

Voorwoord



Is het mogelijk om vandaag de dag een economische activiteit te beginnen en te ontwikkelen, groot of klein, zonder de mogelijkheid om betalingen thuis uit te voeren, zonder een compatibel informaticasysteem, zonder communicatie via e-mail, zonder een website die aan bestaande en mogelijke klanten kostbare informatie uit de eerste hand biedt?

Hoogst waarschijnlijk wel, maar het zou jammer zijn, niet alleen vanwege het gemiste comfort in het privéleven, maar ook omdat het voortbestaan van het bedrijf in gevaar zou kunnen brengen.

Bijvoorbeeld als men weet dat sommige van onze klanten, 'eenvoudige' hondenfokkers, sportwinkels of verkopers van motorfietsen, elke maand tot verschillende duizenden bezoeken van potentiële klanten ontvangen op hun website, kan men zich wellicht beter een beeld vormen van de mogelijkheden die dit communicatie- en reclamemiddel biedt.

Maar er is nog veel werk aan de winkel. Zelfstandigen, mensen met een vrij beroep en zaakvoerders van KMO's zijn zich niet altijd bewust van het belang van informatica en internet. Meer nog, ondernemende mannen en vrouwen hebben over het algemeen niet de medewerkers of de technische kennis in huis om deze nieuwe hulpmiddelen efficiënt te gebruiken en te beheren.

Het is precies daarom dat Proximedia bestaat.

Het is precies daarom dat Proximedia groeit.

Het is precies daarom dat Proximedia een schitterende toekomst voor de boeg heeft en dat het bedrijf er voortdurend voor ijvert om zo goed mogelijk te beantwoorden aan de wensen van haar huidige en toekomstige klanten.

Fabrice Wuyts





Inhoud

1	Historisch overzicht : “als je niet naar Internet komt...”	4
2	De ontwikkeling van de Proximedia-groep vandaag	9
3	De structuur en de filialen	10
4	De activiteiten van Proximedia	12
4.1	Beschrijving van de activiteit	12
4.2	Enkele kerncijfers	13
4.3	Inplanting - de infrastructuur	13
5	Klantenbestand	14
6	De andere marktspelers	16
7	De specifieke producten die door PROXIMEDIA aangeboden worden	17
7.1	De computers	17
7.2	De ontwikkeling van persoonlijke websites	17
7.3	De interactieve beheersmodules	18
7.4	Statistische informatie	19
7.5	De software DataProtex	20
7.6	De websites van de groep Proximedia	21
8	De Marketing	22
9	Interne organisatie van de groep Proximedia	23
9.1	De directie	23
9.2	de werknemers	24
10	De financieringsvormen	25
11	Leveranciers en uitbesteding	26
12	Investeringen, Onderzoek en ontwikkeling	26
13	De huidige situatie en het groeipotentieel	27



1 Historisch overzicht : « als je niet naar Internet komt... »

Hoe kan iemand voordeel halen uit de nieuwe technologieën als hij zelf niet al te verzot is op informatica? Hoe vindt hij de tijd om contact op te nemen met de verschillende leveranciers van de noodzakelijke diensten? Wat antwoorden aan de 'Provider' die beweert dat het probleem waarmee men geconfronteerd wordt, bij de dienst ligt die de 'Hosting' verzorgt, terwijl die op zijn beurt de schuld afschuift op de 'configuratie van de computer'? Hoe de nodige investeringen financieren? Aan wie hulp vragen als het allemaal niet meer werkt?

De grote moeilijkheid bestaat erin dat, om aan deze verschillende behoeften te voldoen, over het algemeen de tussenkomst vereist is van niet minder dan vier verkopers of leveranciers van verschillende diensten. De economische speler die vastbesloten is om zich uit te rusten, moet immers :

- zich tot een verkoper of een verhuurder van computermateriaal (zowel hardware als software) wenden,
- de creatie, de ontwikkeling en de hosting van zijn website toevertrouwen aan een gespecialiseerde firma,
- de levering van internetdiensten organiseren,
- een contract voor de dienst na verkoop of een onderhoudscontract proberen af te sluiten bij een computerfirma, zodat die zorgt voor de herstelling in geval van grote of kleine problemen met het materiaal.

De grote bedrijven kunnen het zich veroorloven om een van hun medewerkers, bij voorkeur een informaticus, de taak toe te vertrouwen, om contact op te nemen met de verschillende leveranciers, een keuze te maken, de installatie te coördineren, te superviseren... met het risico heel afhankelijk te worden van die werknemer-informaticus die al snel de enige wordt die helemaal op de hoogte is.



Maar welke oplossing is er voor de eenvoudige handelaars, de beoefenaars van vrije beroepen en de meeste KMO's?

Grote, middelgrote, kleine en heel kleine ondernemingen: "als je niet naar het Internet kunt gaan... laat het internet dan naar je komen!" Nog beter, laat u benaderen door een onderneming die in haar eentje alle nodige diensten aanbiedt om internet en de wijde wereld van het Web binnen uw bereik te brengen.

Dit idee, in theorie erg eenvoudig, ligt aan de basis van de oprichting op initiatief van Fabrice Wuyts en Eric Glachant van de N.V. Proximedia Belgium, gesticht op 25 juli 1998. Doelstelling van deze nieuwe firma is gekwalificeerd personeel in dienst nemen en geperfectioneerde technologieën ontwikkelen om haar klanten alles aan te reiken wat ze nodig hebben, om op computervlak goed uitgerust te zijn, toegang te hebben tot internet, over een website te beschikken waarop de economische activiteit van de klant in kwestie voorgesteld wordt en een zo volledig mogelijke bijstand te genieten om die verschillende instrumenten zo goed mogelijk te gebruiken.



Om bovendien te vermijden dat deze klanten grote bedragen moeten neertellen wanneer ze diensten aankopen, kiest Proximedia Belgium ervoor haar tussenkomst aan te bieden onder de vorm van abonnementscontracten van 48 maanden, waarbij tijdens de volledige duur van het contract slechts een redelijke maandelijkse bijdrage betaald moet worden.

Om dit aspect van de activiteit te vergemakkelijken, nemen Fabrice Wuyts en Eric Glachant tevens het initiatief om op 3 september 1998 de N.V. Proxirent op te richten. Deze vennootschap specialiseert zich in het verhuren van professionele uitrusting en het beheren van contracten.

Via de abonnementscontracten die zo aangeboden worden, schrijft de klant bij deze ene gesprekspartner, nl. de onderneming Proximedia Belgium, in voor vier verschillende diensten, namelijk :

- De terbeschikkingstelling van een krachtige computer, die bovendien nu om de twee jaar vervangen kan worden op vraag van de abonnee. Momenteel wordt bovendien aan de nieuwe abonnees de mogelijkheid geboden om te kiezen tussen een vaste computer of een exclusieve draagbare computer van het merk Toshiba.



- De ontwikkeling en de hosting van een internetsite, waarbij het basisaanbod bestaat uit een site van tien pagina's die drie keer per jaar aangepast kan worden. Wat het maximale aanbod betreft... wel, tegenwoordig the sky is the limit. Bijna alles is mogelijk.

- De levering van internetdiensten zoals de aansluitbaarheid, het beheer van de domeinnamen, het beveiligde beheer van de e-mailadressen en de bescherming van de gegevens.



- Verschillende bijkomende diensten die bijzonder nuttig zijn, zoals een basisopleiding van het personeel dat er gebruik van maakt, een permanente telefonische bijstand voor het geringste probleem, de herstelling van het materiaal of ook de herstelling ter plaatse.



De commerciële activiteit van Proximedia Belgium gaat in september 1998 van start en de eerste abonnementscontracten worden getekend en in werking gesteld vanaf de maand oktober 1998. De ontwikkelingen op het terrein bevestigen al heel snel dat er een echte behoefte bestaat, bij kleine economische entiteiten, om gebruik te maken van de diensten van één enkele gesprekspartner die alle nodige diensten kan leveren.

Van in het begin legt Proximedia Belgium de nadruk op de nabijheid van de dienst die individuele oplossingen op maat biedt aan de verschillende klanten. Het is op die manier dat de promotie van de activiteiten van Proximedia Belgium vooral verzekerd wordt door commerciële teams die contact opnemen met mogelijke klanten en zichzelf gaan voorstellen bij hen om het aangeboden concept uit te leggen, voorbeelden te tonen van reeds uitgevoerde realisaties en het type oplossing te zoeken dat het beste past bij de wensen van de klant.

Vanaf eind december 1998, d.w.z. na amper vier maanden effectieve werking, bedraagt het aantal abonnees reeds 157. Een jaar later, namelijk eind december 1999, wordt de kaap van 2.500 abonnees overschreden.

Op negen december 1999 wordt de vennootschap Proximedia N.V. opgericht door inbreng van de aandelen van de vennootschappen Proximedia Belgium en Proxirent N.V. Deze nieuwe Holding heeft als doelstelling de activiteiten van deze twee vennootschappen zo goed mogelijk te centraliseren en als basis te dienen voor een Europese ontwikkeling van het concept « Proximedia ».

Vanaf de maand januari 2000 worden de vennootschap naar Frans recht, Proximedia France S.A., en de vennootschap naar Duits recht, Proximedia Deutschland, opgericht. Proximedia N.V. heeft in deze vennootschappen 80 % van het kapitaal in handen.

In april 2000 wordt dan weer de vennootschap naar Nederlands recht, Proximedia Nederland B.V., opgericht.

Al heel snel blijkt dat de Duitse en Franse markten mooie perspectieven bieden, maar dat het uiterst moeilijk is om managers te vinden die zowel technische, als administratieve en financiële competenties hebben, die hen in staat stellen de ontwikkeling van bedrijven die de verschillende diensten van het «Proximedia»-concept aanbieden, te verzekeren.

In deze omstandigheden werd in de loop van 2002 beslist de ontwikkeling van de commerciële activiteiten van de vennootschap naar Frans recht, Proximedia France, op te schorten en het «Proximedia»-concept in Frankrijk via een omweg te promoten door geleidelijk aan een netwerk van verdelers op te zetten.

Bovendien werd de vennootschap naar Duits recht, Proximedia Deutschland, volledig verkocht in juni 2002.

De activiteiten van de vennootschap naar Nederlands recht, Proximedia Nederland, evolueren positief verder, hetzij behoedzaam, maar dat is geen toeval, want de leiding ervan wordt verzekerd door een Belg, die opgeleid is in het «Proximedia»-concept binnen de vennootschap Proximedia Belgium.



Behalve de oprichting van entiteiten die op min of meer korte termijn de Europese ontwikkeling van de groep moeten mogelijk maken, werkt de vennootschap Proximedia N.V. aan de ontwikkeling of de aankoop van de nodige instrumenten om de dienstverlening aan de klanten steeds verder te verbeteren.

- Zo werd in oktober 2000 de portaalsite www.proximedia.com gelanceerd. Deze site bevatte heel wat informatie van allerlei aard die nuttig was voor de klanten en die, vooral, over een krachtige zoekmachine beschikte waarmee aan de hand van verschillende sleutelwoorden, zoals de activiteitssector en de locatie, de verschillende abonnees teruggevonden konden worden.
- Vanaf 2002 werd aan de abonnees systematisch aangeboden te kiezen tussen een vaste PC en een draagbare PC van het merk Toshiba, een firma waarmee een akkoord afgesloten werd in die optiek.
- Dankzij de interne financiering van onderzoek en ontwikkeling, konden er vanaf 2002 complexere en rijkere internetsites gebouwd worden. Bovendien werd er een samenwerkingsakkoord ondertekend met De Rouck, een onderneming gespecialiseerd in cartografie. Dankzij dit akkoord verschijnt er een routebeschrijving op alle internetsites van de abonnees van Proximedia.
- In maart 2003 tekende Proximedia een ander samenwerkingsakkoord, deze keer met de elektronische telefoongids www.infobel.be, om de abonnees de mogelijkheid te bieden om prioritair vermeld te worden in geval van opzoeking in deze telefoongids, dit met verwijzing naar hun website.

Op 31 december 2003 overschreed de groep Proximedia de grens van 9.500 abonnees.

De dynamiek van de groep bleef niet onopgemerkt, zodanig dat het filiaal Proximedia Belgium in maart 2004 uitverkozen werd, in het kader van een initiatief genomen door het tijdschrift Trends Tendance, tot «ambassadeur van de Brusselse gazellen» in de categorie KMO. Deze titel werd haar toegekend als kleine onderneming met maatschappelijke zetel in Brussel omdat ze de grootste groei optekende op het vlak van omzet, personeelsbestand en toegevoegde waarde tussen 1998 en 2003.



De maand daarop, namelijk april 2004, ging Proximedia over tot de overname van de BVBA "Horus", een vennootschap gespecialiseerd in de ontwikkeling van Internetapplicaties voor de middelgrote en grote ondernemingen. Horus telt onder haar klanten enkele interessante referenties zoals het Waalse Gewest, CEVORA, Technofutur 3 en bedrijven als Eurogentec, Merck Generics of de groep Ronveaux.

In oktober 2004 werd Proximedia geselecteerd en behoorde tot de zes finalisten op de wedstrijd «l'Entreprise de l'Année 2004 », een organisatie van Ernst & Young, in samenwerking met de krant l'Echo, Fortis Bank en Kanaal Z.



Finalist



Begin 2005 ging Proximedia N.V. over tot de overname van 80 % van de aandelen van de vennootschap OnLine Internet N.V., houder met name van het merk Online Internet en eigenaar van de meeste aandelen van de voormalige vennootschap Ion-IP Belgique. Deze laatste vennootschap bood haar klanten diensten aan op het vlak van levering en beheer van internetomgevingen, hosting, internetverbindingen en netwerken, of ook de integratie van telefonie.



Dankzij deze laatste overname breidde Proximedia niet enkel haar klantenportefeuille uit en kreeg zij de mogelijkheid het merk « Online » te exploiteren, maar kreeg bovendien zij door de technologische kwaliteit van het materiaal, waarvan OnLine Internet eigenaar is, het statuut van een echte « Internet Service Provider ». Dankzij dit nieuwe filiaal breidden de vennootschappen van de groep Proximedia hun productengamma uit op het vlak van levering en beheer van internetomgevingen, waardoor zij haar klanten nu hostingformules (Colocation, Housing en Hosting), ADSL-internetverbindingen of ook nieuwe formules op het vlak van beveiliging en beheer van de prestaties kon aanbieden.

Deze overname sluit opnieuw aan bij de voortdurende bekommernis om elke abonnee in staat te stellen, ongeacht welke eisen hij stelt, slechts één enkele gesprekspartner te hebben voor alle diensten die hij nodig heeft in de sector van de informatica en het internet.

Zonder de 5.000 klanten van de vennootschap OnLine Internet mee te tellen, had de groep Proximedia op 31 december 2005 meer dan 10.600 abonnees.



2 De ontwikkeling van de proximedia-groep vandaag

Het jaar 2005 en de eerste maanden van 2006 waren bijzonder goed voor Proximedia en de bedrijven van de groep.

De markantste gebeurtenis van 2005 was natuurlijk de notering van de Proximedia-groep op Euronext Brussels, op 22 juli 2005. Dit maakte het mogelijk om het merkimage te versterken, nieuwe bronnen aan te boren, de naambekendheid te verbeteren en, via opties, het personeel van de onderneming te belonen.

Dan was er begin januari 2006 de opening van een eerste commercieel agentschap in Rijsel, door Proximedia France s.a. Dit betekende de eerste stap van een nieuwe groeipolitiek in Frankrijk, want de oprichting van andere agentschappen wordt intussen al druk voorbereid.

In de loop van februari 2006 heeft Proximedia zich een nieuwe look aangemeten dankzij een nieuw logo en een nieuwe typografie. Het betekent een evolutie, meer dan een revolutie, met als doel de uitstraling van de bedrijven binnen de groep te moderniseren, zonder het imago dat de klanten kennen te verstoren.

De geboorte van dit nieuwe logo werd gezien door duizenden ogen, want het verscheen prompt op de truitjes van FC Brussels, de voetbalclub uit eerste nationale, waarmee Proximedia een sponsoringcontract afsloot.



Uiteindelijk heeft Proximedia de portaalsite helemaal vernieuwd, niet alleen om die aan te passen aan de actualiteit, maar ook om de website uit te rusten met een formidabele zoekmotor. Het is van nu af aan mogelijk om de website van de loodgieter, de architect, de keukeninstallateur of de fietsenhandelaar die het dichtst in de buurt gevestigd is snel terug te vinden. Men hoeft alleen maar de website van Proximedia.com of Proximedia.be te raadplegen om toegang te krijgen tot meer dan 42.000 professionele Belgische websites, niet alleen van de klanten van Proximedia zelf, maar ook van andere dienstverleners of handelaars. Een bepaald aantal websites van Franse en Nederlandse bedrijven zijn eveneens geïnventariseerd op Proximedia.fr en Proximedia.nl.

Het is de bedoeling dat zo goed als alle professionele websites van alle Belgische bedrijven en andere economische pijlers opgenomen worden in deze zoekmotor. Gaandeweg zullen daar ook de Franse en Nederlandse websites bijgevoegd worden.



3 De structuur en de filialen

Het kapitaal van de vennootschap Proximedia N.V. is momenteel voor 62,12% in handen van de vennootschap Cybermedia Group, voor 9,42% in handen van Degroof Corporate Finance N.V., voor 10,50% in handen van het publiek en voor 17,96% in handen van het management van Proximedia N.V.

Haar rol bestaat er in de eerste plaats in om de activiteiten van de verschillende filialen te coördineren en de ontwikkeling ervan te bevorderen door te investeren in onderzoek evenals door de overname van nieuwe vennootschappen die een aanvullende knowhow of materiaal inbreng bieden. Zij doet ook dienst als aankoopcentrale en moedigt bepaalde schaalvergrotingen aan.

Haar filialen zijn :

PROXIMEDIA Belgium N.V. Filiaal voor 100 %, deze vennootschap is de oudste van de groep. Met 8.473 abonnees op 31 december 2005 commercialiseert zij het « Proximedia »-concept op de Belgische markt sinds september 1998.

PROXIRENT N.V. Filiaal voor 99,82 %, opgericht in augustus 1998, gespecialiseerd in de verhuur van uitrusting en het administratief beheer van contracten. Zij beheert een deel van de klantenportefeuille van de vennootschap Proximedia Belgium. De herfinanciering van de huurcontracten die aldus beheerd worden, gebeurt grotendeels bij het leasingfiliaal van de groep Dexia. Rekening houdend evenwel met de recurrente moeilijkheden die de KMO's ondervinden om financiering te krijgen en het duidelijk toenemende vermogen voor de zelffinanciering in hoofde van de vennootschap Proximedia Belgium, heeft de vennootschap PROXIRENT geen nieuwe contracten gekocht in 2004. Rekening houdend met deze situatie, is het niet uitgesloten dat de vennootschap PROXIRENT haar nut in België gedeeltelijk verliest en dat zij op min of meer korte termijn ertoe gebracht wordt ofwel te fuseren met haar zustervennootschap Proximedia Belgium, ofwel haar activiteiten te heroriënteren om de Europese ontwikkeling van de groep meer rechtstreeks te bevorderen.

PROXIMEDIA Nederland B.V. Filiaal voor 90,02 %, opgericht in april 2000, commercialiseert het « Proximedia »-concept op de Nederlandse markt met 1.591 abonnees op 31 december 2005.

PROXIMEDIA France S.A. Filiaal voor 74,95%, opgericht in januari 2000, coördineert de commercialisering van het « Proximedia »-concept op de Franse markt via een indirect distributienetwerk met iets meer dan 200 abonnees op 31 december 2005. Het bedrijf opende een eerste agentschap in Lille en is vastbesloten om zijn positie op de Franse markt verder te ontwikkelen via het oprichten van andere agentschappen.

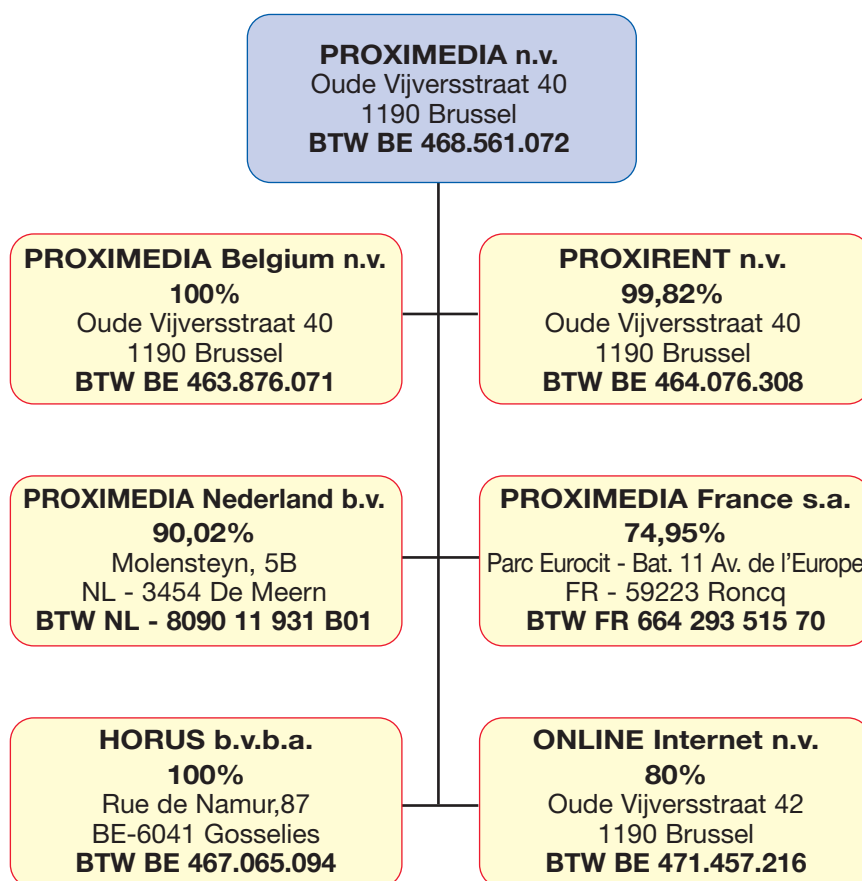
HORUS B.V.B.A. Filiaal voor 100 %, overgenomen in april 2004, een vennootschap die voornamelijk in Wallonië actief is en die een portefeuille van ongeveer 350 klanten heeft in de categorie van de middelgrote en grote ondernemingen, geniet een goede reputatie zowel in de privé- als in de openbare sector. Haar overname maakte het mogelijk in aanraking te komen met andere economische sectoren dan deze tot welke de groep Proximedia zich gewoonlijk richt, terwijl Proximedia ook toegang kreeg tot nieuwe ontwikkelingstechnologieën die in het kader van deze contracten gebruikt worden.



ONLINE INTERNET N.V. Filiaal voor 80 %, levert diensten in verband met hosting, internetverbindingen en netwerkontwikkeling, integratie van telefonie, gegevens en video/multimedia. Deze vennootschap is eigenaar geworden van de meeste activa die teruggekocht werden bij de vennootschap Ion-IP Belgique, beter gekend onder de merknaam Online Internet. Dit filiaal stelt Proximedia N.V. in staat het statuut van echte « Internet Service Provider » te krijgen met name dankzij het feit dat Online Internet over zijn eigen DataCenter beschikt. Het aanbod van een professionele ADSL-verbinding maakt voortaan deel uit van de aangeboden diensten.

Op 31 december 2005, telde Online Internet meer dan 5.000 abonnees.

Het organigram van de groep ziet er als volgt uit:



4 De activiteiten van proximedia

4.1 : Beschrijving van de activiteit

Het idee dat aan de basis ligt van de ontwikkeling van het « Proximedia »-concept bestaat er dus in om met name aan de « kleine entiteiten » zoals de handelaars, de beoefenaars van vrije beroepen en de KMO's, één enkele gesprekspartner te bieden die in staat is hen de vier diensten aan te bieden die onontbeerlijk zijn om geïnformatiseerd te zijn en toegang te krijgen tot de voordelen die het internet biedt, namelijk :

- de terbeschikkingstelling van een krachtige computer,
- de ontwikkeling en de hosting van een internetsite,
- de levering van internetdiensten
- verschillende bijkomende diensten die uiterst nuttig zijn zoals een basisopleiding voor het personeel dat er gebruik van maakt, een permanente telefonische bijstand voor het geringste probleem, de herstelling van het materiaal

Dit aanbod omvat bovendien een oplossing voor de financiering, aangezien de aangeboden contracten abonnementformules zijn voor 48 maanden die een directe toegang verlenen tot de informatica en het internet, terwijl de betalingen in de vorm van maandelijkse bijdragen gespreid worden.

De ontwikkeling van het « Proximedia »-concept is niet enkel gericht op de kwaliteit van de aangeboden producten en het voordeel van een financieringsformule, maar ook op een voortdurende bekommernis om een dynamische distributie, in die zin dat de commercialisering van het concept gebeurt door een commercieel team dat de klanten zelf opzoekt en die zo, enerzijds, voorbeelden kunnen tonen van concrete realisaties voor mensen die reeds abonnee zijn, en die anderzijds met de eventuele klant kunnen bepalen op welke wijze zijn wensen vervuld kunnen worden.

Van bij het begin veronderstelt het « Proximedia »-concept ook een voortdurende bekommernis om te kunnen voldoen aan de behoeften van de abonnees in het kader van een echte dienstverlening “in de buurt”, des te belangrijker omdat de meeste klanten weinig vertrouwd zijn met informatica en de wereld van het internet, en nood hebben aan een gesprekspartner die hen concrete en snelle oplossingen kan aanbieden.



Ook al werden de basisprincipes absoluut niet gewijzigd sinds 1998, is het uiteraard evident dat de producten en de kwaliteit van de aangeboden diensten blijven evolueren en verder geperfectioneerd worden, zoals verder in detail uitgelegd wordt.

4.2 : Enkele kerncijfers

Groep Proximedia (geconsolideerd cijfers)	2004	2005	%
Verkoop & diensten	14.356.310	15.581.929	+9 %
Omzetcijfers	13.073.348	14.524.953	+11 %
Exploitatiewinst	993.024	1.699.830	+71 %
Nettowinst	463.994	933.224	+101 %
Nettowinst (deel van het groep)	432.016	844.396	+95 %
Portefeuille van contracten Proximedia & Horus	10.303	10.614	+3 %
Portefeuille van contracten Online	-	5.179	
Personeel	143	149	+4 %

4.3 : Inplanting – De infrastructuur

De maatschappelijke zetel van Proximedia N.V. ligt in het zuiden van Brussel, meer precies in de gemeente Vorst.

De beschikbare oppervlakte op deze site, die gehuurd wordt, bedraagt ongeveer 1600 m². Op termijn wordt een verhuis in overweging genomen, eventueel in het kader van een aankoop of de bouw van een nieuw pand, maar dat is momenteel geenszins een prioriteit en zeker geen absolute noodzaak.

De maatschappelijke zetels van de filialen Proximedia Belgium, Proxirent en Online Internet zijn hier verzameld.

In België beschikt de vennootschap Proximedia Belgium bovendien over drie activiteitenzetels gelegen in Brussel, Antwerpen en Gent die het zo mogelijk maken heel het gebied nuttig te bestrijken.

Online Internet huurt op de Louizalaan, in Brussel, een oppervlakte van 300 m² waarin een ultra-modern Data center werd ondergebracht dat o.a. is uitgerust met een onafhankelijk elektriciteitsnetwerk met al doel het risico op stroomonderbrekingen te beperken.

De maatschappelijke zetel van het filiaal Proximedia Nederland ligt in De Meern (Utrecht), in het centrum van Nederland.

De b.v.b.a. Horus is gevestigd in Wallonië, in Gosselies.



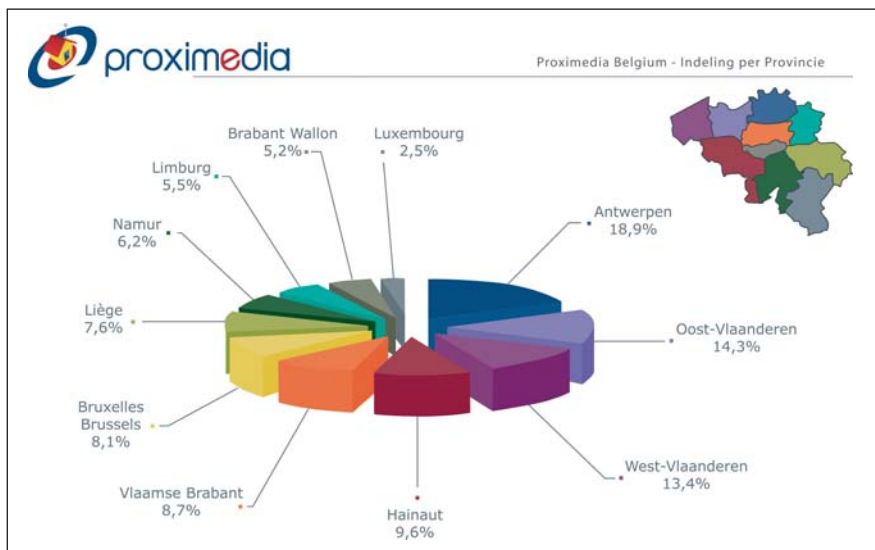
5 Klantenbestand

Het « Proximedia »-concept wordt aangeboden in de vorm van abonnementscontracten met een beginduur van, in principe, 48 maanden, die uiteraard kunnen vernieuwd worden. Het klantenbestand heeft dus een relatief stabiel en recurrent karakter.

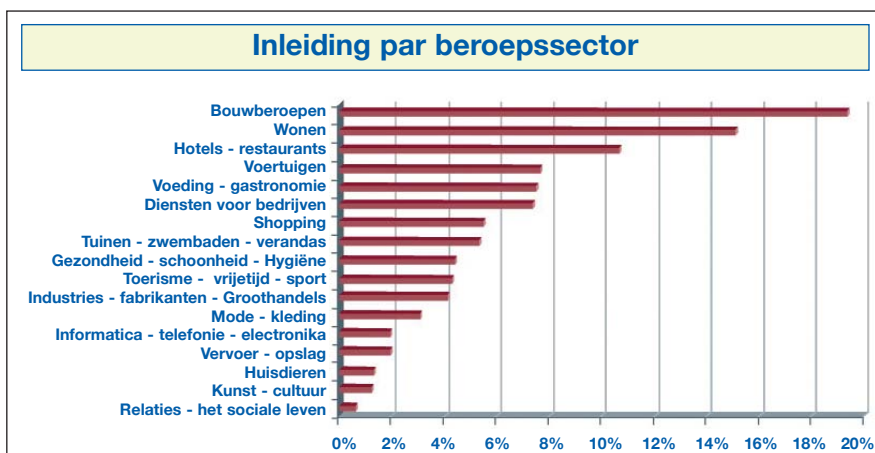
Alle abonnees ondertekenen een contract met Proximedia op grond van hun professionele activiteit. Het zijn bijna allemaal ofwel handelaars, ofwel beoefenaars van vrije beroepen, ofwel KMO's. Over het algemeen heeft elke klant slechts één enkel contract dat het detail bevat van de gekozen diensten, maar het gebeurt vaak dat er een nieuwe dienst of een update van het materiaal gevraagd wordt tijdens de uitvoering van het contract.

De meerderheid van dit klantenbestand, namelijk 61 %, bevindt zich in Vlaanderen. Dit geeft een getrouw beeld van Belgische economische situatie die gekenmerkt wordt door een aandeel in de orde van 62 % van bedrijven, zelfstandigen en vrije beroepen die als Nederlandstalig beschouwd worden, ten opzichte van ongeveer 38 % die als Franstalig beschouwd worden.

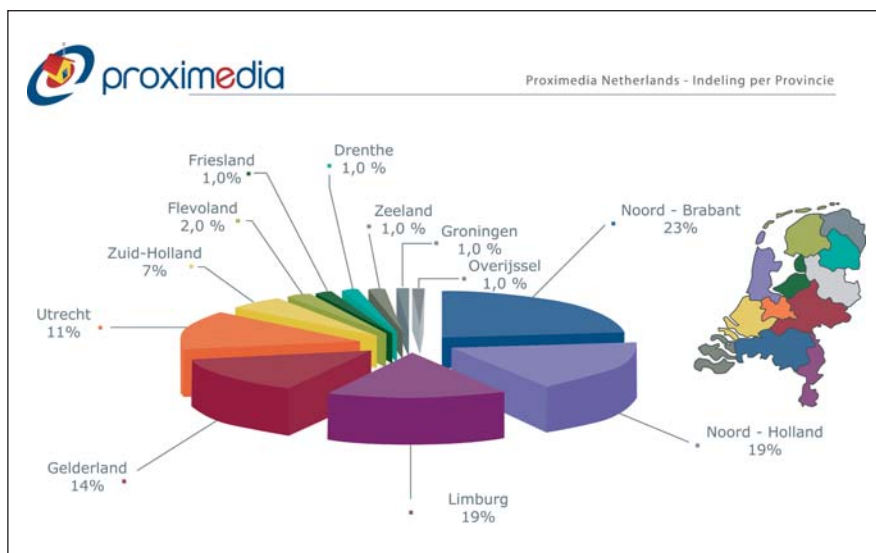
De spreiding in België per provincie, van de websites die door Proximedia ontwikkeld worden, ziet er als volgt uit :



Deze abonnees bestrijken alle economische sectoren, met een belang dat in verhouding staat tot het belang dat deze zelfde sectoren innemen in België. Zo stelt men vast dat de activiteitssectoren van het « bouwberoepen » en de « wonen » met hun tweeën goed zijn voor meer dan 34 % van de abonnees.

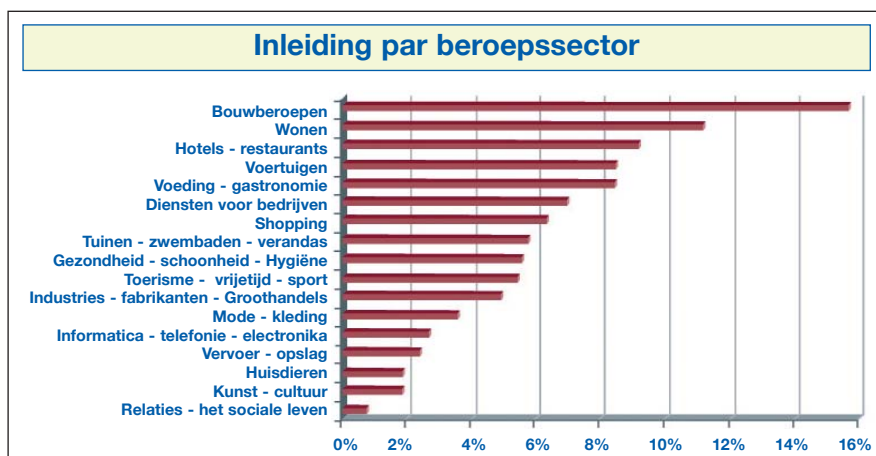


In Nederland ziet de spreiding per provincie van de websites ontwikkeld door Proximedia er als volgt uit :



Net als voor België vertegenwoordigen de rubrieken “Bouwberoepen” en “Wonen” een aanzienlijk aandeel (25%).

De spreiding per activiteitensector, in Nederland, ziet er als volgt uit :



6 De andere marktactoren

Proximedia heeft op dit moment geen enkele echte concurrent, in die zin dat er op dit moment geen enkele andere onderneming is die op zichzelf zo'n pallet aan diensten die tegelijk verschillend en complementair zijn, aanbiedt.

Bovendien spitst geen enkele onderneming die eventueel de potentiële middelen zou hebben om een concurrerend aanbod te bieden, zich op de manier van Proximedia toe op de sector van de « kleine entiteiten », namelijk de handelaars, de beoefenaars van vrije beroepen en de KMO's.

Er is daarentegen wel concurrentie zodra je specifiek en individueel ingaat op elk van de diensten die in het « Proximedia »-concept vervat zitten.

Zo vind je per type van dienstverlening de volgende mogelijke concurrenten terug :

- Op het vlak van verkopers of verhuurders van hardware : Systemat, Econocom
- Op het vlak van ISP (Internet Service Providers) : Belgacom, Scarlet, Tele 2
- Op het vlak van de conceptie en de ontwikkeling van websites : voornamelijk kleine ondernemingen zoals Duo, Acoma, Edge.be
- Op het vlak van ondersteuning en herstelling : Dolmen, Apem

In Frankrijk werden onlangs enkele kleine ondernemingen opgericht met een aanbod dat top op zeker hoogte zou kunnen vergeleken worden met dat van Proximedia en die elk afzonderlijk zo'n 1000 à 3000 klanten tellen.



7 De specifieke producten die proximedia _____ aangeboden worden

Naast de ontwikkelings van het basisconcept dat de terbeschikkingstelling impliceert van een krachtige computer voor de abonnee, een internetverbinding, een website van ongeveer 8 pagina's met drie mogelijke aanpassingen per jaar, e-mailadressen, eventueel een persoonlijke domeinnaam, en uiteraard tal van opleidings-, ondersteunings- en herstellingsdiensten, werd Proximedia ertoe gebracht daarnast een bepaald aantal specifiekere producten te ontwikkelen.

7.1 : De computers

Sinds 2002 biedt Proximedia de abonnees de keuze tussen een vaste computer, over het algemeen van de professionele reeks Fujitsu Siemens, of een exclusieve draagbare computer van het merk Toshiba.



Momenteel zijn meer dan 90 % van de computers die ter beschikking worden gesteld van de nieuwe abonnees, draagbare computers van het merk Toshiba. Proximedia Belgium werd door de firma Toshiba erkend voor de herstelling van de computers van dat merk.

7.2. : De ontwikkeling van persoonlijke websites

Naast de websites uit het basisaanbod en de bovenvermelde modules, stelt Proximedia als in het werk om sites volledig op maat te kunnen ontwikkelen gekwalificeerd personeel en geperfectioneerde technieken staan borg voor mooie creaties.

Vanuit technisch oogpunt gebeuren deze ontwikkelingen door een beroep te doen op de volgende elementen :

- Een Microsoft- gegevensbank - SQL Server / MySQL
- De volledige « backoffice », geprogrammeerd in ASP (« Active Server Pages »)



7.3. : De interactieve beheersmodules

De doelstelling van Proximedia bestaat erin voortdurend tegemoet te komen aan de behoeften van de klanten in het kader van een echte dienstverlening in de buurt, waarbij Proximedia de enige gesprekspartner vormt ongeacht de wensen van de klant.

Daarom heeft PROXIMEDIA interactieve beheerssoftware ontwikkeld die specifiek is voor bepaalde professionele activiteiten. Het gaat om de volgende modules :



“**XTRA CMS**” (Content Management Solution) is een complete interface die het de klant mogelijk maakt om in alle veiligheid en volledig zelfstandig de inhoud van zijn website zelf te beheren.

“**NEWSLETTER**” maakt het voor iedere klant mogelijk om nieuwsbrieven op te stellen en via e-mail te versturen naar zijn eigen abonnees.



“**CATALOGUS**” dient om de klant toe te laten zelf en online een productencatalogus te creëren, met of zonder optie om online te bestellen, en die zo vaak als nodig aan te passen.

“**OPTIONS CHOICE**” een interface die het de eindgebruiker mogelijk maakt om een bepaald product te personaliseren volgens verschillende mogelijkheden die opgenomen zijn in de catalogus en vervolgens online te bestellen.



DE PROMO-@-MAILING waarmee de promoties rechtstreeks online op de website gezet worden en via mail verstuurd worden naar een selectie ambachtslui, zelfstandigen en KMO's, op basis van de gegevensbank van PROXIMEDIA, gekozen in functie van hun activiteitssector en hun geografisch gebied. Deze promoties worden opgenomen in de « Promo corner » van de Proximedia zoekmachine.

“**AUTO**” voor garagehouders en merkvertegenwoordigers, om hun aanbod van nieuwe of tweedehands voertuigen op hun website up-to-date te houden.



“**IMMO**” biedt vastgoedprofessionals de mogelijkheid om op hun website zelf hun aanbod van panden te huur of te koop te beheren .

“**RESTO**” voor alle professionals in de horeca, om hun menukaarten en menu's gemakkelijk en vlot op hun website te presenteren en up-to-date te houden,



“**GESCHENKENLIJST**” met een productencatalogus voor de opstelling en het beheer van geboortelijsten en/of huwelijkslijsten en bestellingen online,

“**HOTEL**” die, zoals de naam al verklaart, speciaal ontwikkeld werd voor de professionals uit de hotelsector, om hun online reserveringen te beheren.



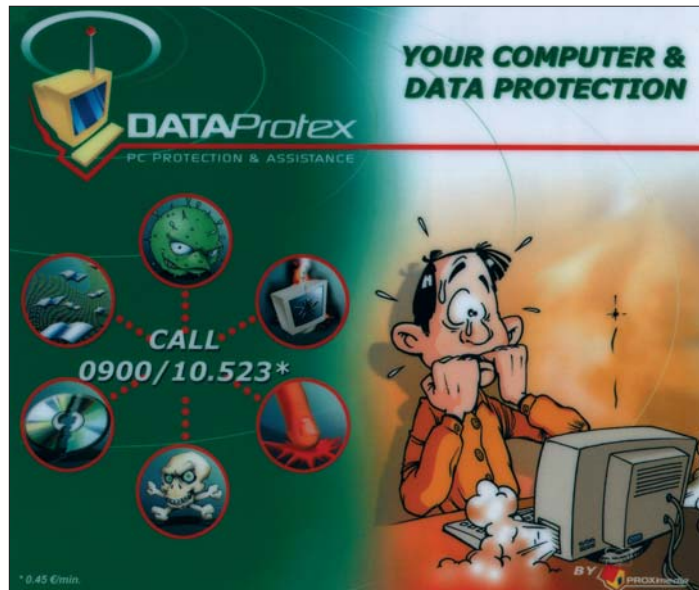
7.4. : Statistische informatie



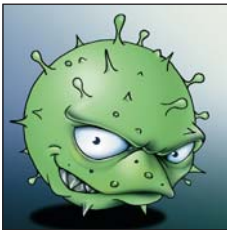
De statistische module, 24 uur per dag online beschikbaar, maakt het voor de klant mogelijk om de statistische gegevens in verband met zijn website te raadplegen. Dankzij deze module kent hij het aantal unieke bezoekers en het aantal bezoekers per dag, en heeft hij toegang tot andere nuttige informatie die antwoord biedt op vragen als: "Waar komen de bezoekers vandaan? Via welke zoekmotor of welke andere website kwamen ze op de website terecht? Welke browser gebruiken de bezoekers? Welke schermresolutie is het populairst?" Dit nuttig hulpmiddel zorgt ervoor dat de eigenaar van een website de efficiëntie ervan kan beoordelen en beslissingen kan nemen in verband met de interessantste marketinginitiatieven.



7.5 : De software DataProtex



Sinds 2004 commercialiseert Proximedia ook een software voor de bewaring van gegevens, onder de naam « Dataprotex ».



Met het oog op de angst die men heeft om alle gegevens die op een computer staan, te verliezen, een panne, een diefstal of een ongeluk, zorgt de software « Dataprotex » ervoor dat er regelmatig en automatisch een back-up gemaakt wordt, en dit gebeurt online, dat wil zeggen via een gewone internetverbinding.

Dankzij deze software worden de gegevens die bewaard moeten worden, volledig beveiligd overgebracht naar een server die beheerd en beveiligd wordt door Proximedia, en waarbij de inhoud niet gelezen kan worden door Proximedia zelf. Enkel de abonnee kan toegang krijgen tot zijn gegevens, die helemaal gecodeerd worden, en dus “onleesbaar” voor ieder ander dan hijzelf.



7.6. De websites van de groep Proximedia :

www.proximedia.com (.be, .nl, .fr)



Beschikbaar in drie talen (Frans, Nederlands en Engels) centraliseert de portaalsite informatie die voornamelijk bestemd is voor kleine en middelgrote ondernemingen uit België, Frankrijk en Nederland.

Deze portaalsite beschikt bovendien over een specifieke zoekmotor, helemaal vernieuwd sinds februari 2006, die toegang verleent tot meer dan 42.000 professionele Belgische websites. Deze nieuwe zoekmotor is nu al de belangrijkste in zijn categorie in België

www.dataprotex.be

Aansluitend op de lancering van haar nieuwe software voor de bewaring van gegevens online «Dataprotex», ontwierp Proximedia in de loop van 2004 een nieuwe portaalsite, gewijd aan de computerbeveiliging.

Deze portaalsite bevat een schat aan informatie in verband met virussen, spionageprogramma's (spyware) en vooral in verband met de wijze waarop men zich zo goed mogelijk kan beschermen tegen deze plaag.



www.online.be



Door de terugkoop van de vennootschap Online Internet, wordt de groep Proximedia een echte Internet Service Provider en biedt zij alle diensten, nl hosting, ADSL-verbinding, cohuren via deze website.

www.horus.be

In april 2004 nam de groep Proximedia de vennootschap Horus over, een Waals webkantoor dat actief is op de markt van de middelgrote en grote ondernemingen. De talrijke referenties zoals het Waalse Gewest, Cevora, Eurogentec worden vermeld op de site van Horus.



8 Le Marketing

De promotie van het « Proximedia »-concept is voornamelijk gebaseerd op de directe verkoop en de persoonlijke contacten.

Eerder dan veel geld uit te geven aan de klassieke promotiemiddelen, zoals publiciteit in de verschillende media (geschreven pers, radio of televisie), of affichecampagnes of mailings, heeft Proximedia altijd de voorrang gegeven aan de directe relatie met haar klanten, dankzij haar netwerk van commercieel afgevaardigden wiens taak eruit bestaat contact op te nemen, de producten en diensten aan te bieden, uit te zoeken hoe de behoeften van de klant het beste vervuld worden.



proximedia.be

Daarnaast zorgt Proximedia ook voor de promotie van het merk imago van de groep, door nuttig werk te leveren, met name via samenwerkingsverbanden met sportclubs, culturele organisaties en liefdadigheidsinstellingen.

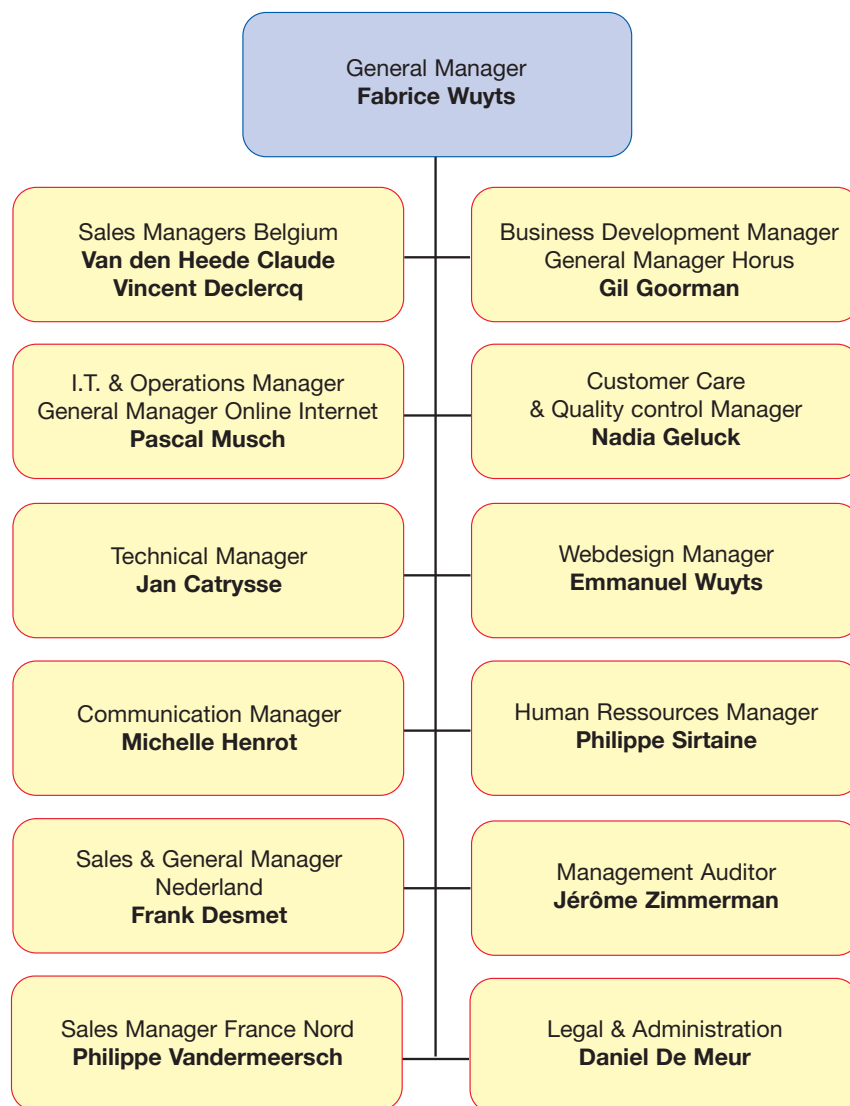
Het is zo dat er akkoorden van allerlei aard bestaan, met name,

- Op cultureel vlak : Het Museum Antwerp Miniaturstad
- Op sportief vlak : De Spirou Sailors (Regatta voor jongeren), FC Brussels, RCS Charleroi (voetbal)
- Op het vlak van liefdadigheid : Gratis aanbieden van tweedehandse PC's aan verschillende liefdadigheidsinstellingen, aan scholen, ondersteuning Télévie, "Jour après Jour", enz.



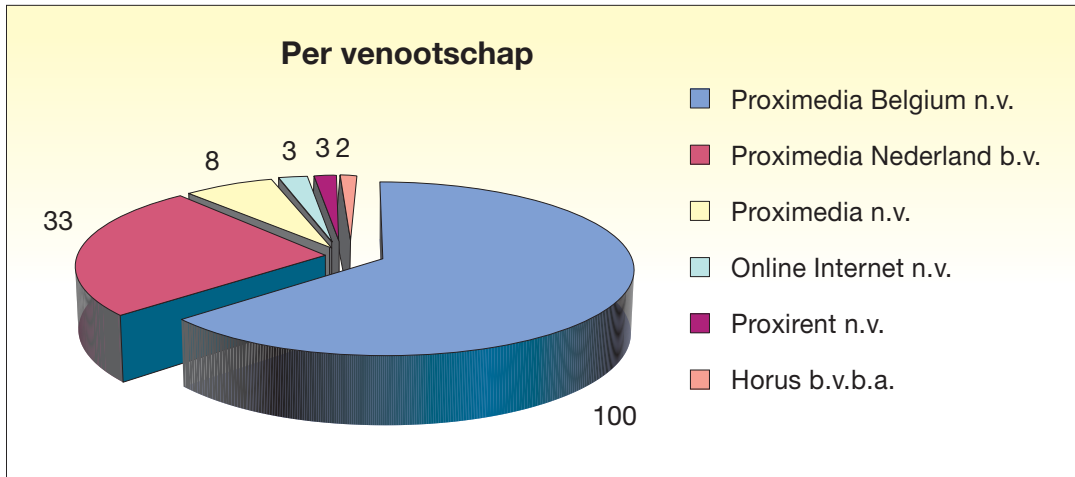
9 Interne organisatie van de groep proximedia

9.1 : De directie



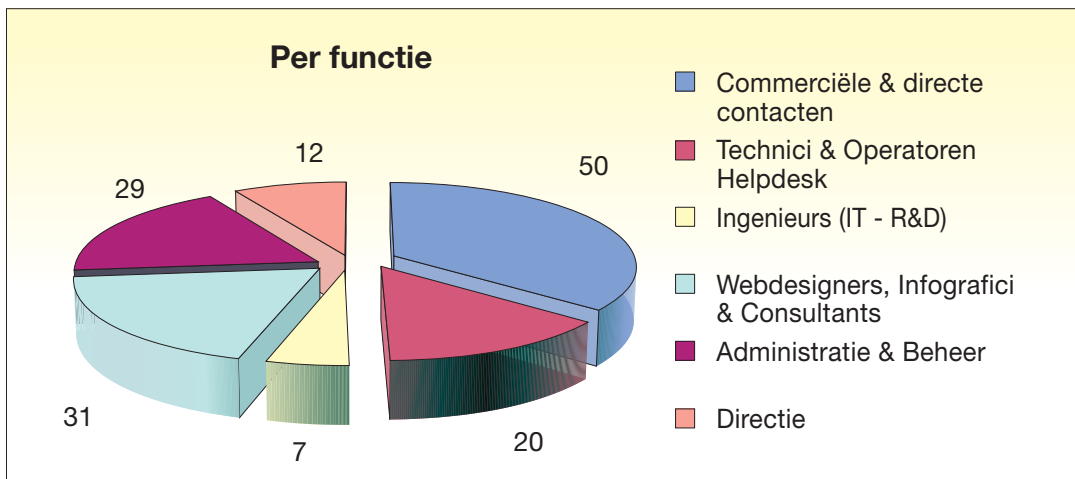
9.2 : De werknemers

• De groep Proximedia stelde einde december 2005 149 werknemers te werk, gespreid als volgt over de verschillende vennootschappen van de groep :



De gemiddelde leeftijd van het personeel bedraagt 33 jaar en de gemiddelde anciënniteit is vier jaar, wat getuigt van een grote loyaliteit.

Onderverdeeld per functie ziet het personeelsbestand van de groep Proximedia er als volgt uit :

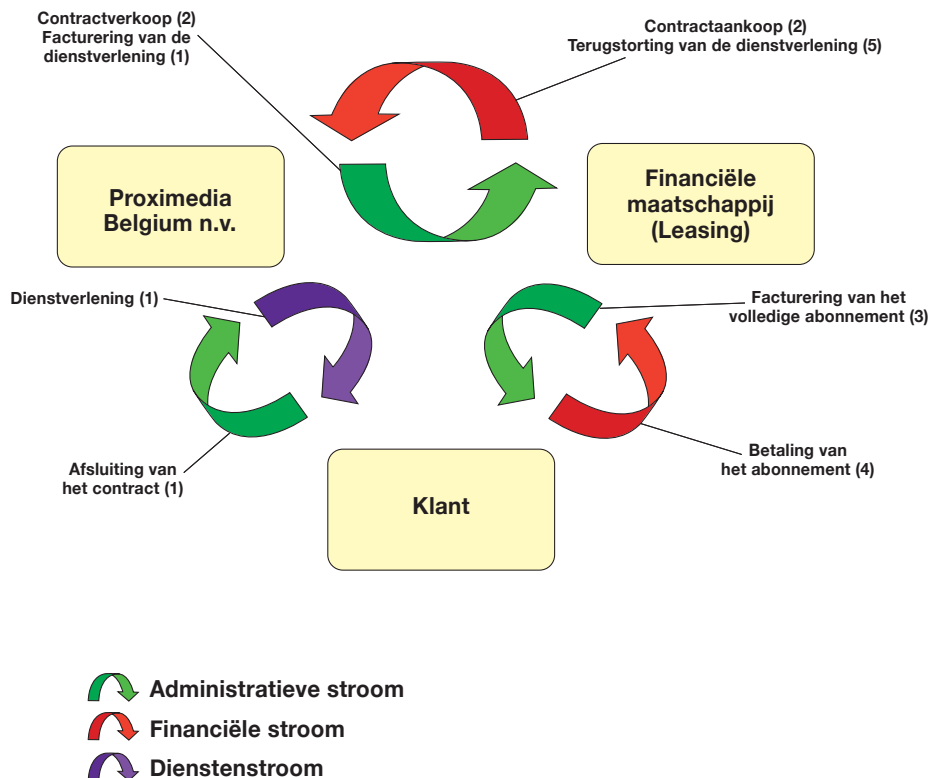


10 De financieringsvormen

Na een financieel en administratief onderzoek van elk nieuw contract wordt de installatie (levering van materiaal, parametraging en informatie, verzameling van de nodige elementen om de website te maken, enz.) zo snel mogelijk geprogrammeerd. Gezien het feit dat het gaat om abonnementscontracten, waarbij er geen kapitaal betaald moet worden in het begin, maar wel een maandelijkse bijdrage gespreid over de hele duur van het contract, is er voor de meeste installaties een financiering.

Sinds het begin van de activiteit van de groep Proximedia, zijn de verschillende financieringsoplossingen de volgende :

- a) de overdracht van de rechten die voortvloeien uit het contract, aan een vennootschap die gespecialiseerd is in het verhuur van professioneel materiaal, hetzij intern in de groep (Proxirent), hetzij extern (Parfip Benelux). Zij neemt dus het beheer over van de contracten evenals het financiële risico. De facturen worden gestuurd door de derde vennootschap, die elke maand een deel van de dienst die niet overgedragen werd en dus geen voorwerp uitmaakt van een financiering, terugstort.
- b) de overdracht van de rechten die voortvloeien uit contracten aan leasingvennootschappen (DEXIA, ING, KBC) die ze vervolgens weer afstaat aan Proximedia in de vorm van financiële leasing. Deze contracten bevinden zich bij de activa van de balans onder vaste activa in leasing. Proximedia behoudt de volledige controle over het beheer van deze contracten, maar draagt eveneens het risico op insolventie. Voornamelijk voor deze laatste reden is de toevlucht tot dit soort van financiering goedkoper dan in de bovenvermelde hypothese.
- c) een bepaald aantal contracten worden niet verkocht en maken dus voorwerp uit van een zelffinanciering, eventueel met behulp van een klassieke bankkredietlijn.



11 Leveranciers en uitbesteding

De voornaamste leveranciers van Proximedia zijn :

- **Toshiba** : deze vennootschap levert sinds 2001 de draagbare computers die Proximedia aanbiedt aan haar abonnees, die evenwel ook kunnen kiezen voor een vaste computer.
- **Parfip Benelux** : sinds 23 november 1999 bestaat er een samenwerkingsovereenkomst tussen Proximedia Belgium en Parfip Benelux. Deze vennootschap is gespecialiseerd in het verhuur van professioneel materiaal en het op zich nemen van financiële risico's. De vennootschappen van de groep Proximedia dragen de rechten met betrekking tot een bepaald aantal contracten over aan Parfip Benelux.
- **Ingram en Techdata** : twee leveranciers van computermateriaal

12 Investerings, Onderzoek en ontwikkeling

Het « Proximedia »-concept vereist a priori weinig basisinvesteringen, behalve het computermateriaal dat ter beschikking van de abonnee wordt gesteld.

Proximedia moet evenwel intern uitgerust zijn met krachtige computerservers en al het materiaal dat licht voorbijgestreefd is, wordt vervangen. Er bestaat dus een politiek om permanent te investeren; een politiek die stoelt op een constante afschrijving op drie jaar van elke computerinvestering.

Bovendien is het absoluut noodzakelijk om competitief te blijven op het vlak van de afstelling of verbetering van nieuwe producten.

Proximedia volgt onafgebroken een politiek van ontwikkeling van nieuwe dynamische modules voor websites op basis van de ASP-technologie.

Deze modules stellen onze verkopers in staat om de geprospecteerde maar ook de huidige klanten nieuwe mogelijkheden te bieden voor hun website.

Proximedia ontwikkelde intern ook haar eigen geïntegreerde beheerssoftware « QBS » (Quality Business Solution) waarmee alle procedures die binnen de onderneming gelden en de klant als gemeenschappelijke noemer hebben, beheerd kunnen worden.



13 De huidige situatie en het groeipotentieel

Met meer dan 10.600 abonnees vandaag en een geconsolideerd omzetcijfer van meer dan 14,5 miljoen euro op 31 december 2005, heeft het « Proximedia »-concept ongetwijfeld bewezen dat het beantwoordt aan een vraag van de economische operatoren.

Om een handelsactiviteit of een vrij beroep uit te oefenen is het nodig moet men correct uitgerust zijn op het vlak van informatica. De ervaring leert bovendien dat het van essentieel belang is een beroep te kunnen doen op bijstand in geval van problemen, klein of groot, en dat die bijstand zowel eenvoudig als snel moet zijn. De diensten die Internet biedt, blijven steeds maar verder evolueren (informatie, bankverrichtingen, formulieren online, bestellen van op afstand, enz.) en daar geen toegang tot hebben, vormt ongetwijfeld een handicap. Ten slotte is het feit dat men over een website beschikt, een promotie- en informatie-instrument voor elke economische operator, of het nu om een grote dan wel een kleine entiteit gaat.

De diensten die Proximedia aanbiedt, komen dus tegemoet aan een echte behoefte die steeds nadrukkelijker wordt.

Ook voor de actoren die nu al uitgerust zijn, blijven de diensten van Proximedia interessant. Enerzijds omwille van de redelijke kostprijs en de geboden betaal mogelijkheden, en anderzijds omdat het om evoluerende diensten gaat, dankzij bijvoorbeeld de mogelijkheid om om de twee jaar de een nieuwe krachtigere computer te krijgen of dankzij het recht van elke abonnee om zijn internetsite drie keer per jaar gedeeltelijk te laten aanpassen, zelfs al gaat het enkel om het basismodel.

De aanbiedingen van Proximedia blijven bovendien verder evolueren om zich aan te passen aan de markt : draagbare computers van het exclusieve merk Toshiba, aanvullende internetdiensten, catalogomodules specifiek voor bepaalde beroepen, bewaring van gegevens online, beveiliging tegen virussen, enz.

De aantrekkingskracht van het « Proximedia »-concept is uiteraard nog reëler voor de economische actoren die nog niet uitgerust zijn.

Een recente studie van het Agence Wallone de Télécommunications, uitgevoerd in 2005, toont aan dat 42% van de Waalse KMO's (5-9 werknemers) een website hebben. Dat percentage daalt tot 19% voor de kleinste ondernemingen (< 5 werknemers).

Die cijfers benaderen deze voor Vlaanderen, met 47% van de KMO's met 5-9 werknemers die een website hebben (cijfers van De Standaard, 9 februari 2005).

De studie van het AWT onthult ook dat 48% van de kleinste Waalse ondernemingen een computersysteem hebben dat geplaagd wordt door spamming. Naast andere veiligheidsproblemen zijn het vooral computervirussen die schade berokkenen, namelijk bij 41% van de kleinste ondernemingen met een computer.

Vandaag heeft Proximedia geen enkele rechtstreekse concurrent in die zin dat geen enkele andere onderneming gelijkaardige globale oplossingen aanreikt, waarmee je over alle nuttige diensten kan beschikken terwijl je toch slechts één enkele leverancier hebt en, desgevallend, slechts één enkele verantwoordelijke.



In de veronderstelling dat er andere concurrenten opduiken, heeft Proximedia een voorsprong van zeven jaar die haar in staat stelde haar knowhow te verfijnen en de behoeften van de kleine en middelgrote ondernemingen zo goed mogelijk te begrijpen.

Wat de concrete doelstellingen op commercieel vlak betreft rekt Proximedia voor enkel het jaar 2006 op de afsluiting van 1.500 nieuwe abonnementen in België, 400 in Nederland en 200 in Frankrijk.

Zolang er bij de economische actoren een behoefte blijft bestaan om te beschikken over krachtig computermateriaal, een toegang tot internet, een website, en verschillende dienstverleningen die onontbeerlijk zijn om ten volle te kunnen profiteren van deze investeringen, is er geen enkele reden om aan te nemen dat de constante groei van Proximedia onderbroken zou kunnen worden, ook al is het voorzichtig te bedenken dat het groeipercentage vermoedelijk niet voortdurend hetzelfde zal kunnen blijven als in de periode van 1998 tot vandaag.

De specifieke troeven waarover Proximedia beschikt om haar groei voort te zetten en haar doelstellingen te behalen, zijn :

- Bijna acht jaar ervaring. De oprichting van Proximedia Belgium gaat immers terug tot 25 juli 1998.
- Een spitstechnologie en krachtige producten.
- 10.614 abonnees op 31 december 2005, bewijs dat het concept tegemoet komt aan een echte vraag.
- Een actieve aanwezigheid in België en Nederland, gekoppeld aan een ontwikkeling in Frankrijk dankzij de geleidelijke oprichting van nieuwe agentschappen.
- Een erkenning in België binnen de economische wereld; daarvan getuigt het feit dat Proximedia finalist was voor de titel van « Entreprise de l'Année 2004 ».
- Een nooit aflatende dynamische commerciële aanpak.

