

REWORLD MEDIA

Société Anonyme au capital
16, rue du Dôme – 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT
R.C.S. NANTERRE 439 546 011

RAPPORT D'ACTIVITE SEMESTRIEL COMPTES CONSOLIDES SEMESTRIELS AU 30 JUIN 2015

REWORLD MEDIA, Groupe de Médias, connaît ses lecteurs et leur parle des contenus qui les intéressent sur les supports qu'ils utilisent.

Aussi, le Groupe a la conviction qu'en contextualisant les médias grâce à la data, les médias deviennent des déclencheurs d'achat chez les lecteurs-consommateurs au bénéfice des annonceurs, clients de REWORLD. Les consommateurs actuels imposent qu'il y ait une complémentarité entre médias online et offline.

Alors qu'aujourd'hui, l'écosystème parle en « Visiteurs Uniques » et puissance, le Groupe a l'ambition d'aller au-delà des simples enjeux de puissance et d'emmener la sphère vers une rémunération à la performance premium. REWORLD MEDIA permet ainsi aux annonceurs de répondre aux deux enjeux principaux : créer une marque forte et gagner en performance commerciale. Il s'agit pour les annonceurs de capitaliser sur l'ensemble des supports d'information « on line » et « off line » pour développer l'affinité avec leurs cibles tout en assurant l'institutionnalité de leurs marques.

L'approche de REWORLD MEDIA consiste à créer un « nouveau media ». Organisé de façon transversale avec une seule rédaction (print + web) et une régie globale (bases des données, opérations spéciales, applications mobiles, etc.), REWORLD MEDIA orchestre l'ensemble des supports media dans des dispositifs répondant à une logique de ciblage et de suivi de l'information à forte valeur ajoutée. REWORLD MEDIA a l'expertise media et technique pour délivrer des messages qualifiés à un même individu, sur plusieurs supports et en mouvement. Le Groupe informe et développe ainsi l'affinité avec son lecteur au bénéfice de chacun, consommateurs et marques annonceurs.

- Situation et évolution de l'activité du Groupe

Reworld Media publie au 30 juin 2015 un chiffre d'affaires en forte croissance (+94%) et des résultats en progression significative avec un résultat d'exploitation positif et un bénéfice net de 817 000 €. Le groupe a réorganisé et intégré avec succès les marques média acquises auprès de Lagardère au 2^{ème} semestre 2014 (Be, Le Journal de La Maison, Maison&Travaux, Campagne Décoration, Auto Moto, Pariscope...) et, il a continué à développer l'ensemble de ses marques, en France et à l'international, au travers de déploiements dans le digital et dans le hors media.

Reworld Media a par ailleurs réalisé un investissement particulièrement stratégique sur le semestre en devenant le principal actionnaire de Tradedoubler, un des acteurs majeurs du marketing digital à la

performance en Europe et qui est coté à Stockholm. C'est un premier pas pour Reworld Media sur le marché du marketing à la « Performance », un marché fortement plébiscité par les annonceurs. Celui-ci répond aux objectifs de vente des annonceurs et est parfaitement complémentaire au réseau « Premium » de Reworld Media qui lui répond aux objectifs de notoriété et d'image des annonceurs.

Parmi les nouveaux développements au sein des marques, Reworld Media a notamment procédé au lancement des nouvelles formules des magazines Auto Moto, Mon Jardin & ma Maison, Maison&Travaux et du Journal de La Maison, à la 2^{ème} édition du Salon Maison&Travaux, à la 3^{ème} édition de l'Escabeau, concept store de marie france... Reworld Media a également renforcé son studio de production vidéo et le groupe a développé une activité de « content publishing » dont le chiffre d'affaires potentiel est conséquent puisqu'il est propriétaire de ses contenus.

L'audience de Reworld Media compte plus de 60 millions de points de contacts mensuels (visiteurs uniques sur ses sites, abonnés newsletter, téléchargements mobiles, télévision, vidéos, lectorat des magazines, Fans Facebook...) et le groupe dispose d'une base de 9 millions d'adresses e-mail ultra qualifiées, soit l'une des plus importantes bases de contacts agrégées par un acteur média.

A l'international, l'Asie du sud-est reste la zone prioritaire. Le site mariefranceasia.com s'inscrit parmi les sites féminins référents et le groupe y a établi sur le semestre la marque Be.

En forte croissance, Reworld Media a poursuivi son développement sur le premier semestre 2015 tout en menant une croissance rentable, tel que cela se traduit dans ses résultats financiers du semestre.

- Evénements intervenus au cours du premier semestre

Janvier 2015 : lancement de **Be à l'international** avec la mise en ligne d'*Asia.be.com* pour l'Asie du sud-est en version anglaise.

Lancement de la **nouvelle formule du magazine Auto Moto**, première marque média automobile

Février 2015 : Maison & Travaux, en partenariat avec GrDF (Gaz réseau Distribution France) a lancé le premier «**Prix Maison & Travaux de la Rénovation**». Ce concours intégrait un projet éditorial qui s'est décliné via un dispositif de brand content multicanal.

Mars 2015 : Reworld Media a acquis **19,1% du capital de Tradedoubler**, acteur majeur du marketing digital à la performance en Europe, auprès de Monterro et est ainsi devenu son principal actionnaire. Cette opération permet à Reworld Media de prendre une première position stratégique sur le marché à fort potentiel du marketing à la « Performance ». Le réseau à la « Performance » de Tradedoubler est un relais de croissance complémentaire au réseau « Premium » de Reworld Media.

En mars également et, à la suite des lancements digitaux réalisés fin 2014, Reworld Media a lancé les **nouvelles formules des magazines Mon Jardin & ma Maison, Maison&Travaux et Le Journal de La Maison.**

Avril 2015 – Reworld Media a réalisé des **levées de fonds pour un montant global de 10 M€** comprenant : deux augmentations de capital à hauteur de 6,5 M€ au prix de 1,85 € / action (augmentation de capital de 1,5 M€ via un placement privé et augmentation de capital de 5 M€ par compensation de compte courant) et, un emprunt obligataire d'un montant de 3,5 M€ (durée de 3 ans, chaque obligation convertible donnant droit à souscrire à une action nouvelle au prix unitaire de 1,85 €)

Mai 2015 -

Organisation pour la 9ème année consécutive des **Trophées des Femmes de l'Année de la Distribution** par Vie Pratique Féminin. Ces trophées ont récompensé les parcours remarquables de femmes qui évoluent professionnellement dans le secteur de la distribution.

Juin 2015 - 2ème édition du Salon Maison&Travaux qui a réuni 33 000 visiteurs à Paris Expo Porte de Versailles : un grand succès avec plus de 140 professionnels exposants et une hausse de 28% nombre de visiteurs par rapport à l'année précédente.

Ouverture de la **3ème édition de l'Escabeau by marie france**, concept store (boutique éphémère) qui accueille les points de vente éphémères de créateurs sélectionnés par la rédaction de marie france. Ouverture à Saint Tropez du 1er juin au 5 octobre 2015.

- Evénements postérieurs à la clôture du premier semestre

Juillet – Passage en mode de **cotation continu des actions Reworld Media** cotées sur Alternext Paris. Les 27 850 963 actions composant le capital social du groupe ont été transférées du groupe de cotation EA (placement privé, simple fixing) au groupe de cotation EI (placement privé, continu) en date du 13 juillet.

Reworld Media a confié à Aurel BGC la mise en œuvre d'un contrat de liquidité.

Septembre 2015 – La marque **Be a tenu le 24 septembre 2015 « Be a boss »**, le 1er forum pour toutes les femmes tentées par la création d'entreprise ou porteuses d'un projet, qui a réuni un grand nombre d'entrepreneures et de professionnels de l'accompagnement de startups sur le campus Microsoft.

- Présentation des comptes semestriels (document joint)

Nous vous invitons à prendre connaissance des comptes audités joint.

Le Conseil d'Administration