

**EMBARGO – 16 mei 2011 om 7.30 u.**

## PERSMEDEDELING

16 mei 2011

### **TUSSENTIJDSE VERKLARING EERSTE KWARTAAL 2011**

Roularta Media Group realiseerde in het eerste kwartaal van 2011 een geconsolideerde omzet van 187,4 miljoen euro tegenover 175,5 miljoen euro in het eerste kwartaal van 2010. Dit betekent een stijging van de omzet met 6,8%.

Deze groei situeert zich zowel in de divisie Printed Media als in de divisie Audiovisuele Media. Dit betekent een vierde kwartaal na mekaar met groeiende omzetcijfers.

#### **Geconsolideerde omzet per divisie (in KEUR)**

<b>Divisie</b>	<b>31/03/2010</b>	<b>31/03/2011</b>	<b>% evolutie</b>
Printed Media	136.107	145.950	+ 7,2%
Audiovisuele Media	40.344	42.633	+ 5,7%
<i>Intersegment omzet</i>	- 939	- 1.181	
<b>Geconsolideerde omzet</b>	<b>175.512</b>	<b>187.402</b>	<b>+ 6,8%</b>

#### **Printed Media**

In het eerste kwartaal van 2011 steeg de omzet met 7,2% van 136,1 naar 145,9 miljoen euro.

#### **Publiciteit**

De reclame-omzet uit magazines kende in het eerste kwartaal een stijging met gemiddeld 6,25%. Ook bij de Krant van West-Vlaanderen (+ 3,2%) en gratis pers (+ 5,0%) is een omzetgroei te noteren. Het nieuwe formaat en de nieuwe lay-out van De Streekkrant – nu cfr. De Zondag - in combinatie met de uitstekende redactionele inhoud zorgen voor een permanente aantrekkingskracht van grote en kleine klanten, zowel op publicitair vlak als voor jobadvertenties.

#### **Lezersmarkt (losse verkoop, abonnementen)**

De inkomsten uit de lezersmarkt groeiden met 3,1%. De trouwe abonnementenbasis en een stabiele losse verkoop van de magazines in België en in Frankrijk zorgden voor dit vertrouwenswekkende resultaat.

#### **Zet- en drukwerk**

Het zakencijfer uit zet- en drukwerk voor derden steeg met 22,2% in vergelijking met het eerste kwartaal van 2010. Heel wat nieuwe orders werden dan ook de laatste maanden binnengehaald.

### Beurzen en seminaries

De stijging van de omzet beurzen L'Etudiant in Frankrijk zorgt voor een toename van de omzet beurzen en seminaries met 9,2%.

### **Audiovisuele Media**

In vergelijking met het eerste kwartaal van 2010 stegen de inkomsten van de divisie Audiovisuele Media van 40,3 naar 42,6 miljoen euro of een stijging met 5,7%, dit ten gevolge van een steeds groeiende interesse bij grotere klanten voor het plaatsen van campagnes bij de commerciële radio en tv-zenders van de Vlaamse Media Maatschappij.

### Reclame

De inkomsten uit reclame bij de tv- en radiozenders groeide in het eerste kwartaal met 9,2%. Wanneer de verwerving van de zender Vitaya eind 2010 buiten beschouwing gelaten wordt, noteren we een stijging van deze inkomsten met 6,6%.

### Diverse inkomsten

De omzet van de diverse inkomsten met o.a. line extensions, sms, video-on-demand, rechten, e.d. kende een daling met 9,1%. Hierbij moet echter rekening gehouden worden met de gewijzigde fiscale wetgeving die zorgt voor een omzetsdaling bij Paratel (een filiaal van Vmma) In het eerste kwartaal van 2010 werd zowel de dienst geleverd door Paratel als deze van de organisator of opdrachtgever gefactureerd, waarbij het deel van de organisator bij Paratel in kosten werd opgenomen. Vanaf april 2010 wordt enkel de dienst geleverd door Paratel nog gefactureerd. Wanneer hiermee rekening gehouden wordt, is er een toename van de diverse inkomsten van 23 %.

### **Internet**

De inkomsten van reclame via internet, die reeds vervat zitten in de omzetten van bovenstaande divisies, groeiden in het eerste kwartaal van 2011 spectaculair, zowel in België als in Frankrijk, samen + 40%. Roularta Media Group bewijst hiermee dat haar multimediale aanpak haar vruchten afwerpt. De site l'Express.fr is uitgegroeid tot een topspeler onder de nieuwssites in Frankrijk, daar waar de koepelsite Knack.be/Vif.be stilaan de erkenning krijgt als dé Belgische site met quality content en duiding. De combinatie van news-business en lifestyle onder één titel loont zich.

### **Vooruitzichten**

Alhoewel het eerste kwartaal duidelijk een positieve trend aanduidt blijft Roularta Media Group voorzichtig positief in haar vooruitzichten. De publicitaire wereld erkent de sterkte van haar gediversifieerde media. De multimediale aanpak waarbij pakketten worden aangeboden die print, audiovisueel en internet combineren wordt duidelijk als positief ervaren.

Op korte termijn blijft het inschatten van de markt moeilijk en het drama dat Japan heeft getroffen, heeft negatieve gevolgen voor de auto- en technobranche. Reclamecampagnes worden uitgesteld omwille van een tekort aan materiaal en productonderdelen.

*GEREGLEMENTEERDE INFORMATIE*

---

Contactpersonen

Tel :

Fax :

e-mail :

URL :

Rik De Nolf

+ 32 51 266 323

+ 32 51 266 593

[rik.de.nolf@roularta.be](mailto:rik.de.nolf@roularta.be)

[www.roularta.be](http://www.roularta.be)

Jan Staelens

+ 32 51 266 326

+ 32 51 266 627

[jan.staelens@roularta.be](mailto:jan.staelens@roularta.be)