

Résultats semestriels 2020

Croissance de la rentabilité à 15,1 M€ d'EBITDA

Solidité financière : 92 M€ de trésorerie

Fortes ambitions affichées

Audités, en M€	30-06-20 consolidé ¹	30-06-19 consolidé	30-06-19 proforma ²
Chiffre d'affaires	200,7	86,5	230,2
EBITDA	15,1	3,1	14,7
Résultat d'exploitation	13,2	1,5	-
Résultat net part du groupe	0,6	0,1	-

Reworld Media (ALREW) publie au 30 juin 2020 des résultats consolidés en hausse par rapport au premier semestre 2019. Le groupe fait preuve de résilience dans ses activités et ses performances face au choc économique provoqué par la pandémie du Covid19. Il a poursuivi son plan de marche sur la période, finalisant avec succès l'intégration des actifs de Mondadori France et, menant de nombreux développements opérationnels.

Reworld Media bénéficie d'activités diversifiées, désormais appréhendées en un double modèle BtoC / BtoB. Fondé sur des actifs solides et de fortes expertises - production de contenus/AdTech -, ce modèle lui confère un large potentiel de développement, par croissance organique et par croissance externe. Reworld Media accélère le déploiement de sa stratégie et se donne désormais pour ambition de continuer à « disrupter » et consolider le marché pour atteindre le milliard d'euro de chiffre d'affaires annuel.

Plus de 200 M€ de chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2020

Progression de la rentabilité opérationnelle, en consolidé et en proforma

Reworld Media publie un chiffre d'affaires consolidé de 200,7 M€ au 30 juin 2020, multiplié par 2,3 par rapport au 1^{er} semestre de l'exercice précédent. L'EBITDA consolidé atteint 15,1 M€ au 30 juin 2020, comparativement à 3,1 M€ sur la même période de l'exercice précédent. La rentabilité opérationnelle du groupe double ainsi à 7,5% au 30 juin 2020, contre 3,6% au 30 juin 2019.

Sur une base de comparaison proforma (intégration des actifs de Mondadori France au 01-01-19), le groupe enregistre un recul de chiffre d'affaires maîtrisé à -13%, malgré un contexte économique très fortement dégradé. Les revenus issus du digital ont montré une forte résilience (CA : -3%), générés à 80% par une activité Performance non exposée aux perturbations de la crise sanitaire. Les revenus issus du print

¹ Consolidation des actifs ex Mondadori France au 1/08/19

² Intégration des actifs ex Mondadori France au 01/01/19

enregistrent pour leur part un recul limité à -17%, bénéficiant entre autres de la récurrence d'un portefeuille de 2,3 M d'abonnés et, malgré le fort recul des revenus publicitaires qui ne représentent désormais plus que 5% du chiffre d'affaires.

L'EBITDA du groupe progresse de 3% grâce à l'intégration efficace des nouveaux actifs et à une gestion stricte des coûts variables au 2^{ème} trimestre. La marge opérationnelle du groupe qui ressort à 7,5% augmente ainsi comparativement à 6,4% en proforma sur le 1^{er} semestre 2019.

Le résultat d'exploitation consolidé atteint 13,2 M€ contre à 1,5 M€ au 1^{er} semestre de l'exercice précédent. Le groupe enregistre un résultat exceptionnel de -20,3 M€, comprenant principalement l'impact de Presstalis et la restructuration de la marque Grazia.

Après la valorisation comptable des déficits fiscaux reportables à hauteur de 9 M€, le résultat net s'établit à 0,6 M€ au 30 juin 2020, en légère progression comparativement 0,1 M€ au 30 juin 2019.

L'activité du groupe a généré 20,1 M€ de trésorerie opérationnelle sur le 1^{er} semestre 2020.

Gautier Normand, Directeur général, commente : « Reworld Media a su maintenir son niveau d'activité et améliorer sa rentabilité sur ce semestre. Nous avons focalisé notre énergie sur l'accélération de notre plan de marche. En dépit du contexte sanitaire, nos équipes sont restées pleinement mobilisées et ont notamment été à l'initiative de nombreux lancements sur tous les supports, qu'ils soient web, print, vidéo, audio, ou TV, et sur l'ensemble du périmètre. La diversité de nos activités nous procure de nombreux leviers de développement ; c'est un atout majeur et qui a été particulièrement visible sur ce semestre au regard de la récurrence de nos abonnements et de l'accélération de nos activités Digitales ».

Un bilan solide

Reworld Media affiche un bilan très sain au 30 juin 2020 avec **89,3 M€ de fonds propres, une trésorerie renforcée à 92 M€³ et un endettement net en diminution pour atteindre de 39,8 M€.**

Le groupe a renforcé sa trésorerie grâce à l'obtention d'un financement de 33 M€ comprenant un prêt ATOUT de 10 M€ auprès de la BPI et un PGE (Prêt Garanti par l'Etat) à hauteur de 23 M€ obtenu auprès de son pool bancaire.

1 Mrd€ de chiffre d'affaires annuel : une nouvelle ambition fondée sur un modèle puissant

De taille significative, et avec des expertises historiques centrées sur les contenus et l'AdTech, Reworld Media se développe aujourd'hui sur deux marchés BtoC / BtoB avec de puissants actifs :

> **Activité BtoC - Plateforme de contenus, de services et de marques :**

Le pôle BtoC représente un chiffre d'affaires annuel de 278 M€ réparti à 44% par abonnement et à 56% par ventes à l'acte (proforma 2019). Les abonnements offrent un niveau élevé de récurrence avec 9,6 M€ de MRR⁴, soit 56,5 M€ de CA abonnements au 1^{er} semestre 2020.

Données clés : 2,3 millions d'abonnés payants aux contenus du groupe, 900 000 contenus multi-support propriétaires (rédactionnels, vidéo, audio, TV), 45 marques media propriétaires (13 M d'actes de vente/mois, 21,5 M de VU mensuels⁵).

³ Comptes consolidés au 30/06/20 et encaissement de 23 M€ du financement PGE de juillet 2020

⁴ Monthly recurrent revenue

⁵ Médiamétrie, juillet 2020

Sur cette activité, Reworld Media entend continuer à accroître son offre de contenus et de services dans l'objectif de développer le nombre d'abonnés, les ventes à l'acte et leurs paniers moyens, tout en restant fidèle à son exigence de qualité de contenu et de service adossés à ses marques.

> **Activité BtoB – Editeur Adtech :**

Centrée sur la monétisation, cette activité génère un chiffre d'affaires annuel de 184 M€ réparti à 71% dans la Performance et le programmatique, et à 29% en Premium (proforma 2019).

Données clés : des technologies de pointe dans la Performance, un réseau de 180 000 sites affiliés, 1,6 Mrd€ de CA annuel généré chez les clients en Europe, 10 M de points de contact/jour⁶ via les contenus du groupe.

Le groupe se développe sur ce marché BtoB principalement via l'accroissement de son inventaire publicitaire, le lancement de nouveaux formats de monétisation et par la consolidation de son activité Performance.

Pascal Chevalier, Président, indique : « *La stratégie de Reworld Media va aujourd'hui bien au-delà d'objectifs de digitalisation ou de diversification. Nos positions BtoC et la caution de nos marques nous donnent une puissance majeure pour déployer toujours plus de contenus et de services, pour développer et fidéliser nos abonnés sur des verticales qui leur sont chères. Dans le BtoB, nous mettons à profit nos capacités de développement et d'intégration de solutions AdTech, avec des équipes expertes, notamment depuis 20 ans dans la performance ; et avec toujours un pas d'avance dans l'innovation. Notre stratégie, associée à la dimension du groupe lui procure un potentiel de croissance considérable* ».

Reworld Media se donne une nouvelle ambition, visant 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel. Le groupe poursuit le déploiement de sa stratégie et est en veille sur des opportunités de croissance externe de cibles de taille conséquente, dans les secteurs des contenus, des parcs d'abonnés et des solutions technologiques.

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

A propos de Reworld Media :

Reworld Media est un groupe international en développement sur deux marchés : le marché BtoC via le déploiement de plateforme de contenus, de services et de marques ; le BtoB en tant qu'éditeur AdTech. Le groupe adresse le marché BtoC avec des contenus propriétaires multi-support (web, print, vidéo, audio, TV) et des services d'abonnements relayés via 45 marques media propriétaires de qualité (Science & Vie, Grazia, Marie France, Maison & Travaux, Auto Plus, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine...) dans 6 verticales clés. Dans le BtoB, le groupe déploie une offre de monétisation d'audience à forte valeur ajoutée, comprenant performance, brand content et publicité programmatique. Fondé en 2012, Reworld Media est devenu le leader français des médias thématiques et est classé à la 5ème place du FW500 (classement des entreprises de la Tech française). Le groupe représente un chiffre d'affaires annuel proforma de 462 M€, est présent dans 11 pays et compte 970 collaborateurs.

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



Contacts - investisseurs@reworldmedia.com

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

⁶ Source interne