



RÉSULTATS 1^{ER} SEMESTRE 2023

21 septembre 2023

CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES

SOMMAIRE



1

INTRODUCTION

2

ACTIVITÉS

3

COMPTES

4

PERSPECTIVES





INTRODUCTION



Consolidé

CA : **266,4 M€**

+10,3% : 29,0%
vs. S1 2022 : International

RN : **12,3 M€**

-5,7 M€ : 4,6%
vs. S1 2022 : du CA

EBITDA : **22,5 M€**

-8,7 M€ : 8,4%
vs. S1 2022 : du CA

TRÉSO : **88,8 M€**

115,1 M€ : +11,7 M€
Dette nette = Flux
2,0x L12M EBITDA d'exploitation

Organique

CA : **240,1 M€**

-1,4 M€ : -0,6%
vs. S1 2022 : vs. S1 2022

EBITDA : **26,7 M€**

-4,5 M€ : 11,1%
vs. S1 2022 : du CA

FAITS MARQUANTS DU S1 2023



— Activités BtoC —

CA et EBITDA impactés
par la hausse des prix
du papier et de l'énergie



Guerre en Ukraine



Inflation de 5,6%
en France

Augmentation raisonnée
des prix de vente

Poursuite de la rationalisation de
la diffusion

Marge d'EBITDA organique
de **7,1%**

— Activités BtoB —

Croissance du CA organique de
+3,5%
en ligne avec le marché digital

Consolidation de la rentabilité
organique à
15,0% de marge d'EBITDA

— RSE —



Recrutement d'un
Responsable RSE



AO pour le 1^{er} bilan
carbone du Groupe



Nouvelle administratrice
indépendante

— Acquisitions —

Exécution du plan d'intégration
des activités *publishers* de Unify



Opérations



Équipes



"Go-to-market,"

Renfort de la présence à
l'international

GRAZIA

La marque Grazia dans le
monde, l'édition en Italie

zezam
by metapic

Zezam, solution d'adtech
d'influence

+26,3 M€
Chiffre d'affaires
S1 2023

-4,2 M€
EBITDA
S1 2023

ANALYSE DE LA PERFORMANCE DU S1 2023

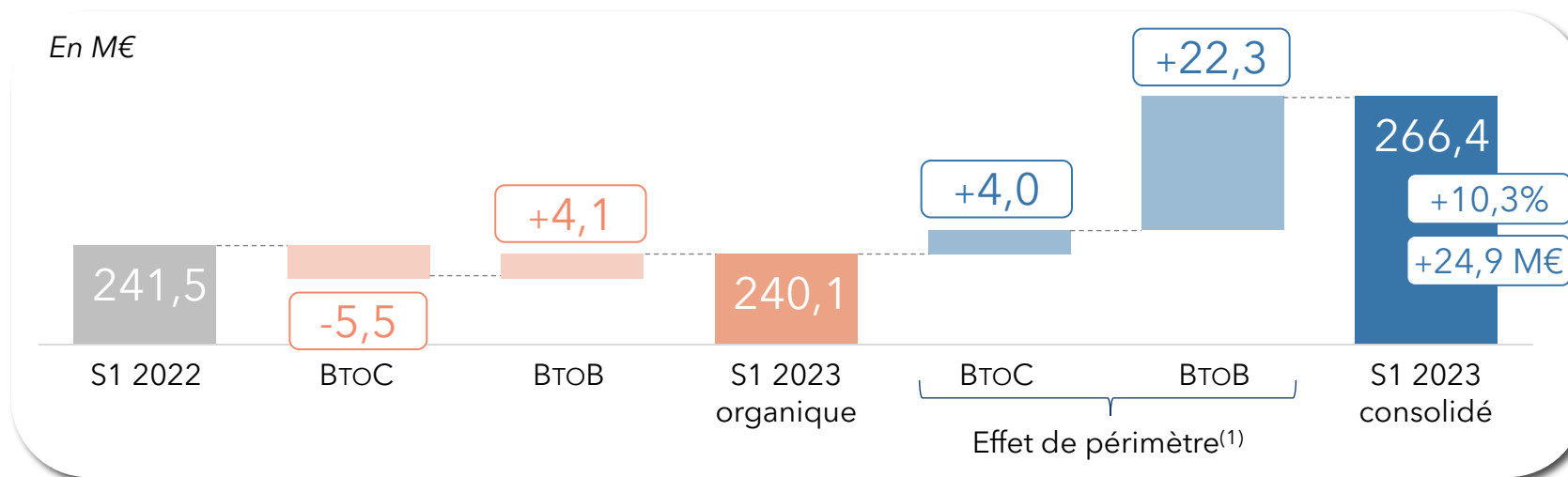


CA : 266,4 M€

+10,3% de croissance

Stable en organique

Effet de périmètre⁽¹⁾ : +26,3 M€

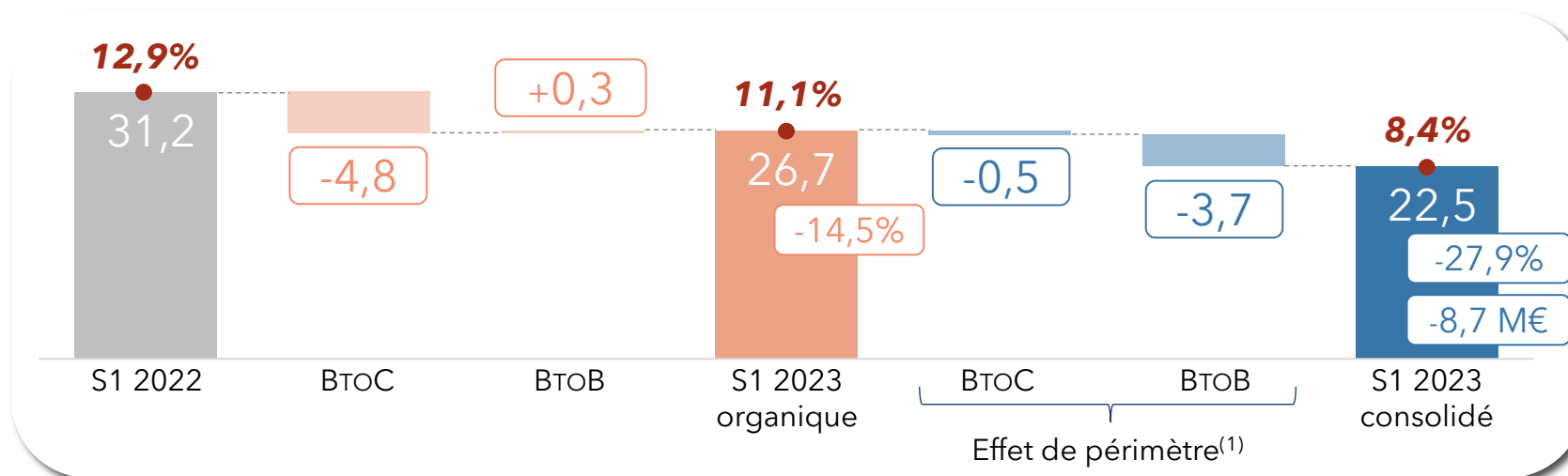


EBITDA⁽²⁾ : 22,5 M€

8,4% de marge d'EBITDA

11,1% en organique

Effet de périmètre⁽¹⁾ : -4,2 M€



● Marge d'EBITDA (%)

(1) Activités de Unify et de Reworld Media Italia, consolidées respectivement depuis le 1^{er} octobre 2022 et le 10 janvier 2023.

(2) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

1^{ÈRE} PLATEFORME MÉDIAS THÉMATIQUES DE FRANCE

Plus de 80 marques médias actives ancrées dans la culture populaire, au cœur du quotidien de plus de 7 Français sur 10, leaders sur leur univers thématique.

COMMUNAUTÉS ♥ MARQUES MÉDIAS



1^{er} éditeur de presse magazine

38,7 millions

de français
en contact avec nos marques de presse⁽¹⁾

+17% en 1 an

2^e groupe média digital

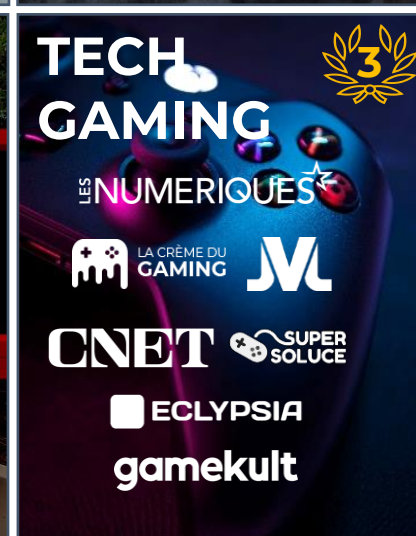
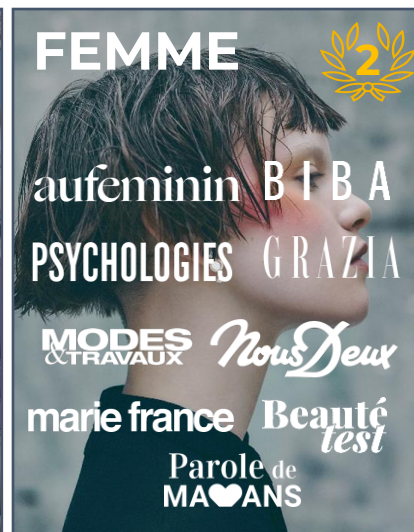
32,9 millions

de visiteurs uniques mensuels⁽²⁾

+24% en 1 an

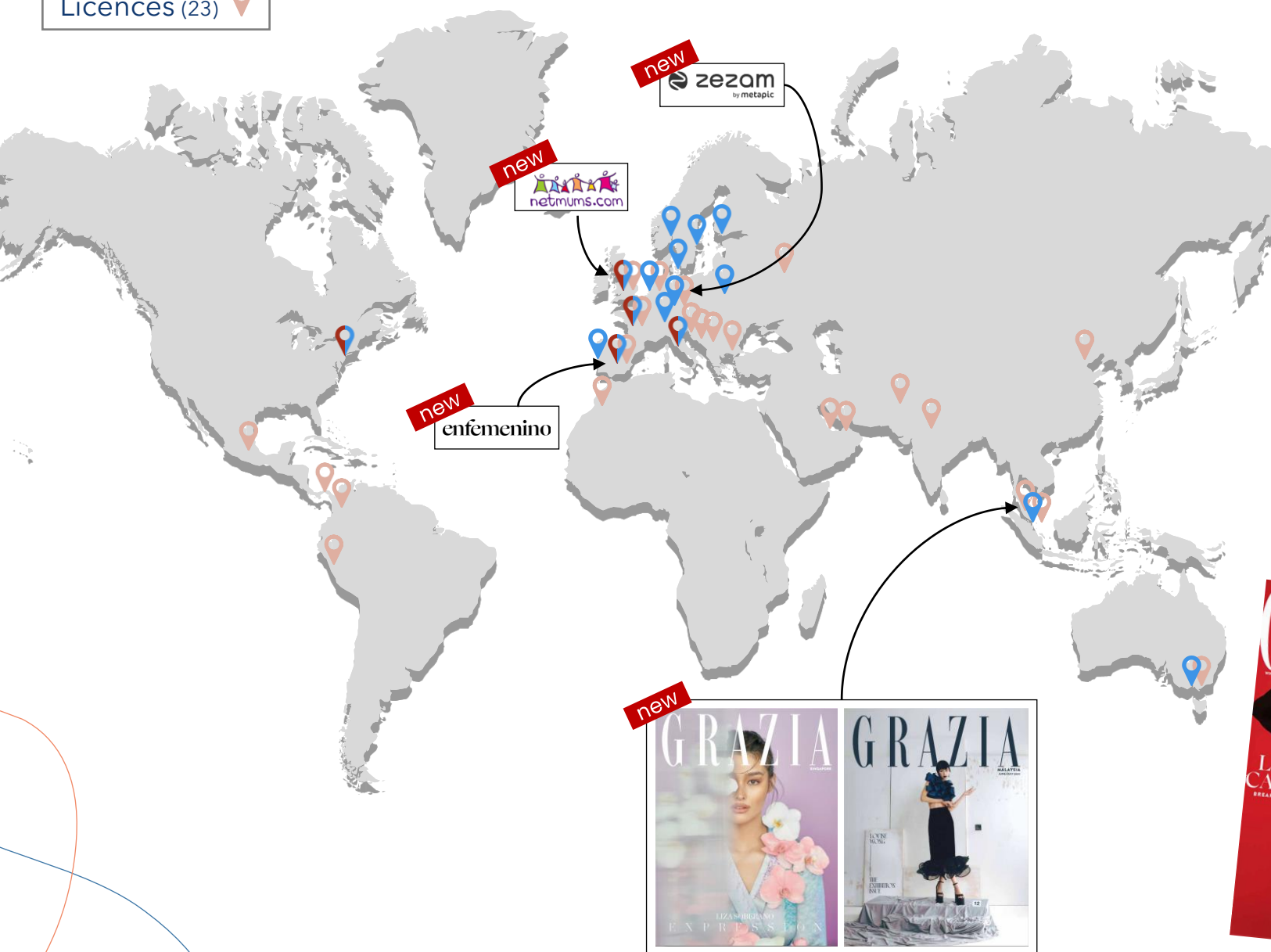
Sources : (1) ACPM, Etude OneNext Global S1 2023, cible ensemble 15+,
(2) Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne de nov-2022 à juin-2023 vs. période N-1 similaire, en visiteurs uniques mensuels.

PLUS DE 80 MARQUES ACTIVES ET POPULAIRES



Source : classement réalisé sur la base de la mesure Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne de déc-22 à mai-23 vs. période similaire l'année précédente, en visiteurs uniques mensuels.

Médias (5)
Adtech (16)
Licences (23)



POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT ADTECH & MÉDIA À INTERNATIONAL

Leader en adtech en Europe, Tradedoubler poursuit son internationalisation.

Tradedoubler

Développement des médias à l'international, directement ou par licences de marque.



GRAZIA

l'une des plus prestigieuses marques média de mode dans le monde, avec :

23 éditions
15 millions de lecteurs
45 millions d'internautes
> 30 millions de followers



BTOC

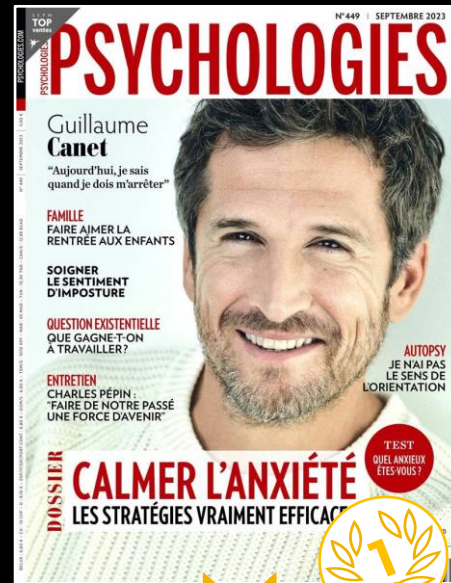
BToC : LEADER DE LA PRESSE MAGAZINE EN FRANCE



Magazine
le + lu en France



1^{er} mensuel français



1^{er} magazine féminin
haut de gamme

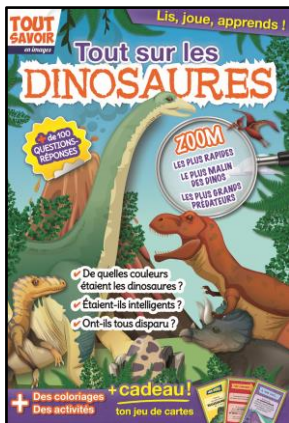
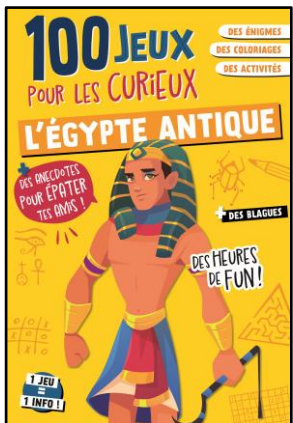
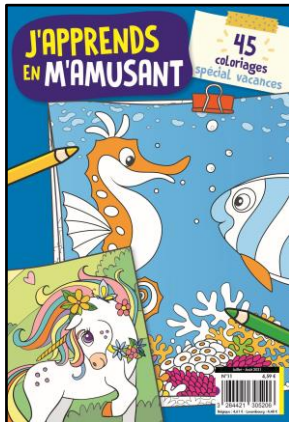
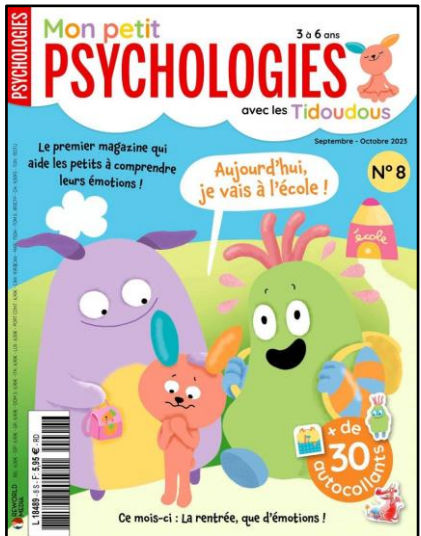


Prix Relay SEPM 23
Magazine Jeunesse



Prix Relay SEPM 23
Magazine Passion

« IA, dessine-moi un marin. »



B2C : ENRICHISSEMENT CONTINU DE L'OFFRE MAGAZINE

Acquisition de **Grazia** et lancement de **Grazia Food** en Italie.

Lancement de nouveaux titres jeunesse : **Mon Petit Psychologies** avec **Les Tidoudous**, mais aussi **100 Jeux pour les Curieux**, **Tout Savoir**, **J'apprends en m'amusant**, etc.

Lancement de nouvelles déclinaisons tels que **Closer Stars et Faits Divers**, et de numéros spéciaux tels que le hors-série de **Science & Vie** à l'occasion du salon de l'agriculture « *Agriculture, quelles solutions pour demain ?* ».

BToC : POURSUITE DE LA DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

Édition

Paywall

TV

Services

Produits

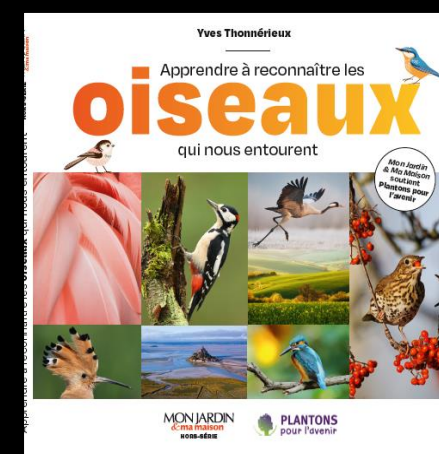
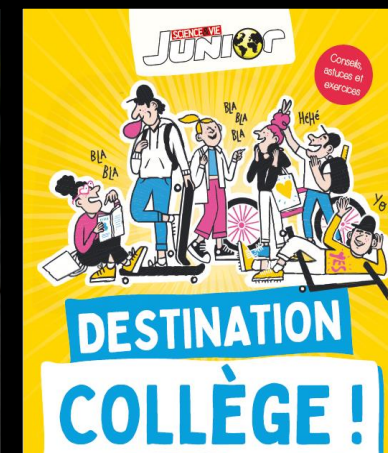
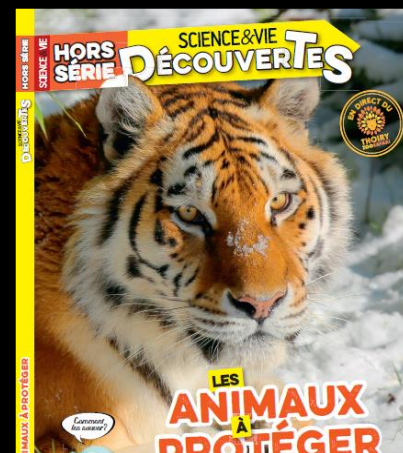
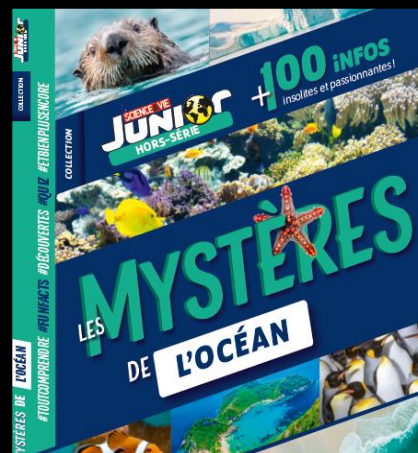


Lancement de nouvelles collections, notamment jeunesse.
Près de 60 produits mis en vente au S1, dont 37 nouveautés.



Intégration des offres SVOD des chaînes récemment acquises,
et lancement de Doctissimo TV prévu en octobre 2023, ce qui
portera à 11 le nombre de chaînes éditées par le Groupe.

Doctissimo

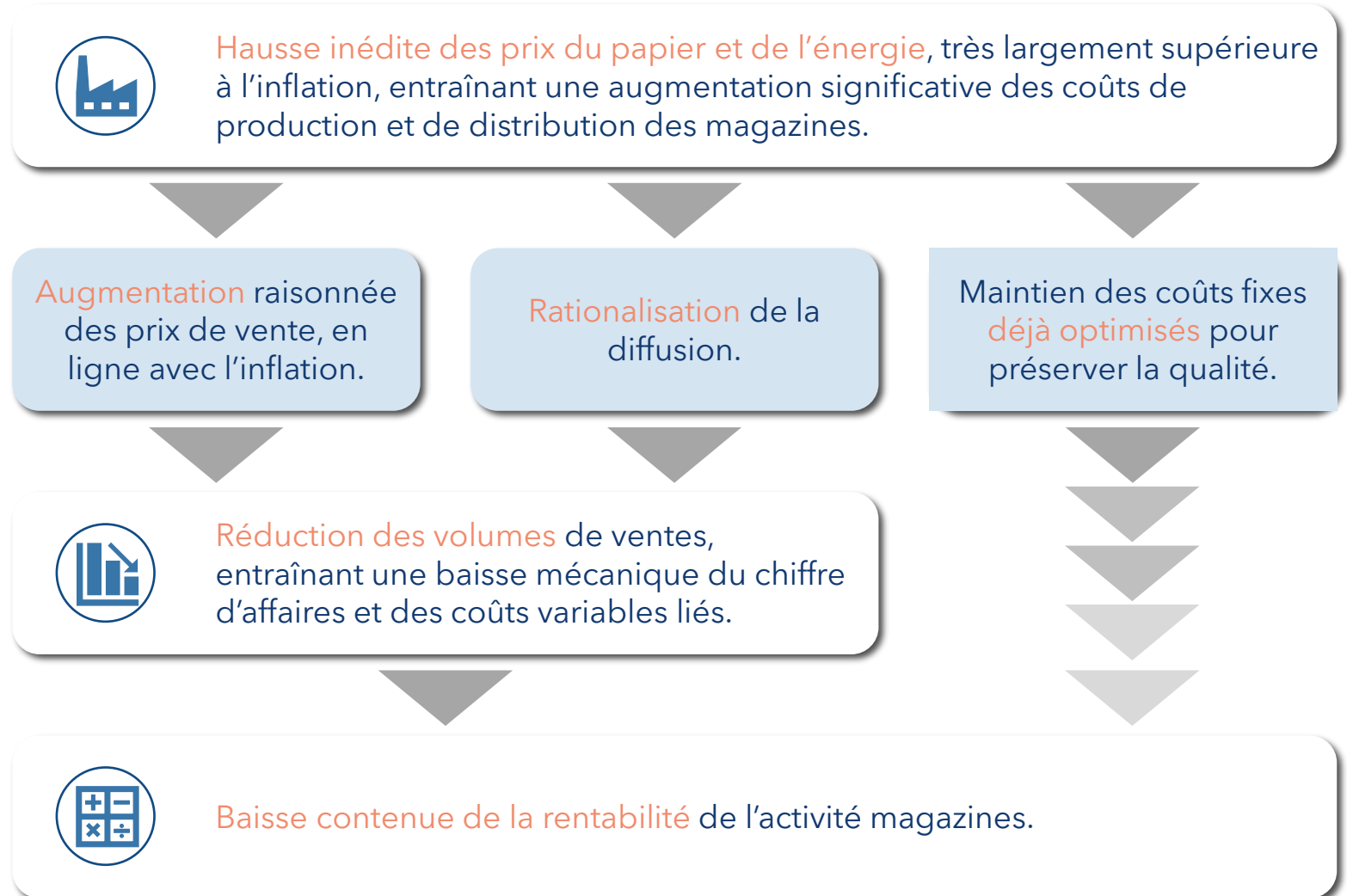




“What's new ?”

Été 2023 : baisse de **14%** du prix du papier à l'achat.

Au S1 2023, le papier est consommé « au prix fort », en ligne avec son prix le plus élevé atteint pour la 1^{ère} fois en octobre 2022. Ce prix est près de 80% plus élevé que le prix le plus bas / tonne consommée en 2022.



B2C : ÉVOLUTION DES INDICATEURS CLÉS

CA B2C par produit



Magazines, vs. S1 2022

-2,6%

-5,0% en organique



Autres, vs. S1 2022

+28,6%

+7,3% en organique

CA B2C par offre



54%

par vente à l'acte

-0,8% vs. S1 2022

-6,1% en organique



46%

par abonnement

-1,5% vs. S1 2022

-2,4% en organique

Zoom sur l'abonnement

1,8 million

Abonnements payants⁽¹⁾

339 000

Abonnements diversifiés⁽¹⁾

9,3 M€

MRR ⁽²⁾

5,31 € HT

Panier moyen mensuel ⁽¹⁾

+4,7% vs. S1 2022

(1) Données éditeur en France, moyenne des 12 derniers mois.

(2) MRR : Monthly Recurring Revenue.

BToC : 6,5% DE MARGE D'EBITDA, 7,1% EN ORGANIQUE

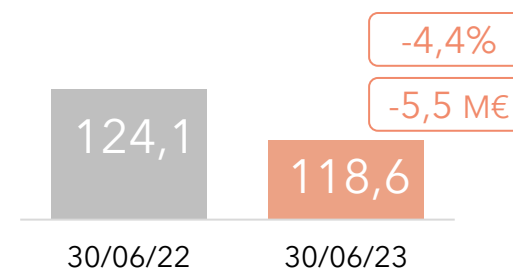
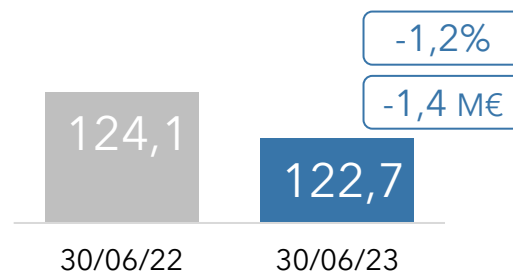


(M€)

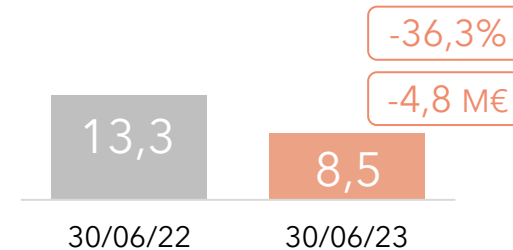
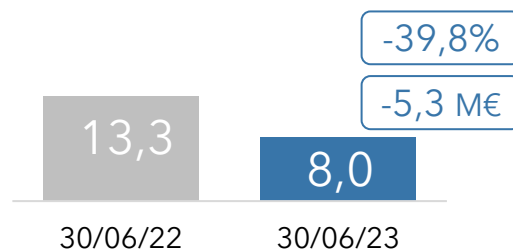
Consolidé

Organique

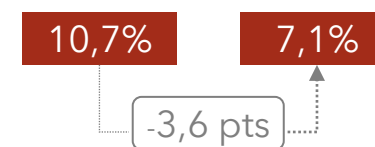
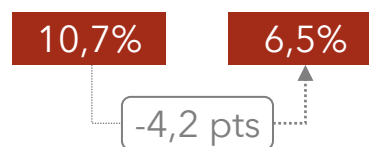
Chiffre d'affaires



EBITDA⁽¹⁾



Marge d'EBITDA⁽¹⁾ (%)



(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.



ВТОВ

BToB : UN MARCHÉ QUI POURSUIT SA DIGITALISATION



83% du CA BToB est Digital

+22,5% de croissance du CA BToB

+3,5% de CA BToB organique
en ligne avec le marché hors Search



Prévisions 2023 revues

Marché de la communication (Mds)

Prév. 2023 vs. 2022

Marché global

33,4 : +2,0%

Digital

9,4 : +4,7%

28,3%

Le Digital ralentit mais reste le moteur de la croissance au S1 2023 dans un marché de la communication stable (Mds)



vs. S1 2022

Total digital

4,408

+5,5%

Total hors Search

2,401

+3,8%



Search

2,007

+7,7%

Social

1,120

+3,0%

Display

0,826

+1,6%

Autres

0,455

+9,6%

Position de leader renforcée grâce à l'acquisition d'Unify

(en millions de VU mensuels)



vivendi

38,5

32,9

+23,5%



GROUPE FIGARO
CCM Benchmark

32,8

altice

27,9

webedia.

27,8

france.tv

25,0

6
GROUPE

24,7

M
GROUPE LEVORE

20,2

CMI FRANCE

17,8

TF1
LE GROUPE

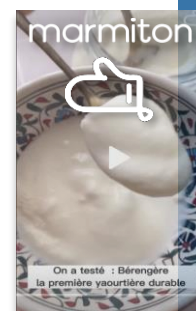
17,6

Groupes médias

BtoB : 2^E GROUPE MÉDIA DIGITAL EN FRANCE



12,2 millions
écoutes audios / mois
sur 18 sites et 7 thématiques



> 270 millions
vidéos vues
instream / mois

Source : Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne de nov-2022 à juin-2023 vs. période similaire en N-1, en visiteurs uniques mensuels.

BTOB : 1^{ER} GROUPE MÉDIA SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



77,5 millions
de followers

342,6 millions
de vidéos vues / mois

Poursuite de l'investissement
dans les contenus dédiés

**530 SHOWS &
PROGRAMMES ORIGINAUX**

→ Tendance : mise en place d'une rémunération des
créateurs de contenus par les plateformes

Offre **social média**

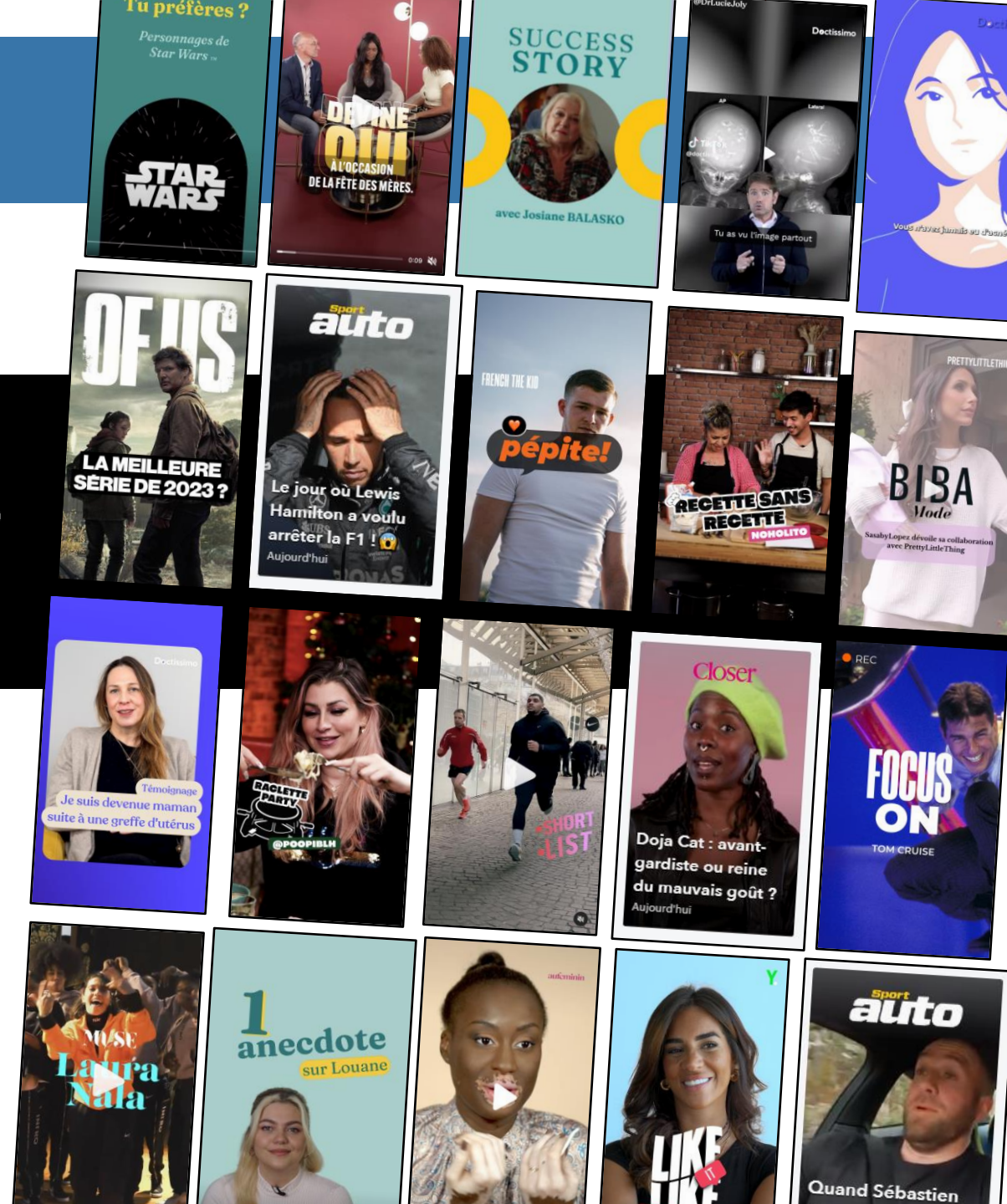
Puissante, à la fois en audiences et
en expertises.

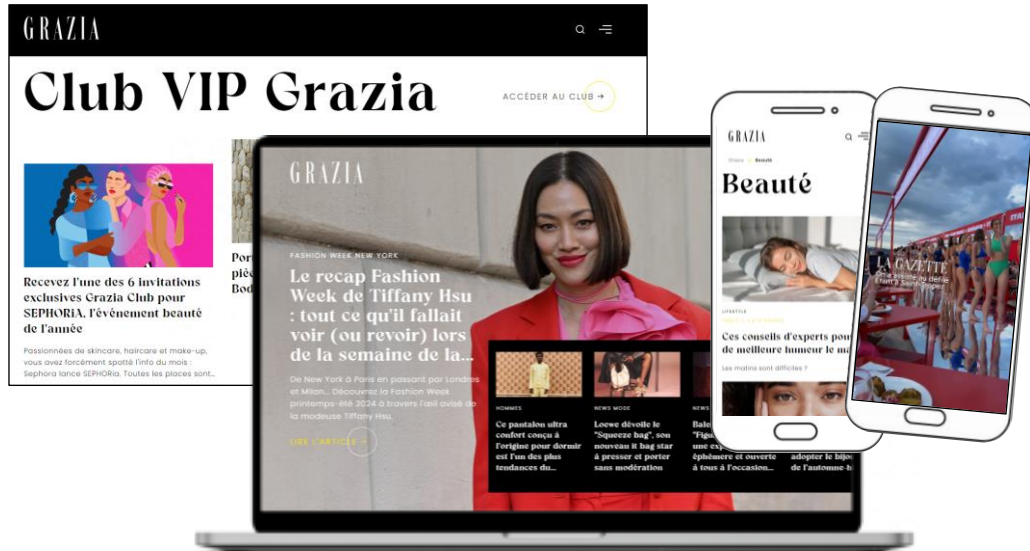
Engagée, en faveur d'une influence
responsable, éthique, inclusive et positive.



PROFULSE

**REWORLD
MEDIA connect**





Lancements et refontes médias

Repenser en permanence les modèles éditoriaux et l'expérience utilisateur (nouvelles identités, nouveaux formats, nouveaux codes, etc.) pour être à la pointe des tendances.



Nouvelles offres

CONTENT
TO COMMERCE

RETAIL *in* MEDIA

Marché mondial > 100 Mds€ en 2022

Du contenu à l'achat, cette offre permet aux marques, dans un environnement média contextuel, de cibler efficacement les clients potentiels, de générer du trafic qualifié et de booster leurs ventes.

INFLUENCE



Marché mondial > 15 Mds€ en 2022

Intégration dans Metapic de Zezam, solution utilisée par plus de 40 000 influenceurs dans le monde dont 8 000 aux US, permettant de déployer des liens d'affiliations simultanément sur tous les réseaux sociaux et de monétiser leurs comptes via des campagnes commercialisées à la performance.

BToB : EXÉCUTION DU PLAN D'INTÉGRATION D'UNIFY



→ Une **acquisition stratégique**, qui assoit le leadership du Groupe dans le digital

1. Opérations

- ✓ Maintien de l'audience des actifs acquis
- ✓ Mise en place progressive des synergies techniques
- ⚙️ Arrêt des activités déficitaires et investissement dans les segments les plus porteurs

2. Équipes

- ✓ Mutualisation rapide des équipes sous un encadrement commun
- ✓ Organisation cible atteinte à la fin du S1 2023
- ✓ Déménagement sur le site de Boulogne-Billancourt

3. „Go-to-market“

- ✓ Développements des leviers prioritaires de monétisation
- ⚙️ Refonte de l'offre et de la stratégie „go-to-market“
- ⚙️ Prime au leader : augmentation de la PDM



unify

17 sociétés rachetées
405 salariés repris
14 marques *pure players*
digitales acquises

Beauté
test

Avril 2023

Parole de
MA♥ANS

Juin 2023

1001COCKTAILS

Mai 2023



Audiences stables

depuis le rachat,
et au S1 2023 vs. S1 2022

BToB : 10,1% DE MARGE D'EBITDA, 15,0% EN ORGANIQUE

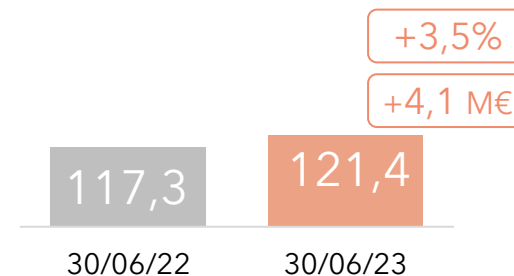
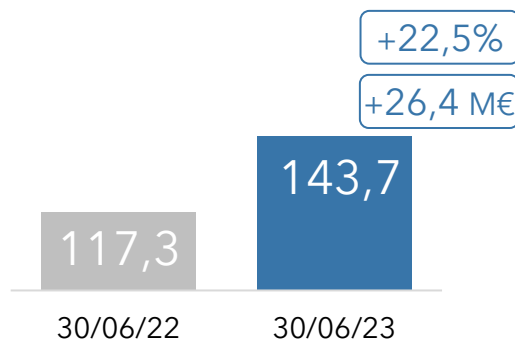


(M€)

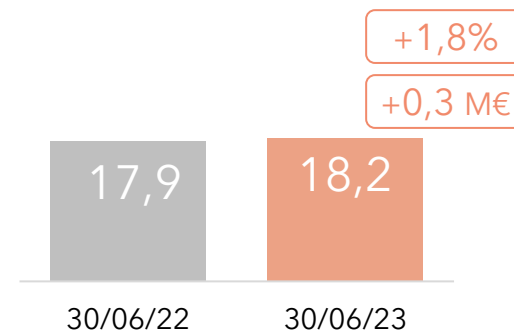
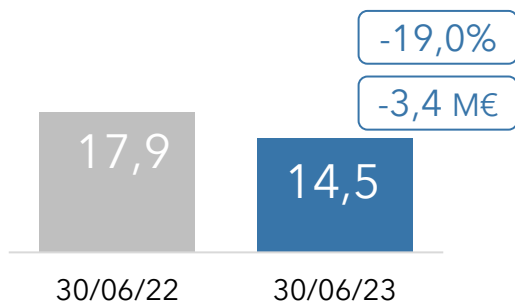
Consolidé

Organique

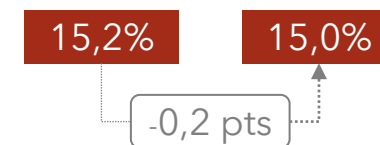
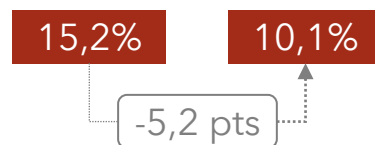
Chiffre d'affaires



EBITDA⁽¹⁾



Marge d'EBITDA⁽¹⁾ (%)



(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

A person wearing a red and blue plaid shirt is gesturing with their hands while sitting at a wooden desk. In the background, a laptop is open, displaying a website with blue and white elements. A smartphone is lying on the desk in front of the laptop. The word "COMPTES" is overlaid in large white letters across the bottom of the image.

COMPTES

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ



En M€	30/06/2023	30/06/2022	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	266,4	241,5	24,9	+10,3%
Charges opérationnelles	(243,9)	(210,3)	(33,6)	+16,0%
EBITDA⁽¹⁾	22,5	31,2	(8,7)	-27,9%
Dotations aux amortissements ⁽²⁾	(0,6)	(2,0)	1,4	n.a.
EBIT⁽¹⁾	21,8	29,1	(7,3)	-25,0%
Résultat financier	(4,7)	(3,6)	(1,1)	+31,9%
Résultat exceptionnel ⁽¹⁾	(8,4)	(2,7)	(5,6)	n.a.
Impôt sur le résultat	3,5	(4,8)	8,4	n.a.
Résultat net consolidé	12,3	17,9	(5,7)	-31,7%

Note : Activités de Unify et de Reworld Media Italia, consolidées respectivement depuis le 1^{er} octobre 2022 et le 10 janvier 2023.

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

(2) Dotations aux amortissements, y compris dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions.

SITUATION DE LA DETTE FINANCIÈRE NETTE

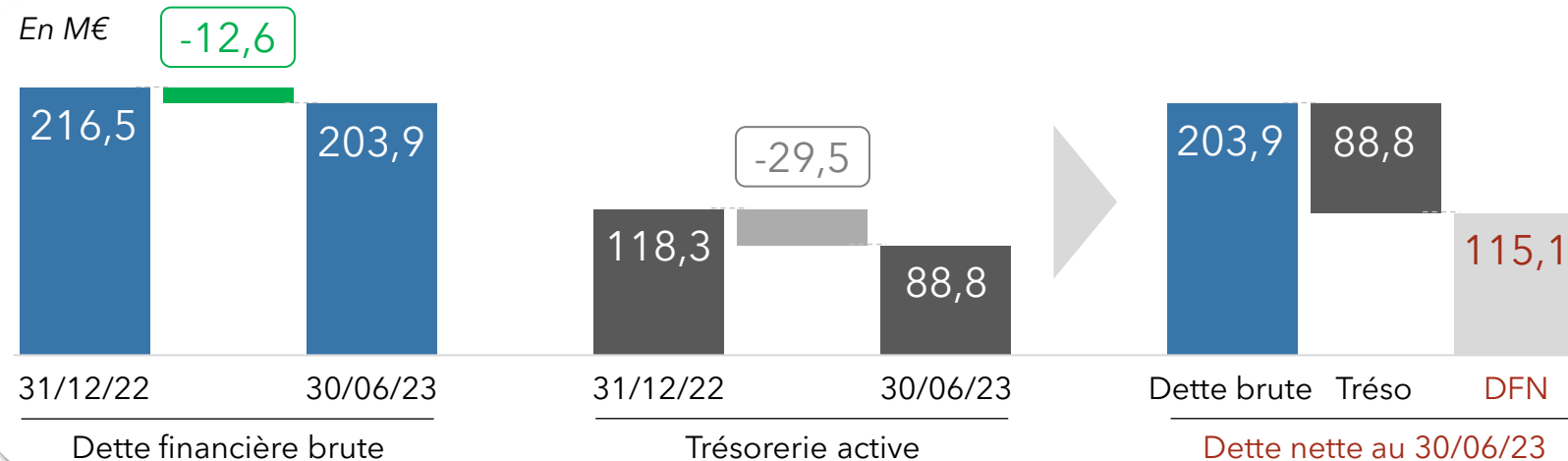


DFN : 115,1 M€

Montants inscrits au bilan

Dette nette de
2,0x L12M EBITDA

Gearing⁽¹⁾ de 57%



Maturité de la dette bancaire

Montants en principal

24,2 M€ d'échéance moy.
par an jusqu'en 2027

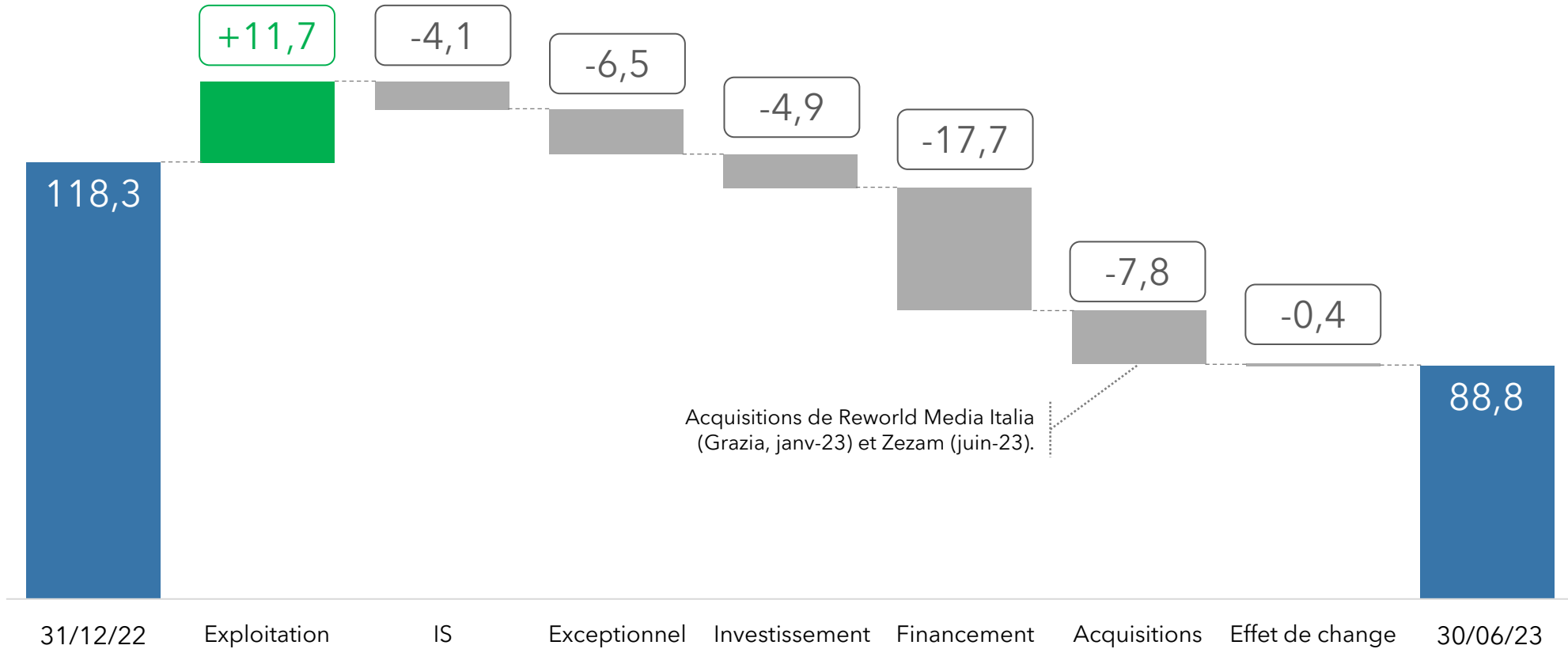


(1) Ratio de gearing calculé comme suit [Dette financière nette / (Capitaux propres part du Groupe + Intérêts minoritaires)].

FLUX DE TRÉSORERIE DU S1 2023



Trésorerie active
En M€



Acquisitions de Reworld Media Italia
(Grazia, janv-23) et Zezam (juin-23).

N-1

31/12/21	122,9	+20,1	-2,4	-8,0	-2,7	-14,5	-1,7	-0,3	113,6	30/06/22
----------	-------	-------	------	------	------	-------	------	------	-------	----------

ACTIONNAIRE DE RÉFÉRENCE DE HOPSCOTCH GROUPE



1^{er} groupe européen de conseil en communication et d'évènementiel
Présent dans 30 pays

Reworld Media détient⁽³⁾ 793 186 actions:

28,66% : **26,90%**
Capital : Droits de vote

Cours moyen depuis le 1^{er} janvier

18,03€
Prix / action ⁽³⁾

2019

CA : 197,9 M€
MB ⁽¹⁾ : 70,3 M€
EBIT : 3,4 M€

2020

Mars
La crise sanitaire pénalise très fortement Hopscotch Groupe.

Décembre
Prise de participation minoritaire de Reworld Media.

CA : 121,9 M€
MB ⁽¹⁾ : 55,2 M€
EBIT : -2,4 M€

2021

Février
Acquisition de la quasi-totalité des actions de L.Chouhan.

CA : 153,7 M€
MB ⁽¹⁾ : 67,0 M€
EBIT : 6,8 M€

2022

Juillet 2023
Encaissement du dividende au titre de 2022, montant brut fixé à 0,50 euro par action.

CA : 246,8 M€
MB ⁽¹⁾ : 86,1 M€
EBIT : 9,0 M€

Source : <https://hopscotchgroupe.com/finance-investisseurs/>.

(1) MB : Marge brute.

(2) Données au 30 juin 2023.

(3) Cours moyen de l'action depuis le 1^{er} janvier 2023, source <https://www.boursorama.com/cours/1rPALHOP/>.





PERSPECTIVES

PERSPECTIVES INCHANGÉES, MAINTIEN DE L'ORIENTATION STRATÉGIQUE

**1**

Poursuivre le développement du Groupe

BToC (M€)

- ✓ Préserver la rentabilité et l'actif
- ✓ Développer l'abonnement
- ✓ Diversifier les sources de revenus

BToB (M€)

- ✓ Rebond attendu de la rentabilité d'Unify
- ✓ Construire une offre innovante et 360°
- ✓ Continuer à investir les leviers de monétisation les plus porteurs

Croissance organique et croissance externe sélective, en France et à l'international

**2**

Finaliser l'intégration d'Unify

**3**

Renforcer l'engagement RSE du Groupe



QUESTIONS

A woman with curly hair and glasses, wearing a striped shirt, is smiling while looking at a laptop. She is sitting at a wooden desk. In the background, a man in a blue shirt and orange pants is working on a laptop. The office is bright and modern, with large windows, a white shelf, and a small potted plant on the desk.

ANNEXES

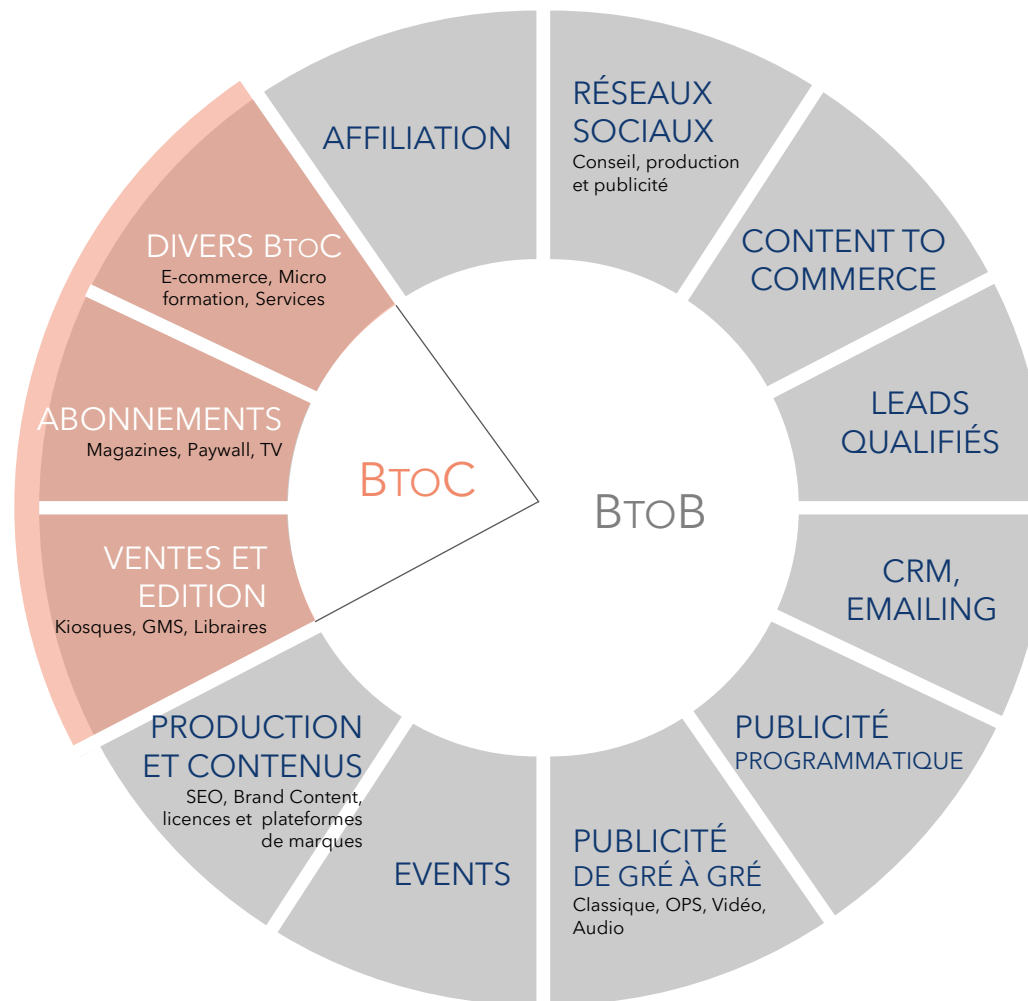
UNE PLATEFORME UNIQUE ET DIVERSIFIÉE

PÔLE “BTOC”

Leader des médias thématiques

Offre de contenus, services et produits en affinité avec les centres d'intérêts des consommateurs, disponible à l'abonnement et en vente à l'acte.

46,1%	•	35,7%
Part du CA	•	Part de l'EBITDA
Groupe S1 23	•	Groupe S1 23



PÔLE “BTOB”

Acteur majeur de l'adtech

Monétisation de nos audiences et accompagnement des entreprises dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale.

53,9%	•	64,3%
Part du CA	•	Part de l'EBITDA
Groupe S1 23	•	Groupe S1 23

BILAN CONSOLIDÉ SIMPLIFIÉ



<i>En M€</i>	30/06/2023	31/12/2022	Variation (M€)
Actif immobilisé	363,1	348,7	14,4
Impôts différés actifs	12,6	8,2	4,4
Actif circulant	172,4	176,9	(4,5)
Trésorerie et équivalents	88,8	118,3	(29,5)
Actif	636,8	652,1	(15,3)
Capitaux propres part du Groupe	186,5	176,3	10,2
Intérêts minoritaires	15,1	14,3	0,8
Provisions	19,8	24,8	(5,0)
Dettes financières	203,9	216,5	(12,6)
Autres passif circulant	211,5	220,2	(8,7)
Passif	636,8	652,1	(15,3)
Dette nette	115,1	98,2	17,0
Dette nette / L12M⁽¹⁾ EBITDA (x)	2,0x	1,5x	
Gearing (%)	57%	52%	

Note : ratio de gearing calculé comme suit [Dettes financières nettes / (Capitaux propres part du Groupe + Intérêts minoritaires)].

(1) L12M : 12 derniers mois, soit S2 2022 et S1 2023.

FLUX DE TRÉSORERIE



En M€	30/06/2023	30/06/2022	Variation (M€)
EBITDA ⁽¹⁾	22,5	31,2	(8,7)
Effet de trésorerie d'exploitation	(10,7)	(11,0)	0,3
Flux d'exploitation	11,7	20,1	(8,4)
IS	(4,1)	(2,4)	(1,7)
Effet de trésorerie exceptionnel	(6,5)	(8,0)	1,4
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	1,1	9,8	(8,7)
Flux de trésorerie des activités d'investissement	(4,9)	(2,7)	(2,2)
Flux de trésorerie disponible	(3,7)	7,1	(10,9)
Financement	(17,7)	(14,5)	(3,2)
Acquisitions et entrées de périmètre	(7,8)	(1,7)	(6,1)
Flux de trésorerie des activités de financement	(25,5)	(16,2)	(9,3)
Variation de trésorerie active	(29,2)	(9,0)	(20,1)
Incidence des variations de taux de change	(0,4)	(0,3)	(0,0)
Trésorerie à l'ouverture	118,3	122,9	
Trésorerie à la clôture	88,8	113,6	

(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

AVERTISSEMENTS IMPORTANTS



Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les prévisions des performances à venir du Groupe Reworld Media, sont des déclarations prévisionnelles et peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.

Toutes les références à des performances passées du Groupe Reworld Media ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.

Le contenu de ce document ne doit pas être considéré comme un document commercial ou une sollicitation à l'achat ou à la vente d'actions du Groupe Reworld Media.

Les informations, tableaux et états financiers reflètent l'information financière disponible dans les comptes consolidés semestriels. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport d'audit relatif à la certification des comptes consolidés a été émis.

CONTACTS



8 rue Barthélémy Danjou
92100 Boulogne Billancourt
reworldmedia.com
investisseurs@reworldmedia.com

.....

Suivez-nous aussi :   

Listing Sponsor : Euroland Corporate
Contact : Julia Bridger
jbridger@elcorp.com

Communication
Contact : PCE - Ségolène de St Martin
sdestmartin@p-c-e.fr



CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES