WE MEDIA

MEET
ACT
INSPIRE

JAARVERSLAG 20
20

Inhoud

Dit is WE MEDIA 3

Voorwoord Xavier Bouckaert, Voorzitter 4

Voorwoord Marc Dupain, General Manager 5

Raad van Bestuur 6

Facts & Figures 7

Opleidingen 8

Legal & Lobby ..... 9 - 11

WE MEDIA B2B ..... 12 - 13

WE MEDIA B2C ..... 14 - 17

WE MEDIA B2C Special Interest /
WE MEDIA Community & Cultural ..... 18 - 21

WE MEDIA Digital ..... 22 - 23

WE MEDIA Free Press ..... 24 - 25

Vertegenwoordiging ..... 26 - 28

Waarvoor kunt u bij ons terecht 29

C.E.R. 30

Team 31

VOLGENDE PAGINA →

Dit is WE MEDIA

WE DEFEND

... de Belgische uitgevers van pers en magazines. WE MEDIA ondersteunt, promoot en verdedigt de maatschappelijke rol van media die op een professionele én onafhankelijke manier informatieve content creëren.
Meer dan ooit heeft onze samenleving nood aan kwaliteitsvolle journalistiek die werkt volgens deontologische codes. Meer dan ooit vraagt de burger dit ook. Hij ziet in de klassieke media een baken van vertrouwen tegen fake news, een goede gids in een oerwoud aan informatie op sociale media.

WE INFORM

... onze leden via verschillende communicatiekanalen over de nieuwigheden van de sector. Zo sturen we op vaste tijdstippen onze tweetalige nieuwsbrieven uit, plaatsen we regelmatig artikels op wemedia.be en magazinemedia.be. Evenzeer zijn wij actief met onze communicatie op social media.

WE ACT

... als een platform waar we actie ondernemen rond gemeenschappelijke onderwerpen voor de media. We hebben overleg met andere belangengroepen zoals adverteerders, mediabureaus of reclamebureaus, we onderhouden contacten met de overheden en onderwijs om de mediabelangen te promoten en te verdedigen.

WE MEET

... via de hub die wij vormen bieden wij aan de verschillende spelers van onze sector mogelijkheden om formele en informele gesprekken te voeren over gemeenschappelijke uitdagingen of opportuniteiten, waar uitgevers en mediaprofessionals elkaar ontmoeten, waar we voor specifieke onderdelen op een snelle manier gezamenlijke standpunten innemen, waar we sectorinfo en best practices uitwisselen.

WE INSPIRE

... door het monitoren van de nationale en internationale markt. We bieden onze leden studies, business cases, best practices, werkwijzen aan als inspiratiebron. We faciliteren het bezoeken van en/of deelnemen aan internationale media-events en congressen. We organiseren netwerkmomenten om inzichten en ervaringen uit te wisselen. Samen met scholen en instellingen maken wij opleidingsprogramma's zowel voor journalisten als voor werknemers van de afdeling marketing, research en sales.

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

Corona-proof

2020, een jaar voor de geschiedenisboeken, een jaar waarin alles noodgedwongen moest veranderen: onze manier van werken, ontspannen, consumeren, verplaatsen, bewegen, leven, samenleven of wat daar nog van overbleef. Werkprocessen moesten worden aangepast, producten en diensten konden boomen, anderen bleven overeind slechts door massale overheidstussenkomst. Eén grote constante: de **enorme nieuwshonger bij de bevolking**, de nood en de zin om **betrouwbare en kwaliteitsvolle** informatie te vinden. De rol van de media was cruciaal, als informatiedrager maar ook als begeleider, inspirator en animator.

Daarom heeft de overheid de mediasector ook meteen erkend als **essentiële sector**. Het onderlijnt dat de media een belangrijke pijler zijn van elke gezonde democratie.

Media in het algemeen en magazines in het bijzonder zijn zeer waardevol gebleken. Ook is duidelijk geworden hoe wij als uitgevers onze lezers, kijkers en luisteraars kennen en producten maken waarin ze zich herkennen en thuis voelen.

En dat straalt ook af op onze klanten. Adverteerders en mediabureaus getuigen over hun geloof in de **kwaliteit van onze lokale media** en willen met hun gereduceerde budgetten in eerste instantie investeren in onze lokale media. Een kantelmoment zeggen ze.

Bij de terugblik op dat jaar wil ik ook graag felicitaties sturen naar alle medewerkers in onze media die eveneens in die moeilijke omstandigheden zijn blijven werken. Ze hebben zich uitermate creatief en flexibel getoond om een versnelde omslag te maken naar nieuwe werkmethodes. Ze hebben moeten werken met beperktere middelen en toch zijn ze zeer creatieve en kwaliteitsvolle producten blijven maken.

Creativiteit en innovatie gingen hand in hand samen. Onze media bleken corona-proof en dat geeft vertrouwen voor onze verdere ontwikkeling.

Xavier Bouckaert

Voorzitter WE MEDIA
CEO Roularta Media Group

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

Think global, act local

Het jaar startte met grote ambitie. Na de succesvolle lancering van het display **DAT**-kwaliteitslabel, een initiatief van WE MEDIA samen met de unie van adverteerders UBA, wilden we ook het kwaliteitsvolle **video-label**. Tegen de zomer hadden we samen met de audiovisuele bedrijven en regies van de federatie VIA onze hoge kwaliteitsnormen voor video. De eerste video-labels waren 2020 al uitgereikt. Adverteerders en media-agentschappen bevestigden tijdens onze virtuele MAGnify-conferentie wel de kwaliteit van onze lokale media en hun vertrouwen daarin maar er meer media aankopen deden ze niet, bij de Gafa's wel ...

Als federatie willen we ons nog meer met anderen verenigen. Uitgevers, audiovisuele media en adverteerders trokken samen naar de overheden om media-investeringen in lokale media aan te moedigen via fiscale stimuli. We hebben elkaar nodig als we straks niet allemaal volledig afhankelijk willen worden van de grote techbedrijven.

De zorg om de **verankering** van onze **kwaliteitsvolle lokale media** is onze eerste prioriteit. Ze spelen een cruciale rol in onze samenleving en in het economische leven. De **gratis pers** die zo belangrijk is voor het lokale weefsel, dreigt helemaal te verdwijnen. Dat zou betekenen dat een grote groep van de bevolking niet meer geïnformeerd zou zijn en ook de lokale handel zou daaronder lijden. Daarom vragen we een vrijstelling van de gemeentetaksen voor de gratis huis-aan-huis-pers.

Binnen de federatie zoeken we nieuwe synergieën. De leden van de **special interestbladen** hebben het hele jaar samengewerkt met de uitgevers van **socio-culturele verenigingen en ledenorganisaties**. Ze hebben veel gemeenschappelijke noden en kunnen elkaar samen beter inspireren en vooruit helpen.

Telewerk was de regel, vergaderen op afstand de gewoonte, van jong tot oud. Wie zou dat ooit doen in een mediawereld en ja dus, iedereen. Nog nooit publiceerden we zoveel nieuwsbrieven en moesten we zoveel overleggen. Toch hadden we ook tijd voor de informele babbel, de persoonlijke attentie. Het hield onze samenwerking menselijk, het contact persoonlijk en hecht. Met geen virus kapot te krijgen. Een pluim aan iedereen voor de immer **positieve spirit**.

Marc Dupain

General Manager
WE MEDIA

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

Raad van Bestuur

Xavier Bouckaert
Roularta Media Group
Voorzitter WE MEDIA

Steven Van de Rijt
VDR Consult
Ondervoorzitter WE MEDIA

Johan Beke
VIZA vzw

Bart Bollen
Mediahuis

Thierry Hugot
Groupe Rossel

Andy Noyez
Professional Media Group

Toon Osaer
Halewijn

Gregori Skatchkoff
REKAD

Dieter Van den Brande
DPG Media

Leo Van Dorsselaer
KIM vzw

Daniel Van Wylick
Groupe Rossel

Luk Wynants
Roularta Media Group

Facts & Figures

110.016.145
TIJDSCHRIFTEN
verspreid voor losse verkoop door AMP

216.670.889
TIJDSCHRIFTEN
door Bpost bezorgd bij de abonnees

4.422
VERKOOPPUNTEN
in België waar u een tijdschrift kunt kopen

394
MERKEN
op de markt gebracht door WE MEDIA-leden

182
UITGEVERS
zijn lid van WE MEDIA

DIGITAL AD TRUST BELGIUM
bereikt 63% van alle Belgen

> *Met 6,2 miljoen wekelijkse lezers kunnen tijdschriften een zakelijke boost geven, bieden ze creatieve mogelijkheden en zorgen ze voor een unieke leeservaring. De aandacht voor een tijdschrift is optimaal en de advertenties zijn niet opdringerig.*
>
> Philippe Belpaire, CEO Roularta Media

Opleidingen

Het aanbod aan opleidingen is in 2020 uitgebreid. Voortaan biedt WE MEDIA niet enkele journalistieke opleidingen aan maar is er nu ook een aanbod voor marketing-, research- en sales-mensen. WE MEDIA heeft daarvoor een samenwerking opgezet met **Commpass**. Dat is een netwerk van personen en bedrijven die alles dat verband houdt met media in de ruimste zin van het woord wil bevorderen en in de kijker zetten: strategie, planning, onderzoek, inzichten en data en dit over alle touchpoints heen. In het najaar 2020 zijn er 5 opleidingen aangeboden aan de leden.

Daarnaast zijn er opnieuw honderden opleidingen georganiseerd door de uitgevers zelf of door WE MEDIA en Medianetwerkplus in de Persacademie in samenwerking met de **Thomas More Hogeschool** in Vlaanderen, dit keer zonder overheidssteun, alsook door WE MEDIA en IHECS Academy in het zuiden van het land.

Door de coronabeperkingen was er in de Persacademie slechts 1 opleiding op de campus, 5 vormingen waren online. Thema's waren Storytelling, Journalistiek ten gronde aan de slag met Facebook, Pinterest, Instagram en LinkedIn, Smartphone fotografie, Online redactie en Interviewtechnieken.

Ook werkten onze uitgevers en WE MEDIA mee aan het project "**Nieuws in de Klas**". Door de COVID-19 crisis hebben we de promotie voor Nieuws in de Klas ongeveer 2 tot 3 maanden moeten stilleggen. De papieren pakketten hebben we on hold gezet, de digitale pakketten bleven we leveren. Heel wat scholen voorzagen online afstandsonderwijs en daarbij kwamen de digitale kranten wel van pas. We leenden ook 20 tablets uit aan tal van scholen in Vlaanderen.

Meer dan 116.000 kinderen maakten kennis met kranten en tijdschriften via het project "Nieuws in de Klas". Nieuws in de Klas telt bijna 19.000 leerkrachten in haar database. Het project heeft ook meer dan 6.500 volgers op Facebook.

In de federatie Brussel-Wallonie, organiseert WE MEDIA, in samenwerking met **IHECS Academy**, opleidingen voor journalisten in het teken van de digitale transitie. Deze opleidingen zijn gedeeltelijk georganiseerd op de campus van IHECS en gedeeltelijk op afstand door de corona-maatregelen. De onderwerpen waren opnieuw erg gevarieerd gaande van de productie van een podcast tot community-management, het gebruik van Google tools tot de productie van informatie te publiceren op meerdere kanalen.

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

Legal & Lobby

Covid-crisis of niet, de politieke dossiers blijven brandend actueel. 2020 was opnieuw erg bewogen voor onze sector. Zowel in Europa als federaal en gewestelijk hebben we met WE MEDIA weer tal van dossiers behartigd. Dat heeft veel te maken met de overgang naar de digitale samenleving die een nieuwe reglementering vereist. Net zoals de businessmodellen van de uitgevers moet ook de regelgeving worden aangepast aan deze uitdagingen.

UITGEVERSRECHT

De Richtlijn 2019/790 die een naburig recht geeft aan de uitgevers moet worden omgezet naar Belgisch recht tegen 7 juni 2021. De administratie heeft een ontwerp van tekst overgemaakt aan het kabinet van de bevoegde vice-premier Dermagne. WE MEDIA is in contact met het kabinet en verdedigt de standpunten van de uitgevers.

In Frankrijk heeft Google onderhandelingen aangevat met persuitgevers voor de vergoeding van het uitgeversrecht naar aanleiding van hun eigen nieuwe dienst, Google News Showcase. Er is een basisakkoord bereikt met de federatie L'Alliance de la Presse d'Information Générale maar niet met alle uitgevers van magazines.

DIGITAL MARKET ACT & DIGITAL SERVICES ACT

In december van 2020 heeft de Europese commissie haar voorstellen bekend gemaakt voor de zogeheten Digital Market Act et Digital Services Act. Deze reglementering zou de digitale diensten beter moeten regelen en striktere regels opleggen aan de techgiganten. De Digital Market Act wil regels introduceren die ervoor moeten zorgen dat de markten waarin de grote platformen een rol spelen als « gatekeeper » evenwichtig blijven voor alle ondernemingen en nieuwkomers op die markt. De regels moeten marktverstoring en oneerlijke concurrentie verhinderen op de digitale markten door specifieke praktijken te bestempelen als oneerlijk tegenover de professionele gebruikers. De discussies hierover zullen zeker lang aanslepen.

PERS EN MEDIA, ESSENTIEEL IN CRISISTIJD

Bij aanvang van de Covid-19 crisis zijn de media, journalisten en communicatiediensten al snel beschouwd als essentiële sector die noodzakelijk is voor de vitale belangen van het land en de noden van de bevolking.
Dat betekent dat de media hebben kunnen voortwerken tijdens de crisis om de nodige informatie bij de burgers te brengen. Als gevolg hiervan hebben de persverkooppunten alsook boekhandels, die eerst moesten sluiten, hun deuren weer kunnen openen.
WE MEDIA bemiddelde hiervoor mee bij de overheid.

FEDERATIE BRUSSEL-WALLONIË: NOODPLAN VOOR STEUN AAN DE PERSSECTOR

De federatie Brussel-Wallonië heeft een uitzonderlijk noodplan voor de perssector goedgekeurd. Dit plan steunt op 4 pijlers:

- Steun aan de media waarvan het voortbestaan is bedreigd door de Covid-19 crisis. De steun bedraagt 3 mio euros waarvan sommige uitgevers hebben kunnen genieten.
- Een communicatiecampagne van algemeen belang waarbij de overheid mediaruimte kocht bij de Franstalige media voor 1.383.043 euros. De campagne is nog niet gestart.
- Een rechtstreekse steun aan onafhankelijke journalisten via het Fonds pour le Journalisme.
- De mediasector helpen bij de overgang naar een nieuw businessmodel dat hen minder afhankelijk maakt van de advertentiemarkt. Het gaat om een lang termijnproject dat nog niet is opgestart.

BPOST

De concessie en de overheidssteun voor de distributie van kranten en magazines aan abonnees door Bpost is verlengd voor 2 jaar. Tot einde 2022 krijgt Bpost overheidssteun om de verdeling van kranten en magazines aan betaalbare tarieven te kunnen verzorgen. Zonder die steun aan Bpost zou de prijs van kranten en magazines danig stijgen dat er haast geen papieren exemplaren meer zouden worden verspreid. Ook al zet de digitalisering zich door, zeker bij de krantenabonnementen, blijft een zeer groot deel van de bevolking het nieuws lezen op papier. Dat geldt zeker voor magazines. De inhoud van magazines bevat diepere analyses, een ander soort inhoud, die langer zijn informatieve waarde behoudt.

GRATIS PERS: TAKSEN EN STICKERBELEID

De discussie over de « neen/neen » of « ja/neen » sticker voor de gratis huis-aan-huisbladen blijft gevoelig. In de drie gewesten werkt WE MEDIA samen met een brede coalitie om het huidige systeem van deze stickers te behouden. Gezinnen die geen publiciteit of gratis pers willen, kunnen dat melden met zo'n sticker op de brievenbus. Aan de andere zijde worden uitgevers geconfronteerd met tientallen verschillende gemeentetaksen in Vlaanderen en Wallonië. Deze publicaties worden vaak verward met de zuiver publicitaire folders. WE MEDIA werkt aan meer harmonisatie en legt het accent ook op de socio-economische impact van de gratis pers. Meer hierover vindt u ook in het hoofdstuk Free Press.

COMMUNICATIECENTRUM (VOORMALIGE RAAD VAN DE RECLAME)

De vroegere Raad voor de Reclame, dat ook de Jury voor Ethische Praktijken beheert, heet voortaan Communicatie Centrum.
Het centrum heeft zijn ambities uitgebreid en wil een grotere rol spelen in onze samenleving op het vlak van deontologische regels voor publiciteit. De digitalisering en de sociale media zetten de sector voor al maar grotere uitdagingen. Daarin wil het centrum zijn rol gepast invullen. Zo is beslist tot de oprichting van een reflectiecommissie waar adverteerders, agentschappen, media en andere betrokkenen de vinger aan de pols houden om eventuele bijkomende deontologische regels uit te vaardigen en in te spelen op actuele problemen. Ook is er beslist om een ombudsdienst in te richten waar de burger maar ook de sector snel terecht kan met vragen over de deontologische regels van publiciteit. Opvallend is dat ook Google bereid is gevonden om toe te treden tot het centrum. Het voorzitterschap van het centrum wordt waargenomen door WE MEDIA en dat is met nog eens 3 jaar verlengd.

WE MEDIA B2B

“ Meer challenging, uitdagend dan 2020 kan je je als ondernemer moeilijk voorstellen, zeker ook voor de vakpers. Het jaar begon met toch grote onzekerheid door de Brexit, wie praat daar nog over, en werd nog onzekerder door Covid. Grote delen van de industrie lagen lange tijd plat, de internationale handel leek wel een jojo, de adverteerder slikte zijn budgetten in en de burger ging aan het sparen. Geen evenementen meer, betekende ook een belangrijke inkomstenbron die droog viel. Gelukkig was er de overheid die bijsprong met gepaste maatregelen. Stilstaan was echter geen optie en dus schakelde onze industrie sneller naar digitalisering en zagen we nieuwe vormen van digitale evenementen alsook publishing. Die bieden toekomstperspectief en willen we voort professionaliseren. De toekomst wordt zeker hybride, een combinatie van virtueel en print met nieuwe diensten die we aan onze klanten kunnen en moeten aanbieden. We zijn zeker een stuk slaagvaardiger geworden.”

Andy Noyez
Voorzitter WE MEDIA B2B
Directeur Professional Media Group

DE LEDEN

Professional Media Group
Andy Noyez (voorzitter van het departement B2B)

Rekad Uitgeverij N.V.
Gregori Skatchkoff*
(ondervoorzitter van het departement B2B)

Beci
Emmanuel Robert* (bureaulid)

Belga
Lieven De Maertelaere (bureaulid)

Boerenbond
Philippe Masscheleyn (bureaulid)

MediaSpecs Bvba
Bart Kuypers (bureaulid)

Publicarto
Patrick Boon (bureaulid)

Roularta B2B
Burt Riské (bureaulid)

Roularta Health Care
Jan Bamelis (bureaulid)

Asg-Centrum Voor Culinair Erfgoed · Association Belge Des Hopitaux - Belgische Vereniging Der Ziekenhuizen/CHU Brugmann · Association Des Journalistes Professionnels · Autovista Benelux Sa · Bakkers Vlaanderen · Beherman Motors · Belgische Unie Van Landmeters-Experten · Bond Voor Lichamelijke Opvoeding · Bsae Vzw · Businesseurope Confederation Of European Business · Confederatie Bouw · Confederatie Bouw - Vlaamse Schrijnwerkers Vzw · De Belgische Beenhouwerij Vzw · De Landelijke Uitgeverijen Nv Les Editions Rurales Sa · Dynamoo Bvba · Edition Krammer Belgium · Fco Media · Febelgra Vzw · Feb-Vbo (Féd.Entreprises Belgique-Verbond Belgische Ondernemingen) · Fed.Ho.Re.Ca. Bruxelles Asbl · Federatie Van De Betonindustrie · Feprabel Fédération Des Courtiers En Assurances & Intermédiaires Financiers De Belgique · Hec Liège - Université De Liège · Informazout · Ivvob · Kenniscentrum Economie West - Provincie West-Vlaanderen · Klasse - Vlaams Ministerie Van Onderwijs En Vorming · Maison Des Entreprises Wallonnes · Maronet Bvba · Media Animation Asbl · Nelectra- Federatie Van De Elektrosector · Omicron Bvba · Rederscentrale C.V.B.A · Retail Today · Rotary Belux Services (Rbs) · Secretariaat-Generaal Benelux Economische Unie · Société Royale Belge Des Electriciens · The New Pub Sa · Touring · Travel Productions Nv · Uba Vzw · UCM Asbl · UZ Gent · VFP · Vlaamse Volksbeweging Vzw · Vlaco Vzw · Voka Vzw · VVJ · Welcome Media

(*) ontslagnemend bureaulid

DE ACTIVITEITEN

De aandacht van de bureauvergaderingen ging hoofdzakelijk naar de situatie rond Corona. Wat is het effect op de sector, op de activiteiten, zijn de maatregelen van de overheid voldoende, zijn er aparte conclusies te trekken of maatregelen te nemen voor de vakpers in verhouding tot de andere magazine-uitgevers.

De tussenkomst van de overheid met onder meer de mogelijkheid tot tijdelijke werkloosheid, zorgt voor de opvang van de grootste zorgen. De vakpers wordt ook zwaar getroffen door de terugval van de advertenties omdat de handel zo goed als stilvalt voor de grote periodes van het jaar.

Tweede belangrijk aspect is het wegvallen van een belangrijke inkomstenbron bij de vakpers: de evenementen. Beurzen, seminaries, die de uitgevers zelf organiseren of waarover ze berichten, vallen weg. De uitgevers beginnen zelf virtuele evenementen en opleidingen. Dat heeft succes en ook sponsors verwelkomen deze initiatieven. Ze zijn tevreden over de return die ze er kunnen uithalen. Er is de overtuiging dat leren op afstand, virtueel, een belangrijk onderdeel zal blijven in deze sector. Kennisoverdracht op een andere manier dan enkel in publicaties.

De uitgevers verwachten een nieuw potentieel in het organiseren van opleidingen en evenementen op afstand maar voor netwerking gaat er niets boven de persoonlijke ontmoetingen op live events.

Hybride modellen waarin virtuele events en fysieke bijeenkomsten samen zullen gaan, zullen meer en meer ontstaan volgens deze groep uitgevers.

WE MEDIA B2C

"2020 is voor onze publieksbladen zeker het jaar van de digitale versnelling. Corona bezorgde ons ernstige klappen maar uiteindelijk maakte het ons ook weerbaarder en onafhankelijker.

De klappen vielen bij de inkomsten uit advertenties die in bepaalde maanden opliepen tot -40%. Adverteerders hielden de knip op de beugel en investeerden nog meer bij de grote techbedrijven waar de prijzen nu eenmaal lager liggen ook al is de kwaliteit van het contact daar, aantoonbaar, veel lager.

Maar het maakte ons dus ook weerbaarder. De massale toeloop van de consument naar digitale kanalen en communicatie deed onze bedrijven nog sneller schakelen naar digitale vernieuwingen en investeringen. Dat leidde op de lezersmarkt tot een forse toename van het aantal abonnementen. De inkomsten uit de lezersmarkt zijn bij vele groepen vaak al hoger dat die uit advertenties al compenseren ze nog niet het verlies uit de gedaalde advertenties. Die evolutie maakt onze uitgevers alvast minder afhankelijk van de advertentiemarkt.

De consument mag in de toekomst zeker rekenen op nog meer flexibiliteit en kwaliteit van de uitgevers door een nog betere combinatie van digitale en print-publicaties."

Xavier Bouckaert

Voorzitter WE MEDIA B2C
CEO Roularta Media Group

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

DE LEDEN

Roularta Media Group
Xavier Bouckaert
(voorzitter van het departement B2C publieksbladen)

DPG Media
Dieter Van Den Brande

Produpress
Karina Jacobus

Groupe Editions de l'Avenir
Yves Berlize*

Editions Ciné Télé Revue
Daniel Van Wylick

Belgomedia
Harry Gentges

Groupe Rossel
Daniel Van Wylick

IPM
François le Hodey

Reworld Media
Dominique Jeanneney

Leden PubCom (publicitaire commissie)

Roularta Media Group
Veerle Neyens* / Mark Daemen (voorzitter PubCom)

DPG Media
Katrien Berte* / Mieke Berendsen

IPM
Pascaline Goffin

MagAdvertising
Francia Neirinck

Produpress
Thierry Hottat

(*) ontslagnemend bureaulid

Het voorzitterschap van de Pubcom blijft in handen van Roularta Media Group, eerst met Veerle Neyens dan met Mark Daemen als voorzitter.

Als vertegenwoordiger van IPM, verwelkomt de PubCom Pascaline Goffin.

DE ACTIVITEITEN

CIM

Bereikstudie: de uitgevers willen veranderingen, verbeteringen aan de bereikstudie. Een werkgroep wordt opgericht en maakt een visienota gebaseerd op de aanbevelingen van de Pubcommers alsook andere leden van WE MEDIA die deel uitmaken van de bereikstudie.

Iedereen is het erover eens dat de studie te complex en te duur is geworden en dat zonder opbrengst. De studie valoriseert niet meer de kwaliteit en meerwaarde van de magazines. Prioriteit is om de kosten te reduceren (door een eenvoudigere methodologie-minder profielen, vermindering van het veldwerk, stopzetting van de dagelijkse meting dailymetrie...) om geld vrij te maken voor een strategische studie. De Raad van Bestuur van het CIM heeft op 8 december de gevraagde aanpassingen goedgekeurd. Ipsos past de studie aan eind december.

UBA Media Date

WE MEDIA is opnieuw partner van de UBA bij de organisatie van de Media Date, gepland op 27 augustus. Dit evenement wordt geannuleerd door de uitzonderlijke situatie en geïntegreerd in de UBA Trends Day (gepland in maart en volledig online georganiseerd in september).

De onderwerpen van de Media Date zitten tussen de andere presentaties.

- DAT
- State of Play of the Belgian Scene (Alessandro Papa)
- Addressable TV & others (Nigel Wally)
- Interviews CEO regies/adverteerders

De identiteit van de Media Date is niet evident, de evaluatie heeft nog niet plaats gevonden.

Magnify

De 4de editie van de jaarlijkse conferentie MAGnify, voorzien op 1 oktober in het cultureel centrum De Factorij (Zaventem) wordt door de specifieke omstandigheden in 2020 omgevormd in een digitale editie gepubliceerd op magnify.be. De online versie is volledig gratis en toegankelijk voor iedereen. Ze bestaat uit 5 afleveringen met eenzelfde formaat: een introductie door Marcel Van Thilt - de presentatie van een studie/debat – een StuMPA-spot.

Het onderwerp van het debat (aflevering 4 en 5) gaat over het belang van de lokale media. Deelnemers zijn: Danny Devriendt (IPG Dynamic – moderator), Christine Jean (AG), Nathalie Lhoir (UM), François le Hodey (IPM), Wim Vermeulen (Bubka).

De korte versie van de afleveringen is ook beschikbaar op de site van magnify.be. Ze zijn gemaakt om handig gebruikt te worden in de presentaties van de commerciële medewerkers op de regies.

Uit de analyse van de Google statistieken blijkt het volgende:

- Veel rechtstreeks traffic
- Weinig referral
- Meest bekeken aflevering: Alpha Index van Bruno Liesse & Bernard Cools
- Langst bekeken aflevering: debat over lokale media gemodereerd door Danny Devriendt

De sterke punten van de afleveringen worden gebundeld in een magazine met daarin ook gesprekken met juryleden van de StuMPA. Deze uitgave is verspreid op meer dan 1000 exemplaren (leden WE MEDIA, prospecten, overheden, mediabureaus, adverteerders...). Het magazine is op aanvraag verkrijgbaar bij het secretariaat.

Stumpa

Deze competitie voor studenten van het 2de en 3de jaar van de Kunst Hogescholen, afdeling Publiciteit, is toe aan haar 11de editie. Het doel is interesse voor magazines opwekken bij de jongeren.

De multidisciplinaire jury bestaat uit creatieve mensen, docenten van de deelnemende scholen, leden van WE MEDIA alsook vertegenwoordigers van de vakpers. Ze selecteren tijdens de eerste ronde 20 laureaten van de 100 deelnemers uit 7 scholen.

Door de crisis kunnen de studenten hun 20 projecten echter niet live verdedigen tijdens de Young Creatives Day. De jury moet digitaal beslissen en de winnaars kunnen ook niet zoals gebruikelijk naar de Cannes Lions, noch naar het gala van Creative Belgium te Knokke die beiden zijn afgelast.

De prijs van de beste school gaat naar de PXL-MAD en haar docent Koen Vanstappen.

Ebiquity
Het secretariaat beslist om een tweede campagne te voeren met de goede resultaten voor de magazines van de Ebiquity-studie. Deze publiciteit wordt bezorgd aan de leden van WE MEDIA om ze ook te publiceren in hun eigen edities. Er wordt ook een pagina geboekt in de Show Case van Media Marketing.

Effies
Als onderdeel van het partnership met de Effies, kunnen de leden van WE MEDIA deelnemen aan een Masterclass op vrijdag 20 maart bij Mindshare.

De overhandiging van de prijzen, digitaal, is op 10 december. WE MEDIA kan een beperkt aantal plaatsen aanbieden aan haar leden. De promospot voor ons magazine MAGnify wordt getoond.

Het opzet van dit partnership met de Effies is de start van de Media Mentions (het aangepast inzetten van de media in functie van de objectieven). Dat is een nieuw criterium waarop de projecten worden beoordeeld. Deze Media Mentions bestaan 3 jaar. WE MEDIA beschouwt het doel als bereikt en zal het partnership met de Efffies niet verlengen.

Magazinemedia.be
Met 3 artikels per week blijft magazinemedia.be de markt informeren over de meest recente tendensen, studies en innovaties in de media. De site is gericht naar adverteerders, media-agentschappen en creatieve bureaus.

Er is een zekere verzadiging wat betreft de openingsrate en clicks op de nieuwsbrief. Het secretariaat beslist om het aantal artikels per nieuwsbrief te verminderen maar de regelmaat ervan te verhogen (2x/maand). Met een meer verteerbaar formaat, hoopt het secretariaat weer meer bezoekers te lokken naar de site.

Een andere piste om meer bezoekers te krijgen, is een intensiever gebruik van LinkedIn. Magazinemedia.be was al vrij actief op Facebook et Twitter maar nog bijna niet op LinkedIn. Een bladzijde LinkedIn wordt echter minder vermeld en doorverwezen dan het profiel van een gebruiker en verschijnt zo minder in de rankings. Het is daarom aangewezen dat de Pubcommers zelf de posts van magazinemedia.be meer delen op hun eigen persoonlijke pagina's.

WE MEDIA
B2C Special Interest

"Als uitgevers van special intrestbladen is 2020, zeker geen onverdeeld succes, om van een understatement te spreken. Onze uitgevers zijn meestal eerder kleinere bedrijven met vrij beperkte omzetten en middelen, waar de grote investeringen nodig voor de digitalisering, niet in een ijltempo kunnen worden ingevoerd. Komt daarbij dat voor de producten van de gespecialiseerde pers, digitaal niet steeds de gewenste publicatievorm is voor het publiek. Dat maakt dat onze sector erg geleden heeft onder de teruglopende reclame-investeringen die nog een belangrijk onderdeel zijn van ons businessmodel. Gelukkig hebben we een trouw en stabiel lezerspubliek dat ook wel wat aangroeide. De grote uitdaging voor onze sector blijft het zoeken naar nieuwe distributievormen en promotiekanalen waarin we onze krachten en middelen kunnen bundelen. Ook kijken we naar initiatieven van de overheid om de uitgevers te ondersteunen in hun nood aan digitalisering."

Leo Van Dorsselaer
Voorzitter WE MEDIA B2C Special Interest
CEO K.I.M.

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

WE MEDIA
Community & Cultural

"Gemengde gevoelens, het drukt nog het beste dit onvergetelijke 2020 uit. Afscheid en afstand hebben zeker diepe wonden geslagen, zowel fysiek als mentaal, privé en professioneel, intermenselijk in elk geval. Een groot deel van onze uitgevers in de cultuursector en het socio-economische leven heeft lijdzaam moeten toezien hoe hun activiteiten verboden werden. Geen activiteiten, geen inhoud om over te schrijven, geen bron van andere inkomsten. Anderzijds is er het afgelopen jaar massaal veel gelezen. Mensen zochten verdieping, zingeving in tekst en literatuur, ontspanning voor de geest, verrijking voor de ziel, het magazine als verheffing, als emotioneel moment voor mezelf, ontsnapping aan de coronacrisis. We kijken ernaar uit om dat te kunnen vasthouden en te kunnen vermeerderen met de activiteiten die weer zullen mogelijk zijn, hopelijk toch, in de loop van 2021."

Johan Beke

Voorzitter WE MEDIA C&C
CEO VIZA

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

DE LEDEN B2C

KIM vzw
Leo Van Dorsselaer
(voorzitter van het departement B2C Special Interest)

Rekad Uitgeverij N.V
Gregori Skatchkoff*
(ondervoorzitter B2C Special Interest)

De Deeluitgeverij
Kristine Ooms (bureaulid)

Berpress
Thierry Misson (bureaulid)

Ackroyd Publications Nv · Audax Publishing Bv · Aromag · Bloom · De Hoogstraatse Pers · Druk & Pers · EOS- Wetenschap · Gemex Publishing Bvba · Hearst Bv · Ips-Snoecks Nv · Jvjv Sprl · Keesing Belgium Nv · Media-Participations · Mjpublishing · Moto Media · Motorrijder Bvba · New Skool Exploitatie Bv · Pro Materia Asbl · Uitgeverij Big Balloon B.V. · Vipmedia Publishing & Services ·

(*) ontslagnemend bureaulid

DE LEDEN C&C

VIZA vzw
Johan Beke (voorzitter van het departement C&C)

Halewijn
Toon Osaer
(ondervoorzitter van het departement C&C)

Averbode
Barbara Vangheluwe (bureaulid)

Beweging.net
Liesbeth De Winter (bureaulid)

FOLIO
Carlo Van Baelen (bureaulid)

Medianetwerk Plus
Jan Boulogne (bureaulid)

A.A.A. (Collect Arts Antiques Auctions) · Agence Alter Asbl · Alechia Events Vzw · Alliance Nationale Des Mutualités Chrétiennes · Armée Du Salut/Leger Des Heils · Bold & Pepper · Bruxelles Laïque Asbl · Cathobel Asbl · Centre D'Action Laïque · Centre De Recherches Historique Et Environnementale De La Haute Ardenne (Crheha) · Cercles Des Naturalistes De Belgique Asbl · Communicatie & Cognitie /Iciwo · Consistoire Central Israëlite De Belgique · Davidsfonds · Diabetes Liga Vzw · Etion Ledenwerking Vzw · Expeels · Fédération Des Amis De La Morale Laïque/Cedil · Fédération Du Tourisme De La Province De Namur · Gezinsbond · Interregionale Wallonne De La Cgsp · Katholieke Landelijke Jeugd · Knoet Bvba · Les Amis De L'Unesco · Ligue Des Familles · Mémoire D'Auschwitz. Centre D'Etudes Et De Documentation Asbl · Mutualités Libres / Onafhankelijke Ziekenfondsen · Nationaal Verbond Van Socialistische Mutualiteiten Nvsm · Natuurpunt · Nelos Vzw - Hippocampus · Neutraal Ziekenfonds Vlaanderen · Onderwijskrant · Openbaar Kunstbezit In Vlaanderen · Pasar Vzw · Photographie Ouverte · Poeziecentrum Vzw · Samana · Solidarité Maternelle Internationale · Stichting Vlamingen In De Wereld · Streven Vzw · Thema · Turkse Unie Van België Vzw · Unie Vrijzinnige Verenigingen · Union Nationale Des Mutualités Neutres · VDR Consulting · Vie Féminine · Visie Fv · Vlaams & Neutraal Ziekenfonds · Vlaamse A.C.O.D. · VOCVO Vzw · Akrostis · Amsab · Centrum Voor Studie En Documentatie Vzw · Creatief Schrijven Vzw · Deus Ex Machina · Dietsche Warande & Belfort Vzw · Documenta · Faro Vlaams Steunpunt Voor Cultureel Erfgoed Vzw · Filmmagie Vzw · Gonzo Circus Vzw · Histories Vzw · Kluger Hans · Koninklijk Conservatorium Antwerpen & Amsterdam University Press · Kunstwerkt · Letterenhuis · Muziekmozaïek · Okra · Ons Erfdeel Vwz · Oogst Vzw · Orgelkunst Vzw · Rekto:Verso · Strip Turnhout Vzw · Theaterpublicaties Vzw · Vereniging Van Antwerpse Bibliofielen Vzw · Volkskunde · Willemsfonds Vzw · Witte Raaf · Yang Vzw · Zacht Lawijd Vzw · Zink

DE ACTIVITEITEN

De leden van de departementen B2C Special Interest en Community & Cultural hebben beslist om hun krachten en ervaringen te bundelen om samen te werken op gezamenlijke projecten.

Bpost: de leden van het departement klagen over een gebrek aan visibiliteit van hun titels in de publieke verkooppunten. Zal de nieuwe aanpak van Ubiway hun probleem oplossen? Het secretariaat heeft regelmatige contacten met Bpost over hun nieuwe strategie. WE MEDIA onderlijnt ook het maatschappelijke belang van de publicaties van de socio-culturele uitgevers in het dossier over de concessie van Bpost. Zonder de toekenning van subsidies aan Bpost voor de verdeling van deze publicaties zou een groot publiek totaal geen informatie meer ontvangen over hun socio-culturele activiteiten.

Distributieplatform: de leden denken na over een nieuw distributieplatform. Een piste is om mailadressen te verzamelen en van daaruit de specifieke doelgroepen van de leden van het departement te benaderen met nieuwsbrieven. Ook wordt er gewerkt aan een nieuw distributieproject, een eigen kanaal via boekhandels en een vertegenwoordiger. Dit project is in een testfase en het is nog te vroeg om er conclusies uit te trekken.

Foliodag: op 20 november vindt de allereerste Foliodag plaats, weliswaar digitaal omwille van de pandemie. Een dag van workshops en uitwisseling voor redacties, dé ontmoetingsdag voor tijdschriftenmakers.

In workshops en op informele momenten geven specialisten en collega's uit andere sectoren nieuwe inzichten. Zowel de redactionele werking, de aanpak van promotie als het financiële beheer komen aan bod.

WE MEDIA Digital

Thierry Hugot

Voorzitter WE MEDIA Digital
Commercieel en Marketing
Directeur Groupe Rossel

"2020, het jaar van de organische digitale versnelling. Een samenleving opgejaagd, opgesloten door een virus. Iedereen afgesneden van fysiek contact, professioneel en privé, gedreven naar de virtuele wereld, van videoconferenties tot een boost van "click and collect". Dagelijkse nieuwsalerts aan de lopende band, onze premium nieuwssites ontploften van de massa, een baken van vertrouwen en kwaliteit, de bevolking was op de afspraak, de adverteerder nog niet. En toch was dit ook het jaar van local media first. Adverteerders en mediabureaus beginnen het belang en de waarde van onze kwaliteitsvolle lokale media te beseffen. Onze uitgevers versnelden nog hun digitale investeringen, we kijken ernaar uit dat ook de markt morgen massaal zal volgen en zijn digitaal media-aankoopbeleid in een beter evenwicht wil brengen door te investeren in de beste kwaliteit, een garantie voor alle merken op lange termijn."

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

DE LEDEN

Groupe Rossel
Thierry Hugot (voorzitter van het departement Digital)

Mediahuis
Bart Bollen (bureaulid)

DPG Media
Olivier Van Zeebroeck (bureaulid)

IPM
Pascaline Goffin (bureaulid)

Roularta Media Group
Mark Daemen (bureaulid)

Groupe Vers l'Avenir
Sabrina Castiglione (bureaulid)

Editions Ciné Télé Revue
Thierry Hugot (voorzitter)

DE ACTIVITEITEN

Digital Ad Trust Belgium

2020 is het jaar waarin DAT Belgium razendsnel uitgroeide tot een gevestigde waarde in het Belgische media landschap.

Ter herinnering, in 2019 sloegen UBA (Unie van de Belgische Adverteerders) en WE MEDIA de handen in elkaar en werd het kwaliteitslabel Digital Ad Trust Belgium tot leven geroepen, een lokale hoge markt standaard die kwaliteit en transparantie garandeert voor digitale mediacampagnes. Het doel is een veilig en betrouwbaar Belgisch universum waarin respect en bescherming van consumenten en merken centraal staat.

13 websites kregen het label voor display toegereikt daarbij ook websites die geen lid zijn WE MEDIA Digital zoals Autoscout24, Le Moniteur Automobile en Autogids. Samen met de nieuws websites van DPG, Mediahuis, Rossel en Roularta, neemt het DAT universum voor display een belangrijke plaats in het Belgische media landschap.

De eerste 10 gelabelde websites zijn in het najaar van 2020 na een nieuwe audit verlengd voor een jaar.

Het bereik van de 13 gelabelde websites, heeft ook Google niet onberoerd gelaten. In samenwerking met WE MEDIA Digital zijn alle gelabelde websites bijeen gebracht op één marktplaats, goed voor 9,3 miljoen wekelijkse gebruikers en 420 miljoen impressies (bron: Google DV360).

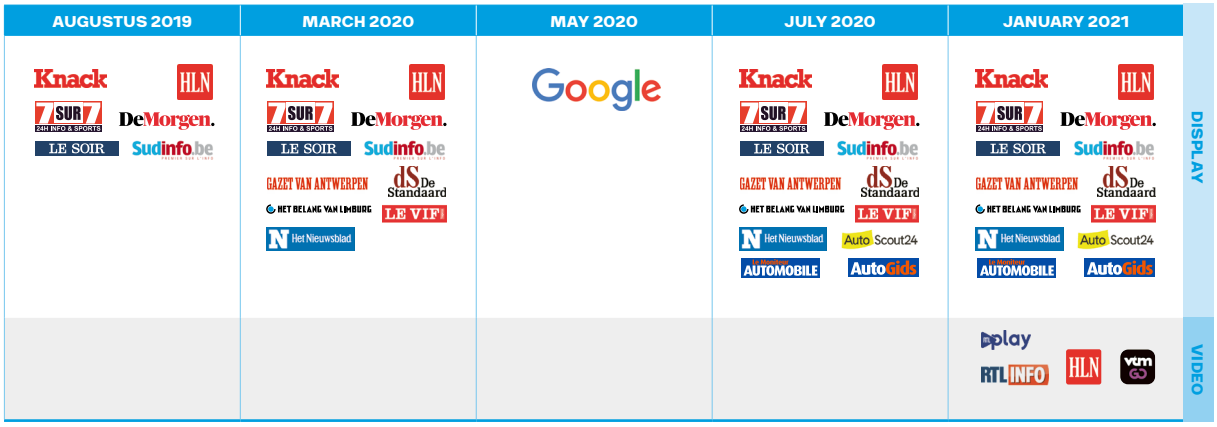
Ook in 2020 hebben we een samenwerking opgezet met de audiovisuele federatie VIA en het videolabel gelanceerd. De eerste audit golf is ondertussen een feit geworden met 4 gelabelde websites als resultaat (RTL, RTL Play, VTMGo en HLN).

De volgende 12 maanden streven we naar uitbreiding, evolutie, research en nog meer samenwerkingen met partners met als doel de DAT maatstaven als de norm vast te leggen in het Belgische media landschap.

DAT Belgium, een garantie voor transparantie en kwaliteit
Websites die een logo aanvragen, worden grondig uitgelicht door een onafhankelijke auditeur (fma), die op basis van kwalitatieve en kwantitatieve feiten beslist of een website voldoet aan de 5 criteria die beschreven zijn in het charter van de adverteerders en de Belgische uitgevers.

- **Zichtbaarheid van advertenties** optimaliseren.
- De **gebruikerservaring** verbeteren.
- Een **veilige online omgeving** te creëren waar merken kunnen adverteren.
- **Advertentiefraude** bestrijden.
- **Transparantie** voor bezoekers met betrekking tot de **privacy policy**.

Inschrijvingen voor het bekomen van een label zijn mogelijk via de website: https://digitaladtrust.be/



WE MEDIA Free Press

“ Survival of the fittest en zelfs dat zal niet volstaan om de gratis pers nog lang overeind te houden als de omstandigheden waarin onze sector moet werken niet drastisch en snel zal wijzigen. De gratis pers, huis-aan-huisbladen, mag dan nog zo dicht bij de bevolking staan, zo’n centrale rol spelen in ons lokaal gemeenschapsleven, door zoveel mensen worden gelezen en gewild als informatieblad, door zoveel handelaars worden begeerd om hun producten en kortingen in voor te stellen, als de omstandigheden waarin we moeten werken niet drastisch wijzigen, is dit product ten dode opgeschreven. Lokale handel gesloten, horeca en evenementen ook, nul inkomsten voor de gratis pers. Komen daarbij de ongebreidelde gemeentetaksen voor vermeend afval, quod non wegens gecertifieerd recycleerbaar papier, om de gemeentekas te spijzen, quod non want vrij lage inkomsten per gemeente. De gratis pers en zeker de huis-aan-huisbladen vragen dringend een vrijstelling van gemeentebelasting of er is straks geen lokale informatie meer voor burgers en handelaars.

Met WE MEDIA zetten we ons dagelijks in om deze unieke mediavorm te behouden, ondanks alles.

Nooit opgeven! ”

Luk Wynants
Voorzitter WE MEDIA Free Press
Algemeen Directeur Roularta Local Media

← TERUG NAAR INHOUD

VOLGENDE PAGINA →

DE LEDEN

Roularta Media Group
Luk Wynants (voorzitter van het departement FREE PRESS)

Groupe VLAN
Romuald Laurent* / Philippe Decoster (bureaulid)

Groupe Vers l'Avenir
Benoît Rosier (bureaulid)

Guido Magazine
Wouter Van Cauwenberge (bureaulid)

Uitgeverij Bode van Schoten
Ren Hesters (bureaulid)

Imprimerie Brabançonne
Cynthia Mills (bureaulid)

Mass Transit Media
Monique Raaffels (bureaulid)

Visie
Roel Guldemont (bureaulid)

VMC-Media
Geert De Lombaerde

(*) ontslagnemend bureaulid

DE ACTIVITEITEN

JA-JA/JA-NEEN sticker

WE MEDIA, heeft samen met andere sectoren en bedrijven (bpost, BDmyshopi, Febelgra, Comeos, BAM, Unizo, BECI...) een samenwerking opgezet om de belangen van de gratis pers en de reclamefolders te verdedigen. Dat heeft in elk geval geleid tot een overeenkomst met de Vlaamse overheid en administratie (OVAM). Die behoudt het huidige opt-out-systeem van de zelfklevers in ruil voor enkele engagementen van de sector zoals de financiering van de stickers en sensibilisering.

In het zuiden van het land regelt een decreet het huidige systeem ook in ruil voor gelijkaardige engagementen.

In Brussel zijn er onderhandelingen met het kabinet van minister Maron en Brussel Leefmilieu. Momenteel is hier nog geen tekst onderhandeld. Het huidige opt-out-systeem bestaat er eveneens.

Gemeentetaksen

Het onderwerp van de gemeentetaksen blijft erg gevoelig.

In Vlaanderen bepalen de gemeenten zelf de taks die ze willen opleggen. Er bestaan tientallen verschillende taksen voor de uitgevers van de gratis pers.

In Wallonië zijn de gemeenten eveneens vrij om hun taks te bepalen maar ze volgen over het algemeen een omzendbrief van de bevoegde minister van lokaal bestuur met een éénvormig tarief voor het hele grondgebied. Maar als gevolg van verschillende juridische procedures vanwege de producenten van reclamebladen beginnen gemeenten hun tarieven te wijzigen en de taksen voor de gratis pers te verhogen. De minister van lokaal bestuur heeft daarenboven de richttarieven voor 2021 met 43% procent verhoogd. Dit is onaanvaardbaar voor onze sector die al geconfronteerd is met zoveel problemen door de COVID-19-crisis.

In Brussel is de situatie beter omdat 17 van de 19 gemeenten de gratis pers hebben vrijgesteld van gemeentetaksen onder bepaalde voorwaarden.

WE MEDIA wil het systeem van de gemeentetaksen uniformiseren over heel het grondgebied en afschaffen.

Vertegenwoordiging

WE MEDIA OUTSIDE

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 veel diverse en gevarieerde instanties om de sector in het algemeen te verdedigen en te promoten.

1/ VERTEGENWOORDIGINGEN

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. Zo 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.

ERKENNINGSCOMMISSIE JOURNALISTEN
COMMISSION D’AGRÉATION DE JOURNALISTES
www.cebj.be

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

CIM
www.cim.be

In het Centrum voor Informatie over de Media discussiëren we reeds een tijdje 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 magazinemedia.be. We volgen ook met een delegatie het wereldcongres in Berlijn.

EMMA/ENPA
www.magazinemedia.eu / www.enpa.eu

Samen met de collega’s van Vlaamse Nieuwsmedia en Lapresse.be werken we met onze Europese zusterfederaties voor magazines en kranten een heel jaar nauw samen in de Europese lobbydossiers (zie hoofdstuk Legal & Lobby). EMMA/ENPA is gevestigd in Brussel, telt 54 leden en vertegenwoordigt meer dan 15.000 Europese mediamerken.

PAPER CHAIN FORUM
www.paperchainforum.org / www.papier.be

Het Paper Chain Forum groepeert alle sectorfederaties in de Belgische papierketen. We ijveren in de strategische studie voor meer en betere aandacht voor onze printmedia alsook steun voor onze lobbyactiviteiten. Vandaag is het PCF van naam verandert en is het voortaan papier.be.

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.

COMMUNICATIECENTRUM EN JEP
www.jep.be

In de instantie van zelfregulering zetelen we als voorzitter van de Raad van Bestuur. We werken mee aan nieuwe regels op het vlak van digital native advertising en influencers. De geloofwaardigheid van onze reclame is belangrijk. Lidmaatschap van WE MEDIA betekent ook aanvaarding van deze regels evenals bijdragen in de financiering van de werking. Daarbij hoort ook de JEP, de Jury voor Ethische Praktijken inzake reclame die de klachten behandelt.

REPROPRESS / REPRO PP
www.repropress.be

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

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.

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/ SAMENWERKINGEN

COMMPASS
www.commpass.media

Commpass is een initiatief van mediamensen en heeft de commerciële regies als lid. In het kader van de samenwerking tussen Commpass en WE MEDIA kunnen de leden van de federatie gratis deelnemen aan enkele infosessies en seminaries.

EFFIE AWARDS
www.effiebelgium.be

Met de meest prestigieuze award in campagnes werkt WE MEDIA samen om de juiste aandacht te krijgen voor de toegevoegde waarde van elk medium. Door die samenwerking is een Magazine Mention ontstaan, een Masterclass met de Best Cases waar ook leden van WE MEDIA toegang tot hebben.

IHECS ACADEMY
www.ihecs-academy.be

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

LAPRESSE.BE / VLAAMSE NIEUWSMEDIA
www.lapresse.be / www.vlaamsenieuwsmedia.be

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

Thomas More / Arteveldehogeschool
www.thomasmore.be / www.arteveldehogeschool.be

We werken samen met deze 2 Nederlandstalige hogescholen als onderdeel van de training die wordt aangeboden aan professionele journalisten. Het programma van deze opleidingen wordt overeengekomen tussen WE MEDIA, MediaNetwerk+ en de 2 scholen die hun lokalen ter beschikking stellen.

UBA
www.ubabelgium.be

De Belgische federatie van adverteerders is voor onze uitgevers een belangrijke partner in ons ecosysteem. Met hen hebben we tal van gemeenschappelijke projecten. De conferentie Media Date (online in 2020) is een exclusief moment voor adverteerders waar de status en waarde van de Belgische media wordt voorgesteld. Gestart in 2019, is het kwaliteitslabel Digital Ad Trust Belgium sterk gegroeid met nieuwe sites die zijn gelabeld voor display en een nieuw kwaliteitslabel dat is ontwikkeld voor video. Meer info hierover vindt u in het departement WE MEDIA Digital.

VIA
www.thinkvia.be

Binnen Digital Ad Trust Belgium vertegenwoordigen wij onze collega's van de audiovisuele federatie VIA. Voor en met hen hebben we het video kwaliteitslabel onderhandeld. Dit label kan worden verkregen na een audit door een onafhankelijke consultant. Zie ook hiervoor het verslag bij WE MEDIA Digital.

Waarvoor kunt u bij ons terecht

Deze *dienstverleningen* kunt u van ons verwachten

- Het maatschappelijk **belang en de kwaliteit van** onze **onafhankelijke professionele media promoten** en **verdedigen**
  - › In alle beleidsdossiers bij politici van lokaal tot internationaal niveau
  - › Bij nationale en internationale instellingen alsook federaties
  - › Bij adverteerders, media agencies en reclamebureaus
  - › Bij het groot publiek en experts
- **Distributieproblemen verdedigen** bij overheden, Bpost en betrokkenen
- Onderhandelen en begeleiden van **subsidiedossiers**
- **Opleidingen** organiseren i.s.m. onderwijsinstellingen en andere partners
- **Juridisch advies** i.v.m. auteursrecht, contracten, privacy, BTW-wetgeving,...
- **Uitgeversperskaart** uitreiken
- **Kortingen** voor media-events en congressen
- Actuele **sectorinfo publiceren** via infoflashes, nieuwsbrieven en websites
- **Studies** i.v.m. media verzamelen, initiëren en verspreiden
- Het beheer van de **auteursrechten**
- **Advies** inzake journalistieke en publicitaire deontologie
- **Seminars & speaker events** organiseren
- Onderling **uitwisselen** van **ervaringen**

C.E.R.

Het C.E.R. is een adviesorgaan op initiatief van de belangrijkste pers- en audiovisuele regies om een evaluatie te maken van de communicatiebureaus waarmee ze kunnen samenwerken.

Het orgaan werkt op twee niveaus: enerzijds nieuwe communicatiebureaus analyseren die een positief advies willen en anderzijds follow-up doen van de bureaus die in het verleden een positief advies kregen (wanbetalers, recente activiteiten, ...).

Het comité werkt zonder voorzitterschap en vertrouwt op de coördinatie die volledig door het secretariaat wordt verzorgd. In principe, komt dit comité om de 8 à 10 weken samen. Gezien het atypische karakter van 2020, is er geen vergadering kunnen doorgaan en is alles digitaal verlopen.

DE LEDEN

Belgomedia, Brightfish, Ciné Télé Revue, DPG Media, Editions L'Avenir, IP, IPM, L'Avenir Advertising, Mediahuis, Produpress, Reworld, RMB, Rossel, Roularta Media Group, SBS, Trustmedia.

ACTIE

* Jaarlijks onderzoek: zoals elk jaar controleert het secretariaat de lijst van bureaus met een positief advies om ze te updaten. Dat is een gelegenheid om failliete bureaus, fusies of adreswijzigingen te zien,... Het secretariaat roept de leden op om informatie te verstrekken over bureaus die bij hen advertenties hebben geboekt tijdens de voorbije 18 maanden.

In totaal hebben 7 regies gereageerd. Op basis van de beschikbare informatie heeft het secretariaat contact opgenomen met de bureaus waarvoor geen commerciële activiteiten werden vastgesteld. Het secretariaat bezorgt een nieuwe lijst aan alle leden.

CIJFERS

* 242 bureaus met positief advies
* 8 aanvragen van documentatie met het oog op positief advies
* 4 dossiers hebben een positief advies verkregen in 2020

Team

Esther Braspenning
Media Knowledge Manager

Clément Chaumont
Legal Advisor

Isaac De Taeye
Data Officer

Marc Dupain
General Manager

Nathalie Meskens
Marketing &
Communication Manager

Corinne Schollaert
Management Assistant

Siska Truyman
Digital Consultant

Z.1 Research Park 120
B-1731 Zellik
T +32 2 558 97 50
info@wemedia.be

www.wemedia.be

← TERUG NAAR INHOUD

Verantwoordelijke uitgever: Marc Dupain