



ROULARTA MEDIA GROUP PRESENTS

2010

MAGAZINES  
NEWSPAPERS  
FREE PRESS  
RADIO  
TELEVISION  
INTERNET  
SERVICES  
SEMINARS  
PRINTING

Enter



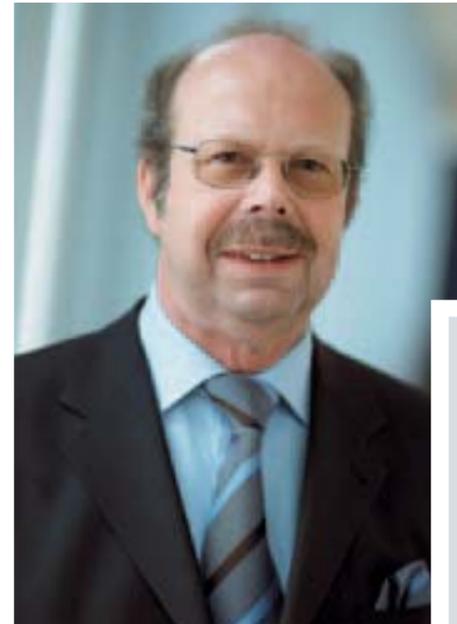
Roularta  
Media Group 

ROULARTA MEDIA GROUP PRESENTS 2010

# SOMMAIRE



MOT DU PRÉSIDENT, BARON HUGO VANDAMME	7
RAPPORT DES ACTIVITÉS PAR RIK DE NOLF	8
ROULARTA MEDIA GROUP EN 2010	10
<b>MAGAZINES BELGIQUE</b>	<b>14</b>
MAGAZINES D'ACTUALITÉ	16
MAGAZINES LIFESTYLE	18
MAGAZINES D'AFFAIRES	20
MAGAZINES SPORTIFS	22
MAGAZINES PEOPLE ET TÊTES COURONNÉES	24
LETTRES D'INFORMATION	26
MAGAZINES B2B	27
ROULARTA MEDICA	28
ROULARTA RECRUITMENT SOLUTIONS	29
ROULARTA CUSTOM MEDIA	30
STRATÉGIE 360°	31
MAGABOOKS ET EXTENSIONS DE LIGNE	32
<b>MAGAZINES FRANCE</b>	<b>34</b>
MAGAZINES D'ACTUALITÉ	36
MAGAZINES PEOPLE ET TÊTES COURONNÉES	38
MAGAZINES D'AFFAIRES	40
MAGAZINES LIFESTYLE	42
MAGAZINES CULTURELS	44
GROUPE L'ÉTUDIANT	45
<b>MAGAZINES BELGIQUE - PAYS-BAS - ALLEMAGNE</b>	<b>46</b>
SERVICE MAGAZINES POUR CITOYENS SENIORS	48
MAGAZINES POUR LES PARENTS	50
MAGAZINES POUR LES ENFANTS ET LES JEUNES	52
MAGAZINES LIFESTYLE SUR LE JARDIN ET LA DÉCO	54
G/GESCHICHTE	55
<b>JOURNAUX</b>	<b>56</b>
KRANT VAN WEST-VLAANDEREN	58
<b>PRESSE GRATUITE</b>	<b>60</b>
CITY MAGAZINES	62
MÉDIAS D'INFORMATION LOCAUX	64
<b>RADIO &amp; TÉLÉVISION</b>	<b>66</b>
VMMA - STUDIO-A	68
VTM	70
2BE - VITAYA	72
VTMKZOOM - JIM	73
Q-MUSIC - JOE FM	74
PARATEL	75
TÉLÉVISION RÉGIONALE	76
CANAL Z/KANAAL Z	77
<b>PRINTING</b>	<b>78</b>
ROULARTA PRINTING	80
<b>RAPPORT ANNUEL</b>	<b>82</b>



BARON HUGO VANDAMME,  
PRÉSIDENT DU CONSEIL  
D'ADMINISTRATION

## CRÉATIVITÉ, INNOVATION ET EFFICACITÉ

En 2010, nous avons cueilli les premiers fruits des efforts fournis par l'ensemble du groupe Roularta. Les fils conducteurs de l'exercice ont été à la fois la créativité et l'innovation d'une part, et la réduction des coûts d'autre part. En 2011, nous entendons poursuivre sur cette voie. Le multimédia n'est pas un slogan mais une voie clairement tracée que nous avons déjà parcourue sur tous les plans. Chacun, au sein du Groupe, pense à la fois en termes d'imprimé, d'Internet et d'audio-visuel. Cette approche s'est imposée jusqu'au cœur des différentes rédactions.

Il en résulte nombre de nouvelles idées, de concepts. Le réflexe a été acquis de penser dans le sens de l'actualité, à tout moment du jour. Cette approche est d'ailleurs appliquée dans l'organisation toute entière de Roularta. Ainsi, les départements IT, Prémédia et Nouveaux Médias travaillent à la mise au point de méthodes de communication plus élégantes avec les clients et les fournisseurs. Nos clients peuvent créer leurs propres annonces publicitaires à l'aide de gabarits, avant de nous les envoyer. Elles sont alors utilisées sur support imprimé, journaux et magazines, mais peuvent également être utilisées sur nos divers sites Internet ou mobiles.

De cette manière, plus efficace, nous entendons développer dans toute la structure Roularta une organisation flexible et réactive susceptible à la fois d'abaisser notre seuil de rentabilité.

Des reprises éventuelles s'inscriront également sous le signe d'une utilisation plus efficace des moyens en présence. Nous entendons en effet réaliser des avantages de synergie, en utilisant les mêmes ressources, fichiers clients par exemple, à des fins diverses.

Créativité et innovation restent notre crédo en 2011. De nouveaux titres, des adaptations de sites et de magazines existants doivent nous permettre d'inscrire 2011 dans le prolongement de 2010.

Comme promis, 2010 s'est révélée une bonne année grâce à la combinaison d'efforts au niveau des coûts (baisse du seuil de rentabilité), d'une part, et de la créativité et de l'innovation d'autre part. En première instance, nous tenons à en remercier tous nos collaborateurs et à les féliciter. Merci aussi à tous les clients, fournisseurs, parties prenantes et, en particulier, à nos actionnaires pour la confiance qu'ils ont témoignée à Roularta Media Group.



## ÉVÉNEMENTS IMPORTANTES SURVENUS EN 2010

RIK DE NOLF  
Président du management team et CEO

En 2010, Roularta a amélioré son résultat de manière considérable. La hausse du chiffre d'affaires n'a cependant pas été spectaculaire car une série de modifications structurelles ont été mises en œuvre.

Ainsi, le magazine gratuit Steps paraît désormais non plus tous les quinze jours (dans les grandes villes) mais tous les mois. Et la périodicité des titres B2B – le magazine IT Data News et les titres médicaux – a également été réduite.

L'hebdomadaire gratuit De Streekkrant paraît désormais sur format tabloïd et non plus sur format broadsheet, soit une réduction de format de 50%. Le passage s'est fait sans heurts et la réaction des lecteurs et annonceurs est enthousiaste.

### Magazines B-to-C

Les revenus publicitaires des magazines ont progressé de 5% en Belgique et de 10% en France. Après l'important repli enregistré l'année de crise 2009, on observe donc un début de redressement. Styles L'Express a signé la meilleure performance en réalisant une croissance de 30%. Le monde des publicités lifestyle a définitivement reconnu Styles, le magazine des actus lifestyle, avec son important tirage et son groupe cible intéressant.

Le marché des lecteurs a accusé un léger repli. Les abonnements tiennent bon mais les ventes au numéro de magazines sont affectées par la baisse du trafic dans les points de vente. Une baisse des visites visant les journaux, le tabac et le Lotto se traduit par une baisse des ventes de magazines.

En décembre est paru le premier numéro de Zeste, un nouveau magazine destiné aux adeptes de l'alimentation saine à qui il propose des recettes originales. Le premier numéro est paru en France à 450.000 exemplaires en combinaison avec les titres lifestyle du Groupe Express-Roularta. Les revenus publicitaires ont d'emblée permis de rentabiliser l'opération et de lancer définitivement le magazine. En 2011, 4 numéros sont prévus. La diffusion se fait via les kiosques et sur abonnement. En Belgique, le lancement des 'Black Issues' spéciales de Knack Weekend/Le Vif Weekend a été préparé. En 2011 paraîtront 8 numéros à conserver sur papier livre à dos droit, consacrés chacun à un

thème spécifique comme la mode, la décoration, la beauté, etc. Et à l'occasion de son 40<sup>e</sup> anniversaire en mars 2011, Knack lance le nouveau 'Knack Wereldtijdschrift', un magabook trimestriel sur papier livre proposant analyses et portraits approfondis qui brossent une image durable de l'esprit du temps.

### Magazines B-to-B

Grâce à sa réorganisation, la division des titres B-to-B – ITM (Industrie Technique & Management), Nouvelles Graphiques, Data News – et les titres de Roularta Medica ont recouvré la santé. Les sites Web ont été dotés d'une nouvelle version qui permet d'enregistrer une hausse des revenus publicitaires.

### Custom Media

Roularta compte toute une série de nouveaux clients pour Custom Media: des magazines réalisés sur mesure, des versions numériques, des sites Internet, etc. En tant que société d'édition avec des facilités intégrées dans les domaines de l'IT, de l'impression, de la finition et du routage, Roularta est un partenaire idéal qui peut assurer tout le cheminement du produit, du concept à la distribution en passant par l'artwork, la rédaction et la production.

### Internet

Les sites de la coupole Roularta en Belgique comptent plus de 2 millions de visiteurs uniques par mois et le chiffre d'affaires publicitaire a augmenté de 25%.

De la même manière qu'un groupe de journaux dispose d'une rédaction de rubrique par secteur, Roularta possède par secteur d'une rédaction magazine composée de spécialistes dans tous les domaines. Ils travaillent ensemble dans une grande newsroom bilingue de plus de 300 journalistes logés au Brussels Media Centre. Ces journalistes travaillent dans une approche multimédia via l'imprimé (magazines), l'Internet et la télévision (Canal Z/Kanaal Z). En 2010, un effort a été fourni sur le plan de la formation multimédia en collaboration avec l'IFRA (la fédération internationale de la presse) et le Groupe Express.

La régie publicitaire Roularta Media Online présente trois packs intéressants: News (avec levif.be et knack.be), Business (avec trends.be) et Lifestyle (avec weekend.be). En collaboration avec Corelio a été lancé le pack 'Pure Business' (trends.be + destandaard.be/economie). En tant que régie intégrée, Roularta Media Online assure un service complet:

- campagnes de display sur les différents sites Internet;
- intégrations de contenus sur les différents sites Internet;
- nombreuses possibilités publicitaires dans les newsletters rédactionnelles des titres de Roularta, comme Knack, Le Vif/L'Express, Trends, Knack Weekend, Le Vif Weekend,...;
- partnernailings envoyés aux adresses opt-in des divers titres;
- la génération de leads qui recourt à une base de données unique de profils appartenant à Roularta Media Group. Les annonceurs ont la possibilité d'acheter des 'targeted business leads' aussi bien dans le segment du business-to-business que dans celui du business-to-consumer.

Groupe Express-Roularta poursuit la même stratégie de coupole que Roularta en Belgique. Pas à pas, les sites des différents magazines sont intégrés. Entre-temps, L'Express.fr s'est hissé à la deuxième place des sites d'actualité, avec plus de 6 millions de visiteurs uniques par mois, après Le Figaro (7 millions) et avant Le Monde (5 millions). Cette évolution a engendré une croissance de 50% des revenus publicitaires. A présent, pour la première fois, les activités Internet en France apportent une contribution positive au résultat.

Roularta se concentre sur la vente d'abonnements globaux: l'abonné reçoit son magazine par la poste mais a la possibilité, dès la veille, de le lire sur PC, iPhone, iPad ou sur un autre appareil mobile. En tant qu'abonné, il a par ailleurs un accès exclusif aux archives des années antérieures et il reçoit un mail d'alerte sur mesure, en fonction de ses centres d'intérêt.

Roularta continue en outre de promouvoir ses sites Web gratuits. Via un PC ou via les applications gratuites sur iPhone ou iPad ou d'autres appareils mobiles, le visiteur de levif.be, knack.be ou trends.be accède rapidement et en permanence à d'intéressantes informations émises par la newsroom. Et cette information n'est pas la même que le flux d'informations générales diffusé par les agences de presse. Les visiteurs s'inscrivent pour les newsletters quotidiennes gratuites. Ces bases de données se révèlent idéales pour la prospection de nouveaux abonnés.

### Presse gratuite

En février 2010 a été lancée la nouvelle formule de De Streekkrant/De Weekkrant. Avec ses 48 éditions régionales et un tirage de trois millions d'exemplaires, ce toutes-boîtes atteint tous les ménages de Flandre. Désormais, ce titre a adopté le même look et la même approche journalistique que le titre De Zondag. Celui-ci atteint plus de 2 millions de lecteurs (selon une étude CIM) avec près de 700.000 exemplaires diffusés le dimanche matin via un réseau de 4.000 points de distribution, essentiellement des boulangeries. Une fois par mois, le magazine lifestyle gratuit Steps accompagne la diffusion des 16 éditions régionales du Zondag en plus d'être diffusé via un réseau d'enseignes Delhaize, et d'une sélection de brasseries et de boutiques.

Le site vln.be avec autovlan, immovlan et shopvln – une joint-

venture entre Rossel et Roularta – a également réalisé une belle croissance des revenus grâce à ses petites annonces classées.

### Journaux

Les 11 journaux urbains du groupe Krant van West-Vlaanderen ont encore amélioré leurs résultats en 2010. En 2009 déjà, leurs résultats avaient déjà été excellents sur fond de crise. KW a poursuivi sa croissance sur le plan des ventes au numéro, des abonnements et des revenus publicitaires. En dépit du fait que nombre d'annonceurs nationaux n'ont pas encore découvert ce titre, celui-ci compte bien davantage de lecteurs que la plupart des quotidiens. Plus que jamais, le lecteur est captivé par les nouvelles locales et KW affiche toujours un important potentiel. Le site Web KW.be a lui aussi réalisé une croissance spectaculaire en 2010, tant en termes de nombre de visiteurs que de pages consultées. La vente d'espace publicitaire en ligne vient à peine de prendre cours.

### RRS

La croissance la plus vigoureuse en Belgique est signée RRS (Roularta Recruitment Solutions).

Avec la rubrique Streekpersoneel du Streekkrant et du Zondag, RRS est le leader incontesté du marché des petites annonces d'emploi en Flandre.

Avec ChallengeZ, un nouveau projet multimédia important a été lancé fin 2010 à l'intention du marché national. Il s'agit d'une combinaison d'imprimé avec Le Vif/L'Express et Trends (F) ou Knack et Trends (N), avec les sites Web, les newsletters électroniques et la télévision (Canal Z/Kanaal Z), qui permet d'atteindre au maximum des cibles intéressées latentes. En l'espace de quelques mois, nombre de fonctions importantes ont été attribuées grâce à ChallengeZ et tout indique que cette activité deviendra un nouveau pôle de croissance.

RRS continue aussi de grandir avec le Guide Carrières et le Guide des Jeunes Diplômés, ainsi qu'avec les nouveaux annuaires verticaux comme Healthcare.

### Radio et Télévision

La Vlaamse Media Maatschappij a connu une année record. Les grands annonceurs investissent plus que jamais dans des campagnes de spots télé apparemment très efficaces. En radio également, la pub a retrouvé les niveaux d'avant la crise.

La chaîne lifestyle Vitaya a été reprise en 2010. Elle représente une belle possibilité d'expansion dans un nouveau segment intéressant.

La stratégie de diversification de la VMMA a été poursuivie via le lancement de Zesta, un site Internet pour cuisiniers amateurs.

La chaîne d'affaires Canal Z/Kanaal Z a procédé à un développement conséquent des programmes additionnels aux reportages liés à l'actualité. Des programmes courts concernant notamment l'entrepreneuriat par secteur et par région génèrent de nouveaux revenus de sponsoring.

Les chaînes de télé régionales WTV, Focus TV (50% Roularta) et Ring TV (dont Roularta assure la régie) ont fait preuve de stabilité en termes de revenus commerciaux, mais la communication du secteur public a accusé une baisse.

1 JANVIER 2010



Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, Roularta Media Group a inauguré une nouvelle structure de direction pour le département B-to-C Magazines. **Xavier Bouckaert**, COO, assume dès à présent la direction du département B-to-C Magazines. En cette qualité, il est responsable de l'exploitation des titres, du suivi financier et de la gestion du personnel. Il est secondé par un éditeur pour les médias lifestyle (F/N), Chantal Lepaige, et par deux éditeurs pour les médias news et business: Amid Faljaoui (F) et Jos Grobben (N).

19 JANVIER 2010

## canal Z

Belgian Business Television (100% Roularta Media Group) a mis une nouvelle structure en place pour **Canal Z/Kanaal Z**. Le 1<sup>er</sup> février 2010, **Alex Coene** devient le netmanager de Canal Z/Kanaal Z, l'émetteur de télévision pour le monde des affaires. **Jos Grobben** et **Amid Faljaoui** deviennent rédacteur en chef respectivement de Kanaal Z (N) et de Canal Z (F).

30 MARS 2010



Roularta Media Group a lancé les nouveaux sites de **knack.be** et **levif.be** sur l'Internet. Ces deux sites d'information ont profité d'une complète remise à jour stylistique.

7 JUILLET 2010

Roularta Media Group fait l'acquisition de **Fiscap** et du **Forum de l'Investissement** en France. Le Forum de l'Investissement s'est imposé depuis des années comme le principal salon financier français, axé sur l'épargne et les placements. Fiscap – Salon de l'ingénierie fiscale, patrimoniale et financière – est plus orienté sur la gestion privée et de fortune. Ces deux salons accueillent chaque année plus de 30.000 visiteurs et 160 exposants au Palais des Congrès de Paris.

13 JUILLET 2010



**Philippe Belpaire** est nommé Directeur Général de la régie publicitaire Roularta Media.

# ROULARTA MEDIA GROUP EN 2010



6 JANVIER 2010

Le premier Knack Weekend, imprimé sur du papier **PEFC**, est sorti de presse le mercredi 6/1/2010. Ce label apporte la garantie que le papier provient de forêts gérées durablement. De nombreux magazines de Roularta, tant francophones que néerlandophones, seront prochainement imprimés de manière permanente sur du papier PEFC. C'est une première en Belgique, car Roularta est le premier groupe de presse à assumer ses responsabilités environnementales à grande échelle.



14 JANVIER 2010

Roularta Media Group signe un accord avec effet au 1<sup>er</sup> janvier 2010 concernant la reprise de l'exploitation des titres **Guitar Part**, **Guitar Classique** et **Guitar Unplugged** avec les Editions Duchâteau-Voisin.



9 FÉVRIER 2010

**Gentleman**, le luxueux magazine lifestyle de l'homme moderne, est envoyé dorénavant à tous les lecteurs de Trends et de Trends-Tendances qui sont abonnés à leur adresse privée. **Serge Vanmaercke**, qui était le rédacteur en chef de l'édition francophone, se charge également de diriger la rédaction néerlandophone.



15 FÉVRIER 2010

**Roularta Medica**, éditeur leader de la presse médicale, ajoute le grand public à son lectorat. T'chin, magazine spécialisé tiré à quelque 250.000 exemplaires, est distribué avec les hebdomadaires phares que sont Le Vif/L'Express et Knack.



8 JUILLET 2010

Dès le 8 juillet, les news magazines belges **Le Vif/L'Express**, **Knack**, **Trends F/N**, **Sport/Foot Magazine** et **Sport/Voetbalmagazine** peuvent être lus sur iPad, via zinio.com. Cela peut se faire sur base d'un achat au numéro ou d'un abonnement.



16 SEPTEMBRE 2010

Roularta Media Group rafraîchit ses titres business et lance le magazine de référence pour votre argent. A partir du 16 septembre, **Trends (F/N)** et **Bizz** unissent leurs forces pour donner le meilleur d'eux-mêmes dans un concept entièrement remis à neuf. En paraissant ensemble chaque semaine, Trends et Bizz offrent aux lecteurs un paquet inédit d'informations. **Cash** et **Moneytalk** unissent eux aussi leurs efforts à partir du 16 septembre. Le résultat de ce regroupement paraît chaque semaine en combinaison avec Trends mais peut aussi être obtenu séparément.

6 OCTOBRE 2010

## challengeZ

Roularta Media Group lance dans la partie néerlandophone du pays 'ChallengeZ', un nouveau package multimédia pour les offres d'emploi.

5 NOVEMBRE 2010



**Vlaamse Media Maatschappij (VMMa)**, la joint-venture 50/50 entre Roularta Media Group, société cotée en Bourse, et De Persgroep, reprend **Vitaya**, l'émetteur de télévision lifestyle.

10 NOVEMBRE 2010



Groupe Express-Roularta lance **Zeste**, un magazine de cuisine. Il est mis en vente en France et en Belgique.

16 NOVEMBRE 2010

**Johan Van Overtveldt** est nommé rédacteur en chef du magazine business hebdomadaire **Trends**. Avec la nomination de Johan Van Overtveldt, Roularta Media Group est en mesure d'assurer et de consolider la position de leader de Trends.

## PRIX EN 2010

### Taxman Award

Le jury du Taxman Award annuel a élu la lettre d'information hebdomadaire le **Fiscologue/Fiscoloog** Taxman 2010. Dans son rapport, le jury a loué le **Fiscologue/Fiscoloog** pour sa 'contribution impressionnante' à une 'simplification de la fiscalité'.  
Lauréat: Jan Van Dyck



### Prix Dexia

Cette année, Ann Peuteman et Ewald Pironet ont gagné le prix Dexia pour leur dossier sur les nouveaux ménages, paru dans le numéro de fin d'année 2009. Le prix Dexia est le prix journalistique le plus important en Belgique.

### Prix Albert Londres 2010: Delphine Saubaber (Monde)

C'est le plus prestigieux des prix de journalisme français, remis à un ou une reporter de moins de 40 ans, pour un article de type 'grand reportage'. L'Express ne l'a remporté que deux fois dans son histoire. Il a été attribué à Delphine Saubaber pour ses articles sur l'ouverture des archives de la police politique (Securitate) en Roumanie, 'des espions dans la maison', un portrait de Radovan Karadzic, l'ancien chef politique des Serbes de Bosnie, 'Karadzic bourreau et gourou', le combat d'une mère contre la mafia, 'le combat d'Angela', et une chasse à l'homme en Calabre 'les fantômes de Rosarno'.

### Prix Louis Hachette 2011: Emmanuel Paquette (Economie)

C'est un prix qui récompense l'originalité du sujet, la qualité d'une enquête et le soin apporté à l'écriture. Trois prix sont décernés chaque année. L'Express ne l'avait plus reçu depuis 12 ans. Emmanuel l'a obtenu pour un portrait de Xavier Niel.

### Prix du journalisme du Nord-Pas de Calais 2010: Virginie Skrzyniarz (Régions)

Comme son nom l'indique, il récompense un article mettant en valeur des aspects méconnus de la vie des 'Ch'tis'. Virginie l'a obtenu, avec une large majorité, pour un dossier consacré aux Polonais du Nord-Pas de Calais.

### Prix européen du journalisme de Santé 2010: Estelle Saget (Société)

Pour sa première édition, ce prix décerné par l'Union européenne a été attribué à L'Express pour une enquête sur 'la schizophrénie expliquée aux parents'. Le travail d'Estelle a d'abord été sélectionné, parmi de nombreux articles, pour représenter la France, puis s'est imposé face à celui de 26 autres concurrents étrangers.

## <<< ROULARTA MEDIA GROUP EN 2010

20 OCTOBRE 2010

Le news magazine hebdomadaire **Sport/Foot Magazine** (F) (Sport/Voetbal-magazine) fête son 30<sup>e</sup> anniversaire.



21 OCTOBRE 2010

Du papier labellisé **PEFC** est dorénavant utilisé pour Le Vif/L'Express, Le Vif Weekend, Sport/Foot Magazine, Trends-Tendances, le Généraliste, les Spécialistes et leurs correspondants néerlandophones.



8 NOVEMBRE 2010

Roularta annonce le lancement de 'ChallengeZ', son package multimédia pour les offres d'emploi, dans la partie francophone de Belgique à partir de janvier 2011.

## challengeZ

14 DÉCEMBRE 2010

**Trends-Tendances** et **Trends** ont été élus meilleurs médias économiques belges au cours du salon Forum for the Future.



# 01

## MAGAZINES BELGIQUE



- PAQUET LE VIF/L'EXPRESS
- PAQUET KNACK
- GENTLEMAN
- NEST
- JE VAIS CONSTRUIRE & RÉNOVER
- GRANDE
- TRENDS-TENDANCES
- TRENDS MONEYTALK
- SPORT/FOOT MAGAZINE
- ROYALS
- POINT DE VUE
- TÉLÉPRO
- LETTRES D'INFORMATION
- INDUSTRIE TECHNIQUE & MANAGEMENT
- DATA NEWS
- NOUVELLES GRAPHIQUES
- MÉDIA & COMMUNICATION
- PUBLICATIONS MÉDICALES
- ÉQUILIBRE
- T'CHIN
- HUMAN RESOURCES
- ...



WOUTER CLAES  
MANAGER  
COMMUNICATION  
ET PROMOTION  
KNACK ET  
KNACK FOCUS

## 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**, traitant de thèmes actuels ou historiques.

Et chaque mois, il y a **MO**, le magazine qui aborde les problèmes du monde dans sa globalité.

**Le Vif/L'Express** et **Knack** coûtent 4,50 euros en librairie. Les abonnés représentent 85% de la diffusion nette.

En 2010 a été lancé un site entièrement renouvelé, grâce à l'introduction du software NewsGate qui permet à tous les journalistes de collaborer directement au site. Un grand 'newsroom' en somme, pour la presse écrite, l'Internet et la télévision (Canal Z/Kanaal Z).

**Le Vif.be** et **Knack.be** forment ensemble le 'News Pack', un site Internet fréquenté par un public de bon niveau. Il compte quelque 820.000 visiteurs uniques par mois et 4,9 millions de pages consultées.

**RNews.be** est le site couple des news édités par Roularta (News/Business/Lifestyle): plus de 2,3 millions de visiteurs uniques et 15 millions de pages consultées.



Raconter des histoires, c'est ce à quoi excellent les journalistes de Knack et Knack Focus. Aujourd'hui, ils ne se contentent plus de le faire sur la version papier de leur magazine. Ceci dit, qu'ils soient publiés en ligne, dans le magazine ou sur un e-reader, tous les récits ont besoin d'une audience. Ma fonction consiste à rendre cette audience la plus large possible. Cela ne peut se faire qu'en mettant en permanence sur le marché, d'une façon crédible, créative et innovante, des marques de qualité comme Knack et Knack Focus, et en communiquant

à leur propos, non seulement dans nos publications mais aussi lors des événements que nous organisons seuls ou avec des partenaires. Nous donnons à nos lecteurs potentiels des arguments pour découvrir Knack et Knack Focus, et nous récompensons nos lecteurs fidèles en leur offrant des avantages et des actions spéciales. Bien sûr, en cette année de son 40<sup>e</sup> anniversaire, Knack sera plus fringant que jamais. Avec son Knack Wereldtijdschrift, Knack se voit gratifié, après le Knack Extra, d'un nouveau fleuron.

# 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. Par le biais d'un accord de licence avec la société d'édition italienne Class Editori, Roularta propose le magazine lifestyle de luxe **Gentleman** (F/N) pour l'homme moderne, édité sur papier glacé et en grand format. Le dossier Ladies paraît dans chaque numéro de Gentleman.

**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, 600.000 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 Ardennes. **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 rénovation. 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) (50% RMG), 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 en joint-venture avec la SA Propaganda.



J'ai été journaliste free-lance pendant 8 ans avant de rejoindre l'équipe du Vif Weekend en tant que Secrétaire de Rédaction. Cette fonction permet de participer activement à la création d'un magazine de A à Z et de comprendre les tenants et aboutissants du produit, tant en ce qui concerne les articles que la mise en page. Chaque semaine, avec mes collègues de la rédaction finale, je participe à la sélection des sujets et à la recherche des photos. Je commande des articles à l'extérieur, gère les échanges de textes avec les autres magazines du Groupe,

réceptionne les articles des journalistes, en vérifie le fond et la forme et les adapte au ton de notre titre. Le Secrétariat de Rédaction œuvre souvent dans l'ombre des journalistes mais son rôle est réellement indispensable pour assurer la parution d'un magazine de qualité comme Le Vif Weekend. Nous cherchons à en perfectionner constamment le contenu et la présentation. Par ailleurs, j'exerce encore ma plume en tant que journaliste, puisque je suis en charge des articles liés aux enfants (mode, design,...) et à l'architecture. Ce qui m'épanouit pleinement.

FANNY BOUVRY  
SECRÉTAIRE  
DE RÉDACTION  
LE VIF WEEKEND





MATHIAS NUTTIN  
RÉDACTEUR FINANCIER  
TRENDS MONEYTALK

## MAGAZINES SUR L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE



L'hebdomadaire **Trends-Tendances** (F/N) développe un nombre croissant d'initiatives: événements, awards, enquêtes, etc. Le Manager de l'Année, les Trends Gazelles, la Journée de l'Action, le Trends Outlook,... sont devenus de véritables références.

Trends-Tendances dispose d'une cellule financière qui assure la lettre d'information bihebdomadaire sur les placements 'l'Initié de la Bourse', le magazine consacré aux finances personnelles Trends MoneyTalk ainsi que les rubriques boursières sur la chaîne de télévision Canal Z/Kanaal Z.

**Trends MoneyTalk** (F/N) affiche le même tirage que Trends-Tendances, en plus d'un tirage supplémentaire pour les ventes par abonnement, au total 65.000 exemplaires. Trends-Tendances (+ Trends MoneyTalk) se vend 5 euros au numéro.

**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.

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 100.000 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 compte 1 million de visiteurs uniques par mois et 5 millions de pages consultées.

J'ai débuté comme rédacteur financier chez Trends MoneyTalk dans des circonstances intéressantes (et délicates), au moment où le magazine changeait de format. A dater de septembre 2010, Trends MoneyTalk est devenu un hebdomadaire qui propose à ses lecteurs des articles relatifs aux finances personnelles et aux placements. Il est ainsi devenu un tout cohérent et complet pour tous ceux qui se préoccupent de leur patrimoine. Notre objectif n'est pas de nous centrer sur des sujets qui plaisent à des investis-

seurs parfois capricieux, mais de leur soumettre des analyses et des commentaires clairs. Je considère Trends MoneyTalk comme une balise qui aide nos lecteurs à s'orienter dans l'univers des marchés financiers. Ce qui me dynamise, c'est la liberté de m'occuper de ce qui me passionne (placements, actions, obligations) et la possibilité qui m'est offerte de communiquer mes idées sans aucune censure, une liberté qui me faisait défaut dans le monde bancaire où j'évoluais auparavant.

# SPORT/FOOT MAGAZINE: UNE AUTORITÉ DANS LE MONDE DU SPORT

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

**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 grâce au doublement des ventes au numéro. Le football belge et étranger constitue la pièce de résistance,

mais chaque semaine, la rédaction propose également des reportages sur d'autres sports, en fonction de l'actualité et des performances des sportifs belges de haut niveau. Le basket-ball, le volleyball, le tennis et le sport automobile ont une rubrique condensée fixe dans le magazine.

Trois fois par an paraît **Sport/Cyclisme** et une fois par an **Sport/Formule 1**.

Des numéros pratiques à conserver qui s'adressent aux amateurs de sports cycliste et automobile.



STEVE VAN HERPE  
SECRÉTAIRE DE RÉDACTION  
SPORT/VOETBALMAGAZINE

En tant que secrétaire de rédaction de Sport/Voetbalmagazine, j'examine tous les textes du magazine à la loupe. Comme Sherlock Holmes, je trace la moindre faute de langue ou autre. Bien sûr, de temps en temps, je dépose ma loupe pour écrire un article moi-même. Je veille également à ce que le magazine, le site Internet et la page Facebook se

complètent harmonieusement. Je coordonne les pages d'actualités à l'avant du magazine et j'encadre les stagiaires qui viennent goûter au journalisme sportif chez nous. Le tout en bonne concertation avec le rédacteur en chef. C'est la variété des tâches qui fait tout le défi quotidien de ce job. Je le relève avec plaisir et enthousiasme!



NADINE LEJAER  
RÉDACTRICE EN CHEF  
TÉLÉPRO

## DES MAGAZINES PEOPLE ET TÊTES COURONNÉES STYLÉS

Roularta publie chaque mois le magazine **Royals** en français pour la Belgique et la France et en néerlandais pour la Belgique et les Pays-Bas. Par ailleurs, six numéros hors-série sont publiés par an. L'univers des maisons royales européennes y est suivi de près.

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 transgénérationnel, 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. Un magazine qui allie élégance, 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**, lancé en 1954 et édité par Belgomedia (filiale des groupes Bayard et Roularta Media Group) est le 2<sup>e</sup> hebdomadaire télé francophone, avec une diffusion payée hebdomadaire moyenne de plus de 130.000 exemplaires. Télépro est lu chaque semaine par plus de 450.000 personnes, c'est le magazine télé familial par excellence, présentant chaque semaine de manière précise, sérieuse et ludique toute l'actualité de la télé, une sélection quotidienne de films, séries et émissions et une diversité unique de rubriques Art de vivre, Loisirs et Culture. Télépro offre le bouquet d'informations télé (magazine, hors-séries, Internet, iPad) le plus complet avec plus de 100 chaînes développées chaque semaine.



« Nous vivons une époque merveilleuse. Celle du numérique et de la convergence qui, voici vingt ans, relevait encore de la science-fiction. Mais aussi celle de la haute définition et de la 3D. Des mutations qui eurent pour effet la démultiplication des contenus télévisuels. Comment, dès lors, choisir un programme de la manière la plus pertinente? C'est là que Télépro (et son équivalent Web, www.telepro.be) intervient: suggérer à ses lecteurs une émission de qualité, proposer une sélection thématique,...

L'équipe rédactionnelle, encadrée par la rédactrice en chef que je suis, cherche en permanence à enrichir le téléspectateur par le biais d'un média qui reste un immense terrain de connaissances, d'aventures, de divertissement et de rêve. Mon poste consiste également à développer le site telepro.be, à mettre en valeur nos contenus pour d'autres titres ainsi que pour les nouvelles plates-formes numériques, à coordonner les hors-séries thématiques et à animer l'équipe éditoriale.

## BULLETINS D'INFORMATION POUR LE MONDE FISCAL, JURIDIQUE ET FINANCIER



JOHAN STEENACKERS, RÉDACTEUR EN CHEF ADJOINT TRENDS MONEYTALK - Je travaille chez Roularta depuis 2005 et je me suis toujours occupé de finances personnelles. Ce concept couvre tout ce qui a trait aux finances des gens: impôts, affaires bancaires, assurances, droits de succession, biens immobiliers, placements,... Actuellement, je participe en tant que rédacteur en chef adjoint de Trends MoneyTalk, à la détermination du contenu de ce magazine. Nous nous penchons toutes les semaines sur l'actualité financière et donnons des conseils pratiques pour tirer le meilleur parti de son argent. Nous tentons de sortir des sentiers battus et de donner au lecteur des instruments qu'il pourra utiliser dans ses rapports avec son banquier, son courtier en assurances, son comptable ou un autre conseiller. Il faut savoir pour pouvoir s'exprimer. Ma plus grande satisfaction est de constater que Trends MoneyTalk est le fruit d'un travail d'équipe. Notre rédaction se compose de francophones comme de néerlandophones. L'échange réciproque de connaissances constitue une énorme plus-value pour le contenu et la qualité du magazine.



Roularta édite plusieurs lettres d'information spécialisées en collaboration avec les Editions Biblo.

**Le Fiscologue/Fiscoloog** paraît chaque semaine et offre un service complet, y compris une version Web à jour avec une fonction recherche dans les archives.

Il s'agit d'un instrument de travail indispensable pour le fiscaliste et le spécialiste des finances.

**Bilan/Balans** et **TRV** (Tijdschrift voor Rechtspersoon en Vennootschap) sont indispensables pour tous les professionnels

des matières comptables.

Pour l'investisseur, **L'Initié de la Bourse/Inside Beleggen** paraît deux fois par semaine, en version imprimée et en ligne. Les conseils prodigués par ces lettres d'information ont engendré les meilleurs rendements parmi tous les acteurs de la branche.

Pour les amateurs d'une approche technique des placements, il y a **Chartisteinitie.be/Beursgrafiek.be**.

## ROULARTA PROFESSIONAL: MAGAZINES B2B



**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 édite également une lettre d'information électronique et un site Web performant.

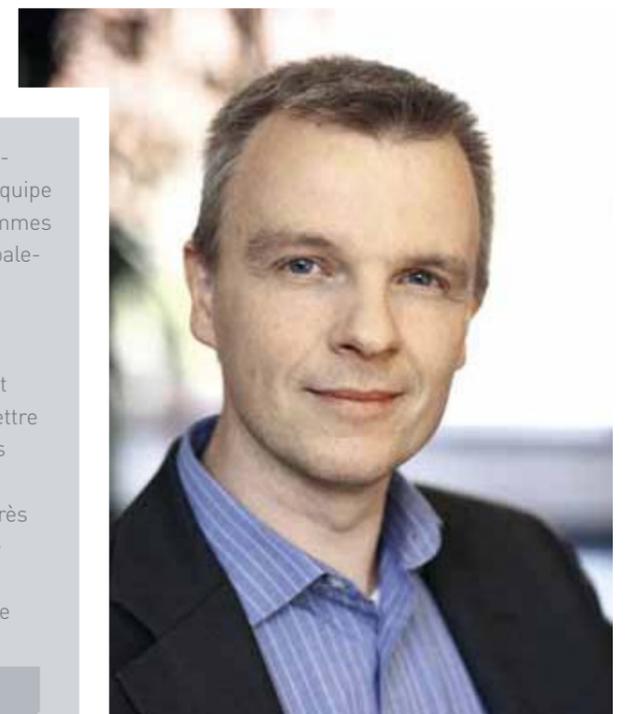
**Data News** est la plate-forme média du secteur ICT belge. Avec une lettre d'information quotidienne, un puissant site Web d'actualité, un magazine bimensuel et des guides trimestriels tant sur papier qu'en version pour l'iPad, l'iPhone et autres tablettes, il offre un éventail bilingue total aux lecteurs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

sur le potentiel des médias sociaux, représente plus de 20% des rentrées en ligne de Roularta Media Group en Belgique. Le Data News 'CIO of the year' et l'ICT woman of the year' sont aujourd'hui devenus des concepts connus et reconnus. Et l'événement annuel des 'Data News Awards of Excellence' est sans conteste l'un des plus prestigieux du secteur ICT européen.

**Nouvelles Graphiques (NG)** (F/N) est le magazine professionnel du monde graphique. Un autre titre, **M&C Média & Communication**, se consacre aux aspects spécifiques des métiers graphiques.

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

KURT DE CAT, RÉDACTEUR À INDUSTRIE TECHNIQUE & MANAGEMENT - Je travaille depuis dix ans dans l'équipe de rédaction de cette revue professionnelle. Comme nous sommes une petite équipe, le travail y est très varié. Je travaille principalement à la rédaction finale. Je sélectionne les photos pour les futurs articles, je détermine la structure du prochain numéro en collaboration avec le rédacteur en chef, je rédige diverses rubriques, notamment celles présentant les 'Infos Produits' et les 'Nouvelles d'entreprises', je rassemble les news pour la lettre d'information électronique, je rencontre les CEO d'entreprises pour la rubrique mensuelle 'Les CEO ont la parole',... rédiger un bel article après une interview en entreprise est toujours très captivant! Ce qui me plaît dans mon job, c'est la possibilité de pouvoir combiner le travail de bureau et les rencontres 'sur le terrain'. J'apprécie également le fait que Roularta répercute l'expertise des collaborateurs des magazines B2B au sein de la plate-forme média du Groupe. C'est très motivant.



## ROULARTA MEDICA: MAGAZINES POUR LES MÉTIERS DE LA SANTÉ

Roularta Medica est une maison d'édition spécialisée dans les publications médicales.

L'hebdomadaire **le Généraliste/de Huisarts** est distribué à tous les médecins généralistes par circulation contrôlée.

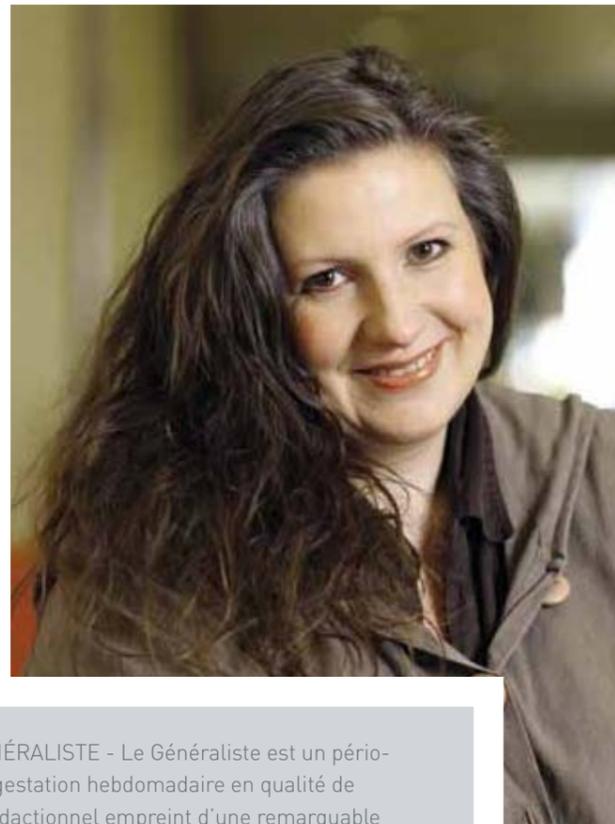
**les Spécialistes** (F/N), mensuel à l'attention des médecins spécialistes.

**le Dentiste/de Tandarts**, bimensuel à l'attention des dentistes.

**le Pharmacien/de Apotheker**, bimensuel à l'attention des pharmaciens.

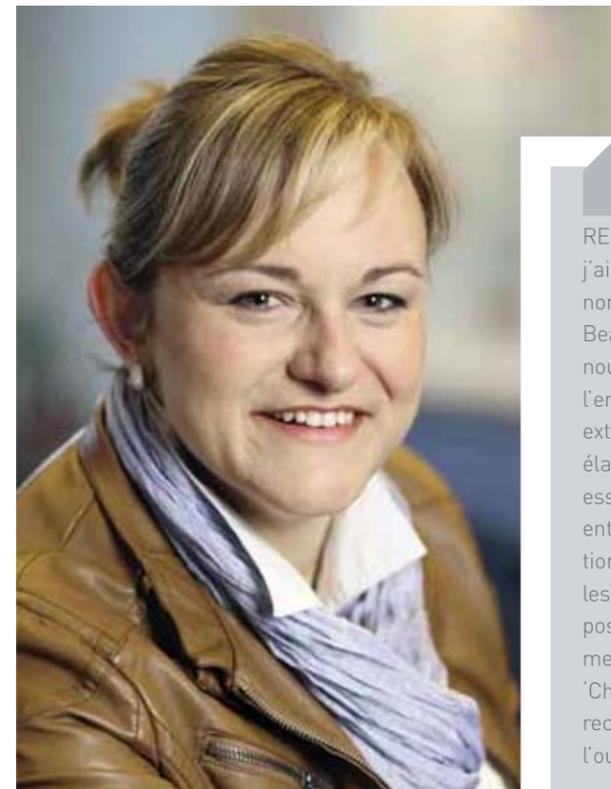
Roularta Medica édite tous les 3 mois le magazine **T'chin** qui accompagne le tirage complet du Vif/L'Express et de Knack et s'adresse à un public vaste mais ciblé.

Roularta est également l'éditeur du mensuel **Equilibre/Body-talk**. Ce titre se fonde sur des lettres d'information et n'accepte pas de publicité. Le grand nombre d'abonnements postaux assure son équilibre économique.



**JOHANNE MATHY, RÉDACTRICE EN CHEF LE GÉNÉRALISTE** - Le Généraliste est un périodique qui s'adresse aux médecins de famille. En coordonner la gestation hebdomadaire en qualité de rédactrice en chef c'est, en interne, dynamiser un petit noyau rédactionnel empreint d'une remarquable cohésion. A l'extérieur, c'est s'immerger dans le quotidien d'une profession très populaire mais qui aspire à une place mieux considérée sur l'échiquier des soins. Trois rubriques récurrentes forment la trame du Généraliste: l'actu politique et syndicale du secteur, le cahier médical qui égrène les percées scientifiques marquantes et la très prisée partie 'temps libre', rappelant à une profession surexposée au burn out qu'il y a une vie après le travail. Bref, un dosage éprouvé entre l'indispensable, l'utile et l'agréable que je m'efforce de préserver semaine après semaine. Soutenu par un layout agréable, le magazine est apprécié des médecins et lu par leurs autorités de tutelle. La cohabitation, au sein de Roularta Medica, avec d'autres titres de presse professionnelle – les Spécialistes, le Dentiste, le Pharmacien,... – me permet par ailleurs d'avoir une vue décloisonnée sur les préoccupations de toute la communauté (para)médicale.

## ROULARTA RECRUITMENT SOLUTIONS: MÉDIAS FORTS POUR LE TALENT



**CATHY HAEMS, ACCOUNT MANAGER ROULARTA RECRUITMENT SOLUTIONS** - Depuis dix ans que je travaille ici, j'ai passé six années à la division du 'Streekpersoneel', que l'on nomme depuis début 2010 'Roularta Recruitment Solutions'. Beaucoup de choses ont évolué. On a créé des quantités de nouveaux outils pour nous permettre de suivre le marché de l'emploi malgré ses constantes fluctuations, et le métier est donc extrêmement varié. Mais cette évolution contribue surtout à élargir le champ des possibilités offertes à nos clients. Je suis essentiellement en contact avec des grandes et moyennes entreprises des Flandres occidentale et orientale. En collaboration avec le directeur de RH, nous cherchons une solution pour les diverses fonctions vacantes dans l'entreprise. Grâce à la possibilité d'opérer des croisements entre médias, je suis en mesure, outre le concept 'Streekpersoneel', de recommander les 'ChallengeZ', et les magazines B2C et B2B en tant que médias de recrutement. En bref, nous recrutons à tous les niveaux, de l'ouvrier au cadre.



Roularta est très actif dans le domaine des ressources humaines.

En France, **Job Rencontres** organise de nombreux salons à l'emploi à Paris et dans d'autres grandes villes.

Une régie intégrée assure la rubrique **Réussir** dans L'Express en combinaison avec A Nous (Paris, Lille, Lyon, Marseille).

En Belgique, **ChallengeZ** atteint le groupe cible idéal pour les fonctions supérieures grâce à une combinaison entre l'imprimé – avec Le Vif/L'Express et Trends-Tendances d'une part, et Knack et Trends d'autre part –, Internet (sites et newsletters) et la télévision (Canal Z/Kanaal Z).

En Flandre, Roularta domine le marché tant dans l'imprimé

qu'en ligne, avec la rubrique **Streekpersoneel.be** du Streekkrant et du Zondag.

Les annuaires **GO Le Guide des Jeunes Diplômés** et **GO Le Guide Carrières** présentent les possibilités de carrière offertes par les grands employeurs belges.

En France, L'Etudiant publie **Le Guide des Entreprises qui recrutent**.

A l'intention des ingénieurs et professionnels des métiers liés aux soins de santé et IT, Roularta propose des sites Internet verticaux tels que [medicajobs.be](http://medicajobs.be), [ingenieurjobs.be](http://ingenieurjobs.be), [datanewsjobs.be](http://datanewsjobs.be) et [distrijob.be](http://distrijob.be).

## ROULARTA CUSTOM MEDIA: CUSTOM MAGAZINES DE A À Z



**Roularta Custom Media** est spécialisé dans la production de magazines et de lettres d'info en version imprimée et digitale. Roularta Custom Media peut assurer une gestion globale: du concept à l'impression et à l'expédition en passant par la mise en page, la rédaction et la réalisation de la publication. L'équipe de Roularta Custom Media peut toujours compter sur la collaboration des diverses divisions de Roularta qui disposent chacune de réseaux intéressants de collaborateurs journalistiques et artistiques. Roularta Custom Media dispose – grâce à la synergie avec un grand groupe d'édition – des meilleurs atouts pour fournir une qualité supérieure au prix le plus faible.



**NATHALIE VANROY, ACCOUNT ASSISTANT CUSTOM MEDIA** - Je suis responsable des offres chez Custom Media. En accord avec un de nos rédacteurs en chef et avec l'accompagnateur en matière de commandes, je fais des offres sur mesure pour les clients. Après la réalisation d'un magazine ou d'une newsletter, je dresse un bilan détaillé de tous les frais internes et externes, en vue de préparer la facturation. Le calcul des marges bénéficiaires fait aussi partie de mes responsabilités.



## STRATÉGIE 360°: UNE APPROCHE MULTIMÉDIA

Roularta est une véritable entreprise multimédia. Autour des grandes marques maison, toute une série de nouvelles initiatives se sont développées.

### 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 (polls régionaux) 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 Seminars

Les résultats d'une enquête peuvent être présentés lors d'un séminaire. Roularta Seminars organise des rendez-vous lecteurs de Trends mensuels, les Trends CEO Summits, les Knack/Le Vif Weekend Future Summits, etc.

### Roularta Events

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 26 ans déjà. Les Data News Awards, les Cash Awards qui couronnent les meilleurs gestionnaires de fonds, les ITM Awards, etc., ce sont tous des moments forts dans leurs domaines respectifs.

### 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/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 exclusive est proposée dans Le Vif/L'Express et Knack.



**CHARLES-ALEXANDRE LA CHAPELLE, EVENTS MANAGER** - J'organise les différents événements des titres de Roularta depuis 2008. Ces événements sont de véritables outils de communication et de promotion du Groupe et de ses magazines. Chaque jour est un marathon durant lequel il faut sélectionner et visiter avec soin les lieux où se dérouleront nos manifestations, assurer la logistique, imaginer l'esthétique et le déroulement des soirées, concevoir les budgets, négocier avec les fournisseurs ou encore gérer nos contacts avec les partenaires et garantir leur visibilité. Sans oublier celle de Roularta et de ses titres. Chaque détail est important, le moindre grain de sable peut enrayer la machine. A moi de l'éviter. Chaque jour, mon travail me donne l'impression d'être toujours ce petit garçon des Lego plein les mains, avançant dans un univers, une histoire en construction.

## MAGABOOKS ET AUTRES EXTENSIONS DE LIGNE

En 2011, Roularta Media Group édite un nouveau magazine trimestriel: **Knack WT / Knack Wereldtijdschrift**. Ce hors-série porte donc un titre qu'aurait apprécié le romancier et poète Willem Elsschot. Il paraît quatre fois par an.

Knack WT produit de grands articles sur le monde sportif, scientifique, culturel, littéraire et politique, évitant l'écume de l'actualité immédiate, faite trop souvent d'émotions superficielles et passagères. Knack WT prend le temps et l'espace pour traiter des grandes questions de la vie, pour parler des idées de ces hommes et de ces femmes qui influencent grandement nos existences.

Si Knack Magazine continue à remplir son rôle de news magazine, celui de révéler, d'expliquer et de donner du sens aux événements actuels, Knack WT quant à lui édite des numéros à conserver précieusement car ils reflètent l'image et l'esprit de l'époque. Knack WT est conçu pour des lecteurs de formation supérieure, de toutes générations, qui sont fatigués d'une approche journalistique polluée par le sensationnalisme et le voyeurisme. Des lecteurs toujours curieux et qui apprécient les belles plumes et les pages joliment illustrées. Knack WT couvre une large palette de sujets et de thèmes qui apportent, aux lecteurs déjà bien informés, une nouvelle compréhension du monde qui les entoure.

Knack WT qui, en ces temps où les nouveaux médias tiennent le haut du pavé, vient renforcer le prestige d'un journalisme de grande tradition, navigue sous le pavillon de Knack Magazine mais est réalisé par le Roularta Newsroom qui réunit les talents, non seulement de Knack Weekend et Knack Focus, mais aussi des autres titres prestigieux de Roularta, tels que Trends-Tendances, Trends MoneyTalk, Sport/Foot Magazine, Bodytalk, Data News etc.

Knack WT est diffusé à 40.000 exemplaires. Le hors-série est imprimé sur papier livre extra blanc, compte 150 à 200 pages et bénéficie d'une finition luxueuse à dos carré et couverture vernie, comme il se doit pour un numéro à conserver.

Il est vendu par abonnement, ainsi qu'au numéro et par le (Standaard)boekhandel au prix de 7,50 euros.

D'autres titres de Roularta proposent également des numéros spéciaux thématiques.

Weekend (Le Vif/Knack) publie quatre fois par an un numéro **spécial recettes**, ainsi que des numéros consacrés aux thèmes **Jardin & Terrasse, Design & Voyages**.

**Nest Spécial Saveurs** paraît également quatre fois par an. En outre, Nest propose une fois par an **Nest Spécial Côte, Nest Spécial Ardennes** et, pour la première fois en 2011, **Nest Spécial Limbourg**.

**Nest Spécial Déco** (deux fois par an) complète la série.

Autant d'éditions de luxe sous couverture vernie, des magabooks qui tiennent le milieu entre le livre et le magazine.



À la rédaction de Knack, j'ai appris, sous l'œil expert du rédacteur en chef, à participer pleinement à la rédaction d'un magazine, à expliquer l'actualité, à l'approfondir et à lui donner du sens, toujours de façon vivante et plaisante. Depuis, je coordonne chaque année dix-huit numéros thématiques qui, sous le nom de Knack Extra, traitent de sujets variés avec tant de soin que les lecteurs les conservent volontiers. Pour chaque édition de Knack Extra,

je peux faire appel à des journalistes qui ont un grand savoir et une superbe expérience. Ils offrent un trésor de sens historique et de talent. Aucun sujet n'est tabou. Et si jamais le thème traitait d'une matière qui serait moins dans les cordes des rédacteurs de Knack, je pourrais faire confiance aux collègues de Knack Focus, Knack Weekend, Trends et Sport/Foot Magazine qui travaillent dans le même Brussels Media Centre.

TANIA VANHOECKE  
COORDINATRICE  
DE RÉDACTION  
KNACK EXTRA

# 02

## MAGAZINES

FRANCE



L'EXPRESS  
L'EXPRESS STYLES  
L'EXPRESS GRAND FORMAT  
POINT DE VUE  
IDM  
L'EXPANSION  
L'ENTREPRISE  
L'ATLAS DES ENTREPRISES  
MIEUX VIVRE VOTRE ARGENT  
LA LETTRE DE LA BOURSE  
MAISON CÔTÉ SUD  
MAISON CÔTÉ OUEST  
MAISON CÔTÉ EST  
MAISON CÔTÉ PARIS  
MAISON FRANÇAISE  
MAISON MAGAZINE  
ZESTE  
IDÉAT  
STUDIO CINÉ LIVE  
LIRE  
CLASSICA  
PIANISTE  
KEYBOARDS RECORDING

## L'EXPRESS: LE PLUS PRESTIGIEUX DES MAGAZINES D'ACTUALITÉ FRANÇAIS



**L'Express**, créé en 1953, par Jean-Jacques Servan-Schreiber et Françoise Giroud, est le plus important des news magazines français. Il paraît chaque semaine avec **L'Express Styles**, hebdomadaire féminin haut de gamme, qui décrypte, analyse, saisit l'époque avec la volonté d'émuouvoir, d'éblouir, de déclencher des envies. L'Express Styles, un traitement exclusif, contemporain, esthétique et élégant pour chaque semaine de l'inattendu. L'Express Styles est l'équivalent des magazines belges Le Vif Weekend/Knack Weekend.

Chaque semaine, L'Express réalise cinq dossiers régionaux différents et couvre ainsi régulièrement les principales villes de France.

D'autre part, vingt hors-séries thématiques sont édités par an, dont certains sous le titre 'Les Cahiers de L'Express'.

En lançant, le 3 mars 2011, **L'Express Grand Format**, déclinaison trimestrielle de l'hebdomadaire consacrée aux événements de portée unique, L'Express revisite l'histoire à travers l'image. En mai 2011, L'Express édite un ouvrage, avec les Editions La Martinière, sur les 60 ans de L'Express à la une.

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

Le 23 mars 2011, L'Express a dévoilé sa nouvelle formule afin de mieux comprendre l'actualité.

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

Enfin, **www.lexpress.fr**, créé en 1998, est aujourd'hui un des premiers sites d'actu français et l'un des plus puissants avec 5,5 millions de visiteurs uniques\*.

Plus de 600.000 mobinautes chaque mois sur iPhone et Android et l'appli iPad, lancée en juillet 2010, génère déjà 900.000 pages vues par mois.

**Lexpress.fr/styles** réunit 600.000 visiteurs uniques mensuels\*, et **lexpress.fr/culture**, avec Lire et Studio Ciné Live, passionne 1.066.000 internautes par mois\*.

Largement intégré dans les réseaux sociaux, lexpress.fr fédère 22.000 amis sur Facebook et 62.000 abonnés sur Twitter.

La communauté des internautes échange chaque semaine plus de 5.500 commentaires, directement sur le site.

\* source panel Médiamétrie-Nielsen janvier 2011



Agé de 55 ans et entré à L'Express en décembre 1989, je suis en charge de la rubrique Médias de L'Express, avec le titre de rédacteur en chef. Je tiens, parallèlement, un blog – Immédias – sur l'actualité de ce secteur, dont l'audience et la notoriété restent importantes. Je suis également

l'auteur d'un certain nombre d'ouvrages, dont un livre d'entretien avec les frères Alain et Patrice Duhamel, (paru chez Plon), sur les relations entre les médias et la politique, intitulé Cartes sur table.

RENAUD REVEL  
RÉDACTEUR  
EN CHEF MÉDIAS  
L'EXPRESS



ADÉLAÏDE  
DE CLERMONT-  
TONNERRE  
CHEF CULTURE  
POINT DE VUE

## MAGAZINES PLEINS DE GLAMOUR ET CULTURE



**Point de Vue** s'inscrit comme un véritable album transgénérationnel, 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. Un magazine qui allie élégance, culture, glamour et curiosité. Dans la lignée de Point de Vue, **IdM** fait découvrir toute la richesse et les facettes de lieux et milieux d'exception. Six numéros prévus en 2011, pour un éclairage approfondi de thé-

matiques à la fois glamour et culturelles. **IdM**, un magazine écrivain qui témoigne, explique et fait rêver ses lecteurs grâce à l'élégance de sa maquette 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!

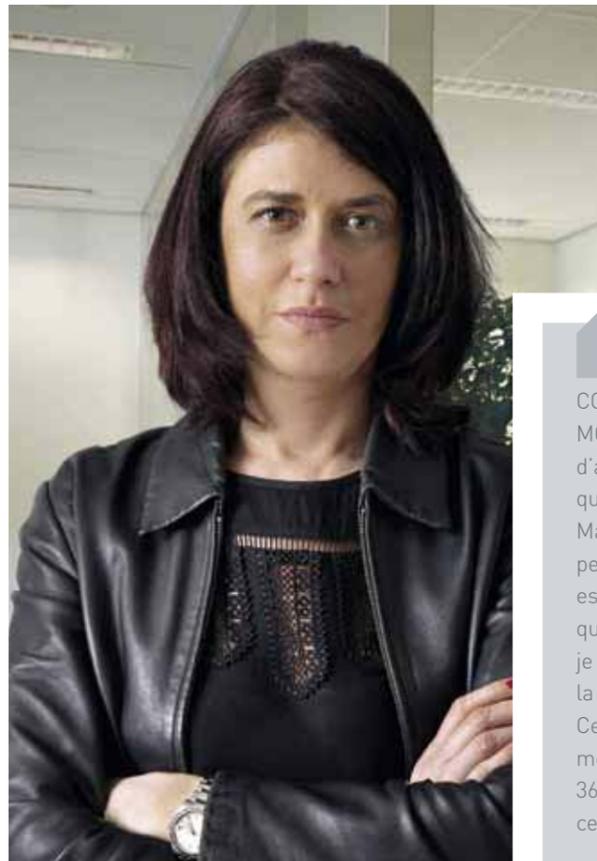
Quand Colombe Pringle m'a engagée, mes anciens camarades de Normale Sup m'ont regardée comme si j'étais folle. Aller dans un hebdomadaire de princes et de princesses! Il fallait que j'aie pontifié au Monde ou à Libé. Même le Figaro aurait pu faire l'affaire, mais en aucun cas le magazine de l'actualité heureuse. Je ne l'ai jamais regretté. A Point de Vue, j'écris une page d'humeur, embellie des dessins féériques et pleins d'humour d'Hélène Tran. Nous fêterons bientôt notre 400<sup>e</sup> chronique en duo! J'ai également eu la chance de constituer les pages culture du magazine auxquelles participe toute la rédaction. Lire des livres, voir des films, des pièces de théâtre ou des spectacles, interviewer des

artistes, des écrivains, des réalisateurs et des comédiens. Il nourrit fort bien mon autre activité, celle d'écrire. Mon premier roman, *Fourrure*, est sorti l'année dernière aux éditions Stock. Il a reçu, entre autres, le Prix de Maison de la Presse et le Prix Françoise Sagan. Traduit en italien, bientôt en grec et en espagnol, il sortira en juin en Poche. Et dans une troisième vie, je travaille à l'Emission Culturelle de Franz Olivier Giesbert, intitulée 'Semaine Critique', sur France 2. Comme quoi, Point de Vue mène à tout. Parce que dans Point de Vue, il y a du léger et du grave, de la vraie culture et des potins, des personnes importantes et de belles personnes. Il y a tout ce qui fait le sel de la vie, en somme.

## MAGAZINES SUR L'ÉCONOMIE ET LES FINANCES



Le pôle business du Groupe Express-Roularta regroupe les titres L'Expansion, L'Entreprise et Mieux Vivre Votre Argent. **L'Expansion**, créé en 1967, est le magazine qui donne du sens à l'économie. Chaque mois, L'Expansion porte un regard attentif sur ce qui fait le monde aujourd'hui... et demain. Il propose une information complète, pertinente et synthétique



de l'actualité économique et sociale au travers de dossiers, enquêtes, reportages, récits et portraits.

Le site Web **www.lexpansion.com** compte 10 millions de pages vues (Xiti - mars 2011) et 1,143 million de visiteurs uniques (Nielsen - janvier 2011).

Publications liées au titre: La Lettre de L'Expansion, L'Expansion Tendances, L'Expansion Management Review, Résumés.

Sans oublier: toute l'actualité économique décryptée au quotidien sur **lexpansion.com** et aussi sur iPhone et iPad et la chaîne Energie de **lexpansion.com**.

**L'Entreprise** est un mensuel d'informations pratiques qui s'adresse aux entrepreneurs indépendants et aux cadres dirigeants. C'est aussi un site Internet, **lentreprise.com**, et des événements.

**Lentreprise.com** regroupe des informations pratico-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. On y trouve aussi plusieurs newsletters dont un fil d'informations sur les entreprises à reprendre. **L'Atlas des Entreprises** est l'équivalent du Trends Top belge, regroupant tous les chiffres relatifs aux 15.000 plus grandes entreprises françaises. Le titre publie aussi des classements sur les entreprises françaises les plus rentables ou les plus exportatrices.

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

CHANTAL FOLLAIN DE SAINT SALVY, DIRECTRICE COMMERCIALE ADJOINTE EN CHARGE DU PÔLE ÉCONOMIE-PATRIMOINE-ÉVÉNEMENTS - J'ai démarré ma carrière il y a une quinzaine d'années en tant que chef de publicité pour Point de Vue, bien avant que le titre n'appartienne à notre Groupe que j'ai rejoint en 2006. Ma carrière m'a permis de découvrir différentes familles de presse, people, news, économique, avec différentes périodicités. L'innovation est la clé du succès comme en témoigne les différentes révolutions que les médias ont traversées ces dix dernières années. Aujourd'hui je participe quotidiennement à cette révolution via, notamment, la commercialisation d'opérations spéciales multicanaux. Cette perpétuelle révolution technologique fait le charme de mon métier et la force de notre Groupe. L'avènement des marques médias 360° nous permettra d'offrir durablement à nos lecteurs et annonceurs du contenu à grande valeur ajoutée.

## LE TITRE AVEC DES INFORMATIONS SUR LES FINANCES ET LE PATRIMOINE

**Mieux Vivre Votre Argent (MVVA)**, leader de la presse patrimoniale et financière, se consacre depuis plus de 30 ans à la gestion des finances personnelles des particuliers: placements (Bourse, immobilier, assurance vie,...), impôts, retraite, succession, vie pratique. Cinq guides spéciaux sont édités par an: Actions, Fiscal, Assurance vie (nouveau en 2011), Immobilier et SICAV et deux hors-séries sur les placements.

**Votreargent.fr** est un site patrimonial et boursier. Avec plus de 400.000 visiteurs uniques et 3,5 millions de pages vues (chiffres février 2011), il est actuellement en forte progres-

sion. **Votreargent.fr** a rejoint en janvier 2011 la coupole de **lexpress.fr** et prépare une nouvelle version du site pour le second semestre 2011.

**La Lettre de la Bourse (LLB)**, confidentielle et hebdomadaire consacrée uniquement aux marchés boursiers, est accompagnée d'un site Internet quotidien (**www.lalettredelabourse.fr**) dont une grande partie est réservée aux abonnés.

**Mieux Vivre Votre Argent** organise une trentaine de **conférences grands publics** chaque année à Paris et en province et s'est aussi doté d'une activité de salon avec le **Forum de l'Investissement et Fiscal**.



FRANK GUILLERMAIN, ÉDITEUR - Au sein du pôle Médias Spécialisés, je dirige les activités de Presse Financière sur les médias Print, Web et Salons. Ceci comprend Mieux Vivre Votre Argent, La Lettre de la Bourse, les sites Web financiers, des événements et les salons du Forum de l'Investissement. Je travaille au quotidien avec le Directeur de la Rédaction du magazine et de nombreux services opérationnels du Groupe (Web, abonnements, publicité, ventes au numéro, événements, salons, fabrication,...) ou supports (financier, juridique,...). Chaque maillon est essentiel pour le succès de nos activités. Ces différents contacts et la variété des problématiques abordées me passionnent. Editeur, c'est aussi et surtout un métier de développement: explorer de nouvelles voies, tester des idées, lancer des projets... et les suivre jusqu'à leurs aboutissements! Par exemple, nous venons de lancer une activité de Custom Publishing, travaillons sur un nouveau site Web pour 2012 et réfléchissons au lancement de nouvelles publications... C'est un travail d'équipe très prenant, riche et passionnant!



CATHERINE SALÈS  
DIRECTRICE DE  
LA NEWSROOM DÉCO

## MAGAZINES DE QUALITÉ SUR LA DÉCO ET L'HABITAT



Le Groupe Express-Roularta publie les plus beaux titres 'art de vivre' français print et digital.

**Maisons Côté Sud, Maisons Côté Ouest, Vivre Côté Paris** (bimestriel) et **Maisons Côté Est** (trimestriel) sont des magazines haut de gamme consacrés aux plus belles maisons, à la décoration et à l'art de vivre de chaque région qu'ils représentent. Ils traitent de patrimoine et de culture, de produits artisanaux, de saveurs, de voyages, avec une véritable esthétique et une recherche d'authenticité. Sans oublier les rendez-vous culturels et les informations pratiques utiles: boutiques, hôtels, restaurants etc. **Maisons Côté Sud** publie également un hors-série consacré à la cuisine.

Les Côtés ont donné naissance à trois trimestriels spécialisés: **Côté Cuisines et Bains, Côté Terrasses & Jardins, 100 recettes Côté Sud Est Ouest Paris.**

Le salon **Vivre Côté Sud** (Décoration - art de vivre) est également organisé chaque année en juin à Aix-en-Provence.

**Maison Française** est un bimestriel qui depuis plus de 60 ans, met à l'honneur les nouveaux talents de la décoration et du design et fait découvrir les plus beaux intérieurs. Maison Française a une édition en Turquie. Ce magazine paraît six fois par an et publie également deux hors-séries sur le design et l'innovation.

**Maison Magazine** est un bimestriel qui s'adresse à tous ceux qui se consacrent à l'aménagement de la maison et à l'habi-

tat contemporain. On y trouve des reportages sur des maisons ou des appartements modernes, des informations utiles sur l'univers de la maison, sur les équipements, les matériaux ou le mobilier. Un important cahier pratique propose des astuces, des solutions concrètes et des conseils d'experts. Chaque année paraissent des numéros thématiques: 'Construire, agrandir' et 'rénover' et 'maison verte'.

**Zeste: cuisinons simple et bon** est un nouveau magazine trimestriel dédié à la cuisine faite maison. Sur un ton délibérément complice et direct il aborde tout ce qui a trait à la cuisine de tous les jours: santé, bien-être, nouveaux produits, électroménagers, trucs et astuces. Il décline également un important carnet de recettes thématiques autour de tranches de la vie quotidienne.

**Cotemaison.fr**, premier portail Internet consacré à la décoration et à l'art de vivre en France, regroupe les meilleurs contenus des magazines déco et développe une approche simple, décomplexée et abordable de toutes les questions déco et maison que se posent les internautes. Des déclinaisons sur iPhone et iPad ont aussi été développées.

**Idéat**, le magazine du design, domine le marché depuis quelques années et affiche, année après année, la croissance la plus vigoureuse en termes de volume et de tirage. Le titre, créé par Laurent Blanc, est édité en joint-venture 50/50 avec Roularta.

Entrée dans le Groupe en 2007 comme rédactrice en chef de Maison Magazine, je dirige depuis l'an dernier la première 'newsroom déco'. Un sacré challenge! Il s'agit en fait de réunir les rédactions de plusieurs magazines ayant chacun leur territoire mais dont le point commun est l'expertise en matière de... maison! Maison Française, Maison Magazine, Côté Cuisines et Bains et Côté Terrasses et Jardins. Mon rôle est d'animer une équipe bien

rôtée à tous nos centres d'intérêt (décoration, architecture, design, aménagement, etc.) et d'imaginer avec elle l'avenir de ces magazines notamment via les nouveaux médias, tout en produisant ces quatre magazines dans les délais. Cela n'est pas forcément facile tous les jours, car cette nouvelle organisation bouscule les habitudes de chacun, mais passionnant, car cela enrichit notre univers journalistique.

# MAGAZINES SUR LE CINÉMA, LA LITTÉRATURE ET LA MUSIQUE CLASSIQUE

**Studio Ciné Live** est le magazine français consacré au cinéma. Ce mensuel propose une revue complète de tout ce qui se passe dans le monde du cinéma, avec diverses critiques et des notations pour tous les films français et étrangers, 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, Hollywood, Berlin,... Il prête également attention à l'actualité en matière de DVD, de séries télé, de jeux vidéo.

**Lire** a été lancé en 1975 par Jean-Louis Servan-Schreiber et Bernard Pivot comme le magazine de référence sur les livres et les écrivains. Lire sélectionne chaque mois ce qu'on trouve de mieux côté romans, biographies, documents, mais aussi dans la littérature pour la jeunesse.

**Classica** est le magazine de la musique et de la hi-fi. Le mensuel, créé en 1998 seulement, 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 2011, le lancement de 'La Discothèque idéale de Classica': le journal fera découvrir chaque mois un enregistrement mythique du répertoire classique, à travers un nouveau CD présent en kiosque.

**Pianiste** et **Keyboards Recording** ont rejoint le pôle grand public en début d'année 2010. Magazines musicaux consacrés à la pédagogie, le piano pour le premier, le home studio pour le second, ils offrent une nouvelle approche, enrichie de partitions, d'avis d'experts, de supports multimédias (CD et DVD). Pianiste paraît six fois par an, tandis que Keyboards est sur un rythme mensuel (onze numéros). Seuls sur leurs créneaux respectifs, les deux titres sont incontournables pour qui souhaite pratiquer la musique, et consolident ainsi l'offre culturelle du Groupe. En 2011, Pianiste et Keyboards Recording renouvellent en profondeur leurs sites Web.



TRISTAN THOMAS, ÉDITEUR DÉLÉGUÉ - Depuis 2009, Lire, Studio Ciné Live et Classica ont rejoint L'Express au sein du pôle 'Médias grand public'. Ils ont été rejoints en 2010 par Pianiste et Keyboards Recording, des titres musicaux plus orientés sur la pédagogie. L'Express est ouvert à cette richesse qui le renforce éditorialement et qui multiplie les possibilités de partenariats et de promotions croisées. En tant qu'éditeur délégué, je conçois mon action à trois niveaux: tout d'abord assurer la santé financière de mes activités et garder une attention constante à l'évolution des coûts. Ensuite, dans ces structures légères où les moyens sont limités, l'éditeur est celui qui apporte des solutions. Il ne peut mobiliser sur des projets sans trouver les ressources et sans s'impliquer lui-même. Enfin, mon rôle est de faire profiter L'Express de l'expertise au sein du pôle culture, notamment en déployant les mêmes organisations légères à la périphérie de la marque.



# L'ÉTUDIANT: IL DONNE LE TON QUANT AU CHOIX D'ÉTUDES ET AUX FORMATIONS



YAËL DIDI, RÉDACTRICE EN CHEF -

A l'Étudiant depuis huit ans, j'ai eu plaisir à accompagner et aujourd'hui à orchestrer, côté éditorial, la formidable ascension de Letudiant.fr. Si ma fonction de rédactrice en chef du site est centrée sur la coordination d'une équipe de journalistes très impliqués (définition des sujets, suivi des relectures et des mises en avant, gestion des newsletters, etc.), je vis mon job comme un poste pivot, dans le cadre de la newsroom. Comment fédérer autour d'un même projet Web journalistes, documentalistes, équipes techniques, d'animation et de promotion du site? Comment mettre en musique tous nos savoir-faire au service des internautes? Comment donner une dimension multimédia aux informations dont ils ont besoin pour réussir leurs études et leur recherche d'emploi? Voici quelques-unes des exigences que je me fixe, avec les directions de la rédaction et d'Internet. Les résultats du travail de toutes ces équipes sont là - trafic multiplié par neuf en quatre ans! - mais notre ambition se poursuit. Avec, parmi nos challenges, le développement de nouveaux services liant ambitions éditoriales et techniques, et une montée en puissance de notre présence sur les réseaux sociaux.

Le mensuel **L'Étudiant** est à la base du groupe leader en France en matière d'information consacrée à l'orientation, aux formations et aux études des jeunes.

L'Étudiant est aujourd'hui non seulement éditeur d'un magazine, de livres et de journaux mais aussi organisateur de plus de 60 salons accueillant plus de deux millions de visiteurs par an (lycéens, étudiants et leurs parents).

**Letudiant.fr** est le site de référence des jeunes de 16 à 25 ans qui souhaitent obtenir informations et services utiles pour mener à bien leurs études et trouver leur premier emploi. Letudiant.fr, c'est 25 millions de pages vues par an et 5 millions de visites par mois.

L'Étudiant édite aussi plus de 50 livres par an et développe une activité B2B destinée aux professionnels du secteur de l'éducation.



# 03

## MAGAZINES BELGIQUE - PAYS-BAS - ALLEMAGNE

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.



- PLUS MAGAZINE
- FRAU IM LEBEN
- RENTE & CO
- LEBEN & ERZIEHEN
- SCHWANGERSCHAFT & GEBURT
- BABYS ERSTES JAHR
- BABYS LERNEN SCHLAFEN
- GESUNDHEIT, MEIN KIND!
- BABYS RICHTIG FÖRDERN
- SCHULE + FAMILIE
- TIERFREUND
- BIMBO
- OLLI UND MOLLI
- HOPPLA
- PIPPA
- I LOVE ENGLISH
- GÄRTNERN LEICHT GEMACHT
- GRÜN
- LIVING & MORE
- LEA WOHNEN
- COUNTRY-TRÄUME WOHNEN
- G/GESCHICHTE
- ...

## SERVICE MAGAZINES POUR CITOYENS SENIORS ACTIFS



En joint-venture avec le groupe français Bayard, Roularta est présent sur le marché des magazines pour seniors en Belgique, aux Pays-Bas et en Allemagne, avec le titre **Plus Magazine** (Plusmagazine.be et Plusonline.nl).

Aux Pays-Bas, toute une entreprise a été constituée autour de Plus avec, notamment, un important salon 50Plus (50%), une régie publicitaire spécialisée (25%), les sites Web **Plusonline.nl** et **Gezondheidsnet.nl**, une cellule média spécialisée qui réalise des publications pour le compte de tiers, des organisations actives dans le monde des seniors.

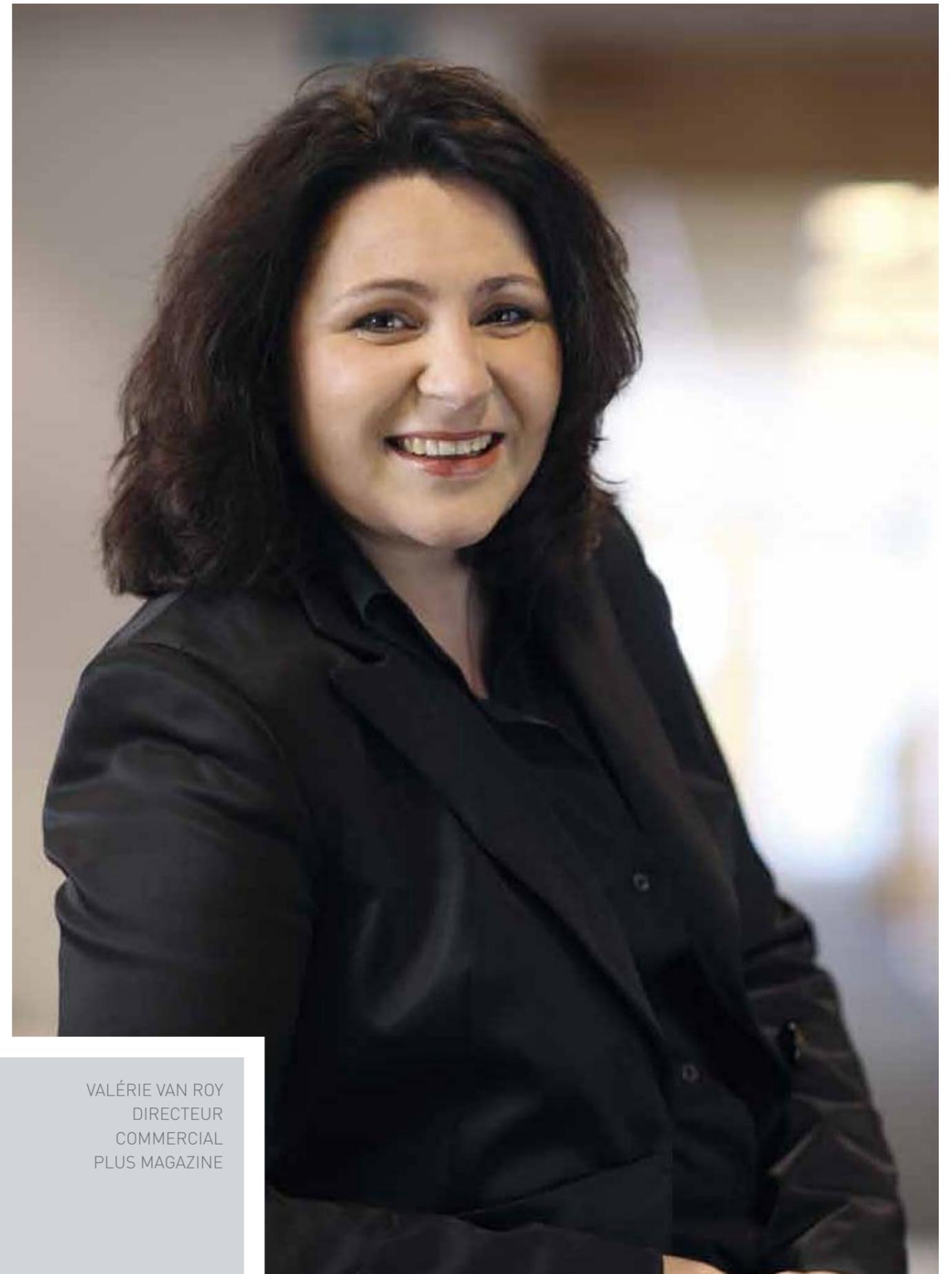
Le mensuel Plus Magazine propose chaque année une série de numéros thématiques spéciaux: Plus Tuinieren (jardinage), Plus Puzzels (mots croisés), Plus Woman, Plus Historia, etc.

**Plus Magazin** est le magazine des personnes actives de plus de 50 ans. C'est le magazine pour seniors le plus lu en Allemagne, totalisant plus de 8 millions de lecteurs. Aujourd'hui, 28 millions d'Allemands sont âgés de plus de 50 ans, ce qui représente 34% de la population. En 2030, cette proportion dépassera les 45%.

**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 seront 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** 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.

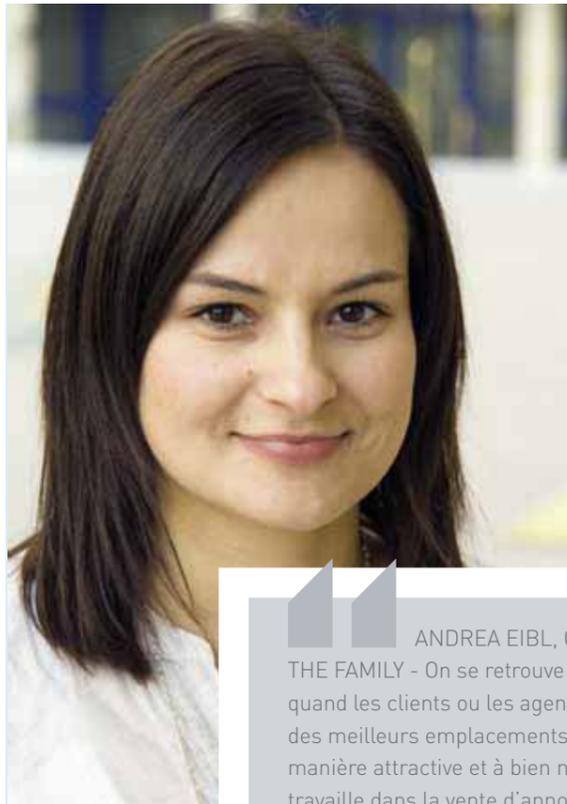


VALÉRIE VAN ROY  
DIRECTEUR  
COMMERCIAL  
PLUS MAGAZINE

Il y a un an, lorsque j'ai débuté comme directeur commercial de Plus Magazine, j'ai vite découvert à quel point les plus de 50 ans sont jeunes! La plupart de nos lecteurs sont pleinement impliqués dans la vie active. Et il n'y a pas que sous l'angle rédactionnel que Plus Magazine surfe sur cette vague. Sous l'angle marketing aussi, nous allons au-devant des centres d'intérêt de notre public cible. Récouter des abonnements est évidemment le souci majeur de notre équipe commerciale. Nous stimulons la vente au numéro et

nous récompensons nos abonnés fidèles. Nous organisons des ateliers, des voyages, des actions destinées aux lecteurs et des offres spéciales. Nous privilégions des valeurs sûres comme la Journée de Promenade Plus et le Salon Zénith. De plus, nous développons constamment l'univers de Plus Magazine par le biais des Numéros Spéciaux et des Puzzles Plus. Plus Magazine est aussi branché sur les médias numériques. Ce n'est pas un hasard si les plus de 50 ans sont le segment qui se développe le plus vite sur Facebook!

# MAGAZINES POUR FUTURES MAMANS ET JEUNES PARENTS



ANDREA EIBL, CONSEILLÈRE MÉDIA POUR LEBEN & ERZIEHEN, WELCOME TO THE FAMILY - On se retrouve certains jours à négocier les annonces, un peu comme sur un bazar, quand les clients ou les agences engagés se mettent à 'marchander' et que l'on en vient à discuter des meilleurs emplacements. De nombreux outils nous aident chaque jour à placer nos titres de manière attractive et à bien nous positionner par rapport à la concurrence. Depuis huit ans, je travaille dans la vente d'annonces pour 'Leben & Erziehen' et 'welcome to the family'. Le groupe cible 'parents' est un segment passionnant car les jeunes pères et mères veulent le meilleur pour leurs enfants et sont très ouverts à la publicité pour des bons produits.



**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. La grossesse, les premières semaines avec le bébé et la période des bambins bouleversent la vie d'un jeune ménage. Leben & Erziehen leur donne des conseils pour aborder cette nouvelle phase de vie dans les meilleures conditions. Le test de grossesse est positif! Les futures mamans peuvent se préparer à vivre une période passionnante. Et bien entendu, elles s'interrogent sur des questions d'alimentation, de prévention et de santé, sur le développement de leur bébé, sur leur travail, la naissance même, les allocations familiales,... Dans **Hurra, ich bin schwanger - 333 Fragen und Antworten zur Schwangerschaft**, elles trouvent toutes les réponses à leurs questions. L'édition spéciale est un guide compact et pratique. Avec un index des mots-clés pour les informations les plus importantes. Un bébé! Pour la future maman, les prochains mois s'annon-

cent passionnants. **Schwangerschaft & Geburt** accompagne la femme durant cette période et au cours des premiers mois avec son bébé. Les femmes enceintes veulent savoir comment vivre sainement, si leur bébé se développe normalement, où il verra le jour,... Dans le manuel Schwangerschaft & Geburt, elles bénéficient de conseils d'experts, de sages-femmes et de médecins qui partagent leur savoir. **Babys erstes Jahr** répond au besoin d'informations 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? Et quelle doit en être la composition? Dans l'édition spéciale **Gesund essen im ersten Jahr**, les jeunes parents trouvent une réponse à toutes leurs questions.

**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 rythme du jour et celui de la nuit. Les parents peuvent les aider. **Babys lernen schlafen** est un important fil rouge pour cette période, avec des programmes de sommeil fiables et des conseils de spécialistes. Des astuces révélées par d'autres parents sont également partagées. **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. Outre la médecine classique, le manuel propose également des remèdes de grand-mère à la fois efficaces et inoffensifs. Un forum de pédiatres et de spécialistes de la nutrition répondent aux questions des parents. **Babys richtig fördern**. C'est au cours des deux premières années de sa vie que l'enfant apprend le plus. Ce magazine montre aux parents comment aider leurs petits à éveiller leur esprit. Qu'est-ce que l'enfant doit savoir à quel stade de son développement, comment le stimuler, quelle alimentation convient le mieux dans ce processus? **Babys richtig fördern** propose également des jeux qui permettent d'exercer la motricité et les aptitudes sociales et créatives de l'enfant. Plein de conseils pratiques donc pour aider les parents dans l'encadrement quotidien de leur enfant.



STEFANIE GOTTSCHALK, MANAGER MARKETING/MARKETING DES ABONNEMENTS, LEBEN & ERZIEHEN, LIVING & MORE - Recruter le plus d'abonnés possible, c'est notre mission au marketing. J'encadre moi-même les magazines 'Leben & Erziehen' et 'Living & More'. Ces deux groupes cibles sont très différents et c'est bien ce qui rend mon travail encore plus passionnant! La richesse de mon domaine d'activité et le fait que les résultats soient rapidement quantifiables me plaît beaucoup. Chaque opération publicitaire réussie nous réjouit. Et quand cela marche moins bien, nous cherchons un moyen d'optimiser l'action suivante. Grâce à la bonne entente dans notre équipe, les nouvelles idées ne manquent pas.



## MAGAZINES POUR LES ENFANTS ET LES JEUNES

**Stafette** emmène les jeunes lecteurs faire un voyage d'exploration. Avec des reportages passionnants, l'actualité côté informatique, des concours, des tests, des BD, des blagues, des histoires sportives, le monde de la musique, du cinéma et de la télé, et un poster géant. La Fondation 'Lesen' recommande Stafette en tant que lecture à haute valeur pédagogique.

**Tierfreund**, le magazine scientifique des jeunes, explique, au fil d'articles passionnants, les phénomènes naturels, parle des animaux et de leur environnement, répond à des questions sur les animaux domestiques. Tierfreund encourage diverses activités et stimule le sens des responsabilités de l'enfant. Le poster géant est consacré chaque mois à un sujet différent. Le magazine est recommandé par la Fondation 'Lesen'.

**Benni**, le magazine pour le jeune explorateur à partir de 7 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, des conseils 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.

**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 5 ans et est réalisé en collaboration avec les sociétés protectrices des animaux allemande et suisse.

**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 notamment des images d'objets cachés, des histoires simples et des textes 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.



ANDREA HÖSEL, RÉDACTRICE EN CHEF AUX ÉDITIONS SAILER, NUREMBERG - Le journalisme est un travail fascinant: traquer la nouveauté, exposer avec clarté des faits compliqués, opter pour les bons thèmes au bon moment, trouver des photos percutantes, agencer des mises en page sympathiques. En tant que rédactrice en chef j'en fais l'expérience chaque jour. Le défi à relever: faire des magazines pour les groupes cibles les plus exigeants, pour les enfants et les adolescents. Nous les accompagnons dans leur découverte du monde, éveillons chez eux le plaisir de lire et répondons à leurs questions. La nouveauté est que les éditions Sailer ont été intégrées à un groupe international. Les inspirations nous viennent par conséquent du monde entier. En tant qu'interface entre la direction et la rédaction, je sais de quoi je parle. Echanger à un niveau international sans perdre des yeux les besoins du marché national.

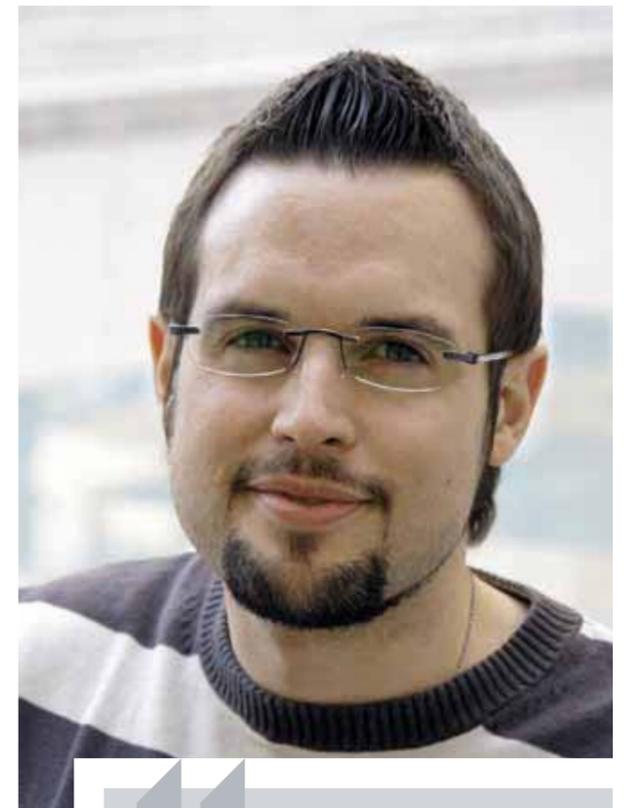


**Hoppla** est le magazine très coloré pour s'occuper des petits de 3 à 6 ans. Spécialement développé pour les enfants qui ne vont pas encore à l'école, il contient beaucoup d'histoires à leur lire, des devinettes et des idées de jeux. Bref: la base pour des moments passionnants avec votre enfant.

**Pippo** propose tous les mois des histoires enthousiasmantes pour les petits. Le nouveau livre de lecture et d'activités a été spécialement développé pour les enfants de 1 à 3 ans, par des pédagogues expérimentés. Le petit singe Pippo, Tim et le petit ours vivent chaque fois de nouvelles aventures et stimulent ainsi la conversation, la créativité et la fantaisie des petits. Ceux-ci découvrent un monde coloré et passionnant qui s'inspire des personnages familiers. Dans le supplément, les parents trouvent de nombreux conseils et des informations sur les sujets traités.

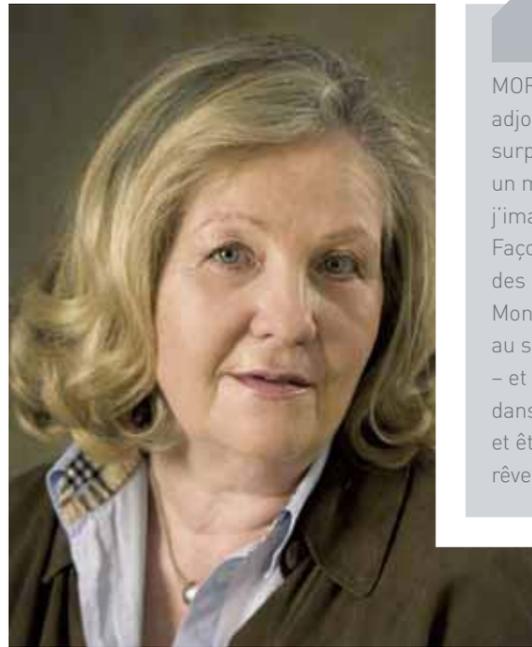
**I love English** est un magazine en anglais rédigé par des anglophones de naissance pour les jeunes de 12 à 15 ans. Il est entièrement en anglais et traite chaque mois de sujets qui incitent à la lecture et à l'apprentissage. Les mots difficiles sont expliqués dans un mini-dictionnaire détachable. Avec I love English, l'enfant apprend l'anglais sans vraiment s'en rendre compte.

**I love English Junior** aide les jeunes à apprendre 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. Des reportages vivants leur proposent un regard fascinant sur le monde anglophone. Et pour assurer dès le départ une prononciation correcte, chaque numéro comprend un CD audio avec tous les textes et toutes les chansons.



CHRISTIAN GABELSBERGER, COMPTABLE PRÉPOSÉ AUX BILANS CHEZ BAYARD MEDIA ALLEMAGNE - Je suis responsable depuis avril 2007 de la comptabilité de l'entreprise Bayard Media GmbH & Co à Augsburg. Je m'occupe de la comptabilisation de l'ensemble des opérations relevant des affaires courantes. C'est passionnant de passer en revue tous les mois - je reçois pour la comptabilité toutes les factures relatives à la production de nos magazines - les magazines d'excellente qualité que nous éditons. Je suis également responsable de l'établissement des comptes annuels, intermédiaires et mensuels. Lors des clôtures de comptes, je reste à la disposition de nos réviseurs. J'attache beaucoup d'importance à un travail d'équipe harmonieux, c'est pourquoi je suis très heureux de travailler avec une équipe si sympathique.

## MAGAZINES LIFESTYLE SUR LE JARDIN ET LA DÉCO



“ KARIN REINBOLD, RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE, LIVING & MORE - Depuis que j'ai la chance de travailler comme rédactrice en chef adjointe pour Living & More, Country Living et Country Träume Wohnen, je me surprends sans cesse à sourire. Parce que je viens d'avoir une bonne idée pour un magazine, parce qu'un roman photo ou une maquette me plaît ou parce que j'imagine l'enthousiasme de nos lecteurs devant telle ou telle histoire. Façonner jour après jour le visage de ces magazines avec une jeune équipe des plus motivées représente à la fois un défi et un grand privilège. Mon expérience comme responsable dans deux grandes maisons d'édition – au sein des domaines habitat, jardinage, convivialité, créativité et do-it-yourself – et mes connaissances du milieu me sont certainement d'une grande aide dans cette entreprise. Se pencher chaque jour sur les belles choses de la vie et être entourée de gens créatifs et sympathiques, c'est tout simplement un rêve, et parfois les rêves deviennent réalité...”



**Gärtner 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 ex-

térieur 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. C'est le nouveau-venu dans la famille Living & More. Toutes les suggestions y sont expliquées en détail, de manière compréhensible, et sont souvent accompagnées de conseils de shopping.

**Country-Träume Wohnen** et **Country living-Wohnen Dekorieren Genießen** sont des éditions spéciales 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 approfondissent un thème ou un sujet saisonnier particulier.

## G/GESCHICHTE: POUR LES PASSIONNÉS D'HISTOIRE

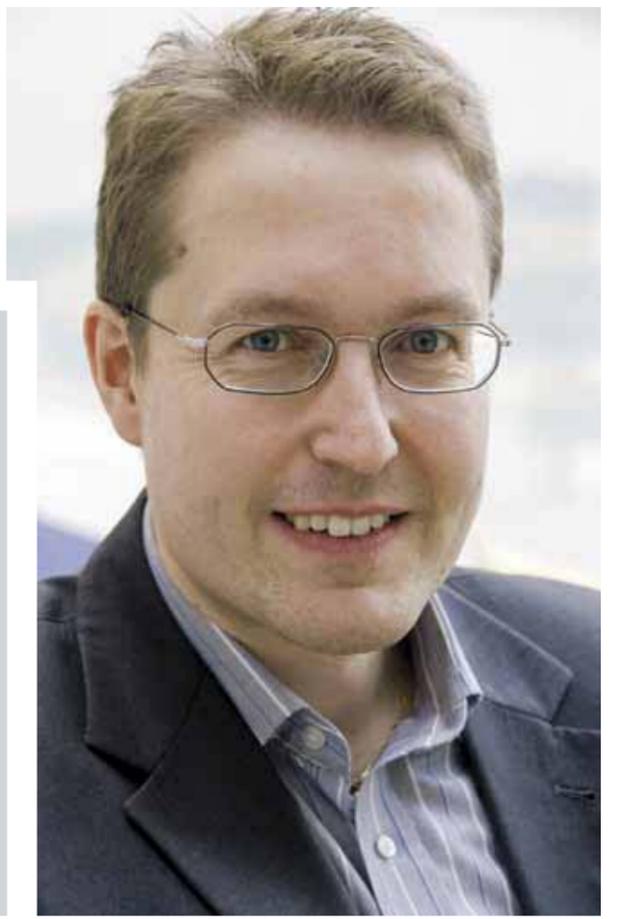


**G/Geschichte** s'adresse à tous ceux qui s'intéressent à l'histoire du monde. L'approche de G/Geschichte et sa mise en page moderne attirent un public de plus en plus large. Faire revivre l'histoire comme si on y était.

**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.

**G/Geschiedenis** a été lancé en 2010 sur les marchés flamand et néerlandais. En 2011, six numéros sont prévus. Cette nouvelle initiative a été très bien accueillie par le public.

“ ARNE BIEMANN, RESPONSABLE DES VENTES CHEZ BAYARD MEDIA ALLEMAGNE - Bayard Media édite en Allemagne des magazines très bien faits pour un grand nombre de groupes cibles si bien que chacun y trouve son bonheur. En tant que responsable des ventes, mon travail est de dénicher ces groupes cibles et de leur concocter l'offre qui leur convient. Ce faisant, je peux utiliser l'ensemble des canaux de réponse. C'est toujours passionnant de mettre en place de nouvelles formes d'offre avec les centres d'appel pour promouvoir nos produits. Avec de nouveaux motifs d'annonces, nous essayons d'enthousiasmer les lecteurs pour nos produits afin de susciter de nouveaux abonnements. Mon plus grand défi consiste à trouver les lecteurs de demain afin que nos titres continuent à avoir un lectorat étendu. Je travaille depuis 2010 chez Bayard Media et c'est un défi qui me tient à cœur.”



# 04 | JOURNAUX



KRANT VAN WEST-VLAANDEREN  
BRUGSCH HANDELSBLAD  
KORTRIJKS HANDELSBLAD  
HET WEKELIJKS NIEUWS  
DE WEEKBODE  
DE ZEEWACHT



SANDRA ROSSEEL  
RÉDACTRICE  
ÉDITORIALE  
DE ZEEWACHT

## KRANT VAN WEST-VLAANDEREN: LE JOURNAL HEBDOMADAIRE PROVINCIAL

L'hebdomadaire provincial **Krant van West-Vlaanderen (KW)**, le tout premier journal édité par Roularta, poursuit sa croissance. Tant la vente au numéro que les abonnements sont en progression. Et même les revenus publicitaires augmentent, grâce surtout aux annonceurs locaux.

Le journal a encore un potentiel énorme à exploiter car la plupart des annonceurs nationaux n'ont toujours pas découvert cette manière si efficace de toucher la province la plus dynamique de la Belgique: avec KW!

KW utilise les étonnantes ressources de la presse rotative MAN-heatset-Colorman, et peut publier ainsi, en quadrichromie, les milliers de photos qui illustrent la vie communautaire locale.

Chaque semaine, KW sort un double journal. L'un est un journal de province, identique pour toute la province, et l'autre un journal de la ville qui se décline en onze éditions qui portent toutes des titres qui ont près de 100 ans d'existence: **le Brugsch Handelsblad, le Kortrijks Handelsblad, Het Wekelijks Nieuws, De Weekbode, De Zeewacht**.

Le prix par numéro est 2,70 euros, le double d'un quotidien. La grande majorité des lecteurs est abonnée.

Le site **KW.be** compte quelque 200.000 visiteurs uniques par mois et 1 million de pages consultées. Le site permet à tous les lecteurs d'avoir accès, à l'aide d'un code hebdomadaire, aux onze éditions, via l'e-journal et les archives sur l'Internet.



Voilà 13 ans, je faisais mes premiers pas dans le journalisme en tant que stagiaire à l'hebdo De Zeewacht. Depuis fin 2008, je dirige cette édition du Krant van West-Vlaanderen. Mon objectif est de communiquer les nouvelles d'Ostende et ses environs, et de m'intéresser aux personnes connues et moins connues de la région. Cet emploi est passionnant par sa diversité. Il va d'une interview politique avec Johan Vande Lanotte à une conversation informelle avec Arno et au bonheur d'un couple qui fête ses noces d'or. Pour donner des nouvelles aussi complètes que possible d'une ville, d'un village ou d'un quartier, nous avons constitué une vaste équipe de collaborateurs qui partagent deux passions: l'actualité et leur journal. Ce ne sont souvent

pas des professionnels, et ma fonction consiste à les guider et les accompagner. Globalement, il s'agit donc de planifier et coordonner l'édition. De plus, je peaufine et corrige les textes de ces collaborateurs avec la maquettiste Laurette Ingelbrecht et nous assurons la mise en page. Les dossiers régionaux les plus importants sont suivis par le journaliste professionnel Hannes Hosten et moi-même. En 2011, De Zeewacht fêtera ses 115 ans. Il y a donc plus d'un siècle que nous avons un rendez-vous hebdomadaire avec nos lecteurs. Nous restons un hebdomadaire mais, grâce à notre site Web [www.kw.be](http://www.kw.be), à Twitter et à Facebook, nous donnons à présent à nos lecteurs des nouvelles à la minute.

# 05 PRESSE GRATUITE



- STEPS CITY MAGAZINE
- A NOUS PARIS
- A NOUS LILLE
- A NOUS LYON
- A NOUS MARSEILLE
- CITYMAGAZINE
- DE STREEKKRANT
- DE WEEKKRANT
- DE ZONDAG
- TAM-TAM
- 'T FONTEINTJE
- HET GOUDEN BLAD
- DE WEGWIJZER
- ZEEUWSCH-VLAAMS  
ADVERTENTIEBLAD

## CITY MAGAZINES CONJUGUANT LIFESTYLE ET DIVERTISSEMENT

**Steps City Magazine** est le city magazine sur papier glacé qui est diffusé chaque mois avec De Zondag (via des présentoirs dans des commerces de qualité) dans 16 grandes régions de Flandre. Au total, près de 700.000 exemplaires sont ainsi distribués.

Steps City Magazine est un magazine lifestyle pour le commerce de qualité, qui traite de mode et de design, de beauté et de wellness, de questions culinaires et de boissons, de voyages et de voitures. Avec un agenda local pratique, une sélection des meilleurs films, des événements et un carnet d'adresses.

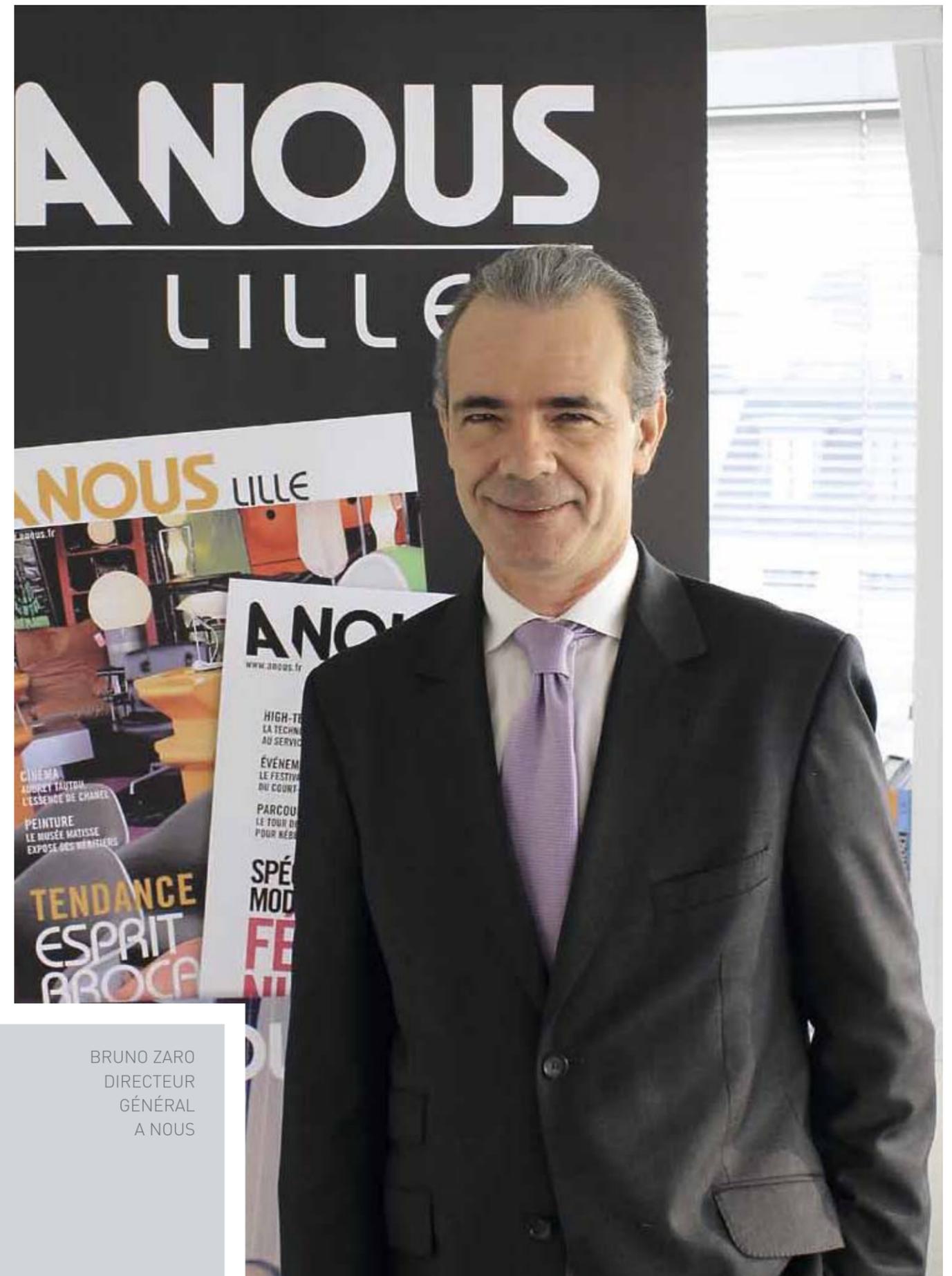
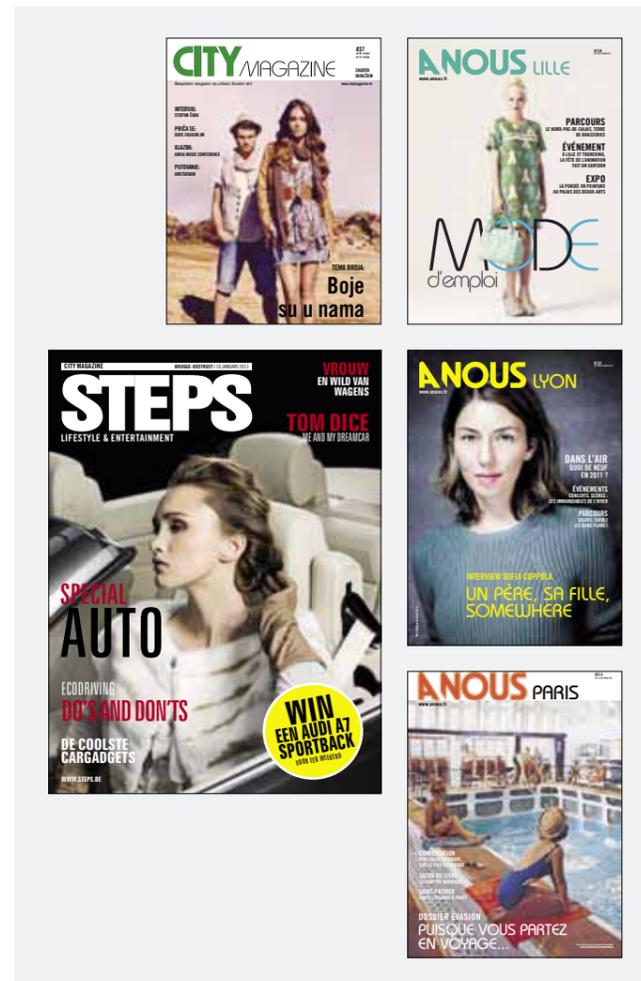
Steps City Magazine est imprimé en une seule fois sur papier glacé de luxe sur la nouvelle rotative heatset de Roularta Printing, la plus grande du monde en son genre (128 pages format tabloïd).

Chaque semaine, en France, paraît le city magazine **A Nous Paris** à 300.000 exemplaires diffusés par le biais de présentoirs dans le métro parisien.

Avec les éditions bimensuelles d'**A Nous Lille**, **A Nous Lyon**, **A Nous Marseille**, A Nous totalise un tirage de près de 500.000 exemplaires.

Dans les pays bordant la mer Adriatique – la Slovénie, la Croatie 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.



BRUNO ZARO  
DIRECTEUR  
GÉNÉRAL  
A NOUS

De 'A Nous Paris', précurseur dès 1999 des magazines gratuits d'information en France, nous sommes aujourd'hui passés à A Nous marque multi-villes et multi-supports. Avec 390.000 exemplaires, A Nous est aujourd'hui distribué dans les quatre plus importantes métropoles françaises (Paris, Lille, Lyon et Marseille/Aix) et édite plusieurs suppléments thématiques. A Nous, c'est aussi plus de 300 partenariats culturels par an, l'organisation d'événements, l'édition de compilations musicales, une web radio et une présence de plus en plus importante sur les médias sociaux. 'A Nous, ça nous donne envie!', nous disent nos

lecteurs. Tant mieux, c'est notre ambition, de donner envie. Envie de sortir, de s'approprier la ville, d'en découvrir les divers quartiers, les lieux insolites,... Mais aussi de comprendre les tendances du moment. Pour ma part, véritable 'press addict', j'ai précédemment évolué pendant près de 20 ans dans l'univers des quotidiens, qu'ils soient payants ou gratuits, à l'instar de Metrofrance. Mon rôle au sein des éditions A Nous? Organiser, anticiper, imaginer et trouver les relais de croissance nécessaires. Un de mes atouts majeurs? M'appuyer sur une équipe très impliquée et très attachée à la marque!

## MÉDIAS D'INFORMATION LOCAUX: PRESSE GRATUITE

**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 quantités 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.

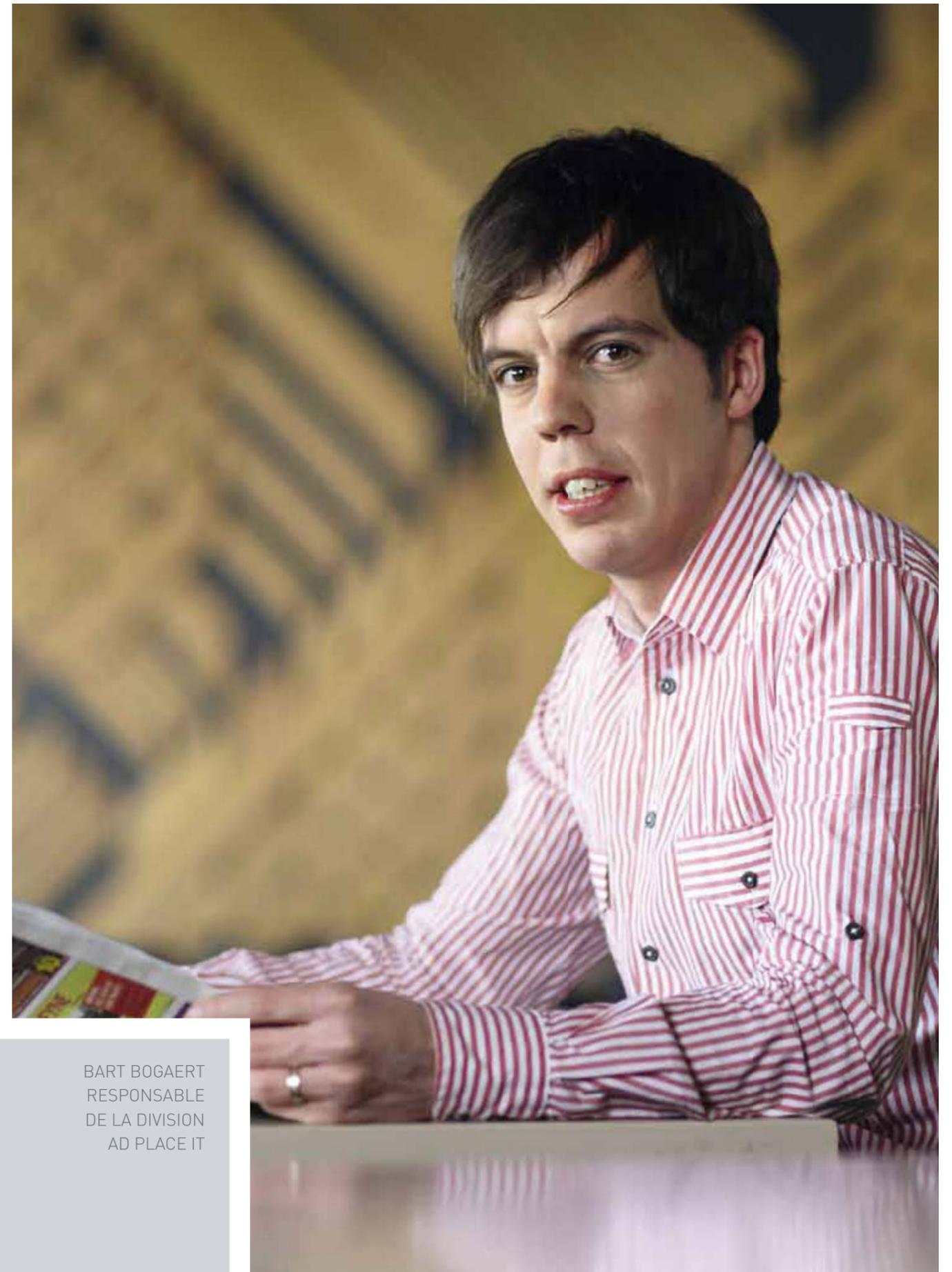
Avec 2,8 millions d'exemplaires et 3,2 millions de lecteurs, De Streekkrant est le plus grand journal de Flandre.

**De Zondag** est l'édition du dimanche du Streekkrant dont il partage le 'look & feel', mais qui dispose d'une autre forme de distribution, avec un réseau de 4.000 boulangeries.

De Zondag propose 16 éditions régionales qui permettent aux annonceurs locaux de mieux atteindre leur cible. Avec près de 700.000 exemplaires et plus de 2 millions de lecteurs, De Zondag est, après De Streekkrant, le deuxième plus grand journal de Flandre.

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.

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



“ Nous sommes une équipe de huit personnes qui s'occupent de la mise en page du journal. Les bureaux réservent les annonces et la rédaction prévoit un certain volume de textes, pour lesquels nous prévoyons l'espace nécessaire dans le journal. Nous devons soigneusement tenir compte, en cette matière, du style spécifique de chacun des journaux. Si les règles ne sont pas strictement respectées ou si des problèmes apparaissent lors de la mise en page, c'est à moi de prendre contact avec le bureau concerné en vue de les résoudre. ”

Lorsque le journal est complètement et correctement mis en page, je transmets aux imprimeurs toutes les données sur la base desquelles ils régleront correctement les presses. Nous sommes constamment à la recherche de modes de travail plus efficaces. Nous avons par exemple mis en place début 2011 un nouveau programme nommé CeRes (réservation centrale). Ce programme fait en sorte que les bureaux reçoivent d'avance une vision de leur journal, qu'ils peaufineront ensuite. ”

BART BOGAERT  
RESPONSABLE  
DE LA DIVISION  
AD PLACE IT

# 06 RADIO & TÉLÉVISION

ROULARTA PARTICIPE 50/50 DANS LA VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ (AVEC DE PERSGROEP): VTM, 2BE, VITAYA, VTMKZOOM, JIM, Q-MUSIC, JOE FM, PARATEL, STUDIO-A.



- VMMa
- STUDIO-A
- VTM
- 2BE
- VITAYA
- VTMKZOOM
- JIM
- Q-MUSIC
- JOE FM
- PARATEL
- TÉLÉVISION RÉGIONALE
- CANAL Z

## LA VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ LA SOCIÉTÉ DE PRODUCTION STUDIO-A

En 2010, la **Vlaamse Media Maatschappij (VMMA)** a complété son portefeuille de chaînes de télévision en reprenant l'émetteur lifestyle Vitaya. La VMMA possède donc à présent, en plus de vtm pour le grand public, de 2BE pour les hommes, de JIM pour les jeunes et de vtmKzoom pour les plus petits, un émetteur dédié aux femmes. Par ailleurs, la VMMA poursuit sa diversification. Elle a enrichi son portefeuille de produits comme la plate-forme culinaire en ligne zesta.be, la plate-forme de promotion puntavista et Starway Film Distribution.

Autre moment fort incontestable en 2010: elle a remporté un prestigieux prix de télévision, la Rose d'Or, pour les *Benidorm Bastards*, un programme produit par Shelter, une division de Studio-A.

**Studio-A** a vécu une année en or, au propre comme au figuré. Son label Shelter a en effet remporté, avec les *Benidorm Bastards*, deux Roses d'Or à Lucerne (une pour la meilleure

comédie et une pour le meilleur programme). La 5<sup>e</sup> saison sur antenne de *Zone Stad* a été la meilleure qu'elle ait connue, avec plus de 800.000 spectateurs en moyenne et 34% du marché PRP 18-54. *Familie* a maintenu sa position en prime-time et le feuilleton télé *Ella* remporte bien plus de succès que son prédécesseur *David*. La 2<sup>e</sup> saison de *MILF* est le programme qui a remporté le plus de succès sur 2BE en 2010. Pour conclure, le démarrage de *Anne's Vlaamse 10* a exercé un effet stimulant sur l'industrie musicale flamande.

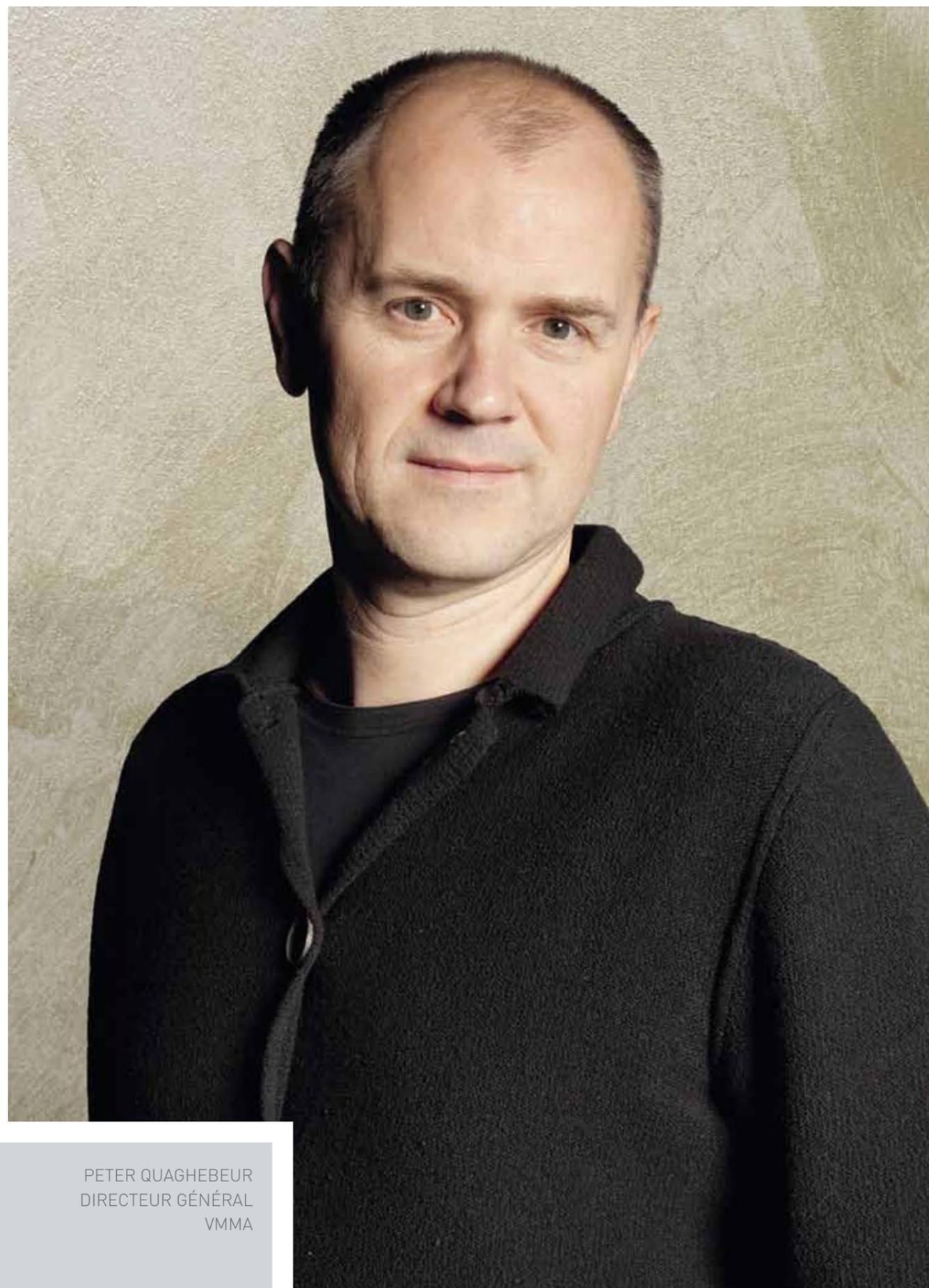
Pour 2011, les prévisions sont tout aussi emballantes. *Familie* va fêter sa 20<sup>e</sup> saison sur antenne (ce sera donc une année festive) et *Wat Als?* est le successeur désigné des *Benidorm Bastards*. Ajoutez à cela la progression des chiffres de *Ella* et une nouvelle saison de *Zone Stad*, et vous serez convaincu vous aussi que Studio-A va occuper la 'pole position' chez vtm comme chez 2BE.



2010 a été un grand cru pour la Vlaamse Media Maatschappij. Après deux années de crise où nous avons travaillé à réduire nos coûts, les revenus publicitaires se sont fortement accrus en 2010, d'abord en télé, ensuite en radio. La combinaison d'une meilleure gestion financière et d'une progression du chiffre d'affaires a été à l'origine d'un

excellent rendement. Cela nous a permis de continuer à investir dans notre entreprise: non seulement dans les marques existantes comme vtm, 2BE, Q-music, JOE fm, JIM et vtmKzoom mais aussi dans de nouvelles marques comme Vitaya, zesta.be et puntavista.

PETER QUAGHEBEUR  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
VMMA



## VTM: LA PLUS GRANDE CHAÎNE FAMILIALE COMMERCIALE DE FLANDRE

En tant que chaîne familiale au sens large, **vtm** occupe une place de choix dans les salons des familles flamandes. Chaque jour, près de 2 millions de spectateurs en moyenne regardent le plus grand émetteur commercial de Flandre, ce qui représente une part de marché de 24,1% des PRP 18-54.

En 2010 aussi, nous avons opté pour un mix de valeurs sûres et d'innovations. Les champions incontestés de l'audience ont été *Boer zkt Vrouw*, *Mijn Restaurant!* et *De Beste Hobbykok van Vlaanderen*. Sans oublier *Aspe*, *Zone Stad* et *Familie*, qui figurent parmi les 10 premiers. Et les excellents scores que remportent les nouveaux programmes *Tegen de Sterren op*, *My Name is* et

les *Benidorm Bastards*, transfuges de 2BE.

Les valeurs fondamentales des programmes restent les rendez-vous fixes de l'avant-soirée, *Familie* et *Het Nieuws*. Ce journal a non seulement été relooké début 2011 mais accueille désormais aussi des experts comme Paul D'Hoore qui commentent en profondeur les nouvelles du jour. En été et en automne, deux nouveaux programmes – *De Stip* et *De Maandag-show* – ont vu le jour et ont aussitôt pris leur part du gâteau. Les programmes du week-end sont également renforcés avec notamment *Zot van Vlaanderen*.




KATLEEN PEERAER  
RÉDACTRICE FINALE  
ET REPORTER  
TELEFACTS

2010 a été, sous l'angle des nouveautés, une succession de temps forts. Il y a récemment eu la fantastique opération de sauvetage des 33 mineurs bloqués pendant plus de deux mois au Chili. Ce reportage a été, pour moi, le sommet professionnel de l'année. Il a commencé par un voyage de 36 heures, déjà extraordinaire en soi, qui nous a

emmenés au bout du monde, suivi du séjour dans un immense camp média où plus de 1.800 journalistes avaient monté leur tente là où ils le pouvaient. Après quelques jours, nous avons réellement tissé des liens avec la famille que nous suivions.

## 2BE: FILMS, SÉRIES, HUMOUR, SPORT VITAYA: LA CHAÎNE DE TV LIFESTYLE



LIEVE VYVERMAN, DIRECTRICE ADJOINTE CONTENU DES PROGRAMMES -

Ces derniers mois, j'ai trouvé que le sommet absolu pour toutes les équipes de programmation était la construction consistante mais néanmoins audacieuse de la marque vtm. Par ailleurs, je trouve également très louables les initiatives créatives et audacieuses prises avec des moyens limités en faveur de 2BE.



En plus de sa chaîne familiale vtm, la VMMA possède, avec **2BE**, un émetteur qui connaît une progression sensible en diffusant des programmes audacieux et provocants venus de Belgique et d'ailleurs. En 2010, sa part de marché a atteint les 9% sur les PRP 18-44.

Une analyse des programmes les plus suivis en 2010 révèle clairement quels sont les atouts de 2BE: quelques productions locales soigneusement sélectionnées et qui créent l'événement comme le *MILF* et les *Benidorm Bastards*, des séries américaines, des films et du sport en direct.

Fin 2010, la VMMA reprenait à son compte l'émetteur lifestyle **Vitaya**, une marque forte dont la VMMA veut faire un joyau. Vitaya a occupé progressivement, au cours des années, une position unique dans le paysage TV. Quand on évoque Vitaya, on pense à des programmes positifs et qualitatifs qui donnent sur un ton accessible un éclairage sur des thèmes d'actualité. Début 2011, les rendez-vous fixes se sont multipliés et les soirées à thème ont fait leur entrée dans le programme Vitaya. A l'automne 2011, Vitaya connaîtra un renouveau plus profond.

## VTMKZOOM: LA CHAÎNE DES ENFANTS JIM: LA CHAÎNE DES JEUNES

**vtmKzoom** a été lancée fin 2009. Un an plus tard, elle avait déjà accédé au statut de leader du marché des émetteurs commerciaux pour enfants, avec une part de marché de 11,3% des 4-14 ans. De même, cet émetteur remporte d'excellents scores sous l'angle du co-viewing (parents et enfants simultanément). Son statut de chaîne s'adressant à diverses générations se trouve inscrit dans son ADN, au même titre que sa qualité de chaîne flamande, qualitative et non violente. Cet ADN se retrouve dans des programmes comme *Urbanus Vertelt*, *Hallo K3* et *Fifi Brindacier*.

Ses deux figures de proue Arne et Joyce ne sont pas seulement présents sur les écrans mais aussi hors écran, lors de la tournée d'été du vtmKzoomband. Le record du monde de ramassage d'œufs de Pâques au Plopsaland et les nombreuses visites à l'exposition Nijntje, à la mer, démontrent que vtmKzoom est bien vivante en Flandre.



**JIM**, l'émetteur pour jeunes de la VMMA, s'est développé jusqu'à devenir le plus grand de Flandre. Il a en outre évolué d'un statut de chaîne télé à un statut de marque multimédia pour jeunes. La jeunesse d'aujourd'hui a besoin d'une marque 'in', en ligne avec les médias sociaux, les tendances, les événements et l'interactivité. Les visages de JIM sont bien plus que des présentateurs. Ce sont des artistes, des musiciens, des acteurs,... bref des personnes dont le talent inspire le respect. Les jeunes apprécient le lancement d'un nouveau look multicolore, la présence en live 24h/24 de JIM sur le site Web, les chats avec des VJ, les derniers clips,... tout un mélange de fun et de divertissement.



INGE TOSSYN, ASSISTANTE DE PRODUCTION VTMKZOOM - vtmKzoom est un enfant en pleine croissance, mais dont je suis déjà très fière. En octobre, nous avons fêté notre premier anniversaire, et il est agréable de constater comme les enfants nous connaissent déjà. Mon meilleur souvenir de l'année écoulée est notre présence au festival Pennenzakkenrock et ma première confrontation avec plus de 20.000 enfants enthousiastes.



## Q-MUSIC: MUSIQUE, FUN, ACTION JOE FM: LES TUBES DES ANNÉES 70 À 2011

**Q-music** renforce son leadership avec une part de marché (lu-di G20+21) de 24,4% auprès des 18-44 ans. De plus, elle remporte d'excellents résultats auprès des jeunes. Dans le segment des 18-34 ans, nous passons de 26,9 à 27,9%, une belle progression.

Q-music s'est également activée sur le plan musical. Fin octobre, elle a lancé – en parallèle à la Top 40 Hitlist – l'iTunes Top 30, la liste de tubes la plus à jour de Flandre. *Het Geluid*, la *Q-Beach House* et la *Foute Party* faisaient, comme d'habitude, partie du plan d'action de Q-music.

De plus, Sven et Kürt ont de nouveau sorti de leur arsenal des quantités d'amusants tours de force: le *Draaiende Studio* a succédé au *Vliegende Studio*, et les auditeurs ont pu apprécier au Q-restaurant leur art de la cuisine et du service, tandis que dans *Ornelis & Rogiers staan bij je op*, les animateurs ont présenté leur émission matinale en direct chez l'auditeur.

En 2011, Q-music fêtera dignement son 10<sup>e</sup> anniversaire. Dans les coulisses, la chaîne investit aussi dans de nouvelles voix, grâce notamment à la Q-academy, un nouveau format et une numérisation avancée.



Avec une part de marché (lu-di G20+21) de 8,5% des 30-49 ans, **JOE fm** remporte un score très complémentaire à celui de Q-music. Remarquable pour une station de radio qui n'a qu'un an d'existence! JOE fm est l'émetteur de musique par excellence. Pendant toute l'année, ses auditeurs ont pu voter pour leurs morceaux favoris d'une décennie déterminée, parmi les nombreuses listes de hits que diffusait JOE fm: le *top 600 des 60ies*, le *top 700 des 70ies*, *I love the 80's top 800* et, summum des listes de tubes, la *Hitarchief Top 2000*. Ils ont fait entendre leur voix non seulement durant ces tops, mais aussi pendant la *Grote Verzoekweek*, lorsque les DJ de JOE n'ont passé, entre 6h et 19h, que des morceaux demandés par les auditeurs. Outre par la musique, les journées radio ont de nouveau été animées en 2010 par le jeu audio à suspense *Wie zijn wij*.



JOE fm est devenu très rapidement un acteur à part entière du paysage radio, et nous poursuivons sur notre élan en 2011. La musique et la bonne humeur resteront les deux ingrédients principaux à la veille du 2<sup>e</sup> anniversaire de l'émetteur.



ANKE BUCKINX, RÉDACTRICE RADIO - Voilà déjà quatre ans que je suis l'acolyte de Wim Oosterlinck au cours des émissions du soir sur Q-music. Pendant les vacances d'été, Wim et moi assumons pendant cinq semaines le show matinal sur Q. Il faut pour cela se lever ridiculement tôt, d'accord, mais c'est le seul inconvénient de ce job. La radio le matin, c'est l'expérience la plus chouette que l'on puisse faire. Faire le pitre en commentant les nouvelles des journaux face à une bonne tasse de café, c'est vraiment fabuleux!

## DIVERSIFICATION ET COMMUNICATION INTERACTIVE

Ces dernières années, la Vlaamse Media Maatschappij a fait de la **diversification** une de ses priorités stratégiques. L'entreprise se renforce en se découvrant de nouvelles sources de revenus et en créant de nouvelles activités.

Depuis 2007, il y a par exemple JIM Mobile qui a acquis 550.000 clients en prépaiement. En 2010, il y a eu aussi le lancement d'une nouvelle formule d'abonnement: JIM Mobile Blue.

Trois grands projets ont en outre été lancés l'an dernier:

- **Starway Film Distribution (SFD)**, un accord de collaboration avec le groupe de divertissement eOne, assure la promotion et la distribution de nombreux films internationaux en Belgique et au Luxembourg. SFD a démarré en octobre et a sorti trois films.
- Les surfeurs trouveront toutes les informations culinaires souhaitées sur **zesta.be**, la plate-forme en ligne d'inspiration et de coaching. Tant les débutants que les cordons bleus aguerris y trouveront des recettes (vidéo), des conseils saisonniers et la 'main secourable' des nombreux chefs de zesta.
- **Puntavista** est un accord de collaboration avec RTL dans le sud du pays. On trouve sur puntavista.be un aperçu à la fois très complet et très clair des milliers de promotions que les annonceurs, détaillants et particuliers, proposent chaque semaine.



KATHY DE KONING, COORDINATRICE CONTENU ZESTA - Un des temps forts de 2010 a été le lancement, le 8 novembre, de la plate-forme culinaire zesta.be. C'était une occasion rêvée de lancer une plate-forme à partir de zéro. Ma mission consiste à donner au site un contenu qui inspire tous les surfeurs qui ont envie de bien manger et de tout ce qui a trait à la cuisine. J'essaie aussi de résoudre des problèmes d'ordre culinaire, un service que nos visiteurs apprécient.

**Paratel** est une filiale à 100% de la VMMA. En sa qualité de facilitatrice technique des services SMS et IVR, cette entreprise a conservé son leadership en 2010. C'est ainsi qu'elle a peaufiné, notamment, son accord avec Roularta pour la commercialisation des jeux de sport cérébral figurant dans ses magazines (en collaboration avec Digital Data). Par ailleurs, Paratel a veillé au bon déroulement des scrutins relatifs à un certain nombre de programmes télé à succès, tant sur vtm que sur RTL (*Sterren op de Dansvloer*, *So You Think You Can Dance*, *Mijn Restaurant!*, *Star Academy*,...).

En 2010, Paratel est restée la plus grande régie de télétexte analogique du pays. Elle a en portefeuille les télétextes de vtm, 2BE, JIM, RTL-TVI, ClubRTL, PlugRTL et MTV Networks Belgium (MTV et TMF).

Début 2010, une solution a été mise au point pour l'offre vidéo sur le site Web Sport.be et, plus tard dans l'année, a été créé le site Web mobile m.vdab.be. Paratel a aussi construit pour Belgacom le Belgacom Skynet EPG, une version mobile de l'Electronic Program Guide standard.



## TÉLÉVISION RÉGIONALE: L'ACTUALITÉ LOCALE DIFFUSÉE EN BOUCLE



**MARISKA BLOMMAERT, ACCOUNT MANAGER RTVM** - Depuis février 2010, je fais partie d'une équipe réduite mais très active au sein de RTVM, qui a pour objectif de faire souffler, au travers la régie publicitaire, un vent nouveau sur tous les émetteurs régionaux flamands. En tant qu'account manager, je me déplace souvent pour aller discuter de leurs plans médias avec les agences ou les annonceurs. J'essaie alors de proposer des formules créatives sur mesure. En plus de cette tâche commerciale, je m'occupe aussi chez RTVM de ce qui a trait à la production. Je suis donc aussi la personne de contact des clients qui ont besoin d'un spot, d'un publiportage ou d'un programme. En entamant une carrière chez RTVM, j'ai emprunté une direction différente et je me suis trouvée confrontée à un véritable défi. Aujourd'hui, le bilan est une année profitable et riche d'enseignements au sein d'équipe chaleureuse et dynamique. Résultat: la télévision régionale est plus présente que jamais!

Voici 16 ans, Roularta a créé la formule de la télévision régionale: l'actualité locale diffusée en boucle pour assurer une audience maximale.

Roularta participe aujourd'hui pour 50% dans la **Regionale 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 également des petits films de présentation ou d'information pour le compte des entreprises et services publics. Dans la province du Brabant flamand, Roularta assure la régie publicitaire de **Ring TV**.

La régie publicitaire nationale est assurée depuis le Roularta Media Centre à Zellik par **RTVM**, une société de régie dans laquelle participent trois groupes de médias: Roularta, De Persgroep 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.



## CANAL Z/KANAAL Z: INFORMATIONS ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

Qui dit **Canal Z** et **Kanaal Z** – les seules chaînes d'affaires à Bruxelles, en Wallonie et en Flandre – dit information économique fiable doublée d'une vision claire sur les affaires, l'économie et l'argent. Il s'agit de deux chaînes ouvertes à caractère généraliste qui travaillent de manière rationnelle et enrichissante et proposent à la fois analyse et inspiration. L'offre variée de Canal Z et Kanaal Z, aux côtés de leur approche innovante, se traduit en outre par une plus grande fidélisation des téléspectateurs et incite un public nombreux à adopter la télévision numérique. C'est aussi ce que révèlent les derniers chiffres de l'audimat. Chaque semaine, quelque 1.150.000 personnes se branchent sur Canal Z et Kanaal Z; chaque mois, ils sont environ 2.850.000 téléspectateurs uniques. Avec une audience journalière moyenne de 270.000 spectateurs (source: petite audimétrie), les deux chaînes occupent une place honorable parmi l'ensemble de l'offre télévisuelle.

Canal Z et Kanaal Z visent non seulement 'l'Homo economicus' qu'est l'entrepreneur et dirigeant d'entreprise, mais aussi le citoyen engagé sur le plan financier. Avec des émissions comme Z-Eco News, Z-Marchés et Z-Expert, les chaînes répondent à tous ceux qui recherchent le contenu et la plus-value grâce à leurs informations sociales, éco-

nomiques et financières (nationales et internationales) actuelles. Les rubriques Z-Entreprendre, Z-Business et Z-Futé s'adressent quant à elles à ceux qui veulent évoluer et acquérir des connaissances au sein du monde des entreprises. Enfin, des émissions telles que Z-Villes et Z-Talk peuvent être une source d'inspiration pour tous.

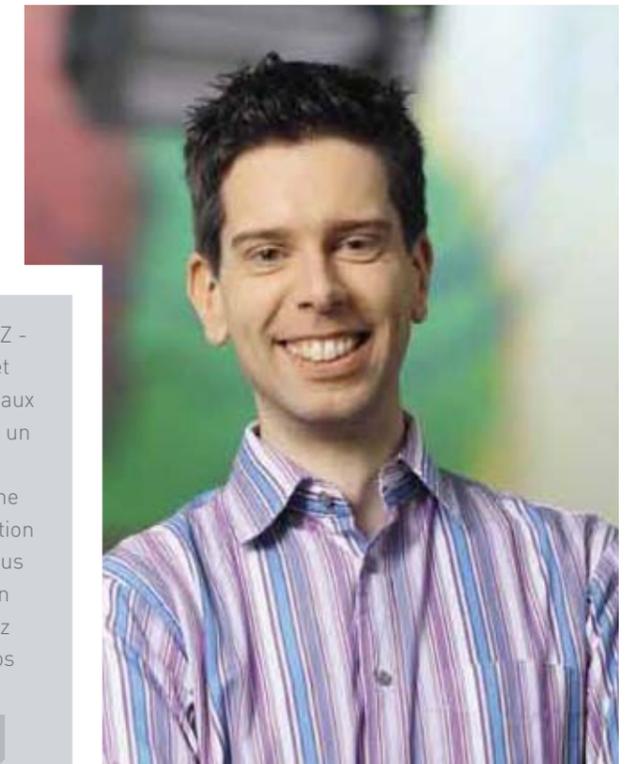
Un autre point fort de Canal Z et Kanaal Z est leur diffusion en boucle. En semaine, les deux chaînes proposent une programmation axée sur l'actualité. Elle est suivie des émissions Z-Marchés et Z-Expert réalisées au sein du Brussels Media Centre à Evere. Dans ce centre travaillent plus de 300 journalistes rassemblés dans une newsroom multimédia qui assure, sur Internet, la diffusion non-stop d'informations et, dans les magazines du Groupe, la production de commentaires et d'un travail journalistique approfondi.

Le week-end, les chaînes se focalisent sur quelques thèmes actuels qu'elles approfondissent dans le cadre de débats avec des représentants du monde des entreprises et de la politique. Place aussi à l'inspiration et à la détente avec des émissions comme Fleet TV et Les Ingénieurs.

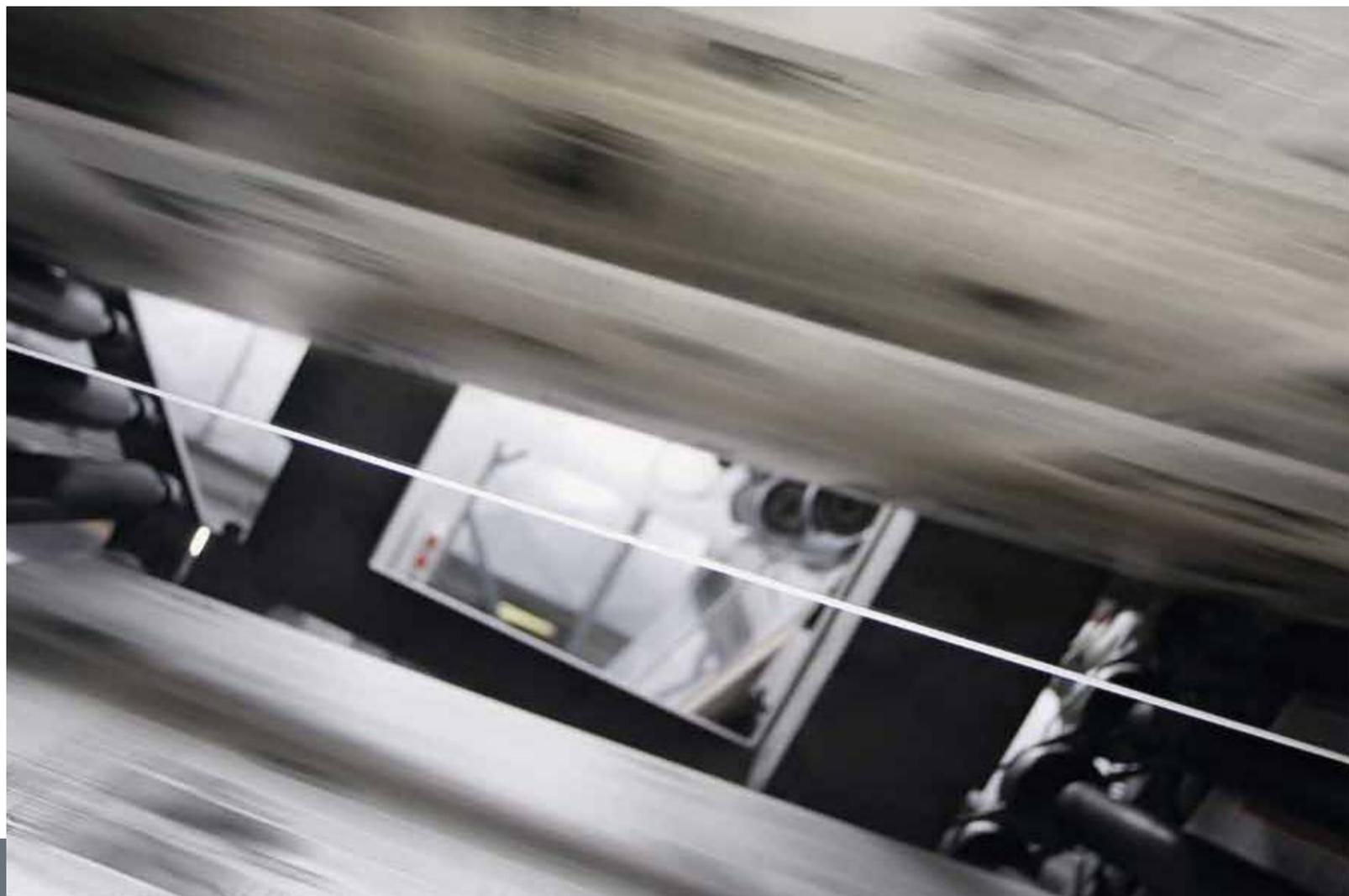
canal **Z**

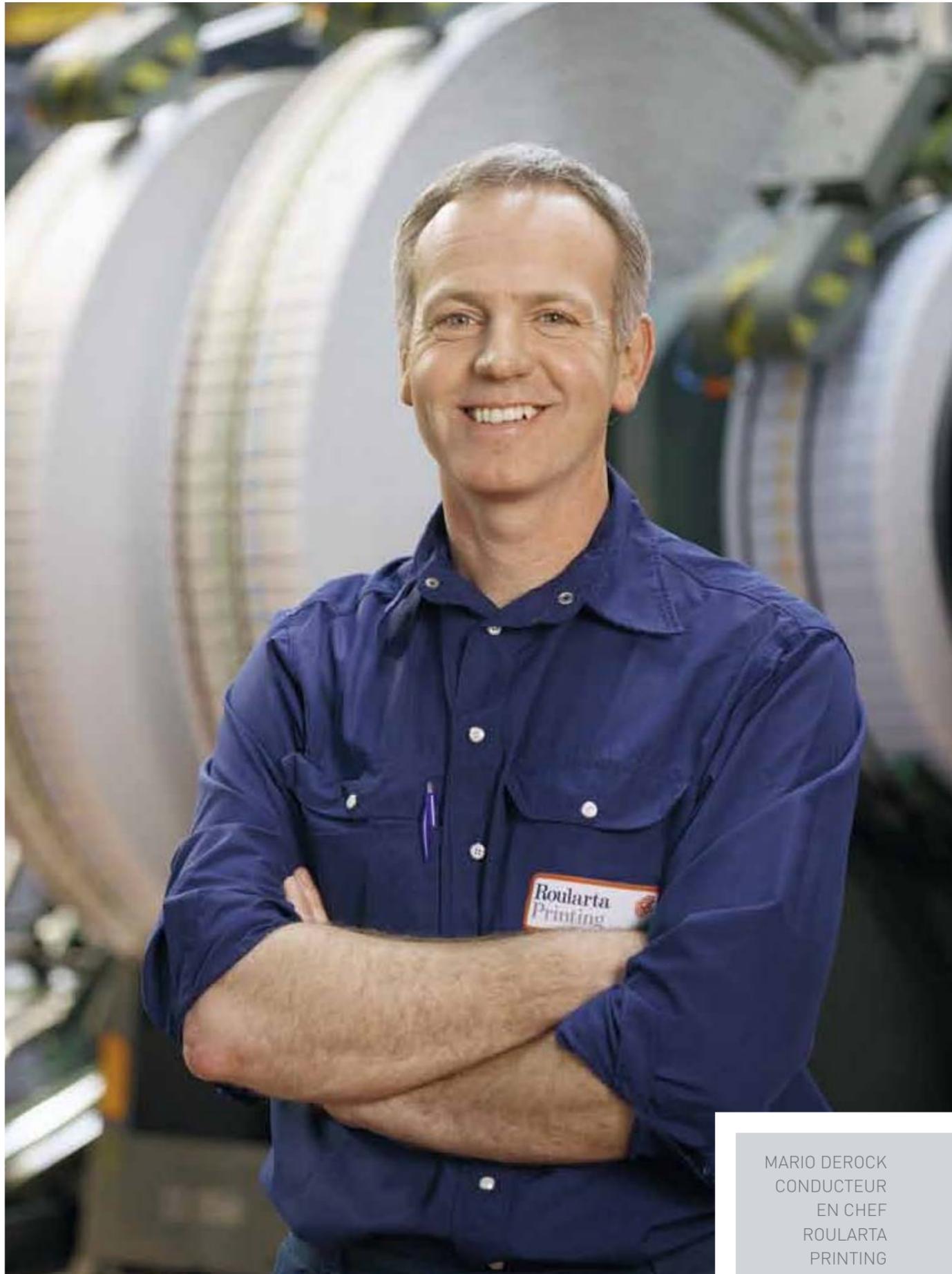


**STIJN WUYTS, RÉDACTEUR CANAL Z/KANAAL Z** - Canal Z et Kanaal Z diffusent un large éventail de nouvelles et font des commentaires sur tout ce qui a trait à l'économie et aux finances, ce qui intéresse tout le monde. Depuis 2008, je suis un des journalistes chargés de la rédaction des nouvelles. Nous tentons de les communiquer sous une forme plaisante, en une minute et demie environ. Je fais en outre régulièrement fonction de rédacteur final. Je dirige alors nos journalistes et nous nous accordons sur les sujets que nous allons aborder et sur le ton que nous adopterons. Enfin, il peut arriver que vous me voyiez apparaître à l'écran en remplacement de l'un ou l'autre de nos présentateurs, pour donner les nouvelles, animer l'entretien quotidien sur la Bourse ou en tant que Z-Expert.



# 07 PRINTING





MARIO DEROCK  
CONDUCTEUR  
EN CHEF  
ROULARTA  
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, néerlandaises, allemandes et autres 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 MAN-Colorman 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 MAN-Colorman est la plus grande rotative heatset du monde. Elle imprime en quadrichromie des publications telles que De Streekkrant et De Zondag, mais aussi Steps City Magazine et d'autres magazines urbains, 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 Muller-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. Quant au papier journal pour De Streekkrant et De Zondag, c'est du recyclé 100%. D'ailleurs, toutes les publications sont récupérées et réutilisées pour la production de nouveau papier journal. Depuis le début des années 90, Roularta investit dans des machines et des méthodes de production qui contribuent à un avenir durable.



En tant que conducteur en chef chez Roularta Printing, je veille avec mes collègues à la productivité du parc de machines et à la qualité des imprimés réalisés. Je m'occupe aussi de la formation du personnel et du démarrage des nouvelles lignes de production. En 2008, j'ai été chargé de la mise en service de la presse

Lithoman 72 pages tout nouvellement installée. Une mission passionnante que je vais répéter en 2011 avec la collaboration des opérateurs, du service technique et du service qualité, car notre Lithoman 72 se verra épaulée cette année par une sœur jumelle.

# 08

## RAPPORT ANNUEL



MISSION ET STRATÉGIE	86
ROULARTA, INNOVATEUR TECHNOLOGIQUE	88
ENVIRONNEMENT, PRÉVENTION ET BIEN-ÊTRE	90
L'ACTION ROULARTA MEDIA GROUP	93
<b>CHIFFRES-CLÉS CONSOLIDÉS</b>	<b>96</b>
<b>ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2010</b>	<b>99</b>
STRUCTURE DU GROUPE	100
CONSEIL D'ADMINISTRATION ET MANAGEMENT TEAM	102
<b>RAPPORT ANNUEL DU CONSEIL D'ADMINISTRATION</b>	<b>105</b>
DÉCLARATION RELATIVE AU GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	112
<b>ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS</b>	<b>119</b>

# SOMMAIRE

*Ce rapport annuel est disponible en français,  
en néerlandais et en anglais. En cas de différence  
d'interprétation, seul le texte néerlandais fera loi.  
La version qui est disponible sur l'Internet  
(www.roularta.be) ne l'est qu'à titre d'information.*

<b>ANNEXES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS</b>	<b>123</b>	ANNEXE 26 - AVANTAGES DU PERSONNEL NON COURANTS	151
ANNEXE 1 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES	123	ANNEXE 27 - DETTES FINANCIÈRES	153
ANNEXE 2 - INFORMATION SECTORIELLE	130	ANNEXE 28 - AUTRES ANNEXES RELATIVES AUX PASSIFS	154
ANNEXE 3 - CHIFFRE D'AFFAIRES	132	ANNEXE 29 - CONTRATS DE LOCATION-FINANCEMENT ET CONTRATS DE LOCATION SIMPLE	155
ANNEXE 4 - SERVICES ET BIENS DIVERS	133	ANNEXE 30 - PASSIFS ÉVENTUELS ET ENGAGEMENTS CONTRACTUELS POUR L'ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES	156
ANNEXE 5 - FRAIS DE PERSONNEL	133	ANNEXE 31 - INSTRUMENTS FINANCIERS - RISQUES DE MARCHÉ ET AUTRES RISQUES	156
ANNEXE 6 - DÉPRÉCIATIONS SUR STOCKS ET SUR CRÉANCES	134	ANNEXE 32 - ACQUISITIONS DE FILIALES	163
ANNEXE 7 - AUTRES PRODUITS / CHARGES D'EXPLOITATION	134	ANNEXE 33 - CÉSSIONS DE FILIALES	165
ANNEXE 8 - FRAIS DE RESTRUCTURATION	135	ANNEXE 34 - PARTICIPATIONS DANS DES COENTREPRISES	165
ANNEXE 9 - CHARGES FINANCIÈRES NETTES	135	ANNEXE 35 - FAITS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE	166
ANNEXE 10 - IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT	135	ANNEXE 36 - HONORAIRES AU COMMISSAIRE ET AUX PERSONNES LIÉES AU COMMISSAIRE	166
ANNEXE 11 - RÉSULTAT PAR ACTION	137	ANNEXE 37 - INFORMATION RELATIVE AUX PARTIES LIÉES	166
ANNEXE 12 - DIVIDENDES	137	ANNEXE 38 - STRUCTURE DU GROUPE	168
ANNEXE 13 - IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	138		
ANNEXE 14 - GOODWILL	140	<b>RAPPORT DU COMMISSAIRE</b>	<b>170</b>
ANNEXE 15 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES	141	<b>COMPTE ANNUEL STATUTAIRE</b>	<b>171</b>
ANNEXE 16 - PARTICIPATIONS COMPTABILISÉES SELON LA MÉTHODE DE LA MISE EN ÉQUIVALENCE	143	EXTRAIT DU RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE	173
ANNEXE 17 - PRÊTS, CAUTIONS, PARTICIPATIONS DISPONIBLES À LA VENTE	143	CALENDRIER FINANCIER	176
ANNEXE 18 - CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES	144		
ANNEXE 19 - ACTIFS ET PASSIFS D'IMPÔTS DIFFÉRÉS	146		
ANNEXE 20 - STOCKS	147		
ANNEXE 21 - PLACEMENTS DE TRÉSORERIE, TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	147		
ANNEXE 22 - CAPITAUX PROPRES	148		
ANNEXE 23 - TRANSACTIONS DONT LE PAIEMENT EST FONDÉ SUR DES ACTIONS	149		
ANNEXE 24 - PROVISIONS	150		
ANNEXE 25 - LITIGES IMPORTANTS	151		

# MISSION & STRATÉGIE



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

En Belgique, Roularta a l'ambition d'être 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, RMG édite des journaux gratuits, fait des émissions de télévision diffusées sur le réseau public, est actif en radio et sur l'Internet, via le site Vlan.be.

RMG s'adresse également à des cibles particulières, avec des magazines de qualité, avec une chaîne d'information et des sites Internet riches en contenu.

En vue de consolider sa position sur les marchés belge et étrangers, 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.

Cette approche met Roularta dans une position idéale pour offrir à ses annonceurs une combinaison unique de canaux de communication, un faisceau de médias qui donnent une force inégalée à leurs messages commerciaux.

Roularta vise l'équilibre et la complémentarité entre journaux gratuits et magazines, entre médias traditionnels et novateurs, imprimés et audiovisuels.

Toutes les marques fortes du Groupe continuent de croître par le biais d'extensions de ligne, d'événements et de produits plus.

Une politique d'intégration verticale – contenu rédactionnel, régie publicitaire et production – et une approche multi-média donnent une plus grande capacité de réaction au Groupe, et renforcent son caractère anticyclique.

En France, le Groupe Express-Roularta (GER) édite des magazines hebdomadaires et mensuels prestigieux. Il organise un nombre considérable de salons et développe des sites Internet très fréquentés. Roularta y réalise un tiers de son chiffre d'affaires.

En joint-venture avec le groupe Bayard, Roularta est également actif 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 Slovénie, en Croatie et en Serbie.

Roularta Media Group continue de s'investir dans une croissance rentable des recettes via la différenciation et le renouvellement des concepts, tout en répondant aux attentes perçues sur le marché des consommateurs et des clients-annonceurs. A cet égard, une fixation concurrentielle des prix et une offre de plates-formes multimédias de qualité sont essentielles.

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.



# 712

MILLIONS D'EUROS  
CHIFFRE D'AFFAIRES

# 39

MILLIONS D'EUROS  
RÉSULTAT NET COURANT  
DES ENTREPRISES CONSOLIDÉES

# 933

MILLIONS D'EUROS  
TOTAL DU BILAN

# 9,10%

REBIT - MARGE

# ROULARTA, INNOVATEUR TECHNOLOGIQUE

par Erwin Danis, Directeur Prémédia

En tant qu'entreprise multimédia, Roularta Media Group est active 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.

En 2007, Roularta Publishing, l'entreprise prémédia de Roularta Media Group, figurait parmi les cinq finalistes du 'Best Innovator Award 2007'. Chaque année, le cabinet de conseil AT Kearney organise ce concours prestigieux dans divers pays européens (au nombre de dix actuellement). Roularta Publishing a été nommée pour la force innovatrice dont elle fait preuve lors du développement et l'implémentation de méthodes de travail standardisées visant à rendre des fichiers numériques prêts à imprimer. Ces méthodes de travail mènent non seulement à une amélioration interne de l'efficacité mais ont souvent pour effet d'optimiser les processus dans l'ensemble de l'industrie graphique.

Dans le domaine des médias imprimés par exemple, Roularta Media Group est à l'origine de divers standards belges et internationaux qui décrivent la méthode pour la préparation de l'impression de données numériques et pour l'échange électronique des instructions qui les accompagnent. Comme l'illustrent entre autres les réalisations suivantes, Roularta Media Group joue un rôle de pionnier à cet égard:

## Livraison des publicités numériques

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 en vue de tester différents logiciels visant le contrôle de la qualité des fichiers PDF et de fixer les procédures recommandées pour la création, le contrôle et la correction éventuelle des fichiers PDF livrés. Grâce à un encadrement personnalisé de ses annonceurs, Roularta Media Group a en outre contribué à faire

connaître le format PDF à un public plus large. Les standards PDF de Medibel+ sont régulièrement actualisés. Au sein de l'organisation+, Roularta Media Group continue d'ailleurs de renforcer son statut de pionnier puisqu'Erwin Danis, Directeur Prémédia de RMG, préside actuellement l'organisation.

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 des 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+ dont il a adopté les normes PDF. Au sein du GWG international, où il est représenté par Erwin Danis, Roularta Media Group continue d'assumer toutes ses responsabilités.

## Numérisation du workflow des commandes

Roularta Media Group est à l'origine du développement de la méthode AdTicket pour la numérisation du workflow des commandes entre, d'une part, les centrales médias et les agences créatives qui conçoivent les annonces, et d'autre part les éditeurs. Les AdTickets permettent d'incorporer dans le fichier PDF proprement dit, sous la forme de métadonnées, des informations relatives à une annonce spécifique livrée au format PDF. Roularta Media Group et Medibel+ ont lancé le premier AdTicket en avril 2005. Aujourd'hui, rien qu'en Belgique, plus de 400 agences de pub recourent à ce système.

Le GWG a lui aussi introduit un AdTicket. Il s'agit ici d'une reprise de l'AdTicket Medibel+ existant. L'internationalisation de la méthode AdTicket Medibel+ est particulièrement intéressante puisqu'elle permet aux agences belges qui y ont recours de livrer leurs fichiers selon le même standard à des éditeurs étrangers. 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.

## 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 quatre autres packages de travail (Media Cloud platform, content referencing and presentation, sports results aggregation et next media).

RMG prête également son concours au projet ICON i-Read+ ayant pour thème principal 'le compagnon de lecture intelligent'. Le Groupe participe par ailleurs au projet dINK dont l'objectif est de réaliser un prototype de service pour l'élaboration de nouvelles formules d'abonnements magazines sur tablettes tactiles.

## Optimisation du processus de rotation offset

Roularta Media Group est fortement engagé dans divers projets de recherche et de standardisation visant l'optimisation du processus de rotation offset. Aux côtés de partenaires étrangers réunis au sein du Web Offset Working Group (WOWG), Roularta Media Group participe notamment au développement de profils de couleurs ICC standardisés selon les normes ISO pour l'impression rotative offset.

## Rédactions magazines: fonctionnement cross-médias et interactif

Au niveau rédactionnel également, Roularta Media Group

prépare l'avenir avec la mise en service de CCI NewsGate comme système unique pour l'ensemble de la newsroom, laquelle chapeaute toutes les rédactions des magazines d'actualité de Roularta Media Group. L'accent est mis sur la planification rédactionnelle, la gestion des missions et la réutilisation cross-médias du contenu. Grâce à l'introduction de NewsGate, chaque participant au processus rédactionnel reste informé en permanence des articles planifiés et des missions. CCI NewsGate rationalisera le processus de planification et permettra aux collaborateurs rédactionnels de Roularta Media Group de travailler de façon 'multititre' et 'multicanaal'. De cette manière, le contenu peut recevoir une nouvelle destination et une nouvelle fonctionnalité dans les différents canaux médiatiques.

Une composante importante du projet NewsGate concerne l'intégration du système d'édition en ligne Fatwire de RMG afin de permettre aux utilisateurs de rassembler et d'éditer du contenu dans NewsGate avant de le transférer vers Fatwire en vue de sa publication en ligne.

Grâce à l'intégration des systèmes PrintProduction et AdRoom, RMG dispose d'un système rédactionnel et publicitaire combiné multimédia efficace. Ce système offre en outre un support complet du workflow pour la mise en page et le suivi de la production des annonces multimédias.

# ENVIRONNEMENT, PRÉVENTION ET BIEN-ÊTRE

## I. ENVIRONNEMENT

En 2010 aussi, Roularta Media Group a consenti d'importants investissements afin de mettre en place une production respectueuse de l'environnement et à faible consommation d'énergie. Les normes environnementales légales valent en tant que minimum absolu.

### CHARTRE OUEST-FLAMANDE D'ENTREPRENEURIAT DURABLE

Roularta a souscrit à la Charte ouest-flamande d'Entrepreneuriat Durable (West-Vlaams Charter Duurzaam Ondernemen). Sur une période de deux ans, des experts indépendants liés aux instances publiques flamandes évaluent, via des audits périodiques, les efforts fournis et les résultats atteints en matière de durabilité. Ce processus se fait en étroite concertation avec, notamment, Voka et Bureau Veritas. En 2009, un audit dit 'audit zéro' a vérifié si l'entreprise atteignait un niveau suffisant pour permettre une participation. En 2010, un plan d'action a été déterminé en vue de l'élaboration des différents points et de leurs objectifs.

### COMMUNICATION AVEC LES PARTIES PRENANTES ('STAKEHOLDERS')

Si, d'une part, la charte de durabilité est un plan d'action conscient et concret, il offre d'autre part une large plate-forme permettant de communiquer à propos de nos réalisations à l'égard du monde extérieur, de nos clients et fournisseurs, ainsi que du personnel.

Cette communication est davantage concrétisée encore, notamment par le biais d'une concertation régulière avec le comité de quartier et les fonctionnaires chargés de l'environnement au sein de l'administration communale.

Par ailleurs, en 2010, l'initiative de l'élaboration d'un processus de reporting GRI (Global Reporting Initiative) a été prise aux côtés d'initiatives en matière d'Entrepreneuriat Socialement Responsable (ESR).

### ÉTUDE ACOUSTIQUE POUR LE SITE DE ROULERS

Une étude acoustique interne et externe a été réalisée dans le cadre de l'actualisation du permis d'environnement. La simulation informatique réalisée antérieurement et qui a été déterminante dans le choix des matériaux d'isolation et de finition a été confrontée à la situation réelle. Aucun écart n'a

été constaté et l'émission sonore du site tout entier répond aux prescriptions Vlareem en vigueur.

### SUIVI DE L'ÉNERGIE ET DES MATIÈRES PREMIÈRES

Depuis longtemps, la consommation d'énergie et de matières premières fait l'objet d'un suivi systématique à l'aide de programmes informatiques réalisés sur mesure en vue de mettre à plat l'évolution d'une consommation déterminée (papier, énergie, eau,...) en fonction des volumes produits. En 2010, la même démarche a été entreprise à l'égard de la part énergétique des différentes publications.

Pour l'achat d'électricité, nous étions déjà entièrement passés aux sources renouvelables.

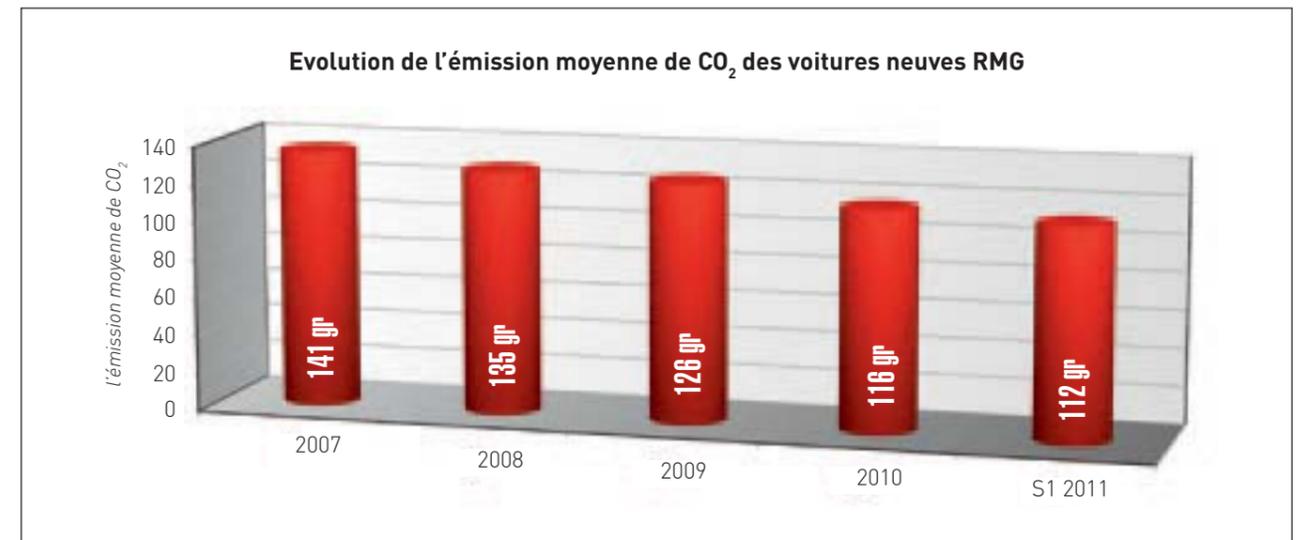
### POURSUITE DE L'OPTIMISATION DE LA GESTION DES EAUX

Grâce à l'élaboration d'un plan de bilan hydrique il y a plusieurs années, au suivi de la consommation et à des ajustements périodiques, la consommation est restée en 2010 de même ordre que celle enregistrée en 1995, en dépit de la croissance vigoureuse des quantités produites. Un tel suivi permet aussi de réagir promptement en cas d'erreurs éventuelles, de poursuivre l'optimisation et de définir des objectifs.

La consommation d'eau est étroitement liée à nos besoins en termes de refroidissement. Après le recours à l'eau de pluie en 2009 (avec des résultats spectaculaires: baisse de la consommation d'eau de ville jusqu'à 700 m<sup>3</sup> par mois), un projet a été élaboré en 2010 afin d'utiliser dans la tour de refroidissement l'eau de surface de l'installation pour l'osmose inversée. Ici aussi, nous visons une économie de plus de 300 m<sup>3</sup> par mois et une réduction du débit des rejets des eaux usées industrielles. En améliorant encore le réglage des systèmes de refroidissement, l'entreprise peut à présent assurer 65% de ses besoins en matière de refroidissement sans recourir à des ressources supplémentaires (en d'autres termes: gratuitement).

### AUDIT CONVENANT ÉNERGIE

En vue de l'optimisation poursuivie de sa politique énergétique interne, Roularta avait souscrit fin 2006 à l'Audit Convenant 'Energie' des autorités flamandes. Les entreprises signataires s'engagent à introduire un plan énergétique auprès du bureau de vérification des services publics flamands et à mettre en œuvre les mesures présentées dans le délai imparti (quatre



ans). Par ailleurs, elles sont tenues chaque année de faire rapport auprès de cet organe de contrôle, notamment des mesures prévues/exécutées et des émissions de CO<sub>2</sub> évitées. Entre-temps, les mesures du deuxième plan énergétique sont en pleine exécution. Ce volet doit être terminé d'ici le second semestre 2013. Les investissements exécutés et encore prévus permettent, d'une part, la réalisation d'une économie substantielle tant sur le plan électrique que thermique et, de l'autre, une réduction considérable des émissions de CO<sub>2</sub>.

### UN PARC AUTOMOBILE DE PLUS EN PLUS VERT

En choisissant systématiquement les voitures les moins énergivores du marché, l'entreprise a su réduire encore l'émission moyenne de CO<sub>2</sub> d'une nouvelle voiture d'entreprise: de 141 g/km en 2007 à 112 g/km en 2011 (voir graphique). Depuis l'année dernière, les listes des voitures proposées à nos conducteurs comprennent aussi des voitures hybrides et aujourd'hui, certaines de ces voitures sont déjà en circulation. Une autre tendance qui, sans aucun doute, devrait se poursuivre à l'avenir.

### GESTION FORESTIÈRE RESPONSABLE

En 2010 également, RMG a obtenu les certificats FSC et PEFC. Après un audit positif, l'organisme de contrôle indépendant compétent a confirmé que notre société contribue de manière convaincante à la gestion forestière responsable poursuivie par les deux concepts. D'ailleurs, les publications sont de plus en plus nombreuses à être imprimées sur papier PEFC.

## II. PRÉVENTION & BIEN-ÊTRE

En 2010, sur le plan de la Prévention et du Bien-Être, un vaste

éventail d'aspects et de domaines ont fait l'objet d'une attention soutenue au sein de Roularta Media Group. Parmi les projets/points d'attention marquants, citons:

### PROJETS DE BIEN-ÊTRE DANS LE CADRE DU WCDO (WEST-VLAAMS CHARTER DUURZAAM ONDERNEMEN)

Comme signalé, la Charte vise divers thèmes. Elle s'attache ainsi aux aspects sociaux, à l'entrepreneuriat humain, à la sécurité et au bien-être des travailleurs. Parmi les projets réalisés en 2010, citons les suivants:

- CCT 100: cette législation oblige les entreprises à établir une déclaration de politique relative à l'abus d'alcool, de drogue et de médicaments. Roularta a franchi un pas de plus et a élaboré une deuxième phase avec des règles et procédures concrètes. Cette démarche a été entreprise en concertation étroite avec toutes les parties concernées.
- Mobilité durable et sûre: une brochure consacrée à la mobilité a été rédigée. On y trouve en détail toutes les possibilités d'atteindre les divers sites. En première instance, la préférence a été donnée aux modes de déplacement les plus respectueux de l'environnement. De nouvelles initiatives ont été prises afin de soutenir et d'encourager de tels déplacements, p.ex. le covoiturage, le système du tiers payant dans les transports publics,... Les avantages et les inconvénients, qu'ils soient d'ordre personnel, social, écologique ou financier, figurent également dans la brochure.

### NOUVELLE CONSTRUCTION ET EXTENSION DU PARC DE MACHINES DE ROULERS

L'extension de l'activité de production à Roulers a suscité un grand nombre de points d'attention. C'est ainsi qu'en 2010, les aspects suivants, notamment, ont été traités:

- Le permis d'environnement a été actualisé, et en particulier

**WELL-BEING OF SHIFT AND NIGHT WORKERS**

Our production department employees in particular are confronted with shift and night work, with its impact on overall health. Considerable attention was paid to this during the 2010 medical examinations. Each employee received a questionnaire that probed for any health problems associated with this shift work. The list was discussed during the consultations with the doctor. Various tips and information were exchanged. At the end of the work year the doctor gave an inventory of the general findings of our employees.

**SAFETY ADMINISTRATION AT SITES OUTSIDE ROESELARE**

The law imposes strict administrative obligations on companies regarding accident prevention and related fields. In 2010, we focused on this administration in the warehouse and workshop in the Kermisstraat in Roeselare. Besides the administration of machinery or electrical equipment, matters such as approvals, external influences, fire and evacuation aspects, first aid equipment, etc. were examined and optimised.

**FREELANCE WORKERS AND TEMPING STAFF: SAFETY ARRANGEMENTS**

To gain insight into the nature of the tasks for which staff

are employed on a freelance basis, a questionnaire was sent to hirers. The resulting inventory showed clearly which work categories are involved. In 2011, we want to examine this area more closely and make specific arrangements.

A similar exercise was carried out for temporary workers whom Roularta employs on a short-term basis (e.g. hostesses for events). This resulted in appropriate job descriptions.

**COMPANY WITH A HEART**

Roularta in 2010 took part in a Red Cross campaign to recruit new blood donors. The proposed minimum number was greatly exceeded, earning Roularta the distinction of 'Company with a Heart'.

**RUSH HOUR ACCIDENT PREVENTION**

The risks incurred by employees travelling to and from work are also the employer's responsibility. Traffic accident prevention is, however, a little known and often misinterpreted field. Usually companies assume that it is very difficult to manage these risks. On the basis of various tips, info moments during medical examinations, an information document delivered together with green insurance cards, tyre inspections and so on, we continue to ask our drivers to pay attention to their traffic behaviour.

# THE ROULARTA MEDIA GROUP SHARE

**CAPITAL AND SHARES**

The capital of NV Roularta Media Group at 31/12/2010 is EUR 203,040,000, represented by 13,131,940 shares.

On 14 January 2011, following an exercise of 9,183 warrants, the capital of NV Roularta Media Group was increased up to EUR 203,225,000 represented by 13,141,123 shares of which 4,730,246 with a VVPR character.

**REGISTERED AND BEARER SHARES**

Shares are either registered, bearer or dematerialised according to the preference of the holder.

As from 1 January 2008 new securities can no longer be issued in physical form.

The company appeals to the services of Euroclear, as a settlement institution for the dematerialisation of the bearer securities.

**PURCHASE OF OWN SHARES**

The statutory authorisation to purchase own company shares was renewed by the General Meeting of 19 May 2009.

There were no own shares bought in the course of the financial year 2010.

At 31 December 2010, the company had 512,863 of its own shares in portfolio representing 3,91% of the authorised capital.

**SHAREHOLDING STRUCTURE**

On 31 December 2010, 9,157,356 of the outstanding shares were registered shares.

On 31 December 2010, the shareholding structure is as follows:

	Date of notification	Number of shares	%
<b>Koinon NV<sup>(2)</sup></b>	24/06/10	7,872,784 <sup>(1)</sup>	59.95%
<b>Cennini NV<sup>(2)</sup></b>	24/06/10	2,022,136	15.40%
<b>Bestinver Gestión S.G.I.I.C. SA</b>	30/09/09	1,198,762	9.13%
<b>Individual and institutional investors</b>		2,038,258	15.52%

<sup>(1)</sup> Including 512,863 own shares Roularta Media Group.

<sup>(2)</sup> The NV Koinon and the NV Cennini, in their capacity as persons acting in concert, who have concluded an agreement concerning the possession, the acquisition and transfer of shares, have made a definitive notification.

**TAKEOVER BID LAW**

Within the scope of the Takeover Bid law of 1 April 2007, the Stichting Administratiekantoor RMG has made, as owner of more than 30% of the voting securities, on 1 September 2007, a notification with the CBFA cf. article 74 § 6 of the above-mentioned law.

As a result of the cancellation of the certificates within the Stichting Administratiekantoor RMG and the returning of the shares of Roularta Media Group to the former holders of the certificates (i.e. NV Cennini and NV Koinon), the Stichting Administratiekantoor RMG is no longer shareholder of Roularta Media Group.

Since 24/06/2010, NV Koinon directly holds 7,359,921 shares (in other words 56.05%) of the NV Roularta Media Group. The announcement has been updated as such.

**STOCK MARKET TREND**

Roularta Media Group's shares have been listed on Euronext Brussels since December 1998.

They form part of Euronext's NextPrime quality segment, under the section 'Media & Photography - Printing & Publishing'.

<b>Roularta share</b>	ISIN	BE0003741551	MEP	BRU
	Euronext code	BE0003741551	Mnemo	ROU
<b>Roularta VVPR strip</b>	ISIN	BE0005546172	MEP	BRU
	Euronext code	BE0005546172	Mnemo	ROUS

Mois	Cours de clôture moyen	Volumes	en mio €
Jan 10	15,66	38.663	0,60
Fév 10	15,74	29.145	0,45
Mars 10	17,26	293.144	4,99
Avr 10	17,82	143.059	2,52
Mai 10	17,47	74.618	1,30
Juin 10	17,06	29.090	0,49
Juil 10	16,70	40.198	0,66
Août 10	17,90	389.304	7,07
Sept 10	18,60	256.549	4,74
Oct 10	21,55	163.946	3,34
Nov 10	24,37	129.058	3,14
Déc 10	26,01	189.559	4,81
		1.776.333	34,11



Le 10 décembre 2010, l'action a atteint son cours le plus élevé de l'année écoulée, soit 27,00 euros. Le cours le plus bas de 14,70 euros a été enregistré le 22 janvier 2010. Le 15 mars 2010, on a relevé le plus important volume journalier, avec 73.451 pièces.

### REPRISE DANS L'INDICE

L'action Roularta est reprise dans l'indice MSCI Small Cap et dans l'indice BEL MID d'Euronext Bruxelles (BE0389856130) en 2003.

A partir du mois de juin 2006, l'action Roularta figure dans l'indice Smaller Europe Socially Responsible Investment, émis par Kempen/SNS.

L'indice Kempen Smaller Europe SRI (indice SRI) est le premier indice à tracer la performance des SRI-small caps en Europe.

L'indice SRI est une initiative de Kempen Capital Management. Uniquement les sociétés répondant aux critères d'éthique entrepreneuriale sociaux et environnementaux très élevés y sont admises.

### LIQUIDITÉ DE L'ACTION

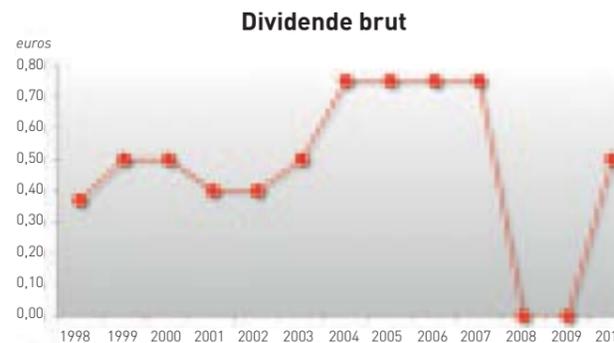
Roularta Media Group mène une politique proactive de relations avec les investisseurs dans le but de mettre l'action en point de mire et de soutenir ainsi la liquidité de l'action.

### POLITIQUE SUR LE PLAN DES DIVIDENDES

Sur proposition du conseil d'administration, l'assemblée générale suit en matière d'affectation du résultat une politique qui consiste à distribuer, si possible, un dividende, tout en veillant à garder un sain équilibre entre cette distribution de dividendes et le maintien d'une capacité d'investissement suffisante.

Après deux ans de non-attribution de dividendes, le conseil d'administration propose à l'assemblée générale de renouer avec une distribution de dividendes à hauteur de 0,50 euro par action. En net, cela fait 0,375 euro (25% de précompte mobilier) et 0,425 euro (15% de précompte mobilier avec strip VVPR). Le pay out ratio est de 20,40%.

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Dividende brut	0,37	0,50	0,50	0,40	0,40	0,50	0,75
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Dividende brut	0,75	0,75	0,75	0,00	0,00	0,50	



### ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL

La SA Roularta Media Group a été constituée le 11 mai 1988 sous la dénomination Roularta Financieringsmaatschappij. Vous trouverez ci-dessous un tableau synoptique des événements qui ont marqué au cours du temps l'évolution du capital social et les titres représentant le capital.

Année	Mois	Opération	Nombre d'actions	Capital	FB / EUR
1988	mai	Constitution sous la dénomination Roularta Financieringsmaatschappij	12.510	381.000.000	FB
1993	juillet	Fusion - augmentation de capital	13.009	392.344.000	FB
1997	décembre	Scission - augmentation de capital	18.137	546.964.924	FB
1997	décembre	Fusion - augmentation de capital	22.389	675.254.924	FB
1997	décembre	Augmentation de capital	24.341	734.074.465	FB
1997	décembre	Changement de la dénomination en Roularta Media Group			
1998	juin	Emission de 300.000 warrants - modification des statuts	2.434.100	734.074.465	FB
1998	juin	Fusion - augmentation de capital	2.690.400	1.545.457.541	FB
1998	juin	Apport de créance - augmentation de capital	8.277.700	2.496.457.541	FB
1998	décembre	Apport de créance - augmentation de capital	9.611.034	4.479.791.791	FB
2001	juin	Conversion du capital en euros - augmentation de capital par la conversion de 61.950 warrants	9.672.984	111.743.000,00	EUR
2001	octobre	Suppression de 119.305 actions propres	9.553.679	111.743.000,00	EUR
2002	juin	Augmentation de capital par la conversion de 35.350 warrants	9.589.029	112.138.000,00	EUR
2003	juin	Augmentation de capital par la conversion de 43.475 warrants	9.632.504	112.623.000,00	EUR
2003	juillet	Augmentation de capital par un apport en nature	9.884.986	118.463.000,00	EUR
2004	juin	Augmentation de capital par la conversion de 43.625 warrants	9.928.611	118.950.000,00	EUR
2005	juin	Augmentation de capital par la conversion de 28.350 warrants	9.956.961	119.267.000,00	EUR
2006	janvier	Augmentation de capital par la conversion de 39.090 warrants	9.996.051	120.054.000,00	EUR
2006	février	Augmentation de capital par un apport en espèces	10.985.660	131.939.204,09	EUR
2006	mai	Incorporation prime d'émission	10.985.660	170.029.300,00	EUR
2006	juin	Augmentation de capital par la conversion de 19.825 warrants	11.005.485	170.250.500,00	EUR
2007	janvier	Augmentation de capital par la conversion de 9.340 warrants	11.014.825	170.439.000,00	EUR
2007	juin	Augmentation de capital par la conversion de 22.225 warrants	11.037.050	170.687.000,00	EUR
2008	janvier	Augmentation de capital par la conversion de 7.864 warrants	11.044.914	170.846.000,00	EUR
2008	mai	Augmentation de capital par la conversion de 17.375 warrants	11.062.289	171.040.000,00	EUR
2008	décembre	Augmentation de capital par un apport en espèces	13.131.940	203.040.000,00	EUR
2011	janvier	Augmentation de capital par la conversion de 9.183 warrants	13.141.123	203.225.000,00	EUR

### LES ANALYSTES QUI SUIVENT L'ACTION ROULARTA:

- Thijs Berkelder - Petercam
- Anthony Cruysmans - ING
- Siddy Jobe - Bank Degroof
- Margo Joris - KBC Securities
- Sjoerd Ummels - ING

## CHIFFRES-CLÉS CONSOLIDÉS

COMPTE DE RÉSULTATS	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>609.231</b>	<b>766.824</b>	<b>781.605</b>	<b>707.253</b>	<b>711.563</b>	<b>+0,6%</b>
<b>EBITDA (1)</b>	<b>72.466</b>	<b>79.831</b>	<b>67.126</b>	<b>36.756</b>	<b>77.050</b>	<b>+109,6%</b>
<i>EBITDA - marge</i>	11,9%	10,4%	8,6%	5,2%	10,8%	
<b>EBIT (2)</b>	<b>51.089</b>	<b>49.563</b>	<b>32.714</b>	<b>10.222</b>	<b>57.038</b>	<b>+458,0%</b>
<i>EBIT - marge</i>	8,4%	6,5%	4,2%	1,4%	8,0%	
Charges financières nettes	-1.993	-13.533	-14.323	-12.737	-6.087	-52,2%
<b>Résultat opérationnel après charges financières nettes</b>	<b>49.096</b>	<b>36.030</b>	<b>18.391</b>	<b>-2.515</b>	<b>50.951</b>	<b>+801,8%</b>
Impôts sur le résultat	-23.645	-19.973	-5.626	-2.110	-19.027	+801,8%
Entreprises mises en équivalence	-12	-10	-101	-38	-46	
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>25.439</b>	<b>16.047</b>	<b>12.664</b>	<b>-4.663</b>	<b>31.878</b>	<b>+783,6%</b>
Attribuable aux intérêts minoritaires	653	108	-1.091	-478	926	
<b>Attribuable aux actionnaires de RMG</b>	<b>24.786</b>	<b>15.939</b>	<b>13.755</b>	<b>-4.185</b>	<b>30.952</b>	<b>+839,6%</b>
<b>Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge</b>	<b>4,1%</b>	<b>2,1%</b>	<b>1,8%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>4,3%</b>	
REBITDA (3)	78.318	81.163	65.218	53.190	81.229	+52,7%
<i>REBITDA - marge</i>	12,8%	10,6%	8,3%	7,5%	11,4%	
REBIT (4)	59.272	57.213	39.840	29.227	64.666	+121,3%
<i>REBIT - marge</i>	9,7%	7,5%	5,1%	4,1%	9,1%	
Résultat net courant des entreprises consolidées	31.007	23.145	17.939	10.563	38.922	+268,5%
<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>	5,1%	3,0%	2,3%	1,5%	5,5%	

BILAN	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution
Actifs non courants	659.205	687.076	701.401	633.152	633.114	+0,0%
Actifs courants	326.329	321.890	382.422	312.662	299.518	-4,2%
Total du bilan	985.534	1.008.966	1.083.823	945.814	932.632	-1,4%
Capitaux propres - part du Groupe	284.839	283.675	318.071	311.851	345.072	+10,7%
Capitaux propres - intérêts minoritaires	12.863	12.600	11.249	12.995	13.745	+5,8%
Passifs	687.832	712.691	754.503	620.968	573.815	-7,6%
Liquidité (5)	0,8	1,0	1,1	1,0	1,0	+0,0%
Solvabilité (6)	30,2%	29,4%	30,4%	34,3%	38,5%	+12,2%
Dette financière nette	221.415	247.745	165.389	126.435	111.402	-11,9%
Gearing (7)	74,4%	83,6%	50,2%	38,9%	31,0%	-20,3%

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

(2) EBIT = résultat opérationnel.

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

(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).

## CHIFFRES-CLÉS PAR DIVISION

	MÉDIAS IMPRIMÉS					
	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>437.218</b>	<b>592.653</b>	<b>610.177</b>	<b>550.188</b>	<b>546.362</b>	<b>-0,7%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>53.027</b>	<b>54.746</b>	<b>42.774</b>	<b>14.169</b>	<b>44.057</b>	<b>+210,9%</b>
<i>EBITDA - marge</i>	12,1%	9,2%	7,0%	2,6%	8,1%	
<b>EBIT</b>	<b>38.643</b>	<b>33.294</b>	<b>16.272</b>	<b>-8.631</b>	<b>28.005</b>	<b>+424,5%</b>
<i>EBIT - marge</i>	8,8%	5,6%	2,7%	-1,6%	5,1%	
Charges financières nettes	-1.482	-13.041	-13.753	-12.030	-5.544	-53,9%
<b>Résultat opérationnel après charges financières nettes</b>	<b>37.161</b>	<b>20.253</b>	<b>2.519</b>	<b>-20.661</b>	<b>22.461</b>	<b>+208,7%</b>
Impôts sur le résultat	-18.836	-10.783	-1.429	3.923	-10.326	+363,2%
Entreprises mises en équivalence	-12	-10	-101	-38	-46	
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>18.313</b>	<b>9.460</b>	<b>989</b>	<b>-16.776</b>	<b>12.089</b>	<b>+172,1%</b>
Attribuable aux intérêts minoritaires	888	662	-161	-280	646	
<b>Attribuable aux actionnaires de RMG</b>	<b>17.425</b>	<b>8.798</b>	<b>1.150</b>	<b>-16.496</b>	<b>11.443</b>	<b>+169,4%</b>
<b>Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge</b>	<b>4,0%</b>	<b>1,5%</b>	<b>0,2%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>2,1%</b>	
REBITDA	57.129	56.078	40.866	29.512	48.968	+65,9%
<i>REBITDA - marge</i>	13,1%	9,5%	6,7%	5,4%	9,0%	
REBIT	45.076	37.533	21.364	11.997	36.365	+203,1%
<i>REBIT - marge</i>	10,3%	6,3%	3,5%	2,2%	6,7%	
Résultat net courant des entreprises consolidées	22.491	12.593	4.230	-521	19.616	
<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>	5,1%	2,1%	0,7%	-0,1%	3,6%	

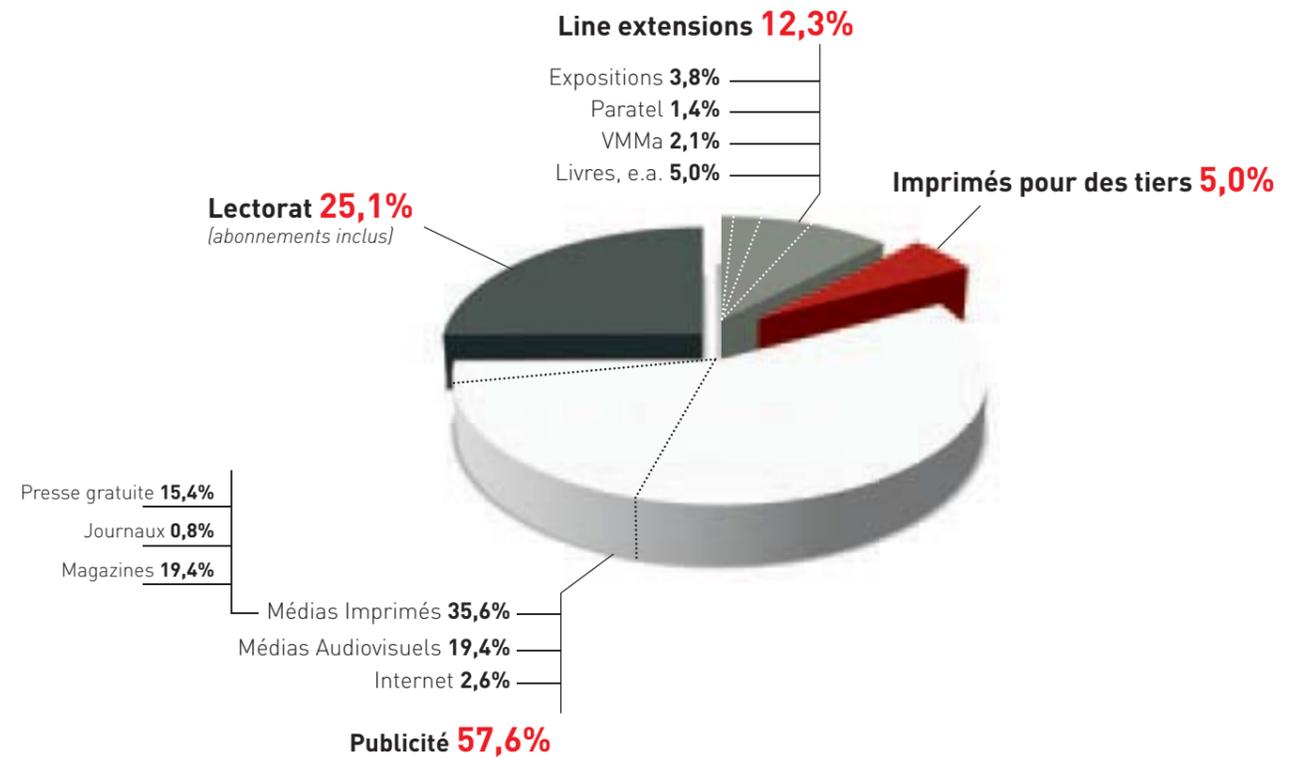
	MÉDIAS AUDIOVISUELS					
	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>179.825</b>	<b>181.310</b>	<b>179.178</b>	<b>162.307</b>	<b>171.081</b>	<b>+5,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>19.440</b>	<b>25.085</b>	<b>24.352</b>	<b>22.587</b>	<b>32.993</b>	<b>+46,1%</b>
<i>EBITDA - marge</i>	10,8%	13,8%	13,6%	13,9%		
<b>EBIT</b>	<b>12.446</b>	<b>16.269</b>	<b>16.442</b>	<b>18.853</b>	<b>29.033</b>	<b>+54,0%</b>
<i>EBIT - marge</i>	6,9%	9,0%	9,2%	11,6%		
Charges financières nettes	-511	-492	-570	-707	-543	-23,2%
<b>Résultat opérationnel après charges financières nettes</b>	<b>11.935</b>	<b>15.777</b>	<b>15.872</b>	<b>18.146</b>	<b>28.490</b>	<b>+57,0%</b>
Impôts sur le résultat	-4.809	-9.190	-4.197	-6.033	-8.701	+44,2%
Entreprises mises en équivalence						
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>7.126</b>	<b>6.587</b>	<b>11.675</b>	<b>12.113</b>	<b>19.789</b>	<b>+63,4%</b>
Attribuable aux intérêts minoritaires	-235	-554	-930	-198	280	
<b>Attribuable aux actionnaires de RMG</b>	<b>7.361</b>	<b>7.141</b>	<b>12.605</b>	<b>12.311</b>	<b>19.509</b>	<b>+58,5%</b>
<b>Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,9%</b>	<b>7,0%</b>	<b>7,6%</b>	<b>11,4%</b>	
REBITDA	21.190	25.085	24.352	23.678	32.261	+36,2%
<i>REBITDA - marge</i>	11,8%	13,8%	13,6%	14,6%	18,9%	
REBIT	14.196	19.680	18.476	17.230	28.301	+64,3%
<i>REBIT - marge</i>	7,9%	10,9%	10,3%	10,6%	16,5%	
Résultat net courant des entreprises consolidées	8.516	10.552	13.709	11.084	19.306	+74,2%
<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>	4,7%	5,8%	7,7%	6,8%	11,3%	

# CHIFFRES-CLÉS PAR ACTION <sup>(1)</sup>

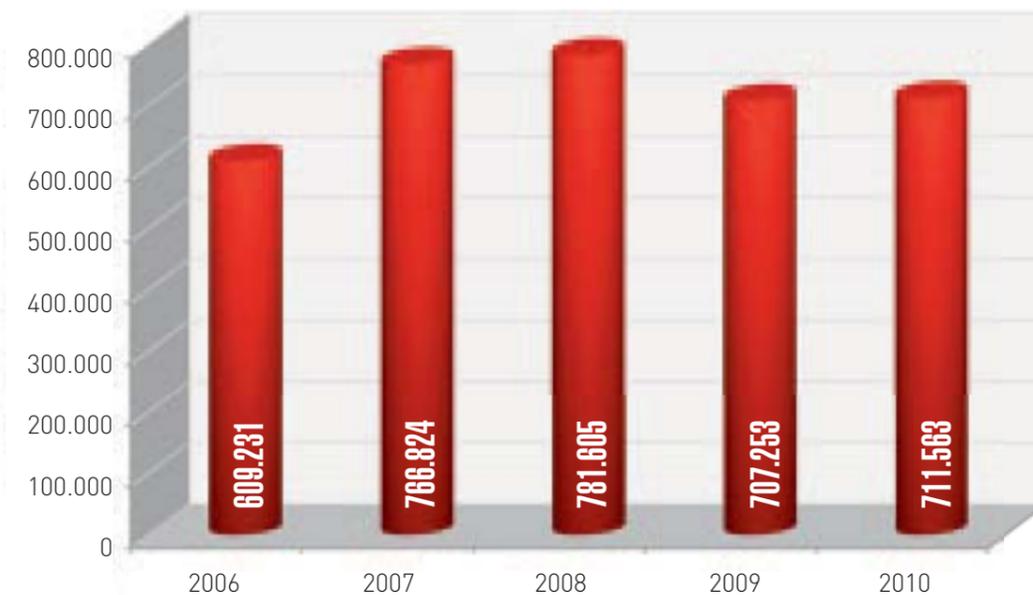
DESCRIPTION	en euros	2006	2007	2008	2009	2010
Capitaux propres - part du Groupe		26,70	26,51	29,85	24,71	27,35
EBITDA		6,79	7,46	6,30	2,91	6,11
REBITDA		7,34	7,59	6,12	4,22	6,44
EBIT		4,79	4,63	3,07	0,81	4,52
REBIT		5,56	5,35	3,74	2,32	5,12
Résultat net RMG		2,32	1,49	1,29	-0,33	2,45
Résultat net RMG après dilution		2,30	1,47	1,29	-0,33	2,45
Résultat net courant des entreprises consolidées		2,91	2,16	1,68	0,84	3,08
Dividende brut		0,75	0,75	0,00	0,00	0,50
<b>Cours/bénéfice (P/E) (2)</b>		<b>20,59</b>	<b>22,66</b>	<b>7,43</b>	<b>18,22</b>	<b>8,33</b>
Nombre d'actions au 31/12		11.005.485	11.037.050	13.131.940	13.131.940	13.131.940
Nombre moyen pondéré d'actions		10.667.825	10.699.646	10.654.787	12.619.077	12.619.077
Nombre moyen pondéré d'actions après dilution		10.797.661	10.825.112	10.686.099	12.619.077	12.653.025
Cours maximal		59,90	68,82	52,00	17,95	27,00
Cours fin décembre		59,85	49,02	12,51	15,25	25,70
Capitalisation boursière en millions d'euros au 31/12		658,68	541,04	164,28	200,26	337,49
Volume annuel en millions d'euros		134,90	101,25	43,19	18,06	34,11
Volume annuel en nombre		2.519.919	1.640.467	1.499.835	1.283.950	1.776.333

(1) A base du nombre moyen pondéré d'actions en circulation.  
(2) Bénéfice = résultat net courant des entreprises consolidées.

# ANALYSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2010

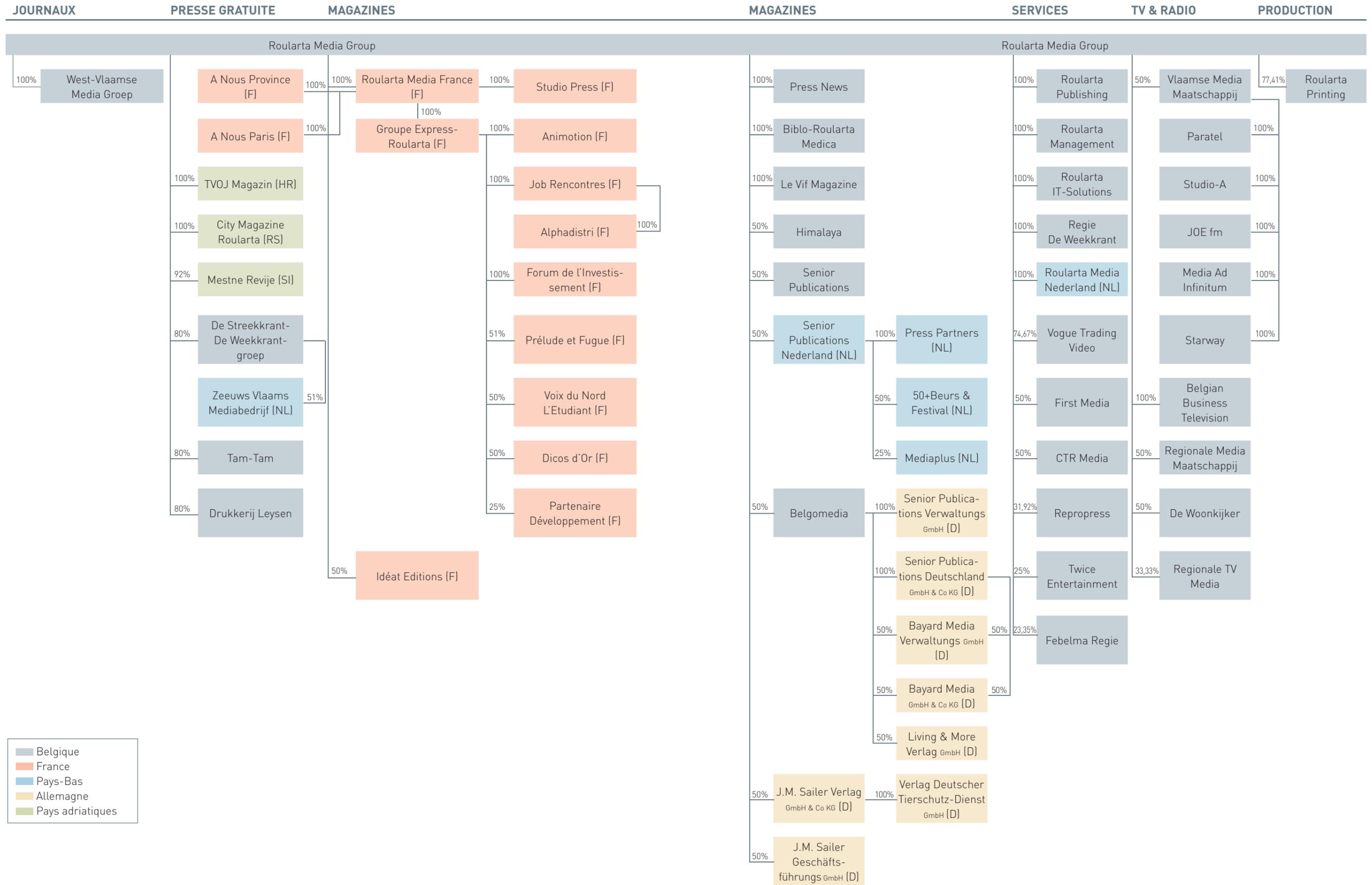


# CHIFFRE D'AFFAIRES <sup>(5 ans)</sup>



Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

# STRUCTURE DU GROUPE AU 31-12-2010



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

MAGAZINES BELGIEUE  
 MAGAZINES FRANCE  
 MAGAZINES BE-NL-DE  
 JOURNAUX  
 PRESSE GRATUITE  
 RADIO & TELEVISION  
 PRINTING  
 RAPPORT ANNUEL 2010

## Conseil d'administration



**Baron Hugo Vandamme**  
Représentant permanent de HRV SA  
Administrateur indépendant  
Président (2014)  
Président du Comité de nomination et de rémunération

**Rik De Nolf**  
Représentant permanent de De Publigraaf SA  
Administrateur délégué (2014)

**Leo Claeys**  
Représentant permanent de De Meiboom SA  
Administrateur non exécutif  
Vice-président (2014)  
Membre du Comité d'audit et du Comité de nomination et de rémunération

**Lieve Claeys**  
Représentant permanent de Fraka-Wilo SA  
Administrateur exécutif (2012)



**Caroline De Nolf**  
Représentant permanent de Verana SA  
Administrateur non exécutif (2012)

**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

**Marleen Vaesen**  
Représentant permanent de MAVAC SPRL  
Administrateur indépendant (2014)  
Membre du Comité d'audit

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

## Executive Management Committee



**Rik De Nolf**  
CEO

**Xavier Bouckaert**  
COO

**Jan Staelens**  
CFO

## Management team Belgique



**Rik De Nolf**  
Président

**Philippe Belpaire**  
Directeur régie publicitaire nationale

**Xavier Bouckaert**  
Directeur magazines

**Eddy Brouckaert**  
Directeur journaux



**Jo Bruneel**  
Directeur presse gratuite

**Jan Cattrysse**  
Directeur administratif

**Erwin Danis**  
Directeur prémédia

**Katrien De Nolf**  
Directeur ressources humaines



**Hugues De Waele**  
Directeur médias étrangers

**William Metsu**  
Directeur imprimerie

**Jan Staelens**  
Directeur financier

**Willem Vandenameele**  
Directeur IT

# Management team France



**Rik De Nolf**  
Président directeur-général



**Christophe Barbier**  
Directeur général délégué  
Directeur de la rédaction de  
L'Express



**Corinne Pitavy**  
Directrice générale déléguée



**Eric Matton**  
Directeur général adjoint  
Directeur du pôle grand  
public L'Express, Lire et  
Classica



**Jean Weiss**  
Directeur général adjoint  
Directeur du pôle médias  
spécialisés L'Etudiant,  
L'Entreprise, Mieux Vivre  
Votre Argent



**Jean-Antoine Bouchez**  
Directeur Mieux Vivre Votre  
Argent



**Véronique Darasse**  
Directrice des ressources  
humaines



**Sophie de Beaudéan**  
Directrice financière



**Corinne Denis**  
Directrice multimédia



**Anne Evrard**  
Directrice des abonnements  
et des produits dérivés



**Sébastien Loison**  
Directeur délégué de Point de  
Vue et de Studio



**Marie-Pierre  
Ombredanne**  
Editrice du pôle déco



**Valérie Salomon**  
Directrice commerciale de  
la régie Express-Roularta  
Services

## DÉCLARATION RELATIVE AUX INFORMATIONS FOURNIES DANS CE RAPPORT ANNUEL 2010

### Les soussignés déclarent que:

- les comptes annuels, établis conformément aux normes applicables aux comptes annuels, donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de l'émetteur et des entreprises reprises dans la consolidation;
- le rapport annuel donne une image fidèle du développement

et des résultats de l'entreprise et de la position de l'émetteur et des entreprises reprises dans la consolidation, ainsi qu'une description des principaux risques et incertitudes auxquels ils sont confrontés.

Rik De Nolf, CEO  
Jan Staelens, CFO

# RAPPORT ANNUEL DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

à l'assemblée générale ordinaire des actionnaires du 17 mai 2011,  
relatif aux comptes annuels consolidés clôturés au 31 décembre 2010

Chers actionnaires,

Ce rapport annuel doit être lu avec les comptes annuels audités de la SA/NV Roularta Media Group, ci-après dénommée 'le Groupe', et les commentaires y afférents. Ces comptes annuels consolidés ont été approuvés par le conseil d'administration du 18 mars 2011.

Roularta Media Group, dont le siège social est établi à 8800 Roeselare, Meiboomlaan 33, est cotée 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 le service proposé, sont centralisées dans différentes unités d'activité.

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, Le Vif/L'Express, 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 COMPTES ANNUELS CONSOLIDÉS

Les comptes annuels consolidés ont été établis en conformité avec les International Financial Reporting Standards (IFRS) édités par l'International Accounting Standards Board (IASB), et avec les interprétations émises par l'International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC, anciennement SIC) de l'IASB, qui ont été approuvées par la Commission européenne.

Les comptes annuels consolidés donnent un aperçu général des activités du Groupe, ainsi que des résultats obtenus. Ils reflètent fidèlement la position financière, les prestations financières et les flux de trésorerie de l'entité, et ont été établis dans l'hypothèse que la continuité est garantie.

### PRINCIPAUX CHANGEMENTS AU SEIN DU GROUPE DURANT L'EXERCICE 2010

- Rachat de 100% des actions de Forum de l'Investissement, via Groupe Express-Roularta SA, au T2-2010;
- Acquisition supplémentaire de 25% dans Press Partners BV, via Senior Publications Nederland, au T3-2010;
- Rachat de 50% des actions de Media Ad Informatum NV, via la Vlaamse Media Maatschappij NV, au T4-2010;
- Rachat de 25% des actions de Twice Entertainment BVBA, au T4-2010;
- Liquidation de Zefir Web SNC et de Zefir Carrières SNC.
- Fusion, au T4-2010, des Editions Générations L'Etudiant SA et de Groupe Express-Roularta SA.

## CHIFFRES-CLÉS CONSOLIDÉS

COMPTE DE RÉSULTATS	31-12-09	31-12-10	Evolution
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>707.253</b>	<b>711.563</b>	<b>+0,6%</b>
<b>Chiffre d'affaires corrigé (1)</b>	<b>694.990</b>	<b>710.121</b>	<b>+2,2%</b>
<b>EBITDA (cash-flow opérationnel) (2)</b>	<b>36.756</b>	<b>77.050</b>	<b>+109,6%</b>
<i>EBITDA - marge</i>	5,2%	10,8%	
<b>REBITDA (3)</b>	<b>53.190</b>	<b>81.229</b>	<b>+52,7%</b>
<i>REBITDA - marge</i>	7,5%	11,4%	
<b>EBIT (4)</b>	<b>10.222</b>	<b>57.038</b>	<b>+458,0%</b>
<i>EBIT - marge</i>	1,4%	8,0%	
<b>REBIT (5)</b>	<b>29.227</b>	<b>64.666</b>	<b>+121,3%</b>
<i>REBIT - marge</i>	4,1%	9,1%	
Charges financières nettes	-12.737	-6.087	-52,2%
<b>Résultat opérationnel après charges financières nettes</b>	<b>-2.515</b>	<b>50.951</b>	<b>+2125,9%</b>
<b>Résultat opérationnel courant après charges financières nettes</b>	<b>16.490</b>	<b>58.579</b>	<b>+255,2%</b>
Impôts sur le résultat	-2.110	-19.027	+801,8%
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence	-38	-46	
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>-4.663</b>	<b>31.878</b>	<b>+783,6%</b>
Attribuable aux intérêts minoritaires	-478	926	
<b>Attribuable aux actionnaires de RMG</b>	<b>-4.185</b>	<b>30.952</b>	<b>+839,6%</b>
<i>Résultat net attribuable aux actionnaires de RMG - marge</i>	-0,6%	4,3%	
<b>Résultat net courant des entreprises consolidées</b>	<b>10.563</b>	<b>38.922</b>	<b>+268,5%</b>
<i>Résultat net courant des entreprises consolidées - marge</i>	1,5%	5,5%	
<b>BILAN</b>			
Actifs non courants	633.152	633.114	+0,0%
Actifs courants	312.662	299.518	-4,2%
Total du bilan	945.814	932.632	-1,4%
Capitaux propres - part du Groupe	311.851	345.072	+10,7%
Capitaux propres - intérêts minoritaires	12.995	13.745	+5,8%
Passifs	620.968	573.815	-7,6%
Liquidité (6)	1,0	1,0	+0,0%
Solvabilité (7)	34,3%	38,5%	+12,2%
Dette financière nette	126.435	111.402	-11,9%
Gearing (8)	38,9%	31,0%	-20,3%

(1) Chiffre d'affaires corrigé = chiffre d'affaires comparable, sans modification du cercle 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

En 2010, Roularta Media Group a vu son EBITDA courant (= REBITDA) grimper de pratiquement 53%. Le résultat net courant augmente ainsi de 10,6 à 38,9 millions d'euros.

De nouvelles réductions des coûts, le renforcement de marques et titres existants et le développement de nouveaux titres dans tous les pays ont contribué à ce joli résultat. L'endettement a encore été sensiblement réduit, ce qui a eu un impact positif direct sur les coûts financiers.

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

L'augmentation du cash-flow trouve à la fois son origine dans les médias imprimés et audiovisuels du Groupe.

En 2010, Roularta a poursuivi son expansion multimédia et internationale avec accent sur la croissance de l'EBITDA. Des projets multimédias ont été mis sur pied dans le domaine de la communication de recrutement en Belgique et en France. Tous les titres du Groupe ont été dotés d'un site Web actuel, auquel a été adjointe une version numérique pour iPad et autres applications mobiles. Les grandes marques de la maison ont encore été développées à l'aide de nouvelles activités satellites sur le plan des séminaires et des événements, d'enquêtes et de produits plus.

## Chiffres-clés RÉSULTAT ANNUEL 2010, comparés à 2009

- Le **chiffre d'affaires corrigé** a augmenté de 2,2%, de 695,0 à 710,1 millions d'euros.
- Le **REBITDA** a bondi de 52,7%, de 53,2 à 81,2 millions d'euros. La marge REBITDA s'élève à 11,4%, contre 7,5% en 2009. Abstraction faite de l'opération de sale-and-rent-back mise en œuvre mi-2009, le REBITDA 2010 s'élève à 89,5 millions d'euros, contre 57,4 millions d'euros en 2009.
- Le **REBIT** s'est raffermi de 121,3%, de 29,2 à 64,7 millions d'euros. La marge REBIT affiche 9,1%, contre 4,1% en 2009.
- Le **résultat net courant** se monte à 38,9 millions d'euros, contre 10,6 millions d'euros en 2009.
- L'impact total des frais de restructuration et uniques après impôts atteint en 2010 -7,0 millions d'euros, contre -15,2 millions d'euros en 2009.
- Le **résultat net de RMG** affiche +30,9 millions d'euros, contre -4,2 millions d'euros en 2009.

## CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ DE 2010

Roularta Media Group a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires consolidé de 711,6 millions d'euros, contre 707,3 millions d'euros en 2009. Le chiffre d'affaires corrigé 2010 a atteint 710,1 millions d'euros, contre 695,0 millions d'euros en 2009, soit une hausse de 2,2%. La contribution des Médias Audiovisuels était de plus de 7%, celle des Médias Imprimés de près de 1%.

## Chiffre d'affaires consolidé par division (en KEUR)

Division	2009	2010	Evolution
Médias Imprimés	540.217	544.920	+0,9%
Médias Audiovisuels	159.810	171.081	+7,1%
<i>Chiffre d'affaires intersegment</i>	-5.037	-5.880	
<b>Chiffre d'affaires corrigé</b>	<b>694.990</b>	<b>710.121</b>	<b>+2,2%</b>
Modifications au sein du Groupe <sup>(*)</sup>	+12.263	+1.442	
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>707.253</b>	<b>711.563</b>	<b>+0,6%</b>

(1) Chiffre d'affaires corrigé = chiffre d'affaires comparable avec 2009, hors modifications du périmètre de consolidation.

(\*) Déconsolidation de Studio Press, Atmosphères, Zéfir Web & Zéfir Carrières et VTV Optical discs, nouvelle activité Forum de l'Investissement.

Chiffre d'affaires corrigé consolidé<sup>(1)</sup> (en KEUR) ventilé en fonction des différentes catégories d'activités d'exploitation:

CHIFFRE D'AFFAIRES	2009	2010
Presse gratuite	110.925	109.342
Magazines	305.078	308.867
Journaux	12.380	13.190
Internet	14.782	18.646
TV et radio	125.438	138.284
Line extensions & divers	89.862	86.093
Imprimés tiers	36.525	35.699
	<b>694.990</b>	<b>710.121</b>

Au 31/12/2010, la répartition géographique du chiffre d'affaires de Roularta Media Group était la suivante:

- 66,4% du chiffre d'affaires total consolidé est réalisé en Belgique;
- 29,6% du chiffre d'affaires total consolidé est réalisé en France;
- 4,0% du chiffre d'affaires total consolidé est réalisé dans d'autres pays.

## CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31/12/2010 - RÉPARTITION RÉGIONALE



## RÉSULTATS CONSOLIDÉS 2010 PAR DIVISION Médias Imprimés

Le **chiffre d'affaires corrigé** de la division Médias Imprimés – qui regroupe presse gratuite, journaux et magazines – a légèrement progressé (+0,9%) et s'élève en 2010 à 544,9 millions d'euros. La tendance baissière enregistrée depuis le début de la crise fin 2008 prend ainsi fin.

## Publicité

Avec quelque retard, on constate aussi un léger tassement (-1,4%) des revenus publicitaires dans la presse gratuite. L'impact de la crise s'est fait ressentir ici après un certain délai. Ce tassement s'explique principalement par le repli des annonces d'emploi, observé surtout au premier semestre 2010. Le chiffre d'affaires du second semestre 2010 est en ligne avec celui du second semestre 2009.

Les revenus publicitaires corrigés des magazines ont légèrement progressé: +3,6%.

Les revenus publicitaires relatifs aux activités Internet affichent la hausse la plus vigoureuse, à savoir +25,6%.

#### Marché des lecteurs

Le chiffre d'affaires corrigé du marché des lecteurs (ventes au numéro et abonnements) a quasiment fait du sur-place (-0,3%).

De manière générale, on peut affirmer qu'en ce qui concerne les produits de Roularta Media, la fidélisation est très forte, étant donné que les abonnés leur sont restés très fidèles.

Après les importantes restructurations de l'an dernier, le Groupe continue de se concentrer sur une politique de maîtrise des coûts. En 2010, l'EBITDA a encore été influencé par de nouveaux coûts de restructuration à hauteur de 4,9 millions d'euros. Par ailleurs, l'EBIT a été marqué en 2010 par des réductions de valeur spéciales de 2,6 millions d'euros, lesquelles ont e.a. été exprimées sur la marque Atmosphères (1 million d'euros) suite à la résiliation de la coopération avec la marque Femmes, ainsi que sur divers titres allemands (1,4 million d'euros). D'autre part, l'EBIT a été influencé par une provision exceptionnelle de 0,7 million d'euros pour le client douteux Future Medias.

Le cash-flow opérationnel (EBITDA) a bondi de 14,2 à 44,1 millions d'euros. Le REBITDA (cash-flow opérationnel courant) s'est hissé quant à lui de 29,5 à 49,0 millions d'euros, soit une hausse de 65,9%.

Le résultat opérationnel (EBIT) a augmenté de -8,6 à +28,0 millions d'euros. Un résultat opérationnel courant (REBIT) de 36,4 millions d'euros a été enregistré, contre 12,0 millions d'euros en 2009.

Le résultat net de la division s'est élevé à +12,1 millions d'euros, contre -16,8 millions d'euros en 2009, alors que le résultat net courant affiche +19,6 millions d'euros, contre -0,5 million d'euros en 2009.

#### Médias Audiovisuels

Le chiffre d'affaires corrigé de la division Médias Audiovisuels a progressé de 159,8 à 171,1 millions d'euros, soit une hausse de 7,1%. Les médias audiovisuels ont paru les moins sensibles aux effets de la crise économique.

Les revenus publicitaires du groupe VMMA ont enregistré une hausse considérable. Chez Paratel, le chiffre d'affaires des jeux de hasard affiche une baisse, une tendance perceptible depuis plusieurs années. Cette baisse s'explique par une modification du mode de facturation suite à une nouvelle réglementation et s'accompagne parallèlement d'une baisse des coûts.

Un élément positif exceptionnel a été l'annonce qu'une dette prévue (0,8 million d'euros) liée à une action de l'ONSS chez

VMMA a pu faire l'objet d'une reprise puisque cette action s'est révélée non fondée.

Le cash-flow opérationnel (EBITDA) a progressé de 22,6 à 33,0 millions d'euros, soit une croissance de 46,1%. Le cash-flow opérationnel courant (REBITDA) (influencé négativement en 2010 par la reprise exceptionnelle d'une dette ONSS de 0,8 million d'euros) est passé de 23,7 à 32,3 millions d'euros.

Le résultat opérationnel (EBIT) augmente de 18,9 à 29,0 millions d'euros, tandis que le résultat opérationnel courant (REBIT) progresse de 17,2 à 28,3 millions d'euros. La division atteint une marge REBIT de 16,5%, contre 10,6% en 2009.

Le résultat net de la division affiche 20,0 millions d'euros, contre 12,1 millions d'euros en 2009, alors que le résultat net courant s'est raffermit de 74,2%, de 11,1 à 19,3 millions d'euros.

#### BILAN

Les fonds propres s'élevaient au 31 décembre 2010 à 358,9 millions d'euros, contre 324,8 millions d'euros au 31 décembre 2009. Cette évolution s'explique principalement par la hausse des réserves consolidées. Celles-ci ont augmenté de 30,9 millions d'euros, soit le résultat de 2010.

Au 31 décembre 2010, la dette financière nette<sup>[2]</sup> se chiffrait à 111,4 millions d'euros, contre 126,4 millions d'euros au 31 décembre 2009.

Les covenants bancaires, renégociés avec les fournisseurs de crédit en 2009, ont été amplement respectés. Avec un ratio dette financière nette sur REBITDA de 1,28 l'endettement du Groupe a été allégé.

#### INVESTISSEMENTS

Les investissements totaux ont atteint 20,0 millions d'euros en 2010, dont 4,2 millions d'euros concernent des immobilisations incorporelles (logiciels essentiellement) et 5,7 millions d'euros des immobilisations corporelles (4,6 millions d'euros sur bilan et 1,1 million d'euros hors bilan). Il a été fait pour 10,1 millions d'euros d'acquisitions. La plus grande acquisition concerne Media Ad Infinitum SA (Vitaya) par VMMA, pour 9,5 millions d'euros (part RMG).

#### FAITS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Le 14 janvier 2011, le capital a été augmenté à concurrence de 184.853,79 euros par la création de 9.183 actions nouvelles accompagnées d'un strip VVPR à la suite de l'exercice de warrants. Recourant au capital autorisé, le conseil d'administration a ensuite augmenté le capital à concurrence de 146,21 euros par incorporation de réserves disponibles à concurrence du même montant, sans émission d'actions

nouvelles, afin de porter le capital social à 203.225.000 euros. Au terme de cette augmentation de capital, le capital souscrit s'élève à 203.225.000 euros et est représenté par 13.141.123 actions sans désignation de valeur nominale.

Pour le reste, aucun événement important n'est survenu qui pourrait 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 susceptibles d'avoir un impact important sur l'évolution future de Roularta Media Group.

#### RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

En tant qu'entreprise multimédia, le groupe 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(e), 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 'produits financiers dérivés' parmi les actifs immobilisés 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, le Groupe a souscrit une opération à terme sur devises dont les échéances se situent aux

mêmes dates que celles des amortissements et des paiements d'intérêt. Ce contrat est traité comme une couverture des flux de trésorerie conformément à la norme IAS 39. Sa valeur marché est reprise dans les fonds propres.

Pour couvrir les risques résultant des fluctuations défavorables des taux d'intérêt, le Groupe a utilisé des instruments financiers, à savoir des contrats IRS, des contrats Cap-floor, un contrat Floor-spread et un contrat Index-Swap. Conformément aux prescriptions prévues à la norme IAS 39, certains contrats sont considérés comme contrats de couverture des flux de trésorerie, et leur valeur 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 du 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 2010.

#### PERSONNEL

Au 31 décembre 2010, le Groupe occupe 2.854 travailleurs (équivalents temps plein). Soit un accroissement de 0,4% par rapport à l'exercice précédent. Dans ces chiffres, les joint-ventures ont été prises en compte au prorata.

#### PRINCIPAUX RISQUES ET INCERTITUDES

##### Risques liés aux développements du marché

Le marché des médias est généralement très sensible aux fluctuations cycliques et conjoncturelles.

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

Le résultat des divisions Médias Imprimés et Médias Audiovisuels est déterminé dans une large mesure par le marché des annonceurs, le marché des lecteurs, et par les chiffres d'audiences.

En ce qui concerne les Médias Audiovisuels, les frais de programmation, tant pour les productions nationales que pour le matériel cinématographique étranger, sont définis longtemps à l'avance. En revanche, le marché publicitaire peut évoluer à court terme.

##### Risques liés aux fournisseurs

Les frais qui déterminent dans une large mesure le prix de

[2] Dette financière nette = dettes financières moins placements et disponibilités.

revient total de la division Médias Imprimés, comme les frais d'impression, de distribution, de personnel et de promotion, peuvent fluctuer en fonction de la conjoncture économique.

L'évolution des prix du papier au niveau international est incertaine, et peut avoir une influence préjudiciable sur les activités, les résultats d'exploitation et/ou la position financière de RMG, si les augmentations de prix ne sont pas répercutées à temps aux clients. Afin de maîtriser le risque que représente le prix du papier en tant que matière première, des contrats annuels ont été conclus pour le papier journal, et des contrats périodiques pour le papier magazine.

#### Pannes ou interruptions au niveau du système informatique

RMG est exposé à d'éventuelles pannes ou interruptions au niveau des systèmes informatiques.

Les systèmes informatiques sont une composante essentielle des activités d'exploitation de RMG. Si une panne intervient au niveau des systèmes informatiques de RMG, que ce soit en raison d'un défaut, d'actes de malveillances, de virus ou d'autres facteurs, cet événement pourrait avoir un impact sérieux sur les différents volets d'activités, en ce compris la vente, le service à la clientèle et l'administration (sans que cette énumération soit exhaustive). Des pannes au niveau du fonctionnement des systèmes informatiques peuvent avoir un impact négatif important sur les activités ou les résultats d'exploitation de RMG. Jusqu'à présent, la société n'a eu à déplorer aucun problème grave au niveau de ses systèmes d'informatique, mais elle ne peut pas garantir que de tels problèmes ne surviendront jamais à l'avenir.

#### Risques de change

RMG est exposé à un risque de change en USD. Les risques de change identifiés se situent au niveau des achats (prévus) en USD dans le segment des Médias Audiovisuels et dans le cadre des activités en dehors de la zone euro. De plus, le Groupe est également exposé dans une certaine mesure à des risques de change au niveau de ses activités opérationnelles.

En ce qui concerne les achats et les engagements fermes d'achats en USD dans le segment des Médias Audiovisuels, 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(e), ou d'un engagement ferme non repris, dans le cadre de ses activités commerciales.

En ce qui concerne les risques de change opérationnels dans le cadre des activités en dehors de la zone euro, à savoir la Croatie et la Serbie, les risques pour le Groupe sont limités. Les flux nets de trésorerie au départ de et à destination de ces entités, et leur timing, sont tels qu'ils ne génèrent aucune position de change significative.

Pour couvrir le risque de change potentiel sur le US Private Placement en USD, RMG a souscrit une opération à terme sur

devises ('Cross Currency Swap') dont les échéances se situent aux mêmes dates que celles des amortissements et des paiements d'intérêt.

Malgré les contrats de change et les opérations à terme sur devises, les fluctuations en USD peuvent avoir une incidence sur les résultats d'exploitation de RMG.

#### Risque de taux

Le taux d'endettement de RMG et la charge d'intérêt qui y est associée peuvent influencer de manière substantielle le résultat et/ou la position financière de RMG. Pour couvrir les risques résultant des fluctuations défavorables des taux d'intérêt, le Groupe a eu recours à des instruments financiers, à savoir des contrats IRS, des contrats Cap-floor, un contrat Floor-spread et un contrat Index-Swap.

#### Risque de crédit

RMG est exposé au risque de contrepartie, pouvant entraîner des pertes de crédit. Afin de maîtriser le risque de crédit, les clients qui désirent bénéficier de facilités de crédit importantes font l'objet d'analyses de solvabilité. Le Groupe utilise également des instruments de crédit, comme les lettres de change, afin de couvrir une partie du risque de crédit, et a souscrit une police d'assurance-crédit pour les clients étrangers de l'imprimerie.

Même si RMG met tout en œuvre pour limiter son risque de crédit, il se pourrait que le Groupe soit confronté à un recul de la solvabilité de ses clients. Le fait que certains clients ne puissent éventuellement pas être couverts dans le cadre d'une police d'assurance-crédit peut avoir une incidence préjudiciable certaine sur les activités, la position financière et/ou les résultats d'exploitation de RMG.

Il n'y a pas de concentration de risques de crédit importants.

#### Covenants

Les organismes prêteurs ont imposé des covenants en matière de ratio de dette (dette financière nette / (R)EBITDA), de couverture des intérêts ((R)EBITDA / frais de financement nets), de couverture des frais fixes ((R)EBITDA + loyer leasings opérationnels/frais de financement nets + loyer leasings opérationnels), de gearing (dette financière nette/fonds propres), de solvabilité, de fonds propres et de distribution de dividendes. Le non-respect éventuel des covenants peut entraîner l'exigibilité immédiate des crédits.

#### Risque de liquidité

L'endettement de RMG et les conditions restrictives prévues dans les contrats de financement peuvent avoir une incidence préjudiciable sur les activités, les résultats d'exploitation et/ou la position financière de RMG.

Le Groupe dispose de différentes lignes de crédit et prévoit de respecter ses obligations grâce à une combinaison des flux opérationnels de trésorerie et des lignes de crédit existantes.

#### Structure du capital

RMG s'efforce d'optimiser constamment sa structure du capital (combinaison dettes et fonds propres). Le principal objectif de la structure du capital est la maximisation de la valeur pour l'actionnaire, tout en conservant en même temps la flexibilité financière requise en vue de réaliser les objectifs stratégiques.

Outre les minima légaux requis en matière de fonds propres qui s'appliquent à nos filiales dans les différents pays, au niveau consolidé, un certain nombre de covenants ont été fixés dans le cadre des emprunts existants, et notamment un niveau de fonds propres minimum.

#### Risques liés à d'éventuelles réductions de valeur sur goodwill, immobilisations corporelles ou incorporelles

En ce qui concerne les actifs du Groupe, conformément à la norme IAS 36, à chaque date de clôture du bilan, le Groupe apprécie s'il existe un quelconque indice qu'un actif est exposé à une perte de valeur particulière. S'il existe un tel indice, il faut estimer la valeur réalisable de l'actif. La valeur réalisable d'un actif ou d'une unité génératrice de trésorerie est la valeur la plus élevée entre sa juste valeur diminuée des coûts de la vente et sa valeur d'utilité. Si la valeur comptable de l'actif ou de l'unité génératrice de trésorerie à laquelle appartient l'actif est supérieure à sa valeur réalisable, une réduction de valeur particulière est actée. Les réductions de valeur particulières sont portées au compte de résultats et ont donc une incidence sur le résultat net et sur les fonds propres du Groupe.

#### Risques en matière de litiges et d'arbitrages

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 7,6 millions d'euros pour non-respect d'un contrat d'impression. Pour cette procédure, une provision d'un montant de 1,2 million d'euros a été constituée, en se basant sur l'estimation des coûts par le conseil d'administration. Sur ce montant, 450.000 euros ont déjà été versés sur un compte bloqué.

La SA Roularta Media Group est impliquée dans une procédure devant le Tribunal de Commerce avec son ancien partenaire Bookmark (actuellement Kramkoob BV). Une provision de 578.000 euros a été constituée dans le cadre de cette procédure. Chez SA Groupe Express-Roularta, une provision de 454.000 euros a été constituée pour litiges en cours relatifs à la publication de certains articles.

RMG est actif dans la publication et l'impression de magazines d'actualité et de niche, de journaux et de presse gratuite, dans le paysage des médias audiovisuels et dans la publication électronique. La survenance de litiges relatifs aux articles publiés ou à d'autres formes de communication est donc inhérente à son activité. RMG ne peut pas garantir qu'à l'avenir, aucun tiers ne provoquera un litige concernant des articles publiés ou d'autres formes de communication. De tels litiges peuvent avoir une incidence préjudiciable certaine sur les activités, la position financière et/ou les résultats d'exploitation de RMG.

Ainsi établi à Roulers, le 18 mars 2011.

Le conseil d'administration

# DÉCLARATION RELATIVE AU GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE<sup>(\*)</sup>

## 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 la Charte 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.

La Charte de Gouvernance d'Entreprise, qui figure sur le site Web de la société ([www.roularta.be/fr/investisseurs](http://www.roularta.be/fr/investisseurs)), explique de manière exhaustive et transparente comment Roularta Media Group SA est administré et comment il est rendu compte de cette administration. La Charte de Gouvernance d'Entreprise de Roularta Media Group SA a été approuvée par le conseil d'administration et est régulièrement mise 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 Belge 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 dépistage 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 de 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'automation 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.

## 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

Le capital de la société est de 203.040.000,00 euros et est représenté par 13.131.940 actions, jouissant des mêmes droits, dont 4.721.063 actions assorties d'un strip VVPR.

Au 31 décembre 2010, l'actionariat est réparti de la manière suivante:

	Date de déclaration de participation	Nombre d'actions	%
<b>Koinon SA<sup>(2)</sup></b>	24/06/10	7.872.784 <sup>(1)</sup>	59,95%
<b>Cennini SA<sup>(2)</sup></b>	24/06/10	2.022.136	15,40%
<b>Bestinver Gestión S.G.I.I.C. SA</b>	30/09/09	1.198.762	9,13%
<b>Investisseurs individuels et institutionnels</b>		2.038.258	15,52%

(1) Y compris les 512.863 actions propres de Roularta Media Group SA.

(2) 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 la Charte de Gouvernance d'Entreprise de Roularta Media Group SA contiennent des dispositions spéci-

fiques 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 des actions de la société.

Les décisions de modification des statuts sont soumises à un quorum de présence spécial et à la majorité. Chaque 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 19 mai 2009 pour une durée de trois ans 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 pour un délai de trois ans à compter du 10 juin 2009, soit la date de la publication dans les annexes au Moniteur Belge du mandat tel qu'approuvé par l'assemblée générale extraordinaire du 19 mai 2009. Ce mandat est en outre renouvelable.

(\*) Partie du rapport annuel du conseil d'administration.

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.

- Selon l'article 6.5. de l'annexe 1 à la convention de vente à terme du 28/04/2008 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.

Conformément à l'article 74 § 6 de la loi du 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> septembre 2007, adressé une notification à la CBFA. 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 24/06/2010, Koinon SA détient directement 7.359.921 actions (soit 56,05%) de Roularta Media Group SA. La notification à la CBFA a été mise à jour en ce sens.

## 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 huit membres:

- cinq administrateurs qui représentent l'actionnaire de référence et ce, conformément au droit de présentation statutaire: baron Hugo Vandamme, représentant permanent de HRV SA (2014), monsieur Rik De Nolf, représentant permanent de De Publigras SA (2014), monsieur Leo Claeys, représentant permanent de De Meiboom SA (2014), madame Lieve Claeys, représentant permanent de Fraka-Wilo SA (2012), madame Caroline De Nolf, représentant permanent de Verana SA (2012).
- trois administrateurs indépendants qui occupent tous une fonction dirigeante au sein de la société:
  - *monsieur Carel Bickers, représentant permanent de Carolus Panifex Holding BV (2014)*  
Pendant neuf ans, monsieur Carel Bickers 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 Bickers 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 une carrière chez Procter & Gamble, dont elle assumait la fonction de Marketing Director Europe jusqu'en

1999, Madame Marleen Vaesen est active aujourd'hui chez Sara Lee où, en tant que Senior Vice President Coffee & Tea (région Europe occidentale et méridionale et la Russie), elle est responsable des activités liées au café et au thé dans neuf pays d'Europe.

- *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 Bickers 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 de ces administrateurs indépendants complètent celles déjà présentes en chef des autres administrateurs.

Le conseil d'administration s'est réuni neuf fois en 2010.

*Relevé des présences aux conseils d'administration en 2010:*

<b>Administrateur exécutif et CEO</b>	
Rik De Nolf	9
<b>Administrateurs exécutifs</b>	
Lieve Claeys	9
Jean Pierre Dejaeghere (mandat jusqu'au 18/05/2010)	3
<b>Administrateurs non exécutifs</b>	
Baron Hugo Vandamme, président	9
Leo Claeys	9
Caroline De Nolf	9
<b>Administrateurs non exécutifs indépendants</b>	
Carel Bickers	6
Marleen Vaesen	6
Marc Verhamme	6
Dirk Meeus (mandat jusqu'au 18/05/2010)	3
Clement De Meersman (mandat jusqu'au 18/05/2010)	3

Pour 2011, 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 Bickers, 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 quatre reprises en 2010. 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 messieurs Frank Verhaegen et Mario Dekeyser), le directeur financier Jan Staelens et l'auditeur interne, madame Eveline Maertens, ont assisté au comité d'audit.

*Relevé des présences aux réunions comité d'audit en 2010:*

Carel Bickers, président	2
Leo Claeys	4
Marleen Vaesen	2
Dirk Meeus (mandat jusqu'au 18/05/2010)	2
Clement De Meersman (mandat jusqu'au 18/05/2010)	2

### 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 peut prendre part, avec voix consultative, aux réunions du comité de nomination et de rémunération (cf. article 526 quater C. Soc.).

Le comité de nomination et de rémunération s'est réuni à deux reprises dans le courant de l'exercice 2010 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 2010*

Baron Hugo Vandamme, président	2
Carel Bickers	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; (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 sa 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.

## INTÉRÊT OPPOSÉ

Dans le courant de l'exercice 2010, 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, Monsieur Jean Pierre Dejaeghere, portant plus particulièrement sur la conclusion, d'une part, d'une convention de transaction en date du 13 mai 2009 entre Roularta Media Group, Monsieur Jean Pierre Dejaeghere et la Fondation Stichting Administratiekantoor RM et, d'autre part, d'un contrat de services à cette même date entre les sociétés anonymes Roularta Media Group SA et Kantoor Torrimmo SA, une société dont Monsieur Jean Pierre Dejaeghere est actionnaire.

Le procès-verbal du Conseil d'administration du 25 juin 2010, dans lequel il est fait application de l'article 523 du Code des Sociétés, a été intégralement repris dans le rapport annuel du conseil d'administration que vous trouverez sur le site Web de la société ([www.roularta.be/info-investisseurs](http://www.roularta.be/info-investisseurs)).

## COMPOSITION DU MANAGEMENT EXÉCUTIF

Le management exécutif de Roularta Media Group SA se compose de l'executive management committee (composition voir p. 102), du management team Belgique (composition voir p. 103) et du management team France (composition voir p. 104).

Suite à la transformation juridique du Groupe Express-Roularta d'une société anonyme dotée d'un 'Directoire' et d'un 'Conseil de Surveillance' en une société anonyme dotée d'un conseil d'administration, le Directoire a été supprimé.

En juillet 2010, de commun accord, au sein du management team Belgique, monsieur Michel Tubbaux a été remplacé au

poste de directeur de la régie nationale par monsieur Philippe Belpaire. Au sein du management team France, Véronique Pican a été remplacée par Valérie Salomon au poste de directeur de la régie Express-Roularta Services.

### 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 administrateurs, 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

Au cours de l'exercice 2010, le conseil d'administration a élaboré pour ses membres, sur recommandation du comité de nomination et de rémunération, une nouvelle politique de rémunération.

Cette nouvelle politique de rémunération vise en premier lieu à attirer et à garder des administrateurs qualifiés disposant du profil et de l'expérience requis sur le plan des différents éléments de la politique d'entreprise. Pour réaliser ce premier objectif, une nouvelle politique de rémunération a été élaborée à un niveau conforme au marché, compte tenu de l'ampleur et de la complexité de l'entreprise, et en s'appuyant, chaque fois que possible, sur des données de référence. Cette nouvelle politique de rémunération a été approuvée par l'assemblée générale du 18 mai 2010.

En leur qualité d'administrateur, les administrateurs exécutifs et non exécutifs reçoivent à partir de l'assemblée générale du 18 mai 2010 uniquement une rémunération fixe en compensation de leur mandat de membre du conseil d'administration et 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 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 exécutif De Publigras SA. Le vice-président du conseil d'administration reçoit quant à lui une rémunération fixe de 58.500 euros. Une rémunération fixe de 10.000 euros, complétée par un montant de 2.500 euros à titre de jetons de présence aux séances du conseil d'administration, est accordée aux membres du conseil d'administration. Les membres des comités du conseil d'administration (le comité d'audit et le comité de nomination et de rémunération) recevront à titre complémentaire 2.500 euros à titre de jetons de présence. Quant au président du comité d'audit, il recevra par séance de ce comité, et à titre complémentaire, des jetons de présence à hauteur de 5.000 euros.

### Relevé des rémunérations des administrateurs en 2010

		Fixe	Jetons de présence
<b>Hugo Vandamme</b> (représentant permanent de HRV SA)	Non exécutif	€ 100.000,00	-
<b>Rik De Nolf</b> (représentant permanent de De Publigras SA)	Exécutif	€ 100.000,00	-
<b>Leo Claeys</b> (représentant permanent de De Meiboom SA)	Non exécutif	€ 58.500,00	-
<b>Lieve Claeys</b> (représentant permanent de Fraka-Wilo SA)	Exécutif	€ 10.000,00	€ 15.000,00
<b>Caroline De Nolf</b> (représentant permanent de Verana SA)	Non exécutif	€ 10.000,00	€ 15.000,00
<b>Carel Bickers</b> (représentant permanent de Carolus Panifex Holding BV) – Président du comité d'audit	Non exécutif	€ 7.500,00 <sup>(*)</sup>	€ 25.000,00
<b>Marleen Vaesen</b> (représentant permanent de MAVAC SPRL)	Non exécutif	€ 7.500,00 <sup>(*)</sup>	€ 15.000,00
<b>Marc Verhamme</b> (représentant permanent de Pur Vie SA)	Non exécutif	€ 7.500,00 <sup>(*)</sup>	€ 15.000,00
<b>Jean Pierre Dejaeghere</b> (rémunération mandat assemblée générale 19/05/2009 jusqu'à la fin du mandat assemblée générale 18/05/2010)	Exécutif	€ 25.000,00	-
<b>Clement De Meersman</b> (représentant permanent de SPRL Clement De Meersman) (rémunération mandat assemblée générale 19/05/2009 jusqu'à la fin du mandat assemblée générale 18/05/2010)	Non exécutif	€ 40.000,00	-
<b>Dirk Meeus</b> (rémunération mandat assemblée générale 19/05/2009 jusqu'à la fin du mandat assemblée générale 18/05/2010)	Non exécutif	€ 40.000,00	-

(\*) A partir de l'assemblée générale du 18/05/2010 jusqu'au 31/12/2010

### Rémunération des membres du management exécutif

La rémunération des membres du management exécutif est déterminée par le conseil d'administration sur la base des recommandations du comité de nomination et de rémunération.

Le niveau et la structure de la rémunération du management exécutif doivent permettre à la société d'attirer, de garder et de motiver durablement des managers qualifiés et experts, compte tenu de la nature et de la portée de leurs responsabilités individuelles.

La conformité du niveau et de la structure de la rémunération de base du management exécutif par rapport au marché est contrôlée périodiquement par un bureau (international) de consultance spécialisé dans le domaine des rémunérations et avantages.

La société part du principe que la politique de rémunération

élaborée pour les membres du management exécutif sera maintenue pour les deux prochains exercices, à moins que la comparaison avec les conditions du marché ne révèle que des adaptations s'imposent.

En 2010, la politique de rémunération des membres du management exécutif n'a pas été modifiée par rapport aux années précédentes.

La rémunération du management exécutif se compose des éléments suivants:

- une rémunération de base en ligne avec la formation, le contenu de la fonction, l'expérience et l'ancienneté;
- un bonus lié aux prestations et relié pour 30% aux résultats consolidés du Groupe et pour 70% aux performances de la business unit dont le manager est responsable. Chaque année, pour l'exercice concerné, des critères de performances financières sont fixés au niveau des résultats consolidés du Groupe. Au niveau des business units, des objectifs financiers ou qualitatifs sont fixés. Au terme de l'exercice, il est déterminé si, et dans quelle mesure, le bonus a été atteint sur la base des critères de performances, lesquels peuvent être aussi bien quantitatifs que qualitatifs.

Le bonus s'élève au maximum à 20 ou 25% du salaire annuel de base des membres du comité exécutif; le bonus est payé partiellement en cash et partiellement via un versement dans l'assurance-groupe du manager concerné. Il n'a pas été prévu de droit de revendication au bénéfice de la société dans l'hypothèse où la rémunération variable aurait été accordée sur la base de données financières incorrectes. L'attribution des bonus n'intervient qu'après la clôture de l'exercice et la réalisation, par les commissaires, du contrôle nécessaire sur les chiffres, de sorte que le risque d'un paiement du bonus sur la base de données financières incorrectes est négligeable.

- un incentive à long terme constitué de droits à l'acquisition d'actions de Roularta Media Group. Les plans d'options ou de warrants émis par la société ont toujours une durée de 10 ans, et le premier exercice peut avoir lieu au plus tôt au cours de la troisième année calendrier suivant l'année au cours de laquelle il a été souscrit aux options ou aux warrants.
- des avantages extralégaux se composant d'une assurance de groupe (la participation de l'employeur représente 3,75% de la rémunération annuelle), d'une voiture de société accompagnée d'une carte carburant conformément à la car policy de la société, de chèques repas (participation employeur de 4,91 euros/jour de travail) et d'une assurance couvrant l'hospitalisation et l'invalidité.

Le CEO, De Publigras SA ayant pour représentant permanent monsieur Rik De Nolf, s'est vu octroyer en 2010 une rémunération fixe de 568.018,16 euros brut. Le CEO n'a pas de rémunération variable, pas plus que la société ne paie des cotisations pour la pension du CEO.

Les autres membres du management exécutif (membres executive management committee, membres du management team Belgique et France) se sont vu octroyer les rémunérations brutes suivantes:

- une rémunération fixe 3.394.073,59 euros
- rémunération variable de 583.473,00 euros dont 431.846,60 euros en cash et 151.626,40 euros dans une assurance-groupe
- les allocations de pension totalisent, pour l'exercice 2010, 57.758,02 euros dont 51.738,87 euros concernent des versements dans un plan de pension du type régime à cotisations définies et 6.019,15 euros concernent des versements dans une assurance-épargne/groupe
- et autres composants à hauteur de 35.503,88 euros dont 27.528,00 euros concernent des frais forfaitaires propres à l'employeur et 7.975,88 euros correspondent à la cotisation employeur pour les chèques repas.

Le tableau ci-dessous contient un état du plan de warrants et des plans d'options sur actions auxquels les membres du management exécutif ont souscrit, accompagné de la mention des principales caractéristiques de ces plans, dont leurs prix d'exercice et leur période d'exercice.

Au cours de l'exercice 2010, aucune option sur actions ni aucun warrant n'ont été attribués aux membres du management exécutif. Ceux-ci n'ont pas non plus exercé d'options ni de warrants au cours de l'exercice.

Début juillet 2010, la collaboration avec monsieur Michel Tubbax a été résiliée de commun accord. Sur proposition du comité de désignation et de rémunération, le conseil d'administration a décidé d'accorder à monsieur Michel Tubbax une prime de départ de six mois calculée sur la base de sa rémunération mensuelle.

Année de l'offre	Nombre d'options/warrants attribués aux membres du management exécutif	Options/warrants non encore exercés au 31/12/2010	Prix d'exercice en euros	Première période d'exercice	Dernière période d'exercice
2000	4.000	4.000	65,00	01/01-30/4/2004	01/01-22/5/2013
2001	10.500	4.200	18,20	01/01-26/6/2005	01/01-25/8/2014
2001	6.500	4.600	20,13	01/01-31/12/2005	01/01-31/12/2015
2003	2.000	900	21,93	01/01-30/06/2006	01/01-10/10/2013
2006	102.000	102.000	53,53	01/01-31/12/2010	01/01-31/12/2021
2008	93.000	93.000	40,00	01/01-31/12/2012	01/01-31/12/2023
2009	108.500	103.500	15,71	01/01-31/12/2013	01/01-31/12/2019
	<b>326.500</b>	<b>312.200</b>			

# ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

## 1. COMPTE DE RÉSULTATS CONSOLIDÉ

	Annexe	2010	2009
Chiffre d'affaires	3	711.563	707.253
Approvisionnements et marchandises		-157.586	-168.310
Services et biens divers	4	-280.617	-287.935
Frais de personnel	5	-189.735	-197.423
Amortissements, dépréciations et provisions		-19.853	-26.234
<i>Amortissements sur immobilisations (in)corporelles</i>		-17.690	-22.594
<i>Dépréciations sur stocks et sur créances</i>	6	699	-1.870
<i>Provisions</i>		-242	3.215
<i>Réductions de valeur exceptionnelles</i>		-2.620	-4.985
Autres produits d'exploitation	7	10.250	10.155
Autres charges d'exploitation	7	-11.837	-10.550
Frais de restructuration	8	-5.147	-16.734
<b>Résultat opérationnel - EBIT</b>		<b>57.038</b>	<b>10.222</b>
Produits financiers	9	5.252	4.377
Charges financières	9	-11.339	-17.114
<b>Résultat opérationnel après charges financières nettes</b>		<b>50.951</b>	<b>-2.515</b>
Impôts sur le résultat	10	-19.027	-2.110
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence		-46	-38
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>		<b>31.878</b>	<b>-4.663</b>
Attribuable aux:			
Intérêts minoritaires		926	-478
<b>Actionnaires de Roularta Media Group</b>		<b>30.952</b>	<b>-4.185</b>
<b>Résultat par action</b>			
Résultat de base par action	11	2,45	-0,33
Résultat dilué par action	11	2,45	-0,33

## 2. ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

	Annexe	2010	2009
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>		<b>31.878</b>	<b>-4.663</b>
Autres éléments du résultat global			
Effet de la conversion de devises étrangères		24	-92
Gains / pertes provenant d'instruments de couvertures de flux de trésorerie	31	1.919	-4.866
Impôts différés concernant les autres éléments du résultat global		-652	1.654
<b>Résultat global consolidé</b>		<b>33.169</b>	<b>-7.967</b>
Attribuable aux:			
Intérêts minoritaires		926	-478
<b>Actionnaires de Roularta Media Group</b>		<b>32.243</b>	<b>-7.489</b>

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

## 3. BILAN CONSOLIDÉ

ACTIFS	Annexe	2010	2009
<b>Actifs non courants</b>		<b>633.114</b>	<b>633.152</b>
Immobilisations incorporelles	13	437.802	441.959
Goodwill	14	75.109	64.572
Immobilisations corporelles	15	109.386	116.636
Participations comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence	16	417	258
Prêts, cautions, participations disponibles à la vente	17	4.093	3.935
Instruments dérivés	31	310	0
Clients et autres créances	18	1.918	2.171
Actifs d'impôts différés	19	4.079	3.621
<b>Actifs courants</b>		<b>299.518</b>	<b>312.662</b>
Stocks	20	56.485	53.653
Clients et autres créances	18	190.966	179.868
Créances relatives aux impôts		254	534
Placements de trésorerie	21	2.620	2.395
Trésorerie et équivalents de trésorerie	21	41.411	69.304
Charges à reporter et produits acquis		7.782	6.908
<b>Total de l'actif</b>		<b>932.632</b>	<b>945.814</b>
<b>PASSIFS</b>			
<b>Capitaux propres</b>		<b>358.817</b>	<b>324.846</b>
Capitaux propres - part du Groupe		345.072	311.851
<i>Capital souscrit</i>	22	203.040	203.040
<i>Actions propres</i>	22	-22.382	-22.382
<i>Réserves de capital</i>	22	4.170	3.191
<i>Réserves de réévaluation</i>	22	120	-1.147
<i>Résultat reporté</i>		160.076	129.125
<i>Ecart de conversion</i>		48	24
Intérêts minoritaires		13.745	12.995
<b>Passifs non courants</b>		<b>267.402</b>	<b>316.557</b>
Provisions	24	7.041	7.321
Avantages du personnel	26	7.924	7.190
Passifs d'impôts différés	19	125.568	125.294
Dettes financières	27	124.508	173.905
Dettes commerciales	28	2.166	2.464
Autres dettes	28	195	200
Instruments dérivés	31	0	183
<b>Passifs courants</b>		<b>306.413</b>	<b>304.411</b>
Dettes financières	27	30.925	24.229
Dettes commerciales	28	150.828	157.234
Acomptes reçus	28	49.965	50.263
Avantages du personnel	28	37.623	37.220
Impôts	28	9.801	3.244
Autres dettes	28	22.649	25.959
Charges à imputer et produits à reporter	28	4.622	6.262
<b>Total du passif</b>		<b>932.632</b>	<b>945.814</b>

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

## 4. TABLEAU CONSOLIDÉ DES FLUX DE TRÉSORERIE

	Annexe	2010	2009
<b>Flux de trésorerie relatifs aux activités opérationnelles</b>			
Résultat net des entreprises consolidées		31.878	-4.663
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence	16	46	38
Impôts sur le résultat	10	19.027	2.110
Charges d'intérêt		11.339	13.559
Produits d'intérêt (-)		-3.715	-2.291
Moins-values / plus-values sur réalisation d'immobilisations incorporelles et corporelles		-238	1.275
Moins-values / plus-values sur scissions d'entreprises		0	37
Eléments sans effet de trésorerie		19.557	29.455
<i>Amortissements des immobilisations (in)corporelles</i>	13 & 15	17.690	22.594
<i>Réductions de valeur exceptionnelles</i>	13 & 14	2.620	4.985
<i>Charges relatives aux paiements fondés sur des actions</i>	5	1.075	1.368
<i>Produits / charges des instruments dérivés non hedging</i>	9	-1.537	1.469
<i>Dotations / reprises provisions</i>		400	-2.915
<i>Gains / pertes de change non réalisés</i>		38	108
<i>Autres éléments sans effet de trésorerie</i>		-729	1.846
<b>Flux de trésorerie bruts relatifs aux activités opérationnelles</b>		<b>77.894</b>	<b>39.520</b>
Variation des clients		-8.058	19.805
Variation des autres créances courantes et des charges à reporter et produits acquis		-1.293	5.893
Variation des stocks		-1.289	966
Variation des dettes commerciales		-9.170	-32.772
Variation des autres dettes courantes		-3.074	-11.657
Autres variations du fonds de roulement (a)		-2.866	1.362
<b>Variations du fonds de roulement</b>		<b>-25.750</b>	<b>-16.403</b>
Impôts sur le résultat payés		-12.413	-7.056
Intérêts payés (-)		-10.760	-14.145
Intérêts reçus		3.561	2.253
<b>FLUX DE TRÉSORERIE NETS RELATIFS AUX ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES (A)</b>		<b>32.532</b>	<b>4.169</b>
<b>Flux de trésorerie relatifs aux activités d'investissement</b>			
Immobilisations (in)corporelles - acquisitions	13 & 15	-8.772	-19.010
Immobilisations (in)corporelles - autres variations		424	56.864
Flux de trésorerie nets relatifs aux acquisitions	32	-9.779	-373
Flux de trésorerie nets relatifs aux cessions		0	-1
Prêts, cautions, participations disponibles à la vente - acquisitions	17	-248	-1.049
Prêts, cautions, participations disponibles à la vente - autres variations		138	77
<b>FLUX DE TRÉSORERIE NETS RELATIFS AUX ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT (B)</b>		<b>-18.237</b>	<b>36.508</b>
<b>Flux de trésorerie relatifs aux activités de financement</b>			
Autres variations des capitaux propres		-164	2.220
Augmentation de dettes financières courantes		5.857	216
Diminution de dettes financières courantes		-22.720	-33.222
Augmentation de dettes financières non courantes		0	6.556
Diminution de dettes financières non courantes		-25.266	-54.311
Diminution des créances non courantes		594	9
Augmentation des créances non courantes		-341	-128
Variation des placements de trésorerie		-148	
<b>FLUX DE TRÉSORERIE NETS RELATIFS AUX ACTIVITÉS DE FINANCEMENT (C)</b>		<b>-42.188</b>	<b>-78.660</b>

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

<b>VARIATION NETTE DE TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE (A+B+C)</b>	<b>-27.893</b>	<b>-37.983</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie, solde d'ouverture	69.304	107.287
Trésorerie et équivalents de trésorerie, solde de clôture	41.411	69.304
<b>Variation nette de trésorerie et des équivalents de trésorerie</b>	<b>-27.893</b>	<b>-37.983</b>

[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.

#### Annexe relative au tableau consolidé des flux de trésorerie

La hausse vigoureuse du flux de trésorerie brut relatif aux activités opérationnelles est anéantie en partie par la mutation négative du fonds de roulement. Celle-ci s'explique en grande partie par la hausse des créances commerciales et par la baisse des dettes commerciales. Au cours de l'année de crise 2009, la position nette de liquidités – et en particulier le taux d'endettement – avait été mise sous pression. Cette pression a disparu en 2010, ce qui a permis de rétablir une situation équilibrée.

En ce qui concerne le cash-flow net relatif aux investissements, il convient de remarquer qu'en 2009, il a été sensiblement influencé par l'opération de sale-and-rentback hors bilan conclue le 30 juin 2009, et suite à laquelle les immobilisations corporelles avaient baissé de € 56.922. Les investissements 2010 concernent essentiellement des logiciels, des machines et du matériel de bureau. Au premier semestre 2009, des investissements ont encore été faits dans les machines d'imprimerie chez Roularta Printing. Le cash-flow net relatif aux acquisitions en 2010 concerne en grande partie celle de Media Ad Infinitum (Vitaya), voir aussi l'annexe 32. En ce qui concerne le cash-flow net relatif aux activités de financement, RMG a opté en 2010 pour le remboursement anticipé des crédits à long terme pour un montant de € 22.000. En 2009, les dettes de location-financement ont baissé de € 38.585, suite à l'opération de sale-and-rentback mentionné ci-dessus. En outre, RMG a opté en 2009 pour le remboursement anticipé de crédits à long terme pour un montant de € 14.644.

## 5. ÉTAT DES VARIATIONS DE CAPITAUX PROPRES

2010	Capital souscrit	Actions propres	Réserves de capital	Réserves de ré-évaluation	Résultat reporté	Ecarts de conversion	Intérêts minoritaires	TOTAL CAPITAUX PROPRES
<b>Solde d'ouverture au 1/1/2010</b>	<b>203.040</b>	<b>-22.382</b>	<b>3.191</b>	<b>-1.147</b>	<b>129.125</b>	<b>24</b>	<b>12.995</b>	<b>324.846</b>
Résultat global de l'exercice				1.267	30.952	24	926	<b>33.169</b>
Frais d'émission et d'augmentation du capital			-96					<b>-96</b>
Paiements fondés sur des actions			1.075					<b>1.075</b>
Autre augmentation / diminution					-1		-176	<b>-177</b>
<b>Solde de clôture au 31/12/2010</b>	<b>203.040</b>	<b>-22.382</b>	<b>4.170</b>	<b>120</b>	<b>160.076</b>	<b>48</b>	<b>13.745</b>	<b>358.817</b>

2009	Capital souscrit	Actions propres	Réserves de capital	Réserves de ré-évaluation	Résultat reporté	Ecarts de conversion	Intérêts minoritaires	TOTAL CAPITAUX PROPRES
<b>Solde d'ouverture au 1/1/2009</b>	<b>203.040</b>	<b>-22.382</b>	<b>1.922</b>	<b>2.065</b>	<b>133.310</b>	<b>116</b>	<b>11.249</b>	<b>329.320</b>
Résultat global de l'exercice				-3.212	-4.185	-92	-478	<b>-7.967</b>
Frais d'émission et d'augmentation du capital			-99					<b>-99</b>
Paiements fondés sur des actions			1.368					<b>1.368</b>
Autre augmentation / diminution							2.224	<b>2.224</b>
<b>Solde de clôture au 31/12/2009</b>	<b>203.040</b>	<b>-22.382</b>	<b>3.191</b>	<b>-1.147</b>	<b>129.125</b>	<b>24</b>	<b>12.995</b>	<b>324.846</b>

Pour plus d'informations: voir annexe 22.

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

# ANNEXES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

## ANNEXE 1 – PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

### BASE DE PRÉSENTATION

Les états financiers consolidés sont préparés conformément aux International Financial Reporting Standards (IFRSs), émis par l'International Accounting Standards Board (IASB), et aux interprétations émises par l'International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC autrefois SIC), de l'IASB, qui ont été approuvées par la Commission européenne.

Les états financiers consolidés donnent un aperçu général des activités du Groupe et des résultats obtenus. Ils donnent une image fidèle de la situation financière, de la performance financière et des flux de trésorerie du Groupe et ont été préparés sur base de la continuité d'exploitation.

Les états financiers consolidés ont été approuvés par le conseil d'administration du 18 mars 2011 et peuvent être modifiés jusqu'à l'assemblée générale du 17 mai 2011.

### NORMES ET INTERPRÉTATIONS NOUVELLES ET RÉVISÉES

Les Normes et Interprétations suivantes ont été adoptées en 2010

- IFRS 3 *Regroupements d'entreprises* (applicable à la comptabilisation des regroupements d'entreprises pour lesquels la date de l'accord est à compter du commencement de la première période annuelle ouverte à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2009). Ce standard modifie le traitement de combinaisons d'entreprises dont la date d'acquisition est postérieure au 1<sup>er</sup> janvier 2010. Ces modifications portent notamment sur l'évaluation des intérêts minoritaires ('non-controlling interest'), sur le traitement des frais de transaction et sur le traitement des combinaisons d'entreprises réalisées en plusieurs phases.
- Améliorations aux IFRS (2008-2009) (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010).
- Amendements à IFRS 1 *Première adoption des IFRS – Exemptions additionnelles* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010).
- Amendements à IFRS 2 *Paiement fondé sur des actions* (amendements applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010).

- Amendements à IAS 27 *Etats financiers consolidés et individuels* (révisée en 2008) (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2009).
- Amendements à IAS 39 *Instruments financiers: Comptabilisation et évaluation – Éléments de couverture éligibles* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2009).
- IFRIC 12 *Accords de concession de services* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> avril 2009).
- IFRIC 15 *Contrats liés à la construction d'immeubles* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010).
- IFRIC 16 *Couverture d'un investissement net dans une activité à l'étranger* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2009).
- IFRIC 17 *Distributions d'actifs autres que de la trésorerie aux propriétaires* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2009).
- IFRIC 18 *Transferts d'actifs provenant de clients* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> novembre 2009).

L'application de ces normes à partir de 2010 n'a pas eu d'impact matériel sur les comptes annuels consolidés du Groupe.

Les Normes et Interprétations suivantes sont publiées mais pas encore applicables pour 2010

- IFRS 9 *Instruments financiers* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013).
- Améliorations aux IFRS (2009-2010) (normalement applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011).
- Amendements à IFRS 1 *Première adoption des IFRS – Exemptions liées à IFRS 7* (normalement applicable prospectivement pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2010).
- Amendements à IFRS 7 *Instruments financiers: informations à fournir – Décomptabilisation* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2011).
- Amendements à IAS 24 *Informations relatives aux parties liées* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011). Cette norme remplace IAS 24 *Informations relatives aux parties liées* publié en 2003.

- Amendements à IAS 32 *Instruments financiers: Présentation – Classifications des droits émis* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> février 2010).
- IFRIC 19 *Extinction de passifs financiers avec des instruments de capitaux propres* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2010).
- Amendements à IFRIC 14 IAS 19 – *Le plafonnement d'un actif au titre des prestations définies, les obligations de financement minimum et leur interaction – Avances d'une obligation de financement minimum* (applicable pour les périodes annuelles ouvertes à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011).

Le Groupe n'a pas appliqué ces normes et interprétations de manière anticipative. Le Groupe ne s'attend pas à ce que la première application ait un impact significatif sur ses états financiers.

## PRINCIPES DE CONSOLIDATION

Les états financiers consolidés reprennent les données financières de Roularta Media Group SA, de ses filiales et de ses coentreprises ('joint-ventures'), après élimination de toutes les opérations significatives entre les sociétés du Groupe.

Les *filiales* sont les entreprises sur lesquelles la maison mère exerce un contrôle, c.-à-d. qu'elle y a le pouvoir de diriger les politiques financières et opérationnelles afin d'obtenir des avantages de leurs activités. Ces entreprises sont consolidées selon la méthode de l'intégration globale.

Les *coentreprises* ('joint-ventures') sont des accords contractuels aux termes desquels Roularta Media Group SA lance, avec un ou plusieurs partenaires, une activité économique sur laquelle ils exercent une autorité commune. Cela a pour conséquence que les décisions stratégiques, financières et opérationnelles nécessitent l'accord unanime des parties qui partagent le pouvoir. Ces entreprises sont reprises dans le bilan selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

Les états financiers des filiales et des coentreprises sont repris dans les états financiers consolidés à partir de la date où la maison mère en a obtenu le contrôle jusqu'à la date où la maison mère cesse d'avoir le contrôle.

Les états financiers des filiales et coentreprises sont établis pour la même période comptable que celle de la maison mère et se basent sur des méthodes comptables uniformes pour des transactions et événements semblables se produisant dans des circonstances analogues.

Les acquisitions des filiales et des coentreprises sont comptabilisées selon la méthode de l'acquisition.

### Acquisitions de sociétés filiales

Le prix d'acquisition (la contrepartie transférée à l'occasion d'un regroupement d'entreprises) est estimé comme le total

de la juste valeur à la date d'acquisition de l'actif transféré, du passif engagé ou repris et des capitaux propres émis par le repreneur. Le prix d'acquisition comprend aussi tout actif ou passif résultant d'un accord de contrepartie éventuelle.

Les coûts relatifs à l'acquisition sont comptabilisés comme des charges dans la période où ces coûts sont faits.

Les actifs identifiables acquis et les passifs repris sont estimés à leur juste valeur à la date d'acquisition.

Pour chaque groupement d'entreprises, toute participation ne donnant pas le contrôle détenue dans l'entreprise acquise est évaluée soit à la juste valeur, soit à la part proportionnelle de la participation contrôlante dans l'actif net identifiable de l'entreprise acquise. Le choix du principe de valorisation est fait sur une base transaction par transaction.

### Acquisitions de sociétés filiales avant le 1<sup>er</sup> janvier 2010

Celles-ci sont comptabilisées conformément à la version précédente d'IFRS 3.

Les *entreprises associées* sont les entreprises sur lesquelles le Groupe exerce une influence notable et qui ne sont ni une filiale ni une coentreprise. Elles sont reprises dans la consolidation selon la méthode de la mise en équivalence à partir de la date où l'influence significative commence jusqu'à la date où cette influence 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 hyper inflationniste 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'acquérir 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 attendu 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 de la révision 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.

## 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 groupement d'entreprises réalisée 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<sup>er</sup> 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 charge 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 emphytéose	durée de l'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 avances payées	pas d'amortissements
- 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 d'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 sa 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 VMMA sont évalués en fonction des revenus attendus sur les différents runs. Ils sont amortis en fonction du nombre prévu d'émissions (maximum 4).

#### 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 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.

#### CAPITAUX PROPRES

##### 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'acquérir 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<sup>er</sup> 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 trente 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 VALEURS 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.

La détermination de la valeur d'usage 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 et d'une analyse de sensibilité basée sur un business plan de dix 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 valeur réelle hors frais de vente est basée 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.

## 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 à 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 comptabilisée directement en compte de résultats.

### Couvertures de flux de trésorerie

Les changements de la valeur réelle d'un instrument de couverture qui répond aux critères de couverture réelle 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 titres 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 intérimaires lorsqu'il y a des indications que la valeur des titres ou du goodwill pourrait être compromise (voir annexe 13 & 14);
- 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 la couverture par des assurances crédits (voir annexe 18).
- 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 26.

## ANNEXE 2 - INFORMATION SECTORIELLE

## I. INFORMATION SECTORIELLE

Conformément à IFRS 8 Segments opérationnels, l'approche du management de la présentation financière de l'information segmentée est appliquée. Suivant cette norme, l'information segmentée à présenter doit correspondre aux rapports internes utilisés par les principaux décideurs opérationnels, sur la base desquels les performances internes des segments opérationnels de Roularta sont évaluées et des moyens sont attribués aux différents segments.

Dans ces rapports, l'information sectorielle de Roularta Media Group est présentée sur base des activités en deux segments 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. 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.

Les règles d'évaluation des segments opérationnels sont les mêmes que les règles d'évaluation du Groupe repris en annexe 1.

Les prix des transferts entre secteurs sont déterminés fondés sur le principe 'at arm's length'.

Les résultats des segments opérationnels sont suivis par le management jusqu'au résultat net étant donné que ces segments correspondent presque entièrement à des entités juridiques.

2010	Médias Imprimés	Médias Audiovisuels	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel	546.362	171.081	-5.880	711.563
<i>Ventes à des clients externes</i>	543.375	168.188		711.563
<i>Ventes provenant de transactions avec d'autres secteurs</i>	2.987	2.893	-5.880	0
Amortissements et réductions de valeur sur immobilisations (in)corporelles	-12.247	-5.443		-17.690
Dépréciations sur stocks et sur créances et provisions	-1.026	1.483		457
Réductions de valeur exceptionnelles	-2.620			-2.620
<b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>	<b>28.005</b>	<b>29.033</b>		<b>57.038</b>
Produits financiers	5.636	255	-639	5.252
Charges financières	-11.180	-798	639	-11.339
Impôts sur le résultat	-10.326	-8.701		-19.027
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence	-46	0		-46
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>12.089</b>	<b>19.789</b>		<b>31.878</b>
Attribuable aux				
Intérêts minoritaires	646	280		926
<b>Actionnaires de Roularta Media Group</b>	<b>11.443</b>	<b>19.509</b>		<b>30.952</b>
<b>Actifs</b>	<b>871.475</b>	<b>170.611</b>	<b>-109.454</b>	<b>932.632</b>
- dont valeur comptable des participations mises en équivalence	417			417
- dont total des coûts encourus pour l'acquisition d'immobilisations (in)corporelles	6.901	13.121		20.022
<b>Passifs</b>	<b>513.138</b>	<b>74.863</b>	<b>-14.186</b>	<b>573.815</b>
<b>Les ventes à des clients externes comprennent:</b>				
<i>Publicité</i>	270.522	139.092		409.614
<i>Abonnements et ventes</i>	178.715	0		178.715
<i>Autres services et biens</i>	94.138	29.096		123.234

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

2009	Médias Imprimés	Médias Audiovisuels	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel	550.188	162.307	-5.242	707.253
<i>Ventes à des clients externes</i>	547.314	159.939		707.253
<i>Ventes provenant de transactions avec d'autres secteurs</i>	2.874	2.368	-5.242	0
Amortissements et réductions de valeur sur immobilisations (in)corporelles	-16.977	-5.617		-22.594
Dépréciations sur stocks et sur créances et provisions	-538	1.883		1.345
Réductions de valeur exceptionnelles	-4.985	0		-4.985
<b>Résultat opérationnel (EBIT)</b>	<b>-8.631</b>	<b>18.853</b>		<b>10.222</b>
Produits financiers	4.886	201	-710	4.377
Charges financières	-16.916	-908	710	-17.114
Impôts sur le résultat	3.923	-6.033		-2.110
Part dans le résultat des entreprises mises en équivalence	-38	0		-38
<b>Résultat net des entreprises consolidées</b>	<b>-16.776</b>	<b>12.113</b>		<b>-4.663</b>
Attribuable aux				
Intérêts minoritaires	-280	-198		-478
<b>Actionnaires de Roularta Media Group</b>	<b>-16.496</b>	<b>12.311</b>		<b>-4.185</b>
<b>Actifs</b>	<b>899.342</b>	<b>156.620</b>	<b>-110.148</b>	<b>945.814</b>
- dont valeur comptable des participations mises en équivalence	258			258
- dont total des coûts encourus pour l'acquisition d'immobilisations (in)corporelles	15.941	4.185		20.126
<b>Passifs</b>	<b>564.895</b>	<b>70.953</b>	<b>-14.880</b>	<b>620.968</b>
<b>Les ventes à des clients externes comprennent:</b>				
<i>Publicité</i>	270.164	125.980		396.144
<i>Abonnements et ventes</i>	182.406	0		182.406
<i>Autres services et biens</i>	94.744	33.959		128.703

## 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, la Croatie 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.

2010	Belgique	France	Autres pays	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel	492.984	221.064	29.618	-32.103	711.563
Actifs non courants (*)	237.383	373.254	11.660		622.297
2009	Belgique	France	Autres pays	Eliminations entre secteurs	Total consolidé
Chiffre d'affaires sectoriel	481.149	229.502	32.286	-35.684	707.253
Actifs non courants (*)	234.842	375.186	13.139		623.167

(\*) les actifs non courants: autres que les instruments financiers, les actifs d'impôt 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.

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

## ANNEXE 3 - CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires du Groupe comprend:

	2010	2009
Publicité	409.614	396.144
Abonnements et ventes	178.715	182.406
Impression pour des tiers	35.699	36.525
Line extensions & autres services et biens	87.535	92.178
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>711.563</b>	<b>707.253</b>

Le produit d'opérations d'échange s'élève à € 50.490 (2009: € 48.769) et le produit de redevances s'élève à € 3.683 (2009: € 3.734).

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

	2010	2009
Publicité	409.614	389.288
Abonnements et ventes	178.715	179.315
Impression pour des tiers	35.699	36.525
Line extensions & autres services et biens	86.093	89.862
<b>Chiffre d'affaires corrigé</b>	<b>710.121</b>	<b>694.990</b>
Modifications du Groupe	1.442	9.971
Cession des activités de production de disques optiques (VTV) en 2009		2.292
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>711.563</b>	<b>707.253</b>

Roularta Media Group a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires consolidé de 711,6 millions d'euros, contre 707,3 millions d'euros en 2009. Le chiffre d'affaires corrigé 2010 a atteint en 2010 710,1 millions d'euros, contre 695,0 millions d'euros en 2009, soit une hausse de 2,2%.

Le chiffre d'affaires corrigé de la division Médias Imprimés – qui regroupe presse gratuite, journaux et magazines – a légèrement progressé (+0,9%) et s'élève en 2010 à 544,9 millions d'euros. La tendance baissière enregistrée depuis le début de la crise fin 2008 prend ainsi fin.

Avec quelque retard, on constate aussi un léger tassement (-1,4%) des revenus publicitaires dans la presse gratuite. L'impact de la crise s'est fait ressentir ici après un certain délai. Ce tassement s'explique principalement par le repli des annonces d'emploi, observé surtout au premier semestre 2010. Le chiffre d'affaires du second semestre 2010 est en ligne avec celui du second semestre 2009.

Les revenus publicitaires corrigés des magazines ont légèrement progressé: +3,6%.

Les revenus publicitaires relatifs aux activités Internet affichent la hausse la plus vigoureuse, à savoir +25,6%.

Le chiffre d'affaires corrigé du marché des lecteurs (ventes au numéro et abonnements) a quasiment fait du sur-place (-0,3%).

De manière générale, on peut affirmer qu'en ce qui concerne les produits de Roularta Media, la fidélisation est très forte, étant donné que les abonnés leur sont restés très fidèles.

Le chiffre d'affaires corrigé de la division Médias Audiovisuels a progressé de 159,8 à 171,1 millions d'euros, soit une hausse de 7,1%. Les médias audiovisuels ont paru les moins sensibles aux effets de la crise économique.

Les revenus publicitaires du groupe VMMA ont enregistré une hausse considérable. Chez Paratel, le chiffre d'affaires des jeux de hasard affiche une baisse. Cette baisse s'explique par une modification du mode de facturation suite à une nouvelle réglementation et s'accompagne parallèlement d'une baisse des coûts.

## ANNEXE 4 - SERVICES ET BIENS DIVERS

Les services et biens divers du Groupe comprennent:

	2010	2009
Charges de transport et de distribution	-43.563	-45.701
Charges de marketing et de promotion	-78.915	-79.087
Commissions	-22.102	-21.888
Honoraires	-59.821	-59.123
Location simple	-23.860	-20.284
Sous-traitants et livraisons diverses	-30.160	-38.011
Rémunération administrateurs	-1.975	-1.823
Intérimaires	-4.407	-3.489
Frais de déplacement et d'accueil	-6.739	-5.739
Assurances	-1.076	-1.223
Autres services et biens divers	-7.999	-11.567
<b>Total services et biens divers</b>	<b>-280.617</b>	<b>-287.935</b>

Les services et biens divers ont baissé de € 7.318, soit 2,5%, par rapport à l'an dernier.

Les évolutions les plus marquantes au sein des services et biens divers concernent d'une part une hausse des frais locatifs de € 4.181 suite à un contrat de sale-and-rent-back conclu en 2009 pour les installations d'imprimerie de Roularta Printing. D'autre part, on enregistre une baisse de € 3.418 des coûts divers chez Paratel. Les activités de Paratel consistent essentiellement à facturer des services SMS (short message service) et IVR (interactive voice response) dans le cadre de diverses applications technologiques qui permettent aux clients de l'entreprise de communiquer avec leurs groupes cibles de manière interactive. Suite à une modification de la législation fiscale, seul le service livré par Paratel est encore facturé à partir d'avril 2010. Auparavant étaient facturés aussi bien les services livrés par Paratel que ceux de l'organisateur ou donneur d'ordre, la part de l'organisateur était ensuite reprise chez Paratel dans les coûts. Cette modification de la législation se traduit dès lors chez Paratel par une baisse à la fois du chiffre d'affaires que des coûts. Par ailleurs, les modifications dans le cercle de consolidation (liquidation Zéfir Web et Zéfir Carrières, titres cédés et arrêtés chez Studio Press en 2009,...) se sont traduites par une baisse des coûts à hauteur de € 3.845.

## ANNEXE 5 - FRAIS DE PERSONNEL

	2010	2009
Salaires et appointements	-129.973	-135.275
Cotisations de sécurité sociale	-49.618	-51.401
Transactions dont le paiement est fondé sur des actions	-1.075	-1.368
Charges au titre d'avantages postérieurs à l'emploi	-3.509	-3.723
Autres frais de personnel	-5.560	-5.656
<b>Total frais de personnel</b>	<b>-189.735</b>	<b>-197.423</b>

En 2010, les charges au titre d'avantages postérieurs à l'emploi comprennent des charges relatives aux régimes à cotisations définies de € 3.328 (2009: € 3.535).

<b>Emploi en équivalents temps plein</b>	2010	2009
Nombre moyen de travailleurs	2.820	2.876
Nombre de travailleurs à la fin de l'exercice	2.854	2.844

Les nouvelles participations dans le Forum de l'Investissement et Media Ad Infinitum entraînent une hausse de l'effectif de 18 équivalents temps plein.

## ANNEXE 6 - DÉPRÉCIATIONS SUR STOCKS ET SUR CRÉANCES

	2010	2009
Dépréciation sur créances	-5.574	-5.032
Reprise de dépréciation sur créances	6.036	3.827
Dépréciation sur stocks	-256	-936
Reprise de dépréciation sur stocks	493	271
<b>Total dépréciation sur stocks et sur créances</b>	<b>699</b>	<b>-1.870</b>

La reprise de dépréciation pour créances actés en 2010 s'élève à € 462 (montant net). Cette évolution peut se scinder en la constitution d'une dépréciation sur créances exceptionnelle sur le client Future Medias pour € 670, la constitution d'une provision nette pour créances commerciales chez Roularta Media Group (€ 647) et la reprise d'une réduction de valeur chez Groupe Express-Roularta (€ 413) et Vogue Trading Video (€ 1.246). Notons qu'en regard de la reprise de la réduction de valeur chez Vogue Trading Video, une perte sur créances de € 937 a été actée parmi les autres frais d'exploitation. La dépréciation pour créances actée en 2009 porte surtout sur la dépréciation sur les clients chez RMG (€ 571) et Vogue Trading Video (€ 329).

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

	2010	2009
Subsides d'exploitation	2.799	2.946
Plus-values sur réalisation d'immobilisations (in)corporelles	280	109
Plus-values sur réalisation de filiales et coentreprises		11
Subsides en capital	43	45
Ecarts de conversion	32	142
Escomptes de paiement et produits financiers divers	288	339
Règlements divers	1.411	1.894
Dividendes	32	148
Autres produits d'exploitation	5.365	4.521
<b>Total autres produits d'exploitation</b>	<b>10.250</b>	<b>10.155</b>
Impôts autres que les impôts sur le résultat	-3.753	-4.347
Moins-values sur réalisation d'immobilisations (in)corporelles	-29	-1.383
Pertes sur clients	-2.049	-727
Moins-values et pertes sur placements de trésorerie (tax shelter)	-863	
Part dans l'association en participation	-2.177	-1.689
Ecarts de conversion	-52	-26
Différences de paiement, frais bancaires	-1.559	-1.048
Autres charges d'exploitation	-1.355	-1.330
<b>Total autres charges d'exploitation</b>	<b>-11.837</b>	<b>-10.550</b>

L'augmentation des autres coûts d'exploitation s'explique pour € 863 par la moins-value sur tax shelter equity investment, qui figurait parmi les amortissements jusqu'à l'année précédente. Le changement de rubrique est une conséquence d'une nouvelle recommandation de la CNC.

Comme précisé à l'annexe 6, la perte sur créances commerciales a augmenté de € 937 chez Vogue Trading Video.

## ANNEXE 8 - FRAIS DE RESTRUCTURATION

	2010	2009
Indemnités de licenciement	-4.988	-15.175
Honoraires		-116
Frais de déménagement		-77
Waiver fees		-1.066
<b>Frais de restructuration: frais</b>	<b>-4.988</b>	<b>-16.434</b>
Provision pour frais de restructuration	-159	-300
<b>Frais de restructuration: provisions</b>	<b>-159</b>	<b>-300</b>
<b>Total frais de restructuration</b>	<b>-5.147</b>	<b>-16.734</b>

Les frais de restructuration portent pour € 3.849 sur les sociétés françaises, pour € 1.117 sur les entités belges et pour € 22 sur les entités dans les autres pays.

En 2009, les frais de restructuration comprennent aussi des waiver fees, des frais liés à la renégociation des covenants bancaires. Tant dans les entreprises belges que françaises du Groupe, une restructuration a été mise en œuvre en 2009. Les frais de restructuration totaux, hors waiver fees, portent pour € 10.847 sur les sociétés françaises et pour € 4.521 sur les entités belges.

## ANNEXE 9 - CHARGES FINANCIÈRES NETTES

	2010	2009
- produits d'intérêt	870	1.233
- produits des instruments de couverture qui ne font pas partie d'une relation de comptabilité de couverture	1.537	2.086
- produits de l'arrêt avant échéance des instruments de couverture qui ne font pas partie d'une relation de comptabilité de couverture	2.845	1.058
<b>Produits financiers</b>	<b>5.252</b>	<b>4.377</b>
- charges d'intérêt	-11.339	-13.540
- charges des instruments de couverture qui ne font pas partie d'une relation de comptabilité de couverture		-3.574
<b>Charges financières</b>	<b>-11.339</b>	<b>-17.114</b>
<b>Total charges financières nettes</b>	<b>-6.087</b>	<b>-12.737</b>

Les revenus d'intérêt ont fléchi comparé à l'exercice précédent. Cette baisse s'explique par le fait que dans le courant de l'exercice 2009, les fonds investis à court terme étaient plus élevés.

La baisse des frais d'intérêt s'explique pour € 1.037 par l'opération de sale-and-rent-back conclue en 2009.

Le détail des instruments de couverture se trouve dans l'annexe 31.

## ANNEXE 10 - IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT

## I. IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT - COURANTS ET DIFFÉRÉS

	2010	2009
<b>A. Impôts courants</b>		
Impôts sur le résultat de l'exercice	-19.919	-9.143
Ajustements aux impôts exigibles des exercices antérieurs	-88	146
<b>Total impôts courants</b>	<b>-20.007</b>	<b>-8.997</b>

<b>B. Impôts différés</b>		
Afférents à la naissance et à l'extourne des différences temporelles	3.094	11.518
Afférents à la reprise de l'irrécouvrabilité (+) ou l'irrécouvrabilité (-) d'actifs d'impôt différé	-2.114	-4.631
<b>Total impôts différés</b>	<b>980</b>	<b>6.887</b>
<b>Total impôts courants et différés</b>	<b>-19.027</b>	<b>-2.110</b>

## II. RAPPROCHEMENT ENTRE LE TAUX D'IMPÔT RÉGLEMENTAIRE ET LE TAUX D'IMPÔT EFFECTIF

	2010	2009
Résultat avant impôts	50.951	-2.515
Taux d'impôt réglementaire	33,99%	33,99%
<b>Impôts sur base du taux d'impôt réglementaire</b>	<b>-17.318</b>	<b>855</b>
Ajustements aux impôts exigibles des exercices antérieurs (+/-)	-88	145
Effet fiscal des charges non déductibles (-)	-2.240	-4.018
Effet fiscal des produits non imposables (+)	955	2.770
Effet fiscal de déduction pour investissement et déduction pour capital à risque	1.664	1.730
Effet fiscal de non comptabiliser des actifs d'impôts différés sur pertes fiscales de l'exercice (-)	-3.467	-3.865
Effet fiscal de l'usage et de la reprise d'actifs d'impôts différés comptabilisés précédemment	344	
Effet fiscal de la comptabilisation des impôts différés sur pertes fiscales non comptabilisées précédemment	905	216
Effet fiscal du taux d'impôt dans d'autres territoires	201	112
Autre augmentation / diminution (+/-)	17	-55
<b>Impôts sur base du taux d'impôt effectif</b>	<b>-19.027</b>	<b>-2.110</b>
Résultat avant impôts	50.951	-2.515
Taux d'impôt effectif	37,34%	-83,90%
<b>Impôts sur base du taux d'impôt effectif</b>	<b>-19.027</b>	<b>-2.110</b>

## III. IMPÔTS INCORPORÉS DANS LES FONDS PROPRES

	2010	2009
Impôts différés concernant les produits et charges incorporés dans les fonds propres:		
Frais d'émission et d'augmentation du capital	-85	-77
	<b>-85</b>	<b>-77</b>

## IV. IMPÔTS INCORPORÉS DANS LES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL

	2010	2009
Impôts différés concernant les produits et charges incorporés dans les autres éléments du résultat global:		
Gains / pertes provenant d'instruments de couverture de flux de trésorerie	-652	1.654
	<b>-652</b>	<b>1.654</b>

## ANNEXE 11 - RÉSULTAT PAR ACTION

	2010	2009
<b>I. MOUVEMENTS DANS LE NOMBRE D' ACTIONS (ACTIONS ORDINAIRES)</b>		
Nombre d'actions, solde d'ouverture	13.131.940	13.131.940
Nombre d'actions émises au cours de l'exercice	0	0
<b>Nombre d'actions, solde de clôture</b>	<b>13.131.940</b>	<b>13.131.940</b>
- actions émises, entièrement libérées	13.131.940	13.131.940
<b>II. AUTRES INFORMATIONS</b>		
Nombre d'actions détenues par l'entreprise ou par des parties liées	512.863	512.863
Nombre d'actions réservées pour émission dans le cadre de plans d'options sur actions	512.863	512.863
<b>III. CALCUL DU RÉSULTAT PAR ACTION</b>		
<b>1. Nombre d'actions</b>		
1.1. Nombre moyen pondéré d'actions, de base	12.619.077	12.619.077
1.2. Ajustements afin de calculer le nombre moyen pondéré d'actions, dilué	33.948	0
Plans de souscription	0	0
Plans d'options sur actions	33.948	0
1.3. Nombre moyen pondéré d'actions, dilué	12.653.025	12.619.077

### 2. Calcul

Le calcul du résultat de base et du résultat dilué par action est basé sur les paramètres suivants:

$$\frac{\text{Résultat de l'exercice disponible pour les actionnaires ordinaires}}{\text{Nombre moyen pondéré d'actions, de base}} = \frac{30.952}{12.619.077} = 2,45$$

$$\frac{\text{Résultat de l'exercice disponible pour les actionnaires ordinaires}}{\text{Nombre moyen pondéré d'actions, dilué}} = \frac{30.952}{12.653.025} = 2,45$$

## ANNEXE 12 - DIVIDENDES

	2010	2009
Montant des dividendes attribués après la date de clôture mais avant l'approbation des états financiers (1)	6.314	0
Dividende brut par action en euro	0,5	0
(1)		
Nombre d'actions donnant droit à un dividende au 31/12	13.131.940	13.131.940
Nombre d'actions propres au 31/12	-512.863	-512.863
Actions nouvelles suite à l'augmentation du capital (*)	9.183	
	<b>12.628.260</b>	<b>12.619.077</b>

(\*) Augmentation du capital 2011, voir annexe 35.

## ANNEXE 13 - IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

2010	Développement	Titres	Logiciel	Concessions, droits de repro- duction et droits similaires	Total
<b>AU COÛT</b>					
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>131</b>	<b>428.758</b>	<b>32.901</b>	<b>27.147</b>	<b>488.937</b>
Variations de l'exercice					
- Acquisitions		10	3.871	333	4.214
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises		225	77		302
- Ventes et cessions (-)	-131		-2.909	-1.015	-4.055
- Autres variations			76		76
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>428.993</b>	<b>34.016</b>	<b>26.465</b>	<b>489.474</b>
<b>AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES</b>					
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>131</b>	<b>8.449</b>	<b>25.027</b>	<b>13.371</b>	<b>46.978</b>
Variations de l'exercice					
- Amortissements			4.286	1.652	5.938
- Nouvelles consolidations			53		53
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées / reprises dans le compte de résultats		2.620			2.620
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)	-131		-2.908	-954	-3.993
- Autres variations			76		76
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>11.069</b>	<b>26.534</b>	<b>14.069</b>	<b>51.672</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>417.924</b>	<b>7.482</b>	<b>12.396</b>	<b>437.802</b>

Développement, logiciel et concessions, droits de reproduction et droits similaires sont amortis sur leur durée d'utilité attendue c.-à-d. la période pendant laquelle le Groupe s'attend à utiliser l'actif (voir règles d'évaluation). Les titres ont une durée d'utilité indéterminée. Ils contribuent directement au cash-flow du Groupe suite à la reconnaissance du titre par le client et à sa notoriété sur le marché. Ils ne sont dès lors pas amortis mais soumis chaque année à un test de dépréciation.

**Allocation**

La valeur des titres achetés peut être répartie dans les grands groupes suivants:

Groupe Express-Roularta (L'Express, L'Expansion, Lire, L'Entreprise, Mieux Vivre Votre Argent, Atmosphères,...); y inclus Groupe Côté Maison (Côté Sud, Côté Est, Côté Ouest, Maison Française, Maison Magazine, ...)	285.702
Le Vif/L'Express	40.500
Point de Vue	32.400
Groupe Biblo (bulletins d'information, magazines médicaux, Top, Tendances, Journal du Dentiste, Journal du Pharmacien,...)	16.986
A Nous	7.899
Studio Ciné Live	5.500
Extranet	5.629
Magazines pour enfants et parents J.M. Sailer	5.226
Autres	18.082
	<b>417.924</b>

**Test de dépréciation**

Le Groupe teste une fois par an la valeur de ses immobilisations incorporelles (titres générateurs de liquidités compris) sur des réductions de valeur spéciales ou plus fréquemment s'il y a des indications que les titres pourraient s'être dépréciés. En vue de ce test, les titres sont regroupés sur le niveau de l'unité génératrice de cash-flow dont ils font partie. A ce niveau, la valeur comptable des titres est comparée à leur valeur réalisable (qui correspond à la valeur la plus élevée de la juste valeur moins les frais de vente ou la valeur d'usage).

Outre les immobilisations incorporelles actées, Roularta Media Group possède aussi des titres non exprimés et développés en propre: Knack, Knack Weekend, Le Vif Weekend, Sport/Voetbalmagazine, Sport/Foot Magazine, Trends, Trends MoneyTalk, Nest,

Télépro, Grande, Plus Magazine, De Streekkrant, De Zondag, Steps City Magazine, Style, Krant van West-Vlaanderen, De Weekbode, De Zeewacht, Kortrijks Handelsblad,... Autres marques de commerce comprennent Media Club, Vlan.be, Focus Televisie, WTV, Canal Z/Kanaal Z, JIM, vtm, 2BE, Q-music,...

Le Groupe a toujours déterminé la valeur réalisable des titres sur la base de leur valeur d'usage ou 'Value in Use'. Il recourt pour cela au modèle du Discounted Cash Flow. Les cash-flows futurs pour la détermination de la valeur d'usage sont basés sur des business plans quinquennaux, lesquels sont approuvés par le conseil d'administration. Ces business plans sont basés sur des données historiques et sur des prévisions de marché futures. La croissance attendue est inspirée par les facteurs suivants: un redressement au cours des deux prochaines années d'une partie des pertes de chiffre d'affaires subies au cours de la crise économique de 2008-2010, une hausse du chiffre d'affaires par l'effet d'une croissance organique (notamment de nouvelles initiatives multimédias), de nouvelles collaborations et, enfin, les effets attendus des contrôles de coûts, réorganisations et restructurations. La valeur résiduelle est déterminée sur la base d'une formule de perpétuité fondée sur un taux de croissance du chiffre d'affaires à long terme de 2% (2009: 2%), laquelle n'excède pas le taux de croissance moyen à long terme de l'industrie des médias. Les cash-flows futurs obtenus ont ensuite été escomptés sur la base d'un facteur d'escompte après impôts de 7,73% (2009: 6,98%). Ce facteur d'escompte est basé sur un modèle WACC où la prime de risque et le ratio gearing sont basés sur le profil de Roularta Media Group en tant qu'ensemble.

**Sensibilité du test**

Pour faire apparaître la sensibilité du test, le management a estimé que les facteurs suivants peuvent y jouer un rôle: modification du WACC (CPMC), écarts sur le business plan et modification dans l'estimation du taux de croissance à long terme par le marché. Indépendamment du business plan, le management a également effectué des tests avec des business plans sur dix ans avec un taux de croissance moyen à long terme de 0,50%. Ce test n'a pas indiqué de réduction de valeur.

Une première analyse de sensibilité a été effectuée sur des modifications dans le WACC utilisé et ce, compte tenu de business plans et d'un taux de croissance moyen à long terme inchangés. Des dépréciations matérielles peuvent se manifester lorsque le WACC se hisse à un pourcentage compris entre 8,25% et 8,50%.

Lorsque, d'autre part, les attentes en termes de croissance des cash-flows ne se manifesteront pas de manière durable, une réduction de valeur spéciale peut s'imposer, surtout sur les activités françaises.

Un test de sensibilité a également été effectué sur le taux de croissance moyen à long terme, compte tenu de WACC et business plans inchangés. On n'observe aucune dépréciation corporelle en cas de baisse de 2% à 1,50%. A partir d'un chiffre de croissance inférieur à 1%, des dépréciations matérielles peuvent s'imposer.

**Réductions de valeur comptabilisées**

Sur la base des tests évoqués ci-dessus, la valeur recouvrable était supérieure à la valeur comptable des unités génératrices de trésorerie à l'exception du titre Atmosphères, des titres divers de Bayard (titres ex-Weltbild, notamment Leben & erziehen, Babys erstes Jahr, Schwangerschaft und Geburt,...) et les titres Guitar Part, Guitar Collector's, Guitar Classique, pour lesquels une réduction de valeur de € 2.620 a été actée au compte de résultats. Cette réduction de valeur exceptionnelle était basée sur le calcul de la valeur réalisable déterminée en fonction de la valeur d'usage (méthode DCF). En 2009, une réduction de valeur de € 4.900 a été actée au compte de résultats pour les titres Atmosphères, Guitar Part, Guitar Collector's, Guitar Classique et Data News.

**Divers**

La valeur comptable nette des logiciels générés en interne s'élève à € 2.524 (2009: € 2.761).

Le titre acquis concerne l'acquisition complémentaire du portail santé www.gezondheidsnet.nl.

2009	Développement	Titres	Logiciel	Concessions, droits de repro- duction et droits similaires	Total
<b>AU COÛT</b>					
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>131</b>	<b>430.795</b>	<b>29.975</b>	<b>27.547</b>	<b>488.448</b>
Variations de l'exercice					
- Acquisitions		150	3.120	738	4.008
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises		1.107	5		1.112
- Ventes et cessions (-)		-3.294	-198	-1.204	-4.696
- Cessions par voie de scission d'entreprises (-)			-11		-11
- Transferts d'une rubrique à une autre			10	-10	0
- Autres variations				76	76
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>131</b>	<b>428.758</b>	<b>32.901</b>	<b>27.147</b>	<b>488.937</b>

2009	Développement	Titres	Logiciel	Concessions, droits de repro- duction et droits similaires	Total
<b>AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES</b>					
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>92</b>	<b>6.286</b>	<b>20.885</b>	<b>12.305</b>	<b>39.568</b>
Variations de l'exercice					
- Amortissements	39		4.330	2.265	6.634
- Nouvelles consolidations			5		5
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées / reprises dans le compte de résultats		4.900			4.900
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)		-2.737	-192	-1.140	-4.069
- Cessions par voie de scission d'entreprises (-)			-11		-11
- Transferts d'une rubrique à une autre			10	-10	0
- Autres variations				-49	-49
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>131</b>	<b>8.449</b>	<b>25.027</b>	<b>13.371</b>	<b>46.978</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>420.309</b>	<b>7.874</b>	<b>13.776</b>	<b>441.959</b>

## ANNEXE 14 - GOODWILL

	2010	2009
<b>AU COÛT</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>68.239</b>	<b>68.525</b>
Variations de l'exercice:		
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises	10.537	
- Autres variations		-286
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>78.776</b>	<b>68.239</b>
<b>RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>3.667</b>	<b>3.868</b>
Variations de l'exercice:		
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées dans le compte de résultats		85
- Autres variations		-286
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>3.667</b>	<b>3.667</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>75.109</b>	<b>64.572</b>

L'augmentation du goodwill est due à l'acquisition de Forum de l'Investissement et de Media Ad Infinitum (Vitaya).

**Allocation**

Goodwill est attribué aux entités génératrices suivantes: Groupe Express-Roularta (€ 31.058), VMMA (€ 21.179), JOE fm (€ 11.615), Media Ad Infinitum (€ 9.222), Studio-A (€ 1.579), Paratel (€ 452).

**Test de dépréciation**

Le Groupe teste une fois par an la valeur de ses immobilisations incorporelles (goodwill compris) sur des réductions de valeur spéciales ou plus fréquemment s'il y a des indications qu'elles pourraient s'être dépréciées. En vue de ce test, le goodwill et les titres sont regroupés sur le niveau de l'unité génératrice de cash-flow dont ils font partie. A ce niveau, leur valeur comptable est comparée à leur valeur réalisable (qui correspond à la valeur la plus élevée de la juste valeur moins les frais de vente ou la valeur d'usage).

Le Groupe a toujours déterminé la valeur réalisable des unités génératrices de cash-flow sur la base de leur valeur d'usage ou 'Value in Use'. Il recourt pour cela au modèle du Discounted Cash Flow. Les cash-flows futurs pour la détermination de la valeur d'usage sont basés sur des business plans quinquennaux, lesquels sont approuvés par le conseil d'administration. Ces business plans sont basés sur des données historiques et sur des prévisions de marché futures. La croissance attendue est inspirée par les facteurs suivants: un redressement au cours des deux prochaines années d'une partie des pertes de chiffre d'affaires subies au cours de la crise économique de 2008-2010, une hausse du chiffre d'affaires par l'effet d'une croissance organique (notamment de

nouvelles initiatives multimédias), de nouvelles collaborations et, enfin, les effets attendus des contrôles de coûts, réorganisations et restructurations.

La valeur résiduelle est déterminée sur la base d'une formule de perpétuité fondée sur un taux de croissance du chiffre d'affaires à long terme de 2% (2009: 2%), laquelle n'excède pas le taux de croissance moyen à long terme de l'industrie des médias. Les cash-flows futurs obtenus ont ensuite été escomptés sur la base d'un facteur d'escompte après impôts de 7,73% (2009: 6,98%). Ce facteur d'escompte est basé sur un modèle WACC où la prime de risque et le ratio gearing sont basés sur le profil de Roularta Media Group en tant qu'ensemble.

**Sensibilité du test**

Pour faire apparaître la sensibilité du test, le management a estimé que les facteurs suivants peuvent y jouer un rôle: modification du WACC (CPMC), écarts sur le business plan et modification dans l'estimation du taux de croissance à long terme par le marché. Indépendamment du business plan, le management a également effectué des tests avec des business plans sur dix ans avec un taux de croissance moyen à long terme de 0,50%. Ce test n'a pas indiqué de réduction de valeur.

Une première analyse de sensibilité a été effectuée sur des modifications dans le WACC utilisé et ce, compte tenu de business plans et d'un taux de croissance moyen à long terme inchangés. Des dépréciations matérielles peuvent se manifester lorsque le WACC se hisse à un pourcentage compris entre 8,25% et 8,50%.

Lorsque, d'autre part, les attentes en termes de croissance des cash-flows ne se manifesteraient pas de manière durable, une réduction de valeur spéciale peut s'imposer, surtout sur les activités françaises.

Un test de sensibilité a également été effectué sur le taux de croissance moyen à long terme, compte tenu de WACC et business plans inchangés. On n'observe aucune dépréciation corporelle en cas de baisse de 2% à 1,50%. A partir d'un chiffre de croissance inférieur à 1%, des dépréciations matérielles peuvent s'imposer.

**Réductions de valeur comptabilisées**

Sur la base des tests évoqués ci-dessus, la valeur recouvrable était supérieure à la valeur comptable des unités génératrices de trésorerie. En 2009, une réduction de valeur de € 85 a été actée au compte de résultats pour le goodwill de Pica.

## ANNEXE 15 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

2010	Terrains et construc- tions	Instal- lations, machines et outillage	Mobilier et matériel roulant	Location- finance- ment et droits similaires	Autres immobi- lisations corpo- relles	Immobi- lisations en cours	Total
<b>AU COÛT</b>							
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>122.683</b>	<b>57.944</b>	<b>21.734</b>	<b>1.497</b>	<b>4.618</b>	<b>0</b>	<b>208.476</b>
Variations de l'exercice							
- Acquisitions	1.005	1.835	974		228	516	4.558
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises		314	96				410
- Ventes et cessions (-)	-9	-3.593	-1.550	-18	-368		-5.538
- Transferts d'une rubrique à une autre		-223		-46	269		0
- Autres variations		101					101
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>123.679</b>	<b>56.378</b>	<b>21.254</b>	<b>1.433</b>	<b>4.747</b>	<b>516</b>	<b>208.007</b>
<b>AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES</b>							
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>27.758</b>	<b>44.100</b>	<b>17.026</b>	<b>821</b>	<b>2.135</b>	<b>0</b>	<b>91.840</b>
Variations de l'exercice							
- Amortissements	4.725	4.643	1.446	157	779		11.750
- Nouvelles consolidations		273	70				343
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)	-9	-3.593	-1.436	-18	-357		-5.413
- Transferts d'une rubrique à une autre		-175	-3	-32	210		0
- Autres variations		101					101
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>32.474</b>	<b>45.349</b>	<b>17.103</b>	<b>928</b>	<b>2.767</b>	<b>0</b>	<b>98.621</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>91.205</b>	<b>11.029</b>	<b>4.151</b>	<b>505</b>	<b>1.980</b>	<b>516</b>	<b>109.386</b>

**Actifs donnés en nantissement de dettes**

Montant des terrains et constructions donnés en nantissement de dettes (y compris les hypothèques)	26.507
Immobilisations corporelles en location-financement restant en propriété du bailleur	505

La catégorie 'location-financement et droits similaires' comprend des machines ayant une valeur comptable de € 43 (Regionale Media Maatschappij), des antennes émettrices ayant une valeur comptable de € 427 (JOE fm), du matériel de bureau de € 24 (Studio-A) et du matériel roulant de € 11 (Mestne Revije).

2009	Terrains et constructions	Installations, machines et outillage	Mobilier et matériel roulant	Location-financement et droits similaires	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total
<b>AU COÛT</b>							
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>120.680</b>	<b>83.138</b>	<b>25.919</b>	<b>57.448</b>	<b>4.905</b>	<b>138</b>	<b>292.228</b>
Variations de l'exercice							
- Acquisitions	2.306	4.884	1.142	6.561	108		15.001
- Acquisitions par voie de regroupements d'entreprises			5				5
- Ventes et cessions (-)	-303	-90.040	-5.321	-2.688	-395		-98.747
- Transferts d'une rubrique à une autre		59.957		-59.824		-133	0
- Autres variations		5	-11			-5	-11
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>122.683</b>	<b>57.944</b>	<b>21.734</b>	<b>1.497</b>	<b>4.618</b>	<b>0</b>	<b>208.476</b>
<b>AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES</b>							
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>23.105</b>	<b>58.173</b>	<b>19.727</b>	<b>13.554</b>	<b>1.921</b>	<b>0</b>	<b>116.480</b>
Variations de l'exercice							
- Amortissements	4.668	8.774	1.797	165	555		15.959
- Nouvelles consolidations			3				3
- Annulations à la suite de ventes et cessions (-)	-15	-33.062	-4.483	-2.688	-341		-40.589
- Transferts d'une rubrique à une autre		10.210		-10.210			0
- Autres variations		5	-18				-13
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>27.758</b>	<b>44.100</b>	<b>17.026</b>	<b>821</b>	<b>2.135</b>	<b>0</b>	<b>91.840</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>94.925</b>	<b>13.844</b>	<b>4.708</b>	<b>676</b>	<b>2.483</b>	<b>0</b>	<b>116.636</b>

**Actifs donnés en nantissement de dettes**

Montant des terrains et constructions donnés en nantissement de dettes (y compris les hypothèques)	28.419
Immobilisations corporelles en location-financement restant en propriété du bailleur	676

En vue d'améliorer la structure du bilan, une opération sale-and-rent-back hors bilan a été conclue le 30 juin 2009 pour une valeur de € 56.992, dont € 54.062 concernent des machines de l'imprimerie à Roulars et € 2.930 du matériel IT. Conformément aux critères d'IAS 17.10 et IAS 17.11, cette transaction est considérée comme une opération de leasing opérationnel.

## ANNEXE 16 - PARTICIPATIONS COMPTABILISÉES SELON LA MÉTHODE DE LA MISE EN ÉQUIVALENCE

	2010	2009
<b>I. PARTICIPATIONS</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>258</b>	<b>296</b>
Variations de l'exercice		
- Acquisitions	250	
Variations des capitaux propres des sociétés mises en équivalence		
- Quote-part dans le résultat de l'exercice	-46	-38
- Autre	-45	
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>417</b>	<b>258</b>
<b>II. CRÉANCES</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>0</b>	<b>1.424</b>
Variations de l'exercice		
- Additions		402
- Remboursements		-370
- Autre		-1.456
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>DÉPRÉCIATION (-)</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>0</b>	<b>-1.322</b>
Variations de l'exercice		
- Autre	0	1.322
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

L'addition de l'année concerne Twice Entertainment.

Suite à la clôture de la liquidation d'Actuamedia et d'Actuapedia, une perte de € 134 a été réalisée en 2009.

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 38 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:

<b>Résumé de l'information financière</b>	2010	2009
Total actifs	1.562	1.744
Total passifs	1.396	1.486
Chiffre d'affaires	2.407	2.677
Résultat net	-47	-38

## ANNEXE 17 - PRÊTS, CAUTIONS, PARTICIPATIONS DISPONIBLES À LA VENTE

**I. PARTICIPATIONS DISPONIBLES À LA VENTE**

	2010	2009
<b>AU COÛT</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2.465</b>	<b>2.465</b>
Variations de l'exercice		
- Acquisitions	226	
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>2.691</b>	<b>2.465</b>

<b>RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES (-)</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>-1.375</b>	<b>-1.375</b>
Variations de l'exercice		
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>-1.375</b>	<b>-1.375</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>1.316</b>	<b>1.090</b>

Toutes les participations sont considérées comme disponibles à la vente et sont appréciées en principe à leur juste valeur. La réduction de valeur exceptionnelle concerne 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), dans SA STM (€ 208), dans CPP-INCOFIN (€ 124), de Groupe Express-Roularta dans MLP (€ 161) et de SA Senior Publications dans Cyberlibris (€ 158). Le Groupe ne prévoit pas de se défaire de ces actions à court terme.

## II. PRÊTS ET CAUTIONS

<b>PRÊTS ET CAUTIONS</b>		
<b>AU COÛT AMORTI</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>3.203</b>	<b>2.264</b>
Variations de l'exercice		
- Additions	21	1.046
- Augmentations par voie de regroupements d'entreprises	3	
- Remboursements	-74	-107
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>3.153</b>	<b>3.203</b>
<b>RÉDUCTIONS DE VALEUR EXCEPTIONNELLES (-)</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>-358</b>	<b>-358</b>
Variations de l'exercice		
- Réductions de valeur exceptionnelles comptabilisées dans le compte de résultats	-18	
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>-376</b>	<b>-358</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>2.777</b>	<b>2.845</b>
<b>Total</b>	<b>4.093</b>	<b>3.935</b>

Les prêts et cautions se composent de la partie non éliminée des créances sur entreprises qui sont consolidées proportionnellement (€ 728), de créances sur des entreprises avec lesquelles un contrôle conjoint est exercé (€ 640) et de cautions, e.a. garanties locatives (€ 1.409). 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 18 - CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES

<b>I. CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES - NON COURANTS</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Autres créances	1.918	2.171
<b>Total clients et autres créances - non courants</b>	<b>1.918</b>	<b>2.171</b>

Les autres créances 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 et des créances dans le cadre des investissements tax shelter.

Une évaluation des créances douteuses est faite à la fin de l'exercice sur 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.

<b>L'évolution de la dépréciation des créances douteuses non courantes peut être détaillée de manière suivante:</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Valeur nette au terme de l'exercice précédent</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Valeur nette au terme de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>II. CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES - COURANTS</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Clients, bruts	177.784	169.012
Dépréciation des clients douteux courants (-)	-6.552	-6.876
Montants à facturer et notes de crédit à recevoir (*)	8.417	6.212
Montants à encaisser et fournisseurs débit	591	1.589
TVA à encaisser (*)	6.684	7.119
Autres créances	5.579	4.349
Dépréciation des autres créances douteuses courantes	-1.537	-1.537
<b>Total clients et autres créances - courants</b>	<b>190.966</b>	<b>179.868</b>

(\*) Pas d'actifs financiers comme définis dans IAS 32

<b>La balance âgée des clients peut être détaillée de la manière suivante:</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Valeur nette au terme de l'exercice</b>	<b>177.784</b>	<b>169.012</b>
- dont:		
* non échues et moins de 30 jours échues	131.834	107.530
* échues 30 - 60 jours	24.131	18.060
* échues 61 - 90 jours	9.266	15.623
* échues - plus de 90 jours	12.553	27.799

Informations à fournir concernant les actifs financiers échus à la date de rapport mais n'ayant pas subi de réduction de valeur: aucune réduction de valeur n'a été actée pour les montants échus si leur recouvrement est toujours jugé probable.

Une évaluation des créances douteuses est faite à la fin de l'exercice sur 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.

<b>L'évolution de la dépréciation des clients douteux courants peut être détaillée de manière suivante:</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Valeur nette au terme de l'exercice précédent</b>	<b>-6.876</b>	<b>-7.477</b>
- Regroupements d'entreprises / scission d'entreprises	-119	
- Dépréciation de l'exercice	-5.574	-5.032
- Reprise de dépréciation de l'exercice	6.036	3.827
- Créances extournées comme non recouvrables et montants recouverts au cours de l'exercice	-19	1.806
<b>Valeur nette au terme de l'exercice</b>	<b>-6.552</b>	<b>-6.876</b>

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.

<b>L'évolution de la dépréciation des autres créances courantes peut être détaillée de manière suivante:</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Valeur nette au terme de l'exercice précédent</b>	<b>-1.537</b>	<b>-1.537</b>
<b>Valeur nette au terme de l'exercice</b>	<b>-1.537</b>	<b>-1.537</b>

## ANNEXE 19 - 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:

	2010		2009	
	Actifs d'impôts différés	Passifs d'impôts différés	Actifs d'impôts différés	Passifs d'impôts différés
Immobilisations incorporelles	2.140	119.267	2.396	119.073
Immobilisations corporelles	80	16.496	102	16.854
Prêts, cautions, participations disponibles à la vente	16	4.367	146	4.537
Stocks		2.622		2.458
Clients et autres créances	282		15	653
Placements de trésorerie		148		135
Charges à reporter et produits acquis	148		66	321
Actions propres		19	19	
Résultat reporté		3.162		3.217
Provisions	25	8	18	684
Avantages du personnel non courants	664	63	811	194
Dettes financières non courantes		741		2.013
Impôts		2.176		2.053
Autres dettes	2.956	805	5.174	
Charges à imputer et produits à reporter			396	13
<b>Total impôts différés liés à des différences temporelles</b>	<b>6.311</b>	<b>149.874</b>	<b>9.143</b>	<b>152.205</b>
Pertes fiscales	21.697		21.211	
Crédits d'impôts	377		178	
Compensation fiscale	-24.306	-24.306	-26.911	-26.911
<b>Actifs / passifs d'impôts nets</b>	<b>4.079</b>	<b>125.568</b>	<b>3.621</b>	<b>125.294</b>

Les actifs d'impôts différés n'ont pas été comptabilisés relatifs aux pertes fiscales à concurrence de € 26.939 (2009: € 24.793) d'une part et relatifs aux différences temporelles à concurrence de € 2 (2009: € 35) 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 € 3.175 (2009: € 2.848) 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

	2010		2009	
	Reports de pertes fiscales	Crédits d'impôts	Reports de pertes fiscales	Crédits d'impôts
<b>Date d'expiration</b>				
Sans date d'expiration	21.697	377	21.211	178
<b>Total impôts différés</b>	<b>21.697</b>	<b>377</b>	<b>21.211</b>	<b>178</b>

## ANNEXE 20 - STOCKS

	2010	2009
<b>Montant brut</b>		
Droits de diffusion	36.776	36.972
Matières premières	7.815	7.317
Travaux en cours	835	595
Produits finis	1.558	1.059
Biens achetés en vue de leur revente	2.467	5.078
Immeubles destinés à la vente	73	
Acomptes versés	5.588	3.216
Contrats en cours	2.401	2.372
<b>Total montant brut (A)</b>	<b>57.513</b>	<b>56.609</b>
<b>Dépréciations et autres corrections de valeur (-)</b>		
Droits de diffusion	-17	
Matières premières	-291	-452
Produits finis	-180	-87
Biens achetés en vue de leur revente	-540	-2.417
<b>Total dépréciations et autres corrections de valeur (B)</b>	<b>-1.028</b>	<b>-2.956</b>
<b>Valeur comptable</b>		
Droits de diffusion	36.759	36.972
Matières premières	7.524	6.865
Travaux en cours	835	595
Produits finis	1.378	972
Biens achetés en vue de leur revente	1.927	2.661
Immeubles destinés à la vente	73	
Acomptes versés	5.588	3.216
Contrats en cours	2.401	2.372
<b>Total valeur comptable au coût (A+B)</b>	<b>56.485</b>	<b>53.653</b>

## ANNEXE 21 - PLACEMENTS DE TRÉSORERIE, TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

I. PLACEMENTS DE TRÉSORERIE	2010	2009
<b>AU COÛT</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>1.998</b>	<b>1.998</b>
Variations de l'exercice		
- Additions	987	
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>2.985</b>	<b>1.998</b>
<b>VARIATION DE LA JUSTE VALEUR</b>		
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>397</b>	<b>321</b>
Variations de l'exercice		
- Augmentation provenant des variations de la juste valeur	77	76
- Diminution provenant des variations de la juste valeur (réduction de valeur)	-839	
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>-365</b>	<b>397</b>
<b>Valeur comptable nette au terme de l'exercice</b>	<b>2.620</b>	<b>2.395</b>

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 2010, un montant de € 77 (2009: € 76) a été repris dans le compte de résultats à la suite de la détermination de la juste valeur de ces placements de trésorerie.

D'autre part, 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	2010	2009
Soldes bancaires	37.893	49.813
Dépôts à court terme	3.466	19.441
Fonds en caisse	52	50
<b>Total trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>41.411</b>	<b>69.304</b>

## ANNEXE 22 - CAPITAUX PROPRES

### CAPITAL SOUSCRIT

Au 31 décembre 2010, le capital souscrit s'élève à € 203.040 (2009: € 203.040), représenté par 13.131.940 (2009: 13.131.940) actions ordinaires intégralement libérées. Ces actions n'ont pas de valeur nominale.

### ACTIONS PROPRES

Au 31 décembre 2010, le Groupe détient 512.863 actions propres (2009: 512.863). En 2010, le conseil d'administration n'a pas utilisé l'autorisation statutaire de procéder au rachat d'actions propres, renouvelée par l'assemblée générale du 19 mai 2009.

### RÉSERVES DE CAPITAL

	2010	2009
Primes d'émission	304	304
Frais d'émission et d'augmentation du capital (net d'impôts différés)	-1.222	-1.126
Réserves concernant transactions dont le paiement est fondé sur des actions	5.088	4.013
<b>Total réserves de capital</b>	<b>4.170</b>	<b>3.191</b>

Les réserves concernant des transactions dont le paiement est fondé sur des actions concernent les options sur actions comme décrit en annexe 23.

### RÉSERVES DE RÉÉVALUATION

	2010	2009
Réserve de couverture	120	-1.147
<b>Total réserves de réévaluation</b>	<b>120</b>	<b>-1.147</b>

Réserve de couverture	2010	2009
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>-1.147</b>	<b>2.065</b>
Résultat des couvertures de flux de trésorerie	5.520	-5.557
Transféré dans le compte de résultats	-3.600	691
Impôts différés incorporés dans les fonds propres	-653	1.654
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>120</b>	<b>-1.147</b>

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 23 - 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	38.896	20,13	1/12 - 30/12/2005	10/9 - 10/10/2014
	<b>200.000</b>	<b>114.600</b>	<b>38.896</b>			

Pendant l'exercice, aucun droit de souscription a été exercé.

Résumé des droits de souscription en circulation pendant l'exercice :

	2010		2009	
	Nombre de droits de souscription	Prix moyen en euros	Nombre de droits de souscription	Prix moyen en euros
<b>En circulation au début de la période</b>	<b>40.146</b>	<b>20,13</b>	<b>40.646</b>	<b>20,13</b>
Auxquels il est renoncé pendant la période	-1.250	20,13	-500	20,13
<b>En circulation à la fin de la période</b>	<b>38.896</b>	<b>20,13</b>	<b>40.146</b>	<b>20,13</b>

### 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 trente 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	1/1 - 30/4/2004	1/1 - 22/5/2013
2001	82.125	73.575	16.571	18,20	1/1 - 26/6/2005	1/1 - 25/8/2014
2002	10.000	10.000	10.000	20,00	1/1 - 31/12/2006	1/1 - 3/10/2012
2002	50.000	33.500	12.900	21,93	1/1 - 30/6/2006	1/1 - 31/12/2015
2003	10.000	10.000	3.000	27,00	1/1 - 31/12/2007	1/1 - 10/10/2013
2003	2.500	2.500	2.500	26,00	1/1 - 31/12/2007	1/1 - 2/7/2013
2006	300.000	267.050	250.750	53,53	1/1 - 31/12/2010	1/1 - 31/12/2021
2008	300.000	233.650	221.650	40,00	1/1 - 31/12/2012	1/1 - 31/12/2023
2009	269.500	199.250	194.250	15,71	1/1 - 31/12/2013	1/1 - 31/12/2019
	<b>1.149.625</b>	<b>948.830</b>	<b>803.115</b>			

Résumé des options sur actions en circulation pendant l'exercice:

	2010		2009	
	Nombre d'options	Prix moyen en euros	Nombre d'options	Prix moyen en euros
<b>En circulation au début de la période</b>	<b>813.832</b>	<b>39,91</b>	<b>639.929</b>	<b>47,84</b>
Attribuées pendant la période			199.250	15,71
Auxquelles il est renoncé pendant la période	-10.717	24,44	-25.347	49,80
<b>En circulation à la fin de la période</b>	<b>803.115</b>	<b>40,12</b>	<b>813.832</b>	<b>39,91</b>
Exercibles à la fin de la période	222.708		103.473	

Pendant l'exercice et l'exercice précédent, aucune option sur actions a été exercée. Les options sur actions qui restent ouvertes à la fin de la période présentent une durée restante moyenne de 10 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 2010 un montant de € 1.075 (2009: € 1.368) 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 24 - PROVISIONS

2010	Provisions pour contentieux	Provisions pour l'environnement	Provisions pour restructuration	Autres provisions	Total
<b>Provisions, non courantes</b>					
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>3.033</b>	<b>45</b>	<b>2.729</b>	<b>1.514</b>	<b>7.321</b>
Variations de l'exercice					
- Provisions supplémentaires	121		2.023	629	2.773
- Transferts	333				333
- Augmentation suite à des regroupements d'entreprises	10				10
- Montants utilisés (-)	-367	-23	-1.864	-119	-2.373
- Montants non utilisés repris (-)	-478			-541	-1.019
- Autre	-4				-4
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>2.648</b>	<b>22</b>	<b>2.888</b>	<b>1.483</b>	<b>7.041</b>

Les provisions pour contentieux portent principalement sur des litiges qui concernent la SA De Streekkrant-De Weekkrantgroep, la SA Groupe Express-Roularta et la SA Roularta Media Group. Une description des litiges importants se trouve en annexe 25. Les provisions relatives à l'environnement portent sur des opérations de dépollution de sols. Les provisions pour restructuration concernent pour € 1.491 la restructuration en France et pour € 1.396 la restructuration en Belgique. Les autres provisions comprennent fin 2010 e.a. la provision Urssaf (redressements sur les cotisations sociales liés à des contrôles Urssaf) de plusieurs sociétés françaises.

2009	Provisions pour contentieux	Provisions pour l'environnement	Provisions pour restructuration	Autres provisions	Total
<b>Provisions, non courantes</b>					
<b>Au terme de l'exercice précédent</b>	<b>2.414</b>	<b>68</b>	<b>676</b>	<b>4.607</b>	<b>7.765</b>
Variations de l'exercice					
- Provisions supplémentaires	1.111		2.729	487	4.327
- Augmentation des provisions existantes				252	252
- Transferts	-120		1.752	-54	1.578
- Montants utilisés (-)	-368	-23	-2.428	-654	-3.473
- Montants non utilisés repris (-)	-4			-3.124	-3.128
<b>Au terme de l'exercice</b>	<b>3.033</b>	<b>45</b>	<b>2.729</b>	<b>1.514</b>	<b>7.321</b>

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

## ANNEXE 25 - 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 pour le non-respect d'un contrat d'impression. Une provision de € 1.200, basée sur l'estimation du coût par le conseil d'administration, a été constituée dans le cadre de cette procédure, dont un montant de € 450 a déjà été versé à la SA Kempenland.

La SA Roularta Media Group est impliquée dans une procédure devant le Tribunal de commerce avec son ancien partenaire Bookmark. Une provision de € 578 a été constituée dans le cadre de cette procédure. SA Groupe Express-Roularta a provisionné € 454 pour des litiges en cours concernant plusieurs articles publiés.

## ANNEXE 26 - AVANTAGES DU PERSONNEL NON COURANTS

### I. APERÇU GÉNÉRAL

	2010	2009
Régimes de pension à prestations définies	5.190	4.123
Indemnités de licenciement	376	300
Autres avantages du personnel non courants	2.358	2.767
<i>Avantage tarifaire futur des abonnements</i>	625	1.544
<i>Régimes de préretraite</i>	636	569
<i>Primes de jubilé</i>	1.097	321
<i>Participation au résultat et boni</i>		333
<b>Total avantages du personnel</b>	<b>7.924</b>	<b>7.190</b>

L'avantage tarifaire futur des abonnements est calculé à partir de 2010 sur la base du prix de revient marginal et non plus sur la base du prix de vente. Cette modification d'estimation se traduit par une baisse de cette provision.

La hausse de la provision pour primes de jubilé s'explique par une modification de la politique de l'entreprise relativement à l'attribution de ces primes chez Roularta Media Group.

### 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 actuaire 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 calculés sur la base de cette méthode. La différence entre les deux (valeur nette) est reprise dans le bilan du Groupe.

	2010	2009
<b>A. Montants comptabilisés au bilan</b>		
1. Obligations nettes résultant des régimes à prestations définies financés	397	377
1.1. Valeur actuelle des obligations intégralement ou partiellement financées	1.791	1.677
1.2. Juste valeur des actifs du régime (-)	-1.394	-1.300
2. Valeur actuelle des obligations non financées	4.793	3.746
<b>Obligations résultant des régimes à prestations définies, total</b>	<b>5.190</b>	<b>4.123</b>
<b>B. Charge nette comptabilisée dans le compte de résultats</b>		
1. Coûts des services rendus au cours de l'exercice	340	372
2. Charges d'intérêt	224	271
3. Rendement attendu des actifs du régime (-)	-68	-50
4. Ecart actuariels, nets	645	-969
<b>Charge nette comptabilisée dans le compte de résultats</b>	<b>1.141</b>	<b>-376</b>

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

<b>C. Mouvements de la valeur actuelle de l'obligation brute résultant des régimes à prestations définies</b>		
<b>Valeur actuelle de l'obligation résultant des régimes à prestations définies, solde d'ouverture</b>	<b>5.423</b>	<b>5.774</b>
1. Coûts des services rendus au cours de l'exercice	340	372
2. Charges d'intérêt	224	271
3. Ecart actuariels, nets	602	-986
4. Contribution participant du régime	30	30
5. Augmentation / diminution suite à des regroupements d'entreprises	39	
6. Indemnités payées (-)	-74	-30
7. Autre augmentation / diminution		-8
<b>Valeur actuelle de l'obligation résultant des régimes à prestations définies, solde de clôture</b>	<b>6.584</b>	<b>5.423</b>
<b>D. Mouvements de la juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies</b>		
<b>Juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies, solde d'ouverture</b>	<b>1.300</b>	<b>1.128</b>
1. Taux de rendement attendu des actifs du régime	68	50
2. Ecart actuariels, nets	-44	8
3. Contribution employeur	108	105
4. Contribution participant du régime	31	30
5. Indemnités payées (-)	-69	-21
<b>Juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies, solde de clôture</b>	<b>1.394</b>	<b>1.300</b>
<b>Taux de rendement réel des actifs du régime</b>	<b>24</b>	<b>58</b>
<b>E. Principales hypothèses actuarielles</b>		
1. Taux d'actualisation	3,97%	3,84%
2. Taux de rendement attendu des actifs du régime	4,7%	5,0%
3. Taux attendu d'augmentation des salaires	1,0%	1,0%
4. Augmentations futures des prestations définies	2,0%	2,0%

	2010	2009	2008	2007
Valeur actuelle de l'obligation brute résultant des régimes à prestations définies	6.584	5.423	5.774	6.070
Juste valeur des actifs du régime résultant des régimes à prestations définies	1.394	1.300	1.128	1.587
<b>Déficit / (surplus)</b>	<b>5.190</b>	<b>4.123</b>	<b>4.646</b>	<b>4.483</b>
Ajustements liés à l'expérience: augmentation (diminution) de l'obligation brute	602	-986	-427	-464
Ajustements liés à l'expérience: augmentation (diminution) des actifs du régime	-44	8	55	-147

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:

	2010	2009
Titres à revenu fixe et trésorerie	88%	87%
Actions	5%	5%
Biens immobiliers	7%	8%

Le Groupe s'attend à des cotisations à l' hauteur de € 105 versées aux régimes à prestations définies en 2011.

### 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 € 3.328 (2009: € 3.535).

### IV. OPTIONS SUR ACTIONS ET DROITS DE SOUSCRIPTION

Voir annexe 23.

## ANNEXE 27 - DETTES FINANCIÈRES

2010	COURANT		NON COURANT		Total
	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	plus de 5 ans	
<b>Dettes financières</b>					
Emprunt obligataire			48.977		<b>48.977</b>
- premier traitement: au cours utilisé pour l'opération			53.996		<b>53.996</b>
- date de bilan: au cours utilisé pour le bilan			-5.019		<b>-5.019</b>
Instruments financiers dérivés			3.414		<b>3.414</b>
Emprunt obligataire convertible			13.937		<b>13.937</b>
Dettes de location-financement	170	180	227		<b>577</b>
Etablissements de crédit	30.743	18.642	24.929	14.177	<b>88.491</b>
Autres emprunts	12	10		15	<b>37</b>
<b>Total dettes financières selon l'échéance</b>	<b>30.925</b>	<b>18.832</b>	<b>91.484</b>	<b>14.192</b>	<b>155.433</b>

2009	COURANT		NON COURANT		Total
	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	plus de 5 ans	
<b>Dettes financières</b>					
Emprunt obligataire			45.172		<b>45.172</b>
- premier traitement: au cours utilisé pour l'opération			53.792		<b>53.792</b>
- date de bilan: au cours utilisé pour le bilan			-8.620		<b>-8.620</b>
Instruments financiers dérivés			8.070		<b>8.070</b>
Emprunt obligataire convertible				18.935	<b>18.935</b>
Dettes de location-financement	182	177	407		<b>766</b>
Etablissements de crédit	22.847	43.385	41.209	16.528	<b>123.969</b>
Autres emprunts	1.200		22		<b>1.222</b>
<b>Total dettes financières selon l'échéance</b>	<b>24.229</b>	<b>43.562</b>	<b>94.880</b>	<b>35.463</b>	<b>198.134</b>

En 2010, RMG a opté pour le remboursement anticipé des crédits à long terme suivants: Emprunt obligataire convertible (ORA): € 2.000 et Etablissements de crédit: € 20.000.

Les fournisseurs de crédit imposent à partir de 1/1/2011 des covenants relatifs au taux d'endettement (dette financière nette/EBITDA), à la couverture d'intérêt (EBITDA/charges financières nettes), à la couverture des coûts fixes (EBITDA + loyers leasings opérationnels/charges financières nettes + loyers leasings opérationnels), au ratio d'endettement (dette financière nette/capitaux propres), à la solvabilité, aux capitaux propres et à la distribution de dividendes.

Jusqu'au 31/12/2010, les fournisseurs de crédit ont imposé les mêmes covenants mais basés sur le REBITDA au lieu de sur l'EBITDA.

Les dettes garanties incluses dans les dettes financières se composent comme suit:

Dettes de location-financement	577
Etablissements de crédit	12.735

Elles sont garanties par:

Hypothèques	15.417
Gages sur fonds de commerce	3.872
Par ailleurs, il y a une inscription hypothécaire sans dette impayée :	12.395

Pour plus d'informations concernant l'exposition du Groupe aux risques de change et risques de taux: voir annexe 31.

## ANNEXE 28 - AUTRES ANNEXES RELATIVES AUX PASSIFS

2010	COURANT		NON COURANT		Total
	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	plus de 5 ans	
<b>Dettes commerciales et autres dettes</b>					
Dettes commerciales	150.828	2.166			<b>152.994</b>
Acomptes reçus	49.965				<b>49.965</b>
Avantages du personnel	37.623				<b>37.623</b>
- dont dettes envers les employés	27.579				<b>27.579</b>
- dont dettes envers les administrations publiques	10.044				<b>10.044</b>
Impôts	9.801				<b>9.801</b>
Autres dettes	22.649	56		139	<b>22.844</b>
Charges à imputer et produits à reporter	4.622				<b>4.622</b>
<b>Total des dettes selon l'échéance</b>	<b>275.488</b>	<b>2.222</b>	<b>0</b>	<b>139</b>	<b>277.849</b>

2009	COURANT		NON COURANT		Total
	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	plus de 5 ans	
<b>Dettes commerciales et autres dettes</b>					
Dettes commerciales	157.234	2.464			<b>159.698</b>
Acomptes reçus	50.263				<b>50.263</b>
Avantages du personnel	37.220				<b>37.220</b>
- dont dettes envers les employés	25.757				<b>25.757</b>
- dont dettes envers les administrations publiques	11.463				<b>11.463</b>
Impôts	3.244				<b>3.244</b>
Autres dettes	25.959	56		144	<b>26.159</b>
Charges à imputer et produits à reporter	6.262				<b>6.262</b>
<b>Total des dettes selon l'échéance</b>	<b>280.182</b>	<b>2.520</b>	<b>0</b>	<b>144</b>	<b>282.846</b>

<b>Dettes commerciales courantes</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Fournisseurs	89.347	95.786
Effets à payer	1.230	3.972
Factures à recevoir / Notes de crédit à établir (*)	59.591	56.955
Clients crédit	660	521
<b>Total dettes commerciales courantes</b>	<b>150.828</b>	<b>157.234</b>

La baisse des dettes commerciales courantes par rapport à l'exercice précédent s'explique essentiellement par une différence du timing du paiement.

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

<b>Autres dettes courantes</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Taxes indirectes à payer (*)	14.079	16.420
Instruments financiers dérivés avec une juste valeur négative	6.383	8.783
Autres dettes	2.187	756
<b>Total autres dettes courantes</b>	<b>22.649</b>	<b>25.959</b>

Les taxes indirectes concernent essentiellement la TVA, le précompte professionnel et les impôts provinciaux et communaux. La baisse des autres dettes courantes s'explique par la baisse du TVA à payer.

<b>Charges à imputer et produits à reporter</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Intérêts à imputer	1.446	1.332
Charges à imputer et produits à reporter (*)	2.880	4.591
Valeur comptable des subventions publiques (*)	296	338
<b>Total charges à imputer et produits à reporter</b>	<b>4.622</b>	<b>6.261</b>

(\*) Pas de dettes financières comme définies dans IAS 32.

## ANNEXE 29 - CONTRATS DE LOCATION-FINANCEMENT ET CONTRATS DE LOCATION SIMPLE

### I. CONTRATS DE LOCATION-FINANCEMENT

	Valeur actualisée des paiements minimaux futurs		Paiements minimaux futurs	
	2010	2009	2010	2009
< 1 an	170	182	203	226
1 à 5 ans	407	584	440	652
	<b>577</b>	<b>766</b>	<b>643</b>	<b>878</b>
Paiements minimaux futurs, intérêts			-66	-112
<b>Valeur actualisée des paiements minimaux futurs</b>	<b>577</b>	<b>766</b>	<b>577</b>	<b>766</b>
Inclus dans les dettes financières:				
Dettes de location-financement courantes			170	182
Dettes de location-financement non courantes			407	584
			<b>577</b>	<b>766</b>

Les contrats de location-financement conclus par le Groupe se rapportent principalement aux antennes émettrices, machines et matériel roulant.

La Regionale Media Maatschappij détient des contrats de location relatifs au matériel de diffusion, dont les contrats contiennent une option d'achat à 1% de l'investissement brut.

Chez JOE fm, un contrat de location-financement a été conclu le 1<sup>er</sup> 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.

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Intérêts au titre des contrats de location-financement comptabilisés en charge	46	1.113

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

Les intérêts au titre des contrats de location-financement sont comptabilisés en charge sur une base linéaire sur la durée du contrat.

L'évolution par rapport à l'exercice précédent s'explique principalement par l'opération de sale-and-rent-back conclue le 30 juin 2009.

## II. CONTRATS DE LOCATION SIMPLE

	2010	2009
Paiements au titre des contrats de location simple comptabilisés en charge	23.860	19.904

Le Groupe a surtout des contrats de location simple pour des bâtiments, machines, voitures d'entreprises 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. Par rapport à l'exercice précédent, l'opération de sale-and-rent-back conclue le 30 juin 2009 entraîne une hausse des frais locatifs de € 4.181.

Paiements minimaux futurs relatifs à la location en vertu de contrats de location simple non résiliables	2010	2009
< 1 an	16.859	18.957
1 à 5 ans	60.711	41.562
> 5 ans	49.968	32.588
	<b>127.538</b>	<b>93.107</b>

## ANNEXE 30 - PASSIFS ÉVENTUELS ET ENGAGEMENTS CONTRACTUELS POUR L'ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Le Groupe se porte garant d'obligations pour un montant total de € 6.150 (2009: € 6.475), dont € 1.150 (2009: € 1.150) ont trait à des coentreprises. Des gages sur fonds de commerce ont été constitués pour un montant total de € 3.872 (2009: € 4.752), dont € 1.000 (2009: € 1.000) dans le cadre de coentreprises.

Les engagements contractuels pris pour l'achat de papier à des tiers par Roularta Printing s'élèvent à € 3.741 (2009: € 5.257). Les engagements contractuels de VMMA se chiffrent à € 51.433 (2009: € 45.807) et portent sur des droits d'émission contractés.

Il n'y a pas d'engagements contractuels matériel pour l'acquisition d'immobilisations corporelles.

## ANNEXE 31 - INSTRUMENTS FINANCIERS - RISQUES DE MARCHÉ ET AUTRES RISQUES

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

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 ne court aucun risque de change matériel relatif à 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 (€ 310 créance fin 2010 et € 183 obligation fin 2009) 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 USD 11.436 (2009: USD 13.554).

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

#### Activités financières

La seule activité de financement présentant un risque de change potentiel est le US Private Placement contracté en 2006 par le Groupe en USD portant sur un montant nominal de USD 75.000, avec un solde fin 2010 de USD 66.151, échéant en 2014 et dont les intérêts sont payables semestriellement.

Pour couvrir le risque de change sur cet emprunt en USD, tant sur le principal que sur les intérêts dus (futurs), le Groupe a contracté un contrat à terme sur devises ('Cross-Currency-Swap') qui présente la même date d'échéance que la date où le remboursement et le paiement des intérêts devront avoir lieu. Etant donné que cet instrument financier couvre l'intégralité du risque de change, la couverture est considérée comme un contrat de couverture de flux de trésorerie et fait l'objet de la comptabilité de couverture.

Lors du premier traitement de cet emprunt, la conversion en euro 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. Les différences de cours sur cet emprunt en USD qui ont été reprises en résultat au cours de l'exercice s'élèvent à - € 3.600 (2009: € 691). L'évolution de la valeur de marché du contrat à terme sur devise qui est également reprise en résultat se chiffre à € 3.600 (2009: - € 691). La valeur de marché de ce contrat à la date du bilan se chiffre à - € 5.019 (2009: - € 8.620).

#### 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 27.

L'emprunt obligataire et les emprunts auprès des établissements de crédit affichent un taux d'intérêt fixe ou variable.

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 2010:

Taux d'intérêt	Valeur comptable	Taux d'intérêt réel
Taux d'intérêt fixe	20.174	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt fixe avec marge variable (*)	82.338	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt variable, converti en taux d'intérêt fixe via des contrats de couverture, avec marge variable (*)	30.020	entre 4% et 6,5%
Taux d'intérêt variable	12.544	entre 1% et 5%

Au 31 décembre 2010, le Groupe a en outre des comptes courants négatifs contractés auprès des établissements de crédit pour un montant total de € 6.329, 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 2009:

Taux d'intérêt	Valeur comptable	Taux d'intérêt réel
Taux d'intérêt fixe	26.736	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt fixe avec marge variable (*)	93.391	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt variable, converti en taux d'intérêt fixe via des contrats de couverture, avec marge variable (*)	52.877	entre 4% et 6%
Taux d'intérêt variable	22.671	entre 2% et 5%

Au 31 décembre 2009, le Groupe a en outre des comptes courants négatifs contractés auprès des établissements de crédit pour un montant total de € 471, 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, peuvent être résumés comme suit:

*Emprunt obligataire:* afin de couvrir le risque d'intérêt sur cet emprunt en USD, le Groupe a contracté un Interest-Rate-Swap, en plus du Cross-Currency-Swap visant à couvrir le risque de change détaillé au paragraphe consacré au risque de change. Suite à ce contrat, le taux d'intérêt fixe réel sur cet emprunt a été ramené à 4,75%. Les flux de trésorerie relatifs à ce contrat coïncident avec les flux de trésorerie du paiement d'intérêts et du remboursement de cet emprunt obligataire.

Ce contrat IRS est considéré comme un contrat de couverture de flux de trésorerie.

*Etablissements de crédit:* afin de limiter le risque de taux variable sur les divers contrats, un contrat Cap-Rate et plusieurs contrats IRS ont été conclus, assortis d'un montant notionnel total de € 29.870 (2009: € 52.877).

De plus, il y a certains contrats qui ne peuvent pas être considérés comme des contrats de couverture selon les normes IAS 39.

Il s'agit d'un contrat IRCS, de contrats IRS, d'un contrat Cap-Floor, d'un contrat Floor Spread et d'un contrat Index Swap d'un montant notionnel total de USD 8.849 et de € 115.969 (2009: USD 8.849 et de € 170.076). En 2010, un contrat IRS a été liquidé anticipativement, ce qui a donné lieu à un cash-flow positif de € 2.845, actés sous les autres produits de financement. En 2009, un contrat Cap-Floor et un contrat IRS ont été liquidés anticipativement, ce qui a donné lieu à un cash-flow positif de € 1.058, actés sous les autres produits de financement.

Les échéances des montants notionnels des instruments financiers se résument comme suit:

2010	COURANT		NON COURANT	
	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	plus de 5 ans
<b>Cross Currency Interest Rate Swap</b>				
<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	
<b>Interest Rate Swap</b>				
<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	6.407	12.407	11.056	
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	15.250	2.100	79.000	
<b>Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)</b>				
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	938	8.681	10.000	

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

2009	COURANT		NON COURANT	
	1 an au plus	2 ans	3 à 5 ans	plus de 5 ans
<b>Cross Currency Interest Rate Swap</b>				
<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	
<b>Interest Rate Swap</b>				
<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	13.007	16.407	23.463	
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>		5.250	67.920	75.000
<b>Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)</b>				
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	2.288	938	8.680	10.000

Les valeurs réelles à la date du bilan de ces instruments financiers se résument comme suit:

	2010		2009	
	Créance	Obligation	Créance	Obligation
<b>Cross Currency Interest Rate Swap</b>				
<i>Currency Rate Swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie</i>		-5.019		-8.620
<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>	1.605		550	
<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>		-457		-1.080
<b>Interest Rate Swap</b>				
<i>Couverture de flux de trésorerie</i>		-1.423		-2.287
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>		-4.092		-4.168
<b>Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)</b>				
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>		-411		-1.248
	<b>1.605</b>	<b>-11.402</b>	<b>550</b>	<b>-17.403</b>

L'impact de l'évolution des valeurs de marché (avant impôts) de ces instruments financiers se résume comme suit:

2010	Evolution valeurs de marché	comptabilisées dans les fonds propres	comptabilisées dans le compte de résultats
<b>Cross Currency Interest Rate Swap</b>			
<i>Currency rate swap - contrat à terme sur devise</i>	3.600		3.600
<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>	1.056	1.056	
<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>	623		623
<b>Interest Rate Swap</b>			
<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	864	864	
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	76		76
<b>Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)</b>			
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	838		838
	<b>7.057</b>	<b>1.920</b>	<b>5.137</b>

Comme spécifié ci-dessus, une différence de cours sur l'emprunt en USD est reprise au résultat pour un montant de - € 3.600.

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

2009	Evolution valeurs de marché	comptabilisées dans les fonds propres	comptabilisées dans le compte de résultats
<b>Cross Currency Interest Rate Swap</b>			
<i>Currency rate swap - contrat à terme sur devise</i>	-691		-691
<i>Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie</i>	-4.583	-4.583	
<i>Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie</i>	-1.079		-1.079
<i>Interest Rate Currency Swap - réalisé</i>			1.068
<b>Interest Rate Swap</b>			
<i>Couverture de flux de trésorerie</i>	-283	-283	
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	-1.285		-1.285
<b>Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)</b>			
<i>Non-couverture de flux de trésorerie</i>	-192		-192
	<b>-8.113</b>	<b>-4.866</b>	<b>-2.179</b>

Comme spécifié ci-dessus, une différence de cours sur l'emprunt en USD est reprise au résultat pour un montant de € 691. 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 2010.

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 2010 de € 631, 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 2010 de € 646. 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 2010 de € 179. En revanche, une baisse générale de 100 points de base du taux se traduirait par une hausse du résultat avant impôts 2010 de € 193.

#### C. RISQUE DE CRÉDIT

Afin de gérer le risque de crédit, des contrôles de solvabilité sont effectués pour tous les clients demandant un crédit important. 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 les clients étrangers de l'imprimerie.

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.

Aucune concentration importante de risques de crédit avec une seule contrepartie n'a été enregistrée au 31 décembre 2010.

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 G. ci-après, les dépréciations étant détaillées à l'annexe 18.

#### D. RISQUE DE MARCHÉ

De manière générale, le marché des médias est très cyclique et sensible à la conjoncture.

Le Groupe suit pas à pas les évolutions du marché dans l'univers des médias, de manière à pouvoir en tout temps anticiper 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.

Le résultat des divisions Médias Imprimés et Médias Audiovisuels est dans une large mesure déterminé par le marché publicitaire, le marché des lecteurs et les taux d'audience. Dans la division des Médias Audiovisuels, les frais de programmation, tant pour les productions nationales que pour le matériel cinématographique étranger, sont définis longtemps à l'avance et ne sont donc pas flexibles. En revanche, le marché publicitaire peut connaître une importante évolution à court terme.

Les catégories de frais qui déterminent dans une large mesure le prix de revient total dans la division Médias Imprimés, comme les frais 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 de RMG 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 annuels pour le papier journal, et des contrats périodiques pour le papier magazine.

#### E. RISQUE DE LIQUIDITÉ

Les échéances contractuelles des dettes financières se trouvent en annexe 27.

L'endettement de RMG et les restrictions convenues dans les contrats de financement peuvent affecter les activités, la position financière et/ou les résultats d'exploitation de RMG. La rupture éventuelle de covenants peut donner lieu à l'exigibilité immédiate des crédits.

Le Groupe dispose de plusieurs lignes de crédit à court terme pour un montant total de € 79.796 et prévoit de respecter ses engagements par une combinaison de flux de trésorerie opérationnels et de lignes de crédit existants.

#### F. 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.

Outre les minima légaux requis pour les capitaux propres qui sont d'application à nos filiales dans les différents pays, plusieurs covenants ont été imposés au niveau consolidé dans le cadre des emprunts existants, parmi lesquels des capitaux propres minimaux.

Lorsque nous analysons notre structure de capital, nous utilisons la même distinction dettes/fonds propres que celle appliquée dans nos comptes selon les IFRS.

#### G. JUSTE VALEUR

La valeur comptable et la juste valeur des actifs financiers et des passifs financiers s'élèvent à:

	2010		2009		
	Annexe	Valeur comptable	Juste valeur	Valeur comptable	Juste valeur
<b>Actifs non courants</b>					
Prêts, cautions, participations disponibles à la vente	17	4.093	4.093	3.935	3.935
Clients et autres créances	18	1.918	1.918	2.171	2.171
Produits dérivés financiers		310	310		
<b>Actifs courants</b>					
Clients et autres créances	18	175.865	175.865	166.537	166.537
Placements de trésorerie	21	2.620	2.620	2.395	2.395
Trésorerie	21	41.411	41.411	69.304	69.304
<b>Passifs non courants</b>					
Dettes financières	27	-124.508	-113.465	-173.905	-163.458
Dettes commerciales	28	-2.166	-2.166	-2.464	-2.464
Autres dettes	28	-195	-195	-200	-200
Produits dérivés financiers				-183	-183
<b>Passifs courants</b>					
Dettes financières	27	-30.925	-40.841	-24.229	-34.895
Dettes commerciales	28	-91.237	-91.237	-100.279	-100.279
Acomptes reçus	28	-49.965	-49.965	-50.263	-50.263
Autres dettes	28	-8.570	-8.570	-9.539	-9.539
Intérêts à imputer	28	-1.446	-1.446	-1.332	-1.332

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 17: la participation dans Cyber Press Publishing SA a fait en 2007 l'objet d'une réduction de valeur intégrale étant donné que cette société a été mise en liquidation, et comme aucune estimation fiable ne peut être faite de la juste valeur des autres 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 2010, les instruments financiers valorisés à la juste valeur sont:

	31-12-2010	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
<b>Actifs valorisés à la juste valeur</b>				
Placements de trésorerie	2.620		2.620	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie	1.605		1.605	
Instruments dérivés - contrats de change	310		310	
<b>Passifs valorisés à la juste valeur</b>				
Currency rate swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie	-5.019		-5.019	
Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie	-457		-457	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie	-1.423		-1.423	
Interest Rate Swap - non-couverture de flux de trésorerie	-4.092		-4.092	
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)	-411		-411	

Au 31 décembre 2009, les instruments financiers valorisés à la juste valeur sont:

	31-12-2009	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
<b>Actifs valorisés à la juste valeur</b>				
Placements de trésorerie	2.395		2.395	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie	550		550	
<b>Passifs valorisés à la juste valeur</b>				
Instruments dérivés - contrats de change	-183		-183	
Currency rate swap - contrat à terme sur devise - couverture de flux de trésorerie	-8.620		-8.620	
Interest Rate Currency Swap - non-couverture de flux de trésorerie	-1.080		-1.080	
Interest Rate Swap - couverture de flux de trésorerie	-2.287		-2.287	
Interest Rate Swap - non-couverture de flux de trésorerie	-4.168		-4.168	
Contrats divers (Cap/Floor, Floor Spread, Cap Rate, Index Swap)	-1.248		-1.248	

L'hierarchie 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 2010, il n'y avait pas de transferts entre niveaux.

## ANNEXE 32 - ACQUISITIONS DE FILIALES

Les acquisitions importantes suivantes, avec impact sur les comptes annuels consolidés, sont intervenues en 2010:

Le 10 juin 2010, Groupe Express-Roularta, filiale de Roularta Media Group, a acquis 100% des actions de Forum de l'Investissement SA (autrefois Win SA), l'organisateur des salons 'Fiscap' et 'Forum de l'Investissement'. Cette acquisition a pour objectif d'offrir aux lecteurs et annonceurs du mensuel français 'Mieux Vivre Votre Argent' un paquet multimédia basé sur une réelle synergie entre la presse écrite, l'Internet et les salons. Pour cette acquisition, le contrat prévoit un prix d'achat complémentaire et une partie variable du prix d'achat en fonction du chiffre d'affaires atteint en 2010 et 2011. La partie variable du prix est partiellement illimitée. Le goodwill reconnu lors de l'acquisition est lié au supplément que le Groupe était disposé à payer pour l'expertise et la notoriété de ces salons, ainsi que pour les synergies qui devraient apparaître avec les magazines du Groupe.

Le 1<sup>er</sup> juillet 2010, Senior Publications Nederland BV a acquis les 50% restants des actions de Press Partners BV, éditeur du portail santé 'Gezondheidsnet.nl'. Cette acquisition s'inscrit dans le cadre de l'extension des activités Internet de Senior Publications Nederland BV. Le prix d'achat se compose d'une partie fixe et d'un earn-out complémentaire basé sur la marge brute du chiffre d'affaires sur la période du 01/01/2010 au 31/12/2014. Le goodwill reconnu lors de l'acquisition est lié au supplément que le Groupe était disposé à payer pour l'expertise et la notoriété de ce portail, ainsi que pour les synergies qui devraient apparaître avec e.a. plusonline.nl.

Le 5 novembre 2010, Vlaamse Media Maatschappij NV a acquis 100% des actions de Media Ad Infinitum SA, la société d'exploitation de la chaîne de télévision Vitaya. Cette acquisition s'inscrit dans l'extension du portefeuille de chaînes de VMMA. Par cette acquisition, VMMA acquiert une chaîne qui s'adresse essentiellement aux femmes, un aspect complémentaire dans son offre télévisuelle. De plus, Vitaya est une marque forte, à l'instar des quatre chaînes télé actuelles. Le prix d'acquisition ne contient pas d'earn-out. Le goodwill reconnu à la date d'acquisition est lié à la marque forte de la chaîne Vitaya, aux côtés des synergies attendues avec les autres chaînes de la Vlaamse Media Maatschappij.

Le prix des acquisitions mentionnées ci-dessus, y compris l'earn-out à payer estimé, s'élève à € 10.444. De ce montant, € 10.038 étaient déjà payés fin 2010.

Le 31 décembre 2010, Roularta Media Group SA a acquis 25% des actions de l'agence événementielle Twice Entertainment SPRL. Cette acquisition s'inscrit parfaitement dans le cadre de la diversification de ses activités. Cette entreprise est acquise fin 2010 dans la consolidation via la méthode de la mise en équivalence.

En 2009, Starway SA a été lancé et la participation dans Alphadistri SAS a été relevée de 50% à 100%.

Les acquisitions effectuées en 2010 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:

	2010	2009
<b>ACTIFS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Actifs non courants</b>	<b>319</b>	<b>590</b>
Immobilisations incorporelles	241	587
Immobilisations corporelles	75	3
Prêts, cautions, participations disponibles à la vente	3	0
<b>Actifs courants</b>	<b>3.622</b>	<b>146</b>
Stocks	1.306	0
Clients et autres créances	1.908	47
Trésorerie et équivalents de trésorerie	259	99
Charges à reporter et produits acquis	149	0
<b>Total de l'actif</b>	<b>3.941</b>	<b>736</b>
	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>PASSIFS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Passifs non courants</b>	<b>117</b>	<b>199</b>
Provisions	10	0
Avantages du personnel	39	0
Passifs d'impôts différés	58	199
Dettes financières	10	0
<b>Passifs courants</b>	<b>3.918</b>	<b>65</b>
Dettes financières	8	0
Dettes commerciales	2.726	4
Avantages du personnel	112	6
Impôts	0	23
Autres dettes	721	10
Charges à imputer et produits à reporter	351	22
<b>Total du passif</b>	<b>4.035</b>	<b>264</b>
<b>Total actif net acquis</b>	<b>-94</b>	<b>472</b>
Actif net acquis	-94	472
Goodwill	10.538	
<b>Prix d'acquisition payé / à payer en trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>10.444</b>	<b>472</b>
Placements, trésorerie et équivalents de trésorerie acquis	-259	-99
<b>Sortie de trésorerie nette</b>	<b>10.185</b>	<b>373</b>

Le chiffre d'affaires et le résultat des entreprises acquises inclus dans le chiffre d'affaires et le résultat du Groupe est:

	Chiffre d'affaires de l'exercice	Résultat de l'exercice
Forum de l'Investissement SA	1.442	82
Press Partners BV	58	-14
Media Ad Infinitum NV	0	0

Si l'acquisition des participations citées avait eu lieu le 1<sup>er</sup> janvier 2010, € 8.645 de chiffre d'affaires et € 3.029 de perte auraient été enregistrés dans le compte de résultats consolidé.

## ANNEXE 33 - CESSIONS DE FILIALES

Au cours de l'exercice, aucune participation a été vendue.

Au cours de l'exercice précédent, TTG Plus Publishing AB et Travelmedia NV ont été vendues.

La juste valeur des actifs et passifs des filiales abandonnées à la date de cession est présentée comme suit:

	2010	2009
<b>ACTIFS</b>		
<b>Actifs non courants</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Actifs courants</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
Clients et autres créances		4
Trésorerie et équivalents de trésorerie		4
<b>Total de l'actif</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
<b>PASSIFS</b>		
<b>Passifs non courants</b>	<b>0</b>	<b>523</b>
Dettes financières		523
<b>Passifs courants</b>	<b>0</b>	<b>9</b>
Dettes commerciales		9
<b>Total du passif</b>	<b>0</b>	<b>532</b>
<b>Total actif net abandonné</b>	<b>0</b>	<b>-524</b>
Prêt vendu		517
Ecarts de conversion dans les fonds propres		-88
Profit (perte) sur vente participation		98
<b>Prix de rachat reçu en liquidités</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Placements, trésorerie et équivalents de trésorerie abandonnés	0	-4
<b>Entrée (sortie) de trésorerie nette</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>

## ANNEXE 34 - PARTICIPATIONS DANS DES COENTREPRISES

Une liste des coentreprises, comportant le nom, le pays d'origine et le pourcentage détenu, est reprise dans l'annexe 38 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:

	2010	2009
Actifs non courants	87.120	79.941
Actifs courants	106.562	108.031
Passifs non courants	15.352	16.525
Passifs courants	62.152	59.820
Quote-part dans le chiffre d'affaires	207.307	205.448
Quote-part dans le résultat net	21.922	17.203

## ANNEXE 35 - FAITS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Le 14 janvier 2011, le capital a été augmenté de € 185 par la création de 9.183 nouvelles actions assorties d'un strip WPR, suite à l'exercice de warrants. Le conseil d'administration, faisant usage du capital autorisé, a augmenté subséquemment le capital de € 1 par l'incorporation des réserves disponibles pour le même montant, sans émission de nouvelles actions, afin de porter le capital social à € 203.225.

Après cette augmentation du capital, le capital souscrit s'élève à € 203.225, représenté par 13.141.123 actions sans valeur nominale.

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 36 - HONORAIRES AU COMMISSAIRE ET AUX PERSONNES LIÉES AU COMMISSAIRE

Les honoraires du commissaire s'élèvent à € 396. Les honoraires du commissaire pour des missions de contrôle supplémentaires s'élèvent à € 13. Les honoraires des personnes auxquelles le commissaire est lié s'élèvent à € 10 pour les missions fiscales et juridiques.

## ANNEXE 37 - INFORMATION RELATIVE AUX PARTIES LIÉES

2010	Coentreprises	Entreprises associées	Autres parties liées	Total
<b>I. ACTIFS AVEC LES PARTIES LIÉES</b>	<b>6.059</b>	<b>1.789</b>	<b>112</b>	<b>7.960</b>
<b>Prêts, cautions, participations disponibles à la vente</b>	<b>553</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>553</b>
Prêts	553			553
<b>Créances courantes</b>	<b>5.506</b>	<b>1.789</b>	<b>112</b>	<b>7.407</b>
Clients	4.591	1.789	112	6.492
Autres créances	915			915
<b>II. PASSIFS AVEC LES PARTIES LIÉES</b>	<b>2.721</b>	<b>250</b>	<b>150</b>	<b>3.121</b>
<b>Dettes financières</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19</b>
Autres dettes	19			19
<b>Dettes</b>	<b>2.702</b>	<b>250</b>	<b>150</b>	<b>3.102</b>
Fournisseurs	2.692	250	150	3.092
Autres dettes	10			10
<b>III. TRANSACTIONS ENTRE PARTIES LIÉES</b>				
Vente de biens	1.860			<b>1.860</b>
Achat de biens (-)	0			<b>0</b>
Prestations de services données	14.104	4.351	369	<b>18.824</b>
Prestations de services reçues (-)	-5.704	-1.518	-2.325	<b>-9.547</b>
Transferts suivant les conventions de financement	-6			<b>-6</b>
<b>IV. RÉMUNÉRATION DES PRINCIPAUX DIRIGEANTS (Y COMPRIS ADMINISTRATEURS)</b>				<b>5.711</b>
- dont avantages à court terme				4.920
- dont avantages postérieurs à l'emploi				209
- dont indemnités de licenciement				106
- dont transactions dont le paiement est fondé sur des actions				476

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

2009	Coentreprises	Entreprises associées	Autres parties liées	Total
<b>I. ACTIFS AVEC LES PARTIES LIÉES</b>	<b>8.000</b>	<b>1.487</b>	<b>27</b>	<b>9.514</b>
<b>Prêts, cautions, participations disponibles à la vente</b>	<b>802</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>802</b>
Prêts	802			802
<b>Créances non courantes</b>	<b>322</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>322</b>
Autres créances	322			322
<b>Créances courantes</b>	<b>6.876</b>	<b>1.487</b>	<b>27</b>	<b>8.390</b>
Clients	6.876	1.487	27	8.390
<b>II. PASSIFS AVEC LES PARTIES LIÉES</b>	<b>3.593</b>	<b>381</b>	<b>389</b>	<b>4.363</b>
<b>Dettes financières</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19</b>
Autres dettes	19			19
<b>Dettes</b>	<b>3.574</b>	<b>381</b>	<b>389</b>	<b>4.344</b>
Fournisseurs	3.566	381	389	4.336
Autres dettes	8			8
<b>III. TRANSACTIONS ENTRE PARTIES LIÉES</b>				
Vente de biens	2.675		26	<b>2.701</b>
Achat de biens (-)	0		-21	<b>-21</b>
Prestations de services données	18.754	4.273	291	<b>23.318</b>
Prestations de services reçues (-)	-7.735	-1.396	-2.199	<b>-11.330</b>
Transferts suivant les conventions de financement	-37			<b>-37</b>
<b>IV. RÉMUNÉRATION DES PRINCIPAUX DIRIGEANTS (Y COMPRIS ADMINISTRATEURS)</b>				<b>5.647</b>
- dont avantages à court terme				4.920
- dont avantages postérieurs à l'emploi				172
- dont transactions dont le paiement est fondé sur des actions				555

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 38.

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.

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

## ANNEXE 38 - STRUCTURE DU GROUPE

La société mère ultime du Groupe est Roularta Media Group NV, Roeselare, Belgique. Au 31 décembre 2010, 62 filiales, coentreprises et entreprises associées sont consolidées.

Nom de l'entreprise	Location	Fraction du capital détenue
<b>1. Entreprises consolidées globalement</b>		
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%
ANIMATION 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%
LE VIF MAGAZINE SA	Bruxelles, 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%
TVOJ MAGAZIN D.O.O.	Zagreb, Croatie	100,00%
WEST-VLAAMSE MEDIA GROEP NV	Roeselare, Belgique	100,00%
MESTNE REVIJE D.O.O.	Ljubljana, Slovénie	92,00%
DE STREEKKRANT-DE WEEKKRANTGROEP NV	Roeselare, Belgique	80,00%
DRUKKERIJ LEYSEN NV	Mechelen, Belgique	80,00%
TAM-TAM NV	Knokke, Belgique	80,00%
ROULARTA PRINTING NV	Roeselare, Belgique	77,41%
VOGUE TRADING VIDEO NV	Roeselare, Belgique	74,67%
PRÉLUDE ET FUGUE SARL	Paris, France	51,00%
ZEEUWS VLAAMS MEDIABEDRIJF BV	Terneuzen, Pays-Bas	40,80%
<b>2. Entreprises consolidées proportionnellement</b>		
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%
DICOS D'OR SNC	Paris, France	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%
JOE fm 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%
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%
STARWAY NV	Vilvoorde, Belgique	50,00%
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%

**3. Entreprises mises en équivalence**

REPROGRESS 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%

**4. Entreprises d'importance négligeable qui ne sont pas comprises dans les états financiers consolidés**

EUROCASINO NV - en liquidation	Bruxelles, Belgique	19,00%
CYBER PRESS PUBLISHING SA	Clichy, France	15,39%

**Au cours de l'exercice 2010, les changements suivants sont intervenus dans le Groupe:****Nouvelles participations:**

- 100% en Forum de l'Investissement SA via Groupe Express-Roularta SA, depuis 10/06/2010
- 50% en Media Ad Informatum NV via Vlaamse Media Maatschappij NV, depuis 05/11/2010
- 25% en Twice Entertainment BVBA, depuis 31/12/2010

**Augmentation de la participation sans changement de méthode de consolidation:**

- Press Partners BV, de 25% à 50%, depuis 01/07/2010

**Participations liquidées et fusionnées:**

- Editions Génération SA: fusionné avec Groupe Express-Roularta SA depuis 01/10/2010
- Zéfir Web SNC: liquidé depuis 16/12/2010
- Zéfir Carrières SNC: liquidé depuis 16/12/2010

# RAPPORT DU COMMISSAIRE

Rapport du commissaire sur les comptes consolidés sur l'exercice clôturé le 31 décembre 2010  
présenté à l'assemblée générale des actionnaires

Aux actionnaires

Conformément aux dispositions légales et statutaires, nous vous faisons rapport dans le cadre du mandat de commissaire qui nous a été confié. Ce rapport inclut notre opinion sur les comptes consolidés ainsi que la mention complémentaire requise.

## ATTESTATION SANS RÉSERVE DES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de Roularta Media Group SA (la 'société') et de ses filiales (conjointement le 'Groupe'), établis en conformité avec le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne et avec les dispositions légales et réglementaires applicables en Belgique. Ces comptes consolidés comprennent le bilan consolidé clôturé le 31 décembre 2010, le compte de résultats consolidé, l'état du résultat global consolidé, 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 bilan consolidé s'élève à 932.632 (000) EUR et le bénéfice consolidé (part du Groupe) de l'exercice s'élève à 30.952 (000) EUR.

L'établissement des comptes consolidés relève de la responsabilité du conseil d'administration. Cette responsabilité comprend entre autres: la conception, la mise en place et le suivi d'un contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation sincère de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, le choix et l'application de méthodes comptables appropriées ainsi que la détermination d'estimations comptables raisonnables au regard des circonstances.

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces comptes consolidés sur base de notre contrôle. Nous avons effectué notre contrôle conformément aux dispositions légales et selon les normes de révision applicables en Belgique, telles qu'édictées par l'Institut des Réviseurs d'Entreprises. Ces normes de révision requièrent que notre contrôle soit organisé et exécuté de manière à obtenir une assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives.

Conformément aux normes de révision précitées, nous avons mis en œuvre des procédures de contrôle en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les comptes consolidés. Le choix de ces procédures relève de notre jugement, y compris l'évaluation du

risque que les comptes consolidés contiennent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans le cadre de cette évaluation de risque, nous avons tenu compte du contrôle interne en vigueur dans le Groupe pour l'établissement et la présentation sincère des comptes consolidés afin de définir les procédures de contrôle appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne du Groupe. Nous avons également évalué le bien-fondé des méthodes comptables, le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la société, ainsi que la présentation des comptes consolidés dans leur ensemble. Enfin, nous avons obtenu du conseil d'administration et des préposés de la société les explications et informations requises pour notre contrôle. Nous estimons que les éléments probants recueillis fournissent une base raisonnable à l'expression de notre opinion.

A notre avis, les comptes consolidés donnent une image fidèle de la situation financière du Groupe au 31 décembre 2010, et de ses résultats et flux de trésorerie pour l'année clôturée à cette date, conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne et aux dispositions légales et réglementaires applicables en Belgique.

## MENTION COMPLÉMENTAIRE

L'établissement et le contenu du rapport de gestion sur les comptes consolidés relèvent de la responsabilité du conseil d'administration.

Notre responsabilité est d'inclure dans notre rapport la mention complémentaire suivante qui n'est pas de nature à modifier la portée de l'attestation des comptes consolidés:

- Le rapport de gestion sur les comptes consolidés traite des informations requises par la loi et concorde avec les comptes consolidés. Toutefois, nous ne sommes pas en mesure de nous prononcer sur la description des principaux risques et incertitudes auxquels le Groupe est confronté, ainsi que de sa situation, de son évolution prévisible ou de l'influence notable de certains faits sur son développement futur. Nous pouvons néanmoins confirmer que les renseignements fournis ne présentent pas d'incohérences manifestes avec les informations dont nous avons connaissance dans le cadre de notre mandat.

Kortrijk, le 22 avril 2011

Le commissaire,

DELOITTE Réviseurs d'Entreprises, SC s.f.d. SCRL  
Représentée par Frank Verhaegen et Mario Dekeyser

# 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](http://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 2010, donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de la société, conformément au référentiel comptable applicable en Belgique

## COMPTE DE RÉSULTATS STATUTAIRE ABRÉGÉ

COMPTE DE RÉSULTATS STATUTAIRE ABRÉGÉ	2010	2009
Ventes et prestations	295.632	292.192
Coût des ventes et des prestations	-277.037	-284.370
<b>Bénéfice d'exploitation</b>	<b>18.595</b>	<b>7.822</b>
Produits financiers	21.609	26.344
Charges financières	-5.833	-11.177
<b>Bénéfice courant avant impôts</b>	<b>34.371</b>	<b>22.989</b>
Produits exceptionnels	1.139	5.288
Charges exceptionnelles	-36	-8.532
<b>Bénéfice de l'exercice avant impôts</b>	<b>35.474</b>	<b>19.745</b>
Prélèvements sur les impôts différés	18	23
Impôts sur le résultat	-5.076	-396
<b>Bénéfice de l'exercice</b>	<b>30.416</b>	<b>19.372</b>
Prélèvements sur les réserves immunisées	31	39
<b>Bénéfice de l'exercice à affecter</b>	<b>30.447</b>	<b>19.411</b>

AFFECTATIONS ET PRÉLÈVEMENTS	2010	2009
<b>Bénéfice à affecter</b>	<b>30.450</b>	<b>19.414</b>
Bénéfice de l'exercice à affecter	30.447	19.411
Bénéfice reporté de l'exercice précédent	3	3
<b>Affectations aux capitaux propres</b>	<b>-24.133</b>	<b>-19.411</b>
A la réserve légale	1.523	971
Aux autres réserves	22.610	18.440
<b>Résultat à reporter</b>	<b>-3</b>	<b>-3</b>
Bénéfice à reporter	3	3
<b>Bénéfice à distribuer</b>	<b>-6.314</b>	<b>0</b>
Rémunération du capital	6.314	0

#### BILAN STATUTAIRE ABRÉGÉ APRÈS AFFECTATION DU RÉSULTAT

ACTIF	2010	2009
<b>Actifs immobilisés</b>	<b>467.118</b>	<b>466.376</b>
Frais d'établissement	358	676
Immobilisations incorporelles	7.226	8.193
Immobilisations corporelles	15.801	17.107
Immobilisations financières	443.733	440.400
<b>Actifs circulants</b>	<b>140.685</b>	<b>154.044</b>
Créances à plus d'un an	275	550
Stocks et commandes en cours d'exécution	1.089	952
Créances à un an au plus	107.840	97.544
Placements de trésorerie	13.951	20.058
Valeurs disponibles	15.202	32.892
Comptes de régularisation	2.328	2.048
<b>Total de l'actif</b>	<b>607.803</b>	<b>620.420</b>
<b>PASSIF</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>315.553</b>	<b>291.455</b>
Capital	203.040	203.040
Primes d'émission	304	304
Réserve légale	14.789	13.266
Réserves indisponibles	12.951	7.821
Réserves immunisées	1.491	1.522
Réserves disponibles	82.974	65.494
Bénéfice reporté	3	3
Subsides en capital	1	5
<b>Provisions et impôts différés</b>	<b>2.120</b>	<b>1.514</b>
<b>Dettes</b>	<b>290.130</b>	<b>327.451</b>
Dettes à plus d'un an	149.286	180.458
Dettes à un an au plus	138.474	143.861
Comptes de régularisation	2.370	3.132
<b>Total du passif</b>	<b>607.803</b>	<b>620.420</b>

Tous les montants financiers sont exprimés en milliers d'euros.

# 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 17 mai 2011, ont été approuvés par le conseil d'administration du 18 mars 2011.

#### AFFECTATION DU RÉSULTAT

Le bénéfice de l'exercice 2010 à affecter s'élève à 30.446.976,81 euros, par rapport à 19.410.930,26 euros pour l'exercice 2009. Le bénéfice reporté de l'exercice précédent s'élève à 3.251,81 euros. Par conséquent le bénéfice à affecter s'élève à 30.450.228,62 euros.

Le conseil d'administration propose à l'assemblée générale de distribuer un dividende brut de 0,50 euro par action. Cela repré-

sente un dividende net de 0,375 euro par action (après 25% de précompte mobilier). Le dividende net des actions accompagnées d'un strip WPR s'élève à 0,425 euro.

Par conséquent on propose d'affecter le résultat comme suit:

- Affectation à la réserve légale de 1.523.000,00 euros
- Affectation aux autres réserves de 22.610.000,00 euros
- Résultat à reporter de 3.098,62 euros
- Bénéfice à distribuer de 6.314.130,00 euros

Si la proposition d'affectation du résultat susmentionnée est approuvée, les dividendes seront payables à partir du 1<sup>er</sup> juin 2011 (= pay date) contre la remise du coupon n° 11. La banque ING a été désignée comme 'paying agent'.

# LECTEURS / DIFFUSION / VISITEURS

## BELGIQUE

### Krant van West-Vlaanderen:

391.037 lecteurs CIM,  
diffusion 77.160 ex.

### BELGIQUE MAGAZINES D'ACTUALITÉ

#### Knack:

596.345 lecteurs CIM,  
diffusion 116.964 ex.

#### Le Vif/L'Express:

389.793 lecteurs CIM,  
diffusion 73.362 ex.

#### Knack Weekend:

457.265 lecteurs CIM,  
diffusion 116.964 ex.

#### Le Vif Weekend:

247.811 lecteurs CIM,  
diffusion 73.362 ex.

#### Knack Focus:

379.004 lecteurs CIM,  
diffusion 116.964 ex.

#### Focus Vif:

170.265 lecteurs CIM,  
diffusion 73.362 ex.

### BELGIQUE MAGAZINES D'AFFAIRES ET D'ACTUALITÉ

#### Trends/Trends-Tendances:

205.012 lecteurs CIM,  
diffusion 39.169 ex.

#### Trends MoneyTalk:

91.702 lecteurs CIM,  
diffusion 47.108 ex.

### BELGIQUE MAGAZINE SPORTIF

#### Sport/Foot Magazine:

561.755 lecteurs CIM,  
diffusion 53.632 ex.

## MAGAZINES POUR SENIORS

### Plus Belgique:

337.564 lecteurs CIM,  
diffusion 119.233 ex.

### Plus Pays-Bas:

1.400.000 lecteurs,  
diffusion 345.000 ex.

### Plus Allemagne:

diffusion 287.000 ex.

## BELGIQUE MAGAZINES PEOPLE

### Royals:

116.837 lecteurs CIM,  
diffusion 27.275 ex.

### Télépro:

460.000 lecteurs CIM,  
diffusion 127.706 ex.

## BELGIQUE MAGAZINES LIFESTYLE

### Nest:

500.881 lecteurs CIM,  
diffusion 139.128 ex.

### Je vais Construire & Rénover:

128.265 lecteurs CIM,  
diffusion 11.885 ex.

### Gentleman:

diffusion 24.672 ex.

### Grande:

147.015 lecteurs CIM,  
diffusion 16.500 ex.

## BELGIQUE ROULARTA MEDICA

### Bodytalk:

diffusion 12.650 ex.

## BELGIQUE ROULARTA B2B

### Industrie Technique & Management:

45.509 lecteurs CIM,  
diffusion 23.916 ex.

### BELGIQUE MÉDIAS D'INFORMATIONS LOCAUX

### De Streekkrant/De Weekkrant:

2.842.637 lecteurs CIM,  
diffusion 2.200.441 ex.

### De Zondag:

1.798.508 lecteurs CIM,  
diffusion 596.938 ex.

## BELGIQUE CITY MAGAZINES

### Steps City Magazine:

957.653 lecteurs CIM,  
diffusion 650.491 ex.

### FRANCE MAGAZINE D'ACTUALITÉ L'EXPRESS

#### L'Express:

2.052.000 lecteurs,  
diffusion 442.050 ex.

#### L'Express Styles:

898.000 lecteurs,  
diffusion 442.050 ex.

## FRANCE MAGAZINE PEOPLE

### Point de Vue:

diffusion 255.413 ex.

## FRANCE MAGAZINES D'AFFAIRES

### L'Expansion:

713.000 lecteurs,  
diffusion 146.536 ex.

### L'Entreprise:

653.000 lecteurs,  
diffusion 79.306 ex.

### Mieux Vivre Votre Argent:

867.000 lecteurs,  
diffusion 230.624 ex.

## FRANCE MAGAZINES LIFESTYLE

### Côté Est:

481.000 lecteurs,  
diffusion 54.958 ex.

### Côté Sud:

1.315.000 lecteurs,  
diffusion 119.421 ex.

### Côté Ouest:

1.056.000 lecteurs,  
diffusion 84.601 ex.

### Maison Magazine:

1.367.000 lecteurs,  
diffusion 133.385 ex.

### Maison Française:

599.000 lecteurs,  
diffusion 115.225 ex.

### Idéat:

diffusion 78.434 ex.

## FRANCE MAGAZINES CULTURELS

### Studio Ciné Live:

877.000 lecteurs,  
diffusion 103.612 ex.

### Lire:

diffusion 68.776 ex.

### Classica:

diffusion 29.370 ex.

## BELGIQUE SITES WEB

### RNews:

2.350.000 visiteurs uniques par mois  
(15.000.000 pages consultées)

### News Pack (levif.be - knack.be)

900.000 visiteurs uniques par mois  
(5.000.000 pages consultées)

### Business Pack (Trends F/N):

1.000.000 visiteurs uniques par mois  
(5.000.000 pages consultées)

### Lifestyle Pack:

570.000 visiteurs uniques par mois  
(2.400.000 pages consultées)

### Vlan.be:

1.000.000 visiteurs uniques par mois

### Datanews.be

115.000 visiteurs uniques par mois  
(520.000 pages consultées)

### Plusmagazine.be

200.000 visiteurs uniques par mois  
(1.250.000 pages consultées)

## FRANCE SITES WEB

### L'Express.fr:

6.542.000 visiteurs uniques par mois

### Décoration:

841.000 visiteurs uniques par mois

### L'Etudiant.fr:

1.144.000 visiteurs uniques par mois

**Photos:**  
fotostudio DSP  
Christine Soler  
Daniel Gerst  
Studio Dann  
Jean Van Cleemput

CALENDRIER FINANCIER

<b>Assemblée Générale 2010</b>	<b>17 mai 2011</b>
Déclaration intermédiaire premier trimestre 2011	16 mai 2011
Communiqué des résultats semestriels 2011	18 août 2011
Déclaration intermédiaire troisième trimestre 2011	18 novembre 2011
Communiqué des résultats annuels 2011	19 mars 2012
<b>Assemblée Générale 2011</b>	<b>15 mai 2012</b>

INVESTOR RELATIONS

Téléphone	<b>Rik De Nolf</b>	<b>Jan Staelens</b>
Fax	+32 51 26 63 23	+32 51 26 63 26
E-mail	+32 51 26 65 93	+32 51 26 66 27
Site Web	rik.de.nolf@roularta.be	jan.staelens@roularta.be
	www.roularta.be	

SA Roularta Media Group, Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare, TVA BE 0434.278.896, RPM Kortrijk



**SIÈGE PRINCIPAL RMG**  
Meiboomlaan 33,  
8800 Roeselare



**BRUSSELS MEDIA CENTRE**  
(la rédaction)  
50, rue de la Fusée,  
1130 Bruxelles



**ROULARTA MEDIA**  
(régie publicitaire et Seminar Centre)  
Z.1. Researchpark 120,  
1731 Zellik



**VLAAMSE MEDIA MAATSCHAPPIJ**  
Medialaan 1,  
1800 Vilvoorde



**GROUPE EXPRESS-ROULARTA**  
29, rue de Châteaudun,  
75308 Paris

