

Le 13 avril 2015



Forte croissance et succès de la stratégie sur 2014

Un chiffre d'affaires consolidé en croissance de 147%

Au 31 décembre 2014, Reworld Media a réalisé un chiffre d'affaires consolidé* de 47,7 M€, soit 2,5 fois supérieur à celui de l'exercice précédent (19,3 M€). En forte croissance, Reworld Media comptait à fin 2014 près d'une quinzaine de marques médias propriétaires avec l'intégration des marques acquises en juillet auprès de Lagardère Active (Be, Maison&Travaux, Le Journal de La Maison, Campagne Décoration, Mon Jardin & ma maison, Auto Moto, Pariscope).

Conformément à la stratégie du groupe, les revenus issus des supports digitaux et du hors média sont en forte croissance et en ligne avec les objectifs.

En pro forma, le chiffre d'affaires annuel du groupe ressort à 66,1 M€.**

Reworld Media développe ses marques via une stratégie de diversification qui leur procure une **présence globale, on line/off line**. Elles ont connu de nombreux déploiements durant l'exercice, parmi lesquels :

- **Dans le digital**, ont été lancés les sites **Telemagazine.fr**, **Lejournaldelamaison.fr**, **Maison-travaux.fr**, **Monjardinmamaison.fr**, **Auto-moto.com**, ainsi que leurs **newsletters** et **applications mobiles**, ...

- **En e-commerce**, le groupe a réalisé l'acquisition d'**Eat your box** (avril) et a lancé quatre abonnements mensuels proposant « les meilleurs produits sélectionnés par la rédaction » : **le mfBag**, **le coffret Gourmand**, **la Box des Bees** et **la jlmbox Déco**.

- **En hors media**, le concept store éphémère **L'Escabeau by marie france** a ouvert en décembre à Paris après un premier succès à Saint Tropez durant l'été. Parmi les événements, le groupe a également mené **Le Talk Auto Moto Faurecia** lors du Mondial de l'Automobile, il a lancé le **Prix de la Rénovation Maison&Travaux avec GrDF**, reconduit le **Salon Maison&Travaux** (Porte de Versailles, du 29-05 au 1-06 2015),...

- **A l'international**, **mariefranceasia.com** progresse avec succès en Asie du sud-est et devient le 3^{ème} site féminin haut de gamme de la zone, **Gourmandasia.com** et **Beasia.com** ont été lancés en novembre 2014 et connaissent également une forte courbe de croissance. Le groupe s'est principalement consacré à la zone Asie durant l'exercice et a **renforcé sa filiale singapourienne** qui compte désormais 15 collaborateurs.

* Consolidation des marques acquises auprès de Lagardère Active à partir du 10-07-14 et de l'activité d'Eat Your Box à partir du 24-04-14

** Intègre l'activité des marques Lagardère Active et d'Eat Your Box sur 12 mois

Avec ces développements, Reworld Media agrège un volume croissant de data qualifiées dans les univers de la **mode, la beauté, la cuisine, l'art de vivre et les loisirs**. Le groupe génère **plus de 55 millions de points de contacts mensuels avec ses communautés** (lectorat, VU des sites, abonnés aux newsletters, téléchargements d'appli. mobile...) et dispose d'une base de **plus de 10 millions d'adresses mail qualifiées** qui lui permettent de proposer aux annonceurs des dispositifs médias et des opérations spéciales de brand content à forte valeur ajoutée.

Résultats 2014

En 2014, la performance financière du groupe reflète la consolidation des nouvelles marques intégrées sur l'exercice et qui sont en cours de redéploiement. Le résultat d'exploitation de Reworld Media s'établit à -2,8 M€ au 31 décembre 2014 à comparer à -1,2 M€ au 31 décembre 2013. Après impact de charges exceptionnelles significatives (-6,8 M€) principalement liées aux coûts de restructuration et, la reprise des écarts d'acquisition négatifs (+4,5 M€), le résultat net part du groupe ressort à - 5,1 M€ à comparer à une perte de 2,3 M€ au 31 décembre 2013.

Ces résultats sont en ligne avec la stratégie du groupe qui requiert d'une part, d'importants investissements et, d'autre part, le repositionnement des marques récemment acquises sur un nouveau modèle économique.

Sur le périmètre historique du groupe (Emailing Network acquis en 2012 ainsi que marie france et PGP acquis en 2013), la stratégie mise en place porte ses fruits dans la mesure où ce périmètre a renoué avec la rentabilité.

Reworld Media dispose d'une trésorerie nette de 12,6 M€ au 31 décembre 2014 lui permettant de maintenir sa stratégie de développement des marques en fonds propres.

Gautier Normand, Directeur Général de Reworld Media, indique : *«Le groupe a réalisé une acquisition majeure sur l'exercice et a su l'intégrer avec efficacité. Nous avons beaucoup investi dans les programmes de diversification de nos marques et allons continuer en mettant encore plus l'accent sur l'international. Notre groupe se construit depuis 2 ans avec l'ambition de devenir un acteur de taille critique sur le marché des médias et du digital. Les performances sur le périmètre historique sont prometteuses et nous confortent dans la poursuite de notre stratégie. La prise de participation au capital de Tradedoubler le mois dernier est de plus un atout majeur pour poursuivre notre croissance et adresser la totalité du marché digital».*

Poursuite de la croissance et accélération à l'international

En 2015, le développement du groupe va principalement s'appuyer sur :

- En France, la poursuite du développement des marques sur le digital et en hors media
- A l'international, la poursuite du déploiement des marques sur les **zones à fort potentiel que sont l'Asie du sud-est et l'Amérique Latine** (lancement d'Auto Moto et du pôle décoration en Asie, lancements de marie france, Gourmand et Be au Brésil, ...).

À propos de Reworld Media

Reworld Media est un groupe media multicanal international générateur de relations entre les consommateurs et les marques à travers un process éditorial novateur. Le groupe est propriétaire de près d'une quinzaine de marques médias dans les univers de la mode, la beauté, la cuisine, le « lifestyle », et « l'entertainment » (marie france, Be, Auto Moto, TELEMAGAZINE, Maison & Travaux, Le Journal de La Maison, Vie Pratique Féminin, Gourmand, Papilles,

COMMUNIQUE DE PRESSE

Pariscopes...). Il développe ces marques par l'association de leurs supports historiques aux supports digitaux -site web, newsletters, applications mobiles, réseaux sociaux- et au hors media (e-commerce, événement...). Fort de plus de 55 millions de points de contacts mensuels avec leurs différentes communautés (lectorat, VU des sites, abonnés aux newsletters, téléchargements d'appli. mobile...), Reworld Media offre des dispositifs médias et des opérations de « Brand content » à forte valeur ajoutée pour les annonceurs. Fondé 2012, le groupe compte 230 collaborateurs et opère en Europe –France, Espagne, Angleterre, Belgique, Italie- ainsi qu'en Asie.

Alternext Paris, ALREW
Code ISIN : FR0010820274

www.reworldmedia.com



Contact presse :

Ségolène de Saint Martin, PCE

Tél : 01 47 22 63 66 – 06 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr

Contact investisseurs : investisseurs@reworldmedia.com