



RÉSULTATS ANNUELS 2023

21 mars 2024

CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES

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 annuels. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport d'audit relatif à la certification des comptes consolidés est en cours d'émission.

SOMMAIRE



1

INTRODUCTION

2

ACTIVITÉS

3

COMPTES

4

PERSPECTIVES





INTRODUCTION



EN FRANCE

1^{er} éditeur de presse magazine

3^e groupe média sur le web

1^{er} groupe média sur les réseaux sociaux

Le groupe touche 7 Français sur 10^(a)

À L'INTERNATIONAL

Leader en Europe sur l'Adtech
avec **Tradedoubler**

Implanté à l'international en médias,
directement ou par licence avec

ICON **GRAZIA** 
netmums.com

1^{ÈRE} PLATEFORME DE MÉDIAS THÉMATIQUES & D'ADTECH EN EUROPE

31% du CA réalisé à l'international

+36% vs. 2022

81 marques médias actives



LEADERSHIP RENFORCÉ GRÂCE AUX ACQUISITIONS



FRANCE

INTERNATIONAL

SANTÉ BIEN ÊTRE



Doctissimo

FEMME



aufeminin PAROLE DE MAMANS Beauté test

GRAZIA netmums.com enfemenino

FOOD



marmiton 1001COCKTAILS

YOUNG



HERO FRAICHES MINUTE BUZZ

LIFESTYLE

ICON

TECH GAMING



LES NUMERIQUES CNET gamekult 2D NET

ADTECH

zezam
by metapic



Contexte



Guerre en Ukraine et au Moyen-Orient



Inflation de 4,8% (France)



Marché de la communication digitale en France⁽¹⁾ :
9,6 Mds € | +6,1%



Acquis le 1^{er} oct. 2022
Exercice 2022⁽²⁾ :

- CA : 55,4 M€
- EBITDA : négatif de 9,9 M€

Reworld Media

CA : **549,3 M€**

⬆️ +8,6%
vs. 2022

+43,5 M€
vs. 2022

RN : **26,9 M€**

-16,4 M€
d'exceptionnel

4,9%
de marge 2023

EBITDA⁽¹⁾ : **59,3 M€**

⬆️ +1,5%
vs. S2 2022

10,8%
de marge 2023

TRÉSO : **97,7 M€**

108,1 M€
dette nette
1,8x l'EBITDA

41,3 M€
Flux d'exploitation

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

(2) Activités de Unify consolidées depuis le 1^{er} octobre 2022 ; en 2022, elles participent aux résultats consolidés à hauteur de 17,7 M€ de chiffre d'affaires et de 0,5 M€ d'EBITDA.

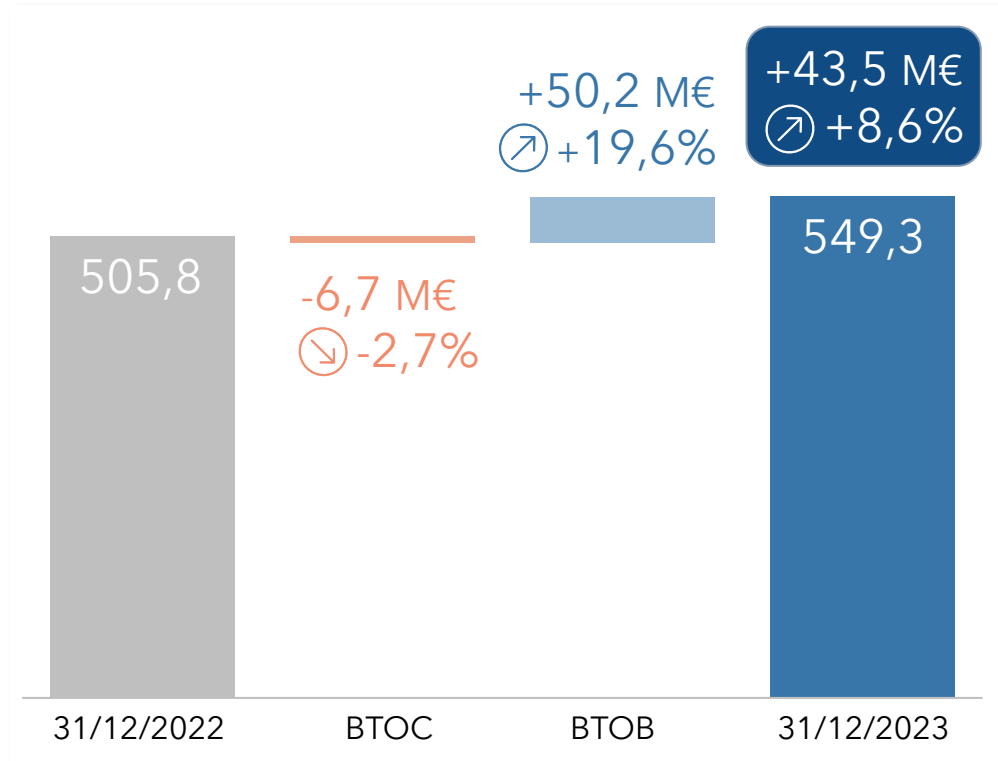
2023 PORTÉ PAR LA CROISSANCE DU BtoB



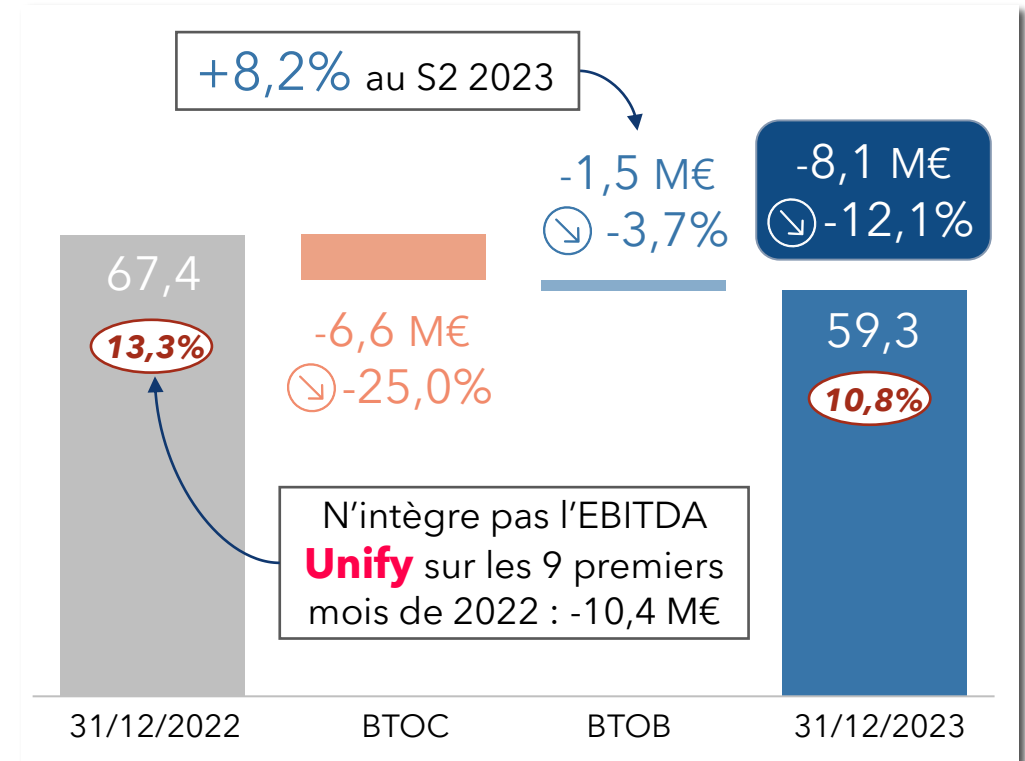
(M€) Chiffre d'affaires

Organique⁽¹⁾

-14,7 M€ | -5,9% +9,9 M€ | +4,2% -4,7 M€ | -1,0%



EBITDA⁽²⁾



X% Marge d'EBITDA (%)

(1) Chiffre d'affaires hors acquisitions des activités de Unify et de Reworld Media Italia, consolidées respectivement depuis le 1^{er} oct. 2022 et le 10 janv. 2023.

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

RETOUR DE LA **CROISSANCE DE L'EBITDA** AU S2



(M€)

Chiffre d'affaires

EBITDA⁽¹⁾

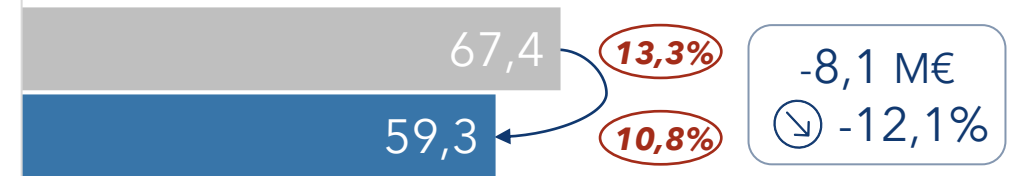
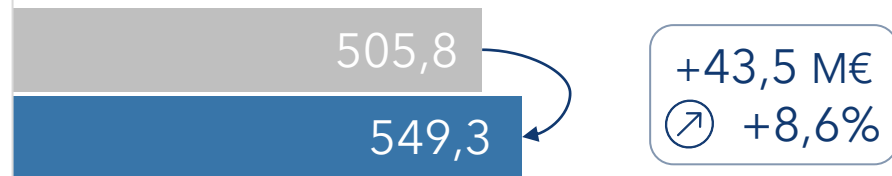
S1



S2



Annuel



■ 2023 ■ 2022 (x%) **Marge d'EBITDA (%)**

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



ACTIVITÉS

PLUS DE 80 MARQUES POPULAIRES SUR 12 THÉMATIQUES



SANTÉ BIEN ÊTRE 

Doctissimo
TOP Santé
Plume Vie

FEMME 

aufeminin B I B A
PSYCHOLOGIES GRAZIA
MODES & TRAVAUX Nous Deux
marie france Beauté test
Parole de MA♥ANS

FOOD 

marmiton
GUEULETON gourmand
tanin
Vitalfood
100COCKTAILS

YOUNG 

HERŃ melty.
FRAICHES MINUTE BUZZ
Peaches. juste mieux
SUPER BON next (plz)

AUTO 

Auto Plus
l'auto-journal
Sport auto

LIFESTYLE

ENVOLS
AIRFRANCE / media solutions
I C O N

SCIENCE CULTURE 

SCIENCE & VIE
JUNIOR
GUERRES Histoire
IDÉCOUVERTES
DÍAPASON PHOTO RÉPONSES

ENTER-TAINMENT 

Téléstar
TÊTE POCHÉ
TELE magazine
Closer

TECH GAMING 

LES NUMÉRIQUES
LA CRÈME DU GAMING
CNET SUPER SOLUCE
ECLYPSIA
gamekult

SPORT 

sports.fr
sport 3.5
FI.fr
football FR

NATURE 

MON JARDIN & ma maison
l'Ami jardins
LE CHASSEUR FRANÇAIS
la chasse
GrandGibier

HOME 

Maison & travaux
le journal de la MAISON
CAMPAGNE DÉCORATION

Note : classement du groupe par thématique réalisé sur la base de la mesure Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne annuelle 2023 vs. période similaire l'année précédente, en visiteurs uniques mensuels, en France.

1^{ER} ÉDITEUR DE PRESSE MAGAZINE



»» A compter de 2023, le groupe devient **éditeur en Italie et aux US**

N°1 en diffusion en France

Une diffusion optimisée dans un contexte inflationniste

94,1 millions d'ex. diffusés en France ^(f)	122 titres édités en 2023 en France
1,7 million d'abonnements payants	329 mille abonnements diversifiés

3 magazines dans le Top 20 des + lus par les Français^(a)



GRAZIA



et leurs déclinaisons digitales et « social »



»» Poursuite de la **diversification de l'offre**

Nouveaux magazines



Lancement de ICON en France, le magazine mode et lifestyle masculin haut de gamme italien (mars 2024).

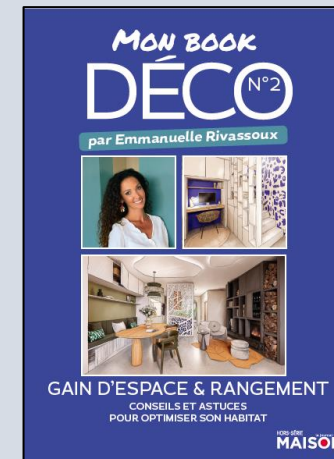


Lancement de nouveaux titres jeunesse tout au long de l'année 2023.

REWORLD
MEDIA ÉDITION

169 produits
d'édition
mis en vente sur 1 an

+32%
vs. 2022



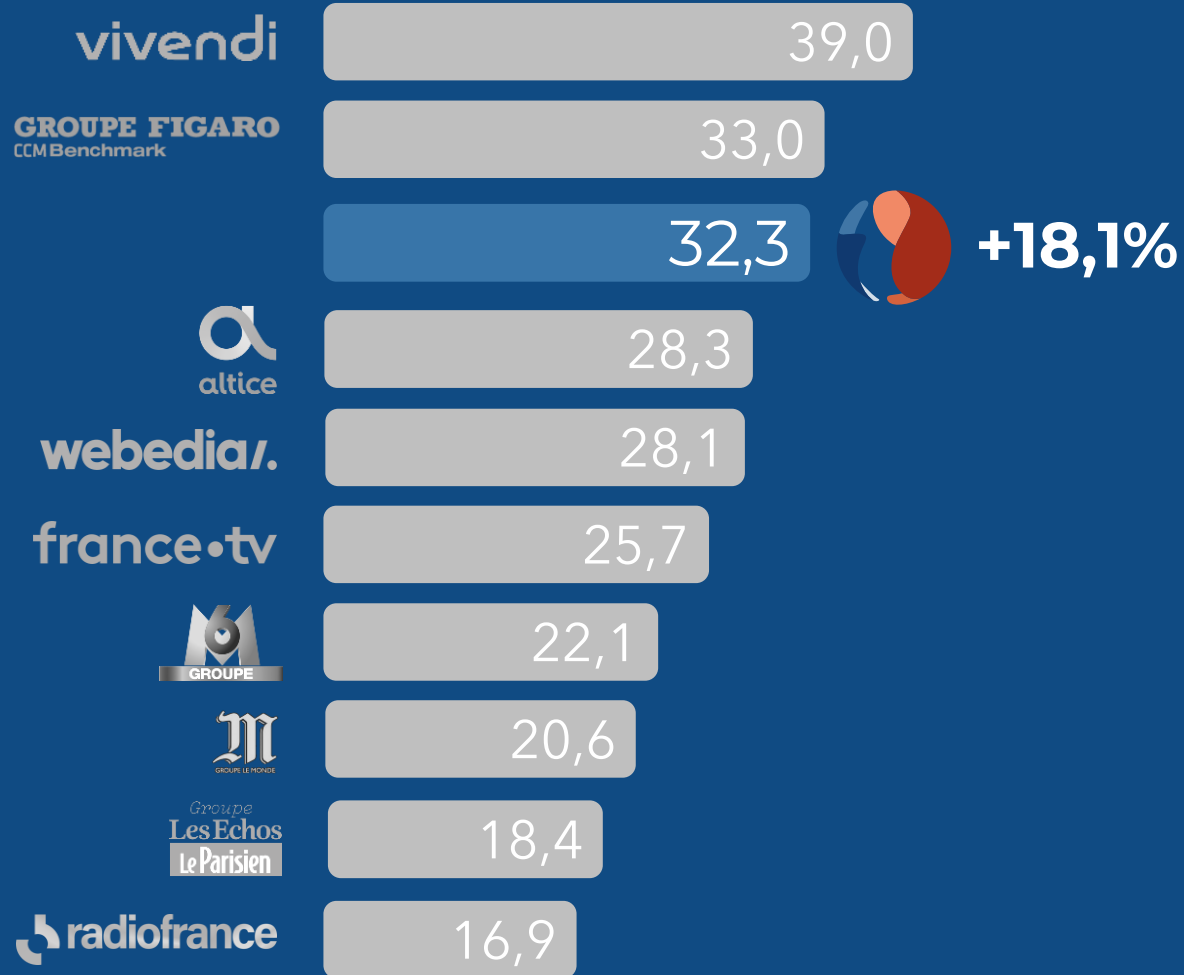
SPORT EN FRANCE
LA CHAÎNE DU MOUVEMENT SPORTIF

A partir du 6 février 2024, la chaîne éditée pour le compte du mouvement sportif sera disponible en France au sein des offres CANAL+.

3^E GROUPE MÉDIA SUR LE WEB



(en millions de VU mensuels^(d))



■ Groupes médias

»» Digitalisation continue des usages ^(e)



»» Top des progressions d'audiences sur 3 ans^(d)



DES SITES **PREMIUM** À LA POINTE DES TENDANCES



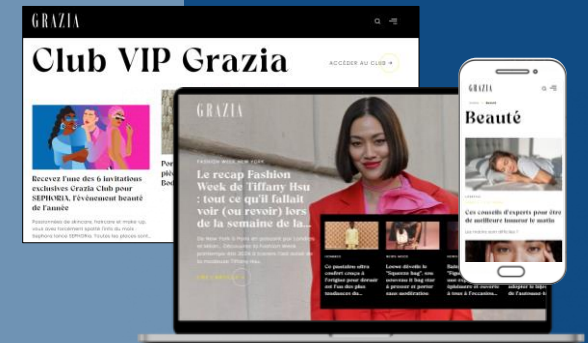
GRAZIA

L'une des plus prestigieuses marques média de mode dans le monde

Refonte en septembre 2023
3 millions de visiteurs uniques^(d)

Incarnée par Céline Perruche à la direction éditoriale en France

Nouveaux site et codes visuels
Nouveaux temps forts et rubriques
Nouveaux formats digitaux et sociaux
Création du club VIP



Maison & Travaux

1^{ère} marque magazine dans l'univers de la maison, rénovation et aménagement

Refonte en novembre 2023
3,3 millions de visiteurs uniques^(d)

Incarnée par Céline Chahi, directrice de la marque et Emmanuelle Rivassoux qui a rejoint la rédaction

Maquette graphique épurée
Expérience de navigation optimisée
Nouvelles rubriques servicielles



PSYCHOLOGIES

1^{ère} marque féminine consacrée au bien-être et au développement personnel

Refonte en janvier 2024
1,2 million de visiteurs uniques^(d)

Incarnée par de nouvelles plumes et un comité d'experts parmi lesquels Marine Colombel, psychiatre

> 90% de contenus exclusifs
Nouvelle maquette qui améliore l'expérience
Nouveaux RDV éditoriaux et podcasts



1^{ER} GROUPE MÉDIA SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



81,1 millions d'abonnés^(c)



+10,4% sur 1 an

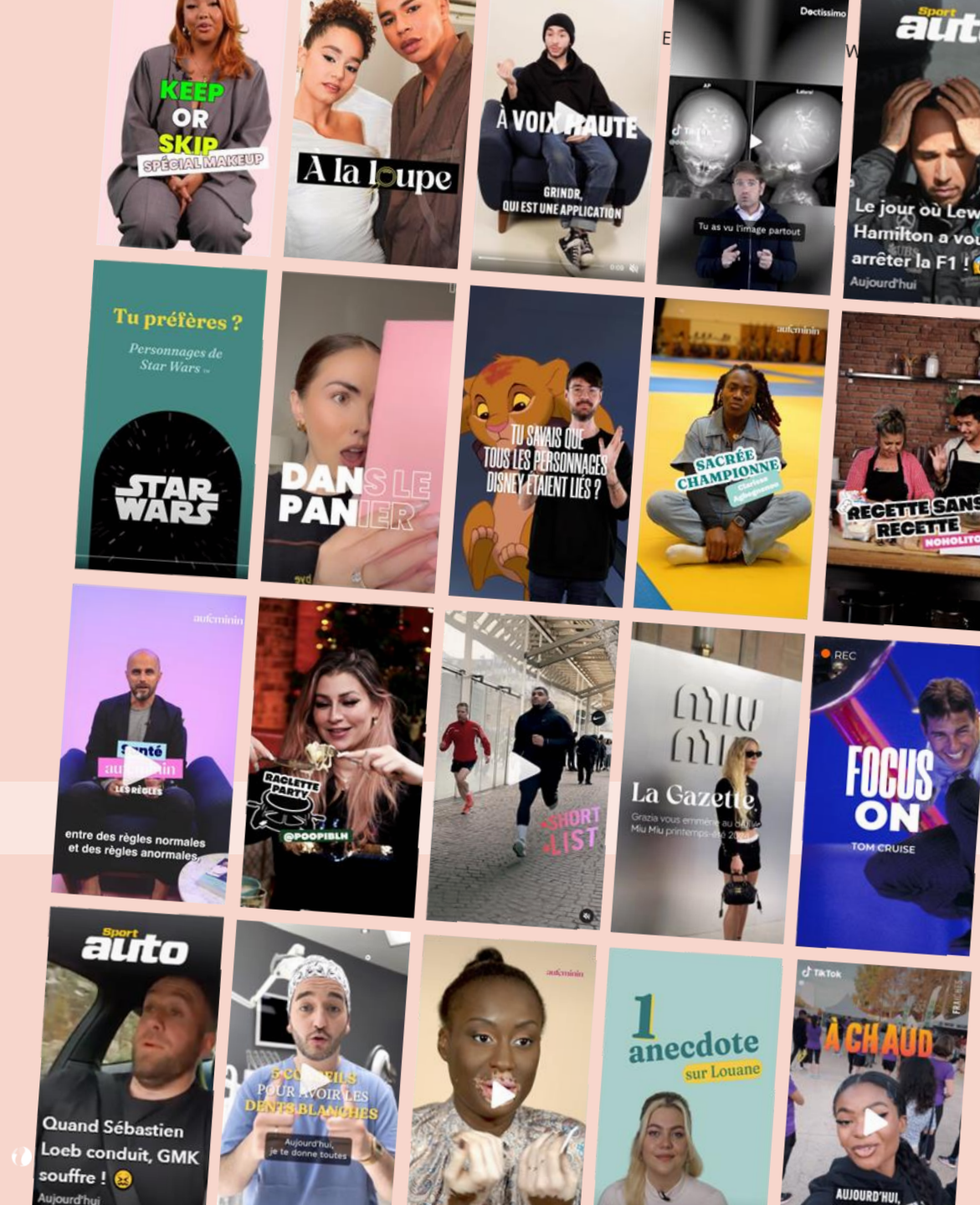
#Tendance : les 15-24 ans^(e)
4h / jour de surf dont
2h24 / jour sur le social (39%)

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

»» Poursuite de l'investissement dans les contenus

Plus de **80** producteurs de contenus dédiés
1 000 m² de studios
60h de tournage / semaine
50 nouveaux formats produits / jour

**600 SHOWS &
PROGRAMMES
ORIGINAUX**



LA VIDÉO AU ♥ DE NOS AUDIENCES



620 millions : **270 millions** sur nos sites
vidéos vues / mois : **350 millions** en social

»» Les usages vidéo se digitalisent

Sur 4h40 / jour d'écoute vidéo, la **vidéo sur internet** représente 48 minutes, soit **17%**^(g).

Les **vidéos courtes** portent la croissance du social.

Top 5 des marques vidéo^(h)

1	
2	sports.fr
3	Closer
4	aufeminin
5	marie france





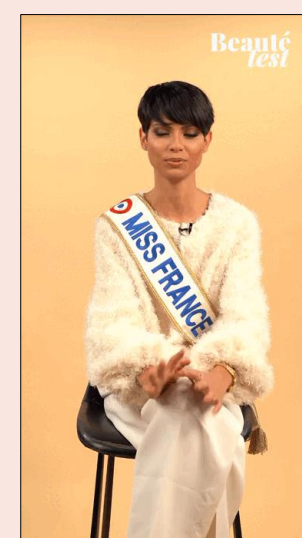
« How to »
3,1 millions de vues

GRAZIA



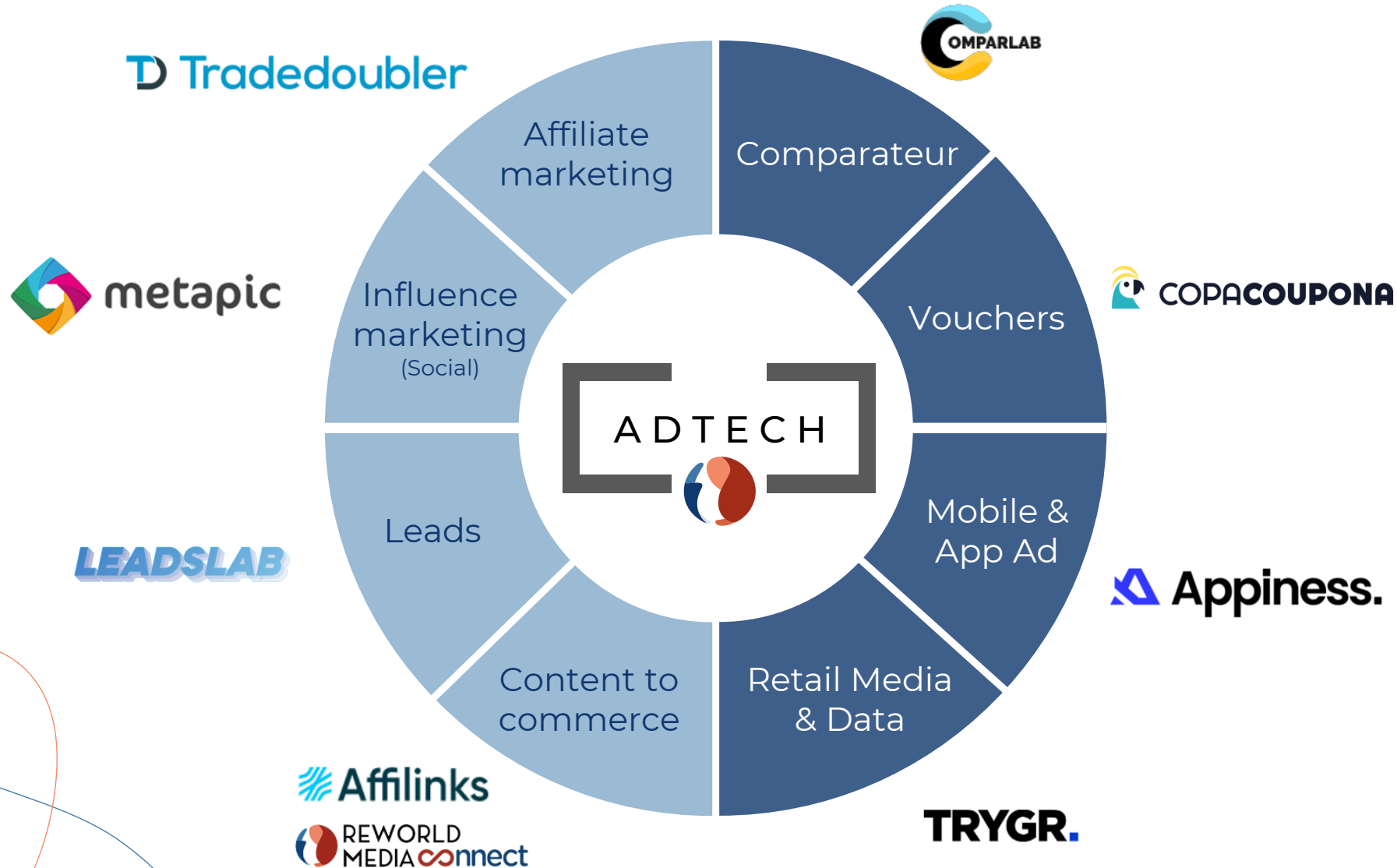
Emma Watson
> **5 millions** de vues

Beauté
test



« Dans le vanity »
1,1 million de vues

PERFORMANCE : SUCCÈS D'UNE OFFRE MULTI-LEVIERS



Plus de
3 000 clients

180 000 sites affiliés

5,5 mds€ revenue
pour nos clients en 2023

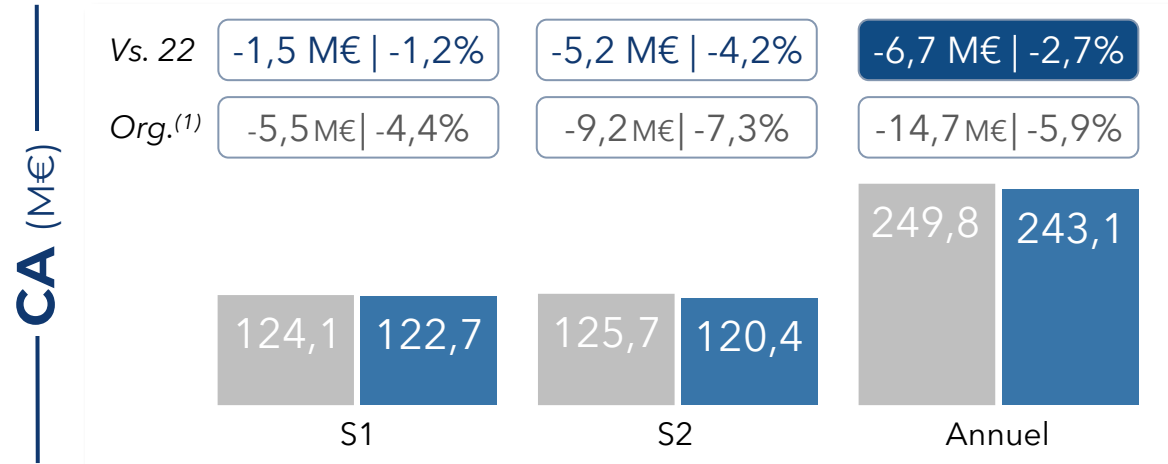
Plus de
100 000 influenceurs actifs

Plus de
2,2 millions
applications installées depuis 2020



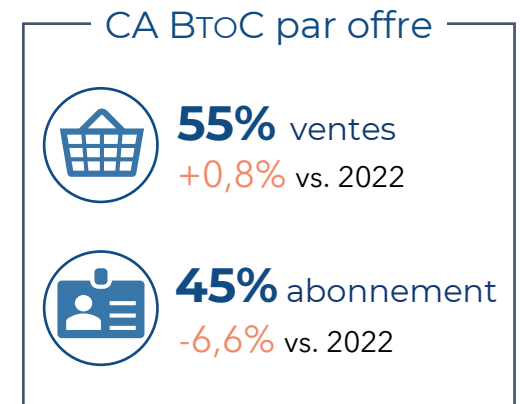
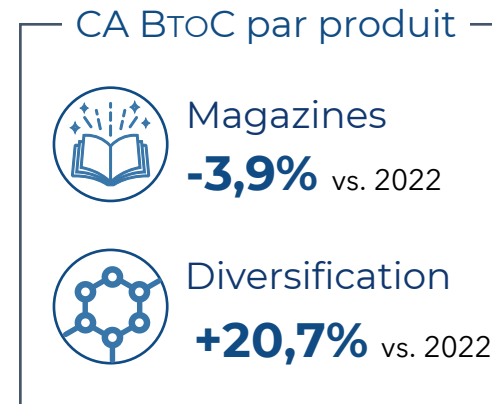
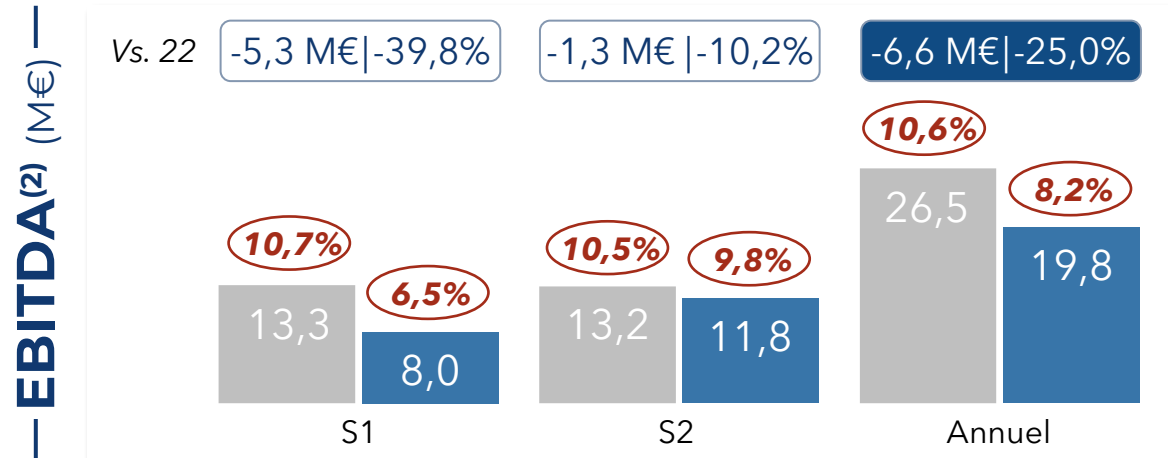
COMPTES

BToC : GESTION RIGOUREUSE FACE À L'INFLATION



»» **Rationalisation de la diffusion** motivée par la hausse inédite des coûts industriels, très largement supérieure à l'inflation

»» Au S2, **baisse moyenne constatée de 16%** du prix du papier à l'achat vs. S2 2022

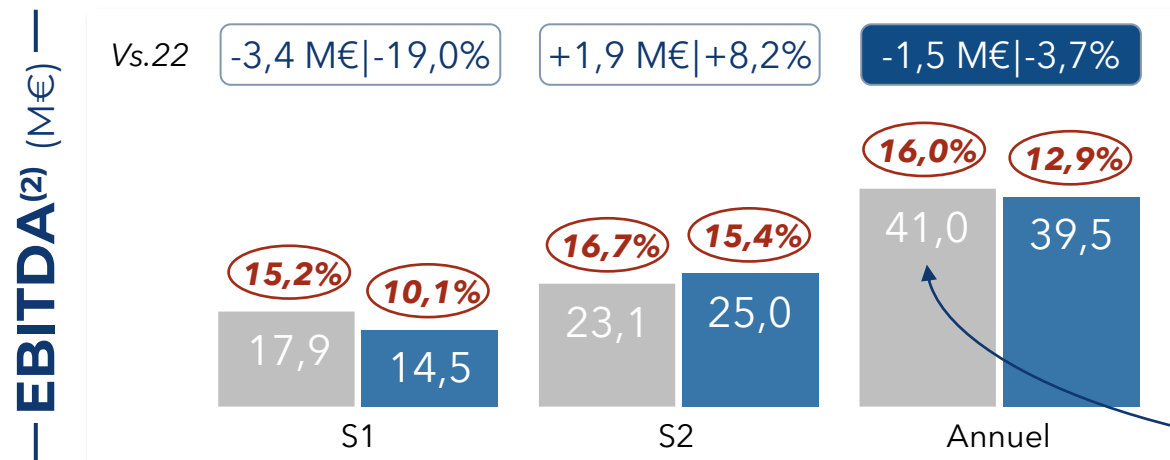
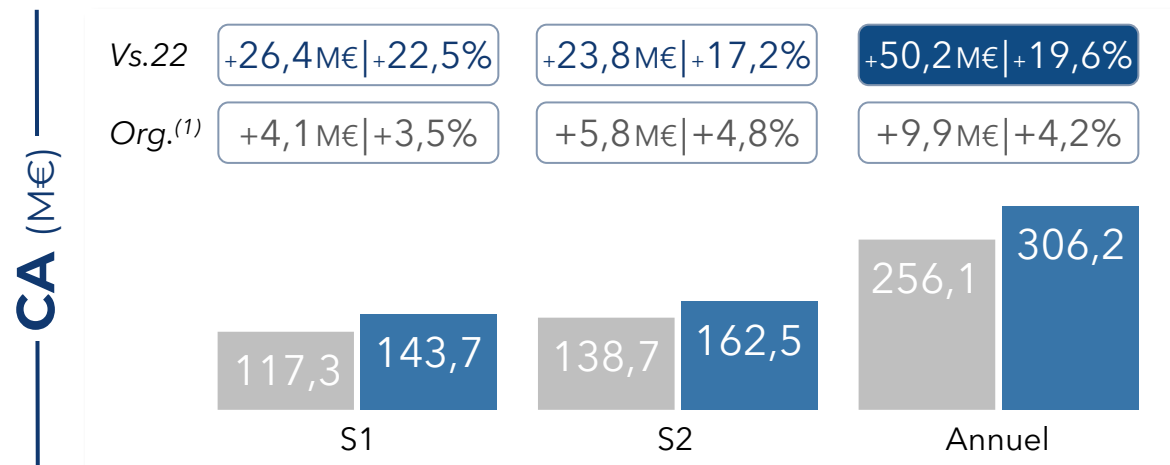


■ 2023 ■ 2022 (x%) **Marge d'EBITDA (%)**

(1) Chiffre d'affaires hors acquisitions des activités de Unify et de Reworld Media Italia, consolidées respectivement depuis le 1^{er} oct. 2022 et le 10 janv. 2023.

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

BToB : RETOUR DE LA CROISSANCE AU S2



■ 2023 ■ 2022 (x%) **Marge d'EBITDA (%)**

- » **Très bonne dynamique** de nos **offres à la performance** qui portent la croissance du CA BToB, composé à **88%** de recettes digitales
- » Poursuite de la **croissance** et de la **digitalisation** du **marché de la communication** en France⁽ⁱ⁾

(Mds€)	2023	vs. 2022	15-23 TCAM ⁽³⁾
Global	34,1	+3,7%	+1,0%
Digital	9,6	+6,1%	+11,2%
Digital (%)	28,1%	27,6%	13,0%

Le **social (+11,5%)** et la **vidéo (+17,8%)** tirent la croissance du marché digital⁽ⁱ⁾.

N'intègre pas l'EBITDA **Unify** sur les 9 premiers mois de 2022 : -10,4 M€.

(1) Chiffre d'affaires hors acquisitions des activités de Unify et de Reworld Media Italia consolidées respectivement depuis le 1^{er} oct. 2022 et le 10 janv. 2023.

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

(3) Taux de croissance annuelle moyen 2015-2023 et poids du digital sur le marché global de la communication en 2015 (13%).

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ 2023



<i>En M€</i>	31/12/2023	31/12/2022	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	549,3	505,8	43,5	+8,6%
Charges opérationnelles	(490,0)	(438,4)	(51,6)	+11,8%
EBITDA⁽¹⁾	59,3	67,4	(8,1)	-12,1%
Dotations aux amortissements ⁽²⁾	(1,2)	(2,9)	1,7	-57,6%
EBIT⁽¹⁾	58,1	64,5	(6,4)	-10,0%
Résultat financier ⁽³⁾	(9,5)	(6,3)	(3,2)	+50,4%
Résultat exceptionnel ⁽¹⁾	(16,4)	(5,5)	(10,9)	n.a.
Impôt sur le résultat	(5,2)	(8,1)	2,8	-35,0%
Résultat net consolidé	26,9	44,7	(17,7)	-39,7%
Intérêts minoritaires	(2,8)	(1,7)	(1,1)	n.a.
Résultat net part du Groupe	24,2	43,0	(18,8)	-43,7%

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 pour 7,3 M€ (produit) en 2023 à comparer avec 1,9 M€ (produit) en 2022.

(3) Résultat financier y compris frais d'emprunts à étaler.

POURSUITE DU DÉSENDETTEMENT

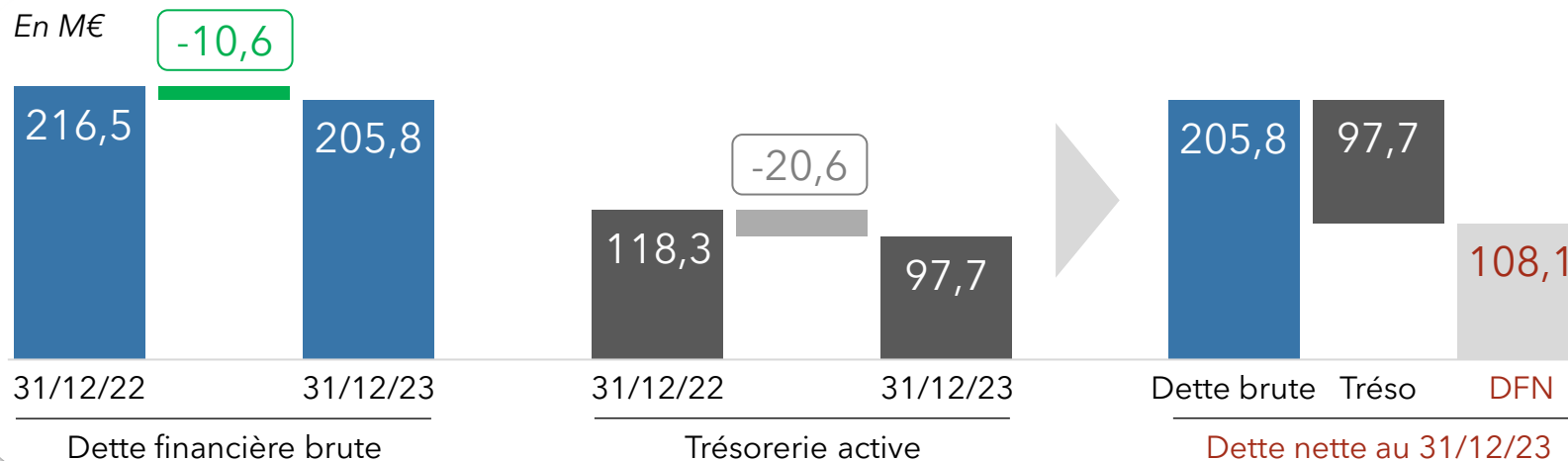


DFN : 108,1 M€

Montants inscrits au bilan

» Dette nette de 1,8x EBITDA
Gearing⁽¹⁾ de 49%

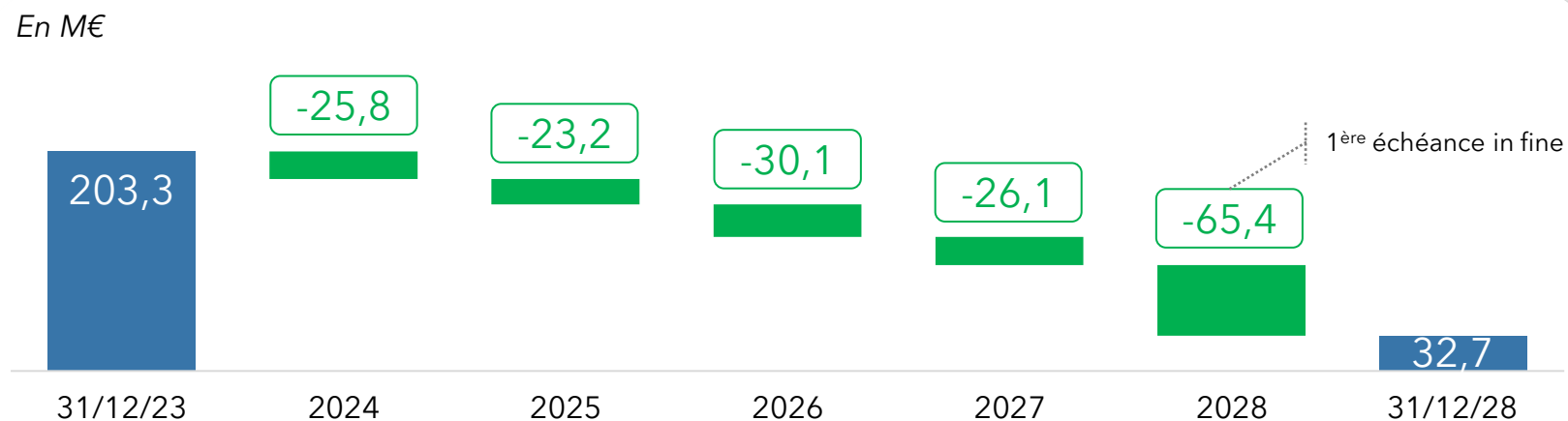
» Exercice 2023 :
• 23,3 M€ de principal remboursé
• 11,8 M€ de tirage visant à refinancer l'acquisition en Italie et une partie des coûts liés à l'intégration d'Unify



Maturité de la dette bancaire

Montants en principal

» 26,3 M€ d'échéance moyenne par an jusqu'en 2027

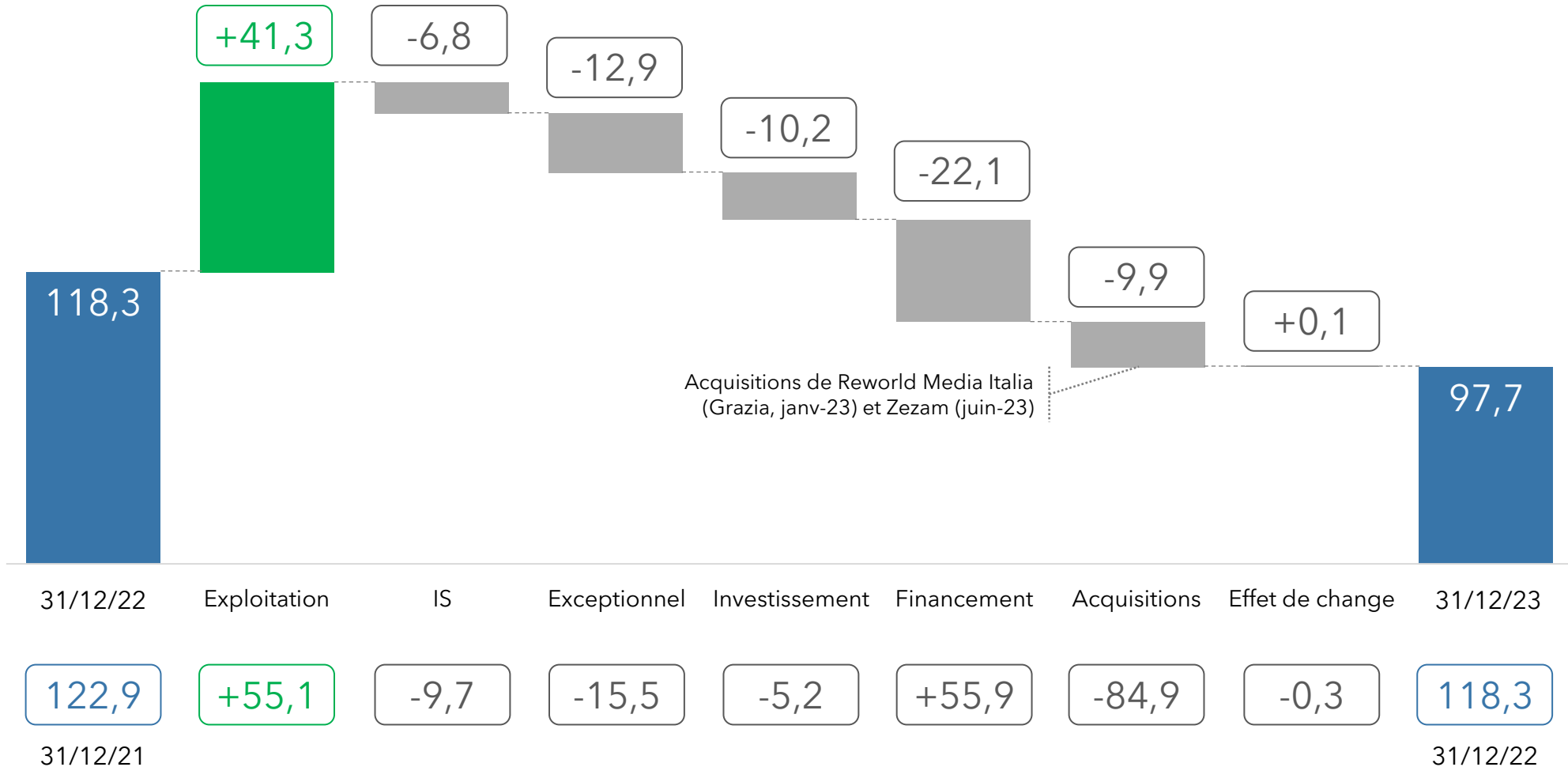


(1) Ratio de gearing calculé comme suit [Dette financière nette / (Capitaux propres part du Groupe + Intérêts minoritaires)].

FLUX DE TRÉSORERIE 2023



Trésorerie active
(M€)



N-1



PERSPECTIVES

QUEL MARCHÉ À **HORIZON 2030** ?



Marché de la **communication**

+1,2% par an
en moy. 2022-2030



Marché **publicitaire**
Bénéficie du transfert de dépenses hors-média

+2,3% par an
en moy. 2022-2030
au lieu de +3,0% 2012-2022



Segment **Display**
A plusieurs vitesses, soutenu par les formats vidéo et audio

+3,0% par an
en moy. 2022-2030
au lieu de -0,2% 2012-2022



Segment **Social**
Porté par le format vidéo et l'influence marketing

+4,0% par an
en moy. 2022-2030
au lieu de +36% 2012-2022



Segment **Retail media**
Bénéficie de la fin des cookies tiers et des prospectus papier

+10,0% par an
en moy. 2022-2030
au lieu de +32,6% 2012-2022

+4,4 mds €

de recettes digitales d'ici 2030

#Tendance : vers un nouvel usage de la publicité centré sur la **performance**, avec une **conversion** à l'achat + directe

Retail Media

Marché mondial : **110 mds €**
x2 entre 2023 et 2030 en France

Offre ~~RETAIL~~ **in-MEDIA** ↗
18 millions de clics vers
80 sites marchands en 1 an
Acquisition de **TRYGR.** (janv-2024)

OBJECTIFS & STRATÉGIE



1 | Développer le groupe

Capitaliser sur nos **marques** à forte notoriété et leaders sur leur thématique
Investir dans les **contenus** et les **formats** les plus porteurs (vidéo, social)
Poursuivre la **digitalisation** et la **diversification** de notre offre

Accompagner nos **clients** dans la **digitalisation** de leur communication
et de leurs investissements
Proposer des **offres innovantes & pertinentes** en ligne avec leurs enjeux
et les évolutions du marché (performance)

Combiner **croissance organique** et **croissance externe** sélective



2 | Croître à l'international



3 | Renforcer l'engagement RSE



ENVIRONNEMENT

1^{ère} empreinte carbone

- Méthodologie : GHG Protocol
- Période : 1/10/22 au 30/09/23
- Périmètre : hors Tradedoubler

53,23

ktCO₂e
Total émissions



178,99

tCO₂e
Scope 1

66,74

tCO₂e
Scope 2

52,98

ktCO₂e
Scope 3

Accélérer en 2024

- Définir une trajectoire de décarbonation
- Intégrer Tradedoubler dans le périmètre
- Qualifier des principaux risques environnementaux incluant la biodiversité

SOCIÉTAL

Pouvoir d'achat

5 euros max
👉 marmiton



Lutte contre les "fake news,"



« Juste cause »
SCIENCE&VIE

Inclusion et diversité

FRAICHES aufeminin PSYCHOLOGIES meity.



GOUVERNANCE

2022

50

2021

34

2020

19

Note ESG(K)



Patrycja Mothon

- Administratrice indépendante
- Nommée en nov-23
- Experte des enjeux de recrutements dans les secteurs du digital et des technologies

Fanny Deleuze

- Responsable RSE du groupe
- Nommée en avr-23
- Diplômée de Centrale Supelec en management de stratégie durable



A close-up photograph of a young boy with curly brown hair and black-rimmed glasses. He is looking directly at the camera with a focused expression. The background is blurred, showing what appears to be a bookshelf with books. A dark horizontal bar is overlaid at the bottom of the image, containing the word "QUESTIONS" in white, uppercase, sans-serif font.

QUESTIONS

A close-up photograph of a person's hands and forearms. The person is wearing a mustard yellow, ribbed knit sweater. On their left wrist, they are wearing several bangles: a wide, dark, glossy one, and several thinner, metallic ones. Their hands are resting on a wooden desk, with a laptop open in front of them. The background is softly blurred, showing a dark surface with some indistinct white markings. A semi-transparent dark grey banner is positioned at the bottom of the image, containing the word "ANNEXES" in white, uppercase, sans-serif font.

ANNEXES

BILAN CONSOLIDÉ SIMPLIFIÉ



<i>En M€</i>	31/12/2023	31/12/2022	Variation (M€)
Actif immobilisé	365,8	348,7	17,1
Impôts différés actifs	11,1	8,2	2,9
Actif circulant	189,6	176,9	12,6
Trésorerie et équivalents	97,7	118,3	(20,6)
Actif	664,2	652,1	12,1
Capitaux propres part du Groupe	201,7	176,3	25,4
Intérêts minoritaires	17,2	14,3	2,9
Provisions	18,5	24,8	(6,3)
Dettes financières	205,8	216,5	(10,6)
Passif circulant	220,9	220,2	0,7
Passif	664,2	652,1	12,1
Dette nette	108,1	98,2	9,9
Dette nette / EBITDA (x)	1,8x	1,5x	
Gearing (%)	49%	52%	

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






- (a) ACPM, étude OneNext Global S2 2023, cible ensemble 15+, 26 oct. 2023.
- (b) DSH 2023 ACPM, 15 févr. 2024.
- (c) Nombre d'abonnés non dédupliqués aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch, données éditeurs.
- (d) Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne annuelle 2023, comparaison vs. période similaire l'année précédente, en visiteurs uniques mensuels.
- (e) Médiamétrie, L'Année Internet 2023, 8 février 2024.
- (f) Déclarations sur l'Honneur, OJD 2023, évolutions 2022 à périmètre constant.
- (g) Évolution du marché de la communication et impact sur le financement des médias par la publicité, 2024, Ministère de la Culture, ARCOM, PMP Strategy.
- (h) Classement réalisé sur nombre de vidéos vues instream sur les sites du groupe, données éditeurs, moyenne d'avril à septembre 2023 (6 mois).
- (i) Le marché de la publicité et de la communication 2023 et prévisions 2024, BUMP.
- (j) Observatoire de l'E-Pub, Bilan 2023, 31^e édition.
- (k) Rapport EthiFinance ESG Ratings 2023 basé sur les données de l'exercice 2022.

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



Merci



REWORLD
MEDIA
LEADING MEDIA GROUP



CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES