

WE MEET
ACT
INSPIRE
MEDIA

W M

2022

JAARVERSLAG

Inhoud

This is WE MEDIA	2
Voorwoord Marc Dupain, General Manager	4
Voorwoord Xavier Bouckaert, voorzitter	5

Facts & Figures	6
Organigram	7

Activiteiten

Legal & Lobby	8
MAGnify	11
StuMPA	11
CommtoZero	12
DAT	13
CER	13
CIM	14
Vlaamse Veerkracht	15
Academy	16
BAM Congres	17
Buitenland	17
Vertegenwoordiging	18
Voordelen leden WE MEDIA	21

Organisatie

Raad van bestuur	22
Team	23

De leden van WE MEDIA	24
-----------------------------	----

THIS IS WE MEDIA

WE MEET

Wij brengen **verschillende soorten uitgevers samen** in hun specifieke vakdomeinen.

Zo bieden we een platform aan onze uitgevers waar ze overleggen over hun gemeenschappelijke uitdagingen, ieder vanuit zijn eigen businesservaringen met sectorinfo en best practices.



WE MEDIA vzw

Raketstraat 50 b.7 | 1130 Brussel

T +32 2 558 97 50 | info@wemedia.be | www.wemedia.be

BTW BE 0409.569.137

WE ACT

Wij **ondersteunen, promoten** en **verdedigen** de maatschappelijke rol van onze professionele en onafhankelijke media.

Dat doen we in rechtstreekse contacten met overheden en kabinetten maar ook met uitgevers en media-bureaus.

WE INSPIRE

Nationale en internationale evoluties volgen we op de voet.

We organiseren **netwerkmomenten** met nieuwe inzichten en faciliteren de deelname aan media-events en beurzen in binnen- en buitenland.

Samen met scholen en instellingen maken wij ook **opleidingsprogramma's** zowel voor journalisten als marketeers en sales.



MULTI TASKING

Alles en iedereen in beweging, een jaar lang vol hectiek en 2023 is in dezelfde flow gestart. Er is bijzonder veel in gang gezet in 2022: op bedrijfsniveau, in onze sector, vanuit de overheid. Naast de klassieke bedrijfsbekkernissen verhoogt de druk nog meer door de grote maatschappelijke thema's. Klimaatuitdagingen en ethisch verantwoord ondernemen leggen al maar hogere kwaliteitsnormen. Als federatie zitten we op elke nieuwe trein en nemen we onze leden-uitgevers mee.

Twee thema's blijven dominant: de omslag naar nieuwe businessmodellen en de versterking van onze lokale kwaliteitsvolle media. De impuls van de Vlaamse overheid voor een versnelde digitalisering, via Vlaamse Veerkracht van mediaminister Dalle, zorgt voor een echte stroomversnelling. Tientallen projecten met nieuwe technologieën, nieuwe producten, nieuwe samenwerkingsmodellen, meetmethodes en andere zijn in 2022 voorbereid en goedgekeurd, een tsunami aan initiatieven.

"Tientallen projecten zijn in 2022 voorbereid en goedgekeurd, een tsunami aan initiatieven"

Als federatie blijven we inspanningen doen voor een correcte prijs voor het gebruik van al die kwaliteitsvolle content. Dat betekent dus een faire vergoeding vanwege de Gafa's die aan de content van onze uitgevers grof geld verdienen. Na de goedkeuring van de wet op het nieuwe uitgeversrecht zijn de onderhandelingen opgestart maar ze lopen niet van een leien dakje.

Ook blijven we steeds ijveren voor een faire waardering en voor investeringen vanwege de adverteerders in onze media. Zij vragen voor hun merken een kwaliteitsvolle omgeving, garanties over het bereik zonder overbelasting voor de consument, maar hun investeringen vloeien rijkelijk naar grote platformen die zulke garanties nochtans niet bieden.

Nieuwe uitdagingen geven ook nieuwe opportuniteiten. Met volle overtuiging zijn we met de federatie mee ge-

stapt in het Commtozero-project en begeleiden we onze uitgevers om inspanningen te doen tot het terugdringen van de CO2-uitstoot. Adverteerders zijn ook daarvoor vragende partij. Al die inspanningen voor hogere standaarden, meer kwaliteitsvolle en duurzame producten zouden de adverteerders ook moeten overhalen om weer meer te investeren in die hogere kwaliteit.

"Nieuwe uitdagingen geven ook nieuwe opportuniteiten"

Het is een boodschap die we als lokale media voortdurend uitdragen en die we ook nog meer gezamenlijk moeten uitdragen. Het crossmediaal meetplatform is een goede oefening om samen sterker te staan maar de komende jaren moeten we als federaties nog meer aan dezelfde kar trekken en uit 1 mond spreken. We hebben een belangrijke taak om daarin bruggenbouwers te zijn, om de bestaande schotten nog meer weg te halen, van audiovisueel tot klassieke publishing, van digitaal tot papier, van noord tot zuid, commercieel en niet commercieel. Het geeft in elk geval weer goesting voor een pittig 2023.

Marc Dupain
General Manager
WE MEDIA

DUURZAME KWALITEIT

Het gonst van de creativiteit en nieuwe initiatieven. Voor 2023 staat weer veel in de steigers: verdere investeringen in de digitalisering, nieuwe samenwerkingen tussen uitgevers en nog meer kwaliteit in de producten maar ook in de hele bedrijfsvoering met steeds hogere standaarden. Op weg naar duurzame kwaliteit.



2023 is gestart in moeilijke omstandigheden en toch zijn we, als steeds, optimistisch en voluntaristisch. Bovenop de loonindexatie, de hoge energieprijzen en de inflatie zag onze sector de prijzen van het papier exploderen met factor 3 tot 4. Een factor die niet snel is op te vangen als het inkomstenmodel vooral gebaseerd is op abonnementen waarvan je de prijs niet lukraak kan verhogen en de magazinelezer papier veruit verkiest boven het digitaal lezen. Een magazine is de opstap van een krant naar een boek, met een inhoud die een langere houdbaarheidsdatum heeft en ook een totaal andere beleving kent dan het lezen van de nieuwsfeiten van de dag. De zuivere digitale abonnementen hinken achterop. Magazine-uitgevers, hoe graag ze het ook zouden willen, halen met moeite rond de 10% van hun omzet uit zuiver digitale abonnementen.

Maar het adagium blijft 'digital first'. We moeten zijn daar waar de consument leeft, leert en zich amuseert. Het project Vlaamse Veerkracht van de Vlaamse minister van media Dalle om de digitalisering in de media aan te wakkeren is zeer welkom en daar zijn we erg dankbaar voor. De uitwerking van de projecten is gestart.

2022 was alweer een jaar van verrassende omwentelingen met plotse bijkomende crisissen en nieuwe uitdagingen die geopolitiek, bedrijfsmatig en vooral ook menselijk voor grote onzekerheid zorgden. Democratische waarden staan onder druk, de woon- en leefomstandigheden van elke burger ondergaan fundamentele veranderingen, bedrijven moeten op een totaal andere manier produceren, distribueren en verkopen. We staan zowel privé als professioneel voor een enorme omschakeling.

Het begrip duurzaamheid is in al haar mogelijke interpretaties van toepassing, letterlijk en figuurlijk. Duurzaamheid in onze vorm van 'samen'leven met elkaar, in

de relaties tussen man en vrouw, tussen volkeren en culturen, in onze vorm van leven op deze wereld, in de vorm van bedrijfsvoering.

Onze kwaliteitsnormen en waarden worden bijgesteld. Het gaat niet alleen meer over de inhoud of de verpakking van onze publicaties, het gaat er ook over hoe we als bedrijf werken, hoe we omgaan met onze mensen en met onze omgeving, hoe we produceren en consumeren.

"We streven in ruime zin naar meer kwaliteit voor mens en omgeving"

We streven in ruime zin naar meer kwaliteit voor mens en omgeving zoals omschreven in de 17 duurzaamheidsdoelstellingen van de Verenigde Naties. Als bedrijf maar ook als sector maken we dat heel concreet in actieplannen. Een daarvan is het project commtozero waarbij het hele eco-systeem van onze media van adverteerders, creatieve bureaus, media-agentschappen en mediabedrijven de co2-uitstoot wil beperken en compenseren. Het is een allesomvattend pakket met normen voor de hele bedrijfsvoering, voor de mediaproductie, voor de mediapromotie en voor de inhoud van de boodschappen en programma's.

Enkel via een globale aanpak en inspanningen van overheden, bedrijven en burgers zullen we meer duurzame kwaliteit kunnen bereiken. Wij zijn alvast heel enthousiast voor een boeiend 2023!

Xavier Bouckaert

Voorzitter WE MEDIA
CEO Roularta Media Group

FACTS & FIGURES



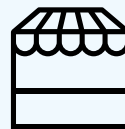
96.386.000
TIJDSCHRIFTEN

verspreid voor losse
verkoop door AMP



4.257
VERKOOPPUNTEN

in België waar u een
tijdschrift kunt kopen



359 MERKEN
op de markt gebracht
door WE MEDIA-leden



164
UITGEVERS
zijn lid van
WE MEDIA

**DIGITAL AD TRUST
BELGIUM VIDEO**

bereikt
van alle
Belgen

34,5%

Bron: CIM Gemius - juni 2022



601 **PROFESSELE JOURNALISTEN**
in de tijdschriftenpers



46,25%



53,74%

31,54% in totaal
professionele journalisten
medewerkers in alle media

ORGANIGRAM



Communicatie

Legal & Lobbying

Marketing

Vertegenwoordiging

Research

Secretariaat

5
autonome
departementen

B2B

Business-to-
Business

\ Vakpers

B2C

Business-to-
Consumer

\ Magazines groot publiek
\ Special Interest magazines

C&C

Community
& Cultural

\ Ledenbladen en
socio-culturele pers

DIGITAL

Digital

\ Websites
\ Apps en mobiele appli-
caties van kranten en
magazines

**FREE
PRESS**

Gratis pers

\ Huis-aan-huis bladen
\ Gratis kranten en
magazines

ACTIVITEITEN

Legal & lobby

Het jaar 2022 was opnieuw een uitdagend jaar voor de perssector. Zowel op nationaal als op Europees niveau zijn verschillende wetteksten ingevoerd die van groot belang zijn voor persuitgevers, met name als gevolg van de digitale omschakeling. Terwijl sommige van deze teksten een positieve stap voorwaarts betekenen voor de sector, dreigen andere de persvrijheid in gevaar te brengen. Bovendien staan verschillende politieke kwesties nog steeds ter discussie. WE MEDIA speelt een belangrijke rol bij de verdediging van de belangen van uitgevers en blijft actief bij veel van de lopende politieke kwesties.

Rechten van uitgevers

In België werd de Europese Richtlijn 2019/790/EU over het auteursrecht en de naburige rechten in de digitale eenge maakte markt omgezet door de wet van 19 juni 2022, waarvan de meeste bepalingen in werking traden op 1 augustus 2022. De richtlijn introduceert een nieuw recht voor persuitgevers (artikel 15 van de richtlijn) dat tot doel heeft het verlenen van licenties voor het gebruik van hun publicaties online te vergemakkelijken, zodat zij hun rechten beter kunnen verdedigen en een vergoeding kunnen krijgen om hun investeringen terug te verdienen en aldus het voortbestaan van de uitgeefsector te garanderen. Elk gebruik (reproductie en beschikbaarstelling voor het publiek) van een perspublicatie online door een aanbieder van diensten van de informatiemaatschappij zal moeten gebeuren met de toestemming van de betrokken persuitgever. Content aggregators, de grote techplatformen, zullen dus licenties moeten afsluiten met persuitgevers om hun publicaties geheel of gedeeltelijk te publiceren.



Bpost

De federale regering heeft het budget van Bpost voor de distributie van kranten- en tijdschriftabbonnementen verlaagd. Het budget, dat 175 miljoen euro bedroeg, wordt beperkt. Vanaf 2024 wordt het bedrag voor de rest van de concessieperiode verlaagd (50 miljoen euro). Deze beslissing doet uiteraard heel wat financiële en juridische vragen rijzen. Er zijn opnieuw vergaderingen gepland tussen de FOD Economie, het kabinet Dermagne en Bpost. De huidige concessie wordt met 1 jaar verlengd en volgend jaar zal de FOD een nieuwe procedure opstarten voor de volgende concessie met het verminderde budget zoals voorzien door de regering.

Fiscale hervorming auteursrechten

Op 26 december 2022 is de nieuwe programmawet betreffende het fiscale regime van het auteursrecht en de naburige rechten aangenomen. De nieuwe programmawet is van toepassing op journalisten, zowel in loondienst als zelfstandig. Een coalitie van de hele cultuur- en mediasector onderhandelde met het kabinet van de minister van Financiën. De regering heeft besloten over te stappen op een systeem van 30% auteursrechtenvergoeding en 70% professionele prestatievergoeding, met een overgangsregeling van een jaar die verschilt voor journalisten in loondienst en zelfstandige journalisten. Ook op het gebied van de sociale zekerheid zijn wijzigingen in de maak.

Wet van 1963 betreffende de erkenning van de titel van beroepsjournalist

De Vereniging van Journalisten heeft gewerkt aan een wijziging van de wet van 1963 die de voorwaarden vaststelt om de status van beroepsjournalist te verkrijgen. Ook de uitgevers zijn grotendeels bij dit proces betrokken. De vertegenwoordigers van uitgevers en journalisten hebben een gezamenlijke tekst opgesteld en ter goedkeuring aan de regering voorgelegd. De werkzaamheden zijn aan de gang. Bedoeling is om te komen tot 1 procedure en statuut van beroepsjournalist in plaats van de twee die vandaag bestaan.

European Media Freedom Act

De Europese Commissie heeft in september een voorstel voor wetgeving inzake persvrijheid (EMFA) gepubliceerd. Het is een project dat tot doel heeft de regelgeving rond de pers te harmoniseren. Het beoogt het pluralisme, de onafhankelijkheid en de integriteit van de nieuwsmedia binnen de Europese interne markt te waarborgen.

Ondanks de veelbelovende intentie vormt dit voorstel een grote bedreiging voor de persvrijheid. Het ontwerp zou niet alleen het fundamentele beginsel van zelfregulering van de pers ondermijnen, maar ook een effectieve overdracht van bevoegdheden op het gebied van mediabeleid naar het EU-niveau betekenen. WE MEDIA, EMMA/ENPA en andere uitgeversfederaties hebben gereageerd en de politieke leiders gewaarschuwd om het voorstel van de Commissie aan te vechten.



Digital Market Act & Digital Services Act

De Europese Digital Market Act is gepubliceerd op 12 oktober 2022 en treedt in werking op 2 mei 2023. De Europese Digital Services Act is op woensdag 16 november 2022 in werking getreden en geldt vanaf februari 2024, met uitzondering van zeer grote online platformen en zoekmachines. Deze twee Europese teksten hebben tot doel de digitale diensten beter te reguleren en de grote internationale platforms strengere verplichtingen op te leggen. De Digital Market Act zal regels invoeren om ervoor te zorgen dat markten die gedomineerd worden door grote techplatformen zogeheten “gatekeepers” eerlijk blijven voor bedrijven en nieuwkomers op de markt. De wet heeft tot doel marktverstoringen en oneerlijke concurrentie op digitale markten aan te pakken, onder meer door bepaalde oneerlijke praktijken op te sommen.

Na veel onderhandelingen zijn de voorwaarden voor eerlijke toegang van de DMA uitgebreid tot zoekmachines en sociale netwerken, wat een echte overwinning is.

Google Adtech

In 2021 kreeg Google van de Franse mededingingsautoriteit een boete van 220 miljoen euro opgelegd wegens misbruik van een machtspositie op de markt voor online hier splitsen reclame in de Europese Economische Ruimte. Google heeft de feiten niet betwist.

Er komen steeds meer initiatieven en procedures tegen Google voor misbruik van een machtspositie op het gebied van adtech.

WE MEDIA heeft al deze ontwikkelingen gevolgd en op de website van WE MEDIA is een artikel gepubliceerd om onze leden te informeren over de verschillende procedures, zodat zij hieraan kunnen deelnemen en hun rechten kunnen doen gelden.



MAGnify

Voor het eerst sinds de coronaviruscrisis werd MAGnify op 29 september 2022 opnieuw georganiseerd in aanwezigheid van een publiek in Zaventem. De vijfde editie van de conferentie, weer meesterlijk georkestreerd door Marcel Vanthilt, verwelkomde een recordaantal deelnemers (200). Zij werden getraakteerd op een breed scala aan onderwerpen, van **nieuwe trends** in tijdschriftenland, via media-effectiviteit, tot de rol van **marketing in duurzaamheid**.

Naast de presentatie van Lucio Mesquita sprak Jacqueline Loch over het verband tussen tijdschriften en de explosie van mogelijkheden in e-commerce.

Het was echter de Française Amélie Benisty die met haar presentatie de grootste indruk maakte. Zij presenteerde de resultaten van een studie van de ACPM (Franse CIM) over het effect van printcampagnes op online zoekgedrag. Haar presentatie bracht nieuwe inzichten vooral bij de Belgische media-agentschappen en uitgevers.

Tot slot was MAGnify de perfecte gelegenheid om enkele van de creaties van de StuMPA-studenten voor te stellen via spots die ze ook zelf maakten.

"MAGnify geeft een geweldige update over onze media-industrie en hoe ze vandaag werkt"

Victor Buisseret, ACC België



StuMPA

De Student Magazine Print Award (StuMPA), een jaarlijkse wedstrijd georganiseerd door WE MEDIA voor tweede- en derdejaarsstudenten van Belgische kunstacademies in de sectie grafische vormgeving/reclame, beleeft zijn 13e editie.

Vier scholen namen deel. De jury, samengesteld uit media- en communicatieprofessionals, beoordeelde 100 creaties en selecteerde 20 winnaars. Begin april kwamen de 20 genomineerden hun **magazine mediaproject** verdedigen voor de jury en een publiek van medestudenten.

William Lambiet, student aan Saint-Luc in Luik, won de Gold Award voor zijn project "Making memories last", waarvoor hij Plus Magazine gebruikte. Op een creatieve manier laat hij jongeren genieten van de verhalen van bejaarden via een podcast.

De Silver Award ging naar Sarah De Blaiser. Met behulp van StuBru en Humo bedacht de studente van de LUCA School of Arts het project 'Smells Like Festival'. Een tweede Silver ging naar Raphaël Ricouart (ESA Saint-Luc Brussel) en zijn ludieke creatie van Kickercaps voor Jupiler in Sport Magazine.

De Bronzen Awards tenslotte gingen naar Graziëlla Scherpereel (LUCA School of Arts Gent) en haar kerstverpakking om een glimlach te toveren op de gezichten van behoeftige kinderen, Knack & Kinderarmoedefonds. Maar ook naar Maud Van de Velde (LUCA School of Arts Gent) en haar duurzame project voor de SEW Guide for Patagonia in Weekend Knack en naar Sara Sanseverino (HelHa) en haar slimme koffer voor Spilbergen in National Geographic. De StuMPA Best School gaat naar LUCA School of Arts Gent, vertegenwoordigd door Anneke Rombaut en haar zeer getalenteerde leerlingen.

Commtozero



Op 2 mei starten alle Belgische marcom-verenigingen, creatieve- en media agentschappen én de media zelf, waarbij ook WE MEDIA, de CommToZero-coalitie.

Met dit initiatief willen ze helpen bij het **versnellen van de duurzaamheidstransitie** op twee niveaus:

- 1 / duidelijke regels vooropstellen en doen respecteren op het vlak van commerciële boodschappen met duurzaamheidsclaims om zogeheten greenwashing te vermijden
- 2/ de CO2-voetafdruk van de communicatiesector effectief verlagen.

Concreet lanceert de coalitie het CommToZero.be – platform, waarop alle informatie, tools en initiatieven omtrent Zero Greenwashing en Zero Carbon zijn samengebracht. In de Zero Greenwashing Guide, staan 6 richtlijnen die door de JEP zullen worden opgevolgd.

Voorts is er een **In-House Carbon Calculator** met ook opleidingen voor learnings en acties, om bedrijven te helpen bij de reductie van hun CO2-uitstoot als bedrijf.

En dan zijn er ook de Production Carbon Calculator en de Media Carbon Calculator die de CO2-uitstoot van het maken van de campagnes als van de distributie van campagnes berekenen. In eerste instantie is gewerkt met generieke data per medium afkomstig uit Groot-Brittannië. In 2024 worden die verfijnd naar de Belgische realiteit.

WE MEDIA vertegenwoordigt de klassieke uitgevers. Roularta is aangeduid als technisch expert omdat zij het verst zijn gevorderd met een mediacalculator.

Digital met impact

Meetsystemen en bereikstudies zijn vaak niet meer aangepast aan de huidige digitale realiteit, het einde van de cookie is in zicht en zal de manier waarop media en consument met elkaar connecteren grondig veranderen. De invloed van internationale spelers op de lokale markt wordt steeds complexer.

In deze wereld moeten we ons **efficiënt voorbereiden** op de toekomst. WE MEDIA Digital voert in 2022 gesprekken met UBA, DMA, CIM en VIA om vanuit een gezamenlijk werkterrein, oplossingen te bedenken en uitvoerbaar te maken, die toelaten om als één front problematieken aan te pakken en opportuniteiten uit te rollen, enkel samen kunnen we een **maximale impact** creëren.

DAT vergroot zijn draagwijdte

In 2022 streefden we ernaar om het Digital Ad Trust kwaliteitslabel voort te ontwikkelen als de norm in het medialandschap.

De toegankelijkheid van het label vergroten, adverteerders bewust maken van het belang van DAT en de integratie van het label in erkende kaders die kwaliteit in digitale reclame erkennen, zijn de 3 pijlers waarop we in 2022 werkten:

1. Toegankelijkheid van het label:

Om ook kleinere lokale spelers de kans te geven om de kwaliteit van hun digitale media te bewijzen en om het behouden van het label op langere termijn haalbaar te maken voor iedereen, zijn nieuwe tarieven en een langere geldigheidsperiode bepaald. Een label is nu geldig voor een periode van 2 jaar, de voordeligere tarieven zijn beschikbaar op digitaladtrust.be.

2. Erkenning van adverteerders:

In nauwe samenwerking met UBA maken we adverteerders bewuster van de waarden van het label door voortdurend te informeren, DAT te integreren in seminars en opleidingen en gesprekken aan te gaan met adverteerders. Tal van belangrijke adverteerders bevestigen hun geloof in dit lokale kwaliteitslabel.

3. Integratie in de Navigator van IAB Europe



In 2022 krijgt Digital Ad Trust Belgium ook internationale erkenning. IAB Europe geeft het een plaats in de **IAB Europe Navigator**, een Europees initiatief dat pleit voor het creëren van normen en kaders om kwaliteit in digitale reclame te garanderen.



Voortdurend werken we aan de naamsbekendheid van DAT. Zo is een handige gids met een concreet stappenplan uitgebracht: **The Media Trust Guide**.

Momenteel is een tiental audits aan de gang en ijveren we ervoor om het video-label te doen groeien. Tot slot denken we ook na hoe DAT een rol kan spelen in de uitdagingen rond duurzaamheid.

"De DAT ondersteunt niet alleen de lokale media en daarmee de hele Belgische markt, maar stelt adverteerders ook in staat om in een gezonde context te verschijnen"

Aurore Devos,
The Walt Disney Company.

C.E.R.

Het C.E.R. is een raadgevend orgaan op initiatief van de belangrijkste pers- en audiovisuele regies en werkt op twee niveaus: follow-up van communicatiebureaus die in het verleden een positief advies hebben gekregen (slechte betalende, recente activiteit,...) en controle van de nieuwe kandidaten voor een positief advies.

De coördinatie wordt verzorgd door het secretariaat van WE MEDIA. Het comité brengt een advies uit (positief of negatief) op basis van de door het secretariaat toegezonden dossiers.

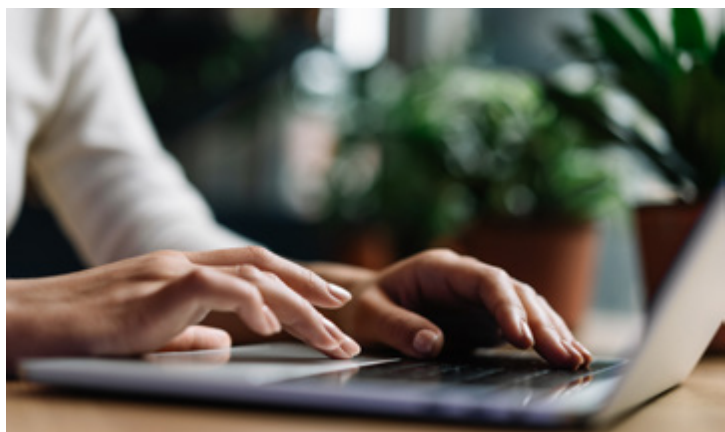
Zoals elk jaar onderzoekt het secretariaat de lijst van agentschappen met een positief advies om de gegevens te actualiseren (faillissementen, verhuizingen, fusies, enz.). Het secretariaat vraagt de leden om de agentschappen te vermelden waarmee de afgelopen 18 maanden is samengewerkt. In totaal hebben 8 regies gereageerd. Op basis van de beschikbare informatie heeft het secretariaat ook contact opgenomen met de agentschappen waarmee geen samenwerking is geweest. Rekening houdend met de feedback heeft het secretariaat een nieuwe lijst opgesteld en aan alle leden toegezonden.

LEDEN

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| Ads & Data | Reworld |
| Ciné Télé Revue | RMB |
| DPG Media | Rossel |
| Editions L'Avenir | Roularta Media Group |
| IPB | SBS |
| IPM | Screenvision (Brightfish) |
| Paris Match | Trustmedia |
| Produpress | |

Cijfers

- 226 communicatiebureaus met een positief advies
- 20 verzoeken om documentatie voor een positief advies
- 9 dossiers kregen een positief advies in 2022



CIM

Het CIM organiseert onderzoek van het mediabereik en crossmediale doelgroepenstudies.

De resultaten van de bereikstudie 2021-22 worden op 12 oktober gepubliceerd. Het CIM wijst op een bezorgdheid om face-to-face interviews te kunnen doen, wat gevolgen kan hebben voor bepaalde doelgroepen en dus voor hun representativiteit.

De resultaten voor de week- en maandbladen zijn vergelijkbaar met die van 2019. Er is enige vooruitgang in het gebruik van digitaal, met name voor de dagbladen.

Voor de bereikstudie 2022-23 hebben zich aanvankelijk twee onderzoeksbureaus aangemeld, namelijk Kantar en Ipsos. Gezien het budget won Ipsos de opdracht voor de volgende studie.

Nieuw voor die golf: de integratie van podcasts en video's. Dit is geen nieuwe currency, maar eerder een strategische keuze. Het veldwerk voor deze studie begint in september en eindigt in mei '23. Gezien de moeilijkheden bij het houden van face-to-face interviews heeft het instituut aangegeven meer digitale of mail interviews te zullen houden.

In oktober onderzoekt het strategisch comité de vereenvoudiging (en dus kostenvermindering) van de CIM Echtverklaring. De mediabureaus hebben al te kennen gegeven over volledige cijfers te willen beschikken voor verspreiding in de pers. Binnen WE MEDIA bevragen we onze leden die ook lid zijn van het CIM om ons standpunt te kunnen bepalen.

Aangezien de huidige CEO, Stef Peeters, in september 2023 met pensioen gaat, buigt het directiecomité zich ten slotte over de opvolging. Verschillende kandidaten worden voorgesteld. In september '22 gaat het voorzitterschap over van Helen Willems naar Stefan Lameire.

Vlaamse Veerkracht

De Vlaamse regering beslist 35 miljoen euro te investeren om de **digitalisering van de mediasector** een extra impuls te geven.

WE MEDIA vervult de rol van centraal aanspreekpunt, brengt de leden samen om van gedachten te wisselen en samen te zoeken naar mogelijke partnerships tussen uitgevers.

Er zijn zes projectpakketten met twee uitgesproken toepassingen voor onze leden:

1. Cross-media en multi-platform meetsysteem:

ontwikkeling van een platform waarin gegevens interactief kunnen worden verzameld, gedeeld en gebruikt. Het platform biedt een geavanceerd meetsysteem en een systeem voor orderbeheer waarmee kennis, digitale relaties en waardecreatie sociaal en economisch kunnen worden verbeterd.

WE MEDIA verdedigt vooral de aandacht voor de kwaliteitsvolle content en relatie met de consument die een geëngageerde lezer is. Het hele jaar door zijn er vergaderingen om de vzw van het consortium op te richten. Er zijn ook onderhandelingen met het nationale meetinstituut het CIM omdat dit meetplatform later wordt overgedragen naar het CIM. Dat is noodzakelijk omdat media in ons land vooral nationaal worden verkocht aan adverteerders.

Alle voorbereidingen zijn getroffen, het is wachten op de goedkeuring van Europa.

2. Oproep tot het indienen van projecten "digitale transformatie"

- Verbetering van de doorzoekbaarheid en zichtbaarheid van Vlaamse media-inhoud;
- Slimme technologie en digitale tools om de efficiëntie/kwaliteit van mediaproductie, opslag, distributie en waardecreatie te verhogen;
- Toekomstige mediaplatformen (kijken, luisteren, lezen).

Eind december keurt de Vlaamse regering 18 projecten goed. Verschillende leden van WE MEDIA zien hun project goedgekeurd en zullen er de komende 2 jaar aan werken.



UNTAPPED

WE MEDIA en verschillende leden uitgevers stappen in nog meer projecten met andere partners en met de steun van de Vlaamse overheid. Zo is er het TETRA-project Untapped, een onderzoeksproject rond innovatie in mediaproductie, -distributie en -beleving onder leiding van de ThomasMore Hogeschool met de steun van VLAIO.

Het project onderzoekt het potentieel van tools zoals automatische tekstinkorting, videocreatie, text-to-speech omzetting, datavisualisatie, multiplatform publicatie.

Nieuws in de klas

Nieuws in de klas is een initiatief van Mediawijs, Vlaamse Nieuwsmedia, WE MEDIA, Media.21 en VRT NWS met de steun van de Vlaamse Overheid.

Nieuws in de Klas maakt van kinderen en jongeren in Vlaanderen en Brussel nieuws- en informatiewijze burgers met een aanbod op hun maat voor het Vlaamse onderwijs. Nieuws- en informatiewijsheid is een competentie die deel uitmaakt van of overlapt met mediawijsheid en betekent, naar analogie daarmee, het geheel aan kennis, vaardigheden en attitudes om actief en creatief nieuws en informatie te gebruiken

en bewust en kritisch te begrijpen om te participeren aan onze complexe, veranderende en gemediatiseerde maatschappij.

Het project bereikt jaarlijks zo'n **100.000 kinderen en jongeren**.

In 2022 werden er 3.000 papieren exemplaren van Knack en van Humo verdeeld, alsook 8.000 digitale versies van die 2 titels.

WE MEDIA Academy

In 2022 organiseerde WE MEDIA in samenwerking met verschillende partners een reeks opleidingen en informatiesessies.

Het aanbod was gericht op journalisten en communicatiemedewerkers, maar ook op mensen van de marketing-, onderzoeks- en salesafdelingen.

In totaal waren er 10 opleidingen georganiseerd aan Franse zijde, allemaal in verband met digitale media. Die opleidingen zijn volledig gratis voor de medewerkers van WE MEDIA-leden.

PERSACADEMIE

De coronajaren hebben de manier van werken en ook de gewoonte van opleidingen op locatie volledig onderuitgehaald. Na interne bevestigingen bij uitgevers, lesgevers, begeleiders en cursisten is gekozen voor modules op de campus van onze partner de Thomas More Hogeschool, op afstand evenals in situ bij een uitgever of andere locatie naar wens van de uitgevers/cursisten. Ook is de mogelijkheid onderzocht om opgenomen lessen te publiceren op de sites van de Hogeschool en/of de beroepsfederaties. De meest succesvolle opleiding is georganiseerd bij één van de uitgevers. Die optie zal in de toekomst voort worden uitgewerkt.

IHECS

In samenwerking met de IHECS Hogeschool Journalistiek bood WE MEDIA dit jaar 6 opleidingen en 2 conferenties aan rond digitale toepassingen.

AJPRO

Met subsidies van de Federatie Wallonië-Brussel kon WE MEDIA 4 bijkomende opleidingen organiseren met AJPRO, een opleiding opgericht door de Vereniging van Professionele Journalisten (AJP).





BAM Congres

In december 2022 zet WE MEDIA haar wit/cyaan/zwarte magazinekiosk neer in de ruimtes van het BAM Congres, de jaarlijkse ontmoetingsplaats voor professionals met een passie voor marketing.

De 1.349 deelnemers kunnen 5 magazines kiezen aangeboden door de verschillende uitgevers van de B2C-afdeling. Tijdens de 2 dagen van het congres worden meer dan 5.000 magazines uitgedeeld.

Leden van WE MEDIA kunnen zich tegen een voorkeurtarief inschrijven voor het congres.

"Ik hou van tijdschriften omdat het me tijd voor mezelf geeft, het is een moment om achterover te leunen en te lezen"

Benoit Pirotte, ING.

Activiteiten in het buitenland

Omdat het altijd verrijkend is te ontdekken wat er in het buitenland gebeurt en omdat de initiatieven van onze bureaus vaak een grote bron van inspiratie zijn, nodigt WE MEDIA haar leden uit om samen met hen deel te nemen aan verschillende activiteiten ook buiten onze grenzen:

1. World Congress FIPP

Cascais – juni 22 – 500 deelnemers

Internationaal congres dat elk jaar wordt georganiseerd door de Internationale Federatie van de Periodieke Pers. Een unieke gelegenheid om zich te informeren door het bijwonen van presentaties van toonaangevende sprekers, om in contact te komen met collega's uit de hele wereld, om potentiële sprekers op te sporen voor onze evenementen in België (cfr MAGnify). We zijn er met een delegatie van 11 mensen.



2. La Presse au Futur

Parijs – december 22 – 1.350 deelnemers

La Presse au Futur is een vaste ontmoetingsplaats voor tijdschrift- en nieuwsspecialisten en biedt een goed overzicht van wat er in de sector in Frankrijk gebeurt.

Het is het enige evenement in Frankrijk dat alle persfamilies (PQN, PQR, PHR, Magazine Press, Professional Press, Digital Press) over alle media heen samenbrengt.

VERTEGENWOORDIGING

WE MEDIA VERVULT EEN DUBBELE ROL NAAR DE BUITENWERELD:

- Enerzijds vertegenwoordigt zij haar leden in nationale en internationale organisaties en instellingen waar de verschillende aspecten en uitdagingen van de mediasector worden aangepakt en besproken.
- Anderzijds streeft WE MEDIA naar samenwerkingen met andere stakeholders om de sector in het algemeen te verdedigen en te promoten.

1/ MANDATEN

EMMA/ENPA

www.magazinemedi.eu / www.enpa.eu



Samen met onze collega's van Vlaamse Nieuwsmedia en Lapresse.be werken we hand in hand met onze Europese zusterfederaties voor magazines en kranten aan de Europese dossiers beschreven in het hoofdstuk Legal & Lobby (p.8 - p.10).

EMMA/ENPA is gevestigd in Brussel, telt meer dan 40 leden en vertegenwoordigt meer dan 15.000 media-merken in Europa. Haar voorzitter is Xavier Bouckaert (Roularta Media Group).

ERKENNINGSKOMMISSIE JOURNALISTEN COMMISSION D'AGRÉATION DE JOURNALISTES

www.cej.be



We beslissen mee over de erkenning van nieuwe beroepsjournalisten, volgens de wet van 30 december 1963, in maandelijkse vergaderingen.

CENTRALE RAAD VOOR HET BEDRIJFSLEVEN

www.ccecrb.fgov.be



Binnen de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven werken we intensief mee aan het advies over een eventuele verlenging van de Bpost-concessie zoals beschreven in het hoofdstuk Legal & Lobby. Ook hebben we actief meegewerkt aan het advies "Draag zorg voor de lokale media want zij zijn de basis voor de sociaal-economische relance" voor vrijstelling van de gemeentetaksen op de gratis huis-aan-huisbladen.

CIM

www.cim.be



In het Centrum voor Informatie over de Media discussiëren we over betere meetmethodes om de juiste waarde van magazines en de relatie tot hun lezerspubliek te kunnen valideren. De uitdaging bestaat erin om elk medium op zijn verdienste te kunnen beoordelen zodat adverteerders de juiste keuzes kunnen maken. De hele sector (van print tot digitaal) is erg bezorgd over de massale verschuiving van media-investeringen naar de Gafa's, die niet worden gemeten door het CIM.

FIPP

www.fipp.com



Bij The Federation of International Press Publishers zetelen we in het comité van directeurs van federaties en nemen we het voorzitterschap waar van de researchafdeling. De FIPP levert informatie uit eerste lijn die we zo ook snel delen met onze leden o.a. via onze B2B-site magazinemedi.be.

Elk jaar organiseert de FIPP een internationaal congres met meer dan 70 sprekers uit de hele wereld.

REPROBEL

www.reprobel.be



Bij Reprobel maakt WE MEDIA deel uit van de Raad van Bestuur. Reprobel is de wettelijke beheersvennootschap die instaat voor inning en verdeling van de reprografierechten, het leenrecht en het gebruik voor het onderwijs en wetenschappelijk onderzoek.

REPROPRESS / REPRO PP

www.repropress.be



Repro PP WE MEDIA lobbyt en beheert de administratie van de beheersvennootschappen Repropress en Repro PP voor de verdeling van de geïnde thuis- en reprografie-, leen- en exclusieve rechten voor de aangesloten uitgevers die er recht op hebben.

RAAD VOOR DE JOURNALISTIEK / CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE

www.rvdj.be / lecdj.be



In beide zelfregulerende organen zijn we aanwezig in de Raad van Bestuur en in de Raad zelf om klachten te bespreken. We zien toe op de naleving van de journalistieke deontologie en bespreken journalistieke uitdagingen van het ogenblik.

PAPIER.BE

www.papier.be



Papier.be verenigt alle sectorfederaties van de Belgische papierketen.

In 2022 is vooral gewerkt aan het communicatieaspect (nieuwsbrieven, website,...) voor een groter bereik en dus aandacht voor het papier en onze gedrukte media in het algemeen.

Met GoodPlanet lanceert Papier.be een nieuwe educatieve module voor middelbare scholen.

COMMUNICATIECENTRUM EN JEP

www.jep.be



In deze zelfregulerende instantie vertegenwoordigen wij onze leden als voorzitter van de Raad van Bestuur. Samen met DETIC hebben we in 2022 gewerkt aan een nieuwe code voor reclame en communicatie voor was- en reinigingsmiddelen.

De geloofwaardigheid van onze reclame is bijzonder belangrijk. Ook binnen de Jury voor Ethische Praktijken in de Reclame vaardigen we een vertegenwoordiger af.

Het Communicatiecentrum heeft ook bijgedragen aan het opstellen van de CommToZero-richtlijnen (green-washing).

AUVIBEL

www.auvibel.be



Voor beide beheersvennootschappen Repropress en Repro PP zetelen we in de Raad van Bestuur van Auvibel, de wettelijke beheersorganisatie voor de inning en verdeling van reprografie en leenrecht. We zijn ook actief aanwezig in verschillende werkgroepen.

RAAD VOOR INTELLECTUELE EIGENDOM

www.economie.fgov.be



Dit is het door de FOD Economie opgerichte overlegorgaan waar alle wetsontwerpen met betrekking tot intellectuele eigendom worden besproken voordat ze aan het Parlement worden voorgelegd. Wij vertegenwoordigen alle rechthebbenden in de perssector in de sectie Copyright en naburige rechten.

2/ VERTEGENWOORDIGING

AJPRO

www.ajpro.ajp.be



In 2022 hebben we voor het eerst opleidingen georganiseerd in samenwerking met AJPro, een programma van geavanceerde journalistieke opleidingen georganiseerd door en voor nieuwsprofessionals, ongeacht hun status en media.

Voor dit eerste jaar werden 4 cursussen aangeboden aan de leden.

IHECS ACADEMY

www.ihecs-academy.be



We werken samen met de IHECS Academy om digitale opleidingen voor journalisten te organiseren.

In 2022 vonden in het kader van deze samenwerking 6 opleidingen en 2 conferenties plaats.

LAPRESSE.BE / VLAAMSE NIEUWSMEDIA

Lapresse.be / www.vlaamsenieuwsmedia.be



Met onze gewestelijke zusterverenigingen overleggen we voortdurend over gemeenschappelijke dossiers om samen de belangen van de uitgevers te verdedigen.

Thomas More

www.thomasmore.be



Sinds enkele jaren hebben wij een structurele samenwerking met de Thomas More Hogeschool. We overleggen met hen en hun docenten over de organisatie van opleidingen in het kader van de Persacademie. Als federatie nemen we deel aan verschillende projecten rond digitale transformatie, zoals Untapped en Presence.

UBA

www.ubabelgium.be



De Belgische Vereniging van Adverteerders is natuurlijk een belangrijke partner voor onze uitgevers in ons ecosysteem. We hebben veel projecten en initiatieven gemeen.

WE MEDIA werkt al jaren samen met de UBA aan het Digital Ad Trust Belgium project. Meer informatie hierover op pagina 13.

VIA

www.thinkvia.be



Binnen het Digital Ad Trust Belgium vertegenwoordigen wij onze audiovisuele collega's van de VIA federatie (De Belgische federatie van audiovisuele regio's).

WE MEDIA ondersteunt VIA-leden die het videolabel aanvragen bij hun auditproces.

DIENSTVERLENING VOOR DE LEDEN VAN WE MEDIA

- **Belangenbehartiging van de onafhankelijke professionele media**

- \\ Op alle politieke niveaus lokaal en internationaal
- \\ Bij administraties
- \\ Tegenover adverteerders, agentschappen en creatieve bureaus
- \\ Bij zelfregulerende organen voor journalistiek en reclame
- \\ Dossiers
 - Subsidies
 - Gerechtelijke procedures voeren en begeleiden
 - Concessie verdeling kranten en magazines
 - Klachten distributie en Bpost

- **Juridisch advies**

- \\ Auteursrechten, portretrechten, intellectuele eigendom...
- \\ Conflicten met administraties of concurrenten
- \\ Contracten
- \\ Betwistingen over deontologie
 - Journalistiek
 - Publicitaire communicatie

- **Innen en verdelen auteursrechten via beheersvennootschappen Reproress/Repro PP**

- **Opleidingen**

- \\ Journalisten en communicatiemensen
- \\ Sales, marketing en research

- **Lidmaatschap**

- \\ Raad voor de Journalistiek
- \\ Communicatiecentrum en JEP (Jury voor Ethische Praktijken in de reclame)
- \\ Internationale federaties EMMA-ENPA, FIPP

- **Gratis toegang of kortingen voor seminars en congressen**

- **Netwerking en permanent overleg met sectorgenoten**

- **Ondersteuning en advies voor behalen van kwaliteitslabels**

- **Uitgeversperskaart**

- **Exclusieve sectorinfo**

- \\ Studies
- \\ Overheidscommunicatie
- \\ Seminars
- \\ Memberzone op WE MEDIA site



Wilt u meer weten over de voorwaarden van een lidmaatschap?

Contacteer Isaac De Taeye
isaac.detaeye@wemedia.be

RAAD VAN BESTUUR WE MEDIA



Xavier Bouckaert

Roularta Media Group
Voorzitter WE MEDIA



Steven Van de Rijt

VDR Consulting
Ondervoorzitter WE MEDIA



Johan Beke

Viza vzw



Mieke Berendsen

DPG Media



Bart Bollen

Adsanddata



Thierry Hugot

Groupe Rossel



Bart Kuypers

MediaSpecs



Gaëlle Mauroit

Ciné Télé Revue



Andy Noyez

Professional Media Group



Toon Osaer

MediaNetwerk+



Leo Van Dorsselaer

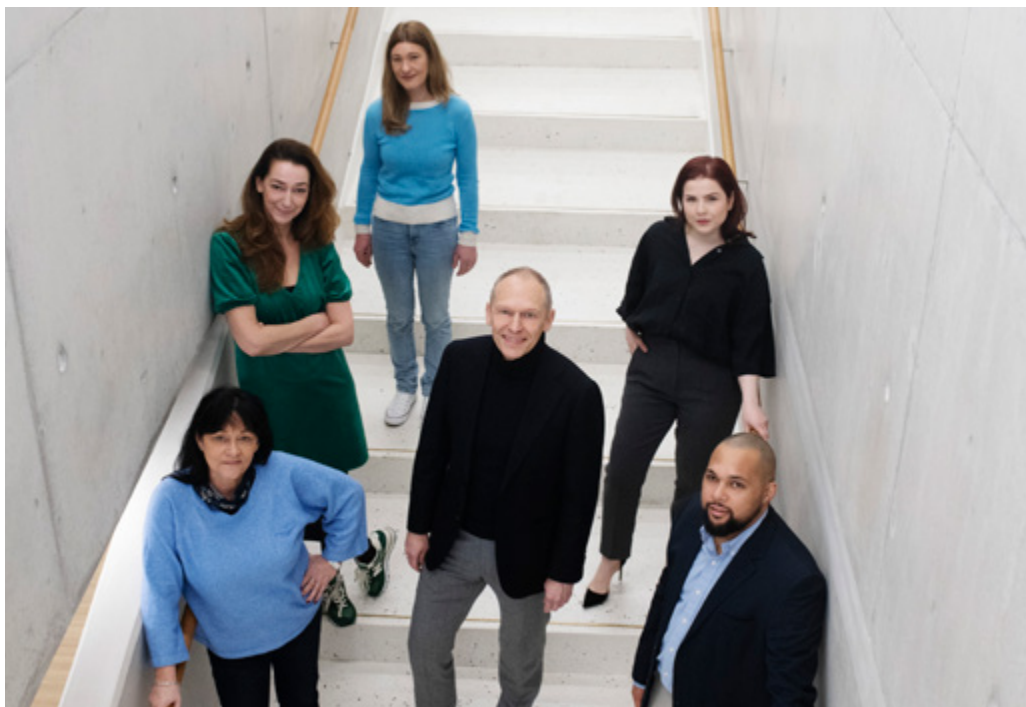
KIM vzw



Luk Wynants

Roularta Media Group

TEAM WE MEDIA



Isaac De Taeye
Data Officer



Marc Dupain
General Manager



Nathalie Meskens
Marketing & Communication
Manager



Corinne Schollaert
Management Assistant



Aslihan Shabaz
Legal Advisor



Siska Truymen
Digital Consultant

LEDEN

WE MEDIA B2B

- \ Association des journalistes professionnels
- \ Autovista Benelux
- \ Bakkers Vlaanderen
- \ BECI
- \ Beherman Motors
- \ BELGA News Agency
- \ Belgische Unie van Landmeter experten
- \ Boerenbond
- \ Bond voor Lichaamlijke Opvoeding
- \ BRAFCO
- \ BUSINESSEUROPE Confederation of European Business
- \ Confederatie Bouw
- \ De Belgische Beenhouwerij vzw
- \ De Landelijke Uitgeverijen
- \ FCO Media
- \ FEBE
- \ FEBELGRA
- \ Fed.Ho.Re.Ca. Bruxelles
- \ FEPRABEL Fédération des Courtiers en assurances & Intermédiaires financiers de Belgique
- \ HEC Liège - Université de Liège
- \ Informazout
- \ IVVOB
- \ Kenniscentrum Economie West Provincie West-Vlaanderen
- \ Klasse
- \ Maison des entreprises Wallonnes
- \ MediaSpecs
- \ Nelectra
- \ Onderwijskrant
- \ Professional Media Group - Dobbit
- \ Publicarto
- \ Rederscentrale
- \ Rekad Uitgeverij
- \ Roularta Healthcare
- \ Secretariaat-Generaal van de Benelux Unie
- \ The New Pub
- \ Trends Business Information
- \ UBA
- \ UCM
- \ UZ GENT
- \ VBO (Verbond van Belgische Ondernemingen)
- \ VFP
- \ VOKA
- \ VVJ
- \ Welcome Media

LEDEN

WE MEDIA B2C

- \ DPG Media
- \ Editions Ciné-Revue
- \ IPM Groupe
- \ L'Avenir Hebdo
- \ Libre Match (Geie)
- \ Produpress
- \ Reworld Media Magazines
- \ Rossel & Cie sa
- \ Roularta Media Group

LEDEN

WE MEDIA B2C SI

- \ AromaG Club
- \ Audax Publishing
- \ Berpress
- \ De Deeluitgeverij
- \ De Hoogstraatse Pers
- \ Eos Wetenschap
- \ Gemex Publishing
- \ Hearst Magazines Netherlands
- \ Keesing Belgium
- \ KIM
- \ Media-Participations Paris
- \ Moto Media
- \ Motorrijder
- \ New Skool Exploitatie
- \ Pro Materia
- \ Vip Media Publishing & Services
- \ Welzo Media Productions

LEDEN

WE MEDIA C&C

- \ A.A.A. (Arts Antiques Auctions)
- \ Alechia Events
- \ AMSAB
- \ BAM!
- \ Bold & pepper
- \ Bruxelles Laïque
- \ CathoBel
- \ Centraal Israëlitisch Consistorie van België
- \ Centre d'Action Laïque
- \ Centre de Recherches Historique et Environnementale de la Haute Ardenne (CRHEHA)
- \ Centrum voor Studie en Documentatie
- \ Cercles des Naturalistes de Belgique a
- \ Communicatie & Cognitie / ICIWO
- \ Creatief schrijven
- \ De lage landen
- \ Deus ex Machina
- \ Diabetes Liga
- \ Dietsche Warande & Belfort
- \ Documenta
- \ ETION Ledenwerking
- \ Expeels
- \ FARO Vlaams steunpunt voor Cultureel erfgoed
- \ Fédération des amis de la morale laïque / CEDIL
- \ Folio
- \ Gezinsbond
- \ Gonzo Circus
- \ H ART
- \ Halewijn
- \ Histories
- \ Interrégionale Wallone de la CGSP
- \ Katholieke Landelijke Jeugd
- \ Kluger Hans
- \ Knoet
- \ Koninklijk Conservatorium Antwerpen & Amsterdam University Press
- \ KUNSTWERKT
- \ Leger des Heils
- \ Les Amis de L'UNESCO
- \ Letterenhuis
- \ Ligue des Familles
- \ Media Animation
- \ MediaNetwerk+
- \ Mémoire d'Auschwitz. Centre d'Etudes et de Documentation
- \ Mutualités Chrétiennes
- \ MuziekMozaïek
- \ Nationaal Verbond van Socialistische Mutualiteiten
- \ NELOS
- \ Neutraal Ziekenfonds Vlaanderen
- \ nY
- \ OKRA trefpunt 55+
- \ Onafhankelijke Ziekenfondsen
- \ Openbaar Kunstbezit Vlaanderen

- \ Orgelkunst
- \ Pasar
- \ Photographie Ouverte
- \ Poëziecentrum
- \ REKTO:VERSO
- \ Rotary BeLux Services (RBS)
- \ Solidarité Maternelle Internationale
- \ Stichting Museumpeil
- \ Stichting Vlamingen in de Wereld
- \ Theaterpublicaties
- \ Thomas More Research
- \ Touring Club
- \ Unie Vrijzinnige Verenigingen
- \ Union Nationale des Mutualités Neutres
- \ VAB
- \ VDR Consulting
- \ Vereniging van Antwerpse Bibliotheeken
- \ Vie Féminine
- \ Visie FV
- \ VIZA
- \ Vlaams & Neutraal Ziekenfonds
- \ Vlaamse Volksbeweging
- \ VOCVO
- \ Volkskunde
- \ Witte Raaf
- \ YANG
- \ Zacht Lawijd

LEDEN

WE MEDIA DIGITAL

- \ Ads & Data
- \ Bruzz
- \ DPG Media
- \ Editions Ciné-Revue
- \ L'Avenir Hebdo
- \ Rossel & Cie
- \ Roularta Media Group
- \ SA d'Informations et de Productions (IPM)

LEDEN

WE MEDIA FREE PRESS

- \ Blits Magazine
- \ Bruzz
- \ Groupe VLAN
- \ Mass Transit Media
- \ Roularta Local Media
- \ Uitgeverij Bode van Schoten