

Digitale versnelling

JAARVERSLAG 2010



Stan

Nieu

Joba

av

Corelio

rel
PRINT



Digitale versnelling

Corelio kon in 2010 de positieve dynamiek rond zijn nieuwsmerken verder versterken, zowel in print als online.

Met tal van innovaties heeft onze groep de voorbije jaren ingespeeld op het transitieproces waarbij het digitale segment aan belang wint.

Vertrekkend vanuit deze sterke startpositie wil Corelio zijn digitale inspanningen in 2011 versneld opdrijven. Via tal van projecten zullen de Corelio-sites elkaar wederzijds versterken en dus nog meer aantrekkelijk worden voor de surfer en de adverteerder.

Welkom in de Digitale versnelling.





Inhoudstafel

Missie & Visie	6 > 11
Digitale versnelling	12 > 23
Sleutelmomenten	24 > 65
Maatschappelijk verantwoord ondernemen	66 > 69
Human Resources	70 > 73
Resultaten	74 > 79
Geconsolideerde resultatenrekening	80
Geconsolideerde balans	81
Geconsolideerde vennootschappen	82 > 85
Corelio Management	86 > 87
Adressen	88 > 89
Colofon	90



Missie & Visie

Uitgevers bevonden zich de afgelopen maanden - meer dan ooit tevoren - in het middelpunt van een digitale revolutie. Een revolutie die de grenzen tussen de klassieke media doet vervagen. Kranten, magazines, radio- en televisieomroepen ontmoeten elkaar samen met Google, Facebook, Twitter, LinkedIn,.... op hetzelfde digitale speelveld.

Temidden van dit bijzonder snel evoluerende medialandschap konden onze drie kranten opnieuw knappe prestaties neerzetten die resulteerden in inhoudelijk sterke producten voor de lezer en een interessant en relevant bereik voor adverteerders en dit zowel in print als online. Hierin zien we een succesvolle bevestiging van onze "0-1-7"-politiek.

De **1** staat hierbij symbool voor het basisproduct, de dagkrant, waarbij de nieuwsfeiten van de dag worden becommentarieerd en geanalyseerd. De dagkrant wordt geflankeerd door enerzijds de **0** van de krantensite met (snel)nieuws dat onmiddellijk dient gepubliceerd en de **7** van het weekendaanbod waarin ruimte wordt vrijgemaakt voor diepgaande interviews en analyse.

Op die manier zijn onze kranten uitgegroeid tot nieuwsmerken en dat vertaalde zich ook het afgelopen jaar in sterke verkoop-, bereik- en advertencijfers. **De Standaard** verkocht nooit meer papieren kranten dan in 2010 en was met een stijging van bijna 2,5% ook de sterkste groeier op de Belgische markt. **Het Nieuwsblad/De Gentenaar** telt na het jongste CIM-lezersonderzoek weer meer dan één miljoen lezers en vertaalde deze positieve trend het afgelopen jaar ook in stijgende verkoopcijfers. **L'Avenir** deed het opnieuw beter dan de markt-tendens in Franstalig België en kon zo zijn marktaandeel verder verstevigen zowel wat verkoop, lezersbereik als omzet betreft.

Na een moeilijk advertentiejaar 2009 trok de markt in 2010 mede door de sterkte van onze merken opnieuw aan. De krantenregie **Scripta** nam een vernieuwde rol op en evolueerde naar een entiteit die volledig focust op het commercialiseren van nationale packages. Met deze nieuwe structuur werd ingespeeld op de vraag van de advertentiemarkt naar een centraal aanspreekpunt en een directer contact met de uitgever. De interne regie **Corelio Connect** speelt met haar aangepaste structuur maximaal in op de vraag van de adverteerder om via de integratie van online en mobiele platformen optimaal gebruik te maken van het medium krant.

Jobat zag zijn investeringen in het digitale segment beloond. Het rekruteringsmedium bleek de sterkste stijger onder de jobsites en bereikt ook in Franstalig België steeds meer werkzoekenden.

Passe-Partout, de huis-aan-huisbladendivisie binnen Corelio, heeft zijn strategie afgestemd op de ingrijpend gewijzigde lokale advertentiemarkt, wat onder meer resulteerde in meer focus, in een verhoogde commerciële slagkracht en de verdere uitbouw van de sterke edities.

0-1-7 NIEUWSBENADERING



seconden - minuten uren dagen weken



INFORMATIE

- Snelnieuws
- Snelcommentaar



ANALYSE

- Commentaar
- Research



ACHTERGRONDNIEUWS

- Interviews
- Reportages



Missie & Visie

▶ Printing

Midden vorig jaar bundelden Corelio en Concentra de krachten van hun respectievelijke coldsetdrukkerijen in de joint venture (50%/50%) **Coldset Printing Partners**. Hierdoor zijn efficiëntieverbeteringen en schaalvoordelen mogelijk en kunnen toekomstige investeringen optimaal worden gestructureerd.

De heatsetdivisie **Corelio Printing** trok het afgelopen jaar in een moeilijke marktomgeving verder de kaart van de consolidatie. Na de overname van de heatset-rotatiedrukkerij **Nevada-Nimifi** (Anderlecht) in 2008 werden in 2010 ook de belangrijkste drukorders van het handelsfonds van Concentra Grafic verworven. Nevada-Nimifi werd verder binnen de organisatiestructuren van Corelio Printing geïntegreerd en de slagkracht van de commerciële ploeg werd vooral op de Franse markt versterkt. Deze en andere maatregelen moeten Corelio Printing toelaten om zijn concurrentiepositie te vrijwaren en de kwaliteit van de dienstverlening en de producten nog te verhogen.

▶ Audiovisueel

Woestijnvis (Corelio 40%) trad het voorbije jaar ook in de schijnwerpers als nieuwe wielorganisator van onder meer De Ronde van Vlaanderen, Omloop Het Nieuwsblad en Parijs-Brussel en zette met Sanoma Magazines Belgium een joint venture voor het weekblad Humo.

In april 2011 kon Corelio zijn positie in het audiovisuele segment op een significante manier versterken. Samen met de Finse mediagroep Sanoma en het topmanagement van De Vijver Wouter Vandenhoute en Erik Watté rondde Corelio de acquisitie van de Belgische SBS-zenders VT4 en VijfTV op een succesvolle manier af. Dat we dit project kunnen realiseren met complementaire partners biedt onze groep bijkomende garanties op slagen. Het verwerven van de SBS-activa door deze drie partners zal ongetwijfeld voor een bijkomende dynamiek zorgen op de televisiemarkt en daar kan zowel de kijker als de adverteerder alleen maar beter van worden.



Thomas Leysen
Voorzitter Raad van bestuur

▶ Financieel

De sterke prestaties van de krantentitels en de heropleving van de advertentiemarkt, ondersteund door de efficiëntieprogramma's die de voorbije jaren werden opgestart, hebben uiteindelijk geresulteerd in sterke financiële bedrijfsresultaten met een Ebitda van **38 miljoen** euro, of tien miljoen euro beter dan in 2009.



CORELIO'S NIEUWSMERKEN
"Altijd en overal relevant, op elk ogenblik van de dag"



Missie & Visie

➤ Gedegen journalistiek

Nog maar anderhalf jaar geleden verkeerde de mediawereld in een crisis zonder voorgaande. Overal ter wereld deden kranten de deuren dicht en werden redacties afgebouwd.

Ook tijdens die crisisjaren zijn we als groep consequent verder blijven investeren in gedegen en betere journalistiek. Voortbouwende op de wetenschap dat de lezer alleen bereid is om te betalen voor wat schaars is: onthullend nieuws, sprekende fotografie, heldere inzichtstukken, duidelijke infografieken, opiniërende meningen. Geloofwaardigheid van het nieuwsmedium is hierbij essentieel. Hoe meer blogs, burgerjournalisten, sociale media en aggregatoren, des te belangrijker wordt de rol van redacties en professionele journalisten om als filter op te treden.

Het brengen van kwaliteitsjournalistiek staat dus steeds voorop en geldt voor al onze titels, los van het feit of ze mikken op een kwaliteits-, populair of regionaal segment. Of het verhaal op papier of via digitale weg wordt verspreid, is van ondergeschikt belang. We willen er voor de lezer zijn op zoveel mogelijk platformen en op elk platform zwaar blijven investeren in vernieuwing. Ook in de papieren drager waarin we rotsvast blijven geloven. Want het is uitgerekend de papieren krant die vandaag de nodige tijd en middelen genereert om te investeren in de belangrijkste groeipoot van onze groep: online en mobiel.



Luc Missorten
Chief executive officer

➤ Drievoudig aanbod

De multimediale aanpak zal sowieso de creativiteit van de journalist stimuleren en tegelijk de klassieke manier van denken van de uitgever uitdagen. Het is niet altijd evident om in dezelfde organisatie de digitale en papieren manier te verzoenen omdat het financiële model van de websites nu eenmaal wezenlijk verschilt van dat van de kranten.

Recent werd het aanbod van krant en website nog uitgebreid met een derde dimensie. De iPad en de vele andere (Android-)tablets die ongetwijfeld nog zullen volgen, betekenen voor de klassieke media wellicht de grootste opportuniteit sinds het internet. Er bestaat nu een digitaal, draagbaar toestel dat toelaat eender waar op een gebruiksvriendelijke manier media te consumeren. Deze tablets verlenen toegang tot een nieuw publiek en maken het bovendien mogelijk om op het digitaal platform betalende diensten aan te bieden.

➤ Revolutie is geen bedreiging

Corelio is altijd een voortrekker geweest op het gebied van digitale ontwikkeling. Die innovatieve aanpak heeft geloond en vandaag bereiken alle websites van Corelio samen al meer dan **800.000** unieke bezoekers per dag. Vandaar dat we de digitale revolutie niet als een bedreiging zien, maar integendeel als een technologische vooruitgang die toelaat om onze lezer beter te bedienen, nieuwe lezers te bereiken en adverteerders bijkomende communicatieplatformen aan te bieden. Het is vanuit die sterke startpositie dat we in 2011 en de volgende jaren een digitale versnelling willen realiseren waarover u verder meer leest in dit jaarverslag.

Mede dankzij de verbetering van onze schuldpositie en een gezonde financiële basispositie kunnen we straks ook actief participeren in het consolidatieproces dat zich binnen de sector voltrekt en dit door een combinatie van interne en externe groei.

Thomas Leysen
Voorzitter Raad van bestuur

Luc Missorten
Chief executive officer

standaard nieuw



Digitale versnelling

Via onze printactiviteiten hebben we de afgelopen jaren een aantal sterke nieuwsmerken opgebouwd rond De Standaard, Het Nieuwsblad/De Gentenaar, L'Avenir en Jobat.

Voortbouwend op deze sterke merken zijn we erin geslaagd om een potentieel van nieuwe en meer gediversifieerde inkomensstromen aan te boren waarbij print en digitaal mekaar wederzijds versterken.

Corelio is altijd een voortrekker geweest op het gebied van digitale ontwikkeling. In 1995 al stond het mee aan de wieg van het internet in Vlaanderen met de krantensites van **De Standaard** en **Het Nieuwsblad**, kort daarna gevolgd door De Zevende Krant van **Het Volk**. Ook **Les Editions de l'Avenir** zorgden voor een multimediaal aanbod, aanvankelijk via Actu24 en nu via **Lavenir.net**. Alle krantensites kregen vervolgens ook mobiele applicaties waardoor hun content altijd en overal op een gebruiksvriendelijke manier beschikbaar is.

Innovatie

Voor krantenuitgevers is het meer dan ooit een enorme uitdaging om de hoogkwalitatieve gebruikerservaring die een papieren krant biedt, te vertalen naar een minstens even hoogstaande ervaring op een scherm.

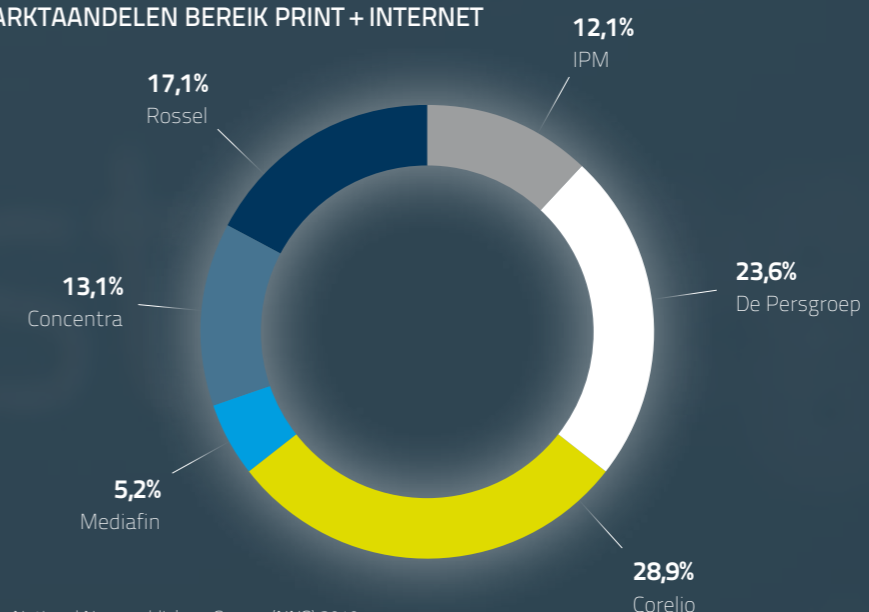
Die innovatie zit Corelio in de genen. Als eerste West-Europese krant lanceerde **De Standaard** in 2009 een betaalde applicatie voor de populaire iPhone. Toen in 2010 e-reading doorbrak, stond **De Standaard** in eigen land andermaal op de eerste rij om een betaalde applicatie voor de iPad te lanceren, later gevolgd door een Android-toepassing.

Nieuwsblad en **L'Avenir** versterkten vooral hun lokale berichtgeving ook via de verdere uitdieping van de gemeentesites en lanceerden ook hun eigen iPad-applicaties.

Jobat van zijn kant realiseerde een belangrijke innovatie door vertrekkende vanuit een sterke redactionele omkadering zowel in print als online zijn leiderschap in dit verticale segment verder te ontwikkelen. De waardeketen werd door een veelheid aan initiatieven en dienstverlening verbreed en Jobat transformeerde zo van een job board tot een serviceplatform voor rekrutering.



MARKTAANDELEN BEREIK PRINT + INTERNET



Bron: National Newspublishers Survey (NNS) 2010

Digitale versnelling



Topical

De jongste jaren werden gekenmerkt door diversifiëring in de topical-markt en het sneller inspelen op nieuwe trends en dragers.

Door de overname van Minoc Business Press werd niet enkel een gespecialiseerd uitgever in ICT-publicaties binnengehaald, maar ook een grote expertise in het digitaal uitgeverssegment.

Om zijn positie in de online classifieds te verstevigen, nam Corelio vervolgens ook een participatie in de immo-site **Zimmo**, een businessmodel waarbij makelaars ondersteund worden door softwarepakketten en de autosite **Vroom.be**, de jongste jaren uitgegroeid tot een vaste waarde in de online autowereld.



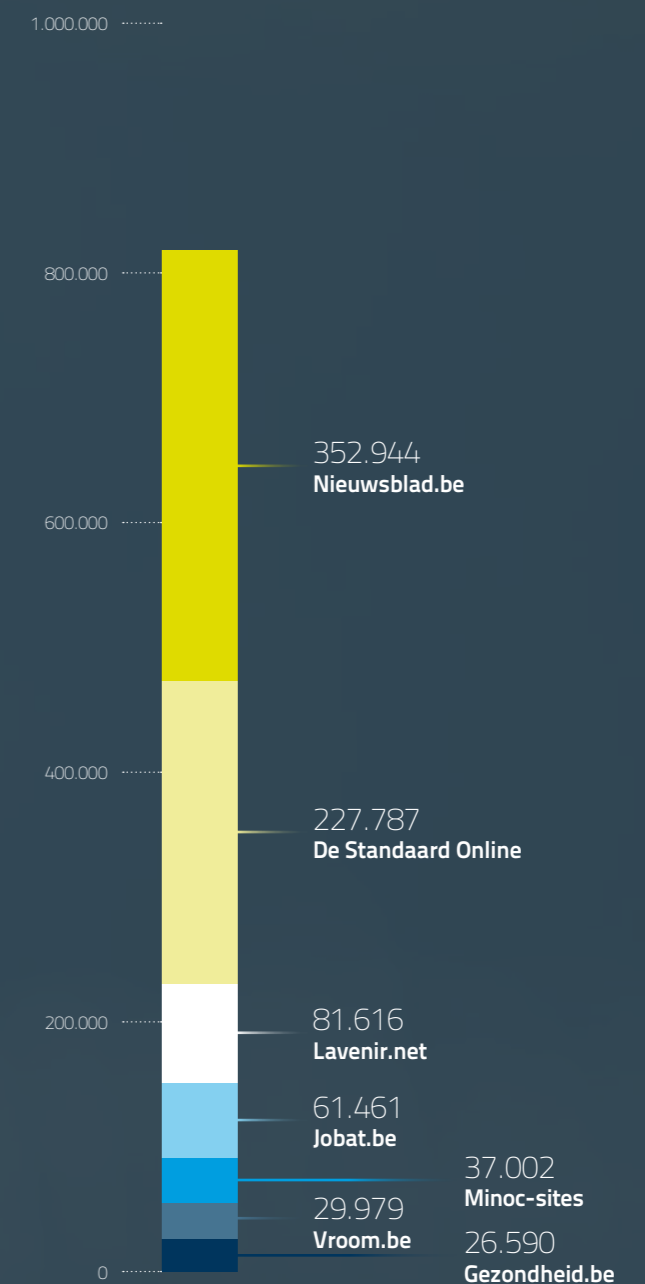
Startpositie

Door de combinatie van print en online publishing zijn onze kranten uitgegroeid tot echte nieuwsmerken die meer Belgen dan ooit bereiken en bovendien een hele dag lang in contact blijven met de (nieuws)consument. Dit biedt ongeziene opportuniteiten voor de advertentiemarkt.

Digital was de afgelopen jaren dan ook niet toevallig de snelst groeiende business binnen Corelio.

Met de titelsites van de kranten als sterke locomotieven bereiken de websites van Corelio vandaag samen meer dan **800.000** unieke bezoekers per dag die samen goed zijn voor *6,5 miljoen* pageviews. Met onze nieuwsmerken als motor willen we onze toonaangevende rol als digitale uitgever nog versterken en zo de toekomstige omzetgroei en winstgevendheid van de groep vrijwaren.

UNIEKE BEZOEKERS PER DAG



Bron: CIM Metriweb d.d. 15/03/2011

Digitale versnelling organisatie pijlers

betaalde bezoekers stra



Digitale versnelling

➤ Versnelling

Om dat opgebouwde bereik nog beter te verzilveren, hebben we het plan **Digitale Versnelling** uitgewerkt. Digitale Versnelling omvat zowel het versterken van onze bestaande digitale nieuws- en classifieds-merken als het ontwikkelen van nieuwe digitale activiteiten.

De combinatie van beide moet uitmonden in het versneld bereiken van nog meer unieke bezoekers én een groeiend marktaandeel van onze digitale activiteiten op de lezers- én de advertentiemarkt.

Standaard.be, Nieuwsblad.be en Lavenir.net blijven de locomotieven van onze digitale strategie. Tal van initiatieven en investeringen zitten in de pijplijn om die ambitie te ondersteunen.

Eén van de funderingen van deze strategie slaat op de installatie van een gloednieuwe redactionele software. Met het redactiesysteem van Eidos Media worden onze redacties straks echte *newsrooms of the future* en wordt elk nieuwsbericht in tekst, beeld, video en infografiek onmiddellijk inzetbaar op alle print- en digitale media.



➤ Organisatie

Om onze digitale strategie optimaal te ondersteunen, hebben we de afgelopen maanden ook onze organisatie aangepast. Onder leiding van director innovation Caspar van Rhijn werd een Digitaal Competentie Centrum opgericht waarbinnen de competenties van E-Media, Innovatie en digitale applicaties zijn samengebracht. Op die manier wordt werk gemaakt van een gezamenlijke en geïntegreerde digitale strategie voor de hele groep, met ondersteuning van ICT en de Nederlandstalige en Franstalige redacties.

➤ Zes pijlers

De digitale versnelling zal in eerste instantie vooral steunen op de pijlers van onze bestaande (online) nieuws- en classifiedsmerken, die we hierbij kort voorstellen.

NIEUW: De Standaard op Android



Win elke dag een Samsung Galaxy Tab of Galaxy S

Lees vanaf nu de krant ook op Android

Steeds meer producenten van smartphones kiezen voor Android als besturingssysteem. De Standaard ontwikkelde een speciale applicatie voor het Android-platform. Zo kunnen voortaan ook Android-gebruikers op hun toestel de laatste nieuwsupdates volgen en dagelijks de krant downloaden en lezen.

Op www.standaard.be/android maakt u tot 18 maart elke dag kans om een Samsung Galaxy S smartphone of een Galaxy Tab te winnen.

Download De Standaard Android-app nu in de Android Market - 1,99 euro, 5 kranten inclusief.

Meer info op www.standaard.be/android

Samsung biedt de Android-app van De Standaard gratis aan.

De Android-app van De Standaard is een maand lang gratis verkrijgbaar via Samsung Apps op alle Samsung Galaxy.



NOUVEAU L'AVENIR DE DEMAIN DISPONIBLE DÈS AUJOURD'HUI

Avec L'Avenir sur iPad, lisez le journal comme si vous l'aviez entre les mains, grâce à une maquette claire, une navigation aisée et des images édatantes. Où que vous soyez, feuilletez du bout des doigts l'édition de la région qui vous intéresse, en toute simplicité.

Et parce que l'actualité ne s'arrête jamais, L'Avenir sur iPad vous propose également toute l'information en direct, en images et en vidéo.

L'Avenir sur iPad, c'est votre quotidien et son contenu, plus riche et plus vivant que jamais.



Surfer sur www.lavenir.net/ipad pour télécharger votre application et profiter de 2 crédits gratuits

L'AVENIR EST AU CONTENU

l'avenir
www.lavenir.net

Het Nieuwsblad

De Standaard

NIEUWSBLAD.be

STANDAARD.be

LAVENIR.net

JOBAT.be

ZIMMO.be

VROOM.be

NIEUWSBLAD.be

STANDAARD.be

LAVENIR.net

JOBAT.be

ZIMMO.be

VROOM.be



Nieuwsblad.be



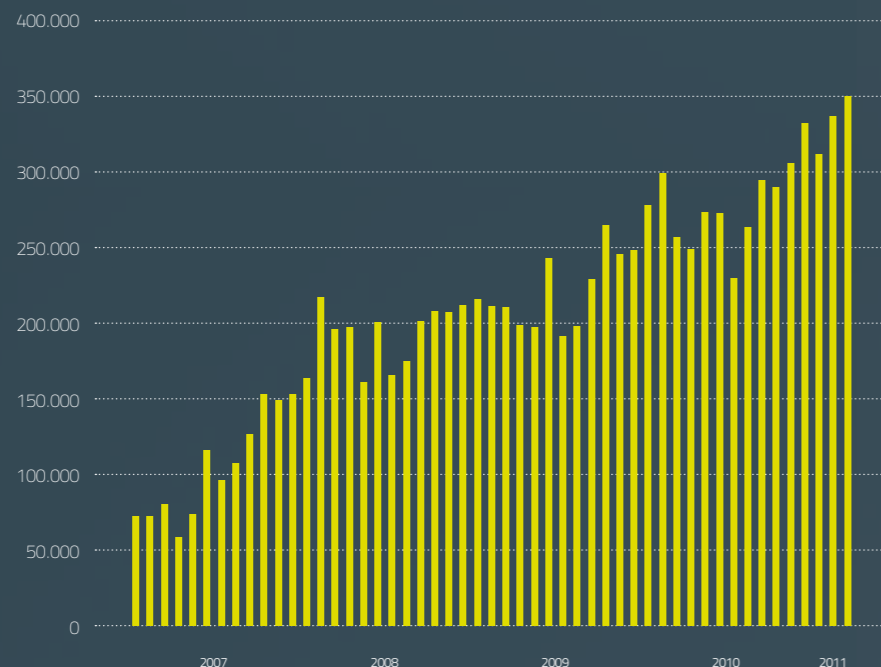
Missie

Nieuwsblad.be is de enige algemene nieuwssite met een sterk uitgebouwde regiobeachting op de hyperlokale markt, met een mix van algemeen nieuws, faits divers, lifestyle en een kwalitatieve en regionale diepgang in sportartikels. De uitgebreide beachting op Sportwereld.be is een tweede pijler van de site.

Niet de onlineredactie maar alle 160 journalisten van Het Nieuwsblad maken de site.

– Patrick Saliën, site manager

EVOLUTIE UNIEKE BEZOEKERS



550.000 mobile pageviews per maand

Het Nieuwsblad ook beschikbaar op iPad, met 16 edities



Standaard.be



Missie

Afgetekend marktleiderschap binnen de sector van de kwaliteitssites met een doordachte mix van politiek, binnenlands en buitenlands nieuws, aangevuld met cultuur en lifestyle. Bijzondere aandacht gaat naar economie en personal finance en naar opinie en debat.

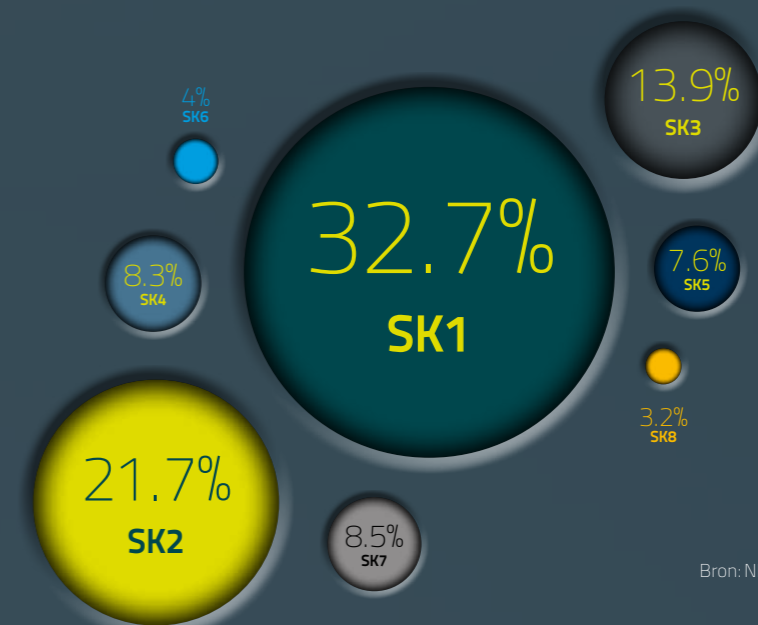
De Standaard Online trekt volop de kaart van het nieuws: het nieuws dat u moet weten en het nieuws dat u wil weten, snel en betrouwbaar, in tekst en in beeld.

– Lies Lecomte, site manager

54,4% BEZOEKERS UIT SOCIALE KLASSEN 1-2

2.100.000 mobile pageviews per maand

meer dan 25.000 apps voor iPhone en iPad verkocht, waarbij de iPad app de bestverkochte app aller tijden is



Bron: NNS 2010



NIEUWSBLAD.be

STANDAARD.be

LAVENIR.net

JOBAT.be

ZIMMO.be

VROOM.be

NIEUWSBLAD.be

STANDAARD.be

LAVENIR.net

JOBAT.be

ZIMMO.be

VROOM.be



Lavenir.net



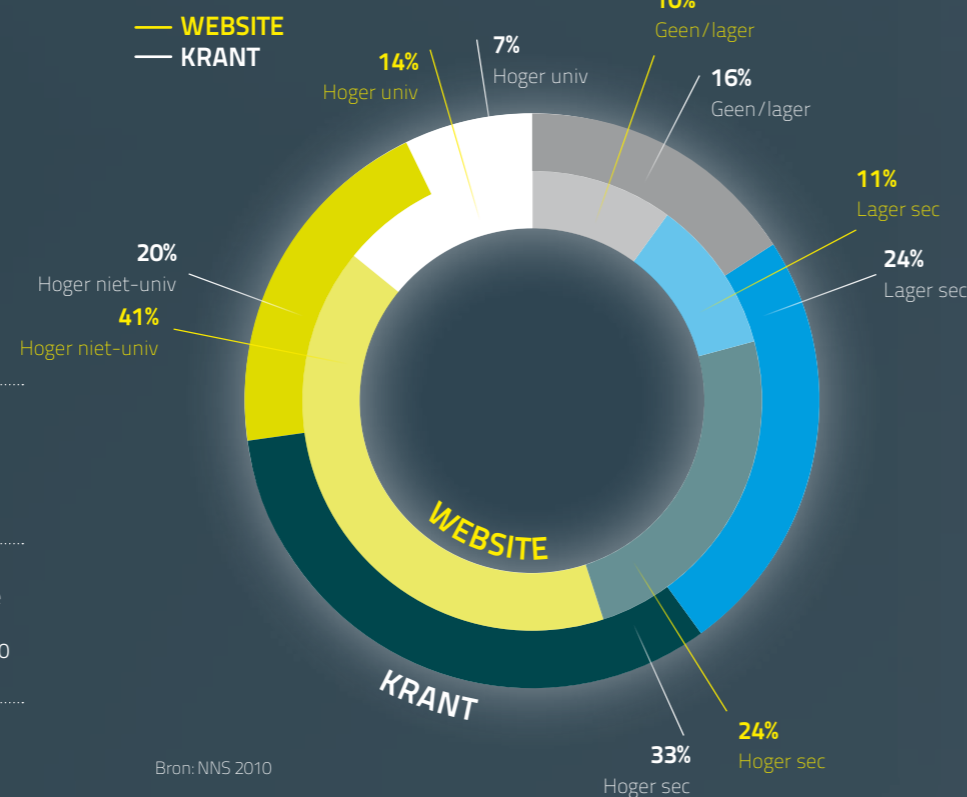
Missie

Kwalitatief hoogstaand algemeen nieuws met een sterke regionale focus, met aandacht voor de uitbouw van communities en lokale sportverslaggeving, zonder live coverage van het grote nieuws en alles wat op het web leeft te vergeten.

Op het web, iPad of mobile, L'Avenir trekt altijd de kaart van de 'proximiteit'.

– Philippe Dautrebande, site manager

OPLEIDINGSPROFIEL SITEBEZOEKERS



mobile site gelanceerd in juni 2010

iPad applicatie gelanceerd in december 2010



Jobat.be



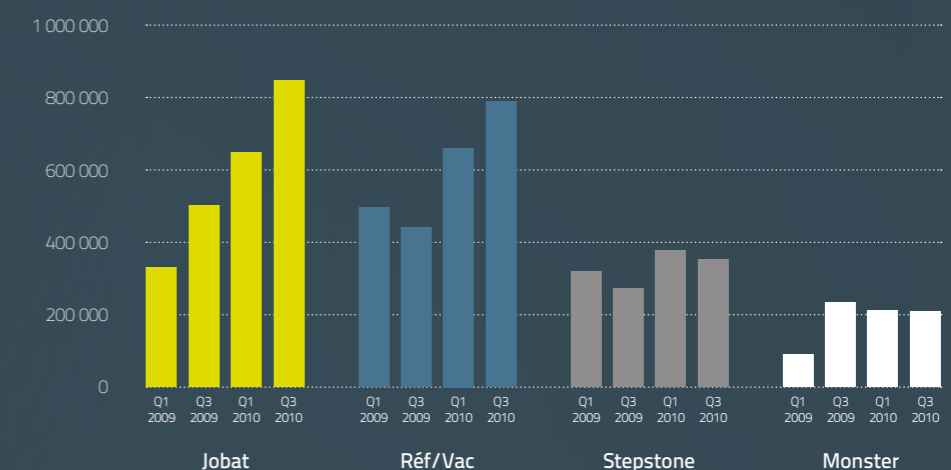
Missie

De nummer 1-positie op de jobmarkt bestendigen door kwaliteitsvolle content, partnerships en een gelaagde marktaanpak, uitgaande van een gebruiksvriendelijke website en een sterke aanwezigheid op online media.

Jobat.be profileert zich als een innovatieve en performante jobsite waar de gebruiker centraal staat. Door de gebruiksvriendelijkheid van de site verloopt de zoektocht naar zowel een nieuwe job als werkgerelateerde informatie snel en efficiënt. Dankzij continue inspanningen is Jobat.be uitgegroeid tot de nr 1 jobsite in België en verkozen tot jobsite van het jaar.

– Marc Van de Woestijne, online development manager

NETTOBEREIK PER MAAND





NIEUWSBLAD.be

STANDAARD.be

LAVENIR.net

JOBAT.be

ZIMMO.be

VROOM.be



Zimmo.be



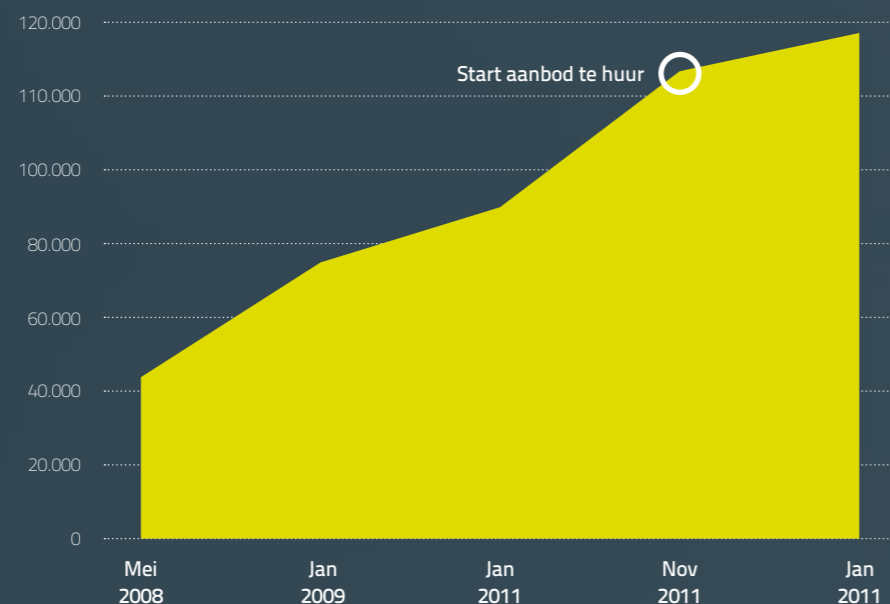
Missie

Zimmo.be biedt de huizenzoeker de meest succesvolle online zoektocht naar vastgoed. De combinatie van het meest volledige, kwaliteitsvolle immo-aanbod van België (te koop en te huur) en een doorgedreven innovatiestrategie gericht op gebruikservaring, maken van Zimmo.be de natuurlijke/logische keuze van de surfer. Zimmo.be wil uitgroeien tot de referentie en de leider op de online vastgoedmarkt.

Nergens anders dan bij Zimmo.be ontdek je vlot en met zekerheid de stek die je zoekt.

– Jeroen Stalmans, gedelegeerd bestuurder

AANTAL PANDEN TE KOOP & TE HUUR OP ZIMMO.BE



iPhone app met specifieke pandinformatie: het beschikbare vastgoed wordt geprojecteerd op het beeld van de camera



NIEUWSBLAD.be

STANDAARD.be

LAVENIR.net

JOBAT.be

ZIMMO.be

VROOM.be



Vroom.be



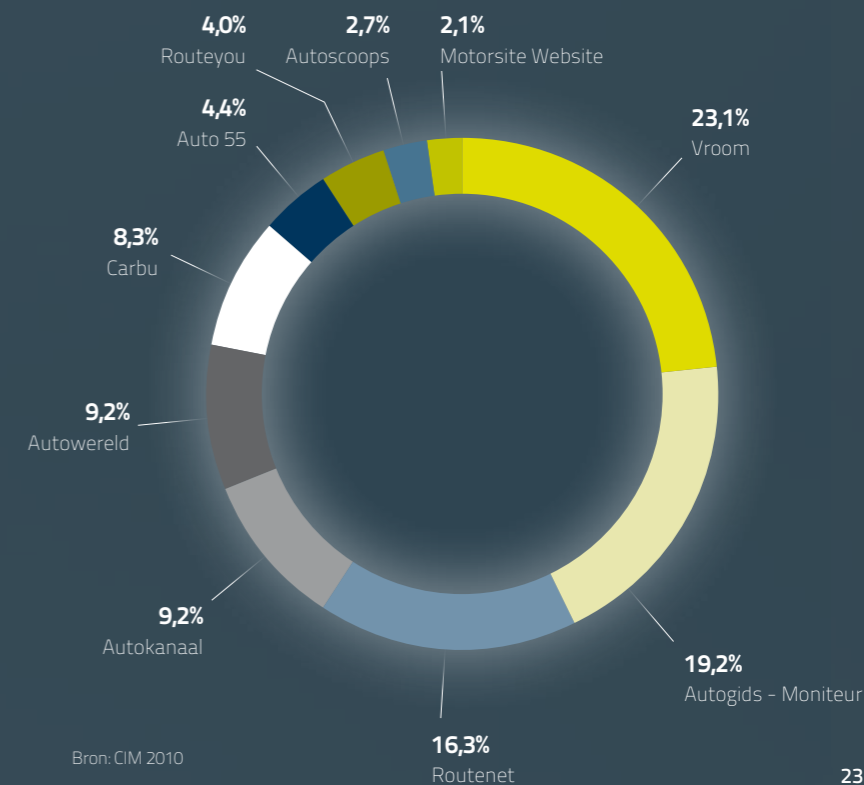
Missie

Vroom.be is leider in de markt van de auto- en motorclassifiés met meer dan 30.000 sitebezoekers per dag, wat onze doelstelling bevestigt om dé auto- en motorsite te zijn waar je niet omheen kunt in België.

Onze volledig vernieuwde website onderscheidt zich door een verbeterde gebruiksvriendelijkheid, een snellere weergave en een nog rijkere en completere inhoud.

– Eric Spitzer, managing partner

MARKTAANDEEL AUTOSITES MET NIEUWSAANBOD



Bron: CIM 2010



Sleutelmomenten

Corelio bracht ook in 2010 via zijn nieuwsmerken op elk moment van de dag de actualiteit bij de lezer, de surfer, de kijker, de luisteraar.

Daarom luisteren we de Sleutelmomenten op met enkele tekenende beelden uit 2010.



Voorzitter van de Europese Commissie José Manuel Barroso samen met de eerste Europese president Herman Van Rompuy.
© Photo News



Meer dan eens zat België in 2010 onder de sneeuw.
© Marc Herremans



De uitbarsting van de IJslandse vulkaan Eyjafjallajökull domineert wekenlang het nieuws.
© Photo News



Het kleurrijke carnaval in Binche.
© Belga



Kim Clijsters is helemaal terug, dochtertje Jada moet nog wat wennen aan de drukte.
© Photo News



Vurige fans in de vurige stede Luik.
© Photo News



De onafwendbare sluiting van Opel Antwerpen.
© Jimmy Kets



Elio Di Rupo en Bart De Wever: wereldrecord regeringsvormen.
© Reuters



In Chili worden 33 mijnwerkers levend bovengehaald na een mijnramp.
© AP



Aimé Van Hecke (Sanoma), Wouter Vandenhoute (De Vijver) en Luc Missorten (Corelio) verwerven samen VT4 en VijfTV.
© Bart Dewaele



Fabian Cancellara zet op de Muur van Geraardsbergen de Ronde van Vlaanderen 2010 naar zijn hand.
© Photo News



De Duiker en de Kleine Reuzin houden Antwerpen in de ban.
© Wim Kempnaers



Spanje triomfeert op het WK voetbal in Zuid-Afrika.
© Photo News



'Smooverliefd' van Hilde Van Mieghem opent het Filmfestival van Gent.
© Sofie Silbermann



Tom Dice zet een knappe prestatie neer op het Eurovisiesongfestival.
© Gary Breyssens



Vlaanderen loopt onder.
© Marc Herremans



De treinramp in Buizingen maakte 19 slachtoffers.
© Bart Dewaele



Philippe Gilbert, in 2010 winnaar van onder meer de Amstel Gold Race en de Ronde van Lombardije. In 2011 doet hij nóg beter.
© Photo News



Eindelijk: mijn iPad...
© Jimmy Kets



Social media zoals Facebook worden steeds belangrijker.
© AP

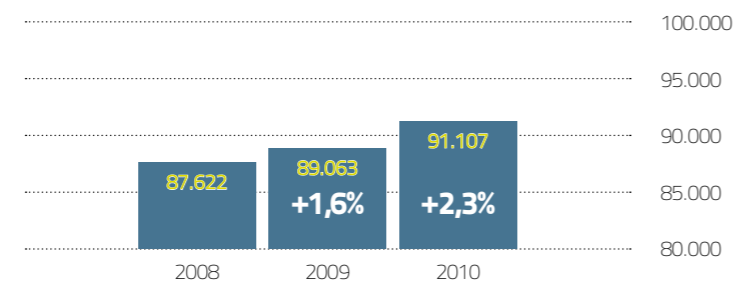


De Standaard

De Standaard blijft stijgen

De CIM-cijfers blijven De Standaard gunstig gezind, zowel in absolute verkoop als in bereik. Op jaarbasis stijgt De Standaard 2,3% naar een verkochte oplage van 91.107 exemplaren. Met de webkranten erbij wordt dat zelfs 93.711. Nooit eerder kochten zoveel mensen De Standaard. Ook in de meting van het bereik laat De Standaard opnieuw een stijging van zijn lezersaantallen (361.000, +0,8%) optekenen en verhoogt zo zijn marktaandeel in het kwaliteitssegment.

VERKOCHTE OPLAGE (EXEMPLAREN PER DAG)



Bron: CIM - 2010



Weekkrant wordt grondig aangepakt

De Standaard steekt zichzelf in een nieuwe snit, met een andere front, scherpere nieuwssecties en een uitneembaar katern cultuur, media en wetenschap.

Op weekdagen is De Standaard een krant in twee delen. De nieuwskrant wordt opgedeeld in nog duidelijkere secties binnenland, buitenland, opinie, regio en sport. De economiepagina's vormen achterin de tweede ingang tot de krant. De lay-out stuurt aan op heldere keuzes en meer hiërarchie.

Het uitneembare tweede deel wordt rechttoe rechtaan DS2 gedoopt. Het is gewijd aan cultuur, media en wetenschap, en richt zich op wat kan inspireren.

Op vrijdag, wanneer ook De Standaard der Letteren erbij zit, komt De Standaard in drie delen. Op zaterdag blijft de krant ongewijzigd in vijf delen.

Dexia bekroont de 'Danneels-tapes'

De Standaard-journalist Mark Eeckhaut wint de Dexia Persprijs in de categorie Schrijvende Pers met zijn onthullende artikelen over de 'Danneels-tapes'. De Standaard publiceerde op 28 augustus de transcriptie van twee geluidsopnamen die het slachtoffer van seksueel misbruik door de Brugse bisschop Roger Vangheluwe zelf maakte van zijn confrontatie met kardinaal Godfried Danneels. Uit die opnamen bleek duidelijk dat Danneels wel degelijk probeerde om de zaak toegedekt te houden.

Meer dan ooit het nieuws zoals u het graag hebt op uw ritme, op uw maat.

Elke maandag, dinsdag, woensdag en donderdag uw twee-in-één krant

Uw eerste deel: de omnisbare **nieuwskrant**. Het nieuws uit heel de wereld. Met feiten zonder labels, met verhalen achter de feiten, met **kritische commentaren** en **meningen** van mensen die ertoe doen.

Uw tweede deel: het handig uitneembare **ds2**. 16 pagina's lang is de **verbeelding** aan de macht. We gidsen u elke dag door de wereld van **cultuur, media en wetenschap**.



Elke vrijdag uw drie-in-één krant

Op vrijdag komt er naast de nieuwskrant en ds2 De Standaard der Letteren bovenop. De **boekenbijlage** die leest als een trein.



Elke zaterdag uw vijf-in-één krant

U leest, ontdekt en geniet van **spraakmakende interviews**, **verrassende verhalen** en een **dubbeldekkende cultuurbijlage**. Elke zaterdag krijgt u 4 uitgebreide katernen en een **trendsettend magazine**, vol **leesplezier** en **interessante tips**.





De Standaard

Hedendaagse kunst in een stickerboek

Af en toe wil De Standaard meer doen, af en toe buiten de courante paden treden, en dan halen ze er een kunstenaar bij. Een week lang gooit Wim Delvoye zijn hele oeuvre in de weegschaal. Op ruim 130.000 exemplaren verspreidt De Standaard een boek met stickers, zodat de lezer zelf het verzamelde werk van Delvoye bijeen kan sparen en kleven.

Al sinds zijn kindertijd is Delvoye gefascineerd door de legendarische Paniniboeken waarin de lezer met prentjes de wereld verzamelt - voetballers en wielrenners, wilde dieren of auto's. Delvoye is zelf een verzamelaar. Zijn kunst wordt gekocht door verzamelaars. Kunstverzamelaars gaan voor wat schaars is. Hoe schaarser, hoe waardevoller, zo werkt de markt ook bij kunst. Met dit knip- en plakboek steekt hij stokken in die wielen. Kunst voor de massa, speels, noem het infantiel. Maar vergis u niet: niets van wat Delvoye doet, is toeval.

Jongeren maken eigen voorpagina

'Verover de voorpagina van De Standaard.' Dat was de opdracht. Honderden lezers, vooral jongeren, vonden op De Standaard Online alle tools om een eigen voorpagina te maken. Dat leverde veel ludieke frontpagina's op, maar even zoveel voorpagina's met een boodschap, gaande van 'Wij willen een regering' tot 'Stop de armoede'.

Elke maand werd de inzending die online de meeste voorkeurstemmen had gekregen, met een iPad beloond. De uiteindelijke winnaar zag zijn inzending ook daadwerkelijk vooraan afgedrukt.

De Standaard Online weer nieuwssite van het jaar

De lezers van het magazine Clickx verkozen voor de veertiende keer de websites van het jaar in 20 categorieën. De Standaard Online werd net als vorig jaar verkozen tot beste site in de categorie nieuws en duiding. Tweede werd Deredactie.be, de nieuwssite van de VRT, Nieuwsblad.be eindigde derde.



VERZAMEL GRATIS HET UNIEKE OEUVE VAN WIM DELVOYE IN EEN EXCLUSIEF STICKERBOEK

WIM DELVOYE STICKERBOEK EN STICKERS VANAF ZATERDAG 18 SEPTEMBER GRATIS BIJ DE STANDAARD

Win Delvoye. Moeien we hem nog voorstellen? Deze unieke kunstenaar tekenen varkens, maakt kalbmachines, knoopt barokke truien en vervangt de ruiten van voorbalken door glasramen. Zijn laatste kunstwerk? Een stickerboek dat u met een mengkleur met andere mensen zijn volledige oeuvre afgebeeld heeft.

Neef op zaterdag 18 september om gratis stickerboek bij de krant en vertrek op maandag 20 tot vrijdag 24 september alle gratis stickers. Zo wordt u de trotse eigenaar van een uniek kunstwerk.

dS De Standaard
overantwoord interessant

- www.standaard.be
- m.standaard.be

- www.facebook.com/standaard
- twitter.com/destandaard

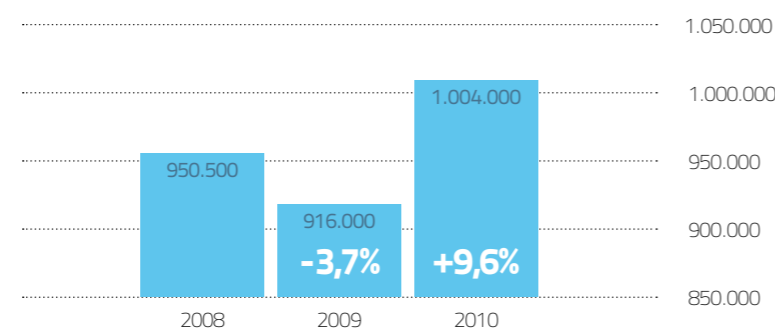


Het Nieuwsblad

➤ Meer dan een miljoen lezers

Het Nieuwsblad/De Gentenaar overschrijdt in de CIM-bereikcijfers de kaap van het miljoen (1.004.000) lezers, dankzij een sterke stijging met 9,6 procent.
Het Nieuwsblad Magazine stijgt met 5,4% naar 647.000 lezers en wordt zo sterker dan de magazines van de andere kranten in het populaire segment.

DAGELIJKS BEREIK (AANTAL LEZERS)



Bron: CIM 2010

✓ www.nieuwsblad.be ✓ www.gentenaar.be

✓ www.sportwereld.be ✓ m.nieuwsblad.be

f www.facebook.com/nieuwsblad.be f www.facebook.be/sportwereld.be

t twitter.com/nieuwsblad_be t twitter.com/sportwereld_be



➤ Suske & Wiske maken de krant

Naar aanleiding van 65 jaar Suske & Wiske strijkt zowat de voltallige Studio Vandersteen met onder meer tekenaar Luc Morjaeu, scenarist Peter Van Gucht, inkerter Eric De Rop, decortekenaar Peter Quirijnen en hoofd van de Studio Leen Vandersteen neer op de redactie van Het Nieuwsblad om mee de krant te maken.

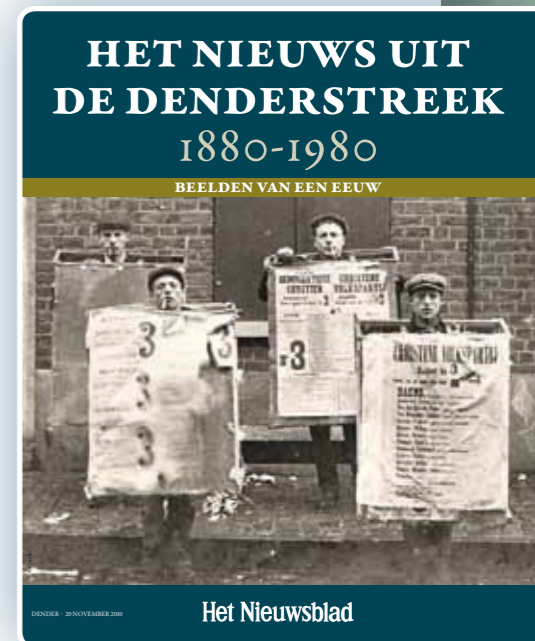
Na de redactievergadering gaat de ploeg koortsachtig aan het werk om bij de artikels en nieuwsfeiten passende tekeningen en cartoons te maken. Lambik schrijft het commentaarstuk en tante Sidonia vervangt voor één keer Jill Peeters als weervrouw.

➤ Retroreeks toont 100 jaar Vlaanderen

Het Nieuwsblad en De Gentenaar scoort met een unieke reeks. In elke krant van elk van de zestien edities steken zes dagen lang retroboekjes met foto's uit elke Vlaamse gemeente van 1880 tot 1980.

Onze reporters doken daarvoor maandenlang in de archieven van alle Vlaamse gemeenten. Het resultaat: 6.000 nooit eerder gepubliceerde foto's, 6 fotoboekjes per editie, 1.152 bladzijden. Het is de eerste keer dat het fotografisch verleden van Vlaanderen op zo'n grootschalige manier wordt bijeengebracht.

De fotoboekjes zijn thematisch. Ze belichten achtereenvolgens het nieuws, de jeugd, de straten, de arbeid, de gebouwen en de vrije tijd in uw streek. Bij elke foto hoort een bijzonder verhaal uit de gemeente.



Het Nieuwsblad



Het Nieuwsblad

➤ Speciale gidsen gaan glossy

Het is een jaarlijkse traditie bij Het Nieuwsblad/De Gentenaar: de sportgidsen. Bij het begin van het wielerseizoen, het veldritseizoen, de voetbalcompetitie. 2010 wordt gekenmerkt door een nieuwe aanpak. Voortaan verschijnen de gidsen op glossy papier, met een stevige kaft. Wel nog altijd gratis bij de krant.



➤ Gratis cd van Prince bij de krant

Een nieuwe cd van popicoon Prince is altijd een belevens. Zeker wanneer die ook gratis weggegeven wordt aan alle lezers. Op 10 juli verschijnt '20TEN', Het Nieuwsblad/De Gentenaar krijgt het alleenverdeelrecht voor het Nederlandstalige taalgebied.



Nog meer acties om de lezers te verwennen: een gratis Nonkel Bob-cd, het Rondeblik van Primus, de Fietstap. Ook diverse spaaracties scoren hoog: de Sony flatscreen, de reeks kinderboeken van Geronimo Stilton, de reeks kookboeken van Sergio Herman.

➤ Het Nieuwsblad op Zondag wordt Nieuwsblad Sportwereld

Het Nieuwsblad pakt uit met een volledig vernieuwde zondagskrant. 'Nieuwsblad Sportwereld' wordt de nieuwe naam voor 'Het Nieuwsblad op Zondag' en brengt het beste van sport en algemeen nieuws samen. Uiteraard blijft de krant inzetten op nationale en internationale actualiteit, maar tegelijk investeert de redactie in 32 extra bladzijden met vers sportnieuws, elke zondag.

'Nieuwsblad Sportwereld' brengt het breedste sportaanbod, zowel internationaal, nationaal als regionaal. Uitslagen, verslagen, reacties, het staat er allemaal in. Naast een column van Karl Vannieuwerke is er wekelijks ook een groot sportinterview met een nationale of internationale sportheld. 'Nieuwsblad Sportwereld' zoekt ook naar het nieuws achter de sport met exclusieve reportages en interviews, en ook de sportgeschiedenis krijgt wekelijks aandacht.

➤ Speciale wikkels voor 'breaking news'

Groot nieuws vraagt grote maatregelen. Of het nu gaat om de ontploffing in Luik, het tragische treinongeval in Buizingen, het verslag van de commissie-Adriaenssens of de nationale verkiezingen, de lezer wil snel en uitvoerig geïnformeerd worden.

Daarom kiest de redactie van Het Nieuwsblad voor de wikkel, die omheen de gewone krant zit. Twaalf of zestien pagina's actualiteit die dankzij de inzet van de hele redactie vakkundig ingevuld worden.





L'Avenir

L'Avenir is 'incontournable'

De merken Vers l'Avenir, Le Jour, Le Courrier en Actu24.be maken plaats voor één enkel merk : L'Avenir. Deze keuze van Les Editions de l'Avenir steunt op een aantal redenen.

De consument wordt bestookt met ontelbare informatiebronnen en een onoverzichtelijk multimedia-aanbod. De actualiteit wordt voortdurend geraadpleegd, kriskras, liefst zo snel mogelijk. Dit gebeurt de hele dag door op verschillende en dikwijls complementaire dragers: papier, internet, mobile, iPad, ...

In deze nieuwe context is het belangrijk om ervoor te zorgen dat de lezers kunnen terugvallen op één betrouwbare bron, onder één enkel label dat garant staat voor professionele kwaliteit en geloofwaardigheid: het merk L'Avenir. De 9 regionale edities en de website Lavenir.net weerspiegelen de passie voor het nieuws, met een sterke lokale verankering.

De historische titels (Le Courrier de l'Escaut, Le Jour Verviers, ...) blijven bestaan als editiebenaming.



Staten-Generaal voor multimediale cultuur

Om de overgang van een monomediale naar een multimediale cultuur te versnellen, heeft Les Editions de l'Avenir in 2010 een grote stap gezet: de Staten-Generaal. Het unieke aan deze stap is dat hij gezet werd door de "G17", met vertegenwoordigingen van directie, diverse organisaties (vakbonden, journalistenverenigingen) en de verschillende afdelingen en specialisaties van de redactie.

De Staten-Generaal moet leiden tot een dynamische, soepele en creatieve multimediale redactie. Daarvoor wordt door het hele bedrijf heen een project opgezet, compleet met wegenkaart, akkoord rond organisatie, planning van de noodzakelijke werken en een lastenboek.

Het startschot werd gegeven met een overlegweek, vol reflectie en debat en met drie dagen workshops in drie groepen (producten, organisatie, competenties). Dit resulteerde in een herdefinitie van onze kranten, nieuwe principes rond multimedia-werking, herdefinitie van de competenties en het in kaart brengen ervan binnen Les Editions de l'Avenir.

De kaderleden van de redactie leggen de laatste hand aan het strategisch rapport. Het werk moet af zijn wanneer ook het nieuwe redactiesysteem van EidosMedia en de mobiele uitrusting van de journalisten uitrollen.





L'Avenir

Le Journal des Enfants blijft stijgen

Le Journal des Enfants, de wekelijkse jongerenkrant van Les Editions de l'Avenir, blijft hoge toppen scheren. De verkoop is in 2010 met 9,3% gestegen. Enerzijds door een toename van het aantal schoolabonnementen, maar ook door een stijging van de individuele abonnementen in de Franstalige gemeenschap. Op de drempel van zijn twintigste verjaardag in 2012 telt JDE nu meer dan 20.000 abonnees. Een nieuwe campagne in het na-jaar moet nog eens een boost geven.



✓ www.lavenir.net

✓ m.lavenir.net

f www.facebook.com/lavenir.net

t twitter.com/lavenir_net

Absolute winnaar in het zuiden

De CIM-lezercijfers zijn ronduit schitterend voor L'Avenir. Een dagbereik van 460.000 lezers is goed voor een stijging van 25% tegenover de vorige meting. L'Avenir is veruit de sterkste stijger in het zuiden. De kloof tussen L'Avenir en Le Soir is verwaarloosbaar klein.

In de verkoopcijfers ziet L'Avenir in 2010 zijn marktaandeel sterk stijgen van 21,4% naar 21,8% en toont zich zo de meest stabiele speler op de Franstalige krantenmarkt (-3,7%).

DAGELIJKS BEREIK (aantal lezers)

	2008	2009	2010	Vershil 09-10	%
Sud Presse (incl. Nord-Eclair)	548.000	567.000	590.000	23.000	4,1
Le Soir	581.000	567.000	484.000	-83.000	-14,6
L'Avenir	402.000	368.000	460.000	92.000	25,0
La Dernière Heure / Les Sports	440.000	465.000	427.000	-38.000	-8,2
La Libre Belgique	149.000	183.000	178.000	-5.000	-2,7
L'Echo	68.000	68.000	67.000	-1.000	-1,5
Netto Franstalige kranten	1.719.000	1.748.000	1.726.000	-22.000	-1,3

Bron: CIM 2010

Sponsoring van het Balfroid-dictee

Vier maanden lang trekt het Balfroid-dictee door alle Franstalige provincies, op zoek naar de jongeren die het best kunnen omgaan met de spelling en rijkdom van de Franse taal. De finale wordt rechtstreeks op televisie uitgezonden.

Als mediasponsor dragen L'Avenir en Le Journal des Enfants meer dan hun steentje bij via advertentiecampaagnes en inhoudelijke ondersteuning in de krant. Het Balfroid-dictee telt elk jaar weer duizenden deelnemers.





Jobat

Jobsite van het jaar

Jobat.be wordt in de categorie Jobs verkozen tot Site van het Jaar 2010, een jaarlijks initiatief van het magazine Clickx, met inbreng van de lezers, de surfers en een vakjury.

Daarmee plukt Jobat de vruchten van de keuze die twee jaar geleden gemaakt werd om stevig te investeren in zijn website Jobat.be.

Jobat innoveert met:

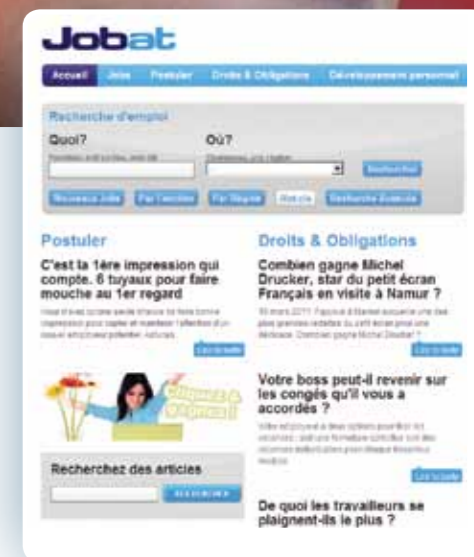
- meer focus op informatie rond solliciteren, rechten en plichten van de werknemer en persoonlijke ontwikkeling;
- een leuke CV-module met de mogelijkheid om een eigen webpagina te maken van je CV in een paar klikken;
- een nieuwe zoekmotor die meteen ook zoekt op synoniemen van het ingegeven trefwoord.

✓ www.jobat.be

✓ m.jobat.be

f www.facebook.com/jobat.be

t twitter.com/jobat



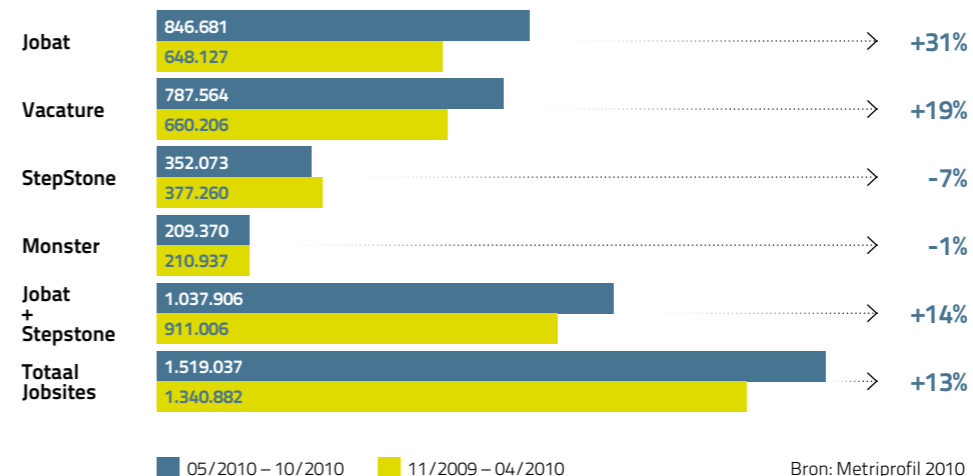
Jobat zet partnership op met RTBF

Jobat sluit een partnership met RTBF, waardoor de Franstalige rekruteringsmarkt een nieuwe impuls krijgt. Jobat telt nu in totaal vier Franstalige partners: lavenir.net, rtbf.be, leforem.be en regionsjob.com. Samen bereiken ze maandelijks meer dan 3,5 miljoen Franstaligen. Met 1.074.733 unieke bezoekers per maand op Jobat.be was Jobat al de grootste Belgische jobsite. Veel klanten wilden de diensten van Jobat in heel het land kunnen gebruiken en waren vragende partij voor zo'n nationale oplossing. Jobat.be is nu een volledig tweetalige jobsite, zowel wat redactionele inhoud als wat jobaanbod betreft.

Sterkste stijger onder jobsites

Het bereik van Jobat.be blijft stijgen, waardoor de jobsite zijn positie als marktleider herover. Dat blijkt uit de Metriprofil-cijfers van CIM. Jobat.be versterkt niet alleen zijn positie onder de jobsites, uit de CIM-cijfers blijkt ook dat de Jobatsite meer dan de helft van alle unieke jobsitebezoekers in België bereikt. Het partnership Jobat-StepStone bereikt zelfs 68 procent van alle jobsitebezoekers. Alle jobsites samen gaan er 13 procent op vooruit. Ook in Wallonië bereikt Jobat.be steeds meer werkzoekenden. Het bereik steeg er met 7 procent tot 134.242 unieke bezoekers per maand. Jobat.be gaat er vooral sterk op vooruit in de provincies Waals-Brabant (+98%), Henegouwen (+46%) en Namen (+47%). In Vlaanderen blijft de Jobat-site als marktleider in alle provincies groeien. De groei is het sterkst in West-Vlaanderen (+62%) en Antwerpen (+44%).

NETTOBEREIK OP MAANDBASIS (UNIEKE BEZOEKERS)



Het Nieuwsblad
DE GENTENAAR

Zaterdag 26 en zondag 27 februari 2011

TECHSPACE AERO De aantrekkelijkste werkgever blz. 8
ILAH 'Geïngerd aan kritiek' Hemmerrechts blz. 12
ANSEEL & DENYS Lieve de 48 urenweek blz. 5

JOBAT.BE SITE VAN HET JAAR



10.494 jobs op jobat.be Vind jouw job bij een Top Employer vanaf blz. 24



Corelio Printing

Corelio en Concentra bundelen krachten in coldset

Corelio en Concentra smeden een structurele samenwerking op het vlak van coldsetdrukwerk. Daartoe behoren zowel de eigen kranten en huis-aan-huisbladen als drukwerk voor derden. Met dit partnership (50/50), dat opereert onder het gezamenlijk merk Coldset Printing Partners en de activiteiten groepeerd van de vestigingen in Groot-Bijgaarden en Paal-Beringen, geven Corelio en Concentra een krachtig antwoord op de uitdagingen in een sector die sterk in beweging is.

Beide ondernemingen vinden het belangrijk om toekomstige investeringen in nieuwe drukpersen op de meest optimale manier te structureren, mede in het licht van nieuwe digitale en mobiele ontwikkelingen. Daarom hebben ze beslist hun coldsetdrukkerij-activiteiten samen te organiseren. Hierdoor zijn efficiëntieverbeteringen en schaalvoordelen mogelijk en kunnen mogelijke formaatwijzigingen makkelijker worden doorgevoerd in de toekomst.

De samenwerking neemt een uiterst geslaagde start, want als eerste nieuwe drukorder wordt L'Equipe binnengehaald, dé referentie in sportdagbladen. Tennis, golf, voetbal, rugby, basket, wielrennen, dat alles uitgesmeerd over de 12, 16, 20, 24, 28 of 32 broadsheetpagina's van de Belgische en Luxemburgse edities. L'Equipe rolt 7 dagen op 7 van de persen in Groot-Bijgaarden en Paal-Beringen.

✓ www.corelioprinting.be

✓ www.coldsetprintingpartners.be



Heatset neemt handelsfonds Concentra Grafic over

Er werd met Concentra niet alleen een akkoord bereikt over samenwerking op het vlak van coldset, maar ook over de overname van een belangrijk gedeelte van het handelsfonds van Concentra Grafic. Hierdoor verzekeren de vestigingen in Erpe-Mere en Anderlecht zich van bijkomende heatsetdrukorders, zoals P-Magazine, Ché, Fleur Creatief, Hobbytuin, Culinaire Ambiance en Cycloprint.

We love printing

Middenin het digitale tijdperk blijft Corelio Printing rotsvast geloven in waar het zo goed in is: het met veel liefde en trots drukken van de beste kranten, tijdschriften en andere. Om deze passie voor het gedrukte woord en de relatie met de klanten – de uitgevers – te onderstrepen, pakken Corelio Printing en Coldset Printing Partners uit met een nieuwe campagne, die geen twijfel laat bestaan over de liefde voor het vak, voor de uitgevers en hun lezers.

We love printing!





Corelio Printing

➤ Het Groene Boek van Corelio Printing

De zorg voor mens en planeet is resoluut één van de grootste bekommernissen van Corelio Printing. Het duurzame beleid dat de drukkerijen elke dag voeren, komt uitgebreid aan bod in 'Het Groene Boek van Corelio Printing'. Een greep uit de inhoud.

Na een grondige audit door het keuringsorganisme Lloyd's behaalden de Corelio-drukkerijen in Groot-Bijgaarden en Erpe-Mere in januari 2009 de **ISO 14001**-norm. In de doelstellingen die voorafgaand aan de audit werden geformuleerd, engageert Corelio Printing zich om blijvend te werken aan rationeel energieverbruik, optimaal afvalbeheer en beheer van gevaarlijke producten.

In alle drukkerijen van Corelio wordt grondig gesorteerd: alleen zo kan de **recyclage** optimaal verlopen. Afvalstromen die voor energierecuperatie in aanmerking komen, worden meestal samengevoegd. Het grootste deel van het hergebruik vindt bovendien plaats in de drukkerij zelf. Zaken die hiervoor in aanmerking komen, omvatten **vochtwatertoevoegmiddelen, reinigingsproducten, hoogcalorisch afval, reductie van waterverbruik, papierafval, verpakkingen of drukvormen**.



HET GROENE BOEK VAN CORELIO PRINTING



Aangezien ongeveer 99% van een drukwerk uit papier bestaat (de rest is inkt), is het normaal dat de duurzame ontwikkeling in de papierindustrie voor betere milieuprestaties zorgt. Corelio Printing draagt zijn steentje bij: de site in Groot-Bijgaarden kan papier van **100% gerecycleerde vezel** gebruiken dat volledig lokaal wordt verzameld en herwerkt tot nieuw papier. De **FSC**- (Forest Stewardship Council) en **PEFC**-labels (Programme for the Endorsement of Forest Certification) tonen aan dat de drukkerijen ook veel belang hechten aan goed bosbeheer. Midden juni 2010 werden de heatset in Anderlecht en Erpe-Mere, en ook de coldset in Groot-Bijgaarden beloond met het **Imprim'Vert**-label, een kwaliteitscertificaat voor ondernemingen die maatregelen nemen om de negatieve invloed van de activiteiten op het milieu in te perken.

De vellenafdeling in Anderlecht maakt gebruik van **plantaardige inkten**. Dat zorgt voor een aanzienlijk milieuvoordeel, aangezien die inkten worden geproduceerd met plantaardige olie, die volledig hernieuwbaar is.

Door de evolutie in de grafische sector is de aanmaak van **drukvormen**, zoals drukplaten, vrijwel volledig gedigitaliseerd. Daardoor worden een groot aantal chemische processen overbodig.

Tot slot blinkt Corelio Printing uit in **duurzaam energiegebruik**. Dit onder meer door een vergoederde **warmterecuperatie**, het gebruik van **free cooling** en de inzet van **natuurlijke ventilatie**.





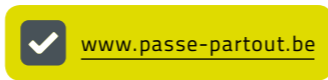
Passe-Partout

Restyling en nieuw logo

De Passe-Partout-groep lanceerde eind oktober een volledig gerestylede versie van haar huis-aan-huisbladen. De inhoud van de edities heeft een opvallende opfrissing gekregen. Kortere redactionele artikelen over de meest uiteenlopende onderwerpen, een frisse lay-out, meer voorkeurplaatsen, nieuwe thema's, geïntegreerde zoekertjes.

De vernieuwde cover biedt de lezers twee artikels die hen zin geven om de krant te doorbladeren. Het vertrouwde regionale artikel op de één, waarin je leest wat er in je stad of streek gebeurt, krijgt het gezelschap van een nationaal artikel met een leuke foto, een bekend gezicht of een smaakmaker voor een themadossier dat je binnenin de krant terugvindt.

Ook het logo heeft een facelift ondergaan, zodat het merk Passe-Partout weer zo aantrekkelijk wordt als op de eerste dag waarop Passe-Partout in de bus viel.



Passe-Partout, 20 minuten leesplezier...gratis!

- 5 minuten weetjes
- 5 minuten koopjes
- 5 minuten spelletjes
- 5 minuten nieuwtjes

De afbeelding toont handen die een ronde, platte krant vasthouden. De krant heeft de titel 'Passe-Partout' en diverse artikelen met afbeeldingen. Rechtsboven staat 'Markthoek levert mooie prijzen op'.

passe-partout
Elke week
In uw brievenbus!

Sterkere positie in West-Vlaanderen door partnership

Atlas en de Passe-Partout-groep hebben beslist de krachten te bundelen om hun concurrentieposities te verbeteren. De Atlas-edities van Menen, Kortrijk, Wevelgem, Waregem, Harelbeke en Zwevegem werden versterkt door de fusie met de edities van Passe-Partout in de respectievelijke regio's. Passe-Partout verzekert de regio voor de grote accounts van deze edities.

De edities van Passe-Partout in Roeselare-Izegem en Tielt-Aalter werden ook versterkt als gevolg van de fusie met de edities van Atlas in de desbetreffende regio's.

Passe-Partout Inside: meer dan actueel

Passe-Partout is al jaren een vaste waarde in het Brusselse landschap. Om te beantwoorden aan de verwachtingen van adverteerders en lezers werd beslist om een nieuw tweewekelijks magazine te lanceren, Passe-Partout Inside. Dit magazine richt zich tot alle generaties en interesses van de Brusselaars. De edities Noord en Zuid, elk met een oplage van 90.000 exemplaren, worden voor 85% huis-aan-huis bedeed, de rest wordt verspreid via een kwalitatief hoogstaand netwerk van 100 distributiepunten.

(PASSE PARTOUT) Inside

Virgínie de Brévesles

De afbeelding toont de cover van het magazine 'Passe-Partout Inside'. Het beeldt een vrouw met blonde haar, Virgínie de Brévesles, af. Onderaan de cover zijn drie kleine afbeeldingen te zien: een groep mensen, een rode auto, en een persoon aan een tafel.

Le magazine bimensuel des bruxellois

passee-partout Week 48 • 6ème van 09/20/11

TREVI ORTA
Gratis schatting van uw vastgoed binnen 48h
bel nu 055 20 74 20

De laatste St-Valentijn voor Prins William...

T103-project in Ronse zet textiel in de spotlights

GRAFZERKEN
Capitaalschuld de goedkoopste!
Indische grafzerken tot 45% goedkoper
Toonaanvallende tot 30% goedkoper
Graskeperntakken vanaf € 300 geplaatst
Steenhouwerij NAESSENS
Kerkstraat 42-44 • Oudenaarde • Ew • tel 051 33 82 92

Van Welden
Verzekeringen
Krediet
Hypotheeklen
Overname
Immobilien
Rue de la Liberté 64 • 1700 DUCOMMUN
Tel. 055 53 32 26 • Fax 055 33 32 30
www.vanwelden.be

Speel en win!
Passe-Partout geeft u de mogelijkheid om schitterende prijzen te winnen!
Doe mee!
* een fototoestel van Canon
Kijk snel binnenin en slaag uw kans!

Seeds est uw dienst!

IV Garage Bastin
C. Bastin
1888 Bree
Tel 055 21 41 13
www.garagebastin.be

IMMOBOSS
Dringend op zoek naar nieuwe eigendommen
Bel 055/600 100 voor een gratis schatting
www.immoboss.be

BYVA Fourneau & zoon
DAK-, ZINK- en KAPWERKEN
Gratis offerte
055 20 98 80
info@fourneau.be

holvoet
Bouwmaterialen
Rue de la Liberté 11 • 1700 DUCOMMUN
Tel. +32 55 206 500 • Fax: +32 55 206 510



Corelio Connect

➤ Gecumuleerd bereik in National Newspubli- cation Survey

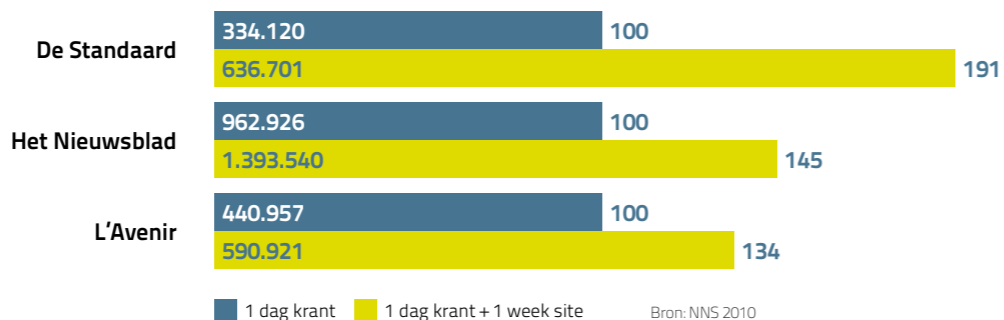
Corelio Connect lanceert samen met Concentra Media Regie, De Persgroep Advertising, IPM-RGP, Rossel Advertising en Trustmedia de *National Newspubli- cation Survey*, of kortweg NNS, die het gecumu- leerde bereik in kaart brengt van kranten, hun magazines/bijlagen en internetsites.

De opvolger van de met een *AMMA Award* bekroonde *Newsbrand Qualifier*-studie heeft verschillende doelstellingen voor ogen: het bereik van week- en weekendedities vergelijken, het imago vergelijken van de verschillende kanalen en het gebruik van nieuwe platformen zoals iPad, smartphone en digitale tv in kaart brengen.

Daarnaast vertaalt deze studie de gegevens van meer dan 5.000 interviews (NL/FR) in bruikbare indicatoren voor crossmediaplanning (accumulatie, duplicatie, exclusief bereik). De resultaten worden gekali- breerd op die van de CIM Persstudie, zodat vergelijkingen tussen beide studies mogelijk zijn.

Net als bij de Newsbrand Qualifier zullen mediabureaus toegang krijgen tot de database achter de studie. Deze gebruiksvriendelijke software maakt het mogelijk crossmediaal te plannen en met concreet cijfermateriaal aan te tonen dat de overgang van newspapers naar newsbrands een realiteit is.

GECEMULEERD BEREIK (1 dag krant + 1 week site)



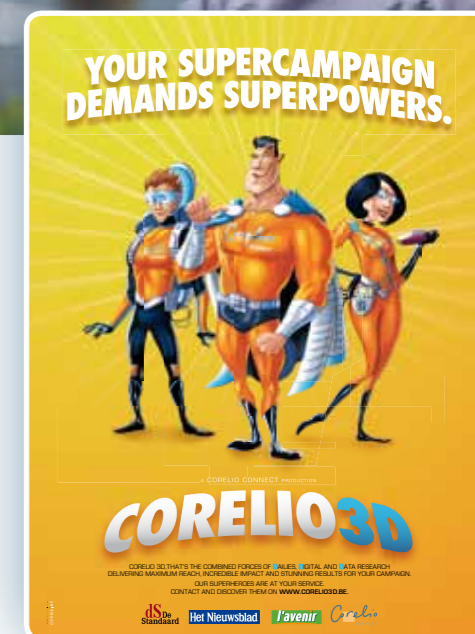
➤ Corelio Connect nu ook in 3D

Corelio Connect introduceert het Corelio 3D-pakket. Corelio 3D staat voor Dailies, Digital en Data research. De combinatie van dagbladen en de nieuwssites verhoogt immers de impact en het bereik van campagnes. Corelio Connect voert ook een gratis resultaatmeting uit van alle geïntegreerde campagnes. Dankzij het Corelio 3D-pakket is het mogelijk om Dailies en Digital te combineren met een extra voor- delig tarief. En de adverteerder krijgt er de Data research gratis bij.

De Corelio Connect **Mr. Dailies** is alom gekend voor zijn solide, ge- ruststellende verschijning en zijn indrukwekkende kracht. Hij brengt advertenties paginagroot onder de neus van meer dan 1,7 miljoen lezers. Dankzij De Standaard, Het Nieuwsblad en l'Avenir bereikt hij een breed maar kwaliteitsvol lezerspubliek.

Digital Dude is een man van de wereld. De toekomst ligt aan zijn voeten en hij vindt er vlotjes zijn weg in. Met een online campagne op de nieuwssites van De Standaard, Het Nieuwsblad en L'Avenir geeft hij een extra bereik op die doelgroepen die doorheen de dag het nieuws online blijven volgen.

Data Girl is gebeten om te meten wat het effect van een campagne is. Data Girl maakt dan ook intelligent gebruik van de exclusieve research tool van Corelio Connect.



➤ Scripta en Corelio Connect heroriënteren zich

Scripta, de externe krantenregie van Corelio, Concentra en IPM neemt een nieuwe rol op in de reclamewereld, met focus op NP-pakketten en Scripta Deals (pakketten waarin alle Scripta-titels verwerkt zijn). Met deze vernieuwde aanpak wil Scripta samen met zijn uitgevers inspelen op de tendensen en noden van de snelwijzigende reclamemarkt.

Corelio Connect past op zijn beurt zijn organisatie aan. Voortaan opereeren er bin- nen Corelio Connect vier teams: een print team dat focust op de mediabureaus, een online team dat focust op de mediabureaus, een Newsbrand team dat zich richt op de adverteerders en een dedicated L'Avenir-team dat de specifieke kracht van deze titel in het zuiden van het land uitspeelt.

Met deze nieuwe structuur speelt Corelio Connect in op de vraag van de advertentiemarkt naar een centraal aanspreekpunt en een directer contact met de uitgever.



Corelio Connect

INMA-award voor Oral-B-campagne

De *International Newspaper Marketing Association* bekroonde Corelio Connect in de *Non-Traditional Advertising Competition* met de tweede plaats voor de reclamecampagne van Oral-B. Deze wedstrijd belooft uitmuntendheid in marketing en creativiteit in het gebruik van nieuws-media in de mediamix. Het is de allereerste competitie die innovatie promoot in campagnes die gebruik maken van zowel print, online als mobiele kanalen. Meer dan 70 cases werden ingezonden.

Specifiek voor Oral-B van Procter & Gamble bracht Corelio Connect verschillende disciplines bij elkaar. De campagne zelf startte met een enquête rond mondhygiëne, waarvan de resultaten werden verwerkt in redactionele bijdrages. Uit de deelnemers werd een panel samengesteld dat met de Oral-B elektrische tandenborstels aan de slag ging. Uit hun ervaringen distilleerde Corelio Connect portretten waarmee de lezers zich konden identificeren. In alle fases werd er gebruik gemaakt van zowel onze gedrukte als onze interactieve platformen, maar wel telkens aangepast aan de specifieke kwaliteiten van elk medium.

Exclusieve campagne voor EU-voorzitterschap

In het kader van het Belgische EU-voorzitterschap wilde Vlaanderen als regio op het voorplan treden. In heel wat Europese materies hanteren de regio's immers de voorzittershamer. Ter ondersteuning hiervan lanceerde de Vlaamse Overheid de campagne "Vlaanderen schittert in Europa en Europa schittert in Vlaanderen".

De Vlaamse overheid organiseerde een pitch waarbij alle mediagroepen zich kandidaat konden stellen om deze actie uit te rollen naar het brede publiek. Het Creative Lab van Corelio Connect heeft deze pitch gewonnen met een ijzersterk voorstel, zowel op het vlak van multimediale creativiteit als qua bereik.

Corelio was één van de weinige, zo niet de enige mediagroep, die deze campagne zowel naar de Vlaamse bevolking als naar de Expat Community via Ackroyd Publications kon uitrollen. Het feit dat dit alles aansloot bij de redactionele omkadering van het EU-voorzitterschap speelde een doorslaggevende rol.

Vertel ons wat je weet over mondhygiëne

Maak kans op 1 van de 200 elektrische tandenborstels van Oral-B

Heb jij een goede mondhygiëne? Heb je graag een gezond gebit? Erger jij je ook aan een onverzorgde mond? Deze en andere vragen interesseren Het Nieuwsblad en Oral-B. Zij willen graag weten hoeveel belang de Vlaming hecht aan zijn of haar mondhygiëne en organiseren daarom een grote enquête rond mondverzorging. Doe mee aan dit groot online-onderzoek! Beantwoord de vragen over jouw mondverzorging en maak kans om een elektrische tandenborstel van Oral-B te ontvangen en te testen.



Maak kans op een elektrische tandenborstel van Oral-B

Surf naar www.nieuwsblad.be/poetsalseenexpert en neem deel aan het grote mondhygiëne-onderzoek dat Het Nieuwsblad en Oral-B samen hebben ontwikkeld.

*Oral-B selecteert 200 mensen die gedurende tien dagen een Oral-B tandenborstel mogen testen.

met steun van
Het Nieuwsblad
Iedereen leeft mee





Corelio Classifieds

Samenwerking met Rossel leidt tot Necrologies.net

Overlijdens- en herdenkingsberichten dragen in belangrijke mate bij tot de omzet en het rendement van de Corelio-titels in Vlaanderen en Wallonië. Corelio heeft de leiderspositie in dit marktsegment.

Om die positie en rentabiliteit te vrijwaren, werd met Rossel een nieuwe vennootschap, Necnet N.V., opgericht om de krachten te bundelen op het vlak van operationele ondersteuning voor de begrafenisondernemers. Necnet – met als interface Necrologies.net – is intussen hét registratieplatform voor de begrafenisondernemer voor de boeking, prijsofferte, goed voor druk,... en dit zowel voor de titels van Corelio als voor die van Rossel.

Franstalig broertje voor Gezondheid.be

In het kader van hun digitale strategie hebben de mediagroepen Rossel en Corelio op het vlak van het thema Gezondheid hun krachten verenigd, waardoor Gezondheid.be met Passionsante.be een Franstalige nevenknie krijgt.

Gezondheid.be is marktleider op het vlak van gezondheid in Vlaanderen en telt elke dag meer dan 28.000 unieke bezoekers en verstuurt een wekelijkse nieuwsbrief naar 66.000 abonnees.

WeMatch.be brengt singles bijeen

Corelio Classifieds lanceerde via De Standaard Online en Nieuwsblad.be WeMatch.be, een datingsite voor zelfbewuste krantenlezers die op zoek zijn naar een relatie en vriendschappen op dezelfde golflengte.

Het grote voordeel van WeMatch.be is dat de singles die zich inschrijven alvast één ding gemeen hebben: ze lezen dezelfde krant. Gedrukt of online. Dat houdt dus ook in dat deze mensen in dezelfde belangstellingssfeer zitten.

WeMatch.be is een veilige datingsite met de kwaliteit en betrouwbaarheid eigen aan een krant. Profielen en e-mails worden uitgebreid gescreend, expliciete foto's en onbetrouwbare profielen worden onmiddellijk verwijderd. WeMatch.be berekent het 'matchingpercentage' van twee singles, maar toont alle profielen en laat de keuze aan de leden zelf. Maandelijks lidgeld verzekert de serieuze bedoelingen van de kandidaten.

Het Nieuwsblad partner van Vakantiesalon

Het uitgesproken profiel van de Nieuwsblad-lezers en de geïntegreerde aanpak van Corelio Classifieds hebben er de organisatoren van het Vakantiesalon in Brussel toe gebracht om voor Het Nieuwsblad te kiezen als mediapartner. Het Vakantiesalon is dé beurs bij het grote publiek en de reisindustrie, met bijna 800 exposanten en meer dan 110.000 bezoekers.



www.necrologies.net



- ✓ www.travelspotter.be
- ✓ www.wematch.be
- ✓ www.notarisblad.be
- ✓ www.inmemoriam.be
- ✓ www.necrologies.net
- ✓ www.jobat.be
- ✓ www.gezondheid.be
- ✓ www.passionsante.be
- ✓ www.zimmo.be
- ✓ www.immonot.be
- ✓ www.vroom.be



SBS



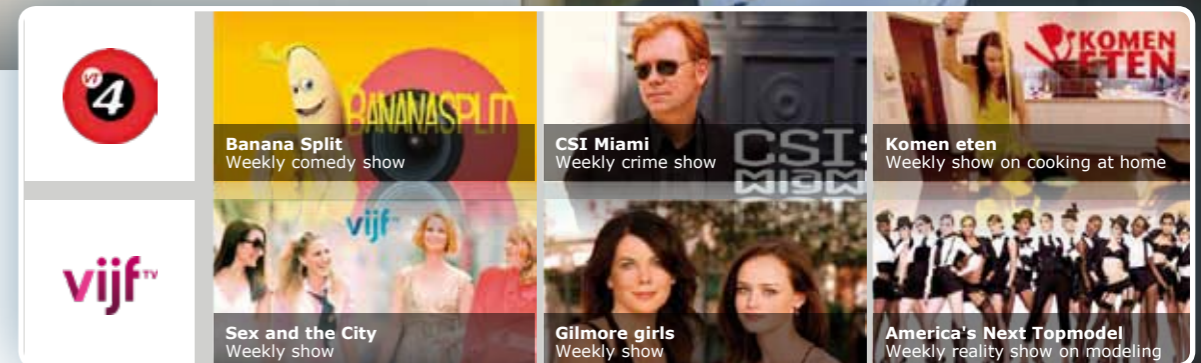
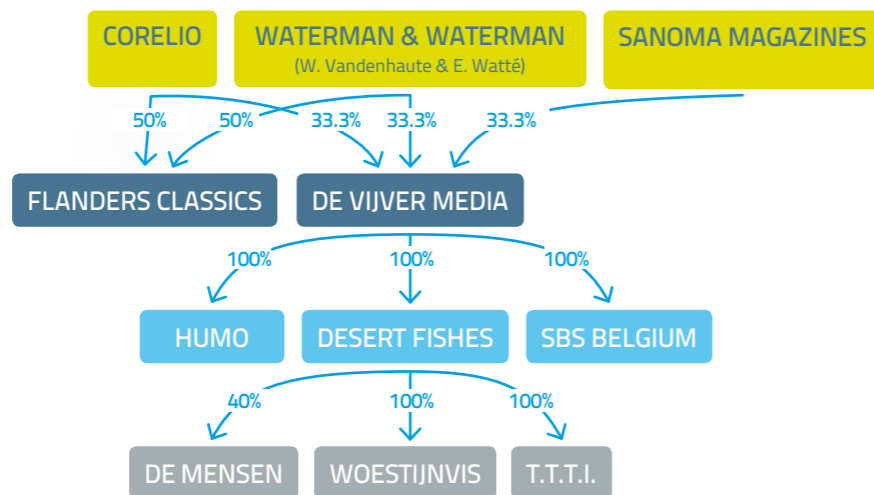
Corelio krijgt met SBS-zenders stevige voet aan de grond in Vlaams tv-landschap

In april 2011 verwerft Corelio samen met zijn bestaande partners binnen De Vijver (Wouter Vandenhaute/Erik Watté) én de Finse mediagroep Sanoma de zenders VT4 en Vijftv van het Duitse ProSiebenSat1.

De drie partners bezitten elk één derde van de aandelen in De Vijver Media-holding die naast de Belgische SBS-activa ook 100% van de aandelen van HUMO omvat en 100% van Desert Fishes, de tussenholding met onder meer de productiehuisen Woestijnvis en De Mensen (40%).

In de Raad van Bestuur van De Vijver Media die wordt voorgezeten door Corelio-voorzitter Thomas Leysen zullen de drie partners gelijkwaardig vertegenwoordigd zijn.

TOEKOMSTIGE STRUCTUUR



Crossmediale versterking

De verkoop van de Belgische SBS-zenders creëert voor Corelio een unieke opportuniteit om zijn positie in het sterk stijgende audiovisuele segment significant te versterken en zijn nieuwsmerken crossmediaal nog beter te ondersteunen en andere vormen van samenwerking tussen de partners te initiëren.

Voor Corelio is de succesvolle afronding van de SBS-acquisitie grensverleggend en volledig in lijn met de strategie om de sterke organische groei van de eigen nieuwsmerken te combineren met opportuniteiten van externe groei.

Flanders Classics

Flanders Classics, organisator van de wielervedstrijden Ronde van Vlaanderen, Omloop Het Nieuwsblad, Dwars door Vlaanderen, Gent-Wevelgem (25%), de Scheldeprijs en de Brabantse Pijl, maakt niet langer deel uit van De Vijver Media maar komt terecht in een aparte joint-venture waarin Corelio en Wouter Vandenhaute/Erik Watté elk voor de helft participeren. De nieuwe structuur creëert bijkomende mogelijkheden om de samenwerking met Het Nieuwsblad als wielerkant te versterken.



© blg

'Sterke spelers in de mediamarkt zorgen voor betere kwaliteit, en daar is uiteindelijk de kijker het meest bij gebaat'

INGRID LIETEN (SP.A)
Vlaams minister van Media





Woestijnvis

➤ Ook Nederlandse 'Loft' scoort

De remake van Loft, de thriller van Erik Van Looy en Bart De Pauw, lokt ruim een half miljoen bezoekers naar de Nederlandse filmzalen. Antoinette Beumer tekende er voor de regie, maar toen ze na een zwaar ongeval op de set voor enkele weken in het ziekenhuis belandde, nam Erik Van Looy tijdelijk de regie over.

Overigens komt er nóg een remake. Erik Van Looy is in vergevorderde onderhandelingen om een Amerikaanse versie van Loft te maken.

➤ De Ronde op zondagavond

Wellicht de beste en strafste fictiereeks van 2011. Zo omschrijven de kranten De Ronde, het jongste paradepaardje van Woestijnvis en geesteskind van Jan Eelen. Het overgrote deel van de beelden is geschoten in 2010, ter gelegenheid van de Ronde van Vlaanderen.

Op Paaszondag 4 april 2010 zette Woestijnvis maar liefst 46 camera's in om diverse verhaallijnen in en om Vlaanderens mooiste klassieker in beeld te brengen. Daarnaast werden 40 acteurs vastgelegd, samen het kruim van de Vlaamse televisiewereld, en 200 medewerkers ingezet. Het spectaculairste getal is misschien nog wel de 500.000 figuranten: zoveel toeschouwers komen langs de kant van de weg immers op een of andere manier in beeld.

➤ Visionair realityprogramma

Met 'De school van Lukaku' bewijst Woestijnvis dat het visionaire gaven heeft. De opnames voor het realityprogramma over het Sint-Guido-Instituut in Anderlecht, een Nederlandstalige school met maar liefst 58 nationaliteiten, begonnen immers al in 2009. Toen was Romelu Lukaku 'een beloftevolle speler'. Intussen is hij uitgegroeid tot een stervoetballer en probeert Anderlecht hem zoveel mogelijk af te schermen voor de buitenwereld.

'De school van Lukaku' bekijkt de grootstad Brussel door de ogen van de Brusselse jongeren. Wat vinden zij van alle samenlevingsproblemen? Wat vinden zij van de multiculturaliteit? En hoe gaan zij om met de botsende levensvisies? Dat resulteerde in een unieke inkijk in de wereld van die Brusselse jongeren met roots over de hele wereld. Een jaar lang werd gefilmd in de school en uiteindelijk werden tien afleveringen uitgezonden op Eén.

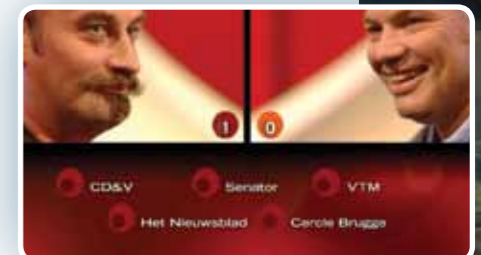
➤ Kruismans is de allerslimste

Net geen 2 miljoen kijkers voor de finale van 'De allerslimste mens ter wereld'. Het eindspel tussen Bert Kruismans en Stany Crets levert zowat de meest spannende televisie ooit op. Kruismans haalt het op het nippertje, nadat Eva Brems al eerder in de finale aan de kant moest blijven.

'De allerslimste mens ter wereld' is wekenlang het drukst bekeken programma op de Vlaamse televisie. Het bracht dan ook de allersterkste kandidaten van alle voorgaande edities van 'De slimste mens ter wereld' samen. De finale van 2009, tussen nieuwsanker Freek Braeckman en politicus Bart De Wever, is nog altijd de drukst bekeken aflevering, met welgeteld 2.126.461 kijkers.

➤ Prijzen en sterren

Ook in de recentste editie van de Vlaamse Televisiesterren mocht Woestijnvis meer dan eens een trofee in ontvangst nemen. 'De school van Lukaku' werd bekroond als beste realityprogramma, 'De allerslimste mens ter wereld' haalde het in de categorieën populairste televisieprogramma en beste entertainmentprogramma. 'De school van Lukaku' kaapte ook de Ha! van Humo weg, een jaarlijkse bekroning van het beste programma of de beste programmamaker.





Caviar



▶ Smoorverliefd opent Filmfestival Gent

Caviar groeide het afgelopen jaar verder uit tot een internationale gediversifieerde groep, actief in televisie, productie van reclamespots en film. De romantische Caviar-komedie 'Smoorverliefd' van Hilde Van Mieghem krijgt de eer om het Filmfestival Gent te openen. Het is een knapperige romantische komedie over vier vrouwen van verschillende leeftijden die zich een weg banen door de chaos van de liefde. De hoofdrollen zijn voor Veerle Dobbelaere, Marie Vinck, Wine Dierickx en Aline Van Hulle. De mannelijke tegenspelers zijn Koen De Bouw, Kevin Janssens, Huub Stapel en Koen De Graeve.

▶ Emmy-nominatie voor sportdrinkfilmpje

Met de campagne 'Replay' voor de sportdrinkfabrikant Gatorade sleept de Amerikaanse tak van Caviar een Emmy-nominatie in de wacht. De Emmy's zijn zowat de Oscars van de televisiewereld. Het filmpje vertelt het verhaal van een honderd jaar oude twist tussen twee Amerikaanse high school footballteams. In 1993 eindigde de 104de wedstrijd op een gelijkspel. 15 jaar later krijgen de teams van dat bewuste jaar de kans om de match te herspelen. Replay start als een internetcampagne en belandt uiteindelijk als tv-reeks op de Amerikaanse nationale televisie.

Ook op het reclamefilmfestival van Cannes valt Replay in de smaak. In totaal wint het er 8 prijzen, waaronder 2 felbegeerde Grand Prix.

▶ Copacabana geselecteerd voor Cannes

De Belgisch-Franse Caviar-langspeelfilm 'Copacabana' wordt geselecteerd voor de Semaine de la Critique, een evenwedstrijd op het Festival van Cannes. De film vertelt het verhaal van een gekwetste moeder die zich terugtrekt in Oostende om timesharingflats te verkopen, maar uiteindelijk toch vastbesloten is om het respect van haar dochter terug te winnen.

'Copacabana' is een coproductie met het Franse Avenue B Productions. De hoofdrol is weggelegd voor Isabelle Huppert, nevenrollen zijn er voor Veerle Dobbelaere, Jurgen Delnaet en Marilou Mermans.



▶ In de prijzen op CFP-Awards

CFP-Belgium, de vakorganisatie van reclamefilmproducenten, bekroont de reclamespot 'Pass on the warmth' van Caviar voor voedingsconcern Sara Lee met de prijzen voor de beste regie en voor de beste cinematografie, met regisseur Reynald Gresset en director of photography Arnaud Potier. Ook de spot voor de Olympische Winterspelen van het BOIC krijgt een dubbele bekroning, in de categorieën 'sound design' met Yves De Mey en in de categorie 'montage' met Koen Timmerman.

▶ Caviar nu ook in Parijs

Caviar opent een filiaal in Parijs. Caviar Parijs wordt geleid door executive producer Mourad Belkeddar, die nieuw is bij het bedrijf. Het productiehuis heeft ook kantoren in Brussel, Amsterdam en Los Angeles.

Mourad Belkeddar startte voor zijn overstap ook al in Parijs El Niño voor Irène Productions, waarvoor hij voor Frankrijk nieuwe regisseurs zoals Megaforce en Jonas & François introduceerde. Voor Caviar Parijs mag Mourad Belkeddar uitpakken met regisseurs zoals So Me, Edouard Salier en Jérémie Rozan.

De eerste samenwerking tussen Caviar Parijs en So Me is meteen een schot in de roos. De videoclip Barbra Streisand van Duck Sauce krijgt 43 miljoen hits op YouTube.



Nostalgie

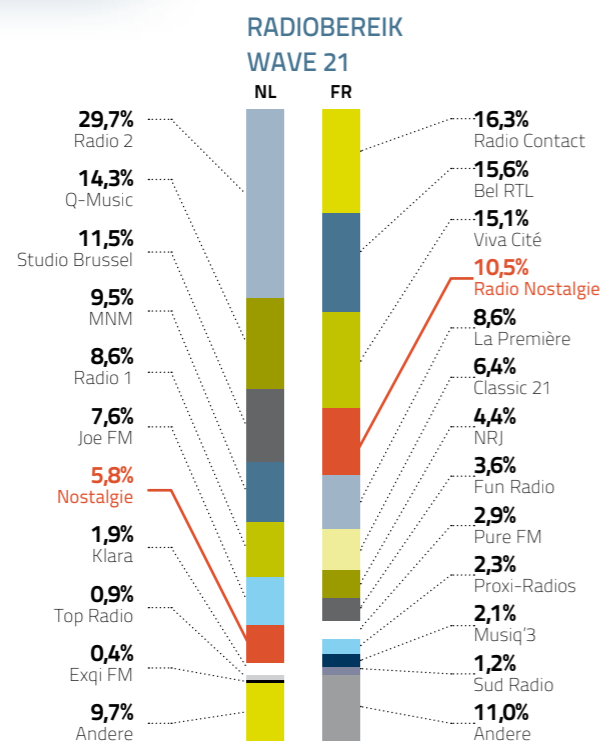


Nostalgie scoort in beide landsdelen

De Golf 21 van de CIM-luistercijfers bevestigt het: zowel in het noorden als het zuiden gaat Nostalgie er op vooruit.

De Nederlandstalige Nostalgie bevestigt zijn rol als derde landelijke commerciële zender. Het marktaandeel stijgt naar 5,8%.

Aan Franstalige kant stijgt het marktaandeel van Nostalgie naar 10,5%.



EVOLUTIE MARKTAANDEEL NOSTALGIE (Nederlandstalig)

Cijfers CIM	
Wave 21	5,8%
Wave 20	5,6%
Wave 19	4,6%
Wave 18	2,6%

Bron: CIM Radio Wave

EVOLUTIE MARKTAANDEEL NOSTALGIE (Franstalig)

Cijfers CIM	
Wave 21	10,5%
Wave 20	9,3%
Wave 19	10,6%
Wave 18	9,6%
Wave 17	10,1%
Wave 16	9,8%
Wave 15	10%
Wave 14	9,9%

Bron: CIM Radio Wave

Eén aanspreekpunt voor adverteerders

De consequente positionering en de duidelijke muzieklijn – met op elk moment van de dag 'niks dan classics' – hebben Nostalgie op iets meer dan twee jaar tijd in Vlaanderen duidelijk op de kaart gezet. Marketingacties zoals het Belgisch kampioenschap Pacman en partnerships rond succesprogramma's zoals 'Komen eten', 'De laatste show' of 'TopGear' brengen de sfeer en het imago van Nostalgie tot leven en zorgen voor een sterke band met het luisterpubliek.

Door de aanwezigheid in zowel het noorden als het zuiden van het land biedt Nostalgie aan de adverteerders ook de unieke gelegenheid om via één aanspreekpunt een gelijkwaardig gevoel en merk in te plannen in heel België.



Boeketje Nostalgie op televisie

In samenwerking met Belgacom TV gooit de Franstalige Nostalgie zich in de televisiewereld. Voor 5 euro per maand kunnen Belgacom TV-abonnees er negen bijkomende kanalen verkrijgen. De thematische zenders rond muziek, film, ontspanning, sport en cultuur weerspiegelen perfect de programma's en de waarden van Nostalgie en richten zich op een breed gezinspubliek.





Minoc

➤ Clickx vindt zichzelf opnieuw uit

Clickx Magazine gaat na een complete makeover door het leven als kortweg Clickx en zet zowel redactioneel als visueel een stap vooruit met een vernieuwde tone of voice en een moderne lay-out. Clickx mikt op de lezer in zijn immer groeiende digitale leefwereld van computers, camera's, smartphones, apps en webservices. Het magazine is daarin de ervaren gids die praktische weetjes mixt met boeiende workshops en inspirerende verhalen.

Clickx wordt een volwaardig maandblad. Daarnaast zorgt de redactie ook voor de Clickx Xtra's, de tweemaandelijks praktijkgidsen rond thema's als veiligheid, fotografie en audio & video.



- www.clickx.be
- www.fwdmagazine.be
- www.pcmagazine.be
- www.belgiumdigital.be
- www.shoot.be
- www.zdnet.be
- www.itprofessional.be
- www.itreseller.be
- www.ictdirectory.be

➤ Content Marketing: Minoc als dienstverlener

Bedrijven en merken willen allemaal een verhaal vertellen en storten zich daarom onder meer op sociale media. Daar willen ze klanten binden, op basis van waardevolle en relevante content waarmee ze hun doelgroep kunnen boeien. Minoc beschikt met ZDNet.be, ITProfessional.be en Clickx.be over verschillende doelgroepen met een uitgesproken interesse in IT. Eind 2010 werd de bestaande ICTDirectory.be, een directory waarin Minoc niet minder dan 850 actieve ICT-bedrijven in België verzamelt, omgebouwd tot uitgeefplatform voor Content Marketing.

Bedrijven kunnen voortaan zelf content (persberichten, white papers, events, ...) publiceren op ZDNet.be, ITProfessional.be en Clickx.be. Zo geeft Minoc zijn klanten de mogelijkheid om kwaliteitsvolle en waardevolle informatie aan te bieden aan een welomlijnde doelgroep, en dit binnen een relevante redactionele context. Een mooi voorbeeld van hoe een optimale combinatie en efficiënt gebruik van media en nieuwe ontwikkelingen kunnen leiden tot een gloednieuw advertentieproduct.

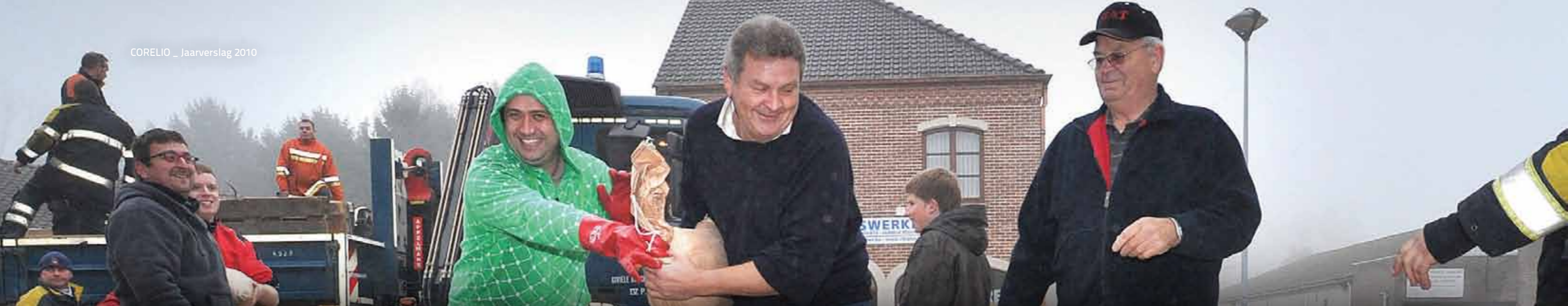


➤ FWD Magazine pakt uit met nieuwe website

FWD Magazine is al vijf jaar dé referentie voor koopadvies in de sector van beeld- en geluidsapparatuur, lees flatscreen-tv's en hifi-apparatuur. Het magazine heeft gedurende die jaren een ruime en vaste basis van lezers opgebouwd. Lezers die steeds vaker de vraag naar een aanvullende website lieten horen. Lezers die hun rol als 'early adopters' van nieuwe technologie en als ambassadeurs van hun geliefde merken nog beter willen waarmaken.

De redactie van FWD Magazine ging eind november 2010 in op die vraag met een totaal vernieuwde FWD Magazine-website. Daarmee brengt het team van redacteurs productlanceringen sneller onder de aandacht bij de lezers, met dagelijkse nieuwsberichten, fotoslideshows en reviews. FWD Magazine wordt daarmee meer dan ooit dé gids voor home en mobile entertainment.





ROB-TV



ROB-tv maakt Leuven museum interactief

M – Museum Leuven – is het eerste museum in Vlaanderen met een eigen interactieve tv-omgeving. Die werd opgezet in samenwerking met ROB-tv, de regionale omroep voor Oost-Brabant, arrondissement Leuven. Deze digitale tv-omgeving is beschikbaar voor de kijkers van Belgacom-tv in Oost-Brabant en voor de kijkers van Telenet Digital-tv in heel Vlaanderen.

Nieuwe website

ROB-tv heeft een nieuwe website. Voor het ontwerp en de bouw van de nieuwe website deed ROB-tv een beroep op One Agency.

Nieuw is dat de verschillende reportages van het Nieuws apart en in een aantoonbare kwaliteit kunnen worden bekeken. Voordien kon je op de site enkel de hele nieuwsuitzending bekijken.

www.robtv.be

twitter.com/rob_televisie



Ackroyd

Flanders Today krijgt verlengstuk

De Vlaamse overheid heeft het contract voor Flanders Today verlengd. De wekelijkse gratis Engelstalige krant is met haar bijna 27.000 exemplaren en inmiddels meer dan 80.000 lezers een paradepaardje geworden van Vlaanderen in binnen- en buitenland.

Het eigen product van Ackroyd – The Bulletin – wordt een maandelijkse publicatie en krijgt het gezelschap van Brussels Unlimited, een wekelijks blad met een uitgebreide culturele agenda. Een formule die in 2011 verfijnd wordt om de internationale gemeenschap in België nog beter te kunnen dienen.

www.xpats.com



facebook



Arkafund / Business Development

Arkafund biedt kansen aan kmo's met een bewezen business case en een onderbouwd groeiprofiel, actief binnen de media of media-gerelateerde ICT. De proactieve risicokapitaalverstrekker voor kmo's is een initiatief van Corelio, Dexia Bank en ARKimedea. Arkafund neemt minderheidsparticipaties via kapitaalinjectie om de groeiplannen te helpen financieren. Het beheer van Arkafund wordt gedaan door Corelio Business Development, dat tevens het Corelio Management Team ondersteunt om het innovatie- en transformatieproces mee uit te tekenen en uit te voeren.

➤ Investeren in domeinnamen

Arkafund heeft een kapitaalinjectie gedaan in DI SA, het vroegere Domain Invest. DI SA investeert in internet domeinnamen, de bouwstenen die het vastgoed van het internet uitmaken.

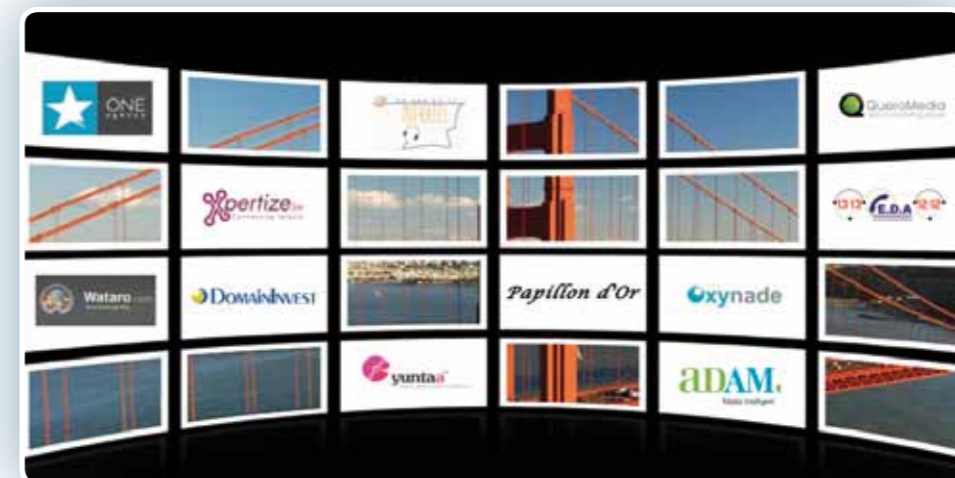
De portfolio van DI SA omvat momenteel meer dan 100.000 domeinnamen en lokt als online media business maandelijks miljoenen bezoekers. DI SA maakt haar gesegmenteerd bereik te gelde via de verkoop van gerichte advertenties. DI SA richt zich op de aankoop van schaarse generische domeinnamen die op een natuurlijke wijze trafiek genereren, zoals *whiskey.com*, *uk.de*, *autoverhuur.be*, *valises.fr* of *credito.it*.

DOMAININVEST

➤ Prestigieuze prijs voor ADAM Software

ADAM Software werd door het internationale onderzoeks- en adviesbureau Frost & Sullivan bekroond met de 'Global Entrepreneurial Company of the Year Award in Digital Asset Management'. Frost & Sullivan kiest de winnaar op basis van een uitgebreide analyse van alle belangrijke spelers binnen de sector, waarbij ruim aandacht wordt besteed aan de groei, het leiderschap en het innovatief vermogen van de bedrijven.

Dat een klein Belgisch bedrijf zo'n prestigieuze prijs binnenhaalt, is niet evident. ADAM Software ontwikkelde een technologie die geleverd wordt aan de grootste bedrijven ter wereld, zoals Microsoft, Adobe, Ikea of Adidas.





Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen



Braille - Audio - Internet

Corelio draagt op zijn manier al jaren bij aan een duurzame samenleving met gelijke kansen voor iedereen. Dit zowel op het menselijke vlak als op het ecologische vlak. Ook hier kan het digitale een rol spelen.

Toen in 1990 de vzw De Braillekrant – een initiatief voor blinden en slechtzienden – werd opgericht, sprong de toenmalige Vlaamse Uitgeversmaatschappij op de kar om artikels aan te leveren. Aanvankelijk ging het om een beperkte selectie van artikels uit De Standaard, daarna ook uit Het Nieuwsblad. Later werd de Digikrant uitgebracht, een quasi volledige krant die in grote letters te lezen was of die je door een stemprogramma kon laten voorlezen.

In 2008 werd de Audiokrant gelanceerd, in mp3-formaat op cd-rom. Met behulp van een DAISY-speler of DAISY-software op de computer kan de gebruiker bladeren door de volledige krant.

Het nieuwste digitale snufje van de vereniging, die intussen omgedoopt is tot Kamelego, is de Internetkrant: het principe van de Audiokrant, maar aangeleverd via internet.

Milieubewust

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is ook aan het milieu denken. Al onze kranten worden op 100% gerecycleerd papier gedrukt. Ook dit jaarverslag is weer gedrukt op FSC-gecertificeerd papier. Het label van Forest Stewardship Council wordt enkel uitgereikt aan duurzaam beheerde bossen. De voornaamste criteria zijn respect voor natuurlijke bossen en inheemse populaties en een verbod op genetisch gemanipuleerde bomen en de schadelijkste pesticiden. Daarnaast streeft de drukkerij ernaar om niet alleen het FSC-label te mogen dragen, maar ook het PEFC-label (Programme for Endorsement of Forest Certification). In 2010 verwierf Corelio Printing ook het Imprim'Vert-label.

Uiteraard wordt volop voortgewerkt aan de instandhouding van het ISO 14001-certificaat, zelfs met een uitbreiding naar de coldset in Paal-Beringen. ISO 14001 garandeert een systematische aanpak van alle milieuaspecten met aandacht voor het bestaande wettelijke kader. Bijzonder is dat ook de redacties gecertificeerd zijn: zij respecteren niet alleen de intern geldende procedures, ze dragen de ecologische boodschap ook uit naar de lezer.





Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

➤ Lumière pour le monde

Onze kranten zetten zich volop in voor 'het goede doel', zowel als initiatiefnemer als in een ondersteunende rol.

Zo schaaft **L'Avenir** zich volop achter 'Lumière pour le monde', een ngo die zich inzet voor de bestrijding van blindheid in de derdewereldlanden. Ook Vredeseilanden geniet de steun van L'Avenir. Die vereniging draagt bij tot de verbetering van de levensomstandigheden van de minderbedeelden in de derde wereld.

L'Avenir zoekt het ook dichterbij huis. Zo is er de sponsoring van Noctambus, het project dat in de oudejaarsnacht mensen op een veilige manier met het openbaar vervoer naar huis brengt. Daarnaast blijft CAP48 een vaste waarde: door de promotie van diverse activiteiten helpt L'Avenir mensen met een fysieke, mentale of sociale beperking beter integreren in de maatschappij.

➤ Hart voor handicap

Ook in Vlaanderen staan mensen met een handicap centraal: 'Hart voor Handicap' van **De Standaard** wil mensen met een handicap niet alleen financieel steunen, maar er vooral ook op toezien dat hun rechten gevrijwaard worden. Dit keer draait alles rond de uitbouw van een sociaal leven.

De Standaard organiseert al sinds 2003 jaarlijks de Solidariteitsprijs. Tijdens de zomermaanden krijgen 24 non-profitorganisaties de mogelijkheid om zich via een wervende en aantrekkelijke advertentie op een dubbele pagina voor te stellen. Unicef wint dit keer het pleit met een campagne onder de slogan '1 op de 8 graven in Congo heeft de grootte van deze pagina'.

De Standaard steunt Hart voor handicap



Met in een traditie bij De Standaard. Elk jaar in december vragen we een standaard en we start voor mensen met een handicap. Hart voor handicap. Het vragen: Maatschappelijk, maar dit jaar projecten die mensen met een handicap helpen bij de uitbouw van hun sociaal leven. Het project van vreedeseilanden en medewerkers zijn probeert en vragen in financiële steun.

Deze foto is gemaakt tijdens de opstelling van een standaard in De Standaard. De foto is gemaakt door de medewerkers van De Standaard. De foto is gemaakt door de medewerkers van De Standaard.

Hart voor handicap | Steun Hart voor handicap: 432-401591-19



En Afrique, à la différence de chez nous, la cataracte rend aveugle et touche aussi les enfants. Avec 40 € seulement, vous rendez la vue et l'espoir à une personne aveugle en Afrique.

LUMIÈRE POUR LE MONDE
LUTTE CONTRE LA CÉCITÉ
www.lumierepourlemonde.be
N° téléphone: 323-0402921-58
IBAN BE35 5238 4029 2508 BIC TIBO BE31
Communication: SALM10-08



1 op de 8 graven in Congo heeft de grootte van deze pagina.

unicef



Human Resources

Talent

Na het crisisjaar 2009 dat in menig opzicht voor het personeel ingrijpend is geweest, hebben de medewerkers van Corelio in 2010 een opmerkelijke veerkracht getoond en zich meer dan hersteld van deze turbulente periode. Met vernieuwde energie en een sterk geloof in onze toekomst hebben ze zich volledig ingezet voor de verdere ontwikkeling van onze producten, overtuigend bekroond met de knappe prestaties van het bedrijf als geheel en van onze sterke merken in het bijzonder.

Dit is geen toeval. Het talent en de betrokkenheid van de Corelio-medewerkers zijn de drijvende kracht achter de resultaten. Corelio als mediabedrijf beseft dit meer dan eender welke andere organisatie. Dagelijks ligt het bewijs in de handen van de lezer of de klant en is het te zien op het digitale scherm. Talent in huis hebben, hen de mogelijkheden geven om zich te ontwikkelen en in staat zijn om extern talent aan te trekken, daar draait het om in onze sector.



Passe-Partout Gent.



Redactie L'Avenir.

Marketing Het Nieuwsblad.

De Standaard Online.



De 12de plaats op de Randstad Award-rangschikking van 'De meest aantrekkelijke bedrijven in België om voor te werken' (en eerste commerciële Media-bedrijf), is in deze context zowel een mooie aanmoediging als een objectieve vaststelling dat we op de goede weg zijn.



Digitaal Competentie Centrum.



Printing Partners Brussels.



Sales & Customer Services.



Human Resources

➤ Een open geest

Om dit ook in de toekomst te kunnen blijven waarmaken is het noodzakelijk de lat bijzonder hoog te leggen in het HR-beleid. We willen onszelf op dit vlak vergelijken met de best presterende bedrijven in onze industrie en daarbuiten en ons door hen laten inspireren.

Dit betekent onder meer talenten koesteren en aantrekken door het aanbieden van inhoudelijk rijke en maatschappelijk relevante jobs in een ondernemende en creatieve omgeving. Het stimuleren van een

open geest voor maatschappelijke en technologische ontwikkelingen in de media, en de wereld daar omheen. Medewerkers aanmoedigen en uitdagen om zichzelf te ontwikkelen en buiten de eigen grenzen te treden zodat innovatieve initiatieven ontstaan, we trendsetter blijven

in de journalistieke wereld zowel in print als digitaal en te volgen voorbeeld in onze commerciële activiteiten. En niet te vergeten, blijven streven naar topkwaliteit, het handelsmerk dat ons eigen is, in een no-nonsense, resultaat-gedreven doe-cultuur.

Het verschil maken en je meten met de besten of het nu in de gedrukte of digitale media is, heel wat teams binnen Corelio hebben in 2010 bewezen dat het kan en doen dit vandaag nog elke dag opnieuw.

Hans Cockx
Corporate director hr



Corelio Business Development.



2010

2009

2008



Resultaten

➤ **Versnelde groei van digitale omzet draagt bij tot hogere rentabiliteit in 2010**

Dankzij een uitstekende prestatie van zijn drie referentietitels (De Standaard, Het Nieuwsblad en L'Avenir) in de betaalde verspreiding, de opleving van de reclame-inkomsten, de vruchten van efficiëntie-processen uit het verleden en een aanzienlijke verbetering van de rentabiliteit van de digitale activiteiten, liet Corelio in 2010 een sterke verbetering van de bedrijfsresultaten optekenen.

De operationele cash-flow (EBITDA) steeg naar **38 miljoen euro** tegenover 28,5 miljoen euro in 2009.

In het verlengde van voorgaande jaren werden voorts op een consequente manier kostenbesparende maatregelen geïnitieerd die de groep moeten toelaten haar positie te handhaven in een sterk concurrentiële marktomgeving.

➤ **Leiderschap op de nationale krantenmarkt**

In 2010 verkocht Corelio dagelijks gemiddeld **442.128** kranten, exclusief digitale exemplaren. De groep bevestigde zo haar positie als grootste nationale krantenuitgever van het land met een marktaandeel van 33%.

In een licht dalende Nederlandstalige krantenmarkt blijft de verkoop van **De Standaard** stijgen met 2,3% naar gemiddeld **91.107** exemplaren per dag.

Het Nieuwsblad zag het abonneebestand verder groeien en de oplage stijgen met 0,5% naar gemiddeld **259.643** exemplaren per dag.

L'Avenir deed het beduidend beter dan de markttendens van de Franstalige krantenmarkt (-3,7%). Het marktaandeel steeg, ondanks een lichte daling van 1,7% van de betaalde oplage (gemiddeld **91.378** exemplaren per dag).

De drie nieuwssites van de groep – **De Standaard Online**, **Nieuwsblad.be** en **Lavenir.net** – trokken een ruimer publiek aan, wat resulteerde in een stijging van bijna 20% van de online advertentie-inkomsten.

De **Jobat**-site zag een spectaculaire bereikgroei resulteren in significante stijgingen van de online advertentie-inkomsten.

Corelio bevestigde zijn positie als digitaal pionier en lanceerde in 2010 iPad-versies voor zowel De Standaard, Het Nieuwsblad als L'Avenir. Daarnaast werd verder werk gemaakt van de verdere ontwikkeling van de classifieds sites voor auto (**Vroom.be**) en immo, (**Zimmo.be**).

Alle nieuws- en thematische sites van Corelio leveren samen een dagelijks bereik van meer dan **800.000** unieke bezoekers op.



Resultaten

➤ Overname heatset handelsfonds

Corelio Printing nam enerzijds het heatset handelsfonds van Concentra Grafic over en zette anderzijds zijn besparingsprogramma actief voort om het concurrentievermogen van de heatsetactiviteit te vrijwaren. De verdere integratie van Nevada in de organisatiestructuren van Corelio Printing zorgde voor een optimalisatie van de industriële capaciteit op de sites in Erpe-Mere en Anderlecht.

Naast een aanzienlijke investering in online afwerking kon het management, in overleg met de sociale partners, een efficiëntieprogramma met omvangrijke kostenbesparingen finaliseren, waarvan de financiële impact volledig werd geprovisioneerd in 2010.

Ondanks de sterk concurrentiële marktomstandigheden, volume- en margedruk, kon Corelio Printing in 2010 zijn positieve resultaten handhaven en opnieuw een sterke cash-flow genereren.

➤ Reclamemarkt draait crisisbladzijde om

Na twee crisisjaren stabiliseerde de advertentiemarkt voor kranten en was er zelfs een gedeeltelijke heropleving in het segment van de jobadvertenties.

Zijn grootste groei kon **Corelio Connect** evenwel optekenen bij de online advertenties van alle nieuws- en gespecialiseerde sites van de groep.

De regionale advertenties in kranten en in de gratis regionale pers bleven nog hinder ondervinden van de uitlopers van de crisis bij de lokale adverteerders en de wijzigingen van het business model.

Bij de gratis regionale pers noteerde **Passe-Partout** in de eerste helft van het jaar een aanzienlijke daling van de reclame-inkomsten. Passe-Partout voerde daarnaast een sterke kostenreductie door. Gedurende het tweede semester stabiliseerden de regionale en nationale inkomsten en viel er een heropleving te noteren van de regionale jobadvertenties.

➤ Resultatenrekening

De geconsolideerde omzet van de groep steeg licht tot **399 miljoen euro**. De operationele cash-flow (EBITDA) steeg met bijna 10 miljoen euro tot **38 miljoen euro**.

Deze positieve resultaten vinden hun oorsprong in de sterke prestaties van de drie krantentitels en de heropleving van de advertentiemarkt, vnl. in de segmenten van de jobmarkt en de online advertenties. Ook de besparingsprogramma's, opgestart tijdens de voorbije crisisjaren, droegen bij tot dit resultaat.

De financiële resultaten verbeteren dankzij een verdere daling van de schuldgraad in 2010.

De uitzonderlijke kosten van **10,3 miljoen euro** zijn voornamelijk toe te schrijven aan de reorganisaties opgestart in de divisies heatset en gratis regionale pers.

De uitzonderlijke opbrengsten van **5,8 miljoen euro** zijn het gevolg van meerwaarden gerealiseerd door zowel de verkoop van niet-strategische activa als door het opzetten van de joint venture binnen de coldsetactiviteiten.

Na verwerking van de afschrijvingen, de geconsolideerde goodwill op alle participaties ten bedrage van **5,5 miljoen euro** en de positieve resultaten van de geconsolideerde ondernemingen volgens de vermogensmutatiemethode, bedraagt de geconsolideerde winst **4,3 miljoen euro** (Belgian Gaap).

Courante winst

Uitzonderlijke opbrengsten

Uitzonderlijke kosten



Resultaten

Balans

De nieuwe vermindering van het balanstotaal is het gevolg van een verbeterd beheer van het bedrijfskapitaal. Dankzij de desinvesteringen in combinatie met een voorzichtig investeringsbeleid is de nettoschuldpositie aanzienlijk verbeterd en bedraagt ze eind 2010 38,7 miljoen euro tegenover 52 miljoen euro eind 2009.

Vooruitzicht

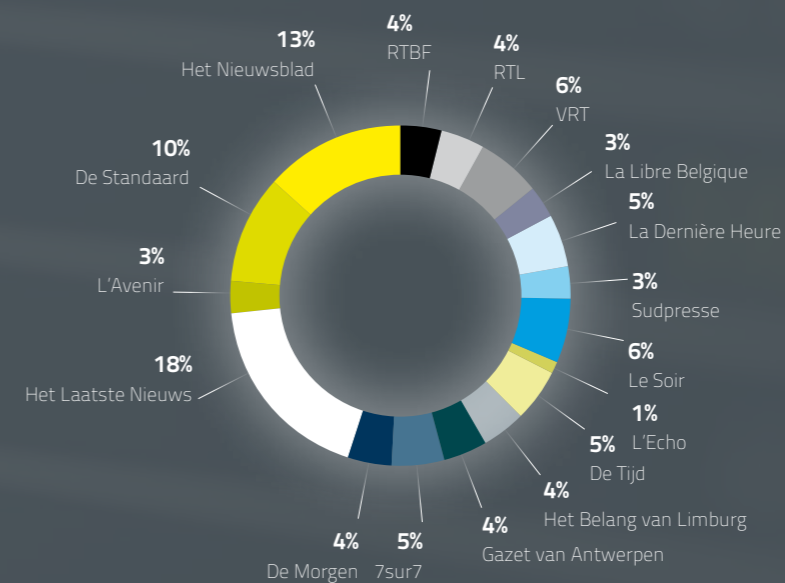
In 2011 wil Corelio zijn 'digitale versnelling' voortzetten, verder ondersteund door een robuuste betaalde oplage van de drie krantentitels, het uitbreiden van het bereik zowel in print als online en het verder initiëren van efficiëntieprogramma's om de duurzaamheid van alle activiteiten te vergroten.

De groep zal hierbij rekening moeten houden met een aanzienlijke verhoging van de kosten voor grondstoffen en energie.

Bruno de Cartier
Chief financial officer



BEREIK BELGISCHE NIEUWSSITES (Unieke surfers/dag)



Het Nieuwsblad
352.944 unieke surfers/dag
3.564.677 pageviews/dag

De Standaard
247.787 unieke surfers/dag
2.516.826 pageviews/dag

L'Avenir
81.616 unieke surfers/dag
750.657 pageviews/dag

Bron: Metriweb maart 2011

Resultaten

€

Geconsolideerde resultatenrekening

(x1000 euro)	2010	2009	2008
Bedrijfsopbrengsten	399.062	397.991	410.545
Bedrijfskosten	380.410	386.926	392.407
Handelsgoederen	101.875	98.771	97.903
Diensten en div goederen	152.156	157.207	163.405
Bezoldigingen	103.672	110.336	108.219
Afschrijvingen	19.378	17.532	19.340
Andere bedrijfskosten	3.329	3.080	3.540
Bedrijfswinst	18.652	11.065	18.138
Financiële opbrengsten	-1.579	-2.231	-1.164
Afschrijvingen goodwill	-4.193	-4.479	-4.396
Courante winst	12.880	4.355	12.578
Uitzonderlijke opbrengsten	5.836	6.034	563
Uitzonderlijke kosten	-10.336	-6.380	-8.027
Winst voor belastingen	8.380	4.009	5.114
Belastingen	-4.554	-2.111	-1.752
Winst van het boekjaar	3.826	1.898	3.362
Vermogensmutatie	480	-164	140
Geconsolideerde winst	4.306	1.734	3.502
Aandeel van de groep	4.274	1.725	3.479

€

Geconsolideerde balans

(x1000 euro)	2010	2009	2008
Vaste activa	145.650	150.747	167.144
Immateriële vaste activa	7.969	4.258	5.341
Goodwill	46.207	51.008	55.897
Materiële vaste activa	62.613	70.779	81.937
Financiële vaste activa	28.861	24.702	23.969
Vlottende activa	85.946	91.728	106.842
Vorderingen > 1j	61	1.069	1.155
Voorraden	6.018	7.849	13.647
Vorderingen < 1j	66.826	69.151	81.081
Geldbeleggingen	11.230	11.224	8.115
Overlopende rekeningen	1.811	2.435	2.844
TOTAAL ACTIVA	231.595	242.475	273.986
Eigen vermogen	76.815	76.659	82.340
Kapitaal	12.600	12.600	12.600
Geconsolideerde reserves	43.866	44.168	44.865
Belang van derden	93	61	100
Voorzieningen	20.257	19.830	24.775
Schulden	154.780	165.816	191.646
Schulden > 1j	30.193	38.247	53.980
Financiële schulden	13.334	18.338	20.621
Handelsschulden	75.404	74.330	82.453
Vooruitbetalingen	33.845	33.501	33.165
Overlopende rekeningen	2.004	1.400	1.427
TOTAAL PASSIVA	231.595	242.475	273.986

Versnelde groei van digitale



Geconsolideerde vennootschappen

Moedermaatschappij

- **CORELIO nv**
1070 Brussel
BE 0415.969.454

Integrale consolidatie

- **ACKROYD PUBLICATIONS nv**
1702 Groot-Bijgaarden
BE 0412.108.854
gehouden deel kapitaal: 100%

- **BLUESTAR INTERACTIVE nv**
1070 Brussel
BE 0428.986.557
gehouden deel kapitaal: 100%

- **CORELIO NEVADA PRINTING nv**
1070 Brussel
BE 0418.447.508
gehouden deel kapitaal: 100%

- **CORELIO PUBLISHING nv**
1702 Groot-Bijgaarden
BE 0401.096.285
gehouden deel kapitaal: 100%

- **DRUKKERIJ NEVADA nv**
1070 Brussel
BE 0406.445.539
gehouden deel kapitaal: 100%

- **EDITIONS DE L'AVENIR nv**
5004 Bouge
BE 0404.332.622
gehouden deel kapitaal: 100%

- **GEZONDHEID nv**
8570 Vichte
BE 0467.073.410
gehouden deel kapitaal: 72,12%

- **MINOC BUSINESS PRESS nv**
2300 Turnhout
BE 0461.842.239
gehouden deel kapitaal: 100%

- **MINOC ONLINE bvba**
2300 Turnhout
BE 0467.824.268
gehouden deel kapitaal: 100%

- **PASSE-PARTOUT nv**
5004 Bouge
BE 0448.890.066
gehouden deel kapitaal: 100%

- **PASSE-PARTOUT VLAANDEREN nv**
3018 Wijgmaal
BE 0444.716.591
gehouden deel kapitaal: 100%

- **VLAAMS-BRABANTSE MEDIAMAATSCHAPPIJ nv**
3001 Heverlee
BE 0448.442.084
gehouden deel kapitaal: 100%

- **IMPRIMERIE BOURTEMBOURG bvba**
5670 Nismes
BE 0421.828.650
gehouden deel kapitaal: 100%

Evenredige consolidatie

- **PRINTING PARTNERS BRUSSELS nv**
1702 Groot-Bijgaarden
BE 0827.435.635
gehouden deel kapitaal: 50%

- **PRINTING PARTNERS PAAL-BERINGEN nv**
3500 Hasselt
BE 0458.732.301
gehouden deel kapitaal: 50%

- **GROENNET nv**
1702 Groot-Bijgaarden
BE 0470.169.886
gehouden deel kapitaal: 50,07%

- **M-SKILLS nv**
1040 Brussel
BE 0473.595.273
gehouden deel kapitaal: 50%

- **NOSTALGIE nv**
1000 Brussel
BE 0442.436.893
gehouden deel kapitaal: 50%

- **INMEMORIAM nv**
3500 Hasselt
BE 810.888.326
gehouden deel kapitaal: 50%

Leiderschap op de nationale krantenmarkt



Geconsolideerde vennootschappen

Geassocieerde vennootschappen waarop de vermogensmutatie wordt toegepast

- **ARKAFUND nv**
1702 Groot-Bijgaarden
BE 0878.929.173
gehouden deel kapitaal: 25%
- **BIKE FILM bv**
1018 HA Amsterdam
NEDERLAND
gehouden deel kapitaal: 11,93%
- **CAVIAR FILMS nv**
1000 Brussel
BE 0476.386.596
gehouden deel kapitaal: 33,29%
- **CAVIAR GROUP nv**
1000 Brussel
BE 0870.626.666
gehouden deel kapitaal: 35,79%
- **CAVIAR L.A. INC**
CA 90291 Venice Beach
VERENIGDE STATEN
gehouden deel kapitaal: 35,79%
- **CAVIAR LAB nv**
1000 Brussel
BE 0458.891.756
gehouden deel kapitaal: 31,14%
- **CAVIAR TV nv**
1000 Brussel
BE 0475.037.506
gehouden deel kapitaal: 31,14%
- **DEMENSEN nv**
1932 Sint-Stevens-Woluwe
BE 0474.766.993
gehouden deel kapitaal: 12%
- **DE VIJVER nv**
1800 Vilvoorde
BE 0466.137.359
gehouden deel kapitaal: 40%
- **DESERT FISHES nv**
1800 Vilvoorde
BE 0455.597.122
gehouden deel kapitaal: 30%
- **EASYDUB nv**
1081 Brussel
BE 0879.809.794
gehouden deel kapitaal: 33,3%
- **MEDIARGUS nv**
1070 Brussel
BE 0466.787.259
gehouden deel kapitaal: 28,57%
- **MINOC BUSINESS PRESS NEDERLAND bv**
1211 GN Hilversum - NEDERLAND
gehouden deel kapitaal: 100%
- **MUSIC AND SOUNDDESIGN ASSOCIATES nv**
1081 Brussel
BE 0471.650.919
gehouden deel kapitaal: 33,3%

- **REPROCOPY cvba**
1070 Brussel
BE 0470.162.265
gehouden deel kapitaal: 28,57%
- **SCRIPTA nv**
1090 Brussel
BE 0452.164.906
gehouden deel kapitaal: 25%
- **SONICVILLE MUSIC AND SOUND DESIGN nv**
1081 Brussel
BE 0889.201.869
gehouden deel kapitaal: 24,1%
- **SPIRITUS bvba**
3018 Wijnmaal
BE 0465.382.442
gehouden deel kapitaal: 46,2%
- **T.T.T.I. bvba**
1800 Vilvoorde
BE 0448.196.715
gehouden deel kapitaal: 30%
- **HUMO nv**
1800 Vilvoorde
BE 0825.533.940
gehouden deel kapitaal: 19,6%
- **VLAAMSE DAGBLADPERS cvba**
1070 Brussel
BE 0465.907.925
gehouden deel kapitaal: 25%
- **VLAANDEREN EEN nv**
2050 Antwerpen
BE 0890.243.036
gehouden deel kapitaal: 25%
- **WEBPLICATIONS nv**
3018 Wijnmaal
BE 0895.164.696
gehouden deel kapitaal: 46,2%
- **WOESTIJNVIS nv**
1800 Vilvoorde
BE 0460.337.749
gehouden deel kapitaal: 30%
- **BELGA nv**
1030 Brussel
BE 0403.481.693
gehouden deel kapitaal: 20,81%
- **PRESS BANKING nv**
1070 Brussel
BE 0471.483.841
gehouden deel kapitaal: 16,70%
- **COPIEPRESSE cvba**
1070 Brussel
BE 0471.612.218
gehouden deel kapitaal: 14,87%
- **AUDIOPRESSE nv**
1000 Brussel
BE 0427.115.150
gehouden deel kapitaal: 16,34%

Andere vennootschappen

➤ Raad van Bestuur



Corelio Management

➤ Corelio Management Team

- Luc Missorten *chief executive officer*
- Bruno de Cartier *chief financial officer*
- Hans Cockx *corporate director hr*
- Jan Lynen *corporate director operations*
- Hans De Rore *corporate director advertising*
- Quentin Gemoets *managing director Editions de l'Avenir*
- Renaat Truijen *chief information officer*
- Gert Ysebaert *publisher Flemish media*
- Geert Steurbaut *secretary-general*

➤ Raad van Bestuur

- Thomas Leysen *voorzitter*
- Philippe Delaunois *ondervoorzitter*
- Luc Missorten *chief executive officer*
- Bruno de Cartier *chief financial officer*
- Guido Boodts
- Philippe Mathieu
- Gustaaf Sap
- Jan Suykens
- Wouter Vandenhaute
- Luc Van de Steen
- Philippe Vlerick
- Geert Steurbaut *secretaris*



Van links naar rechts:

Luc Missorten, Renaat Truijen, Gert Ysebaert, Quentin Gemoets, Jan Lynen, Hans De Rore, Geert Steurbaut, Bruno de Cartier, Hans Cockx.



Adressen

Corelio nv

Researchdreef 30
1070 Brussel
tel. 02 467 22 11
www.corelio.be

Corelio Publishing nv

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 22 11
www.nieuwsblad.be
www.sportwereld.be
www.gentenaar.be
www.standaard.be
www.standaard.biz

Corelio Printing Heatset

Keerstraat 10
9420 Erpe-Mere
tel. 053 82 03 11
www.corelioprinting.be

Corelio Classifieds

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 22 11
www.corelioclassifieds.be

Corelio Connect

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 22 11
www.coreliocconnect.be

Jobat

Gossetlaan 32
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 27 27
www.jobat.be

Corelio Nevada Printing nv

Researchdreef 30
1070 Brussel
tel. 02 526 01 50
www.nevada-nimifi.be

Printing Partners Brussels nv

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 22 11
www.coldsetprintingpartners.be

Printing Partners Paal-Beringen nv

Industrieweg 147
3583 Beringen-Paal
tel. 011 71 72 11
www.coldsetprintingpartners.be

Bluestar Interactive nv

Researchdreef 30
1070 Brussel
tel. 02 392 89 50
www.vroom.be

Passe-Partout nv

Route de Hannut 38
5004 Bouge
tel. 081 24 88 11
www.passe-partout.be

Passe-Partout Vlaanderen nv

Vaardijk 3 bus 401
3018 Wijgmaal
tel. 016 44 28 00
www.passe-partout.be

Regie Passe-Partout

Vaardijk 3 bus 401
3018 Wijgmaal
tel. 016 44 28 79
www.passe-partout.be

Scripta nv

Green Land b 01
Etienne Demunterlaan 1
1090 Brussel
tel. 02 475 37 50
www.scripta.be

Editions de l'Avenir nv

Route de Hannut 38
5004 Bouge
tel. 081 24 88 11
www.lavenir.net
www.lejournaldesenfants.be

Nostalgie nv

Leuvensesteenweg 775
1140 Brussel
tel. 02 227 04 50
www.nostalgie.be

Nostalgie Vlaanderen nv

Katwilgweg 2
2050 Antwerpen
tel. 03 210 04 40
www.nostalgie.eu

Arkafund nv

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 49 11
www.arkafund.be

Groennet nv

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 467 49 12
www.groen.net

Gezondheid nv

Kerkdreef 46
8570 Vichte
tel. 02 467 49 12
www.gezondheid.be

Woestijnvis nv

Harenseseenweg 228
1800 Vilvoorde
tel. 02 303 35 00
www.woestijnvis.be

Caviar nv

Havenlaan 75
1000 Brussel
tel. 02 423 23 00
www.caviar.be

Vlaams-Brabantse Mediamaatschappij nv (VBM)

Ambachtenlaan 25
3001 Heverlee
tel. 016 40 60 80
www.robtv.be

Minoc Business Press nv

Parklaan 22 B 10
2300 Turnhout
tel. 014 46 23 00
www.minoc.com
www.zdnet.be
www.gamespot.be
www.pcmagazine.be
www.clickx.be

Ackroyd Publications nv

Gossetlaan 30
1702 Groot-Bijgaarden
tel. 02 373 99 09
www.ackroyd.be
www.xpats.com
www.flanderstoday.eu

Webplications nv

Vaardijk 3 / 103
3018 Wijgmaal
tel. 016 89 44 77
www.zimmo.be

Sonicville Music and Sound Design nv

Deschamphelerstraat 24-26
1081 Brussel
tel. 02 412 05 12
www.sonicville.be



Colofon

© Corelio 2011

- **Verantwoordelijke uitgever:**
Geert Steurbaut, Gossetlaan 30, 1702 Groot-Bijgaarden
- **Copywriting:** Denis De Bruyne
- **Concept en design:** Exelmans Graphics
- **Bijkomende foto's:** Rudi De Letter, Herman Ricour,
Frederiek Vande Velde, Jacques Duchâteau, iStockPhoto
- **Printing en finishing:** Corelio Printing

Ce rapport est également disponible
en français via information@corelio.be

✓ www.corelio.be



CORELIO JAARVERSLAG 2010