



Le 14 mars 2018

Très forte croissance des résultats annuels 2017

EBITDA de 7,5 M€ : +72 %

Audité, en M€	31/12/17	31/12/16	Evolution
Chiffre d'affaires consolidé	185,6	174,1	+ 7%
EBITDA consolidé	7,5	4,4	+ 72%
Dont EBITDA Media Branding ⁽¹⁾	5,2	2,7	+ 92%
EBITDA Media Performance ⁽²⁾	2,3	1,6	+ 38%
Résultat d'exploitation	3,9	1,1	x 3,4
Résultat net	1,8	-6,6	

Reworld Media (ALREW) annonce des résultats en forte progression au 31 décembre 2017 avec un EBITDA consolidé de 7,5 M€ en hausse de 72%, plus d'un triplement du résultat d'exploitation et près de 2 M€ de bénéfices. Les activités digitales du Media Branding affichent 20% de rentabilité confirmant la stratégie et le succès des activités historiques du groupe. Fort d'un positionnement Branding & Performance stratégique sur son marché, Reworld Media se développe avec une approche avant tout digitale, novatrice et internationale.

Forte croissance dans la transition digitale des actifs media

Reworld Media publie un chiffre d'affaires consolidé de 185,6 M€ au 31 décembre 2017, réalisé pour près des trois quarts dans le digital, en parfaite cohérence avec la stratégie du groupe. Le chiffre d'affaires consolidé est en croissance de 7%, comprenant une **forte accélération de la croissance dans les activités digitales du Media Branding : +57%** (vs +27% en 2016). Cette évolution compense largement le recul structurel du print (-4%) dont la surperformance reste notable sur un marché de la presse en décroissance.

- **L'activité historique de Media Branding⁽¹⁾ progresse au global de 6%** (CA 2017 : 63,8 M€) et profite d'un doublement de son audience digitale, celle-ci atteignant 28 M de visiteurs uniques en décembre 2017.

Les 11 marques media premium du groupe ont continué leur forte croissance dans le digital, poursuivi leur diversification -principalement dans le domaine de l'Event (lancement des Awards de l'Innovation Maison&Travaux, du Grand Prix du Bien-Etre marie france,...)- et elles ont consolidé leurs positions dans le print : Auto Moto meilleure progression print du marché confirmant son leadership des mensuels automobiles, marie france au Top 3 des meilleures tendances (DFP), pôle déco (Maison&Travaux, Mon Jardin & ma Maison...) n°2 en diffusion payée dans son univers de concurrence⁽³⁾.

L'activité Media Branding a profité par ailleurs de la **fusion-absorption de Sporever**, celle-ci lui permettant de se développer dans l'univers clé du Sport via l'intégration de la marque Media365 et, de profiter d'une expertise additionnelle en production audiovisuelle.

- **L'activité Media Performance⁽²⁾** (Tradedoubler, consolidé sur 12 mois vs 10 mois en 2016) est pour sa part en croissance de 7% (CA 2017 : 121,7 M€). Récemment réorganisée, cette activité s'est principalement concentrée sur sa rentabilité et sur l'efficacité de son offre. Fortes de technologies propriétaires référentes et d'un réseau de 180 000 Publishers, ses équipes ont créé de nouvelles solutions packagées pour les annonceurs afin de répondre avec le plus d'affinité à leurs besoins en affiliation, en gestion de leurs programmes marketing digitaux, en ciblage et en retargeting. L'activité Media Performance s'est de plus renforcée dans le domaine des recommandations produits par les influenceurs via l'acquisition durant l'été de la plateforme Metapic.

Reworld Media a également lancé sur l'exercice **atelier.b**, son entité de production vidéo, le format vidéo devenant le contenu le plus consommé et le plus impactant sur tous les canaux de diffusion. Plus de 5 000 vidéos par an sont réalisées au sein du groupe pour le compte de ses medias, des annonceurs et des marques. Reworld Media est **n°4 des éditeurs français sur les inventaires vidéo en ligne⁽⁴⁾**.

Avec une présence dans 11 pays à l'international, Reworld Media a réalisé **56% de son chiffre d'affaires annuel hors de France**.

Nette hausse de la rentabilité portée par les développements digitaux

Reworld Media publie un EBITDA⁽⁵⁾ consolidé de 7,5 M€, en hausse de 72% par rapport à l'exercice précédent sous l'effet :

- **d'une augmentation de 92% de l'EBITDA Media Branding à 5,2 M€**. Le digital contribue à hauteur de 3,2 M€, soit **taux de rentabilité qui atteint 20%**, tandis que la contribution du print à l'EBITDA est stable malgré le recul de son chiffre d'affaires.

- **d'une hausse de 38% de l'EBITDA Media Performance qui atteint 2,3 M€** et génère un taux de marge brute de plus de 22%.

En très forte progression (x 3,4), le résultat d'exploitation du groupe s'élève à 3,9 M€ au 31 décembre 2017 à comparer à 1,1 M€ sur l'exercice précédent.

Le groupe enregistre un résultat exceptionnel de -2,1 M€, principalement lié aux restructurations chez Tradedoubler et au déménagement des équipes en France.

Le résultat net ressort à 1,8 M€, en très fort rebond après une perte nette de -6,6 M€ en 2016.

Au bilan, Reworld Media affiche 19,9 M€ de fond propres⁽⁶⁾ au 31 décembre 2017 comparativement à 10,3 M€ à fin 2016. La trésorerie s'établit à 16,1 M€ et l'endettement financier est de 24,3 M€.

Gautier Normand, cofondateur et Directeur général de Reworld Media, indique : « *Reworld Media remplit ses enjeux stratégiques. Nos marques media ont développé leurs positions dans leurs univers respectifs, leur activité digitale a généré une croissance forte associée à un niveau de rentabilité très significatif et, le Media Performance a optimisé son offre tout en atteignant un premier seuil de rentabilité. Notre groupe affiche des résultats en progression pour une troisième année consécutive, ce qui est plutôt rare sur notre marché et montre bien la validité de notre modèle. La situation opérationnelle et financière du groupe est solide, extrêmement encourageante pour l'avenir.* »

Croissance et rentabilité à nouveau en perspective pour 2018

Reworld Media s'est hissé en 5 ans parmi les grands acteurs des médias digitaux et a notamment été classé 24^{ème} parmi les 500 acteurs les plus dynamiques de l'écosystème numérique français par Frenchweb en avril dernier ; le groupe a été retenu au classement Forbes Futur40 en juillet, puis élu en fin d'année parmi les 50 lauréats au Palmarès national Deloitte In Extenso Technology Fast 50.

Sur le nouvel exercice en cours, Reworld Media entend poursuivre sa forte croissance dans le digital et développer les synergies entre ses activités.

La production de contenus et la monétisation des actifs digitaux sont deux piliers en forte évolution sur le marché. Avec une stratégie opportuniste au regard des GAFAs, le groupe s'est renforcé dans la monétisation programmatique en choisissant d'intégrer la **solution DoubleClick** de Google qui offre de nombreux avantages technologiques et commerciaux. Il vient par ailleurs de lancer ces derniers jours **Content Squad**, son entité de production de contenus rédactionnels et vidéos intervenant dans plus de 20 thématiques pour le compte de tout type d'acteurs selon leurs stratégies de contenus BtoC et BtoB.

Pascal Chevalier, cofondateur et Président, conclut : «*Notre positionnement Branding & Performance est stratégique pour les annonceurs ; elle leur permet d'amplifier leur visibilité face à la pléthore d'offres sur le web ainsi que leurs revenus. Nous les accompagnons dans leurs investissements médias en leur apportant une expertise très large et une solution globale qui se distingue. Les nouvelles réglementations européennes sur la protection des données attendues au printemps ne sont pas un frein, elles sont tout à fait légitimes et le groupe y est préparé* ».

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

- (1) *Media branding : activité des marques media du Groupe, hors Tradedoubler, incluant les activités de Sporever consolidée à compter du 1er juin 2017*
- (2) *Media Performance : Tradedoubler, consolidé depuis le 1^{er} mars 2016*
- (3) *Source Médiamétrie Nielsen et OJD*
- (4) *Source interne - 100 M de vidéos vues en décembre 2017, x10 vs 2016*
- (5) *Résultat d'exploitation avant dotation et reprise aux amortissements et provisions*
- (6) *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 de 11 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 489 collaborateurs.

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



Contact media - PCE

Sécolène de St Martin, 06 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr
Paul-Marie Grosse – 06 59 97 16 48 – pmgrosse@p-c-e.fr

Contacts investisseurs :

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