



Le 29 mars 2017

EBITDA de 4,4 M€, multiplié par 4 sur l'exercice 2016
Forte hausse de la rentabilité des 2 activités, Branding & Performance

Audité, en M€	31/12/16	31/12/15	Evolution
Chiffre d'affaires consolidé	174,1	60,2	x 3
EBITDA consolidé	4,4	1,1	x 4
Dont EBITDA Media Branding ⁽⁴⁾	2,7	1,1	
EBITDA Media Performance ⁽⁵⁾	1,6	-	
Résultat d'exploitation	1,1	0,1	x 11

Reworld Media (ALREW) annonce une très forte progression de sa rentabilité opérationnelle sur l'exercice 2016, supérieure aux perspectives annoncées (+30%). Le développement digital des marques media permet à l'activité « Media Branding » (périmètre historique du groupe) de multiplier son EBITDA par 2,5 en 2016. L'activité « Media Performance » (Tradedoubler) renoue quant à elle significativement avec la rentabilité après seulement 10 mois d'intégration. Reworld Media poursuit sa dynamique de croissance profitable renforcée par ces performances et un double positionnement « Branding »/« Performance » unique et stratégique sur le marché de la publicité digitale.

Un chiffre d'affaires annuel pro-forma qui atteint 201 M€ avec une croissance organique de 30% dans le digital

Reworld Media affiche un chiffre d'affaires annuel pro-forma de 201 M€ et, un chiffre d'affaires annuel consolidé de 174 M€ au 31 décembre 2016⁽¹⁾ à comparer aux 60,2 M€ réalisés sur 2015.

L'activité « Media Branding » affiche une croissance organique de 30% dans le digital sur l'exercice, qui vient compenser dans une même proportion le recul structurel du « print ». Cette progression s'appuie sur une forte hausse de l'audience digitale des marques media (74 M de pages vues mensuelles versus 29 M à fin 2015) et sur leur leadership avec notamment Auto Moto au top 3 des sites automobile en France, Maison&Travaux au top 5 des sites de rénovation/bricolage, Vie Pratique Féminin au top 10 des sites féminins, marie france devenue n°1 des sites féminins à Singapour,...

Récemment intégrée et profondément réorganisée, l'activité « Media Performance » (Tradedoubler) s'est concentrée sur la commercialisation de produits à plus forte marge et a lancé avec succès une offre de « targeting/retargeting » en grande Bretagne ainsi qu'en Allemagne. **Dans une nouvelle dynamique, l'activité ressort en croissance de 16% entre les 3^{ème} et 4^{ème} trimestres 2016 et, son taux de marge brute progresse de 1,3 point en 2016 par rapport à 2015.**

Conformément aux objectifs annoncés l'année dernière, Reworld Media réalise la majeure partie de son **chiffre d'affaires consolidé dans le digital : 71% et, à l'international : 56%.**

Un EBITDA⁽²⁾ de 4,4 M€ - Rentabilité opérationnelle dans les 2 activités Branding & Performance

Reworld Media enregistre un EBITDA de 4,4 M€ au 31 décembre 2016, multiplié par 4 comparativement à 1,1 M€ sur l'exercice précédent. Cette performance a été atteinte grâce à :

- La très forte progression de la rentabilité sur son périmètre historique « Media branding » dont l'EBITDA passe de 1,1 M€ en 2015 à 2,7 M€ en 2016,
- L'efficacité des restructurations menées au sein de l'activité « Media Performance » (5,6 M€ d'économies de coûts fixes), associée à une hausse de la marge brute et à une reprise de la croissance en fin d'exercice, l'ensemble générant 1,6 M€ d'EBITDA.

Le résultat d'exploitation du groupe est ainsi multiplié par 11 pour atteindre 1,1 M€ au 31 décembre 2016. Le groupe enregistre par ailleurs un résultat exceptionnel de -6,4 M€ comprenant 4,2 M€ de charges de restructuration chez Tradedoubler et 2,2 M€ de coûts exceptionnels sur son périmètre historique principalement liés à l'arrêt du magazine Pariscope et à la finalisation des coûts de restructuration.

Au bilan, Reworld Media affiche une situation financière saine avec des capitaux propres de 10,3 M€⁽³⁾ au 31 décembre 2016 et une trésorerie de 28,6 M€. L'endettement financier s'établit à 27,9 M€.

Gautier Normand, Directeur Général de Reworld Media, indique : « Ces résultats annuels montrent une nouvelle fois le savoir-faire du groupe dans le redressement d'activités en perte et nous confortent à nouveau dans la stratégie menée depuis 3 ans. Nous avons réalisé d'importants investissements dans le digital au profit de nos marques média qui génèrent depuis plus d'un an de la croissance rentable. Cette activité de Media Branding, en plein développement, associée à une activité Media Performance, désormais assainie, démultiplie le potentiel du groupe ».

Un solide potentiel de développement sur le marché de la publicité digitale en croissance

Pascal Chevalier, Président, précise : « Dans sa dimension actuelle, fortement internationalisé, avec plus de 500 collaborateurs et plus de 70% d'activités digitales, Reworld Media prend un nouveau tournant dans son développement. Notre offre est parfaitement en ligne avec l'évolution du marché ; Branding et Performance répondent au quotidien aux problématiques d'allocation d'investissement des annonceurs qui doivent à la fois développer leur image et leurs ventes. Reworld Media a un positionnement unique et extrêmement porteur sur ces marchés ».

Reworld Media poursuit sa stratégie sur l'exercice 2017 donnant toujours priorité à la croissance de ses activités digitales et à l'amélioration de la rentabilité. Le groupe reste en veille sur les opportunités de croissance externe et, selon l'aboutissement du projet de fusion avec Sporever annoncé le 14 mars dernier, il pourrait par ailleurs se renforcer à court terme dans deux univers clés que sont le sport et la production audiovisuelle.

Le rapport financier annuel de Reworld Media est disponible sur le site www.reworldmedia.com.

⁽¹⁾ Consolidation de Tradedoubler au 1er mars 2016

⁽⁴⁾ Correspond au périmètre historique hors Tradedoubler

⁽²⁾ Résultat d'exploitation avant dotation et reprise aux amortissements et provisions

⁽⁵⁾ Correspond à Tradedoubler (consolidé au 1er mars 2016)

⁽³⁾ Capitaux propres part du groupe et autres fonds propres

À propos de Reworld Media :

REORLD MEDIA est un groupe digital international leader sur ses activités grâce à un réseau propriétaire d'une douzaine de marques média fortes dans leurs segments B2C (Marie France, Be, Le Journal de la Maison, Maison&Travaux, Gourmand, Auto Moto, Télé Magazine...) et sur un réseau de médias à la performance internationaux comprenant plus de 180 000 sites partenaires. Le groupe est unique dans sa capacité à proposer aux annonceurs, notamment mondiaux, une offre globale associant « Media Branding » (dispositifs médias sur tous les leviers: digitaux, print, event...) et « Media Performance » (campagnes à la performance). Le groupe est présent dans 11 pays et compte 541 collaborateurs.

Alternext Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - www.reworldmedia.com



Contact presse :

Ségolène de St Martin, Presse&Com Ecofi
Tél : 06 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr

Contacts investisseurs :

Reworld Media : investisseurs@reworldmedia.com
Inbound Capital : Frédéric Portier, fportier@inbound.capital

COMMUNIQUE DE PRESSE