

## Résultats annuels 2019

### Reworld Media réalise 40,4M€ d'EBITDA Proforma

### Un exercice 2019 illustrant le succès de l'intégration de Mondadori France

Comptes consolidés <sup>1</sup> , audités, en M€	31-12-19	31-12-18	Evolution
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>294,4</b>	<b>177,5</b>	<b>x 1,7</b>
<b>EBITDA</b>	<b>29,6</b>	<b>11,1</b>	<b>x 2,7</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>25,5</b>	<b>8,0</b>	<b>x 3,2</b>
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>25,4</b>	<b>6,9</b>	<b>x 3,7</b>

REWORLD MEDIA (ALREW) annonce un chiffre d'affaires proforma de 462,2 M€ et 40,4 M€ d'Ebitda proforma<sup>2</sup> au 31 décembre 2019.

Le groupe publie par ailleurs des comptes consolidés en forte progression au 31 décembre 2019 avec un chiffre d'affaires de près de 295 M€ et une marge d'EBITDA de 10%. L'acquisition de Mondadori France a marqué un changement de dimension majeur sur l'exercice, le groupe devenant le leader des médias thématiques en France. L'activité du groupe a été la plus favorable au 2<sup>nd</sup> semestre avec un rebond des performances sur le périmètre historique, après plusieurs mois consacrés en partie à l'acquisition, et de premiers progrès au sein des nouvelles marques média intégrées. Finalisant avec succès l'intégration de ces nouveaux actifs, Reworld Media poursuit son développement avec confiance, fort d'être propriétaire de ses contenus et de ses audiences.

### Hausse significative du chiffre d'affaires consolidé et de la rentabilité

Reworld Media affiche un chiffre d'affaires consolidé de 294,4 M€ au 31 décembre 2019, en croissance de 66% par rapport à l'exercice précédent.

- La contribution des nouveaux actifs ex Mondadori France s'élève à 118,8 M€, dont 114,4 M€ sont issus des activités magazines et 4,4 M€ des activités digitales.
- Sur le périmètre historique, malgré un 1<sup>er</sup> semestre perturbé, **la croissance continue des marques media dans le digital atteint +21%** sur l'exercice par rapport à 2018. L'activité Performance a quant à elle enregistré un chiffre d'affaires stable.

**L'EBITDA<sup>3</sup> consolidé de Reworld Media progresse de 165% à 29,6 M€** au 31 décembre 2019.

- Il intègre une contribution des actifs ex Mondadori France à hauteur de 19,6 M€ qui provient essentiellement des magazines (contribution du digital : 1,2 M€).

<sup>1</sup> Consolidation des actifs ex Mondadori France au 1-08-19

<sup>2</sup> Avec l'acquisition de Mondadori France en année pleine

<sup>3</sup> Résultat d'exploitation avant dotation et reprise aux amortissements et provisions

- Sur le périmètre historique, l'EBITDA a doublé entre le 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> semestre de l'exercice 2019. L'EBITDA Print est notamment passé de 0,3 M€ au S1-2019 à 2,2 M€ au S2-2019 et, l'EBITDA digital de 2,8 M€ à 4,7 M€ (doublement pour les marques media et +29% pour l'activité Performance).

**Reworld Media a réalisé 47% de son chiffre d'affaires consolidé dans le digital et 35% à l'international. Sa rentabilité est par ailleurs issue à 29% des activités digitales.**

**Le résultat d'exploitation du groupe fait plus que tripler** au 31 décembre 2019 par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 25,5 M€ (2018 : 8,0 M€).

Le groupe enregistre un résultat exceptionnel de -34,6 M€, incluant -31,8 M€ de résultat exceptionnel sur les structures acquises le 31 juillet 2019. Le résultat net des sociétés intégrées ressort ainsi à -10,4 M€.

**Le résultat net part du groupe atteint 25,4 M€ au 31 décembre 2019**, comparativement à 6,9 M€ sur l'exercice précédent, après reprises sur amortissement d'écarts d'acquisition à hauteur de 35,1 M€.

**Au bilan, les capitaux propres<sup>4</sup> part du groupe sont renforcés atteignant 85,2 M€** au 31 décembre 2019 (vs 26,8 M€ à fin 2018) ; la trésorerie brute s'élève à 54 M€ et les dettes financières sont de 96 M€.

**Gautier Normand, Directeur général, indique :** « 2019 a été un exercice durant lequel nous avons acquis puis intégré un acteur d'une taille nettement supérieure à celle de Reworld Media, tout en assurant la continuité de l'ensemble des activités, historiques et nouvelles. Le groupe a intégré cette croissance externe avec succès et affiche à nouveau de solides performances en fin d'exercice. Chaque développement que nous menons depuis l'origine est créateur de valeur. Notre groupe dispose aujourd'hui de contenus et d'audiences thématiques propriétaires touchant 1 français sur 2, lui permettant de proposer une offre globale au travers d'expertises et d'actifs renforcés, ainsi que d'équipes organisées. Le cap est mis sur l'accroissement de notre positionnement sur l'ensemble de la chaîne de valeur et sur l'accompagnement de nos marques vers une audience plus large. Le groupe reste fidèle à sa stratégie avec une gestion rigoureuse, en faveur d'investissements rentables et stratégiques».

## **Comptes proforma 2019 : plus de 462 M€ de chiffre d'affaires et 40 M€ d'EBITDA**

En proforma, Reworld Media affiche un chiffre d'affaires annuel de 462,2 M€, réalisé à 31% dans le digital. Les 31 nouvelles marques media intégrées ont notamment réalisé 10 M€ de chiffre d'affaires annuel dans le digital tandis que les 11 marques historiques du groupe y ont généré 21 M€ de chiffre d'affaires.

**L'EBITDA proforma atteint 40,4 M€ au 31 décembre 2019 et progresse de 75% entre le 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> semestre** de l'exercice. Il est en hausse dans toutes les activités, les nouvelles marques intégrées affichant notamment un EBITDA positif au 2<sup>ème</sup> semestre dans le digital (S2-2019 : 1,2 M€ vs S1-2019 : -0,5 M€) et en hausse de 45% pour leur activité magazine par rapport au 1<sup>er</sup> semestre.

**La part d'EBITDA issue des activités digitales s'établit à 20%.**

---

<sup>4</sup> Capitaux propres part du groupe et autres fonds propres

## **Poursuite d'une stratégie éprouvée et de la hausse de la rentabilité sur un marché des medias en forte croissance**

« Reworld Media a changé de dimension, tire profit de son leadership et a clairement de fortes capacités de progression avec un capital additionnel de marque media de grande qualité associé à des marques historiques qui grandissent chaque année. Nous travaillons toujours dans un même sens, à déployer nos medias sur les canaux où les consommateurs les attendent, comme ces derniers temps dans les podcasts ou plus récemment la télévision. Reworld Media positionne ses contenus sur un marché de plus en plus large, en croissance, porté par le digital et la mobilité, qui lui procure un important potentiel de développement et de création de valeur», indique **Pascal Chevalier, Président**.

En 2020, Reworld Media a lancé un large programme de digitalisation de ses nouveaux actifs, le groupe se concentre sur les synergies entre ses équipes et sur la consolidation de ses activités magazine. **Fort d'être propriétaire de ses contenus et de ses audiences**, le groupe poursuit sereinement son développement.

Le positionnement de Reworld Media peut notamment être illustré en faisant un focus sur la disparition des cookies : toujours doté d'un pas d'avance sur son marché, Reworld Media a anticipé de 18 mois la disparition des cookies récemment annoncée au sein des navigateurs et est même en bonne posture pour en tirer parti, certains investissements publicitaires étant susceptibles de basculer vers les leviers n'utilisant pas de cookies. Grâce à son positionnement multi thématiques, le groupe peut proposer un ciblage hyper contextuel, véritable produit de substitution à la data, et a notamment lancé une nouvelle offre en janvier qui présente déjà d'excellents retours. Il est aussi à rappeler que l'activité Performance du groupe n'est pas dépendante de l'utilisation des cookies.

*En termes de perspectives, compte tenu des incertitudes liées à l'épidémie du Coronavirus, Reworld Media n'est pas en mesure à ce jour de chiffrer les impacts liés aux mesures prises pour tenter d'endiguer l'épidémie, et par la détérioration très probable de l'environnement économique. Reworld Media a mis en œuvre des actions pour permettre la continuité d'activité, l'ensemble des collaborateurs étant notamment en télétravail. Reworld Media suit, bien entendu, de très près l'évolution de la situation.*

---

### **A propos de Reworld Media :**

Reworld Media est le leader français des médias thématiques (1<sup>er</sup> éditeur de presse magazine en France, 4<sup>ème</sup> groupe média thématique dans le Digital<sup>5</sup>) et classé à la 5<sup>ème</sup> place du FW500 (classement des entreprises de la Tech française). Fondé en 2012, le groupe est un acteur international présent dans 11 pays. Il a été précurseur dans la transition digitale d'actifs media et développe aujourd'hui un portefeuille de plus de 40 marques media telles que Dr. Good, Grazia, Marie France, Maison & Travaux, Auto Plus, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine, Science & Vie,... Le groupe représente un chiffre d'affaires annuel pro forma de 462 M€, il est présent dans 11 pays et compte 970 collaborateurs.

Euronext Growth Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - [www.reworldmedia.com](http://www.reworldmedia.com)



**Contacts** - [investisseurs@reworldmedia.com](mailto:investisseurs@reworldmedia.com)

PCE - Ségolène de St Martin, 33-(0)6 16 40 90 73, [sdestmartin@p-c-e.fr](mailto:sdestmartin@p-c-e.fr)

Paul-Marie Grosse, 33-(0)6 59 97 16 48, [pmgrosse@p-c-e.fr](mailto:pmgrosse@p-c-e.fr)