

Performance financière record

Chiffre d'affaires consolidé : 469,8 M€, en hausse de 11%

EBITDA¹ consolidé : 66,8 M€, en hausse de 56%

Résultat net² : 42,2 M€, multiplié par 4,7

M€	31/12/2021	31/12/2020	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	469,8	424,7	45,1	+11%
EBITDA ⁽¹⁾	66,8	42,9	23,8	+56%
Marge d'EBITDA (%)	14,2%	10,1%	+4,1 pts	
EBIT ⁽¹⁾	62,8	38,9	23,9	+61%
Résultat net ⁽²⁾	42,2	9,1	33,1	4,7x
Marge de Résultat net (%)	9,0%	2,1%	+6,8 pts	
Trésorerie active	122,9	104,1	18,8	

(1) EBITDA et EBIT hors charges liées aux plans d'actions gratuites, reclassées en Résultat exceptionnel.

(2) Résultat net avant dotations aux amortissements des écarts d'acquisition.

Reworld Media (ALREW) annonce des performances d'activité et des **résultats records sur ses deux pôles d'activité au 31 décembre 2021**. Le **chiffre d'affaires consolidé** du groupe est en **croissance de 11%**, l'**EBITDA⁽¹⁾ progresse de 56%** générant une **hausse de 4 points de marge**, et le **résultat net⁽²⁾ du groupe est multiplié par 4,7 pour atteindre 42,2 M€**. Ces résultats traduisent la **forte dynamique de développement** du groupe, dans un contexte post-covid de rebond de la consommation des ménages et des investissements publicitaires. Sur 2022, Reworld Media poursuit son **développement par croissance organique et par croissance externe**, grâce à ses **ressources financières**, ses **capacités d'innovation essentielles sur son marché** et une **gestion rigoureuse**.

Chiffre d'affaires consolidé en croissance de 11% à 469,8 M€

Reworld Media publie un chiffre d'affaires consolidé de **469,8 M€** au 31 décembre 2021, soit une **croissance de 11%** par rapport à l'exercice précédent. La part du pôle BtoB dans le chiffre d'affaires consolidé augmente de 40,5% en 2020 à 45,3% en 2021. La part de l'international est stable, elle représente 25% du chiffre d'affaires consolidé 2021.

Le **pôle BtoC** enregistre un chiffre d'affaires de **257,1 M€** sur l'année, en **croissance de 2%**.

Le chiffre d'affaires issu des **ventes à l'unité** est **stable** tandis que le chiffre d'affaires issu des **ventes par abonnement** (contenus, produits et services) affiche une **progression de 4%**. Sur un parc de **2,2 millions d'abonnements payants** (moyenne annuelle 2021), le Groupe compte désormais plus de **371 000 abonnements aux offres paywall, SVOD et de services** (décembre 2021). Tiré à la hausse par la

1 EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites reclassées en Résultat exceptionnel.

2 Résultat net avant dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions.

diversification de l'offre, le **panier moyen mensuel par abonnement de 4,64 € HT a augmenté** de +8,5% par rapport à 2020 et le MRR (Monthly Recurring Revenue) se maintient à 9,8 M€.

Le Groupe a connu une année riche en **innovation** avec la création de nouvelles marques (Tanin, Entre Nous, Cogite, Damidéco), de nouvelles déclinaisons magazines (Biba Mum, Mon Petit Science & Vie avec Nano, etc.), la publication de 35 produits d'édition, le lancement de 3 chaînes SVOD, de sites paywall et de nouveaux services. Il totalise plus de 1,8 million de contenus propriétaires.

La **vente de magazines**, par abonnement ou à l'unité, est **stable sur l'année** tandis que l'offre de **diversification** (autres contenus et produits) connaît une forte croissance, de **76%**.

Le **pôle BtoB** enregistre un chiffre d'affaires de **212,7 M€**, en **croissance de 24%**.

Bénéficiant de la **reprise des investissements publicitaires** (+19% hors Google-Facebook-Amazon), tout en se positionnant dans la tendance continue de **digitalisation de la communication** des entreprises, le pôle BtoB réalise **85% de son chiffre d'affaires sur le digital**, levier qui génère une **croissance de 29%** sur l'exercice.

Avec **25,4 millions de visiteurs uniques** mensuels en moyenne sur l'année 2021 (Médiamétrie//Netratings – Audience Internet Global), en **croissance de 17%** par rapport à 2020, le Groupe continue à **faire croître ses audiences propriétaires de façon organique**, fort de niveaux d'audiences historiques sur de nombreuses marques telles que Closer, Top Santé et marie-france. Il **a aussi étendu sa couverture à la nouvelle thématique** du « *gaming* » et à la cible « Jeune » grâce à l'acquisition des actifs média de **melytgroup** au mois de novembre (impact non significatif dans les comptes du Groupe en 2021). Ce faisant, Reworld Media devient un des leaders du Digital Media en France et se positionne comme le **6^e groupe média digital en France**.

Le développement du pôle BtoB repose notamment sur sa capacité à activer de nouveaux leviers de croissance, digitaux et technologiques, tels que les podcasts, les réseaux sociaux, les leads, le live shopping et le Content Commerce. Le Groupe accélère dans le développement d'offres éditoriales intégrées, avec à titre d'exemple le partenariat conclu avec Air France en fin d'année. Également, en tant que 1^{er} actionnaire de Hopscotch Groupe, avec une participation au capital renforcée au cours de l'année (détention : 29,74%)³, Reworld Media confirme sa volonté d'entrer dans l'événementiel et la communication aux côtés d'un excellent partenaire pour adresser ces marchés.

Hausse de 56% de l'EBITDA consolidé à 66,8 M€

Reworld Media génère un **EBITDA⁴ consolidé de 66,8 M€** au 31 décembre 2021, en progression de 56% par rapport à celui de l'exercice précédent. Cette performance porte la **marge d'EBITDA à 14,2%**, soit une augmentation de 4,1 points par rapport à 2020.

La hausse de la rentabilité est forte dans les deux pôles d'activité du groupe :

- L'**EBITDA** du pôle **BtoC** connaît une **hausse de 54% pour atteindre 36,1 M€** ; la marge d'EBITDA de ce pôle passe de 9,3% en 2020 à 14,0% en 2021 ;
- L'**EBITDA** du pôle **BtoB progresse de 58% à 30,7 M€**, soit un gain de 3,1 points de marge d'EBITDA, laquelle atteint 14,4%.

L'**EBIT⁵** (Résultat d'exploitation) consolidé du Groupe ressort à **62,8 M€** au 31 décembre 2021, en **progression de 61%**.

³ Au 31/12/2021, le Groupe détient 29,74% du capital et 20,84% des droits de vote de Hopscotch Groupe.

⁴ EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites reclassées en Résultat exceptionnel.

⁵ EBIT hors charges liées aux plans d'actions gratuites reclassées en Résultat exceptionnel.

Après un résultat financier de (4,5 M€), un résultat exceptionnel de (5,0 M€) et un impôt sur les sociétés de (11,1 M€), le **résultat net⁶ du Groupe** ressort à **42,2 M€** au 31 décembre 2021, **comparativement à 9,1 M€ sur l'exercice précédent (x 4,7)**.

Bilan solide

Le Groupe affiche une situation financière solide au 31 décembre 2021 avec des **fonds propres en hausse à 149,4 M€** et une **trésorerie brute de 122,9 M€**.

Reworld Media génère un **flux de trésorerie de l'activité de 37,4 M€**, en croissance de 9,6 M€ par rapport à 2020. Le **flux de trésorerie disponible** s'élève à **30,6 M€** et représente **46% de l'EBITDA consolidé** de l'année.

La **dette nette** du Groupe s'établit à **28,6 M€**, soit un taux d'endettement net équivalent à **0,4x l'EBITDA** consolidé du Groupe.

Un développement soutenu

A l'approche de bientôt **10 ans d'activité**, Reworld Media continue à se développer, fort d'un **même ADN** et d'une **organisation en deux pôles d'activité BtoC / BtoB** qui montre toute son **efficacité**. Le Groupe poursuit sa stratégie fondée à la fois sur la **croissance organique** et sur de fortes ambitions de **croissance externe**.

Malgré un **contexte inflationniste**, le Groupe présente des **indicateurs d'activité favorables** au sein des deux pôles d'activité BtoC / BtoB, sous l'effet d'une **digitalisation** toujours accrue des usages, de sa capacité à **augmenter les prix de vente**, de la **qualité de ses actifs**, et des nombreux **développements** récents et à venir.

L'évolution importante des acteurs dans les médias, en France et à l'international, est une formidable **opportunité** compte tenu de la volonté du Groupe de continuer à **croître** et à **consolider** ce marché.

Reworld Media s'attache à mener sa croissance dans le respect de sa mission T.O.P. (Transmettre / Optimiser / Promouvoir) définie en 2020 et qui dresse formellement son engagement et ses objectifs RSE en 2021 et 2022.

*« Reworld Media affiche d'excellentes performances sur 2021, et notamment des niveaux d'activité et de résultats historiques dans le BtoB. Cet exercice conforte pleinement le Groupe dans sa stratégie. Nous faisons vivre nos marques média en innovant dans toutes leurs formes d'expression, print comme digitales, et les nouvelles offres de produits et services thématiques reçoivent un très bon accueil. L'audience croît à nouveau sensiblement ; il en découle toujours plus de potentiel de monétisation auprès de nos clients BtoB qui mesurent aussi l'efficacité des différentes solutions de communication qui leur sont offertes. Nous poursuivons notre stratégie avec rigueur dans la gestion, notamment en ces mois qui s'annoncent challenging pour nombre d'entreprises dans un environnement économique inflationniste. Reworld Media est positionné sur des publications de qualité et dans des univers émotionnels chers à ses lecteurs ; nous avons par ce biais une capacité d'adaptation sur les prix que nous nous réservons de pouvoir activer selon la pression sur les matières premières » - **Gautier Normand, Directeur général.***

⁶ Résultat net avant dotations aux amortissements des écarts d'acquisition.

« *Reworld Media se développe au rythme des évolutions technologiques et des usages dans un monde devenu très technophile. L'innovation est vitale sur le marché des médias ; il faut être en veille permanente, savoir anticiper les tendances et innover sur tous les supports. Reworld Media place l'innovation au cœur de sa stratégie ; le Groupe réunit tous les atouts pour continuer en ce sens, avec une grande puissance éditoriale, son expertise du digital et surtout la créativité et l'agilité de ses équipes. Nous poursuivons notre développement, en organique et par acquisition, comme encore récemment dans l'univers du Gaming, avec une culture entrepreneuriale toujours très marquée et une forte ambition* » - **Pascal Chevalier, Président.**

Les comptes consolidés 2021 sont disponibles sur le site du Groupe, rubrique « [Publications](#) »
Le rapport financier annuel de Reworld Media sera publié le 30 mars 2022.

A propos de Reworld Media : Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

- Le marché BtoC via le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 30 millions de lecteurs qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs modes de consommation.
- Le marché BtoB par la couverture de tous les leviers de la communication des entreprises qu'il accompagne dans la digitalisation de leur communication, et notamment à travers des solutions de brand marketing et performance marketing.

Le Groupe a à son actif 62 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) de qualité, génératrices d'audiences dans un grand nombre d'univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine, etc.) et il intègre sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 470 M€, est présent dans 11 pays et compte 1 052 collaborateurs.

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

Contacts - investisseurs@reworldmedia.com / Ségolène de St Martin, 33-(0)6 16 40 90 73, sdestmartin@p-c-e.fr