

Cap Construction x Trends Tendances / Trends-Z

Construire ensemble la
transition durable et
numérique du secteur



Contexte & Enjeux

- - Transition énergétique : accélérer la rénovation
- - Digitalisation du secteur de la construction
- - Circularité et durabilité (Greater Green+, Task Force Circularité)
- - Collaboration inter-métiers et inclusion
- - Adapter les bâtiments aux besoins futurs (Reno Copro, Senior Activ)



Objectifs de communication

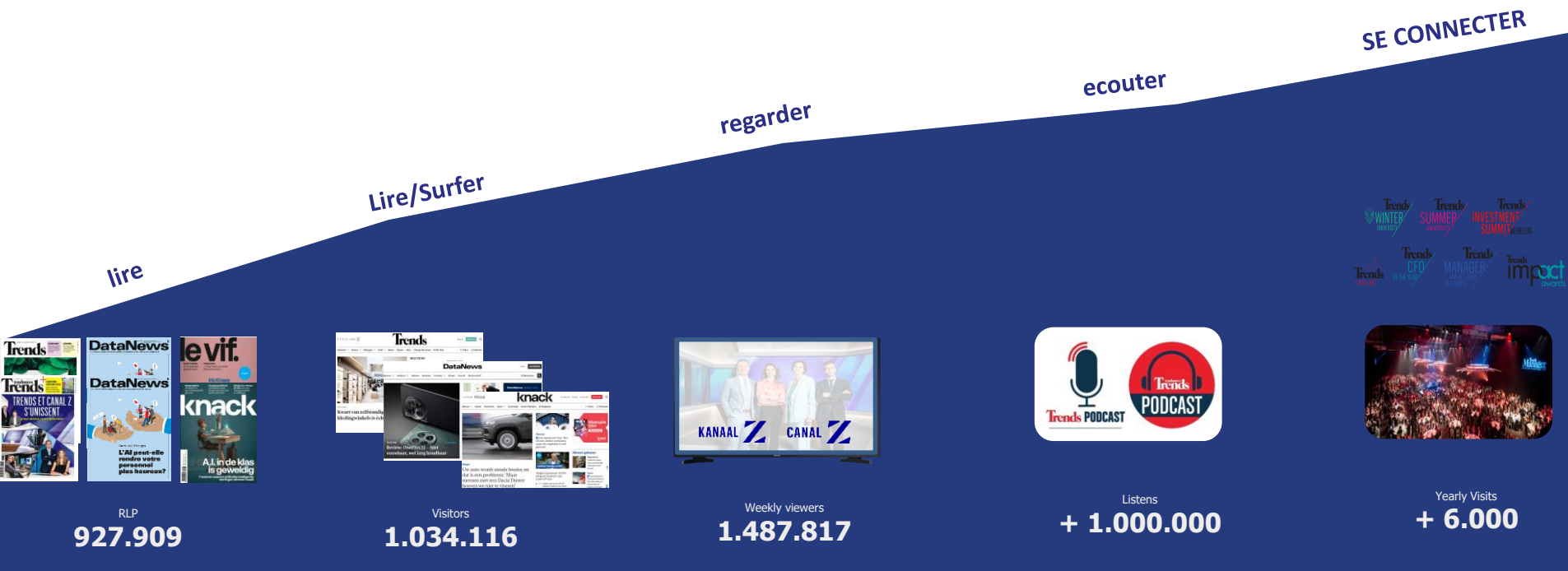
- Donner de **la visibilité et valoriser** les projets
- Créer un **dialogue inclusif** et transversal
- Renforcer la **crédibilité et le positionnement durable**
- Accompagner **la transition numérique**
- Favoriser **le business** et la montée en **compétences**



POURQUOI ROULARTA ?



THE BIGGEST BUSINESS COMMUNITY



Source: CIM NRS 2021-2022, P+D versions - CIM Internet, Monthly avg Q4 '22 - Transfer 2023 - Simplecast & buzzsprout 2023 - Roularta



THE BIGGEST BUSINESS & FINANCE COMMUNITY

... contacts



**HIGH QUALITY
MAGAZINES**

RLP 888.700



**PREMIUM WEBSITE
& APP**

5.365.300 Pageviews



TV

1.487.817 Weekly viewers



**HIGH ENGAGING
PODCASTS**

125.000 Montly downloads



**PRESTIGIOUS
NETWORKING
EVENTS**

+ 6.000 yearly visitors



Source: CIM

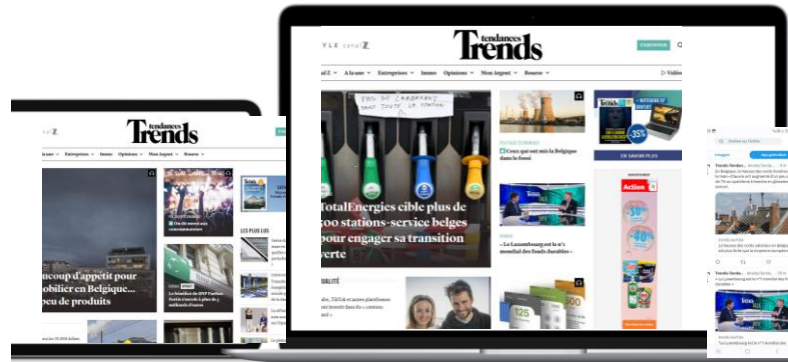
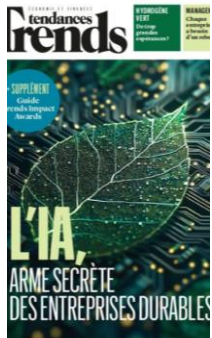
ECOSYSTEM AND DATA



Biggest business community

Reach on business events





tendances
Trends



- Weekly
- RLP* : 163.250 readers
- Average printrun** : not available



- Real Users : 271.900
- Visits : 408.850
- Page views : 1.054.950

- Newsletter :
Trends : 148.800
Trends Immo : 9.500



- Social media :
f 32.000
x 14.900

Source: CIM BPS 2023-2024, P+D version, Base: FR / ** CIM Brand Reports 2023, March

Source: CIM Internet, monthly avg Q1 2024, Base: FR / profile based on pageviews

Latest update: June 2025

Latest update: October 2024

Key readership figures



58% men – 42% women



Upper social groups
1 out of 3 readers belongs to social groups 1-2



Higher educated
1 out of 2 readers has a college or university degree



Business decision makers
Affinity index 190

Source: Source: CIM BPS 2023-2024, Total Brand, Base: FR

* Business decision makers are self-employed, entrepreneurs, liberal professions and upper management

Reach total brand : **250.733**



Roularta cares



From Footprint to Brainprint

*More than 1 mio subscribers
More than 2000 articles*



Roularta Media Group's **footprint** carries less weight than its **“brain”-print**, or its potential **impact on the behaviour** of others. Through its various media, Roularta Media Group can reach millions of readers, surfers and viewers and **inform them** about all aspects of sustainability.

La force de Trends- Tendances

Média économique de référence
en Belgique

Réseau de leaders économiques
et décideurs

Audience premium et spécialisée

Légitimité, profondeur et
crédibilité

Idéal pour dossiers sectoriels et
valorisation de projets

La force de Trends-Z

Réseau de leaders d'opinion et d'experts métiers

Plateforme collaborative et inclusive

Amplification digitale et interaction

Débats, capsules vidéos, networking

Idéal pour transversalité et innovation

The Roularta Brand Studio

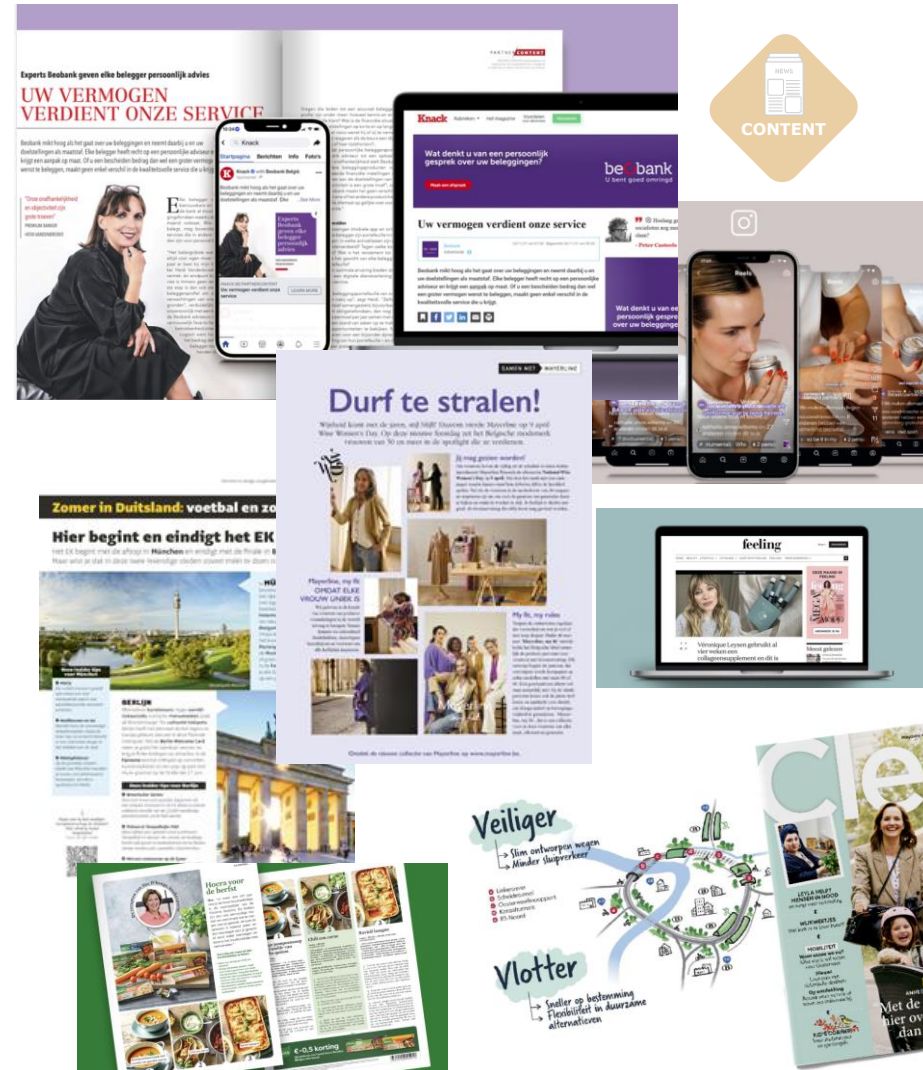
Multi platform content creation

one-stop shop for creative cross-media

Storytelling look & feel and tone of voice of both your and our brands DNA

→ The multidisciplinary team of experts is ready to assist you:

- from concept and content strategists, journalists, and copywriters, to translators, photographers, videographers, art directors, graphic designers, and digital specialists having worked for all kinds of sectors





Solutions proposées

1) Création d'un **HUB "construction"**)

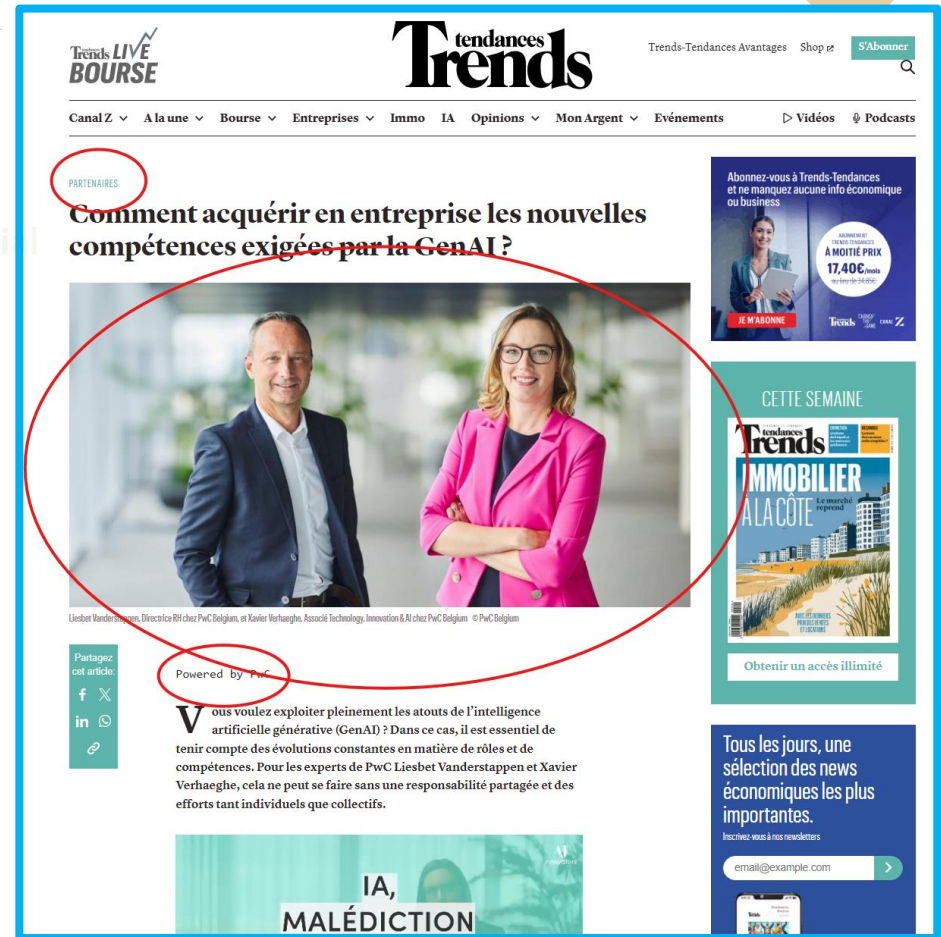
Qui centralisera :

- 1.1. Les Prises de parole natives des membres
- 1.2. Une Mini-série « Cap Construction » (portraits métiers, success stories)
- 1.3. Webinaires et tables rondes inter-métiers

2) Plan de trafic vers Hub

- 2.1 via home page, Newsletter et social boost
- 2.2 reportage sur les Déjeuners des décideurs et cocktails « Ondes Positives »
- 2.3 . - Emailings ciblés & génération de l

Création d'un Content Hubs



Qu'est ce qu'un Content Hubs ? un écosystème de contenus connectés

Le secteur de la construction évoluant rapidement : innovation, durabilité, nouveaux matériaux, digitalisation.



Cap construction fédérant plus de 80 acteurs majeurs du secteur publics et privés, l'objectif est de leur donner **une visibilité collective cohérente et valorisante** auprès des décideurs économiques et des prescripteurs.

Le concept du Hub sur trends tendances

Le Hub construction est un espace dédié au secteur de la construction durable et innovante, intégré dans l'écosystème Trends Tendances et Trends Z.

Il agit comme une plateforme de contenu native alimentée par des prises de parole des membre de Cap construction, sous l'égide de l'asbl.

C'est donc un **carrefour d'expertise et d'inspiration** où chaque membre peut faire rayonner son savoir-faire à travers des articles, interviews, success stories et dossiers thématiques publiés en ligne, en print et en tv et réseaux sociaux.

Un point de convergence. La où les expertises, les innovations et les acteurs se connectent.

 Contrairement à un dossier ponctuel, c'est un espace vivant et évolutif, mis à jour, qui structure la parole du secteur autour d'une identité commune.

un écosystème de contenus connectés

il fédère plusieurs voix, mais sous **une cohérence éditoriale unique**.

Il donne de **la légitimité** au discours collectif et de **la visibilité durable** à chaque membre.



Positionnement stratégique

Le hub positionne Cap Construction **comme le référent sectoriel** et Trends **comme le média d'autorité** pour parler construction durable, intelligente et innovante.

FORMAT

Espace Web sur Trends.be : contenu natives (articles, vidéos, podcasts, infographies)

Soutenu par un plan de trafic

Possibilité de **sous-dossiers thématiques** : matériaux, mobilité, énergie, digitalization, etc ...

Le Hub Construction, c'est l'union des forces du secteur amplifiée par la puissance médiatique de trends tendances et trends Z



Formule pour les membres

1) **1 Content page dans le Hub (possibilité d'ajouter une vidéo) vidéo, 3.000 pv garanties par article , display autour de l'article** trafic plan de 3 semaines , contenu rédigé par nos journalistes sur base du briefing

2) **1/1 page print dans trends tendances** de contenu redigé par nos journaliste avec renvoi vers le site du partenaire et vers le Hub

3) **Une vidéo business branding de 3 minutes** sur le site et diffusée dans une série sur Trends Z

4 formules clé sur porte : nous faisons tout : écrire, filmer, mise en ligne, plan de trafic

- 1) HUB ONLY
- 2) HUB + print
- 3) HUB + TV
- 4) Hub + TV + print



1. formule HUB ONLINE

Content page sur le Hub

3.000 pages views garanties

3 semaines de plan de trafic

Home page/ Newsletter rédactionnelle/

Social boost

Display autour du dossier et renvoi vers le

Site du partenaire



2. Formule PRINT

Parlons finance

8 CLÉS POUR GÉRER VOTRE PATRIMOINE AVEC CBC

BANQUE PRIVÉE

DURABILITÉ

TRANSMISSION D'ENTREPRISE

CRÉDITS PATRIMONIAUX

STRUCTURATION PATRIMONIALE

FISCALITÉ

PENSION DE JEUNE

PHILANTHROPIE

Mettre son patrimoine au service de jeunes entrepreneurs



XAVIER FALLA
Directeur Général de la Banque Privée

BERTRAND ROCHEZ
Fondateur de monnaie.be et multi-entrepreneur

Outre votre avenir financier et le bien-être de votre famille, votre patrimoine vous permet aussi de prendre soin de la société. Les projets de philanthropie et de mentorat répondent tout particulièrement à ce besoin. Rencontre entre **Xavier Falla** et **Bertrand Rochez**.

Xavier Falla : Pouvez-vous retracer votre parcours, ce qui vous a amené vers

concrets pour les citoyens. J'ai revendu le site bilingue en 2018. Cette aventure a renforcé mon intérêt pour l'entrepreneuriat.

Xavier Falla : « Nous avons mis en place plusieurs

le nom qu'on lui donne, c'est avant tout une façon pour moi de donner du sens à mon patrimoine. Ce qui me motive

par le manque de garanties, les business angels se montrent souvent trop exigeants et les Investis régionaux n'interviennent pas.

Xavier Falla : Comment sélectionnez-vous les entrepreneurs à qui vous faites confiance ?

Bertrand Rochez : C'est avant tout une question de rencontre et de feeling. J'ai réalisé mon premier investissement dans une start-up développant une application pour gérer les dossiers d'architecture. L'un des deux fondateurs connaissait mon frère qui nous a mis en contact. Je les ai écoutés, le concept m'a convaincu, tout comme leur philosophie. Nous avons beaucoup discuté, mais dès le début, il était important pour moi que chacun puisse être pleinement impliqué en disposant d'un tiers du capital de l'entreprise. J'apportais des fonds, mais ils amenaient l'expertise et le projet. Depuis, la jeune pousse a accueilli deux autres investisseurs ayant la même approche et cherche de nouveaux financements pour poursuivre son développement.

Xavier Falla : Avez-vous un

chacun d'avoir voix au chapitre. Une éventuelle vente dépendra avant tout de l'évolution de la société, de ses besoins et de ses perspectives.

Xavier Falla : Quand vous financez un jeune entrepreneur, qu'est-ce qui prime pour vous : la diversification de votre patrimoine, l'aventure humaine ou l'économie nationale ?

Bertrand Rochez : Un peu des trois. Je ne cherche pas à tout prix à fuir les marchés, mais dans le contexte actuel, marqué par des crises à répétition, il me semble judicieux de diversifier son approche et aussi d'investir dans des projets concrets. Soutenir l'économie, le bien-être collectif est évidemment aussi une priorité. La Belgique et l'Europe ont plus que jamais besoin de révéler leur plein potentiel. »

Bertrand Rochez : « Soutenir l'économie, le bien-être collectif est une priorité. La Belgique et l'Europe ont plus que jamais besoin de révéler leur plein potentiel. »

ce point en particulier, même si j'ai ressenti un profond et sincère intérêt chez mes interlocuteurs de la Banque, je pense qu'une guidance plus active permettrait aux investisseurs de financer plus de projets entrepreneuriaux. J'ai investi dans deux start-up jusqu'à présent, deux projets dont j'ai entendu parler par le bouche à oreille. Le plus difficile est de rentrer en contact avec les personnes qui ont besoin de financement. Les banques sont par essence bien positionnées pour avoir connaissance des projets en cours.

Xavier Falla : Chez CBC, nous finançons de nombreux projets et nous sommes même un acteur incontournable en Belgique francophone. Mais, notre défi est d'avoir connaissance de ces projets au plus tôt pour pouvoir contribuer à les monter utilement. Quant à votre proposition de mise en relation, elle est effectivement très intéressante et nous cherchons à le faire par différents moyens en mettant notamment en place plusieurs programmes pour faciliter les investissements dans des entreprises non cotées. Nous facilitons ainsi la transmission

Content page dans

Trends tendances (et le VIF)

1/1 page

+ QR code et renvoi

Vers le site du partenaire et vers le Hub



3. Formule TV

Série Z mini série “Construction”



KANAAL
CANAL



Vidéo de 3 minutes sur l'entreprise
Diffusée dans une mini série sur Trends Z



PLAN DE TRAFIC VERS LE HUB

1. Via le plan de trafic de chaque membre
2. Via une newsletter régulière
3. Via un webinaire ;



1) Via Traffic plan avec 3.000 pages views garanties des partenaires

Content article



Trends Tendances Newsletter integration

PARTNERCONTENT

De beste cybersecurity bestaat uit laagjes



Tendances website integration

PARTNER CONTENT



Ford maakt populaire SUV Kuga beter dan ooit
Advertorial



De beste cybersecurity bestaat uit laagjes
Aangeboden door Proximus



Innovatie, dierenwelzijn én rendement komen samen in dit prachtige project
Clever Together

Social media



2° VIA Dedicated emailing/newsletter

New and intelligent format to be **100% on target!**

dedicated NL online vers la
cible TBI perfect match:



**417.000 entreprises
wallonnes**

**Dont 10.600 entreprises
de min 10 personnes**

7.000 addresses mail

C level

Score TBI : +6



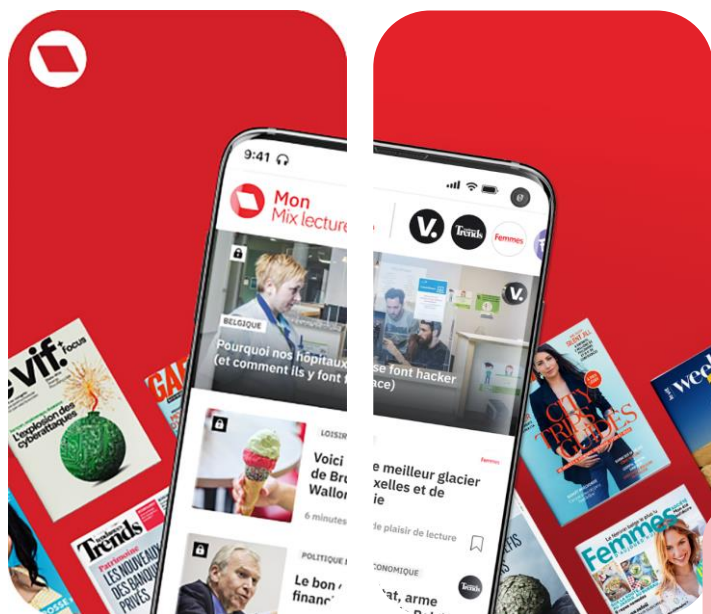
= 100% on target = 0 waste!



VIA . “Debat des décideurs” Webinar / Round Table / Virtual Event

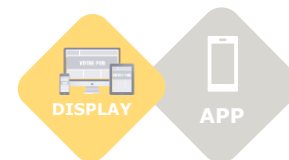
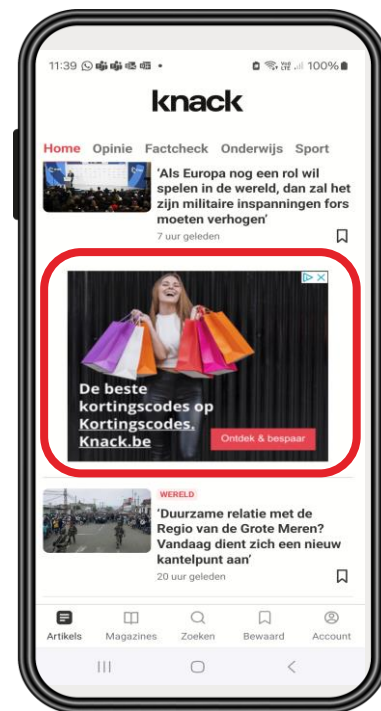


On top : abonnement à My Magazines Mobile



 Mijn Magazines

 Mes Magazines



Acces à tous les magazines du groupe via l'app
Mesmagazines.be
Durant 6 mois



Bénéfices pour Cap Construction et ses membres



Donner de la visibilité aux projets
et aux membres



Renforcer la légitimité et
l'expertise du cluster



Créer une communauté inter-
métiers forte



Accélérer la digitalisation et la
rénovation énergétique



Favoriser les opportunités de
business et networking



Conclusions



BUDGET



OFFRE SPECIAL MEMBRE

	Prix members	
1. Hub only Content page Trafic plan Display	10.000 Ou 7.000	Min 5 member Si 7 members ou plus
2. Hub + print Online + 1/1 Tendances Online + 1/1 Vif	14.000 17.000	Min 5 membres Min 4 membres
3. Hub + TV Content + 3 minutes Emission (realisation comprise)	15.000 Ou 12.000	Min 5 members Si 7 membres ou plus
4. Hub + TV + print Hub 1/1 page print Emission 3 minutes	25.000	Minimum 5 membres



+ abonnement 6 mois à mesmagazines.be



On top

Media	Format/nombre	Budget brut	Budget net net	Couts realisation
3. Webinaire 4 intervenants + journaliste + public dans la salle + streaming + diffu sur Trends Z	50 min	16.500	14.025	9.950 1500 host
6. Emailing Business man/ Chef entreprises	15.000	6.600	3.927	150



Notre mission :
transformer vos **ambitions** en visibilité
votre **expertise** en influence.

