

**WE** MEET  
ACT  
INSPIRE  
**MEDIA**

**W M**

# 2022

RAPPORT ANNUEL

# Contenu

This is WE MEDIA .....	2
Avant-propos Marc Dupain, General Manager .....	4
Avant-propos Xavier Bouckaert, Président .....	5
Facts & Figures .....	6
Organigramme .....	7
<b>Activités</b>	
Legal & Lobby .....	8
MAGnify .....	11
StuMPA .....	11
CommtoZero .....	12
DAT .....	13
CER .....	13
CIM .....	14
Vlaamse Veerkracht .....	15
Academy .....	16
Congrès BAM .....	17
Activités a l'étranger .....	17
Représentation .....	18
Services WE MEDIA pour ses membres .....	21
<b>Organisation</b>	
Administrateurs .....	22
Team .....	23
Membres de WE MEDIA .....	24

# THIS IS WE MEDIA

## WE MEET

Nous rassemblons **différents types d'éditeurs** dans leurs domaines spécifiques.

Ainsi, nous fournissons à nos éditeurs une plateforme où ils peuvent discuter de leurs défis communs, chacun à partir de ses propres expériences professionnelles avec des informations sur le secteur et les best practices.



**WE MEDIA** vzw

Rue de la Fusée 50 b.7 | 1130 Bruxelles

T +32 2 558 97 50 | [info@wemedia.be](mailto:info@wemedia.be) | [www.wemedia.be](http://www.wemedia.be)

TVA BE 0409.569.137

## **WE ACT**

Nous **soutenons, promouvons** et **défendons** le rôle social de nos médias professionnels et indépendants.

Nous le faisons dans le cadre de contacts directs avec les pouvoirs publics et les cabinets ainsi qu'avec les éditeurs et les agences de presse. Nous soulignons la grande qualité de leur journalisme et du contenu auquel le public et les annonceurs s'identifient et font confiance.

## **WE INSPIRE**

Nous suivons de près **les évolutions nationales et internationales**.

Nous organisons des **moments de réseautage** proposant de nouvelles perspectives et nous facilitons l'accès à des événements et des foires sectoriels, tant en Belgique qu'à l'étranger.

En collaboration avec **des écoles et des institutions**, nous créons également des programmes de formation pour les journalistes ainsi que pour les spécialistes du marketing et de la vente.



## MULTI-TÂCHES

**Tout et chacun en mouvement, une année pleine d'activités trépidantes et 2023 a commencé sur le même tempo. Enormément d'initiatives ont été lancées en 2022 : au niveau des entreprises, de notre secteur, du gouvernement. En plus des préoccupations classiques des entreprises, la pression augmente encore plus en raison des grands enjeux sociétaux. Les défis climatiques et l'éthique d'entreprise imposent des normes de qualité de plus en plus élevées. En tant que fédération, nous sommes à bord de chaque nouveau train et nous emmenons nos éditeurs membres avec nous.**

Deux thèmes restent dominants : le passage à de nouveaux modèles économiques et le renforcement de nos médias locaux de qualité. L'impulsion du gouvernement flamand en faveur d'une numérisation accélérée, via Vlaamse Veerkracht du ministre des médias Dalle, fait réellement ses preuves. Des dizaines de projets avec de nouvelles technologies, de nouveaux produits, de nouveaux modèles de coopération, des méthodes de mesure et autres ont été proposés et approuvés en 2022, un véritable tsunami d'initiatives.

**« Des dizaines de projets ont été proposés et approuvés en 2022, un véritable tsunami d'initiatives »**

En tant que fédération, nous poursuivons nos efforts pour un prix équitable de l'utilisation de tout le contenu de qualité créé par nos membres. Cela signifie donc une rémunération juste eu égard aux Gafa qui gagnent beaucoup d'argent avec les contenus de nos éditeurs. Suite à l'adoption de la loi qui reconnaît un nouveau droit voisin pour les éditeurs, des négociations ont été entreprises mais ne se passent pas bien.

Nous continuons également à nous battre pour une considération et des investissements loyaux de la part des annonceurs dans nos médias. Ils exigent un environnement de qualité pour leurs marques, des garanties sur l'audience sans toutefois incommoder le consommateur, mais leurs investissements coulent à grands flots vers ces grandes plateformes qui ne savent pas fournir ces garanties.

Les nouveaux défis sont aussi porteurs de nouvelles opportunités. C'est avec la plus grande conviction que nous avons rejoint avec la fédération le projet Commtozero et guidons nos éditeurs dans leurs efforts pour réduire les émissions de carbone. Les annonceurs le

demandent également. Tous ces efforts en faveur de normes plus élevées, de produits plus qualitatifs et durables devraient également convaincre les annonceurs d'investir davantage dans cette qualité supérieure.

**« Les nouveaux défis sont aussi porteurs de nouvelles opportunités »**

C'est un message que nous, médias locaux, transmettons constamment et que nous devrions transmettre encore plus collectivement. La plateforme de mesure cross-média est un bon exercice pour être plus forts ensemble. Mais dans les années à venir, nous devons, en tant que fédérations, nous rassembler encore plus et parler d'une seule voix. Nous avons la tâche importante d'être des bâtisseurs de ponts dans ce domaine afin de supprimer encore plus les divisions existantes, de l'audiovisuel à l'édition classique, du numérique au papier, du nord au sud, du commercial au non-commercial.

Tout cela m'enthousiasme beaucoup pour une année 2023 haute en couleurs.

**Marc Dupain**  
General Manager  
WE MEDIA

# QUALITÉ DURABLE

**Cela bourdonne de créativité et de nouvelles initiatives. Beaucoup de choses sont dans le pipeline pour 2023 : de nouveaux investissements dans la numérisation, de nouvelles collaborations entre éditeurs et encore plus de qualité dans les produits mais aussi dans l'ensemble de l'entreprise avec des normes toujours plus élevées. En route vers une qualité durable.**

2023 a débuté dans des circonstances difficiles et pourtant, comme toujours, nous sommes optimistes et volontaristes. En plus de l'indexation des salaires, des prix de l'énergie élevés et de l'inflation, notre secteur a vu le prix du papier exploser par un facteur de 3 à 4. Un facteur difficile à absorber lorsque votre modèle de revenus repose principalement sur les abonnements dont on ne peut pas augmenter les tarifs à tout va et que les lecteurs préfèrent de loin la lecture sur papier que sur écran. Un magazine est une étape intermédiaire entre le journal et le livre, avec un contenu qui a une durée de vie plus longue et une expérience totalement différente de la lecture des nouvelles du jour. Les abonnements purement digitaux sont à la traîne. Les éditeurs de magazines, malgré leurs efforts, déplorent le rendement limité (10% de leur chiffre d'affaires) des abonnements 100% digitaux.

Mais l'adage 'digital first' reste d'actualité. Nous devons être là où les consommateurs vivent, apprennent et s'amuse. Le projet Vlaamse Veerkracht du ministre flamand des médias, M. Dalle, visant à stimuler la numérisation des médias, est donc plus que bienvenu et nous lui en sommes très reconnaissants. La réalisation des projets a démarré.

2022 était à nouveau une année de bouleversements surprenants, avec des crises supplémentaires soudaines et de nouveaux défis provoquant une grande incertitude sur le plan géopolitique, économique et, surtout, humain. Les valeurs démocratiques sont sous pression, le logement et les conditions de vie de chaque citoyen subissent également des changements fondamentaux, les entreprises doivent produire, distribuer et vendre d'une manière complètement différente. Nous sommes confrontés à une énorme transition, tant sur le plan privé que professionnel.

Le terme « durabilité » s'applique dans toutes ses interprétations possibles, au sens propre comme au sens figuré. La durabilité dans notre façon de «vivre en-



semble» entre hommes et femmes, peuples et cultures, dans notre manière de vivre dans cette société, dans ce monde des affaires.

Nos normes de qualité et nos valeurs sont en cours de réajustement. Il ne s'agit plus seulement du contenu ou de l'emballage de nos publications, mais aussi de la façon dont nous travaillons en tant qu'entreprise, de la façon dont nous traitons notre personnel et notre environnement, de la façon dont nous produisons et consommons.

**« De manière générale, nous nous efforçons d'améliorer la qualité pour les personnes et l'environnement »**

De manière générale, nous nous efforçons d'améliorer la qualité pour les personnes et l'environnement, comme défini dans les 17 objectifs de durabilité des Nations Unies. En tant qu'entreprise mais aussi en tant que secteur, nous concrétisons cela par des plans d'action. L'un d'entre eux est le projet commtozero, dans lequel l'ensemble de l'écosystème de nos médias, à savoir les annonceurs, les agences créatives, les agences médias et les entreprises de médias, souhaite réduire et compenser les émissions de CO2. Il s'agit d'un ensemble complet de normes pour toutes les opérations de gestion d'entreprise, pour la production des médias, pour la promotion des médias et pour le contenu des messages et des programmes.

Ce n'est que par une approche globale et les efforts des autorités publiques, des entreprises et des citoyens que nous pourrions atteindre une qualité plus durable. Nous sommes d'ores et déjà très enthousiastes à l'idée d'une année 2023 passionnante !

**Xavier Bouckaert**

Président WE MEDIA

CEO Roularta Media Group

# FACTS & FIGURES

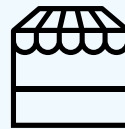


**96.386.000**  
**MAGAZINES**

ont été distribués  
en vente en kiosque  
par AMP



**4.257**  
**POINTS DE VENTE**  
en Belgique où on peut  
acheter un magazine



**359 MARQUES**  
sont commercialisées par  
les membres de WE MEDIA



**164**  
**ÉDITEURS**  
sont membres  
de WE MEDIA

**DIGITAL AD TRUST**  
**BELGIUM VIDEO**

a une  
portée  
(reach) de

**34,5%**

Source : CIM Gemius - Juin 2022



**601**

**JOURNALISTES PROFESSIONNELS**  
encartés dans la presse magazine



46,25%



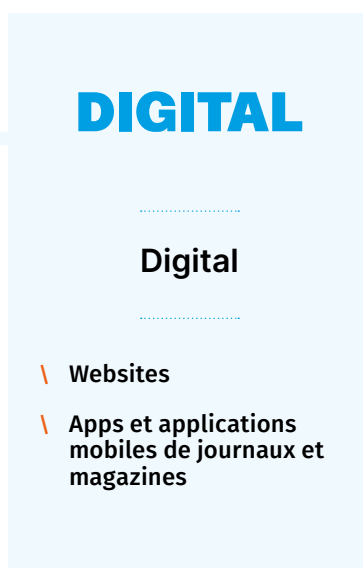
53,74%

**31,54%** du total  
des journalistes professionnels  
salariés tous médias confondus

# ORGANIGRAMME



Communication	Marketing	Research
Legal & Lobbying	Représentation	Secrétariat



# ACTIVITÉS

## Legal & lobby

L'année 2022 fut, encore une fois, une année pleine de défis pour le secteur de la presse.

Tant au niveau national qu'au niveau européen, divers textes législatifs d'une importance capitale pour les éditeurs de presse ont vu le jour, en raison notamment du passage au numérique. Alors que certains de ces textes représentent une avancée positive pour le secteur, d'autres s'annoncent en revanche comme une menace, mettant en péril la liberté de la presse. Par ailleurs, les dossiers politiques divers sont toujours en discussion. WE MEDIA joue un rôle important dans la défense des intérêts des éditeurs et reste toujours active sur de nombreux dossiers politiques en cours.

## Droit des éditeurs

En Belgique, la directive 2019/790/UE du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique a été transposée par la loi du 19 juin 2022, dont la plupart des dispositions entrent en vigueur le 1er août 2022. La directive introduit un nouveau droit pour les éditeurs de presse (article 15 de la Directive) visant à faciliter l'octroi de licences pour l'utilisation de leurs publications en ligne, leur permettant de mieux défendre leurs droits et d'obtenir une rémunération afin de récupérer leurs investissements et ainsi assurer la pérennité du secteur de l'édition de presse. Toute utilisation (reproduction et mise à disposition du public) en ligne d'une publication de presse par un fournisseur de services de la société de l'information devra se faire avec l'autorisation de l'éditeur de presse concerné. Les agrégateurs de contenus devront par conséquent conclure des licences avec les éditeurs de presse afin de pouvoir publier tout ou partie de leurs publications.



## Bpost

Le gouvernement a réduit l'enveloppe de Bpost pour la distribution des abonnements des journaux et des magazines. Le budget, qui était de 175 millions d'euros est restreint. A partir de 2024, le montant pour le reste de la durée de la concession doit être revu à la baisse (50 millions d'euros). Cette décision suscite bien entendu beaucoup de questions financières et juridiques. Des réunions entre le SPF Economie, le Cabinet Dermagne et Bpost sont à nouveau programmées. La concession en vigueur est prolongée pour 1 an et l'année prochaine le SPF entamera une nouvelle procédure pour la prochaine concession avec le budget réduit comme prévu par le gouvernement.



## Loi de 2008 sur la fiscalité des droits d'auteur

Le 26 décembre 2022, la nouvelle loi-programme relative au régime fiscal des droits d'auteur et droits voisins a été votée. La nouvelle loi-programme s'applique aux journalistes, tant les salariés que les indépendants. Une coalition de l'ensemble du secteur culturel et médiatique a négocié avec le cabinet du Ministre des Finances.

Le gouvernement a décidé de passer à un système de 30% de rémunération des droits d'auteur et de 70% de rémunération des performances professionnelles, avec un régime transitoire d'un an qui diffère selon que l'on soit journaliste salarié ou indépendant. En matière de sécurité sociale, des changements sont également prévus.

## Loi de 1963 sur la reconnaissance du titre de journaliste professionnel

Un travail important a été réalisé au niveau de l'AGJPB (association des journalistes) pour proposer une modification de la loi de 1963 qui fixe les conditions afin d'obtenir le statut de journaliste professionnel. Les éditeurs sont également largement impliqués dans le processus. Un texte commun a été rédigé par les représentants des éditeurs et des journalistes, et transmis au gouvernement pour approbation. Le travail suit son cours. L'objectif est d'aboutir à une procédure et un statut de journaliste professionnel au lieu des deux qui existent aujourd'hui.

## European Media Freedom Act

La Commission européenne a publié, en septembre 2022, une proposition de législation sur la liberté des médias (EMFA). Il s'agit d'un projet qui vise à harmoniser la réglementation autour de la presse. Il a pour objectif d'assurer le pluralisme, l'indépendance et l'intégrité des médias d'information au sein du marché unique européen.

Malgré ses apparences prometteuses, cette proposition représente une grande menace pour la liberté de la presse. Le projet saperait non seulement le principe fondamental d'autorégulation de la presse mais signifierait également un transfert effectif de la compétence en matière de politique des médias au niveau de l'UE. WE MEDIA, EMMA/ENPA, et d'autres fédérations d'éditeurs ont réagi et alerté les dirigeants politiques afin de contester cette proposition de la Commission.



## Digital Market Act & Digital Services Act

Le Digital Market Act a été publié le 12 octobre 2022 et entrera en vigueur le 2 mai 2023. Le Digital Services Act est quant à lui entré en vigueur le mercredi 16 novembre 2022 et sera d'application en février 2024, à l'exception des très grandes plateformes de partage en ligne et des très grands moteurs de recherche. Ces deux textes européens ont pour objectif de mieux réguler les services numériques et d'imposer des obligations plus strictes aux grandes plateformes internationales.

Le Digital Market Act prévoit notamment d'introduire des règles pour garantir que les marchés dominés par de grandes plateformes jouant le rôle de «gatekeeper» restent équitables pour les entreprises et les nouveaux entrants sur le marché. Il a pour objectif de remédier aux déséquilibres du marché et à la concurrence déloyale sur les marchés numériques, notamment en énumérant certaines pratiques déloyales.

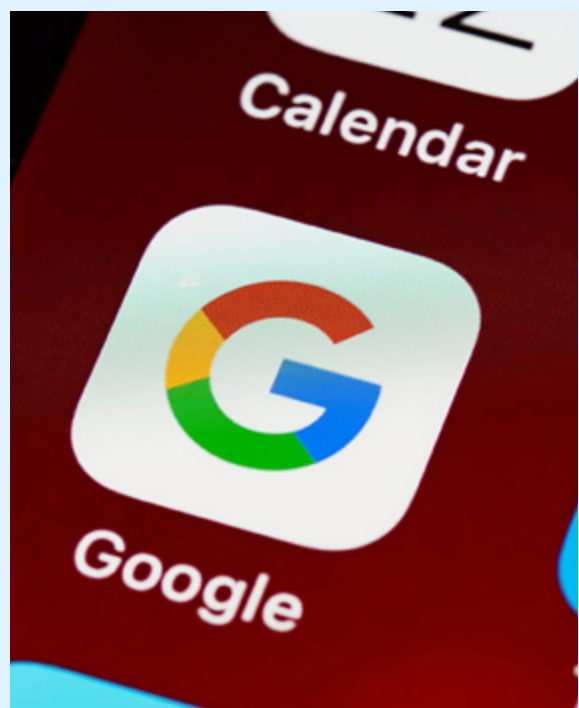
Après de nombreuses négociations, les conditions d'accès équitable de la DMA ont été étendues aux moteurs de recherche et aux réseaux sociaux, ce qui constitue une réelle victoire.

## Google Adtech

En 2021, Google a été condamné à une amende de 220 millions d'euros par l'Autorité française de la concurrence pour abus de position dominante sur le marché de la publicité en ligne dans l'espace économique européen.

Google n'a pas contesté les faits. De plus en plus d'initiatives et de procédures sont engagées contre Google pour abus de position dominante dans le domaine de l'Adtech.

WE MEDIA a suivi toutes ces évolutions et un article a été publié sur le site web de WE MEDIA pour informer nos membres des différentes procédures engagées afin qu'ils puissent y prendre part et faire valoir leurs droits.



# MAGnify

Pour la première fois depuis la crise du coronavirus, MAGnify a été organisé de façon physique le 29 septembre 2022 à Zaventem. La cinquième édition de la conférence, orchestrée de main de maître par Marcel Vanthilt, a accueilli un nombre record de participants (200). Ceux-ci ont pu se régaler d'une large palette de thèmes, allant des **nouvelles tendances** au pays des magazines, en passant par l'efficacité du média, au rôle du **marketing dans la durabilité**.

Outre la présentation de Lucio Mesquita, Jacqueline Loch a entretenu l'assemblée sur le lien entre les magazines et l'explosion de possibilités liées au e-commerce.

C'est toutefois la Française Amélie Benisty qui a eu le plus d'impact. Elle a présenté les résultats d'une étude réalisée par l'ACPM (CIM français) sur l'effet des campagnes imprimées sur le comportement de recherche en ligne. Sa présentation a embrasé les foules, surtout au niveau des agences média et régies belges.

Enfin, MAGnify fut l'occasion parfaite pour présenter via des case movies quelques-unes des créations des étudiants ayant participé au StuMPA.

« **MAGnify permet d'avoir un grand update sur l'industrie et la manière dont elle opère aujourd'hui** »

Victor Buisseret, ACC Belgium



# StuMPA

Le Student Magazine Print Award (StuMPA), concours annuel organisé par WE MEDIA pour les étudiants de deuxième et troisième années des hautes écoles artistiques belges section graphisme/publicité, en est à sa 13ème édition.

Quatre écoles y ont participé. Le jury, composé de professionnels des médias et de la communication, a jugé 100 créations pour en retenir 20 lauréats. Début avril, les 20 nominés sont venus défendre leur **projet autour du média** magazine devant le jury et un public composé de camarades de classe.

William Lambiet, étudiant à Saint-Luc à Liège, s'est vu décerner le Gold Award pour son projet 'Faire durer les souvenirs', pour lequel il a fait appel à Plus Magazine. D'une manière très créative, à travers des podcasts et des cartes, il crée un moment de partage entre les jeunes et les moins jeunes.

Le Silver Award a été attribué à Sarah De Blaiser. En exploitant StuBru et Humo, l'étudiante à la LUCA School of Arts a imaginé le projet 'Smells Like Festival'. Un second Silver a été attribué à Raphaël Ricouart (ESA Saint-Luc Bruxelles) et sa création ludique de Kickercaps pour Jupiler dans Sport Magazine.

Enfin, les Bronze Awards vont à Graziëlla Scherpereel (LUCA School of Arts Ghent) et son emballage de Noël pour donner le sourire aux enfants démunis, Knack & Kinderarmoedefons. Mais également à Maud Van de Velde (LUCA School of Arts Ghent) et son projet durable pour de SEW Guide pour Patagonia dans Weekend Knack et à Sara Sanseverino (HelHa) et son pèse-valise astucieux pour Spilbergen dans National Geographic.

Le StuMPA Best School revient à LUCA School of Arts Ghent, école représentée par Anneke Rombaut et ses étudiants très créatifs.

# Commtozero



Le 2 mai, toutes les associations belges de communication, les agences créatives et média ainsi que les médias eux-mêmes, y compris WE MEDIA, ont lancé la coalition CommToZero.

Avec cette initiative, ils veulent **contribuer à accélérer la transition vers le développement durable** à deux niveaux :

- 1/ établir et faire respecter des règles claires concernant les messages commerciaux avec des allégations de développement durable afin d'éviter ce que l'on appelle l'écoblanchiment
- 2/ réduire efficacement l'empreinte carbone du secteur de la communication.

Plus précisément, la coalition lance la plateforme CommToZero.be, qui rassemble toutes les informations, tous les outils et toutes les initiatives en matière de blanchiment écologique et de réduction des émissions de carbone. Le guide « Zero Greenwashing » contient 6 lignes directrices qui seront suivies par le JEP.

En outre, **il existe un calculateur de carbone interne**, ainsi qu'une formation sur les enseignements et les actions afin d'aider les sociétés à réduire leurs émissions de carbone en tant qu'entreprise.

Enfin, le calculateur de carbone pour la production et le calculateur de carbone pour les médias calculent les émissions de carbone liées à la création et à la distribution des campagnes. Au départ, on a travaillé avec des données génériques par média provenant de Grande-Bretagne. En 2024, elles seront affinées pour correspondre à la réalité belge.

WE MEDIA représente les éditeurs traditionnels. Roularta a été désigné comme l'expert technique étant donné qu'ils sont les plus avancés sur un calculateur de média.

## Le numérique avec de l'impact

Les systèmes de mesure et les études d'audience sont souvent en décalage avec la réalité numérique actuelle. La fin du cookie est en vue et changera profondément la façon dont les médias et les consommateurs se connectent.

L'influence des acteurs internationaux sur le marché local devient de plus en plus complexe. Dans ce monde, nous devons **nous préparer efficacement à l'avenir**. En 2022, WE MEDIA Digital est en pourparlers avec UBA, DMA, CIM et VIA pour concevoir et rendre réalisables des solutions à partir d'un champ d'action commun, qui permet de s'attaquer aux problèmes et de déployer des opportunités en un seul front, car ce n'est qu'ensemble que nous pouvons créer un **impact maximal**.



# DAT élargit son champ d'action

En 2022, nous voulons continuer à développer le label de qualité Digital Ad Trust en tant que norme dans le paysage médiatique.

Accroître l'accessibilité du label, sensibiliser les annonceurs à l'importance du DAT et intégrer le label dans des cadres agréés qui reconnaissent la qualité dans la publicité numérique sont les 3 piliers sur lesquels nous avons travaillé en 2022 :

## 1. Accessibilité du label

Afin de donner aux petits acteurs locaux la possibilité de prouver la qualité de leurs médias numériques et de rendre le maintien du label possible pour tout le monde à long terme, de nouveaux frais et une période de validité plus longue ont été définis. Un label est désormais valable pour une période de 2 ans, les tarifs les plus avantageux sont disponibles sur [digitaladtrust.be](https://digitaladtrust.be).

## 2. Reconnaissance des annonceurs

En étroite collaboration avec UBA, nous sensibilisons les annonceurs aux valeurs du label en les informant continuellement, en intégrant DAT dans des séminaires et des cours de formation et en engageant des conversations avec les annonceurs. De nombreux annonceurs-clés confirment leur confiance dans ce label de qualité local.

## 3. Intégration dans le Navigateur de l'IAB Europe



En 2022, Digital Ad Trust Belgium obtient également une reconnaissance internationale.

IAB Europe lui accorde une place dans l'IAB Europe Navigator, une initiative européenne qui préconise la création de normes et de cadres pour garantir la qualité dans la publicité numérique.



Nous nous efforçons constamment d'accroître la notoriété du DAT. Par exemple, un guide pratique avec une feuille de route concrète a été publié : **The Media Trust Guide**.

Une douzaine d'audits sont actuellement en cours et nous travaillons à l'expansion du label vidéo. Enfin, nous réfléchissons également à la manière dont DAT peut jouer un rôle dans les enjeux de la durabilité.

**« Le DAT permet à la fois de soutenir les médias locaux et, ce faisant, l'ensemble du marché belge mais également de permettre aux annonceurs d'apparaître dans un contexte sain. »**

Aurore Devos,  
The Walt Disney Company.



# C.E.R.

Le C.E.R. est un organe consultatif sur initiative des principales régies de presse et de l'audio-visuel, fonctionnant sur 2 niveaux : suivi des agences de communication ayant obtenu un avis positif par le passé (mauvais payeurs, activité récente,...) et contrôle des nouveaux candidats pour l'obtention d'un avis positif.

La coordination est assumée par le secrétariat de WE MEDIA. Le comité émet un avis (positif ou négatif) sur base des dossiers envoyés par le secrétariat.

Comme chaque année, le secrétariat passe la liste des agences avec avis positif au peigne fin, et ce dans le but de travailler avec une liste mise à jour (faillites, déménagements, fusions,...). Pour ce faire, le secrétariat fait appel aux membres en leur demandant de communiquer les agences pour lesquelles un chiffre d'affaires a été noté au cours des 18 derniers mois. Au total, 8 régies ont répondu. Partant des informations disponibles, le secrétariat a contacté les agences pour lesquelles aucune activité commerciale n'avait été remarquée. En tenant compte des réactions, le secrétariat a établi une nouvelle liste envoyée à tous les membres.

## LES MEMBRES

- |                     |                             |
|---------------------|-----------------------------|
| \ 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        |                             |

## CHIFFRES

- \ **226 agences de communication** avec avis positif
- \ **20 demandes de documentation** en vue d'un avis positif
- \ **9 dossiers** ont obtenu un avis positif en 2022



# CIM

**Le CIM organise des études sur l'audience des médias et des études de groupes cibles crossmédia.**

Les résultats de **l'étude d'audience** 2021-22 ont été publiés le 12 octobre. Le CIM souligne un souci pour les instituts à obtenir des interviews face-to-face, ce qui peut avoir une incidence sur certains groupes-cibles et donc sur leur représentativité.

Les résultats des hebdomadaires et des mensuels sont comparables à ceux de 2019. On note une certaine avancée pour le digital, surtout pour la presse quotidienne.

En ce qui concerne la vague d'audience 2022-23, deux bureaux d'étude s'étaient initialement portés candidats, à savoir Kantar et Ipsos. Etant donné le budget, c'est Ipsos qui remporte le contrat de la prochaine étude.

Nouveauté pour cette nouvelle vague : **intégration des podcasts et vidéos**. Il ne s'agit pas d'une nouvelle currency mais plutôt d'un choix stratégique. Le field de l'étude démarre en septembre et s'arrêtera en mai 23. Vu les difficultés à réaliser des interviews face-to-face, l'institut a fait savoir qu'il réalisera plus d'enquêtes digitales ou postales.

En octobre, le comité stratégique aborde la simplification (et donc la diminution de coûts) du volet **Authentification**. Les agences médias font savoir qu'elles désirent obtenir des chiffres complets pour la diffusion de la presse. Au sein de WE MEDIA, les membres affiliés au CIM sont sondés quant à leur position.

Enfin, à l'aube du départ en pension du CEO actuel Stef Peeters (sept. 23), le comité de direction planche sur la succession. Divers candidats sont proposés.

En septembre 22, la **présidence** passe des mains d'Helen Willems à celles de Stefan Lameire.

# Vlaamse Veerkracht

Le gouvernement flamand décide d'investir 35 millions d'euros pour donner un coup de pouce supplémentaire à la **numérisation du secteur des médias**.

WE MEDIA joue le rôle de point de contact central, réunissant les membres pour échanger des points de vue et rechercher ensemble d'éventuels partenariats entre éditeurs.

Il y a six paquets de projets avec deux applications distinctes pour nos membres :

## 1. Système de mesure cross-média et multi-plateforme :

Développement d'une plateforme dans laquelle les données peuvent être collectées, partagées et utilisées de manière interactive. La plateforme fournit un système avancé de mesure et de gestion des commandes qui peut améliorer la connaissance, les relations numériques et la création de valeur tant socialement qu'économiquement.

WE MEDIA met l'accent sur la qualité du contenu et la relation avec les consommateurs qui sont des lecteurs engagés. Tout au long de l'année, des réunions sont organisées pour mettre en place l'organisation à but non lucratif du consortium. Des négociations sont également en cours avec l'institut national de mesure, le CIM. En effet, cette plateforme de mesure sera ultérieurement transférée au CIM. Un mouvement nécessaire car les médias belges sont principalement vendus au niveau national aux annonceurs.

Tous les préparatifs ont été faits, il n'y a plus qu'à attendre l'approbation de l'Europe.

## 2. Appel à projets «transformation numérique»

- Améliorer les possibilités de recherche et la visibilité du contenu des médias flamands ;
- Technologie intelligente et outils numériques pour augmenter l'efficacité/la qualité de la production, du stockage, de la distribution et de la création de valeur des médias ;
- Les futures plateformes médiatiques (regarder, écouter, lire).

Fin décembre, le gouvernement flamand a approuvé 18 projets. Plusieurs membres de WE MEDIA ont vu leurs projets approuvés et y travailleront au cours des 2 prochaines années.



## UNTAPPED

WE MEDIA et plusieurs éditeurs membres s'engagent dans d'autres projets avec d'autres partenaires et avec le soutien du gouvernement flamand. Il s'agit notamment du projet TETRA Untapped, un projet de recherche sur l'innovation dans la production, la distribution et la perception des médias mené par la ThomasMore Hogeschool avec le soutien du VLAIO.

Le projet étudie le potentiel d'outils tels que la réduction automatique de texte, la création de vidéos, la conversion texte-parole, la visualisation de données et la publication multiplateforme.

# Nieuws in de klas

Nieuws in de Klas est **une initiative de Mediawijs, Vlaamse Nieuwsmedia, WE MEDIA, Media.21, VRT NWS et meemoo**, avec le soutien des pouvoirs publics flamands qui octroient des subsides à ce projet.

Nieuws in de Klas a pour ambition de faire des enfants et des jeunes en Flandre et à Bruxelles de futurs citoyens ouverts à l'information et l'actualité, et ce par une offre sur mesure pour l'enseignement néerlandophone. L'éveil à l'information et à l'actualité est une compétence qui fait partie de l'éveil aux médias en général. Par analogie, cela signifie un ensemble de

connaissances, d'aptitudes et d'attitudes afin d'utiliser de manière active et créative l'actualité et l'information mais également de les comprendre de manière critique et avisée afin de participer à notre société complexe, médiatisée et en perpétuelle évolution.

Ce projet touche chaque année quelque **100.000 enfants et jeunes**.

En 2022, 3.000 exemplaires papier de Knack et de Humo ont été distribués, ainsi que 8.000 versions digitales de ces 2 titres.

# WE MEDIA Academy

En 2022, WE MEDIA a organisé en collaboration avec plusieurs partenaires une série de formations ainsi que des sessions d'informations.

L'offre s'adressait tant aux journalistes et communicants qu'aux collaborateurs des départements marketing, recherche et vente.

Au total, 10 formations ont pu être programmées pour les francophones, toutes ayant trait au numérique.

Les formations du côté francophone sont entièrement gratuites pour les collaborateurs des membres de WE MEDIA.

## Nos partenaires en 2022 :

### Persacademie

Les années corona ont complètement bouleversé la façon de travailler et l'habitude de se déplacer pour se former. Après des enquêtes internes auprès des éditeurs, des enseignants, des superviseurs et des étudiants, le choix s'est porté sur des modules sur le campus de notre partenaire, Thomas More Hogeschool, à distance ou in situ chez un éditeur ou dans un autre lieu souhaité par les éditeurs/participants aux cours. La piste publier les cours enregistrés sur les sites de hautes écoles et/ou des fédérations professionnelles a également été explorée.

La formation qui a remporté le plus de succès fut celle organisée chez l'un des éditeurs. Cette option sera développée à l'avenir.

### IHECS

En collaboration avec l'école supérieure de journalisme IHECS, WE MEDIA a proposé cette année 6 formations et 2 conférences ayant toutes comme dénominateur commun le numérique.

### AJPRO

Dans le cadre des subsides octroyés par la Fédération Wallonie Bruxelles, WE MEDIA a pu organiser 4 formations supplémentaires avec l'AJPRO, organe de formation permanente créé par l'Association des Journalistes Professionnels (AJP).







## Congrès BAM

En décembre 2022, WE MEDIA a installé son kiosque à magazines blanc/cyan/noir dans les halles du congrès BAM, le rendez-vous annuel par excellence des professionnels passionnés par le marketing.

Les 1.349 participants pouvaient choisir 5 magazines proposés par les différents éditeurs du département B2C. Plus de 5.000 magazines ont été ainsi distribués pendant les 2 jours du congrès.

Les membres de WE MEDIA pouvaient s'inscrire au congrès à un tarif préférentiel.

« J'aime bien les magazines car cela me donne du temps pour moi, c'est le moment de se poser, de lire »

Benoit Pirotte, ING.

## Activités a l'étranger

Parce qu'il est toujours enrichissant de découvrir ce qui se dessine à l'étranger, que les initiatives de nos voisins constituent souvent une belle source d'inspiration, WE MEDIA a invité ses membres à prendre part à différentes activités à l'étranger et était présent avec des membres notamment :

### 1. World Congress FIPP

**Caisais – juin 22 – 500 participants.**

Congrès international organisé chaque année par la Fédération Internationale de la Presse Périodique. Une occasion unique de s'informer en assistant à des présentations d'orateurs de premier plan, d'entrer en contact avec des collègues du monde entier, de pister des orateurs potentiels pour nos événements en Belgique (cfr MAGnify). Nous y étions avec une délégation de 11 personnes.



### 2. La Presse au Futur

**Paris – décembre 22 – 1.350 participants**

Rendez-vous régulier pour les spécialistes des magazines et de la presse d'actualité, La Presse au Futur fournit un joli aperçu de ce qui se passe et se trame dans le métier en France.

Événement incontournable de la scène des médias, il s'agit de l'unique salon en France qui rassemble toutes les familles de presse (PQN, PQR, PHR, Presse Magazine, Presse Professionnelle, Presse Digitale) sur tous les supports.

# REPRÉSENTATION

## WE MEDIA A UN DOUBLE RÔLE À REMPLIR VERS LE MONDE EXTÉRIEUR :

- Elle représente ses membres au sein d'organisations et d'institutions nationales et internationales où les différents aspects et défis du secteur des médias sont traités et discutés.
- Elle vise à nouer des partenariats avec de nombreux organismes divers et variés pour défendre et promouvoir le secteur en général.

### 1/ MANDATS

#### EMMA/ENPA

[www.magazinemedias.eu](http://www.magazinemedias.eu) / [www.enpa.eu](http://www.enpa.eu)



En collaboration avec nos collègues de Vlaamse Nieuwsmedia et Lapresse.be, nous travaillons main dans la main avec nos fédérations sœurs européennes pour les magazines et les journaux sur les dossiers de lobby européen décrits dans le chapitre Legal & Lobby (p.8 > p.10).

EMMA/ENPA est basée à Bruxelles, compte plus de 40 membres et représente plus de 15.000 marques médias en Europe. Son président est Xavier Bouckaert (Roularta Media Group).

#### COMMISSION D'AGRÉATION DE JOURNALISTES

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



Nous participons aux décisions d'agrégation de nouveaux journalistes professionnels, en vertu de la loi du 30 décembre 1963, lors de réunions mensuelles.

#### CONSEIL CENTRAL DE L'ÉCONOMIE

[www.ccecrb.fgov.be](http://www.ccecrb.fgov.be)



Au sein du Conseil central de l'économie, nous avons travaillé intensivement sur l'avis concernant une éventuelle prolongation de la Concession bpost, tel que décrit dans la partie Legal & Lobby. Nous avons également participé à la rédaction de l'avis 'Prenez soin des médias (locaux) et ils seront le levier de la relance du tissu social et économique (local)', qui plaide pour une exonération des taxes communales sur la presse régionale gratuite.

#### CIM

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



Au Centre d'information sur les médias, nous discutons depuis un certain temps de meilleures méthodes de mesure pour souligner la valeur correcte des magazines et leur relation avec leurs lecteurs. Le défi pour les magazines est de pouvoir évaluer chaque média en fonction de ses mérites propres afin que les annonceurs puissent faire les bons choix. L'ensemble du secteur (imprimé ou numérique) est très préoccupé par le glissement massif des investissements des médias vers les GAFA, non-mesurés par le CIM.

#### FIPP

[www.fipp.com](http://www.fipp.com)



A la Fédération internationale des éditeurs de presse, nous siégeons au comité des directeurs des fédérations et présidons le département de recherche. Le FIPP nous fournit des informations de première ligne que nous partageons rapidement avec nos membres via notre site B2B, [magazinemedias.be](http://magazinemedias.be). Chaque année, FIPP organise son congrès international avec au programme plus de 70 orateurs venus des 4 coins du monde.

### REPROBEL

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



Chez Reprobel, l'organisme de gestion central légalement chargé de la perception et de la répartition des droits de reprographie, de prêt public et pour l'enseignement et la recherche scientifique, nous faisons partie du Conseil d'Administration.

### REPRORESS / REPRO PP

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



**Repro PP** WE MEDIA fait du lobbying et gère l'administration des sociétés de gestion Reproress et Repro PP pour la distribution des droits de reprographie, de prêt public, de copie privée, pour l'enseignement et la recherche scientifique, ainsi que les droits exclusifs pour les éditeurs affiliés qui y ont droit.

### RAAD VOOR DE JOURNALISTIEK / CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE

[www.rvdj.be](http://www.rvdj.be) / [lecdj.be](http://lecdj.be)



Dans les deux organes d'autorégulation, nous sommes présents au sein du conseil d'administration et du conseil lui-même pour traiter des plaintes. Nous surveillons le respect de la déontologie journalistique et discutons des défis journalistiques actuels.

### PAPIER.BE

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

**PAPIER·BE** Papier.be rassemble toutes les fédérations sectorielles de la chaîne papetière belge.

En 2022, nous avons travaillé essentiellement sur le volet communication (newsletters, site,...) pour une plus grande portée et donc attention pour nos médias imprimés.

Avec GoodPlanet, Papier.be lance un nouveau module pédagogique pour l'enseignement secondaire.

### CENTRE DE LA COMMUNICATION ET JEP

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



Au sein de cet organe d'autorégulation, nous représentons nos membres en tant que président du conseil d'administration. Avec DETIC, nous avons travaillé en 2022 sur un nouveau code concernant la publicité et communication des détergents et produits d'entretien. La crédibilité de notre publicité est particulièrement importante.

Le Centre de la Communication a également contribué à la rédaction des directives de CommToZero (greenwashing).

Nous déléguons également un représentant au sein du Jury sur les Pratiques Ethiques en matière de publicité.

### AUVIBEL

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



Chez Auvibel, l'organisme de gestion central légalement chargé de la perception et de la répartition des droits de copie privée, nous faisons partie du Conseil d'administration et de différents groupes de travail.

### CONSEIL DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

[www.economie.fgov.be](http://www.economie.fgov.be)



Il s'agit de l'organe consultatif mis en place par le SPF Economie où se discutent tous les projets de lois relatifs à la propriété intellectuelle, préalablement à leur passage au Parlement. Nous représentons tous les ayants droit du secteur de la presse au sein de la section Droit d'auteur et droits voisins.

## 2/ COLLABORATIONS

### AJPRO

[www.ajpro.ajp.be](http://www.ajpro.ajp.be)



En 2022, nous avons programmé pour la première fois des formations organisées en collaboration avec l'AJPro, programme de formations de perfectionnement en journalisme, organisé par et pour des professionnels de l'information, quels que soient leur statut et leur média. Pour cette première année, 4 formations ont été proposées aux membres.

### Thomas More

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



Depuis plusieurs années, nous avons une collaboration structurelle avec Thomas More Hogeschool. Nous les consultons ainsi que leurs professeurs, pour l'organisation des formations dans le cadre de la Persacademie. Nous participons, en tant que fédération, à plusieurs projets sur la transformation numérique, tels que Untapped et Presence.

### IHECS ACADEMY

[www.ihecs-academy.be](http://www.ihecs-academy.be)



Nous collaborons avec l'IHECS Academy pour l'organisation de formations dédiées au numérique, à l'attention des journalistes.

En 2022, 6 formations et 2 conférences ont eu lieu dans le cadre de cette collaboration.

### UBA

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



La fédération belge des annonceurs est bien sûr un partenaire important pour nos éditeurs dans notre écosystème. Nous avons de nombreux projets et initiatives en commun.

WE MEDIA collabore depuis des années avec l'UBA sur le projet Digital Ad Trust Belgium. Plus d'informations sur ce sujet à la page 13.

### LAPRESSE.BE / VLAAMSE NIEUWSMEDIA

[Lapresse.be](http://Lapresse.be) / [www.vlaamsnieuwsmedia.be](http://www.vlaamsnieuwsmedia.be)



Avec nos associations sœurs régionales, nous nous concertons en permanence sur des dossiers communs pour défendre ensemble les intérêts des éditeurs.



### VIA

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



Au sein du Digital Ad Trust Belgium nous représentons nos collègues de l'audiovisuel de la fédération VIA (Association des Médias Audiovisuels Belges). WE MEDIA accompagne les membres de VIA candidats au label vidéo dans leur procédure d'audit.

# SERVICES WE MEDIA POUR SES MEMBRES

- **Défense des médias professionnels indépendants**
  - \\ À tous les niveaux politiques locaux, nationaux et internationaux
  - \\ Au près des administrations
  - \\ Au près des annonceurs, des agences et des bureaux créatifs
  - \\ Au près des organismes d'autorégulation du journalisme et de la publicité
  - \\ Dossiers
    - Subventions
    - Litiges
    - Concession de la distribution des journaux et magazines
    - Plaintes distribution et Bpost
- **Conseils juridiques**
  - \\ Droits d'auteur, droits à l'image, propriété intellectuelle..
  - \\ Conflits avec les administrations ou les concurrents
  - \\ Contrats
  - \\ Conflits de déontologie
    - Journalisme
    - Communication publicitaire
- **Collecte et distribution des droits d'auteur via les sociétés de gestion Repress/Repro PP**
- **Formations**
  - \\ Journalistes et professionnels de la communication
  - \\ Vente, marketing et recherche
- **Affiliations automatiques**
  - \\ Conseil de Déontologie Journalistique
  - \\ Centre de communication et JEP (Jury d'Ethique Publicitaire)
  - \\ Fédérations internationales EMMA-ENPA, FIPP
- **Entrée gratuite ou réduite pour des séminaires et des conférences liés aux médias**
- **Networking et consultation permanente entre éditeurs**
- **Soutien et conseils pour l'obtention de labels de qualité**
- **Carte de presse d'éditeur**
- **Informations exclusives sur le secteur**
  - \\ Études
  - \\ Communication gouvernementale
  - \\ Séminaires
  - \\ Espace membres sur le site WE MEDIA



**Vous souhaitez connaître  
les conditions d'affiliation  
à WE MEDIA ?**

**Contactez Isaac De Taeye**  
isaac.detaeye@wemedia.be

# ADMINISTRATEURS WE MEDIA



**Xavier Bouckaert**  
Roularta Media Group  
Président WE MEDIA



**Steven Van de Rijt**  
VDR Consulting  
Vice-président 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+



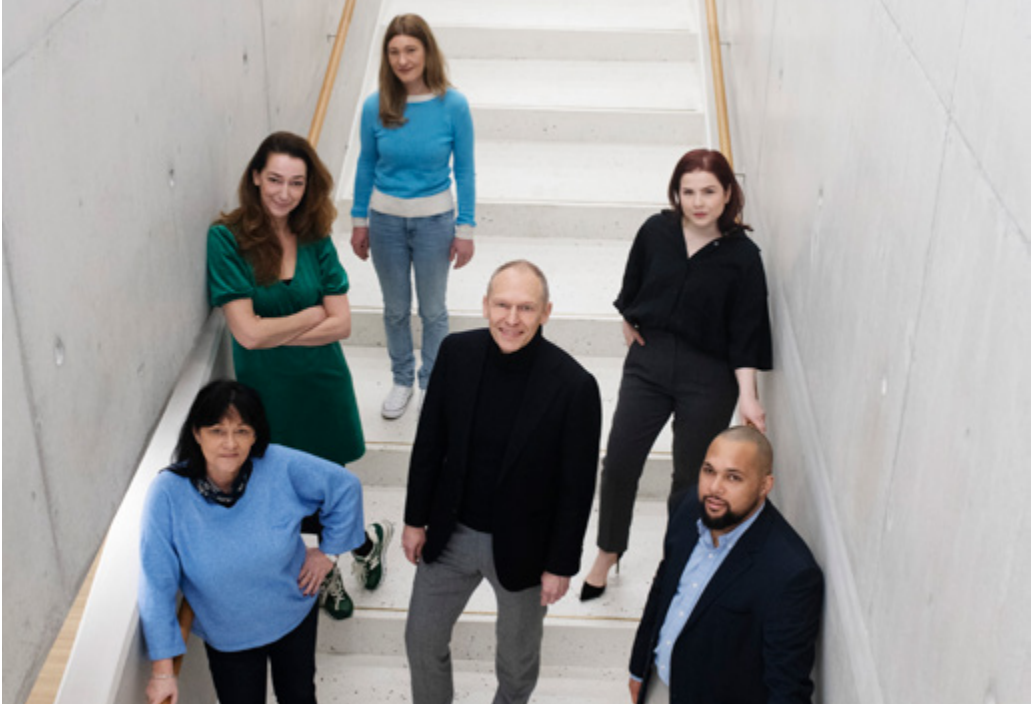
**Leo Van Dorsselaer**  
KIM vzw



**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 Truyman**  
Digital Consultant

# MEMBRES

## WE MEDIA B2B

- \ Association des journalistes professionnels
- \ Autovista Benelux
- \ Bakkers Vlaanderen
- \ BECI
- \ Beherman Motors
- \ BELGA News Agency
- \ Boerenbond
- \ Bond voor Lichaamlijke Opvoeding
- \ BRAFCO
- \ BUSINESSEUROPE Confederation of European Business
- \ Embuild
- \ FCO Media
- \ FEB (Fédération des Entreprises de Belgique)
- \ FEBE
- \ FEBELGRA
- \ Fed.Ho.Re.Ca. Bruxelles
- \ Fédération nationale des Bouchers, Charcutiers et Traiteurs de Belgique
- \ FEPRABEL Fédération des Courtiers en assurances & Intermédiaires financiers de Belgique
- \ HEC Liège - Université de Liège
- \ Informazout
- \ IVVOB
- \ Kenniscentrum Economie West Provincie West-Vlaanderen
- \ Klasse
- \ Les Editions Rurales
- \ Maison des entreprises Wallonnes
- \ MediaSpecs
- \ Nelectra
- \ Onderwijskrant
- \ Professional Media Group - Dobbit
- \ Publicarto
- \ Rederscentrale
- \ Rekad Uitgeverij
- \ Roularta Healthcare
- \ Secrétariat général de l'Union Benelux
- \ The New Pub
- \ Trends Business Information
- \ UBA
- \ UCM
- \ Union belge des Géomètres-Experts
- \ UZ GENT
- \ VFP
- \ VOKA
- \ VVJ
- \ Welcome Media

# MEMBRES

## 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



# MEMBRES

## 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

# MEMBRES

## WE MEDIA C&C

- \ A.A.A. (Arts Antiques Auctions)
- \ Alechia Events
- \ AMSAB
- \ Armée du Salut
- \ BAM!
- \ Bold & pepper
- \ Bruxelles Laïque
- \ CathoBel
- \ 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
- \ Communicatie & Cognitie / ICIWO
- \ Consistoire central israélite de Belgique
- \ 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
- \ Les Amis de L'UNESCO
- \ Letterenhuis
- \ Ligue des Familles
- \ Media Animation
- \ MediaNetwerk+
- \ Mémoire d'Auschwitz. Centre d'Etudes et de Documentation
- \ Mutualités Chrésiennes
- \ Mutualités Libres
- \ MuziekMozaïek
- \ Nationaal Verbond van Socialistische Mutualiteiten
- \ NELOS
- \ Neutraal Ziekenfonds Vlaanderen
- \ nY
- \ OKRA trefpunt 55+
- \ 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 Bibliofoelen
- \ Vie Féminine
- \ Visie FV
- \ VIZA
- \ Vlaams & Neutraal Ziekenfonds
- \ Vlaamse Volksbeweging
- \ VOCVO
- \ Volkskunde
- \ Witte Raaf
- \ YANG
- \ Zacht Lawijd

## **MEMBRES**

## **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)

## **MEMBRES**

## **WE MEDIA FREE PRESS**

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