

1^{er} semestre clos le 30 juin 2024
Croissance de la rentabilité opérationnelle
EBITDA : 22,8 M€, soit 8,6% de marge

En M€	30/06/2024	30/06/2023	Var. (M€)	Var. (%)
CA BtoC	114,2	122,7	(8,5)	-6,9%
CA BtoB	149,9	143,7	6,2	+4,3%
Chiffre d'affaires	264,1	266,4	(2,3)	-0,9%
EBITDA BtoC	9,3	8,0	1,3	+16,1%
EBITDA BtoB	13,5	14,5	(0,9)	-6,5%
EBITDA⁽¹⁾	22,8	22,5	0,3	+1,5%
EBIT⁽¹⁾	19,0	18,4	0,7	+3,6%
Résultat net ajusté⁽²⁾	10,3	4,5	5,7	x2,3
Résultat net part du Groupe	5,6	10,9	(5,3)	-48,0%

Reworld Media (ALREW) annonce ses résultats semestriels clos au 30 juin 2024. Le Groupe enregistre **une progression de son EBITDA¹** de +0,3 M€, atteignant **22,8 M€**, soit une marge de 8,6% (+0,2 point). Cette évolution résulte de la **réduction des coûts industriels du pôle BtoC** et de la **poursuite des investissements stratégiques** du pôle BtoB, ciblant les **leviers à fort potentiel de croissance**, tant en **France** qu'à **l'international**. L'EBIT (résultat d'exploitation) s'établit à 19,0 M€, en hausse de +3,6% (0,7 M€) par rapport au 1^{er} semestre 2023. Le Groupe présente un **résultat net ajusté²**, apportant un éclairage complémentaire sur la **rentabilité croissante** de ses activités.

Leader sur les marchés de l'*adtech* en Europe et des médias thématiques en France, Reworld Media continue d'innover pour accompagner la **digitalisation** et la **croissance** de ses secteurs. Le groupe adapte en permanence ses **offres éditoriales, technologiques et commerciales** afin de capter les dépenses culturelles des ménages et les investissements marketing des annonceurs.

Au cours du semestre, le Groupe a réinvesti les économies générées par l'intégration d'Unify pour **accélérer le développement** des **leviers à fort potentiel de croissance** du pôle BtoB. Il a d'abord poursuivi la **diversification** de ses **offres à la performance**, incluant *LeadsLab* (leads), *Trygr* (retail media, acquise en janvier 2024), *Appiness* (app marketing) et *Grow* (affiliation en « self-service »), qui constituent des relais de croissance à court et moyen terme. Le Groupe a continué également à investir dans les **formats les plus porteurs** sur les **réseaux sociaux**. Reworld Media compte désormais **81,8 millions de followers³** (+5,5% sur 1 an) et plus de **550 millions de vidéos vues** chaque mois (+57% sur 1 an) sur ses médias en France, et plus de **100 000 influenceurs actifs** connectés à sa plateforme internationale *Metapic*.

Chiffre d'affaires consolidé stable malgré un contexte économique incertain

Le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'établit à **264,1 M€**, stable (-0,9%) par rapport au 1^{er} semestre 2023, dans un contexte marqué par des incertitudes macroéconomiques et soutenu par une dynamique positive sur le marché de la communication, portée par les grands rendez-vous sportifs (JO Paris 2024, Euro 2024), peu favorable aux médias thématiques.

¹ EBITDA et EBIT hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

² Résultat net consolidé hors charges liées aux dépréciations d'actions propres, hors dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions et hors impôts différés.

³ Nombre d'abonnés non dédupliqués aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch, données éditeurs.

La **croissance continue du pôle BtoB**, qui enregistre un chiffre d'affaires record de 149,9 M€ (+4,3%) sur le semestre, est principalement tirée par le **développement des activités digitales**, représentant près de 90% des revenus du pôle. Cette croissance s'explique notamment par le **succès de ses offres à la performance** et sur les **réseaux sociaux**. Elle compense en grande partie le recul du chiffre d'affaires du pôle BtoC (114,2 M€, -6,9%), affecté par un environnement de consommation tendu et un effet de base défavorable au 1^{er} trimestre en raison du calendrier de parutions des magazines.

Progression de l'EBITDA⁽¹⁾ et de la rentabilité opérationnelle

L'EBITDA consolidé **progressé de +1,5%** (+0,3 M€), pour atteindre **22,8 M€**, soit une marge de **8,6%**, en **légère hausse** (+0,2 point ; S1 2023 : 8,4%).

Le **pôle BtoB** enregistre un EBITDA⁽¹⁾ de **13,5 M€**, en recul de -6,5% (-0,9 M€) par rapport au 1^{er} semestre 2023. Sa **marge d'EBITDA** s'établit à **9,0%**, en baisse de 1,0 point (S1 2023 : 10,1%) en raison d'une augmentation **maîtrisée** des charges d'exploitation de l'ordre de 5,5%. Cette diminution de l'EBITDA⁽¹⁾ BtoB s'explique par une légère augmentation de la **part des offres à la performance dans le mix produit**, ayant un effet dilutif sur la marge, ainsi que par les **investissements** réalisés dans les **leviers à fort potentiel de croissance**.

Cette baisse de l'EBITDA⁽¹⁾ BtoB est **plus que compensée** par l'amélioration de l'EBITDA⁽¹⁾ du **pôle BtoC**, qui atteint **9,3 M€**, en hausse de **+16,1%** (+1,3 M€) par rapport au 1^{er} semestre 2023. La **marge d'EBITDA** de ce pôle atteint **8,1%** (S1 2023 : 6,5%), en hausse de 1,6 point, grâce à une réduction de 8,5% des charges d'exploitation, notamment due à une **baisse significative des coûts industriels** (énergie, papier).

L'EBIT⁽¹⁾ (résultat d'exploitation) consolidé du groupe s'élève à **19,0 M€** au 1^{er} semestre 2024, en **hausse de 3,6%** (0,7 M€), soit une **marge de 7,2%** (S1 2023 : 6,9%).

Forte progression du résultat net ajusté

Le **résultat financier⁴ s'améliore à -3,9 M€** (S1 2023 : -4,7 M€) tandis que le **résultat exceptionnel⁵ progresse** également, atteignant **-3,2 M€** (S1 2023 : -8,4 M€). Il en découle un **résultat net ajusté² de 10,3 M€, multiplié par 2,3** par rapport au 1^{er} semestre 2023 (S1 2023 : 4,5 M€).

Le **résultat net consolidé** s'établit à **6,2 M€**, en recul de 6,1 M€ (S1 2023 : 12,3 M€), en raison d'une charge de dépréciation d'actions propres de -3,3 M€, ainsi que d'un effet de base lié aux amortissements des écarts d'acquisition (+3,5 M€) et à l'activation d'impôts différés (+4,3 M€) au 1^{er} semestre 2023. Enfin, le **résultat net consolidé part du Groupe** ressort à **5,6 M€** (S1 2023 : 10,9 M€).

Situation financière saine

Au 30 juin 2024, le Groupe affiche une situation financière solide avec **222,0 M€** de fonds propres (31/12/2023 : 218,9 M€) et une **trésorerie active** de **80,6 M€** (31/12/2023 : 97,7 M€). Sur le semestre, le **flux de trésorerie d'exploitation progresse** fortement à **18,1 M€** (S1 2023 : 11,7 M€), représentant près de 80% de l'EBITDA, tandis que le flux de trésorerie disponible s'élève à 6,4 M€ (S1 2023 : -3,7 M€).

Le groupe poursuit son **désendettement**. Au 30 juin 2024, la **dette financière** brute s'établit à **193,2 M€** (31/12/2023 : 205,8 M€) et la **dette nette** atteint 112,6 M€ (31/12/2023 : 108,1 M€), soit un ratio d'endettement net de **1,9x l'EBITDA** des 12 derniers mois.

« Les résultats du semestre confirment la pertinence de nos choix stratégiques, alliant rigueur opérationnelle dans le pôle BtoC et investissements ciblés dans les leviers de croissance du pôle BtoB. En effet, deux effets distincts marquent cette période. Tout d'abord, l'amélioration observée fin 2023 sur le prix de l'énergie et du papier s'est confirmée. De meilleures conditions d'achat au sein du pôle BtoC, associées à un pilotage très fin de l'activité magazine, ont permis de redresser sensiblement la rentabilité de ce pôle en quelques mois. Parallèlement, le Groupe a augmenté ses dépenses, tant en France qu'à l'international, pour développer le pôle BtoB. Nous avons, entre autres, créé un département dédié aux réseaux sociaux, qui compte aujourd'hui plus de 80 collaborateurs et affiche de forts taux de croissance ces derniers

⁴ Résultat financier hors charges liées aux dépréciations d'actions propres et y compris frais d'emprunts à étaler.

⁵ Résultat exceptionnel y compris charges liées aux plans d'actions gratuites.

mois. Ce semestre, nous avons également pris l'initiative de présenter un résultat net ajusté dans un souci de transparence et de lisibilité accrues des comptes du Groupe. Cela permet de fournir un éclairage positif et une analyse encourageante de la rentabilité à plus long terme de nos activités consolidées. » - **Laetitia Quet, Directrice administrative et financière.**

« Reworld Media se positionne plus que jamais en amont de ses marchés. Le Groupe enregistre un chiffre d'affaires record dans le BtoB pour un 1^{er} semestre, porté par le succès de ses offres à la performance et à une forte traction sur les réseaux sociaux. Nous déployons les bonnes offres sur les bons marchés, là où nous identifions des opportunités de croissance significatives. Bien que le social média et les nouveaux leviers à la performance représentent encore une part modeste à l'échelle du Groupe, ils s'imposent déjà comme les moteurs principaux de notre croissance future. Reworld Media continue également à valoriser ses actifs et à développer ses marques média emblématiques, tout en œuvrant à améliorer constamment la qualité éditoriale. Nos équipes peuvent être fières d'avoir fait du Groupe le numéro 1 du social média en France. Le Groupe reste fidèle à la culture entrepreneuriale qui a fait son succès, tout en se donnant les moyens d'innover et de rester agile. » - **Gautier Normand, Directeur général.**

Les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2024 sont disponibles sur le site du Groupe, rubrique « Publications ». Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées et le rapport d'audit relatif à la certification des comptes consolidés a été émis. Agenda : publication du chiffre d'affaires du 3^e trimestre 2024 le 20 novembre 2024.

Pour rejoindre le Club Actionnaires de Reworld Media et bénéficier de ses avantages c'est ici !

A propos de Reworld Media : Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BTOC et BTOB.

- Le marché BTOC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.
- Le marché BTOB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le groupe a à son actif 81 marques médias (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.), multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements), génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques et il intègre sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 549 M€ en 2023, est présent dans 14 pays et compte 1 388 collaborateurs.

Euronext Growth Paris - ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - www.reworldmedia.com

Contacts - investisseurs@reworldmedia.com / Ségolène de St Martin, 33-(0)6 16 40 90 73, sdestmartin@p-c-e.fr

