: An acronym for Frequently Asked Questions. FAQ is exactly what it sounds like: Frequently Asked Questions, with the answers of course. FAQ usually serves as a mini-help file.



Corporate Governance

Composition

Depuis l'entrée en Bourse, les administrateurs des actionnaires principaux se font entourer d'administrateurs indépendants, non exécutifs, qui ont été engagés pour leur expérience et leur spécialisation. Cette décision répond au souci de veiller à ce que l'on puisse, au sein du groupe, prendre le recul nécessaire lorsque d'importantes décisions stratégiques doivent être prises.

Le conseil d'administration est composé de 9 membres, dont :

Un administrateur délégué exécutif
Quatre administrateurs exécutifs
Un administrateur non exécutif
Trois administrateurs indépendants non exécutifs.

Les administrateurs sont élus pour une période de maximum six ans et peuvent en tout temps être remerciés par l'assemblée générale. Les administrateurs démissionnaires peuvent être réélus.

Organisation et fonctionnement du conseil d'administration

Le conseil d'administration se réunit cinq fois par an : une fois par trimestre, plus une fois pour discuter et décider du budget de l'année suivante. Les membres reçoivent à temps toute l'information utile pour qu'ils puissent préparer la réunion. En 1999, le conseil s'est réuni quatre fois. Un procès-verbal est établi à l'issue de chaque réunion. Lors de chaque réunion, le conseil est informé sur le cours des diverses activités et chaque fois aussi, un rapport financier lui est présenté.

Le conseil tient à confier de larges compétences aux directeurs des business units et aux membres du managementteam. Les membres du managementteam sont mentionnés en page 13. Outre l'exercice de ses compétences légales et statutaires, le conseil d'administration définit les buts stratégiques du groupe et rédige le plan d'action. Il décide des acquisitions du groupe. Parmi les points fixes de l'agenda du conseil d'administration, on retrouve, entre autres, l'examen des résultats des centres d'activité, l'état d'avancement des nouveaux projets et la présentation des opportunités d'investissement.

Pour le reste, le conseil traite les points spécifiques de l'agenda en fonction de dossiers concrets et de l'actualité en cours.

Protocole de prévention contre les abus de connaissance préalable

Afin d'éviter que des administrateurs et des membres du managementteam utilisent de façon illégale les informations privilégiées dont ils disposent, ou que l'on puisse même susciter une impression de ce genre, le conseil d'administration a instauré un protocole de prévention contre les abus de connaissance préalable.

Comités installés par le conseil d'administration

Le comité de surveillance, installé lui aussi lors de l'entrée en Bourse, contrôle les rapports financiers et le respect des procédures administratives.

Le comité est composé de :
deux administrateurs exécutifs : messieurs Iwan Bekaert, Directeur Général, et Johan Devisch, Directeur financier.
deux administrateurs indépendants non exécutifs : messieurs Clement De Meersman, Président du comité de surveillance, et Dirk Meeus.

Le commissaire réviseur.

Le comité prête une attention particulière aux rapports semestriels et annuels qui sont soumis aux administrateurs. En 1999, le comité de surveillance s'est réuni deux fois.

Le comité de rémunération, mis en place lors de l'entrée en Bourse, est composé de :

un administrateur délégué exécutif : NV De PubligrAAF, représentée par monsieur Rik De Nolf.

deux administrateurs indépendants non exécutifs : NV HRV, représentée par monsieur Hugo Vandamme et monsieur Clement De Meersman.

Ce comité décide de la rémunération des administrateurs exécutifs et donne des avis en matière de niveaux de rémunération pour les membres du managementteam et pour les cadres de l'entreprise.

Nominations

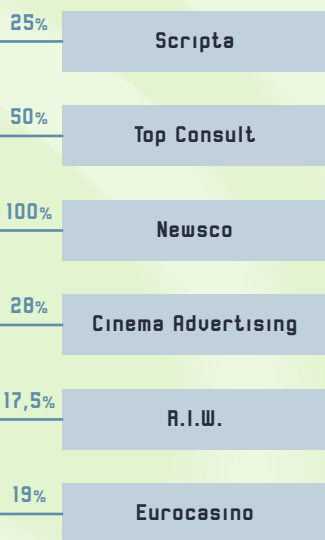
Le mandat de commissaire-réviseur confié à monsieur Jean-Pierre Dejaeghere prend fin lors de l'assemblée générale du 16 mai 2000. Le conseil d'administration propose à l'Assemblée Générale de nommer comme commissaire-réviseur Deloitte & Touche S.C., représentée par monsieur Jos Vlamincx.

Structure du groupe au 31 décembre 1999

Roularta Media Group



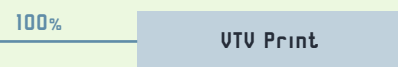
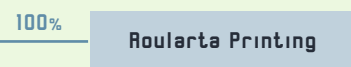
Services



Radio & TV



Production graphique





http: Hypertext Transfer Protocol. A protocol that tells computers how to communicate with each other. You will notice most web page locations begin with "http://"

Rapport d'activités

CROISSANCE ET INVESTISSEMENT DANS L'AVENIR

En 1999, Roularta Media Group a été cotée en Bourse pour la première fois. Lors de l'introduction en Bourse fin 1998, quelque 1000 collaborateurs sont devenus co-actionnaires.

Les clients, les lecteurs et les annonceurs, ainsi que d'autres acteurs de la scène médiatique nationaux et internationaux suivent de près le cours de l'action RMG. Et, en 1999, elle a été bien plus performante que le BEL 20, c'est le moins que l'on puisse dire ! Les analystes et les spécialistes média's découvrent peu à peu ce groupe belge qui, en comparaison avec d'autres groupes étrangers, présente des ratios attrayants.

RMG a décroché une belle quatrième place au Top 10 du Return à la Bourse de Bruxelles.

RMG prévoit que cette croissance se poursuivra en 2000, grâce aux nouvelles initiatives qui complètent ses activités de base et qui, grâce à une bonne utilisation des synergies avec des organismes et des réseaux de vente existants, amélioreront encore le rendement.

En 1999, nous avons consenti de nombreux investissements au niveau de l'approche Internet qui, dès 2000, générera pour la première fois un chiffre d'affaires.

Tous les départements de l'entreprise ont noté une croissance en 1999. RMG est spécialisée dans la vente d'espaces publicitaires pour différents types de média's. Le chiffre d'affaires est plus ou moins partagé entre trois secteurs d'activité principaux qui représentent quelque 70% du chiffre d'affaires du groupe.

Les revenus de la publicité télévisée représentent 24% (croissance de 6% par rapport à 98), les journaux gratuits 24% (18% de croissance) et les magazines 22% (10% de croissance).

Le marché des lecteurs (12% du chiffre d'affaires de RMG) a légèrement évolué grâce à une augmentation du nombre d'abonnés.

DIFFUSION NETTE	01/1998 -12/1998	01/1999 -12/1999	+/-	evolution %
Knack	123.924	126.303	+ 2.379	+ 1,9%
Le Vif/L'Express	82.365	85.772	+ 3.407	+ 4,1%
Trends + Trends-Tendances	42.658	43.775	+ 1.117	+ 2,6%
Voetbal/Foot Magazine	74.350	65.985	- 8.365	- 11,3%
Telepro NL + Télépro FR	177.585	179.931	+ 2.346	+ 1,3%
Onze Tijd/Notre Temps	93.484	99.633	+ 6.149	+ 6,6%
Krant van West-Vlaanderen	69.285	67.003	- 2.282	- 3,3%

La production pour la télévision et les activités nouveau média (production de CD-Rom et de DVD, duplication de bandes sonores et réplique de CD, de CD-Rom et de DVD) ont généré une augmentation du chiffre d'affaires de l'ordre de 172 millions de BEF, soit 83% (part RMG).

Au niveau des activités d'impression, les négociations avec les collègues de Mercator Press et Concentra Grafische Groep ont été menées à bien. Dès le 1er janvier 2000, la concentration avec Mercator Printing Group en tant que holding faitier sera effective et RMG y participera pour un tiers.

MAGAZINES



• Au niveau des magazines, une version francophone de Vacature - **Vacature Emploi** - a été lancée en janvier, via un accord avec le quotidien Le Soir. De ce fait, l'on pouvait proposer au marché un journal de l'emploi au niveau national, avec une audience sélective, composée des lectorats des magazines Knack et Le Vif/L'Express, Trends et Trends Tendances, combiné à celui de la presse quotidienne.



• En septembre, le mensuel Belgian Business & Industrie a été remplacé par deux nouveaux titres: **Industrie Magazine** pour les managers de l'industrie et **Bizz Magazine**, un magazine 100% utile et pratique, pour l'homme entrepreneur.

En 2000, ces trois projets auront un impact positif sur les résultats de RMG en 2000.



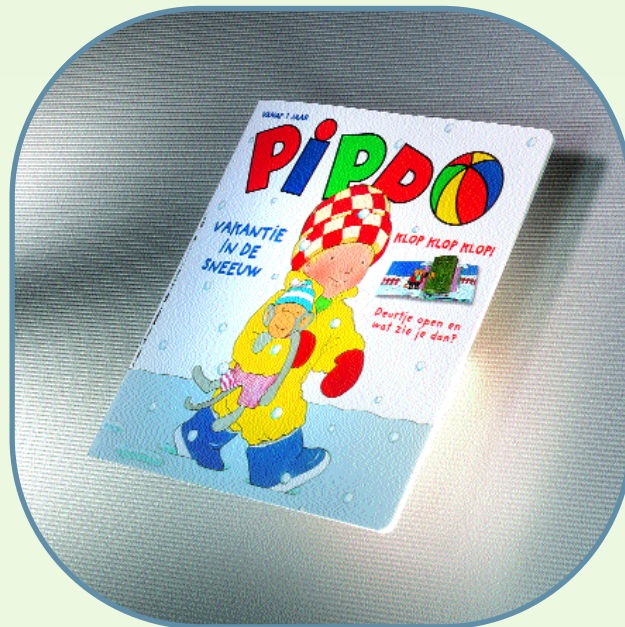
• **Trends International**, le mensuel anglophone homologue de **Trends**, a été lancé en février. Un média idéal pour sensibiliser les clients étrangers aux produits belges. La moitié du tirage est destinée à une sélection d'adresses étrangères et l'autre moitié aux expatriés en Belgique, pour leur permettre de suivre l'actualité économique et financière de notre pays.



• En Norvège, Senior Publications (50 % RMG avec Bayard Presse Benelux) a pris une participation de 50% dans **VI Over 60**, le magazine norvégien des seniors, une publication qui se porte bien et présente encore un grand potentiel de croissance.



• Les autres activités menées en collaboration avec Bayard évoluent favorablement: **Onze Tijd/Notre Temps** en Belgique et **Plus** aux Pays-Bas battent tous les records en diffusion nette et en chiffre d'affaires publicitaire



• **Pipdo** le magazine des tout-petits, connaît un succès grandissant en Flandre et aux Pays-Bas.



• En Belgique, **Télépro/Telepro** est le seul hebdomadaire télé belge qui existe en français et en néerlandais. Le tirage commun atteint 250.000 exemplaires. Les possibilités de synergie qu'offrent les pages de programmes télévisés sont, bien sûr, utilisés à fond. Ainsi, une continuation de tirage alimente les suppléments Télévif et Focus Knack.



La collaboration avec la maison d'édition Biblo donne également de bons résultats:

• En 1999, l'éditeur de journaux médicaux EBP (50% RMG) a enregistré un résultat positif grâce aux hebdomadaires **De Huisarts-Le Généraliste** et le mensuel **Semper**.

De jeunes talents vinrent renforcer les rédactions des newsmagazines.

Une série de nouvelles initiatives et expériences ont apporté un soutien non négligeable aux titres de base.

- Pour la première fois, les numéros spéciaux mode de Weekend Knack ont été mis en vente aux Pays-Bas et l'opération fut bénéfique.

- Knack et Le Vif/L'Express ont réalisé une édition spéciale reprenant le Top 1000 des meilleures adresses Internet.

- Les rédactions de Knack, Le Vif/L'Express, Trends-Trends/Tendances, Weekend Knack et Weekend Le Vif/L'Express ont réalisé ensemble le "Magazine des années 2000", une édition impressionnante qui fut vendue séparément.

- A l'occasion du Salon des Véhicules Utilitaires et des Véhicules de Loisir, un catalogue du salon a été diffusé avec le tirage total de Trends et de Trends/Tendances.



- La revue trimestrielle **Trends Review** fournit aux lecteurs de Trends et de Trends Tendances une information approfondie sur l'actualité financière et économique.

- Les lecteurs de Trends et de Trends/Tendances reçoivent également, quatre fois par an, un numéro spécial Fleet Management traitant d'un thème spécifique: cabriolets, monovolumes, 4X4 et voitures de luxe. En 2000, cette initiative s'appellera **Wheels Trends**.



- Le magazine bimestriel **Fleet Management** s'est vu adjoindre une édition sœur : **Truck Management**. Ces magazines sont diffusés avec Bizz Magazine et, de plus, envoyés sur adresse aux fleet managers.

Publicité Top 10	pages 1997	pages 1998	pages 1999
1. Weekend Knack	2.234	2.206	2.538
2. Knack	2.953	2.504	2.216
3. Trends	2.231	2.136	2.149
4. Tendances	1.953	1.868	1.908
5. Humo	2.162	2.001	1.845
6. Weekend Le Vif/L'Express	1.279	1.296	1.609
7. Le Vif/L'Express	1.046	1.900	1.491
8. Dag Allemael-Zondagsnieuws	1.622	1.497	1.419
9. Flair NL	1.495	1.321	1.347
10. Télémoustique	1.468	1.380	1.329

TROIS NOUVEAUX MAGAZINES



Entretemps RMG a préparé le lancement de trois nouveaux magazines qui ont été lancés en mars 2000:

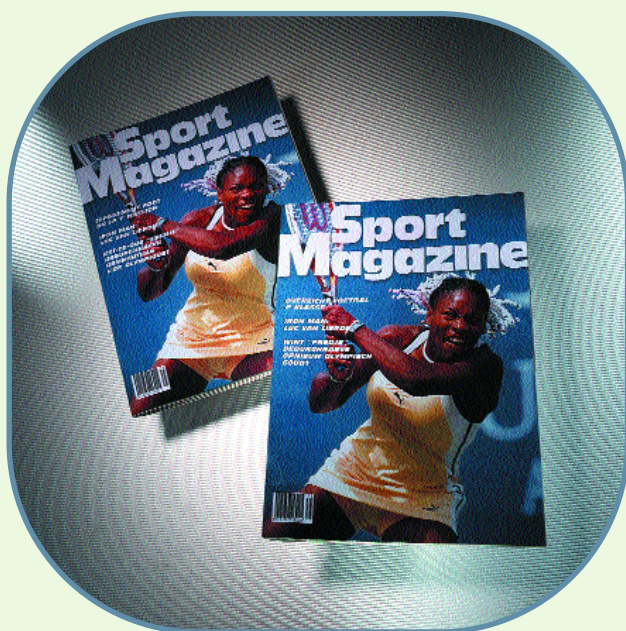
- **Spijs & Drank:** un magazine trimestriel traitant des bonnes choses de la vie. Le concept a été élaboré par l'équipe de Weekend Knack, sous la direction de Tessa Vermeiren et de Pieter Van Doveren. La maquette a été conçue par Kathleen Miller, art director. Un réseau de journalistes spécialisés et les meilleurs photographes collaborent à ce nouveau média de grande qualité. Le photographe Tony Leduc vient d'ailleurs de remporter le prix du meilleur photographe gastronomique mondial (Sidney 1999). Spijs & Drank est vendu au prix de 150 BEF le numéro.



- **Focus Knack:** un nouvel hebdomadaire qui s'adresse aux jeunes. Un magazine de loisirs qui passe en revue le cinéma, la musique, les spectacles et toutes les formes

d'art. Focus Knack est distribué gratuitement avec Knack et remplace Knack Agenda. Il donne les programmes télé et radio. Pour un listing complet de l'agenda culturel, les lecteurs sont renvoyés vers le web site de Knack (Easy Cultuur).

En utilisant ainsi les ressources de l'Internet, le magazine libère des pages pour de nouvelles initiatives journalistiques. Avec Focus, Knack s'adresse à un nouveau type d'annonceurs, sensibles à une ambiance rédactionnelle plus trendy.



- **Sport Magazine:** un nouvel hebdomadaire, dédié au sport de haut niveau, qui se penche sur toutes les disciplines en fonction de leur actualité. Les meilleurs journalistes et photographes sportifs y collaborent, grâce aux accords de partenariat avec le réseau des magazines sportifs européens (ESM). Sport Magazine traite également toute actualité du football. Ce magazine compte 32 pages de plus que Voetbal/Foot Magazine et coûte 25 BEF de plus par numéro. (110 FB contre 85 BEF pour Voetbal/Foot).

Ce nouvel hebdomadaire est réalisé par les rédactions de Voetbal/Foot Magazine avec Jacques Sys (N) et John Baete (F) comme rédacteurs en chefs. Ils sont entourés d'une équipe de journalistes professionnels et de collaborateurs spécialisés.

La stratégie de RMG consiste à utiliser les techniques de marketing direct pour augmenter le nombre d'abonnés à Voetbal/Foot, en exploitant des fichiers tout à fait spécialisés. Sport Magazine de sa part profitera de campagnes d'image dans la presse écrite, la radio et la télévision.

BE IN THE NEWS



RMG offre ainsi un éventail complet de magazines d'information. Pour l'annonceur, les huit hebdomadaires belges d'information **générale**, de **business** et de **sport** constituent un package pour toucher un public de qualité, d'un niveau d'études supérieur et à haut pouvoir d'achat. Sous le leitmotiv "Be in the news", la combinaison Knack-Le Vif/L'Express, Trends-Trends Tendances et Sport Magazine (N/F, Foot et Voetbal compris) est proposée au prix de 900.000 BEF la pleine page en quadrichromie (contre 6 millions pour une pleine page en quadrichromie dans les quotidiens belges). "Be in the news" et touchez plus de 1,6 million de belges avec un profil très attrayant (35% des classes sociales 1 et 2) à un prix défiant toute concurrence... un slogan que la régie publicitaire Roularta Media fera entendre partout et par tous en 2000.

LES TARIFS

La combinaison "Be in the news" n'est pas le seul nouveau package proposé au marché. Les formules multimédia de RMG intéressent de plus en plus les annonceurs:

- "Print & Internet" est une combinaison utilisée pour la thématique de l'investissement. Toutes les possibilités sont créées sur le site investisseurs.net et dans l'hebdomadaire Cash! pour sponsoriser des rubriques qui débouchent sur une interactivité immédiate avec le client. Et les sites Classifieds et Shopping d'easy.be offrent, aux annonceurs qui utilisent De Streekkrant, l'opportunité d'être également présents on-line avec des mappings, des offres spéciales ainsi que des facilités d'e-commerce et de payment facilities.

- La combinaison "Print & Television" a été développée pour répondre à la demande des grands annonceurs régionaux.

Ainsi, la **formule Médiamix** de RMG propose un package complet pour la Flandre occidentale: une semaine de présence en télévision sur la chaîne régionale Focus ou WTV, une semaine de présence en radio sur Radio Mango en Flandre occidentale, une page en quadrichromie dans De Streekkrant et un publi-reportage d'une demi-page dans Krant van West-Vlaanderen. Une campagne média idéale pour un événement spécial, une inauguration ou une journée portes ouvertes, au prix de 450.000 BEF.

- La même approche médiamix est désormais possible via Kanaal Z, en combinaison avec l'hebdomadaire Trends et le quotidien De Financieel Economische Tijd qui est édité par notre partenaire dans Kanaal Z, Tijd Uitgeversmaatschappij.

- Les perspectives sont bonnes pour tous les magazines grâce, entre autres, aux nouveaux tarifs qui augmentent en moyenne d'un petit 10 %. C'est possible et c'est, de plus, nécessaire vu leur prix incroyablement bas par rapport aux magazines d'information étrangers du même type. Des magazines comme Elsevier aux Pays-Bas et Le Nouvel Economiste en France sont 50 à 100 % plus chers que Knack et Trends. Un retard historique dû à la politique tarifaire suivie en son temps par l'hebdomadaire Pourquoi Pas? (disparu entretemps) qui, dans les années 60, était unique en son genre.

LES JOURNAUX



Ces dernières années se caractérisent pas un énorme développement des toutes boîtes et des journaux gratuits. RMG joue un rôle de pionnier dans ce domaine, en Belgique et à l'étranger:

- En février, la première édition de **De Zondag** a été diffusée en Campine. Après une période de six mois, le projet a été évalué sérieusement, sur base d'une enquête menée auprès des lecteurs et des annonceurs, et il a été décidé d'étendre la formule à toutes les régions de Flandre dès septembre. De Zondag est un journal gratuit au format tabloïde qui traite des nouvelles régionales et de l'actualité du week-end. Les annonceurs peuvent faire passer leur message dans les toutes-boîtes distribués en moitié de semaine, De Streekkrant et/ou De Weekkrant. Ils peuvent également combiner ces titres avec De Zondag, qui est diffusé le dimanche matin dans les boulangeries, pour le plus grand plaisir des citoyens éveillés qui apprécient un petit déjeuner festif le dimanche.

L'organisation de vente de De Streekkrant/De Weekkrant a réussi ainsi à assurer un service parfait depuis ses bureaux dans toutes les villes de Flandre. De Zondag existe également à Anvers (3 éditions), en Flandre orientale (3 éditions), en Flandre occidentale (2 éditions) et dans le Brabant (1 édition). L'introduction s'est déroulée sans heurts grâce, entre autres, à l'intégration des titres Antwerpse Post, Kempenland et Het Blad (via la reprise de Uitgeverij De Cuyper) qui se sont vu offrir un nouvel avenir en tant que journaux du dimanche.

La reprise de Uitgeverij De Cuyper s'est déroulée à la perfection. L'équipe de vente a renforcé l'organisation locale de De Streekkrant et les annonceurs ont suivi vers

De Streekkrant et/ou vers De Zondag. Ils bénéficient d'un service optimal et le lecteur jouit d'une offre régionale complète.

- En 2000, nous prévoyons le lancement de Metro (titre provisoire), un quotidien gratuit pour les utilisateurs des transports en commun (train et métro). Il s'agira d'un tabloïde avec des nouvelles brèves, pratiques et complètes, fruit d'un partenariat avec RUG et Rossel.



Le tirage de 160.000 exemplaires (80.000 N et 80.000 F) sera réalisé chez Roularta Printing à Roeselare.

DE KRANT GRANDIT EN FLANDRE OCCIDENTALE

- 1999 s'est achevé avec la reprise du titre Het Wekelijks Nieuws, le dernier hebdomadaire de Flandre occidentale qui ne faisait pas encore partie du groupe **Krant van West-Vlaanderen**. Le journal qui, en 1954, était à l'origine de RMG atteint actuellement une diffusion nette de 100.000 exemplaires avec 5 titres (**Brugsch Handelsblad, De Weekbode, De Zeewacht, Kortrijks Handelsblad et Het Wekelijks Nieuws**) et 11 éditions. Le journal coûte 60 BEF, le double d'un quotidien, mais se compose en fait de deux journaux: le journal de la province et de la ville. Cette reprise, qui permet une bonne utilisation des synergies, permet de prévoir une amélioration sensible du résultat Krant van West-Vlaanderen.

RMG est actif au Portugal, aux Pays-Bas et en France:



- Au Portugal, le chiffre d'affaires de l'hebdomadaire toutes-boîtes **Jornal da Região** a augmenté de 60%, avec de nouvelles éditions pour Lisbonne et une distribution qui atteint déjà quelque 600.000 exemplaires pour 9 éditions. Le Portugal était le seul pays européen qui n'avait pas encore de journal toutes-boîtes. RMG participe à l'entreprise à raison de 40 % (avec Controljournal). Une organisation de distribution a également été montée.



- En France, l'hebdomadaire "**A Nous Paris**" est diffusé dans le métro parisien. RMG participe à l'entreprise à raison de 30% (avec Metrobus et Comareg) et assure l'impression à Roeselare: 400.000 exemplaires en quadrichromie, au format tabloïde.



- Le mensuel de style de vie **Steps** continue à se développer avec de nouvelles éditions en Flandre et aux Pays-Bas (sous le nom de **Style**) et avec une nouvelle édition annuelle, le Spécial Fête (pour les mariés et les juniors qui font la fête).

LES LIVRES



En 1999, les activités d'édition de livres de RMG (Roularta Books, Editop et les annuaires d'AR Media) continuent leur croissance. Une nouvelle série d'annuaires a été lancée (Belgique gastronomique, Trends Business & Travel).

Roularta Books lance de nouvelles séries de livres pour le monde des affaires et continue à collaborer avec VAR (la régie de VRT) et VUM pour d'autres séries (entre autre touristiques) dont la promotion est assurée dans les journaux RMG et VUM et via les émissions radio et télé de la VRT.

L'éditeur, Jan Ingelbeen, est assisté par Piet Bulteel (ex-Kritak) comme businessmanager.

Le but n'a pas varié : on cherche des synergies avec nos magazines et on tient compte des groupes cibles en question. Ainsi, "De Waanzinnige 20ste eeuw" a été publié avec grand succès. Cette impressionnante compilation reprend une série publiée pendant 2 ans dans Knack et réalisée par des dizaines de journalistes. Plus de 10.000 exemplaires ont été vendus de la première édition.

Les Guides des Restaurants de Knack (1999) et de Le Vif/L'Express (2000) qui s'alternent, sont également devenus des valeurs sûres. Celui de Knack s'est vendu à plus de 10.000 exemplaires.

EVENTS



En 1999, Roularta Events a mis fin à l'accord fort lourd avec le Steeple Chase de Flandre. RMG limite désormais son rôle à la sponsorship média du Waregem Koerse.

Le parcours de golf "Volvo Golfer of the Year", la compétition de polo "Diamond Stick Cup", le show d'oldtimers "Fascination Cars" et l'opéra équestre "Zingaro" sont des événements annuels de premier plan.

Roularta Events s'attend à une amélioration sensible de ses résultats.

Roularta Events était également impliquée dans de nombreuses initiatives mises sur pied par les services de promotion des différents magazines du groupe.

Chaque année, l'attribution de quelques awards importants donne lieu à des événements prestigieux. Le Manager de l'Année 1999 s'est déroulé pour la première fois dans les bâtiments de VTM si impressionnants pour ceux qui les découvraient à cette occasion. Les Managers de l'Année, Stijn Bijnens et Pierre Olivier Beckers, ont rencontré un public nombreux de quelque 2000 personnes.

Les Cash!-Awards pour les meilleurs gestionnaires de fonds constituent un rendez-vous à ne pas manquer au mois de janvier.

Dans le cadre du magazine trimestriel E-Trends, les E-Awards ont été décernés pour les meilleures réalisations sur le net.

En collaboration avec Active Media, éditeur de l'Annuaire Fleet, un événement de première importance s'est déroulée à l'occasion de l'élection des Fleetmanagers de l'Année.

LES CONCOURS



Pour Foot/Voetbal Magazine, RMG organise, en collaboration avec l'entreprise néerlandaise Esec, le Concours National de Football et, pour Cash! et Trends, la Compétition Nationale de Bourse, en collaboration avec De Financieel Economische Tijd. Ces concours connaissent un succès croissant avec 14.600 participants en 1999.

LES SEMINAIRES



Roularta Seminars organise des conférences et des sessions d'une demi-journée sur des thèmes traités par les magazines.

A l'occasion de l'an 2000, les rédactions de Weekend Knack et de Weekend Le Vif/L'Express ont organisé "OPUS XXI", une grande enquête permettant de dégager les tendances qui caractériseront notre société du 21ème siècle. Les rédactions apportèrent une contribution précieuse et une conférence fort suivie couronnait les efforts de chacun.

Chaque mois, RMG organise un "Trends Rendez-vous" dans les locaux du Roularta Media Centre à Zellik. Il s'agit de rencontres entre des figures marquantes du monde financier et économique et des lecteurs de Trends.

L'hebdomadaire Cash! organise chaque mois un "Cash!Rendez-vous". Il s'agit d'une rencontre avec des dirigeants d'entreprises cotées en Bourse.

Roularta Seminars est devenue une division qui présente un beau potentiel de croissance.

LA TELEVISION



VMM

La télévision représente 25% du chiffre d'affaires de RMG:

- Chez **VMM** (50 % RMG), les frais de personnel ont augmenté du fait que des collaborateurs free-lance ont été engagés sous contrat d'emploi. Les frais généraux ont également augmenté mais s'expliquent par une volonté stratégique d'investir davantage en programmation, ce qui résulte en de meilleurs chiffres d'audience. Kanaal 2 a fortement progressé auprès du groupe des 18-35 ans, au détriment de son concurrent VT4.

Une provision supplémentaire pour charges patronales du passé, se montant à 1,153 millions EUR (46,5 millions de BEF) (la part de RMG) a été reprise en frais.

De plus, une provision fiscale supplémentaire a été constituée chez VMM, d'un montant de 1,059 millions EUR (42,7 millions de BEF) (part de RMG).

VMM a mis les bases pour réaliser son ambition de concourir pour le lancement d'une fréquence radio à destination de toute la région flamande, 'Radio Mango' en complément de Top Radio et d'un investissement dans un service d'information radio.

Entretemps, le chiffre d'affaires de VMM dépasse les prévisions dans le premier trimestre 2000. Kanaal 2 surtout fait un bond spectaculaire en avant, avec une croissance de 50 %.

La société soeur Paratel (51 % VMM) est en pleine expansion en tant que call-center et entreprise de marketing télé et Internet. Avec un résultat net en croissance de 19,8 millions FEB.



Les activités de merchandising prennent plus d'importance et VMM participe à 50% dans le parc de loisirs familial **Plopsaland** à Adinkerke-De Panne, où des personnages de la télévision comme le nain Plop et sa famille, Samson et Gert, etc. assurent l'animation. Dans une première phase, le parc bénéficiera de la mise en place d'une nouvelle atmosphère et le public sera invité à s'y rendre par le biais d'une vaste campagne de promotion, menée via les chaînes de radio, de télé et les journaux de RMG et de De Persgroep.

Le chiffre d'affaires de VMM connaissait une augmentation de 6 % (part RMG).

KANAAL Z



• Dans le paysage télévisuel, **Kanaal Z** est distribué par le câble en Flandre depuis février 1999. La chaîne émet 24 h sur 24 un journal d'affaires, complété de bandeaux actualisés en permanence pour les chiffres et les actualités. RMG y participe à raison de 50% avec Uitgeversbedrijf Tijd.

En dépit du fait que Kanaal Z ne soit pas encore distribué par le câble à Bruxelles, la chaîne comptait déjà plus de 300.000 spectateurs par jour, fin 99. En 2000, une version française verra le jour et sera distribuée par le câble à Bruxelles et en Wallonie. Ce projet a nécessité un investissement de départ mais les prévisions en matière de revenus publicitaires sont favorables, maintenant que les annonceurs ont appris à utiliser le phénomène et que la chaîne s'adresse au marché national.

TELEVISION REGIONALE



• En Flandre, les chaînes d'information régionales continuent à évoluer. La régie publicitaire nationale **R.T.V.M.**, qui opère depuis Zellik, assure une présence professionnelle dans le monde de la publicité et génère de plus en plus de campagnes nationales via de nouvelles combinaisons: une semaine plein rythme (7 x 36 spots) sur toutes les chaînes coûte 4 millions de BEF. En 1999, les élections ont bloqué la communication des partis politiques, ce qui a freiné le chiffre d'affaires.



Au niveau régional, de nouvelles initiatives ont cependant assuré une croissance. Ainsi, il y a le journal du câble sur **WTV** et **Focus TV** en Flandre occidentale, et le programme Télésop est diffusé tous les samedis sur toutes les chaînes. Via la série "Van A tot Z", toutes les communes sont visitées par la rédaction et l'équipe publicitaire, de sorte que de nombreux nouveaux annonceurs apprennent à connaître le média en question.



LA RADIO

La régie publicitaire régionale **RTR** a dès lors de belles perspectives pour **WTV** et **Focus TV**, les chaînes de Flandre occidentale, **AVS** et **Kanaal 3** en Flandre orientale, et **Ring TV**, la chaîne du Brabant.

Dans le paysage radiophonique, la Vlaamse Media Maatschappij a lancé deux réseaux de radios: **Top Radio** pour un public jeune et **Radio Mango** qui diffuse de la musique légère.

Une préparation idéale pour le lancement de la première station de radio privée pour toute la région flamande que VMM veut lancer en 2000.



LES NOUVEAUX MEDIAS OFF-LINE

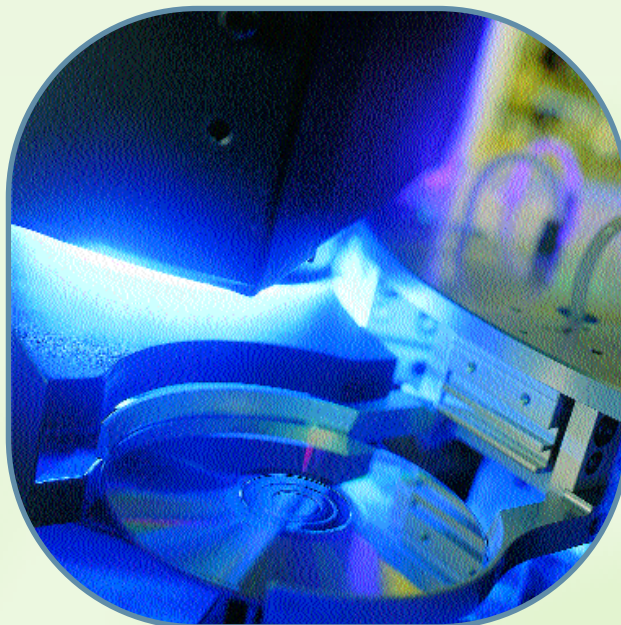


La production TV et la réplique de CD-Rom et de DVD ont également connu une forte croissance.

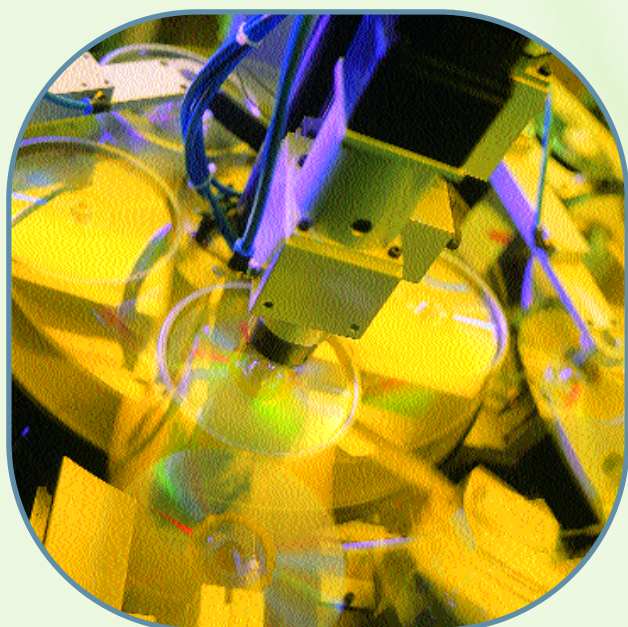
RMG a continué à investir dans l'installation de nouvelles lignes de production et dans une nouvelle imprimerie intégrée, spécifiquement orientée vers le marché du CD à Kuurne.

VTV est en mesure de gérer tout le processus de production de façon intégrée: de la réalisation du glass-master (disque mère) jusqu'à la réplique, l'impression des emballages, le packaging, la distribution et la gestion des rayons dans les grand magasins.

Pour 2000, on s'attend à un chiffre d'affaires de 29,2 millions EUR pour VTV (50% RMG avec le groupe Werbroeck) .



MCS (50% RMG avec GIMV et le groupe Coulier) a également enregistré une forte croissance avec le lancement de Kanaal Z, pour lequel MCS fournit les installations techniques, qui sont complétées maintenant avec un nouveau studio chez RMG à Zellik. Enfin, grâce aussi à la reprise du Lu-Group (CMS) par lequel la location et la vente d'installations audiovisuelles a gagné en intérêt. Le chiffre d'affaires est passé à 7,5 millions EUR.



INTERNET



RMG n'était pas connue en tant que société Internet mais en réalité le groupe est déjà présent sur le web depuis de nombreuses années, entre autre par la présence sur le net avec la totalité du contenu des magazines Knack et Trends ainsi que des petites annonces de De Streekkrant. De nombreuses initiatives internet ont été développées à travers les différentes rédactions.

Media Club, spécialisé en livres, en CD, CD Rom et DVD, ne vend pas uniquement ses produits via la publicité dans les journaux de RMG et via son catalogue bisannuel. Il utilise de plus en plus Internet. Le samedi, pendant le programme Teleshop, les chaînes de télé régionales font référence au site de Media Club.

RMG participe également dans investisseurs.net (25%), le website de l'année 99 (selon T-zine, le journal électronique de De Tijd) et dans @Net (20%), la régie publicitaire qui génère de la cyber-publicité pour RMG, Rossel, Promedia, Tijd et Echo.

Entretemps, tout est prêt pour le lancement de **Easy.be**, le site portail destiné à chapeauter une série de portails verticaux bien segmentés.

VMM développe également des activités internet qui génèrent un important trafic.

2000 sera l'année de l'internet pour RMG, grâce aux investissements consentis et à la richesse du contenu créé par les efforts cumulés des rédactions des magazines RMG qui comptent 250 personnes.

Une équipe spécialisée accompagne les développements technologiques de tous les nouveaux média's RMG.

Des alliances ont été créées avec des partenaires stratégiques comme Belgacom, par exemple, ce qui permet d'assurer la promotion réciproque des sites de chacun. De cette manière, Easy.be sera lancé via le net : fin 99, Belgacom enregistrait 20 millions de pages consultées et sa page d'accueil renseignera les sites d'Easy.be.

RMG et SCOOT Belgique ont conclu un accord de partenariat en vue de développer et de commercialiser, en Flandre, un nouveau service d'informations et de transactions qui fonctionnera de façon interactive.

Dans le cadre d'une nouvelle joint-venture, RMG apportera un soutien médiatique et introduira, dans les trois ans à venir, quelque 35.000 commerçants locaux dans l'aire interactive SCOOT.

La contribution de SCOOT consiste dans l'apport de technologies innovantes qui seront introduites en Belgique au second semestre. Ainsi, le consommateur pourra, via divers canaux interactifs (téléphone, GSM, WAP, internet et télévision interactive), non seulement mieux rechercher et consulter des informations plus spécifiques mais également obtenir un contact direct avec le fournisseur des produits et services souhaités.

Cet accord permettra à RMG d'élargir sa clientèle dans la mesure où il pourra lui offrir plus de possibilités de conclure des transactions et plus d'occasions de générer du chiffre d'affaires.

De plus, les deux sociétés mettront tout en œuvre pour introduire, de façon rapide et massive, le monde des petites et moyennes entreprises sur le web. Un site portail de référence, spécifique à ce type d'entreprises, permettra aux commerçants locaux de profiter pleinement des possibilités offertes par la nouvelle autoroute électronique.

Début 2000, les différents sites web de RMG et VTM enregistraient chacun 15.000 visiteurs par jour, investisseurs.net plus de 20.000 visiteurs et vacature.com quelque 5.000. Cela représente 55.000 visiteurs par jour et 5 millions pages views consultées par mois: une excellente position de départ.

EFFICIENCY



Désormais, tout le prepress est directement réalisé par des cellules de lay-out intégrées au sein des différentes rédactions.

L'atmosphère conviviale de ce complexe favorisera le dialogue et les synergies entre les rédactions francophones et néerlandophones: Knack et le Vif/L'Express, Trends et Trends Tendances, Telepro et Télépro, Voetbal et Foot Magazine, Sport Magazine (F/N), Bizz (F/N), Industrie (F/N), Onze Tijd et Notre Temps, Weekend Knack et Weekend Le Vif/L'Express... Ces différents magazines tiennent compte de la sensibilité de leur public francophone et néerlandophone. Mais en collaborant étroitement, il est néanmoins possible d'améliorer l'efficacité du travail.

UNE FORCE DE VENTE

RMG est une entreprise multimédia (le print via les magazines et les publications gratuites, la radio et la télévision, les nouveaux médias online et offline) qui a deux ressorts importants : d'une part une importante source rédactionnelle et , d'autre part, une force de vente qui compte 325 personnes (150 advertising consultants régionaux, 100 internes dans le réseau de bureaux locaux et 75 collaborateurs qui assurent la régie publicitaire nationale depuis le siège RMG de Zellik).

En 1999, d'importants efforts ont été fournis au niveau de la formation permanente.



Fin 1999, RMG a construit un bâtiment accueillant les différentes rédactions du groupe, sur un terrain de 2 hectares à Evere (en face des quartiers généraux de l'OTAN): au **BMC (Brussels Media Centre)**, 250 journalistes travaillent ensemble pour les différentes magazines du groupe.

Il s'agit d'une étape importante au niveau de l'efficacité: un centre de recherche et de documentation, un réseau IT avec tout le support et le confort en matière de nouveaux médias, d'importantes liaisons par câble entre Evere, Roeselare et Zellik.



CONCENTRATION



Début 2000, nous avons posé les bases pour un développement sain dans l'industrie belge du printing. Le 18 janvier, un accord a été conclu entre les trois plus importants groupes d'imprimerie du pays: Roularta, Mercator et Concentra. Ensemble, ils constituent le Mercator Printing Group qui enregistre un chiffre d'affaires de 9 milliards de BEF. RMG participe pour 1/3. Le groupe peut immédiatement tirer parti de sa capacité d'impression et des mesures d'efficacité sont envisageables au niveau de l'IT, de la politique d'investissement et d'achat et de la politique commerciale.



HUMAN RESOURCES

Le 31 décembre 1999, Roularta Media Group employait plus de 1700 collaborateurs si l'on tient compte des joint ventures. Le groupe emploie également 50 personnes au Portugal et 30 aux Pays-Bas.

Chez Vogue Trading Video (VTV à Kuurne) le nombre de collaborateurs augmente et l'on prévoit de créer 50 nouveaux emplois en 2000.

Le recrutement, la sélection et la formation du personnel de vente qui assure, dans chaque région, un contact permanent avec les clients/annonceurs est essentiel au développement de RMG. Dans ce cadre, des sessions de recrutement et de formation sont organisées pour offrir aux candidats les meilleures chances de réussite. En 1999, de nombreux collaborateurs ont également suivi des formations techniques, informatiques ou commerciales.

Au niveau de la formation, le groupe continue à investir dans l'apprentissage de nouvelles techniques qui ont trait aux systèmes informatiques et à l'utilisation de l'Intranet de RMG. Au total, plus de 2000 terminaux sont utilisés pour assurer la communication interne entre les rédactions, la production, l'administration, la promotion, etc.

Le Brussels Media Centre à Evere permet à 250 journalistes et collaborateurs rédactionnels de faire appel aux techniques de communication les plus modernes. Désormais, le prepress de tous les magazines est réalisé, au sein même de chaque rédaction, par une cellule layout.

Il est clair qu'un effort considérable a été consenti au niveau de la formation de tous les collaborateurs.

ENVIRONNEMENT

En 1999, la technologie C.T.P. (computer-to-plate) a été renforcée chez Roularta Printing. Elle permet de diminuer considérablement la consommation d'eau. L'influence directe sur l'environnement est sensible parce que le traitement chimique s'opère via un système de conduites fermé.

On met également tout en oeuvre pour diminuer le taux d'alcool, utilisé dans la procédure d'impression.

La rénovation de l'éclairage a été poursuivie dans diverses parties de l'entreprise.

La problématique des déchets d'emballages et industriels était toujours à l'ordre du jour. Elle est traitée en accord avec les fédérations du secteur graphique.

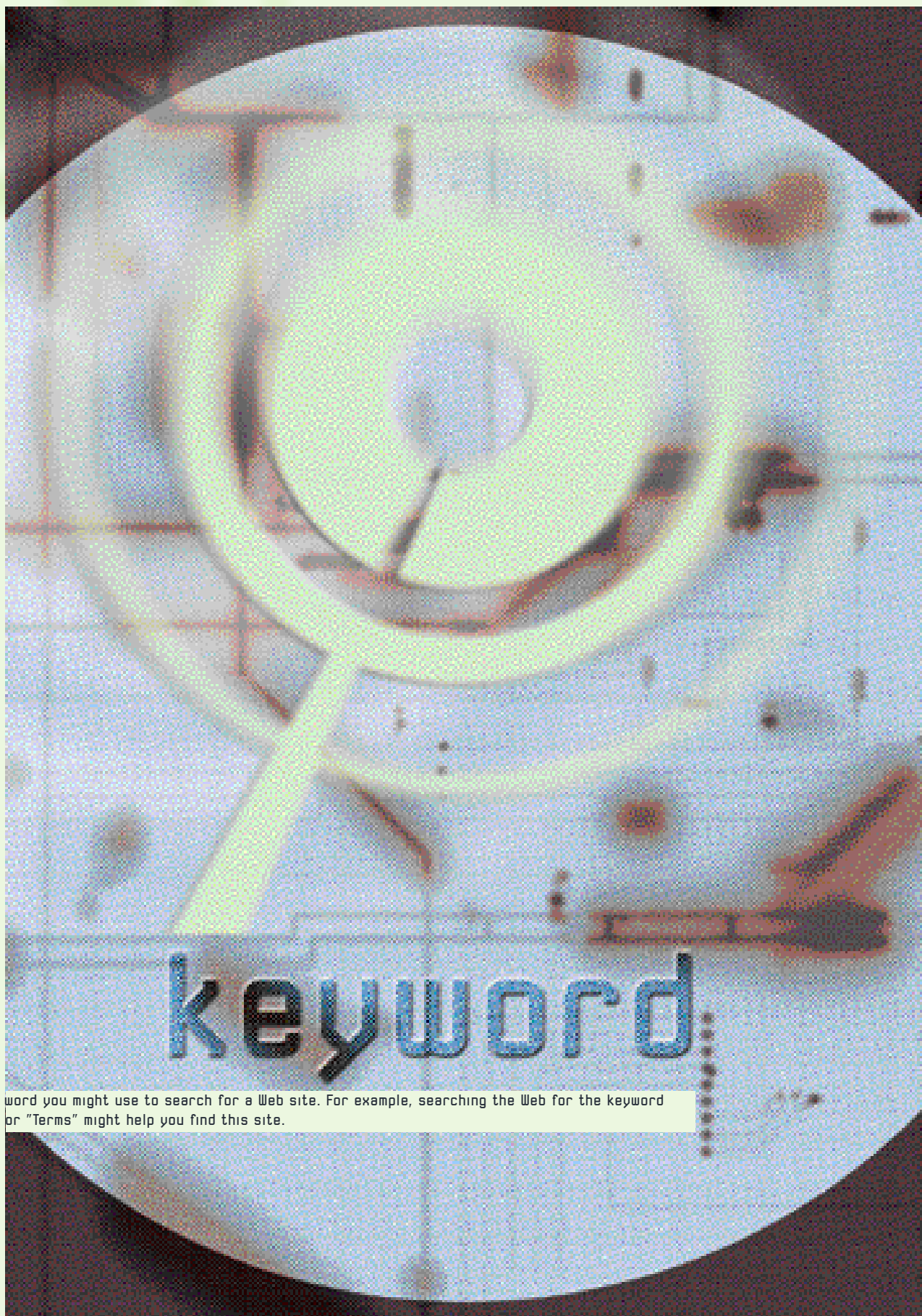
On s'est également préoccupé de la problématique des émissions V.O.S., toujours en accord avec les fédérations du secteur graphique.

PREVENTION ET PROTECTION

Le nombre d'accidents et leur gravité sont demeurés au même niveau faible des années précédentes. On se préoccupe du rôle de la direction de production dans cette politique de prévention.

Dans le cadre de l'Arrêté Royal concernant les outils de travail, un certain nombre de machines ont subi une mise au point.

Lors de la rénovation des bâtiments du Brussels Media Center, on a accordé une grande importance à l'ergonomie pour les travail sur écran.



KEYWORD: A word you might use to search for a Web site. For example, searching the Web for the keyword "Dictionary" or "Terms" might help you find this site.

Rapport annuel du conseil d'administration

à l'Assemblée Générale ordinaire des actionnaires du 16 mai 2000

relative aux comptes annuels consolidés, clôturés le 31 décembre 1999

Chers actionnaires,

Conformément à l'article 72 de l'Arrêté Royal du 6 mars 1990, nous avons l'honneur de faire rapport sur les activités de l'ensemble de nos entreprises consolidées, ainsi que sur notre gestion au courant de l'exercice précédent, clôturé le 31 décembre 1999.

Commentaire sur les comptes annuels consolidés

Le projet de comptes annuels a été rédigé conformément à l'arrêté royal du 6 mars 1990 sur les comptes annuels consolidés des entreprises, ainsi qu'aux dispositions légales et administratives qui sont d'application pour l'entreprise.

L'exercice clôturé au 31 décembre 1999 est le deuxième exercice pour lequel des comptes annuels consolidés ont été établis au niveau de Roularta Media Group NV. Les chiffres comparatifs qui ont été repris pour l'exercice précédent sont ceux de la consolidation au 31.12.1998.

Le bilan, le compte de résultats, ainsi que leurs annexes vous donneront un aperçu général des activités de la société, ainsi que des résultats obtenus.

Actif

Les investissements en immobilisations incorporelles concernent des investissements en software, en droits d'auteur cinématographiques et en scénarios.

L'accroissement en écarts de consolidation positives s'explique principalement par un écart de consolidation supplémentaire dû à l'acquisition d'une participation dans Uitgeverij De Cuyper NV et une participation supplémentaire dans Sportmagazine NV.

La plupart des investissements en immobilisations corporelles ont trait à la rénovation des bâtiments du Brussels Media Centre pour les rédactions, et de la construction d'un bâtiment industriel à Kuurne. Il y eut également des investissements dans les activités prémédia, l'imprimerie, la télévision et les nouveaux

médias.

Les moyens disponibles et les placements ont été utilisés pour réaliser les investissements en immobilisations corporelles et financières.

Passif

Le capital consolidé comporte uniquement le capital de Roularta Media Group NV à hauteur de 4.479 millions de BEF.

Le capital n'a pas été modifié par rapport au bilan consolidé au 31.12.1998.

Les dettes au 31.12.1999 sont passés de 5,923 à 6,558 milliards de BEF, soit une augmentation de 10,7 %, ce qui correspond environ à l'augmentation du coût des ventes et prestations.

Compte de résultats

L'évolution du chiffre d'affaires consolidé :

En millions de BEF	1999	1998
Publicité toutes-boîtes	3.899	3.307
Publicité journaux	196	180
Publicité magazines	3.256	2.964
Publicité TV régionales	716	697
Publicité VMM	3.165	2.984
Abonnements et vente au numéro	1.847	1.776
Impression pour tiers	1.619	1.705
Livres	250	284
Divers	625	448
TOTAAL	15.573	14.345

L'augmentation des ventes et prestations s'explique surtout par l'augmentation des revenus publicitaires, des abonnements et de la vente au numéro. Toutefois, la consommation de matières premières, des services et biens divers ont connu une augmentation plus importante. La baisse du résultat financier s'explique principalement par la conversion d'un prêt redevable d'intérêts en capital. Le résultat exceptionnel est influencé d'une part par les pertes relatives à la cessation des activités de Roularta France en France et de la liquidation des sociétés RAR et Central Station, qui s'élèvent à 29,4 millions de BEF, et au remboursement de l'aide Maribel à hauteur de 23,7 millions de BEF, d'autre part.

L'année 2000

Le passage à l'an 2000 s'est parfaitement déroulé. Il n'y eut que quelques petits accrocs, aisément résolus.

Evolutions attendues

Le Conseil d'Administration prévoit que les activités continueront à se développer, du fait des nouvelles initiatives suivantes, entre autres : le lancement de 'Focus Knack, Spijs & Drank, Sport Magazine et Metro'. D'autres nouvelles activités consistent dans le démarrage de l'émetteur d'actualités économiques Kanaal Z, en langue

française, l'élargissement du réseau de radios régionales Top Radio, le développement des activités internet.

Evénements importants après la clôture de l'exercice

Depuis la clôture de l'exercice en date du 31 décembre 1999, la société a repris le goodwill, comprenant le titre aussi, de Het Wekelijks Nieuws, ses lecteurs venant rejoindre ainsi l'audience du groupe. La possibilité est ainsi donnée d'augmenter les tarifs publicitaires, en fonction du tirage plus important. L'impression de ce tirage supplémentaire ne représente qu'un coût variable additionnel en matières premières et en salaires.

Informations relatives aux circonstances qui pourraient influencer de façon notable l'évolution de la société

Nous ne prévoyons pas de circonstances, dignes d'être mentionnées, qui pourraient influencer de façon importante l'évolution de la société.

Fait à Roeselare, le 17 mars 2000

Le Conseil d'Administration

Rapport annuel du conseil d'administration

à l'Assemblée Générale ordinaire des actionnaires du 16 mai 2000

relative aux comptes annuels clôturés le 31 décembre 1999.

Chers actionnaires,

Conformément à l'article 77 des Lois Coordonnées sur les Sociétés Commerciales, nous avons l'honneur de vous faire rapport sur les activités et la gestion de notre société pendant l'exercice précédent, clôturé le 31 décembre 1999.

Commentaire sur les comptes annuels

Le projet de comptes annuels a été rédigé conformément à la loi du 17 juillet 1975 sur la comptabilité et les comptes annuels des entreprises, ainsi qu'aux arrêtés d'exécution y relatifs, et conformément aux dispositions légales et administratives qui sont d'application pour l'entreprise.

Les règles d'évaluation n'ont pas subi de modification quant à leur contenu, par rapport à l'exercice précédent.

Les activités principales de la société anonyme Roularta Media Group s'exercent dans trois domaines distincts :

- les médias imprimés,
- les médias audiovisuels,
- les autres activités.

Le bilan et le compte de résultats et leurs annexes vous donneront un aperçu général des activités de notre société, ainsi que des résultats obtenus.

D'importants investissements ont été consentis au cours de cet exercice. Les investissements en immobilisations incorporelles concernent l'achat d'une série de programmes informatiques dans le cadre du passage vers l'an 2000, ainsi que d'un ensemble de programmes pour le suivi de la production. Les principaux investissements en immobilisations corporelles ont trait à la rénovation et l'aménagement des bâtiments du Brussels Media Centre pour nos rédactions. Pour les magazines, on a également installé le Computer to Plate. Quant à l'investissement dans les immobilisations financières, il s'agit principalement de l'octroi de prêts aux sociétés filiales, afin de leur permettre de réaliser les investissements prévus.

Les créances commerciales n'ont augmenté que de 5,02 % et ne reflètent que partiellement l'augmentation du chiffre d'affaires qui est de 6,33 %.

Les placements sont entièrement consacrés à des investissements en immobilisations corporelles et financières.

Les dettes commerciales en fin d'exercice ont augmenté du fait de la croissance des coûts.

En comparaison avec l'année précédente, le résultat net de l'exercice comptable en 1999, soit un bénéfice de 379.936.712 BEF a été obtenu comme suit :

(1.000 BEF)	1999	1998
Ventes et prestations	+ 12.672.149	+ 11.917.310
Coût des ventes et prestations	- 11.961.665	-11.101.235
Bénéfice d'exploitation	+ 710.484	+ 816.075
Produits financiers	+ 131.630	+ 78.664
Charges financières	- 102.224	- 114.115
Bénéfice courant avant impôts	+ 739.890	+ 780.624
Produits exceptionnels	+ 162.320	+ 41.430
Charges exceptionnelles	- 302.186	- 574.312
Bénéfice de l'exercice avant impôts	+ 600.024	+ 247.742
Prélèvements / transferts aux impôts différés	+ 10.946	+10.257
Impôts	- 234.420	- 154.654
Bénéfice de l'exercice	+ 376.550	+ 103.345
Prélèvements sur les réserves immunisées	+ 3.387	+3.849
Bénéfice de l'exercice à affecter	+ 379.937	+ 107.194

Le montant des ventes et prestations a augmenté de 754,8 millions de BEF, soit 6,33 %. Cette augmentation est principalement due aux prestations des médias écrits. Le chiffre d'affaires des télévisions régionales, par contre, a sensiblement diminué, du fait de la diminution des ordres provenant des pouvoirs publics. Nous notons également que le chiffre d'affaires des offres d'emploi a connu une croissance importante.

Les achats ont augmenté de 860,4 millions de BEF, soit 7,75 %. L'augmentation relative des coûts de sous-traitance expliquent cette évolution. En 1999, le coût des matières premières a peu varié.

L'augmentation du résultat financier est dû en grande partie à la baisse des charges financières. D'autre part, des revenus substantiels ont été générés par le placement de surplus de trésorerie.

En 1999, d'importants frais exceptionnels ont été pris en charge tels que le remboursement de l'aide Maribel (23,7 millions de BEF) et des charges patronales sur remboursement de frais forfaitaires aux employés, à charge de l'employeur, relatives aux années 94 à 98. Les moins values sur réalisation d'actifs immobilisés sont principalement des dépréciations de participations et de créances dans la SA Roularta France et RAR en liquidation, du fait de la dissolution et de la liquidation des sociétés en question. Les autres charges exceptionnelles ont surtout trait à la dépréciation des participations dans Publiregioes Lda, A Nous Paris SA et Belgian Business Television NV.

L'an 2000

Le passage à l'an 2000 s'est parfaitement déroulé. Il n'y eut que quelques petits accrocs, aisément résolus.

Evolutions attendues

Le Conseil d'Administration prévoit que les activités continueront à se développer, du fait des nouvelles initiatives suivantes, entre autres : le lancement de 'Focus Knack, Spijs & Drank, Sport Magazine et Metro' ; le démarrage de l'émetteur d'actualités économiques Kanaal Z en langue française.

Evénements importants après la clôture de l'exercice

Depuis la clôture de l'exercice en date du 31 décembre 1999, la société a repris le goodwill, comprenant le titre aussi, Het Wekelijks Nieuws, ses lecteurs venant rejoindre ainsi l'audience du groupe. Le tirage augmentant, les tarifs de publicité peuvent être augmentés. L'impression de ce tirage supplémentaire ne représente qu'un coût variable additionnel en matières premières et en salaires.

Informations relatives aux circonstances qui pourraient influencer de façon notable l'évolution de la société

Nous ne prévoyons pas de circonstances, dignes d'être mentionnées, qui pourraient influencer de façon importante l'évolution de la société

Recherche et développement

Le projet 'Media On Line', en collaboration avec la KUL, Utimaco Belgium et IWT (l'Institut flamand de promotion de la recherche scientifique et technologique dans l'industrie) a été mené à bien.

Vu le succès d'internet et l'évolution rapide dans le domaine des télécommunications, nous voulons développer davantage le « on-line publishing ».

En même temps, nous avons développé le nouveau programme de traitement de texte Itell 2000.

Augmentation de capital

Au cours de l'exercice comptable, on n'a pas procédé à une augmentation de capital ou à l'émission d'obligations convertibles ou de warrants, conformément à l'art. 33bis, § 2 ou 101ter, § 3.

Propres actions

La société n'a pas fait l'acquisition d'actions propres pendant l'exercice comptable.

Actions détenues par une société filiale

Les sociétés filiales ne possèdent pas d'actions de la société anonyme Roularta Media Group.

Agences

La société n'a pas d'agences.

Application de l'art. 60 de la loi sur les sociétés

Au cours de l'exercice comptable, le Conseil d'Administration n'a pas pris de décisions en application de l'art. 60 de la loi sur les sociétés.

Nomination

Le mandat de Deloitte & Touche Reviseurs d'Entreprises SC, comme commissaire-reviseur de la NV Roularta Media Group, échu le 16 mai 2000. Le Conseil d'Administration propose de renouveler le mandat de Deloitte & Touche Reviseurs d'Entreprises SC, représenté par Messieurs Jos Vlaminckx et Mario Dekeyser, pour une durée de trois ans, jusqu'à l'Assemblée Générale de l'an 2003.

Affectation du bénéfice

Nous proposons d'affecter le « Bénéfice à affecter », s'élevant à 382.464.674 BEF comme suit :

- 20.000.000 de BEF à la réserve légale
- 100.000.000 de BEF à la réserve disponible
- 70.243.994 de BEF à l'exercice suivant
- 192.220.680 de BEF à la rémunération du capital.

Nous proposons d'attribuer à tous les actionnaires un dividende brut de 20 BEF par action.

Si vous marquez votre accord, nous proposons de payer le coupon nr 2 à 17 BEF le dividende net et contre remise du talon VVPR nr 2, à 15 BEF le dividende net pour une action simple. Les dividendes seront payés aux guichets de la Banque de Bruxelles Lambert et de KBC Bank , et par la Banque Degroof, à partir du 26 mai 2000.

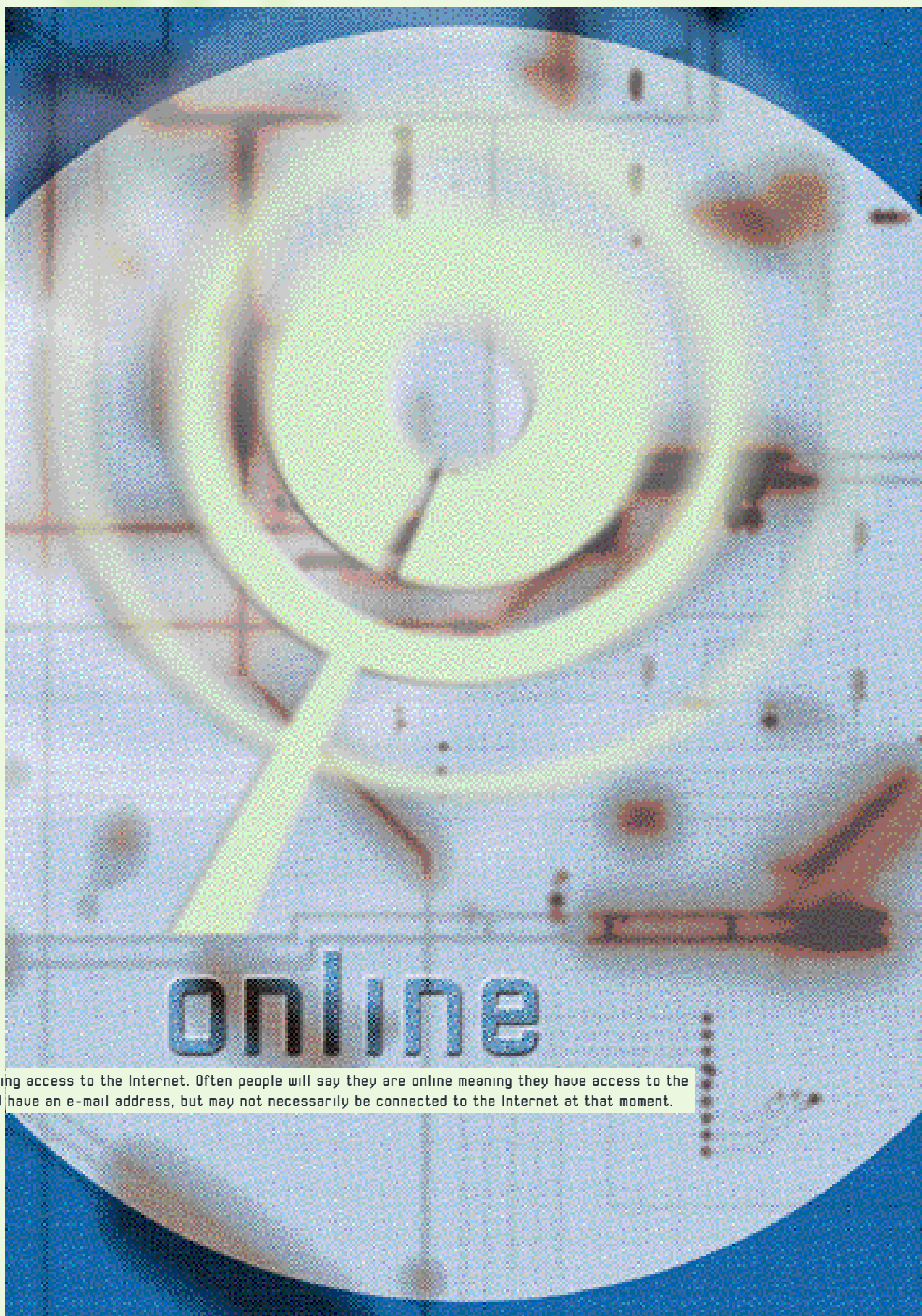
Décharge

Nous demandons à l'Assemblée Générale de bien vouloir approuver les comptes annuels qui leur sont soumis, d'accepter l'affectation des résultats prévue, et de bien vouloir donner décharge aux administrateurs et au commissaire-reviseur de l'entreprise, relativement à l'exercice de leur mandat au cours de l'année écoulée.

Nous vous prions également d'approuver le montant de la rémunération du Conseil d'Administration pour l'année prochaine, soit 57,3 millions de BEF.

Fait à Roeselare, le 17 mars 2000

Le Conseil d'Administration



ONLINE: Having access to the Internet. Often people will say they are online meaning they have access to the Internet and have an e-mail address, but may not necessarily be connected to the Internet at that moment.

Adresses de nos succursales et filiales

Succursales

Siège Roeselare

Roularta Media Group
Krant van West-Vlaanderen
Regionale Televisie Regie
Telepro Nederlands

Meiboomlaan 33
Meensesteenweg 290
Kleine Weg 19-21
Diksmuidesteeweg 17

8800 Roeselare
8800 Roeselare
8800 Roeselare
8830 Hoogdele

Siège Zellik

Roularta Media
Roularta Research
Roularta Conference Centre
Roularta Events
Roularta Seminars

Research Park De Haak
Research Park De Haak
Research Park De Haak
Research Park De Haak
Research Park De Haak

1731 Zellik
1731 Zellik
1731 Zellik
1731 Zellik
1731 Zellik

Siège Bruxelles

Brussels Media Centre

Rue de la Fusée 50

1130 Bruxelles

De Streekkrant

Aalst
Antwerpen
Bornem
Brugge
Dendermonde
Drongen
Gent
Halle
Herentals
Kampenhout
Kortrijk
Leuven
Lier
Mechelen
Merchtem
Mol
Oostende
Roeselare
Sint-Niklaas
Turnhout
Vilvoorde
Zeel

Hopmarkt 31
Amerikalei 196 A
Boomstraat 77
Sint-Jorisstraat 20
Oude Vest 34
Brouwerijstraat 1
Vlaanderenstraat 42
Volpestraat 32
Fraikinstraat 7
Oudestraat 19
Doorniksewijk 83 B
Mgr. Ladeuzeplein 29
Antwerpsesteenweg 99
Consciencestraat 9
Osselstraat 66
Molderdijk 130
Torhoutsesteenweg 52-54
Henri Horriestraat 7
Kokkelbeekstraat 60
De Merodelei 153
J.B. Nowélei 45
Textielstraat 2

9300 Aalst
2000 Antwerpen
2880 Bornem
8000 Brugge
9200 Dendermonde
9031 Drongen
9000 Gent
1500 Halle
2200 Herentals
1910 Kampenhout
8500 Kortrijk
3000 Leuven
2500 Lier
2800 Mechelen
1785 Merchtem
2400 Mol
8400 Oostende
8800 Roeselare
9100 Sint-Niklaas
2300 Turnhout
1500 Vilvoorde
9240 Zeel

Succursales

Steps

Antwerpen
Bornem
Brugge
Drongen
Halle
Kortrijk
Lier
Leuven
Mechelen
Roeselare
Turnhout

Baron D'Hanislaan 20
 Boomstraat 77
 Sint-Jorisstraat 20
 Brouwerijstraat 1
 Volpestraat 32
 Doorniksewijk 83 B
 Antwerpsesteenweg 99
 Mgr. Ladeuzeplein 29
 Consciencestraat 9
 Meiboomlaan 33
 De Merodelei 153

2000 Antwerpen
 2880 Bornem
 8000 Brugge
 9031 Drongen
 1500 Halle
 8500 Kortrijk
 2500 Lier
 3000 Leuven
 2800 Mechelen
 8800 Roeselare
 2300 Turnhout

Krant van West-Vlaanderen

Roeselare
Poperinge

Meensesteenweg 290
 Gasthuisstraat 57

8800 Roeselare
 8970 Poperinge

Filiales

Business Unit

Produit/Activité

ACADEMICI ROULARTA MEDIA NV

Londenstraat 20-22
 2000 ANTWERPEN

Livres et annuaires

Annuaire divers

A NOUS PARIS SA

10 Avenue de la Grande Armée
 F-75017 PARIS

Journaux toutes-boîtes

A Nous Paris

BELGIAN BUSINESS TELEVISION NV

Raketstraat 50
 1130 BRUSSEL

Radio & TV

Kanaal Z

BELGOMEDIA SA

Rue des Grandes Rames 12
 4800 VERVIERS

Magazines

Télépro Français

CINEMA ADVERTISING NV

Research Park De Haak
 1731 ZELLIK

Services

Billboards auprès des cinémas

CORPORATE MEDIA SOLUTIONS NV

Ingberthoeveweg 3A
 2630 AARTSELAAR

Radio & TV

Vente & location
installations audiovisuels

DE STREEKKRANT-DE WEEKKRANTGROEP NV

Meiboomlaan 33
 8800 ROESELARE

Journaux toutes-boîtes

De Streekkrant, De Weekkrant
De Zondag



Filiales	Business Unit	Produit/Activité
DE WOONKIJKER NV Rijnkaai 26 2000 ANTWERPEN	Radio & TV	De Woonkijker
DOLIMONT MEDIA SA Rue de la Fusée 50 1130 BRUXELLES	Magazines	Baby
EDITOP NV Place de Jamblinne de Meux 10 1030 BRUXELLES	Livres et annuaires	Top 30.000, Top Construction
EUROCASINO NV Rue Steyls 119 1020 BRUXELLES	Services	
EUROPEAN BUSINESS PRESS GROUP NV Brasschaatsteenweg 308 2920 KALMTHOUT	Magazines	De Huisarts, Le Généraliste Semper
FACILITEITEN NV Meiboomlaan 33 8800 ROESELARE	Radio & TV	Production télévision Vidéos d'entreprise Spots commerciaux
FINANCIERE WALTA SA Av. Emile De Mot 19-21 1000 BRUXELLES	Magazines	Holding
FOCUS TELEVISIE NV Industriezone 2 8490 JABBEKE	Radio & TV	Focus Televisie
GRIEG MEDIA AS Valkendorfsgrt. 1A N-5012 BERGEN	Magazines	VI over 60
HEXANE SA Av. Emile de Mot 19 1000 BRUXELLES	Magazines	L'Eventail
INVESTNET CVBA Wollestraat 2 bus 21 8790 WAREGEM	Services (internet)	www.het.beleggers.net www.investisseurs.net
LE VIF MAGAZINE SA Rue de la Fusée 50 Boîte 6 1130 BRUXELLES	Magazines	Le Vif/L'Express Weekend Le Vif/L'Express Télévif
MEDIA AND COMMUNICATION SERVICES NV Legeweg 2B 8490 JABBEKE	Radio & TV	Production télévision Spots commerciaux Vidéos d'entreprise Production CD-Rom

Filiales	Business Unit	Produit/Activité
NEWSCO NV Rue de la Fusée 50 Boîte 12 1130 BRUXELLES	Services	Publiscopies
PARATEL NV Mediaalaan 1 1800 VILVOORDE	Services	Callcenter
PLOPSALAND NV De Pannelaan 68 8660 ADINKERKE	Services	Parc d'attractions
PUBLINDUS NV Place de Jamblinne de Meux 10 1030 BRUXELLES	Magazines	Industrie Cash! Néerlandais
PUBLIREGIOES LDA Rua Duque de Palmela 37-2dt P-1100 LISBOA	Journaux toutes-boîtes	Jornal da Região
REGIE DER INFORMATIEWEEKBLADEN CVBA Boulevard Paepsem 22 boîte 8 1070 BRUXELLES	Services	Régie Publicitaire
REGIONALE TV MEDIA NV Research Park De Haak 1731 ZELLIK	Radio & TV	Régie publicitaire nationale pour télévision locale
ROESELARSE OMRDEP MAATSCHAPPIJ NV Melboomlaan 33 8800 ROESELARE	Radio & TV	Radio locale
ROULARTA BOOKS NV Rue de la Fusée 50 1130 BRUXELLES	Livres et annuaires	Livres (sport, business) Media Club
ROULARTA PRINTING NV Melboomlaan 33 8800 ROESELARE	Production graphique	Imprimerie
SCRIPTA NV Avenue E. Jacqmain 127 1000 BRUXELLES	Services	Régie publicitaire nationale
SENIOR PUBLICATIONS SA Rue de la Concorde 33 1050 BRUXELLES	Magazines	Onze Tijd / Notre Temps
SENIOR PUBLICATIONS NEDERLAND BV Olmenlaan 26 NL-1404 DG BUSSUM	Magazines	Plus
SPORTMAGAZINE NV Rue de la Fusée 50 Boîte 5 1130 BRUXELLES	Magazines	Voetbal Magazine / Foot Magazine Sport Magazine

Filiales

STYLE MAGAZINE BV

Paardeweide 2-4
NL-4824 EH BREDA

TOP CONSULT SA

Rue de la Fusée 50
1130 BRUXELLES

TRENDS MAGAZINE NV

Raketstraat 50 Bus 4
1130 BRUSSEL

TURANKEY NV

Legeweg 2B
8490 JABBEKE

TV STUDIO HOLLAND BV

Pieter Goedkoopweg 10
NL-2031 EL HAARLEM

UITGEVERIJ DE CUYPER NV

Meiboomlaan 33
8800 ROESELARE

VACATURE CVBA

Technologiestraat 1
1082 SINT AGATHA BERCHEM

VLAAMSE MEDIA HOLDING NV

Brusselsesteenweg 347
1730 ASSE

VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ NV

Medialaan 1
1800 VILVOORDE

VLAAMSE TIJDSCHRIFTEN UITGEVERIJ NV

Rue de la Fusée 50 Boite 2
1130 BRUSSEL

VOGUE TRADING VIDEO NV

P. Verhaeghestraat 8
8520 KUURNE

UTV PRINT NV

Pieter Verhaeghestraat 8
8520 KUURNE

WEST-VLAAMSE MEDIA GROEP NV

Meiboomlaan 33
8800 ROESELARE

WEST-VLAAMSE RADIO NV

Meiboomlaan 33
8800 ROESELARE

Business Unit

Journaux toutes-boîtes

Services

Magazines

Radio & TV

Radio & TV

Journaux toutes-boîtes

Magazines

Radio & TV

Radio & TV

Magazines

Radio & TV

Production graphique

Journaux

Radio & TV

Produit/Activité

Style

Régie publicitaire nationale

Trends, e-Trends, Trends Review
Trends Top 5000
Trends International
Bizz

Consultation concernant programmes et stations de télévisions
Production de documentaires internationaux

Spots commerciaux
Vidéos d'entreprises

De Zondag

Vacature

Holding

Télévision commerciale nationale
VTM, Kanaal 2
Top Radio, Radio Mango

Knack, Weekend Knack
Focus Knack
Spijs & Drank

Production TV
Duplication de vidéos
Replication de CD, CD Rom, DVD

Imprimerie feuille à feuille

Krant van West-Vlaanderen

Radios locales



SITE: A place on the Internet. Every web page has a location where it resides which is called it's site. And, every site has an address usually beginning with "http://."

L'Action

Roularta Media Group NV

ROULARTA MEDIA GROUP CONSOLIDE CHIFFRES CLES PAR ACTION

DESCRIPTIONS	BEF			EUR		
	1997	1998	1999	1997	1998	1999
Bénéfice d'exploitation - EBIT	56	121	119	1,39	3,00	2,95
Capitaux propres	194	489	522	4,81	12,12	12,94
Bénéfice par action - Part du groupe	3	34	50	0,07	0,84	1,24
EBITDA	167	221	207	4,14	5,48	5,13
Cashflow brut par action	135	141	157	3,35	3,50	3,89
Cashflow courant par action	125	169	158	3,10	4,19	3,92
Dividende brut		15	20		0,37	0,50
Dividende net		12,75	15,00		0,32	0,37
Nombre d'actions	8.277.700	9.611.034	9.611.034	8.277.700	9.611.034	9.611.034
Prix de souscription		1.500			37,18	
Cours maximum		1.950	2.945		48,34	73,00
Cours au 31 décembre		1.780	2.620		44,13	64,95
Price / Net Earning Ratio au 31.12		19,81	28,78		19,81	28,78
Price / Net Cashflow Ratio per 31.12		10,56	16,55		10,56	16,55
Capitalisation en bourse à fin d'année (en millions)		17.108	25.181		424,10	624,22
Volume annuel en millions		864	2.607		21,42	64,63
Volume annuel en nombre		464.257	1.145.756		464.257	1.145.756

