

**Rapport
financier &
extra-financier**
2023



REWORLD MEDIA
LEADING MEDIA GROUP

SOMMAIRE

1	RAPPORT D'ACTIVITÉ.....	6
1.1	Message des fondateurs	7
1.2	Rapport d'activité	8
1.2.1	Activité et stratégie du Groupe	8
1.2.2	Activité en matière de recherche et développement.....	13
1.2.3	Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est exposée	13
1.2.4	Résultats de la société Reworld Media SA.....	16
1.2.5	Situation des filiales et participations	17
2	GOVERNANCE D'ENTREPRISE.....	22
2.1	Objet social de Reworld Media.....	23
2.2	Capital social	23
2.2.1	Capital social et nombre d'actions.....	23
2.2.2	Franchissement de seuils légaux déclarés	23
2.2.3	Action de concert.....	24
2.2.4	Variation du capital.....	24
2.2.5	Auto-détention et autocontrôle.....	25
2.2.6	Autres valeurs mobilières donnant accès au capital.....	25
2.2.7	Délégations en matière d'augmentation de capital	26
2.2.8	État de la participation des salariés au capital social.....	27
2.3	Cours de bourse.....	27
2.4	Opérations sur le capital	27
2.5	Formes des actions.....	27
2.6	Droit de vote double	28
2.7	Franchissement de seuils	28
2.8	Nantissement des actions de l'émetteur.....	28
2.9	Distribution de dividendes	28
2.10	Direction du groupe	28
2.11	Conseil d'administration de la Société.....	31
2.11.1	Liste des mandats et fonctions dans la Société	31
2.11.2	Liste des mandats et fonctions des dirigeants de la Société hors la Société.....	32
2.11.3	Renouvellement de mandats d'administrateurs.....	34
2.11.4	Nomination d'administrateurs	34
2.11.5	Rémunération des membres du conseil d'administration	34
2.11.6	Assiduité des membres du conseil	34
2.11.7	Changements intervenus dans la composition du conseil au cours de l'exercice	35
2.12	Rémunération des Dirigeants.....	35



2.13	Conventions conclues directement ou indirectement entre un dirigeant ou un associé à plus de 10% de la Société et une filiale à plus de 50% de la Société	36
2.14	Régime de gouvernement d'entreprise en vigueur en France AFEP-MEDEF	37

3 DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE .38

3.1	Introduction	39
3.1.1	Édito croisé	39
3.1.2	Les activités du Groupe	39
3.1.3	Le modèle d'affaires	41
3.1.4	Les valeurs et les forces du Groupe	42
3.1.5	Les enjeux des secteurs de l'information et de la communication	43
3.1.6	Les principaux risques extra-financiers	45
3.2	Une gouvernance au service de l'ambition	51
3.2.1	Piloter efficacement la stratégie RSE	51
3.2.2	Assurer la sécurisation des données	51
3.2.3	Agir de manière éthique dans ses activités	52
3.3	Définir les ambitions de la stratégie RSE « TOP »	53
3.3.1	Déployer la stratégie RSE	53
3.3.2	Contribuer aux Objectifs de Développement Durable (ODD)	54
3.3.3	Assurer le dialogue avec les parties prenantes	56
3.4	Transmettre.....	59
3.4.1	En tant que média, éclairer les lecteurs et les consommateurs	59
3.4.2	En tant qu'entreprise, transmettre ses expertises et ses valeurs.....	62
3.5	Optimiser	65
3.5.1	En tant que média, agir en faveur de l'éco-édition	65
3.5.2	En tant qu'entreprise, agir au quotidien pour un environnement de travail responsable	70
3.6	Promouvoir	76
3.6.1	Agir pour la fidélisation des collaborateurs	76
3.6.2	Agir pour l'inclusion et la diversité.....	80
3.7	Notes méthodologiques	83
3.7.1	Méthodologie de construction de la Déclaration de Performance Extra-Financière.....	83
3.7.2	Tableau des indicateurs prioritaires	84
3.7.3	Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration de performance extra-financière	92

4 COMPTES CONSOLIDES 97

4.1	Bilan consolidé	98
4.2	Compte de résultat consolidé	99
4.3	Tableau de flux de trésorerie.....	100
4.4	Variation des capitaux propres.....	101
4.5	Faits majeurs.....	101
4.5.1	Augmentation de capital	101
4.5.2	Prises de contrôle	101
4.5.3	Financements	102
4.6	Activités et organigramme du groupe	102
4.6.1	Activités	102

4.6.2	Organigramme du groupe au 31 décembre 2023	102
4.6.3	Liste des sociétés consolidées.....	103
4.6.4	Sociétés exclues du périmètre de consolidation.....	107
4.7	Référentiel comptable, modalités de consolidation, méthodes et règles d'évaluation..	108
4.7.1	Référentiel comptable.....	108
4.7.2	Modalités de consolidation.....	108
4.7.3	Méthodes et règles d'évaluation	110
4.8	Explication des comptes du bilan et du compte de résultat et de leurs variations	113
4.8.1	Immobilisations incorporelles.....	113
4.8.2	Immobilisations corporelles.....	115
4.8.3	Immobilisations financières.....	115
4.8.4	Stocks et en-cours.....	116
4.8.5	Autres créances et comptes de régularisation	116
4.8.6	Trésorerie active.....	117
4.8.7	Capital social.....	117
4.8.8	Provisions pour risques et charges	118
4.8.9	Dettes financières	119
4.8.10	Dettes d'exploitation et hors exploitation.....	120
4.8.11	Engagements hors bilan	121
4.8.12	Chiffre d'affaires	121
4.8.13	Détail des charges d'exploitation.....	121
4.8.14	Résultat financier.....	122
4.8.15	Résultat exceptionnel	122
4.8.16	Impôts différés.....	122
4.8.17	Autres informations	123
4.9	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés.....	124
5	COMPTES SOCIAUX.....	129
5.1	Compte de résultat de la Société.....	130
5.2	Bilan de la Société.....	131
5.3	Activité de la Société et faits caractéristiques de l'exercice.....	133
5.3.1	Activité de la Société	133
5.3.2	Faits caractéristiques de l'exercice.....	133
5.3.3	Comparabilité des comptes.....	133
5.4	Événement significatif survenu depuis la clôture de l'exercice	133
5.5	Principes et méthodes comptables	133
5.5.1	Règles générales.....	133
5.5.2	Recours à des estimations	134
5.5.3	Dérogations aux principes généraux	134
5.6	Informations relatives au bilan actif	134
5.6.1	Actif immobilisé.....	134
5.6.2	Etat des créances	136
5.6.3	Disponibilités	136
5.6.4	Valeurs mobilières de placements.....	137
5.6.5	Produits à recevoir	137
5.6.6	Charges constatées d'avance et écart de conversion actif	137
5.7	Informations relatives au bilan passif.....	138
5.7.1	Capitaux propres	138
5.7.2	Etats de provisions.....	139
5.7.3	Etats des dettes	140
5.7.4	Charges à payer	140



5.8	Informations relatives au compte de résultat	141
5.8.1	Ventilation du montant net du chiffre d'affaires	141
5.8.2	Autres produits d'exploitation	141
5.8.3	Résultat financier	141
5.8.4	Résultat exceptionnel	142
5.9	Informations diverses	142
5.9.1	Identité de la société mère consolidante.....	142
5.9.2	Liste des filiales et des participations	143
5.9.3	Rémunération des organes d'administration.....	144
5.9.4	Informations sur les parties liées	144
5.9.5	Avances aux dirigeants	144
5.9.6	Engagements hors bilan	144
5.9.7	Intégration fiscale.....	144
5.10	Résultats et autres éléments caractéristiques au cours des cinq derniers exercices.....	145
5.11	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels	146
5.12	Rapport des commissaires aux comptes sur les conventions et engagements réglementés.....	151
6	ANNEXE	163
6.1	Table de concordance avec le rapport de gestion.....	163

1 RAPPORT D'ACTIVITÉ

1.1	Message des fondateurs	7
1.2	Rapport d'activité	8
1.2.1	Activité et stratégie du Groupe	8
1.2.2	Activité en matière de recherche et développement.....	13
1.2.3	Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est exposée	13
1.2.4	Résultats de la société Reworld Media SA.....	16
1.2.5	Situation des filiales et participations	17

1.1 Message des fondateurs



Reworld Media a réalisé un chiffre d'affaires record sur 2023, proche de 550 M€. Notre principal challenge a été cette année d'intégrer les 14 marques média digitales d'Unify acquises fin 2022, dont de grandes marques telles Marmiton ou Doctissimo. Nos équipes ont œuvré avec succès, ces marques sont désormais pleinement absorbées et les synergies avec les activités historiques ont été mises en place. L'enjeu était stratégique, cette opération faisant de Reworld Media l'un des plus grands acteurs sur le marché français du digital.

C'est également un atout d'avoir pu lancer nos activités média à l'international à travers l'acquisition au mois de janvier des marques haut de gamme Grazia et Icon. Pilotée par deux nouvelles filiales créées sur l'exercice en Italie et aux Etats-Unis, Grazia ouvre la voie vers plus d'une vingtaine de pays dans le monde. Quant à Icon, c'est une marque qui se distingue fortement dans l'univers masculin en Italie et en Espagne ; nous avons décidé de la lancer en France dès ce printemps 2024.

Avec ces changements de périmètre, la croissance du groupe atteint 8,6% et est particulièrement marquée à l'international où nos activités progressent de 36%. Près d'un tiers du chiffre d'affaires du groupe sur l'exercice provient de l'international.

Notre modèle qui repose sur deux pôles d'activités complémentaires a montré tout son sens dans un contexte d'inflation continue depuis deux ans et de repli de la consommation des ménages. La dynamique du pôle **BtoB**, au sein duquel les clients entreprises sollicitent entre autres l'audience de nos marques média, a permis de compenser en grande majeure partie le ralentissement du pôle **BtoC**.

En termes de rentabilité, l'EBITDA repart à la hausse au 2nd semestre (+1,5%) affichant une marge de 13%, proche du niveau connu sur l'ensemble de l'année dernière. Ce rebond probant en fin d'exercice montre les premiers fruits du plan d'intégration des marques Unify tandis que ces dernières étaient auparavant fortement déficitaires. 2023 est un exercice d'intégration, ce qui se traduit notamment par une augmentation temporaire du résultat exceptionnel.

Le Groupe investit dans sa croissance, dans ses marques et ses technologies pour être en position d'innover et d'accompagner ses clients dans leur transition digitale. Il évolue sur une tendance toujours plus forte de digitalisation des usages, qui s'étend universellement, dans le quotidien des individus et des entreprises.

Notre Groupe déploie un portefeuille exceptionnel de plus de 80 marques média et avec de surcroît des expertises et des technologies digitales à la pointe du marché. En tant que 1^{er} éditeur de presse magazine en France, mais aussi 1^{er} groupe média sur les réseaux sociaux - segment de marché en plein essor - et 3^{ème} groupe média sur le web, il dispose aujourd'hui de positions dominantes stratégiques.

De nouvelles perspectives s'ouvrent à la suite de ces récents développements. Reworld Media devrait par ailleurs connaître une nouvelle étape en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale, le premier bilan carbone effectué en 2023 lui permettant de commencer à travailler à la définition d'une véritable trajectoire de décarbonation.

Sur 2024, notre Groupe poursuit dans un développement actif en se dirigeant là où la croissance est la plus forte, sur un marché du digital très porteur. Nous privilégions d'allier croissance et rentabilité, de mener un développement relatif pour l'actionnaire, en France et à l'international, où nous avons pour objectif de décliner le modèle qui fait le succès du Groupe.

Pascal Chevalier, Président-Directeur général et co-fondateur de Reworld Media
Gautier Normand, Directeur Général délégué et co-fondateur de Reworld Media

1.2 Rapport d'activité

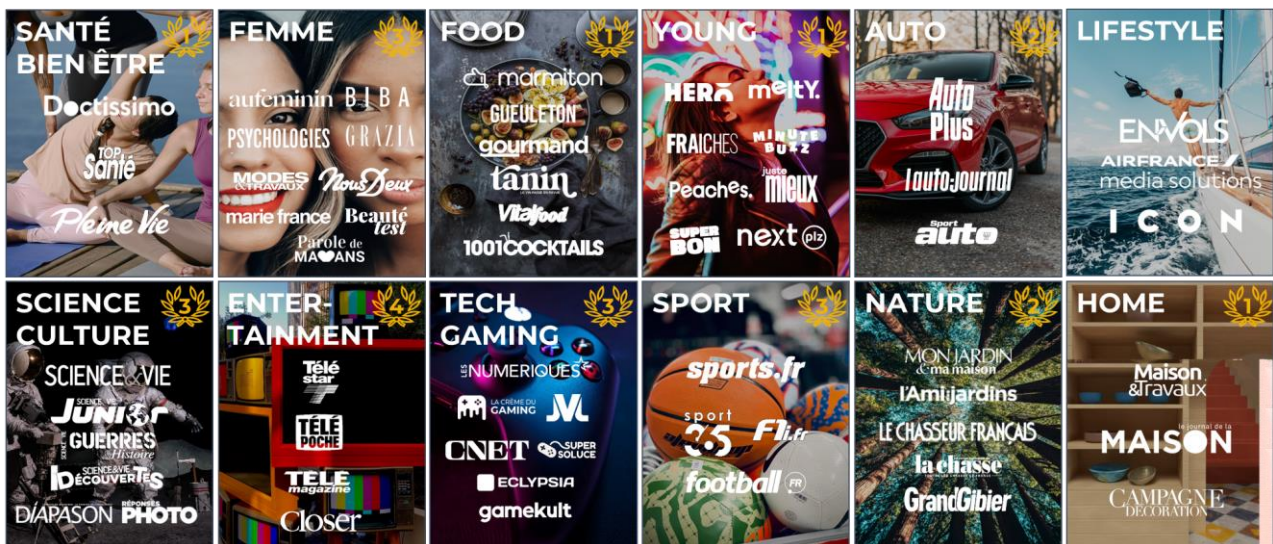
1.2.1 Activité et stratégie du Groupe

Reworld Media est un acteur indépendant qui se positionne au cœur de la rupture du digital. Ses activités s'articulent autour de deux pôles : un pôle **BtoC** qui prend part à la digitalisation des usages et des modes de consommation, et un pôle **BtoB** qui prend part à la digitalisation du marché de la communication. Le Groupe a développé un mix d'activité singulier, légitimé par la richesse de ses actifs et de fortes expertises technologiques et digitales. Il adresse des marchés en croissance qui sont portés par des tendances profondes et durables de digitalisation.

Principaux faits marquants de l'exercice 2023

Le Groupe déploie une offre de contenus, de produits et de services dans 12 univers thématiques, avec à son actif plus de 80 marques médias emblématiques et fortes, telles que Marie France, Auto Plus, Marmiton, Top Santé, Science & Vie, Télé Magazine, Aufeminin, Grazia, etc.

En France, il touche 7 Français sur 10, soit près de 38 millions de lecteurs, dans des canaux de diffusion multi-supports et multiformats (rédactionnels, vidéos, podcasts, télévision, événements), à la fois print et digital¹.



Source : 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.

Pôle BtoC

Le Groupe est le 1^{er} éditeur de presse magazine en France. En 2023, sa diffusion payante s'élève à 94,1 millions d'exemplaires² pour 122 titres. Ses magazines recensent 1,7 millions d'abonnements payants, dont 329 000 abonnements aux offres de diversification (paywall, télévision, services). Trois de ses titres comptent parmi les 20 marques de presse les plus lues par les Français, que sont Marmiton, Top Santé et Science & Vie.



Au-delà de son marché national, le Groupe est devenu en 2023 éditeur de magazines en Italie et aux US. Il édite depuis janvier les marques Grazia et Icon en Italie et a repris l'édition du magazine Grazia aux États-Unis durant l'été.

Le Groupe a continué tout au long de l'année à enrichir son offre magazine par le lancement de :

- Nouvelles déclinaisons de magazines, telles que Closer Stars et Faits Divers ou Grazia Food ;



- Nouveaux titres, tels que 1 000 Jeux pour les Curieux, Tout Savoir, J'apprends en m'amusant ;
- Numéros spéciaux, dont le hors-série de Science & Vie à l'occasion du salon de l'agriculture « Agriculture, quelles solutions pour demain ? » est un exemple.



Dans un contexte où les usages évoluent vers de nouveaux supports numériques, le Groupe accompagne la transformation de son offre magazine thématique, qui se traduit par un mouvement progressif et parallèle de baisse des volumes de magazines vendus et d'augmentation des prix de vente. La presse magazine en France suit les tendances déjà constatées sur les marchés américains et anglais, où la presse magazine à centre d'intérêt résiste mieux que la presse d'information, et où les volumes de diffusions se concentrent sur un plus petit bassin de lecteurs, passionnés par une thématique et enclins à payer plus cher un magazine de qualité, en affinité avec leurs centres d'intérêt.

Le Groupe accompagne l'évolution de son offre magazine par une stratégie de diversification. En capitalisant sur ses marques phares, il propose à ses lecteurs d'autres contenus et

¹ Source : ACPM - Etude OneNext Global S12 2023 - Audiences des marques de Presse - En millions d'individus de 15 ans + sur 30 jours.

² DSH 2023 ACPM, 15 févr. 2024.

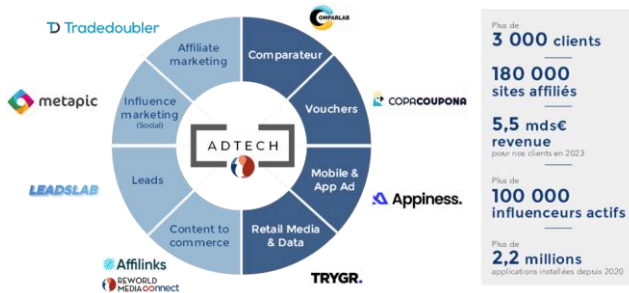
d'autres services en affinité avec leurs passions. Cette diversification prend plusieurs formes :

- L'édition : c'est un axe de diversification majeur pour le Groupe, qui s'inscrit dans la continuité de son métier d'éditeur magazine. A travers sa filiale Reworld Media Edition, le Groupe a mis en vente 169 produits d'édition en 2023, un volume en hausse de 32% par rapport à 2022 ;
- Le paywall : le Groupe propose sur 4 de ses sites internet que sont Science & Vie, Science & Vie Junior, Auto Plus et Gamekult, des contenus exclusifs par abonnement ;

Pôle BtoB

La croissance du marché de la communication en France, de +3,7% en 2023 et +1,0% par an en moyenne depuis 2015, est tirée par la croissance du segment digital. Alors que la consommation des contenus se (re)porte de plus en plus vers les usages numériques, les annonceurs s'adaptent pour s'adresser aux consommateurs « là où ils se trouvent »³. Les dépenses de communication dans les supports numériques, qui représentaient 6% du total du marché en 2012, représentent en 2023 plus de 28% des investissements réalisés. En 2023, et étant donné le contexte macroéconomique, ces investissements connaissent une croissance plus modérée, à hauteur de 6,1%, à comparer avec une croissance moyenne de +11,2% par an en moyenne depuis 2015 (période covid incluse). Les leviers les plus dynamiques sur l'exercice, hors Search, sont le social, qui croît de 11,5% et la vidéo (web et sociale) qui croît de 17,8%⁴.

Cette tendance de marché s'accompagne d'un nouvel usage de la publicité, centré sur la performance. La publicité digitale permet aux annonceurs une conversion à l'achat plus directe, en générant un lien depuis la publicité vers les espaces numériques propriétaires de l'annonceur, voire un tunnel d'achat, grâce au ciblage des consommateurs en ligne. Le covid a contribué à accélérer cette bascule vers une stratégie dite de performance, en accélérant les pratiques d'achat en ligne.



Dans ce contexte, le Groupe se positionne sur le marché de la communication digitale avec son pôle BtoB, à la fois en tant que groupe média qui opère la monétisation de ses audiences propriétaires (magazines, web, réseaux sociaux) et en tant qu'intermédiaire ou agence, qui accompagne ses clients annonceurs dans la conception, l'exécution et la digitalisation de leur stratégie de communication et commerciale.

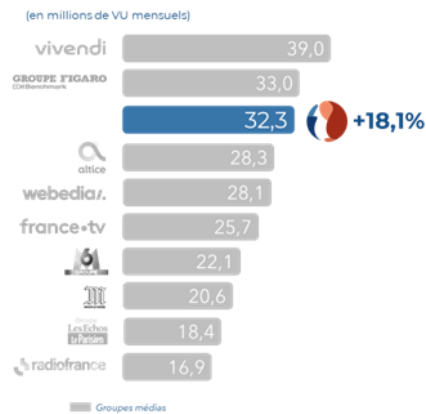


- La télévision : à travers sa filiale Reworld Media TV, le Groupe édite 11 chaînes de télévision, disponibles gratuitement ou par abonnement en IPTV, et dont la plupart sont distribuées par les fournisseurs d'accès à internet au sein de bouquets de chaînes thématiques ;
- Autres produits et services : le Groupe a développé une offre complémentaire de services et de produits en affinité avec ses univers thématiques, notamment par abonnement, tel que l'assistance juridique ou informatique avec Allo Pleine Vie, ou par vente à l'acte, tel que les voyages des lecteurs ou les produits d'assurance.

Son offre de services est multi-leviers et internationale. Elle évolue constamment pour s'adapter aux évolutions du marché et aux besoins de ses clients. Elle combine des solutions de branding et de performance, et repose sur une solide expertise digitale et technologique.

En France, le Groupe se positionne comme l'un des acteurs leaders du marché digital. En audiences, il est le 3^e groupe média sur le web, avec 32,3 millions de visiteurs uniques mensuels, en croissance de 18,1% sur 1 an du fait de l'intégration des activités publishers d'Unify, et le 1^{er} groupe média sur les réseaux sociaux, avec 81,1 millions d'abonnés, en croissance de +10,4% sur 1 an à périmètre comparable. Ce sont plus de 620 millions de vidéos qui sont vues chaque mois sur les médias digitaux du Groupe, dont 270 millions sur les sites et 350 millions sur les réseaux sociaux.

3^e GROUPE MÉDIA SUR LE WEB



Source : Médiamétrie/Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne annuelle 2023, en visiteurs uniques mensuels, comparaison vs. période similaire l'année précédente.

En France et à l'international, le Groupe se positionne comme un acteur incontournable de l'adtech, à travers une offre diversifiée de services, et notamment une offre centrée sur la performance qu'il continue de développer. Cette offre adresse aujourd'hui plus de 3 000 clients dans le monde, connecte plus de 180 000 sites affiliés dans 80 pays, permet la génération de plus de 5,5 milliards de chiffre d'affaires pour le compte de ses clients, et inclut notamment des solutions d'influence marketing qui s'appuient sur plus de 100 000 influenceurs actifs.

³ Évolution du marché de la communication et impact sur le financement des médias par la publicité, 2024, Ministère de la Culture, ARCOM, PMP Strategy.

⁴ Le marché de la publicité et de la communication 2023 et prévisions 2024, BUMP.

Événements postérieurs à la clôture

Néant.

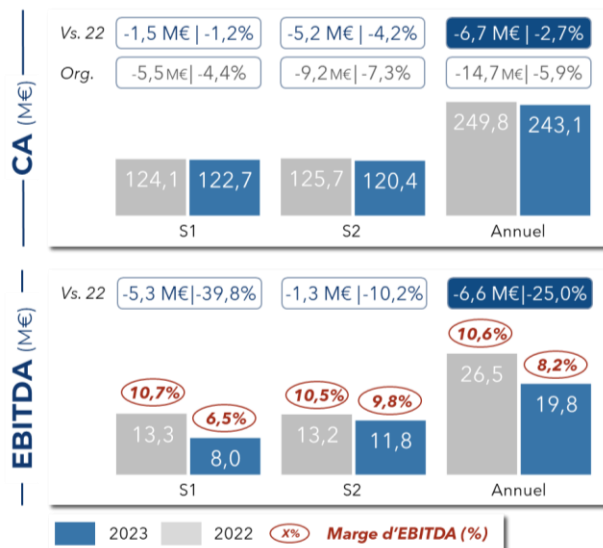
1.2.1.1 Compte de résultat par activité

En M€	31/12/2023	31/12/2022	Variation (M€)	Variation (%)
CA BtoC	243,1	249,8	(6,7)	-2,7%
CA BtoB	306,2	256,1	50,2	+19,6%
Chiffre d'affaires	549,3	505,8	43,5	+8,6%
EBITDA BtoC	19,8	26,5	(6,6)	-25,0%
Marge d'EBITDA BtoC	8,2%	10,6%	-2,4 pts	
EBITDA BtoB	39,5	41,0	(1,5)	-3,7%
Marge d'EBITDA BtoB	12,9%	16,0%	-3,1 pts	
EBITDA⁵	59,3	67,4	(8,1)	-12,1%
Marge d'EBITDA	10,8%	13,3%		

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

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe ressort à 549,3 M€, en croissance de +8,6% par rapport à 2022 (-1,0% en organique⁶). Reworld Media enregistre un EBITDA consolidé de 59,3 M€ en 2023, en recul de -12,1% (-8,1 M€) par rapport à l'exercice précédent, soit une marge d'EBITDA de 10,8% (2022 : 13,3%). La rentabilité opérationnelle progresse d'une façon notable au cours de l'exercice, la marge d'EBITDA passant de 8,4% au 1^{er} semestre à 13,0% au 2nd semestre. Au 2nd semestre, l'EBITDA ressort en hausse de +1,5% (0,6 M€) par rapport au 2nd semestre 2022.

1.2.1.2 Compte de résultat par activité : BtoC



Le chiffre d'affaires du pôle BtoC est en léger retrait de -2,7% (-6,7 M€), il s'élève à 243,1 M€. Cette baisse s'inscrit dans un contexte d'inflation persistante (+4,8%⁷) et de repli de la consommation des ménages. Elle reflète la stratégie du groupe de rationalisation des volumes de diffusion de magazines visant à contenir l'impact de coûts industriels croissants sur sa rentabilité, tout en préservant ses parts de marché et son portefeuille d'abonnés.

Le pôle BtoC enregistre un EBITDA de 19,8 M€, en recul de 25,0% (-6,6 M€) par rapport à 2022. La marge d'EBITDA de ce pôle progresse de 3,3 points entre le 1^{er} et 2nd semestre (S1 : 6,5%, S2 : 9,8%) pour s'établir à 8,2% sur l'exercice. Au 2nd semestre, le pôle BtoC bénéficie d'une baisse encourageante de ses coûts industriels par rapport au 1^{er} semestre 2023.

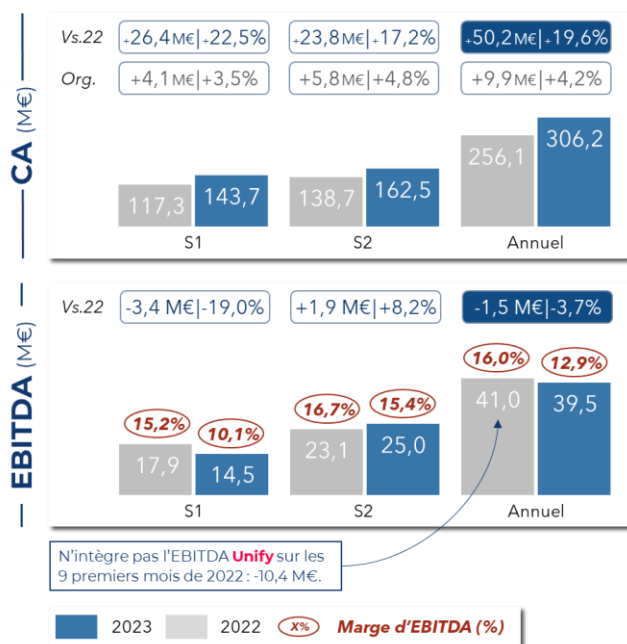
Note : Activités de Unify et de Reworld Media Italia, consolidées respectivement depuis le 1^{er} octobre 2022 et le 10 janvier 2023. Org. : organique hors activités de Unify et de Reworld Media Italia

⁵ EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

⁶ Organique : hors acquisitions des activités de Unify et de Reworld Media Italia, consolidées respectivement depuis le 1^{er} octobre 2022 et le 10 janvier 2023.

⁷ Source INSEE, variation des prix à la consommation, moyennes annuelles hors tabac ; en 2022, ce taux était de +5,3%.

1.2.1.3 Compte de résultat par activité : BtoB



La croissance des recettes du Groupe est portée par le pôle BtoB dont le chiffre d'affaires, issu à 88% d'activités digitales, progresse de +19,6% (+50,2 M€) pour atteindre 306,2 M€.

Ce pôle affiche une forte dynamique sous l'effet des acquisitions et du succès de ses offres à la performance, dans un marché de la communication digitale en croissance (+6,1%⁸) mais ralenti en comparaison avec les exercices précédents (+11,2% de croissance annuelle moyenne depuis 2015) en raison du contexte macroéconomique global.

Le pôle BtoB enregistre un EBITDA de 39,5 M€, en recul de -3,7% (-1,5 M€) par rapport à 2022. La rentabilité de ce pôle d'activité est pénalisée par la consolidation des activités publishers Unify sur l'année complète. Ces activités, acquises et consolidées depuis octobre 2022, étaient fortement déficitaires en 2022 (EBITDA négatif de -9,9 M€). Leur intégration a nécessité l'exécution d'un plan d'action, à la fois riche en synergies et en opportunités, exécuté avec succès et qui commence à porter ses fruits au 2nd semestre. Le pôle BtoB voit son EBITDA augmenter de +8,2% (1,9 M€) en comparaison avec le 2nd semestre 2022. En outre, la marge d'EBITDA de ce pôle progresse de 5,3 points entre le 1^{er} et 2nd semestre 2023 (S1 : 10,1%, S2 : 15,4%) pour s'établir à 12,9% sur l'exercice.

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

1.2.1.4 Compte de résultat consolidé

En M€	31/12/2023	31/12/2022	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	549,3	505,8	43,4	+8,6%
Charges opérationnelles	(490,0)	(438,4)	(51,6)	+11,8%
EBITDA⁹	59,3	67,4	(8,1)	-12,1%
Dotations aux amortissements ¹⁰	(1,2)	(2,9)	1,7	-57,6%
EBIT¹¹	58,1	64,5	(6,4)	-10,0%
Résultat financier ¹²	(9,5)	(6,3)	(3,2)	+50,4%
Résultat exceptionnel ¹³	(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%

L'EBIT (résultat d'exploitation) consolidé du groupe s'élève à 58,1 M€ au 31 décembre 2023, en recul de -10,0%, en tenant compte d'une reprise de dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions de 7,3 M€ (2022 : 1,9 M€).

Le résultat financier s'établit à -9,5 M€ (2022 : -6,3 M€). Il se compose principalement de charges d'intérêts liées à la dette bancaire du groupe, issue des acquisitions réalisées et notamment celle d'Unify en octobre 2022.

Le résultat exceptionnel s'établit à -16,4 M€ (2022 : -5,5 M€). Il inclut notamment des charges liées à l'intégration des acquisitions visant à optimiser la base de coûts récurrents.

Le résultat net consolidé ressort à 26,9 M€ (-39,7% par rapport à 2022). Le résultat net part du groupe s'élève à 24,2 M€ (-43,7%).

⁸ Le marché de la publicité et de la communication 2023 et prévisions 2024, BUMP.
⁹ EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.
¹⁰ 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.

¹¹ EBIT hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.
¹² Résultat financier, y compris frais d'emprunts à étaler.
¹³ Résultat exceptionnel y compris charges liées aux plans d'actions gratuites présentées pour 1,6 M€ (charge) en 2023 à comparer avec 0,7 M€ (charge) en 2022.

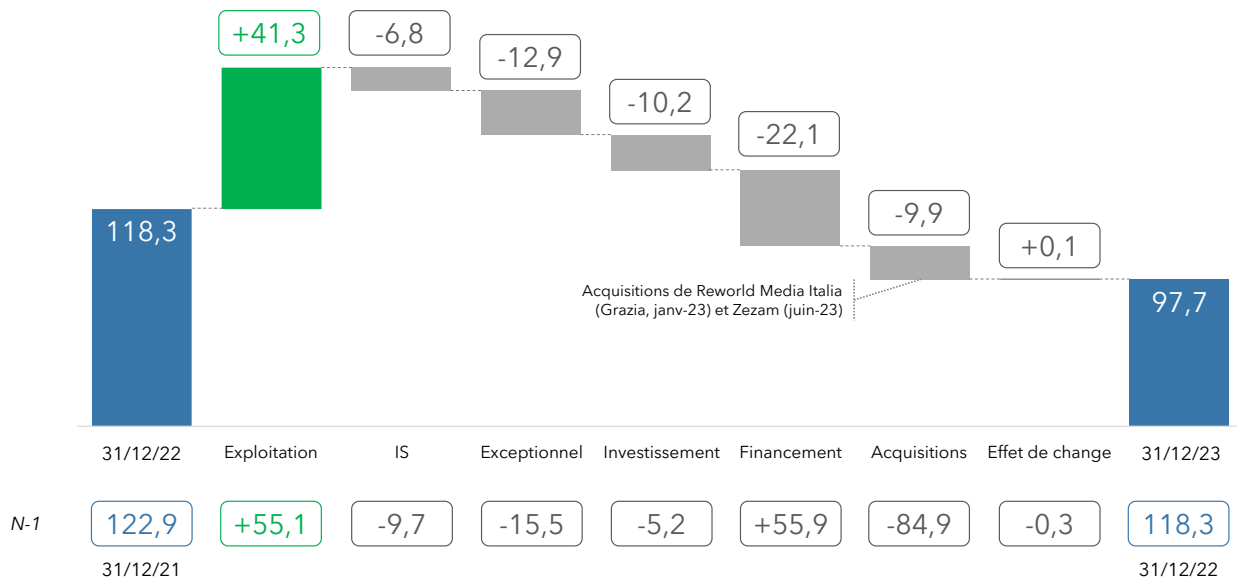
1.2.1.5 Bilan consolidé

En M€	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%	

Reworld Media affiche une situation financière solide au 31 décembre 2023 avec des fonds propres en hausse à 218,9 M€ (2022 : 190,6 M€) et une trésorerie active de 97,7 M€. Le Groupe poursuit son désendettement. La dette financière s'établit au 31 décembre 2023 à 205,8 M€ (2022 : 216,5 M€). La dette nette ressort à 108,1 M€ (2022 : 98,2 M€), soit un taux d'endettement net équivalent à 1,8x l'EBITDA consolidé des 12 derniers mois.

1.2.1.6 Flux de trésorerie

Trésorerie active
(M€)



Le Groupe a une trésorerie active de 97,7 M€ au 31 décembre 2023, en baisse de 20,6 M€. Il génère sur l'exercice un flux de trésorerie d'exploitation de 41,3 M€ (2022 : 55,1 M€) et un flux de trésorerie disponible de 11,4 M€ (2022 : 24,6 M€), inférieurs à l'exercice précédent sous l'effet combiné de l'intégration des acquisitions et de l'évolution du mix d'activité.

Le flux des activités de financement se compose d'une part du flux de financement négatif de -22,1 M€, correspondant principalement aux remboursements de capital et intérêts, au versement de dividendes aux minoritaires et au tirage effectué sur une ligne de crédit bancaire, et d'autre part d'un flux négatif de trésorerie de -9,9 M€ lié aux acquisitions réalisées au cours de l'exercice.

1.2.1.7 Ambitions du Groupe

En 2024, Reworld Media maintient son orientation stratégique visant à développer le Groupe, croître à l'international et à renforcer son engagement RSE, tout en poursuivant une gestion rigoureuse de ses activités.

Après s'être inscrit avec succès depuis 12 ans dans une stratégie de consolidation du marché en Europe, Reworld Media reste ouvert aux opportunités de croissance externe.

En capitalisant sur des marques à forte notoriété, leaders sur leur thématique, le Groupe continue à investir dans les

contenus et formats les plus porteurs (vidéo, social) ainsi que dans les leviers de monétisation les plus prometteurs du marché de la publicité digitale.

Le Groupe ambitionne d'accompagner ses clients **BtoB** dans la digitalisation de leur communication et de leurs investissements, en leur proposant des offres toujours plus innovantes et pertinentes, en ligne avec leurs enjeux et les évolutions d'un marché qui poursuit sa digitalisation et s'inscrit dans une tendance de croissance à long terme.

1.2.2 Activité en matière de recherche et développement

Le montant net de la Recherche et Développement activée au 31 décembre 2023 concerne uniquement le sous-groupe Tradedoubler et s'élève à 2 369 K€.

1.2.3 Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est exposée

Dépendance à l'égard du marché publicitaire

Le Groupe est exposé à l'évolution du marché de la communication, et par conséquent publicitaire, dans la mesure où le chiffre d'affaires de son pôle **BtoB** est issu principalement de la monétisation de ses audiences et de celles de ses clients.

L'évolution du marché publicitaire, cyclique et volatile, est fortement corrélée à la conjoncture économique et à la situation géopolitique. En outre, elle dépend également des arbitrages effectués par les entreprises entre les différentes solutions de communication, les différents médias (télévision, radio, presse, internet, mobile, événementiel, etc.) et les différents acteurs. Une baisse continue des recettes publicitaires en France pourrait peser sur la rentabilité de l'activité **BtoB** à court et à moyen termes.

Le marché de la communication en France atteint plus de 34 milliards d'euros en 2023, en croissance de 3,7%¹⁴ par rapport à 2022.

Concurrence

Activités digitales

En exploitant ses marques sur le digital, le Groupe entre en concurrence avec un nombre important d'acteurs qui proposent une offre digitale diversifiée.

Dans un contexte de mutation rapide, marqué par l'évolution des technologies d'accès (ADSL, fibre optique, wifi, 4G/5G) et des terminaux (smartphones, tablettes, TV connectée), par la constante progression du taux d'équipement des Français ainsi que par le développement de nouveaux modes de consommation, l'intensité concurrentielle du marché digital est appelée à continuer à croître dans les années à venir.

Le contexte inédit de la crise sanitaire a accéléré ces dernières années la digitalisation du quotidien, intensifiant encore davantage les usages internet, que ce soit pour s'informer, se divertir, consommer et bien sûr pour communiquer. En 2023, selon le communiqué « L'Année Internet 2023 » de Médiamétrie, on dénombre plus de 47 millions de Français qui utilisent chaque jour Internet, un chiffre en croissance de 1,8 million par rapport à 2022, et on relève que les Français surfent en moyenne 2h24

Quant aux recettes publicitaires nettes des médias en 2022, elles se sont élevées à 17,3 milliards d'euros, en croissance de 3,4% en un an sur le périmètre du BUMP.

La digitalisation des leviers de communication se poursuit. Le marché sur le digital affiche une croissance de 6,1%, de sorte que la part du digital sur le marché global de la communication représente désormais plus de 28%, en augmentation de 0,5 point par rapport à 2022, tandis que les investissements en communication des annonceurs sur les supports de presse poursuivent leur retrait affichant une baisse de -3,1% par rapport à 2022.

Dans ce contexte, le Groupe a continué en 2023 à diversifier ses sources de revenus et à développer des solutions de communication principalement centrées sur le digital, combinant des offres de *brand marketing* et de *performance marketing*.

par jour. Pour la tranche des 15-24 ans, ce temps passé en ligne est presque 2 fois supérieur, atteignant près de 4h en moyenne, dont 2h24 sur les réseaux sociaux.

Dans un contexte où les MANGAM (Meta, Amazon, Netflix, Google, Apple et Microsoft) continuent à capter une large partie des investissements publicitaires, les acteurs comme Reworld Media doivent innover dans leurs offres et apporter des solutions alternatives, de plus en plus diversifiées.

En outre, le dynamisme structurel du marché publicitaire digital encourage également l'arrivée de nouveaux entrants.

Une telle intensité concurrentielle pourrait conduire le Groupe à réaliser de nouveaux investissements afin de maintenir son niveau de compétitivité et d'investir les leviers les plus porteurs, lesquels pourraient peser sur la rentabilité du pôle **BtoB** à court et à moyen terme.

Outre la notoriété des marques et la qualité des contenus et des services proposés, le niveau d'audiences des médias

¹⁴ Le marché de la publicité et de la communication 2023 et prévisions 2024, BUMP.

digitaux du Groupe dépend notamment de leur référencement dans les moteurs de recherche et les réseaux sociaux, ainsi que des méthodes de mesure de l'audience qui peuvent

différer entre les acteurs (Médiamétrie//Netratings, ACPM) et être amenées à évoluer.

Activités de production audiovisuelle

Dans un contexte où les annonceurs cherchent de plus en plus à communiquer par la production de contenus ou de médias propriétaires, la concurrence a augmenté sur le segment de la production audiovisuelle.

En témoignent les opérations de consolidation dans ce secteur et notamment de Lagardère, Webedia et TF1 qui procèdent à de nombreuses acquisitions visant à atteindre la taille critique ou une couverture maximale du secteur.

Cette concurrence pourrait conduire le Groupe à engager du temps et des dépenses importantes sur des clients potentiels

qui pourraient finalement ne pas le retenir. Le Groupe ne peut exclure que d'autres acteurs, dont certains disposent d'une capacité financière supérieure, le concurrencent sur un nombre important de projets. Une concurrence accrue pourrait notamment avoir pour conséquences de réduire le nombre de contrats signés, de minimiser la rentabilité de ces contrats ou de ne pas permettre au Groupe d'obtenir les conditions optimales souhaitées. Le Groupe n'a pas mis en œuvre de moyen de gestion spécifique de ce risque.

Perte d'un actif nécessaire à l'activité du Groupe

Le Groupe n'est pas propriétaire de la totalité des actifs nécessaires à l'exploitation de ses activités. Par exemple, il n'est pas propriétaire des locaux qu'il occupe. Tout événement exceptionnel qui entraînerait une indisponibilité ou une non-accessibilité des sites de bureaux ou de tournage pourrait paralyser une partie des activités du Groupe et aurait un effet défavorable sur ses activités, ses résultats, sa situation financière et sa capacité à réaliser ses objectifs. Le Groupe n'a pas mis en œuvre de moyen de gestion spécifique de ce risque.

Disfonctionnement de logiciels et de matériels techniques de la chaîne de production

Les activités dites « à la performance » qui recoupent notamment les métiers de l'affiliation et de vente de leads sont opérées sur une technologie propriétaire développée par une équipe d'ingénieurs. Un dysfonctionnement de la plateforme technique pourrait avoir des conséquences négatives sur ces activités et leurs résultats.

En outre, l'activité de production audiovisuelle s'appuie aussi sur des outils techniques (studios de production,

d'enregistrement, régie finale, serveurs de stockage, liens haut débit internes et externes).

La défaillance de certains équipements pourrait interrompre l'activité digitale et de production audiovisuelle et serait donc susceptible d'avoir des conséquences négatives sur l'activité du Groupe, ses résultats, sa situation financière et sa capacité à réaliser ses objectifs. Le Groupe n'a pas mis en œuvre de moyen de gestion spécifique de ce risque.

Sécurité informatique

Une sécurité informatique défectueuse (cyber-attaques, pertes de données, discontinuité de l'information) pourrait perturber significativement les activités du Groupe, et serait susceptible d'avoir des conséquences néfastes sur ses résultats. Afin de préserver la sécurité des systèmes d'information,

le Groupe a formalisé des règles régissant l'utilisation des ressources et outils informatiques mis à la disposition de ses collaborateurs. La politique de sécurisation est revue régulièrement afin de prévenir tout risque informatique.

Liés à la qualité d'éditeur de contenus

En tant qu'éditeur de contenus, le Groupe est notamment soumis aux dispositions de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse et pourrait voir sa responsabilité éditoriale engagée pour les contenus édités, s'ils étaient jugés inexacts, illicites ou illégaux. Il est par ailleurs soumis aux législations applicables en matière de propriété intellectuelle, de diffamation, de droit à l'image et de protection de la vie privée.

Le Groupe s'efforce de se conformer à l'ensemble des dispositions législatives et réglementaires. À date, il n'a jamais été mis en cause de façon significative en sa qualité d'éditeur de

contenus. La visibilité croissante de ses contenus, engendrée par l'augmentation de ses audiences, augmente son exposition à des litiges potentiels, lesquels pourraient avoir un effet négatif sur ses activités, son chiffre d'affaires et sa rentabilité. Le Groupe n'a pas mis en œuvre de moyen de gestion spécifique de ce risque.

Dépendance à l'égard des dirigeants et des collaborateurs clés

Le succès du Groupe est lié à la qualité de ses équipes éditoriales, marketing, commerciales et techniques, mais aussi de son équipe dirigeante, et notamment aux personnalités de Pascal Chevalier et de Gautier Normand, respectivement président et directeur-général délégué.

Le départ d'un ou des dirigeants clés pourrait avoir un impact négatif significatif. Des actions gratuites ont été attribuées gratuitement à ces deux dirigeants afin de limiter ce risque.

Le succès futur du Groupe dépend, entre autres, de sa capacité à retenir et motiver ses collaborateurs clés sans que le

Groupe ne puisse toutefois systématiquement le garantir. La perte d'un ou plusieurs collaborateurs clés pourrait à ce titre avoir un effet négatif important sur le chiffre d'affaires du Groupe, ses résultats, sa situation financière et sa capacité à réaliser ses objectifs. Un programme d'actions gratuites destiné à certains collaborateurs, hors mandataires sociaux, a été mis en place pour contenir ce risque. Voir 3.7.1 Agir pour la fidélisation des collaborateurs.

Taux d'intérêt

Le Groupe a mis en place des instruments financiers de couverture de taux ayant pour objectif de réduire sa sensibilité aux variations de taux d'intérêts. Dans le cadre du financement réalisé en 2019, un premier instrument de couverture a été mis en place sur un horizon de 6,5 ans, avec un cap avec un taux plafond à 0%. En 2022, le Groupe a souscrit un second instrument financier de couverture dans le cadre de la restructuration de sa dette, liée à l'acquisition de la société Unify. Cette couverture, complémentaire de la couverture préexistante, mise en place sur un horizon de 4 ans, est un cap avec un taux plafond à 1,5%.

Taux de change

Le chiffre d'affaires et les charges du Groupe sont en majorité constatés en euros. Les états financiers du Groupe sont toutefois sensibles aux variations des parités de change sous l'effet de la consolidation des filiales étrangères hors « zone-Euro ». A ce jour, le Groupe n'utilise pas d'instrument de couverture en matière de change. Des variations importantes du taux de change Euro/SEK, Euro/£ ou Euro/Zloti pourraient affecter les activités, les résultats ou les perspectives du Groupe.

Droits de propriété intellectuelle

Le Groupe est titulaire des droits de propriété intellectuelle et industrielle, sur les marques qu'il utilise dans le cadre de ses activités, à l'exception de certaines pour lesquelles il détient une licence.

Le Groupe ne peut toutefois pas être certain que les démarches entreprises en France, en Europe et dans le monde pour protéger ses actifs incorporels seront efficaces ou que

des tiers n'iront pas contrefaire ou détourner ses droits de propriété intellectuelle. Toute contrefaçon ou détournement des marques, logos ou noms de domaine du Groupe pourrait avoir un effet défavorable sur l'activité du Groupe, ses résultats, sa situation financière et sa capacité à réaliser ses objectifs.

Liés à l'application du règlement européen et de la directive du 27 avril 2016 plus communément appelé règlement général sur la protection des données (RGPD)

Depuis le 25 mai 2018, date d'entrée en vigueur du RGPD et de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dans sa version en vigueur, le Groupe a entrepris sa mise en conformité afin de répondre aux nouvelles obligations issues du RGPD et de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée en droit interne.

Le Groupe s'est fait accompagner d'experts depuis l'entrée en vigueur du RGPD, le 25 mai 2018, et continue de maintenir un degré de conformité maximal sur les différents traitements réalisés dans le cadre de son activité et au sein de ses équipes.

Le RGPD porte notamment sur le respect du droit des personnes concernées quant à l'utilisation de leurs données à caractère personnel, leur collecte, leur traitement, leur stockage/hébergement, leur sécurisation et leur suppression. Cette réglementation suppose le respect d'un formalisme pour s'assurer auprès des partenaires, français et internationaux, du

respect des droits et obligations du RGPD et de la protection des données à caractère personnel dans chaque partenariat impliquant un traitement au sens du RGPD.

Le Groupe a fait du respect du RGPD un critère d'exigence auprès de ses partenaires, qu'ils soient situés sur le marché français ou à l'international. Ses partenaires doivent présenter une sensibilisation particulière sur ces questions et des mesures techniques et organisationnelles adaptées aux traitements des données à caractère personnel afin d'en assurer la confidentialité et la sécurité.

Par ailleurs, le Groupe reste attentif aux différentes communications et publications des acteurs du numérique en France (la Commission nationale Informatique et Libertés) et en Europe (le CEPD) sur le sujet.

Changement de politique de gestion des cookies des différents navigateurs

Depuis maintenant 3 ans, les différents navigateurs opèrent des changements dans leurs politiques de gestion des cookies. Safari, le navigateur d'Apple, est le plus agressif sur ces changements tandis que Google semble prendre le mois de juillet 2024 comme date butoir définitive pour l'arrêt des cookies sur son navigateur Chrome.

Le Groupe suit attentivement toutes les initiatives du marché :

- Celles liées à des ID : le Groupe a testé à ce jour cinq solutions différentes ; les deux solutions les plus satisfaisantes étant celles de First ID et d'Utiq (*joint-venture* des principaux opérateurs de télécommunication européens). Ces deux solutions permettent à date de réconcilier près de 90% des internautes sans cookies ;
- Celles proposées par Google (Google Sandbox) ;
- Celles sur le contextuel : le Groupe est un pionnier de la segmentation contextuelle, solution qui fait consensus sur le marché comme étant l'une des plus intéressantes pour se substituer aux cookies.

Le Groupe détient également un nombre important de *data first Party* (email). Cela limite l'impact d'un changement de politique autour des cookies et permet de cibler les individus par un autre canal de communication.

On notera également que le Groupe bénéficie d'une position particulière en France qui lui confère un avantage concurrentiel notable : il regroupe une audience très importante tout en étant segmentée. En effet, les sites du Groupe adressent des centaines de thématiques éditoriales, toutes orientées sur des sujets de consommation qui permettent un ciblage contextuel précis et efficace.

Enfin, le Groupe explore de nombreux partenariats avec des entités de l'univers du *retail*. Ces partenariats ont pour objectif de collecter et d'exploiter une *data* dite « transactionnelle », ne s'appuyant pas sur les cookies et permettant un ciblage en fonction des comportements d'achat. A cet égard, le Groupe a fait l'acquisition en janvier 2024 de Trygr, un acteur des technologies publicitaires expert du *retail media*, et étudie la possibilité d'exploiter la *data* transactionnelle de Tradedoubler, sa plateforme d'affiliation.

1.2.4 Résultats de la société Reworld Media SA

1.2.4.1 Résultats sociaux de la Société

Reworld Media SA est une société holding d'animation qui porte, pour le compte de ses filiales, des coûts de structure transverses qui leur sont refacturés.

Les comptes présentés ont été établis selon les mêmes formes et les mêmes méthodes que les années précédentes. Un rappel des comptes de l'exercice précédent est fourni à titre comparatif.

Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2023, le chiffre d'affaires s'élève à 17 473 627 € à comparer avec un chiffre d'affaires de 10 146 205 € pour l'exercice précédent.

Les charges d'exploitation de l'exercice s'établissent à 13 143 255 € contre 7 447 520 € pour l'exercice précédent.

Le résultat d'exploitation ressort à 4 410 813 € contre un résultat de 5 111 339 € pour l'exercice précédent.

Quant au résultat courant avant impôts, tenant compte du solde positif de 17 197 241 € des produits et frais financiers, il s'établit à 21 608 054 € contre 5 285 654 € pour l'exercice précédent.

Après prise en compte d'un résultat exceptionnel négatif de 4 434 527 €, et d'un produit d'intégration fiscale de 6 212 600 €, l'exercice clos le 31 décembre 2023 se traduit par un bénéfice de 23 386 127 € contre 2 891 746 € pour l'exercice précédent.

1.2.4.2 Propres - Endettement

Au 31 décembre 2023, Reworld Media SA bénéficie d'une trésorerie disponible de 35 365 167 € et de capitaux propres positifs de 95 549 201 €. Les dettes financières s'élèvent au 31 décembre 2023 à 204 862 866 €.

1.2.4.3 Information sur les délais de paiement fournisseurs et clients

En application des dispositions du Code de commerce, ci-dessous la décomposition des délais de paiement des fournisseurs et clients, faisant apparaître les factures reçues et émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu :

Article D. 441 I, 1° du Code de commerce : Factures <u>reçues</u> non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
<i>(A) Tranches de retard de paiement</i>					
Nombre de factures concernées					21
Montant total des factures concernées (TTC)	29 458 €	20 256 €	1 059 €	80 991 €	131 764 €
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice (TTC)	0,18%	0,12%	0,01%	0,50%	0,81%
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice					
<i>(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses non comptabilisées</i>					
Nombre de factures exclues	0				
Montant total des factures exclues (TTC)	0				
<i>(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L 441-6 ou article L 441-3 du Code de commerce)</i>					
Délai de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délai légal				
Article D. 441 I, 2° du Code de commerce : Factures <u>émises</u> non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
<i>(A) Tranches de retard de paiement</i>					
Nombre de factures concernées					17
Montant total des factures concernées (TTC)	0 €	0 €	0 €	472 121 €	472 121 €
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice (TTC)					

Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice (TTC)	0%	0%	0%	3,30%	3,30%
<i>(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses non comptabilisées</i>					
Nombre de factures exclues	0				
Montant total des factures exclues (TTC)	0				
<i>(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L 441-6 ou article L 441-3 du Code de commerce)</i>					
Délai de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délai légal				

1.2.4.4 Dépenses non déductibles fiscalement

Conformément à l'article 223 quater du Code général des impôts, aucune charge, ni aucune dépense somptuaire, ni aucun amortissement excédentaire n'ont été enregistrés au cours de l'exercice.

1.2.5 Situation des filiales et participations

Sociétés consolidées au 31 décembre

Sociétés détenues directement par Reworld Media SA

%	Société	Siège social	Immatriculation	Devise	Capital Social	Chiffre d'Affaires 2023	Résultat Net 2023	Chiffre d'Affaires 2022	Résultat Net 2022
51,8%	TRADEDOUBLER AB	Birger Jarlsgatan 57A, 7th floor, Stockholm	556575-7423	KSEK	18 337	164 762	19 611	135 993	5 492
100%	REORLD MEDIA SPAIN (ex EMAILING NETWORK EUROPE)	C/ Pujades 112 2º planta 08005 Barcelone (Espagne)	39881- 104- B355278	K€	4	795	1 346	1 670	100
100%	LES PUBLICATIONS GRAND PUBLIC	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	419 648 902 R.C.S. Nanterre	K€	500	24 773	3 210	24 116	2 253
100%	REORLD MEDIA FACTORY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	793 167 974 R.C.S. Nanterre	K€	1	45 736	2 394	48 355	539
100%	REORLD MEDIA PTE LTD	51 Goldhill Plaza # 12-11 SINGAPOUR (308 900)	201228461 D	KSGD	20	0	-45	0	-25
100%	EDI SIC	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	397 912 528 R.C.S. Nanterre	K€	2 158	5 343	-1 073	9 772	2 360
100%	R.M.P.	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	802 743 781 R.C.S. Nanterre	K€	16 459	11 301	1 416	14 813	1 791
100%	REORLD MEDIA VENTURES	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	808 368 666 R.C.S. Nanterre	K€	0	844	-743	1 041	-683
100%	MONTREUX PUBLICATIONS	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	808 385 744 R.C.S. Nanterre	K€	0	1 984	-42	2 165	-285
100%	REORLD MEDIA CONNECT	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	814 841 516 R.C.S. Nanterre	K€	100	42 054	-153	45 737	-292
100%	SPORT STRATEGIES	8 rue Barthélémy Danjou 92100 BOULOGNE BILLAN COURT	478 052 228 R.C.S. Nanterre	K€	39	57	-197	244	-68
100%	MEDIA365	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	432 067 601 R.C.S. Nanterre	K€	4 489	11 646	899	12 701	1 063

%	Société	Siège social	Immatriculation	Devises	Capital Social	Chiffre d'Affaires 2023	Résultat Net 2023	Chiffre d'Affaires 2022	Résultat Net 2022
100%	REORLD MEDIA SERVICES	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	825 067 705 R.C.S. Nanterre	K€	1	19 879	124	13 779	644
100%	REORLD MEDIA MAGAZINES	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	452 791 262 R.C.S. Nanterre	K€	50 000	191 437	17 230	214 748	26 063
100%	MEDIA PROXIMITE	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	892 491 515 R.C.S. Nanterre	K€	5	4 873	-538	3 416	-1 273
100%	REORLD MEDIA CAMPUS	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	892 491 127 R.C.S. Nanterre	K€	5	34	-27	89	-71
65%	TRYFORYOU	An die Geschäftsleitung Wiesbadener Strasse 7 81243 München Deutschland	HRB 260050	K€	25	14	-3	18	0
100%	REORLD MEDIA EDITION	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	892 491 507 R.C.S. Nanterre	K€	5	388	-190	430	-127
100%	SOCIAL PLAYGROUND	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	894 689 421 R.C.S. Nanterre	K€	10	1 322	-629	808	-648
90%	BETTER LIFE (ex RM DEV 7)	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	907 516 900 R.C.S. Nanterre	K€	5	1	-19	0	-215
100%	REM DEV 9 (ex MILOUIN)	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	907 933 980 R.C.S. Nanterre	K€	10	0	-4	2	-8
100%	EEPLE	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	485 007 843 R.C.S. Nanterre	K€	795	3 023	-551	5 608	990
100%	PRESSE MANETTE	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	534 406 087 R.C.S. Nanterre	K€	1	401	206	1 181	219
100%	ATELIER B (ex CLAIM)	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	894 357 268 R.C.S. Nanterre	K€	10	72	-93	313	-122
100%	MEDIA COMMERCE	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	913 596 888 R.C.S. Nanterre	K€	10	0	-124	1	-225
100%	LIVECARS	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	814 941 557 R.C.S. Nanterre	K€	0	1 275	170	1 861	44
100%	4B MEDIA	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	803 425 263 R.C.S. Nanterre	K€	2 500	0	619	0	323
100%	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	824 649 495 R.C.S. Nanterre	K€	80 337	2 667	31 331	0	-752
100%	REORLD MEDIA ITALIA S.R.L.	Via Bianca di Savoia 12 20122 Milano MI Italia	12693020963	K€	10	18 984	887	0	0
100%	COMPARLAB GMBH	Mainzer Straße 13, 80804 München Deutschland	HRB 290378	K€	25	0	-2	0	0

Sociétés détenues indirectement par Reworld Media SA

%	Société	Détention via la société	Siège social	Immatriculation	Devise	Capital Social	Chiffre d'Affaires 2023	Résultat Net 2023	Chiffre d'Affaires 2022	Résultat Net 2022
100%	EMAILING NETWORK	REORLD MEDIA SPAIN (ex EMAILING NETWORK EUROPE)	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	494 084 395 R.C.S. Nanterre	K€	3	1 573	-444	3 092	164
55%	TRY AND REVIEW PTE.LTD	REORLD MEDIA PTE LTD	51 Goldhill Plaza # 12-11- Singapour (308 900)	201536129M	KSGD	Droit Singapou rien	1 782	173	1 800	18
100%	LEADS LAB	REORLD MEDIA VENTURES	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	820 123 859 R.C.S. Nanterre	K€	8	3 554	-841	4 017	-520
50%	EDITIONS REORLD AXEL SPRINGER	REORLD MEDIA MAGAZINES	40 rue Aristide Briand 92 220 Bagneux	347 863 060 R.C.S. Nanterre	K€	153	32 938	2 322	37 692	3 172
100%	EVENT FLOW	REORLD MEDIA VENTURES	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	892 764 787 R.C.S. Nanterre	K€	10	4 175	373	3 978	-175
100%	GROUPE PSYCHOLOGI ES	4B MEDIA	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	326 929 528 R.C.S. Nanterre	K€	978	7 912	-511	9 021	-1 948
100%	AUFEMININ	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	423 780 113 R.C.S. Nanterre	K€	1 942	9 299	3 400	16 978	339
100%	MARMITON	AUFEMININ	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	433 434 156 R.C.S. Nanterre	K€	37	10 583	2 568	10 876	1 774
100%	FACTORY ELEVEN	NEWEB DEVELOPPEME NT	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	499 448 892 R.C.S. Nanterre	K€	16	5 669	1 130	6 031	-1 727
100%	NEWEB DEVELOPPEM ENT	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	800 224 008 R.C.S. Nanterre	K€	14 499	2 226	-1 290	2 496	3 124
100%	UNIFY ADVERTISING	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	824 649 495 R.C.S. Nanterre	K€	1 082	13 528	-3 385	27 781	-7 002
100%	UNIFY DIGITAL FACTORY	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	824 649 495 R.C.S. Nanterre	K€	100	95	-441	848	-893
100%	CUP INTERACTIVE	NEWEB DEVELOPPEME NT	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	428 257 455 R.C.S. Nanterre	K€	106	1 048	-417	2 314	-560
100%	DEVTRIBU	AUFEMININ	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	453 400 426 R.C.S. Nanterre	K€	10	583	-30	521	-78
100%	UNIFY STUDIO	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	434 134 276 R.C.S. Nanterre	K€	8	10 957	-7 349	16 774	5 703
100%	MAYANE COMMUNICA TION	AUFEMININ	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	479 454 829 R.C.S. Nanterre	K€	11	228	-219	70	-392

%	Société	Détention via la société	Siège social	Immatriculation	Devise	Capital Social	Chiffre d'Affaires 2023	Résultat Net 2023	Chiffre d'Affaires 2022	Résultat Net 2022
100%	DOCTISSIMO	UNIFY	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	562 013 524 R.C.S. Nanterre	K€	16 980	4 275	960	3 191	2 152
100%	SOFEMININE.CO.UK	AUFEMININ	2 Riding House Street London Royaume-Uni	06464988	K£	0	183	-39	245	109
100%	NETMUMS	AUFEMININ	2 Riding House Street London Royaume-Uni	04407586	K£	0	2 895	-529	2 026	-1 890
100%	REORLD MEDIA US INC	REORLD MEDIA ITALIA S.R.L.	122 East 42nd Street, New York, 10168, Etats-Unis	93-2480131	K\$	1	400	-290	0	0

Sociétés détenues indirectement via la société Tradedoubler :

%	Société	Immatriculation
100%	TRADEDOUBLER OY	777468
100%	TRADEDOUBLER A/S	25137884
100%	TRADEDOUBLER LTD	3921985
100%	TRADEDOUBLER ESPANA SL	B82666892
100%	TRADEDOUBLER SRL	210954 (rep)/26762 (Rac)
100%	TRADEDOUBLER GMBH	76167/URNo R181/2001
100%	TRADEDOUBLER AS	982006635
100%	TRADEDOUBLER SARL	B431573716 (2000B08629)
100%	TRADEDOUBLER BV	20100140
100%	TRADEDOUBLER INTERNATIONAL AB	556833-1200
100%	TRADEDOUBLER SWEDEN AB	556592-4007
100%	TRADEDOUBLER SP ZOO	015792506
100%	TRADEDOUBLER AG	CH020.3.3.028.851-0
100%	TRADEDOUBLER PERFORMANCE MARKETING LTDA	14.273.556/0001-66
100%	R ADVERTISING	B502207079
100%	METAPIC SWEDEN AB	556965-7868
100%	METAPIC US INC	6481852
100%	TRADEDOUBLER AU PTY LTD	663821887
100%	KAHA GMBH	HRB207207B
100%	MP MEDIA VENTURES GMBH	HRB220095B

Sociétés non consolidées au 31 décembre 2023

% détention	Société	Détention via la société
15%	GEMART	REORLD MEDIA SA
30%	WIDEONET	REORLD MEDIA SA
28,66%	HOPSCOTCH	REORLD MEDIA SA
24%	TENNIS MAJOR	MEDIA365
0,83%	MEDIASBOOK	REORLD MEDIA MAGAZINES
2,24%	ISSY MEDIA	REORLD MEDIA MAGAZINES
0,03%	SCI CATS LES GLYCINES	REORLD MEDIA MAGAZINES
40%	EDISOUND	REORLD MEDIA SA
29%	ONBAZ	TRADEDOUBLER AB
30%	OMNIIZ	REORLD MEDIA SA
16%	DEWIZZ	NEWEB DEVELOPPEMENT
9,91%	EHEALTH	REORLD MEDIA VENTURES
15%	ROBOBOX	REORLD MEDIA VENTURES
16%	CC INVEST	REORLD MEDIA VENTURES
11%	SPOON AND SOFA	REORLD MEDIA VENTURES
14%	GREENTASTIC	REORLD MEDIA VENTURES
2,73%	WOOPEN INC	REORLD MEDIA VENTURES
15%	PIMP MY ROOM	REORLD MEDIA VENTURES
30%	BF EUROPE	REORLD MEDIA VENTURES
3,31%	TOPCOPRO	REORLD MEDIA VENTURES
6,63%	POSTUMO	REORLD MEDIA VENTURES
3%	WOOSKILL	REORLD MEDIA VENTURES
10%	ALL SPORT AGENCY	MEDIA365
50%	EMAS DIGITAL	REORLD MEDIA MAGAZINES
50%	AR TECHNOLOGY	EMAS DIGITAL

Les participations présentant un caractère non significatif au regard des comptes consolidés et sans importance stratégique pour le Groupe (sociétés reprises lors de l'acquisition de Mondadori France en 2019) sont :

- EMAS DIGITAL SAS (50% du capital), en cours de liquidation judiciaire ;
- AR TECHNOLOGY SAS (50% du capital), en cours de liquidation amiable.

Création de sociétés filiales ayant leur siège social en France

Au cours de l'année 2023, le Groupe a été créé deux nouvelles filiales dans le périmètre consolidé : REORLD MEDIA US INC. et COMPARLAB GmbH.

Situation des succursales au 31 décembre 2023

Il n'existe pas de succursales au 31 décembre 2022 dans le Groupe.

Aliénations et participations croisées

Il n'existe pas de participations croisées au 31 décembre 2023 dans le Groupe.

2

GOVERNANCE D'ENTREPRISE

2.1	Objet social de Reworld Media.....	23
2.2	Capital social	23
2.2.1	Capital social et nombre d'actions.....	23
2.2.2	Franchissement de seuils légaux déclarés	23
2.2.3	Action de concert.....	24
2.2.4	Variation du capital.....	24
2.2.5	Auto-détention et autocontrôle.....	25
2.2.6	Autres valeurs mobilières donnant accès au capital.....	25
2.2.7	Délégations en matière d'augmentation de capital	26
2.2.8	État de la participation des salariés au capital social.....	27
2.3	Cours de bourse.....	27
2.4	Opérations sur le capital	27
2.5	Formes des actions	27
2.6	Droit de vote double	28
2.7	Franchissement de seuils	28
2.8	Nantissement des actions de l'émetteur.....	28
2.9	Distribution de dividendes	28
2.10	Direction du groupe	28
2.11	Conseil d'administration de la Société	31
2.11.1	Liste des mandats et fonctions dans la Société	31
2.11.2	Liste des mandats et fonctions des dirigeants de la Société hors la Société.....	32
2.11.3	Renouvellement de mandats d'administrateurs.....	34
2.11.4	Nomination d'administrateurs	34
2.11.5	Rémunération des membres du conseil d'administration	34
2.11.6	Assiduité des membres du conseil	34
2.11.7	Changements intervenus dans la composition du conseil au cours de l'exercice	35
2.12	Rémunération des Dirigeants.....	35
2.13	Conventions conclues directement ou indirectement entre un dirigeant ou un associé à plus de 10% de la Société et une filiale à plus de 50% de la Société	36
2.14	Régime de gouvernement d'entreprise en vigueur en France AFEP-MEDEF.....	37

2.1 Objet social de Reworld Media

L'article 3 de statuts prévoit que la Société, Reworld Media SA, a pour objet en France et dans tous pays :

- La fourniture de prestations de développement, d'édition, de maintenance de tous contenus par voie digitale, de télécommunication ou sur des Sites Internet, de la formation, la constitution, la gestion et la vente de base de données ;
- La participation de la Société par tous moyens et sous quelques formes que ce soit de toutes entreprises et à toutes sociétés créées ou à créer ;
- La gestion d'un portefeuille de valeurs mobilières, l'acquisition de tous droits sociaux sous toutes leurs formes, de tous biens corporels ou incorporels, meubles ou immeubles, en totalité ou en partie le tout pour son propre compte ;
- La fourniture de prestations de développements techniques, de services, de conseil, ainsi que l'achat et la vente de produits et de services liés aux solutions technologiques de *knowledge management*, formation et partage de connaissance.

- Toutes formes d'édition sur tous supports présents et à venir ou sur tirage limité. Toutes opérations de conseil et de formation, de négoce national et international. Toutes opérations de sous-traitance ;
- L'étude, le développement et la conception de tous programmes se rattachant de près ou de loin aux actions précédemment citées.

La Société pourra effectuer toutes opérations entrant dans son objet, soit pour son propre compte, soit pour le compte d'un tiers, à façon, à la commission, au courtage, en régie, par représentation de firmes ou autrement, et plus généralement toutes opérations industrielles, commerciales, financières, mobilières et immobilières se rattachant directement ou indirectement à l'objet social, en totalité ou en partie à l'objet ci-dessus indiqué ou à tout autre objet similaire ou connexe.

2.2 Capital social

2.2.1 Capital social et nombre d'actions

Au 31 décembre 2023, le capital social s'élève à 1 132 308,20 € et est divisé en 56 615 410 actions de 0,02 € de valeur nominale chacune, entièrement libérées, toutes de même catégorie.

Date	Nombre d'actions	Nombre de droits de vote bruts*	Nombre de droits de vote nets**
31/12/2023	56 615 410	76 112 707	72 570 797

* Y compris actions auto-détenues

** Déduction faite des actions auto-détenues

Répartition du capital et des droits de vote

31/12/2023	Actions	%	Droits de vote	%
Management*	14 248 722	25,17%	25 344 304	34,92%
ID Invest/Eurazeo	4 373 119	7,72%	4 373 119	6,03%
JD Camus / DLB Investissement	5 398 680	9,54%	10 797 360	14,88%
Auto contrôle	3 541 910	6,26%	0**	0,00%
Flottant	29 052 979	51,32%	32 056 014	44,17%
Total	56 615 410	100,00%	72 570 797	100,00%

*dont Pascal Chevalier (19,03% du capital et 27,18% des droits de vote détenus de manière directe et indirecte) et Gautier Normand (4,90% du capital et 7% des droits de vote détenus de manière directe et indirecte) et autres managers (1,24% du capital et 1,21% des droits de vote étant précisé qu'il s'agit uniquement des actions inscrites au nominatif).

** dans la mesure où les actions détenues en autocontrôle ne bénéficient pas de droit de vote.

Par application des dispositions de l'article L.233-13 du Code de commerce, compte tenu des informations reçues par la Société, l'identité des personnes physiques et morales détenant directement ou indirectement un nombre d'actions du vingtième (5 %), du dixième (10 %), des trois vingtièmes (15 %), du cinquième (20 %), du quart (25 %), du tiers (33,33 %), de la moitié (50 %), des deux tiers (66,66 %), des dix-huit vingtièmes (90 %) ou des dix-neuf vingtièmes (95 %) du capital social ou des droits de vote aux assemblées générales dans la Société à la fin du dernier exercice clos (31 décembre 2023) est indiqué dans le tableau précédent.

2.2.2 Franchissement de seuils légaux déclarés

Néant.

2.2.3 Action de concert

Néant.

2.2.4 Variation du capital

Années	Nature opérations	Nombre d'actions avant opération	Capital avant opération (€)	Nombre d'actions créées	Nombre d'actions après opération	Capital après opération (€)
2013	Placement privé	16 513 556	330 271,12	1 557 500	18 071 056	361 421,12
	Augmentation de capital réservée	18 071 056	361 421,12	3 274 196	21 345 252	426 905,04
	Placement privé	21 345 252	426 905,04	1 227 336	22 572 588	451 451,76
2014	Placement privé	22 572 588	451 451,76	792 858	23 365 446	467 308,92
	Placement privé	23 365 446	467 308,92	200 000	23 565 446	471 308,92
	Placement privé	23 565 446	471 308,92	814 706	24 380 152	487 603,04
2015	Placement privé	24 380 152	487 603,04	768 108	25 148 260	502 965,20
	Augmentation de capital réservée	25 148 260	502 965,20	2 702 703	27 850 963	557 019,26
	Placement privé	27 850 963	557 019,26	618 920	28 469 883	569 397,66
2016	Augment. de capital réservée / Conversion OC	28 469 883	569 397,66	2 918 916	31 388 799	627 775,98
	Conversion OC	31 388 799	627 775,98	540 540	31 929 339	638 586,78
2017	Fusion SPOREVER	31 929 339	638 586,78	2 683 619	34 612 958	692 259,16
	Exercice BSPCE	34 612 958	692 259,16	500 000	35 112 958	702 259,16
	Exercice BSPCE	35 112 958	702 259,16	300 000	35 412 958	708 259,16
	Conversion OC	35 412 958	708 259,16	810 810	36 223 768	724 475,36
	Actions Gratuites	36 223 768	724 475,36	308 196	36 531 964	730 639,28
	Conversion OC	36 531 964	730 639,28	540 540	37 072 504	741 450,08
2018	Conversion OC	37 072 504	741 450,08	42 708	37 115 212	742 304,24
	Actions gratuites	37 115 212	742 304,24	501 720	37 616 932	752 338,64
2019	Placement privé	37 616 932	752 338,64	3 183 576	40 800 508	816 010,16
	Exercice Stock Option	40 800 508	816 010,16	58 000	40 858 508	817 170,16
	Apport en nature	40 858 508	817 170,16	3 558 718	44 417 226	888 344,52
	Actions gratuites	44 417 226	888 344,52	218 290	44 635 516	892 710,32
	Augmentation de capital réservée	44 635 516	892 710,32	5 019 920	49 655 436	993 108,72
2020	Exercice BSPCE	49 655 436	993 108,72	2 161 260	51 816 696	1 036 333,92
	Rémunération apport en nature	51 816 696	1 036 333,92	760 122	52 576 818	1 051 536,36
	Actions gratuites	52 576 818	1 051 536,36	1 785 420	54 362 238	1 087 244,76
2021	Exercice BSPCE	54 362 238	1 087 244,76	1 296 756	55 658 994	1 113 179,88
	Annulation	55 658 994	1 113 179,88	-2 700 000	52 958 994	1 059 179,88
	Actions gratuites	52 958 994	1 059 179,88	89 272	53 048 266	1 060 965,32
	Actions gratuites	53 048 266	1 060 965,32	825 758	53 874 024	1 077 480,48
	Actions gratuites	53 874 024	1 077 480,48	1 609 642	55 483 666	1 109 673,32
2022	Actions gratuites	55 483 666	1 109 673,32	124 074	55 607 740	1 112 154,80
	Actions gratuites	55 607 740	1 112 154,80	89 270	55 697 010	1 113 940,20
	Actions gratuites	55 697 010	1 113 940,20	825.749	56 522 759	1 130 455,18
2023	Actions gratuites	56 522 759	1 130 455,18	87037	56 609 796	1 132 195,92
	Actions gratuites	56 609 796	1 130 455,18	5614	56 615 410	1 132 308,20

2.2.5 Auto-détention et autocontrôle

Au 31 décembre 2023, la Société détenait directement 3 548 423 de ses propres actions d'une valeur nominale de 0,02 € représentant 6,27 % du capital à cette date.

Ces actions ont été affectées aux objectifs suivants :

- 3 541 910 actions affectées à l'objectif d' « attribution aux salariés » et « conservation et remise (à titre d'échange paiement ou autre) dans le cadre d'opérations de croissance externe, fusion, scission ou apport » ;
- 6 513 actions au contrat de liquidité.

La Société a mis en place un contrat de liquidité avec la société Kepler Chevreux. Ce contrat de liquidité a été conclu pour une durée d'un an, renouvelable tacitement.

Contrat de liquidité

Au titre du contrat de liquidité confié par la société Reworld Media à Kepler Chevreux, les moyens suivants figuraient au compte de liquidité à la date du 31 décembre 2023 sont de 84 796,04 € pour 6 513 titres.

Programme de rachat d'actions

Aucun programme de rachat d'actions a été lancé au cours de l'année 2023.

2.2.6 Autres valeurs mobilières donnant accès au capital

BSPCE

BSPCE exercés au cours de l'exercice 2023	Néant
BSPCE non encore exercés au 31 décembre 2023	Néant
BSPCE attribués au cours de l'exercice 2023	Néant

Attribution gratuite

Actions gratuites attribuées au cours de l'exercice 2023

Le Conseil d'Administration de la Société a décidé d'attribuer 2 978 500 d'actions gratuites en date du janvier 2023 au profit de certains collaborateurs du Groupe (non dirigeants) dont 2 743 500 restent en cours de période d'acquisition à la fin de l'exercice compte tenu de départs de certains collaborateurs.

Actions gratuites définitivement acquises au cours de l'exercice 2023 (à l'issue de la période d'acquisition)

Le Conseil d'Administration de la Société a constaté l'acquisition définitive de 92 651 actions gratuites attribuées profit de certains salariés du Groupe (non-mandataires sociaux).

Actions gratuites en cours de période d'acquisition au 31 décembre 2023

Sont en cours de période d'acquisition définitives :

- 5 657 actions gratuites attribuées en 2022,
- 2 000 000 actions gratuites attribuées en 2022 (à M. Pascal Chevalier et M. Gautier Normand) :
 - Nombre d'actions de performance : 1 000 000 d'actions gratuites de performance au profit de M. Pascal Chevalier et 1 000 000 actions gratuites de performance au profit de M. Gautier Normand,
 - Période d'Acquisition : 2 (deux) ans,
 - Conditions attachées à l'acquisition :
 - Condition de présence de deux ans et,
 - Condition de performance comme suit :
 - Pour 50% des actions gratuites, une condition de performance 2022 et,
 - Pour les autres 50%, une condition de performance 2023.
- 2 743 500 actions gratuites attribuées en janvier 2023 (à des salariés du Groupe)

Total : 4 749 157

Options de souscriptions d'actions au cours de l'exercice

Options de souscriptions attribuées en 2023	Néant
Options de souscriptions exercées en 2023	Néant
Options non encore exercés en 2023	Néant

Bons de souscription d'actions (BSA)

Néant.

Obligations convertibles

Néant.

2.2.7 Délégations en matière d'augmentation de capital

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-37-4, alinéa 3, du Code de commerce, la Société présente le tableau récapitulatif des délégations de compétences et de pouvoirs accordées par l'assemblée générale au conseil d'administration en matière d'augmentation de capital par application des dispositions des articles L. 225-129-1 et L. 225-129-2 dudit Code :

Délégations de l'assemblée générale au conseil d'administration	Utilisation au cours de l'exercice	Fin de la délégation
<u>Assemblée Générale du 16 juin 2023</u> : délégation à l'effet d'acheter les actions de la Société et à intervenir en bourse ou autrement sur les actions de la Société Plafond : 10% du capital social pour un montant maximal de 20 000 000 € Durée : 18 mois	Néant	16/12/2024
<u>Assemblée Générale du 16 juin 2023</u> : délégation à l'effet de réduire le capital social, en une ou plusieurs fois, par annulation de toute quantité d'actions auto-détenues Plafond : 10% du capital sur 24 mois Durée : 24 mois	Néant	16/06/2025
<u>Assemblée Générale du 16 juin 2023</u> : Délégation de compétence au conseil d'administration à l'effet de décider d'une ou plusieurs augmentations de capital par l'émission d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital et/ou de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance, notamment des bons de souscription d'actions attribués gratuitement à tous les actionnaires avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires Plafond : 300 000 € de nominal et 15 M€ en titres de créances Durée : 26 mois	Néant	16/08/2025
<u>Assemblée Générale du 16 juin 2023</u> : Délégation de compétence au conseil d'administration à l'effet de décider d'une ou plusieurs augmentations de capital par l'émission d'actions ordinaires ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital avec suppression du droit préférentiel de souscription par offre au public Plafond : 300 000 € de nominal et 15 M€ en titres de créances Durée : 26 mois	Néant	16/08/2025
<u>Assemblée Générale du 16 juin 2023</u> : Délégation de compétence au conseil d'administration à l'effet d'augmenter le capital par l'émission d'actions ordinaires ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital par placement privé Plafond : 300 000 € de nominal et 30 M€ en titres de créances Durée : 26 mois	Néant	16/08/2025
<u>Assemblée Générale du 29 avril 2022</u> : Délégation de compétence au conseil d'administration à l'effet de décider d'une ou plusieurs augmentations de capital avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires au profit de catégories de personnes Plafond : 300 000 € de nominal et 15 M€ en titres de créances Durée : 18 mois	Néant	29/10/2023
<u>Assemblée Générale du 9 juin 2020</u> : Délégation de compétence au conseil d'administration en vue de procéder à des attributions d'actions gratuites existantes ou à créer Plafond : 10% du capital de la Société au jour de la décision du conseil d'administration Durée : 38 mois	Utilisation à hauteur de 2 978 500 d'actions gratuites	Caducue car renouvelée lors de l'assemblée du 16/06/2023
<u>Assemblée Générale du 16 juin 2023</u> : Délégation de compétence au conseil d'administration en vue de procéder à des attributions d'actions gratuites existantes ou à créer Plafond : 10% du capital de la Société au jour de la décision du conseil d'administration Durée : 38 mois	Néant	16/06/2026

2.2.8 État de la participation des salariés au capital social

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102 du Code de commerce, au dernier jour de l'exercice, soit le 31 décembre 2023, les actions détenues collectivement par les salariés représentent moins de 3% du capital social.

2.3 Cours de bourse

Au 31 décembre 2023, le cours de l'action s'établissait à 3,56 €, soit une capitalisation boursière de 201M€.

Evolution 2023 du cours de l'action et des volumes de titres échangés - Source : NYSE Euronext



2.4 Opérations sur le capital

La Société présente la liste des opérations réalisées au cours de l'exercice 2023 sur les titres de la Société par les personnes visées à l'article L. 621-18-2 du Code monétaire et financier, et selon les modalités prévues par les articles 222-14 et 222-15 du Règlement Général de l'Autorité des marchés financiers (AMF). Toutes ces opérations ont fait l'objet d'une déclaration auprès de l'AMF.

Personnes	Date de transaction	Marché	Nature	Titres	Prix	Volume	Date de notification
Gautier Normand	28/11/2023	Euronext Growth	Cession	Actions	-	48 859	28/11/2023
Gautier Normand	31/03/2023	Euronext Growth	Cession	Actions	-	100 000	03/04/2023

2.5 Formes des actions

Aux termes de l'article 7 des statuts de la Société, il est prévu :
 « Les actions entièrement libérées sont nominatives ou au porteur, au choix de leur titulaire, sous réserve de la législation en vigueur et des présents statuts. Toutefois, tant que ces actions ne sont pas intégralement libérées, elles sont obligatoirement au nominatif.

Elles font l'objet d'une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi.

La Société adopte le régime des titres au porteur identifiable.

La Société est ainsi autorisée à faire usage des dispositions légales prévues en matière d'identification des détenteurs de

titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'associés. Dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, la Société peut demander à tout moment à l'organisme chargé de la compensation des titres, le nom ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination, la nationalité, l'année de naissance ou, s'il s'agit d'une personne morale, l'année de constitution et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses assemblées, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés. »

2.6 Droit de vote double

Aux termes de l'article 10 des statuts de la Société, il est prévu :
« Le droit de vote attaché aux actions de capital ou de jouissance est proportionnel à la quotité du capital qu'elles représentent. Chaque action donne droit à une voix.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux

ans au moins au nom d'un même actionnaire. Ce droit est également conféré dès leur émission en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfice ou prime d'émission, aux autres actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficiera de ce droit. Toute action convertie au porteur ou transférée en propriété perd le droit de vote double sous réserve des exceptions prévues par la loi. »

2.7 Franchissement de seuils

Aux termes de l'article 13 des statuts de la Société, il est prévu :
« Les actions sont négociables dans les conditions prévues ci-après, sauf dispositions législatives ou réglementaires contraires. Les cessions ou transmissions d'actions sont réalisées à l'égard de la Société et des tiers par virement de compte à compte dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

- 13 - 1 Les cessions d'actions sont libres.
- 13 - 2 Franchissement de seuil

Les franchissements de seuils doivent être déclarés dans les conditions prévues par la loi.

En outre, toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert, qui vient à détenir ou cesser de détenir une fraction égale à 3% du capital social ou des droits de vote ou

tout multiple de ce pourcentage, est tenue d'en informer la Société dans un délai de quinze jours à compter du franchissement du seuil de participation à la hausse ou à la baisse, par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à son siège social en précisant le nombre d'actions et de droits de vote détenus.

A défaut d'avoir été déclarées dans les conditions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée aux termes de la présente clause sont privées de droit de vote dans les conditions prévues par la loi, dans la mesure où un ou plusieurs actionnaires détenant 3% au moins du capital ou des droits de vote en font la demande consignée dans le procès-verbal de l'assemblée générale. »

2.8 Nantissement des actions de l'émetteur

Dans le cadre d'un financement bancaire pour l'acquisition d'actions Reworld Media, il a été accordé en février 2021 et en août 2022 :

- Un nantissement portant sur 981 625 actions Reworld Media détenues par CPG (Pascal Chevalier et Gautier Normand) ;
- Un nantissement portant sur 172 413 actions Reworld Media détenues par JAG CONSEILS (Gautier Normand) ;
- Un nantissement portant sur 172 413 actions Reworld Media détenues par CPI (Pascal Chevalier).

2.9 Distribution de dividendes

Aucune distribution de dividendes n'est intervenue au cours des 5 derniers exercices.

2.10 Direction du groupe

Président-Directeur général de Reworld Media

La Direction Générale de la Société est assurée par le Président du conseil d'administration.

M. Pascal Chevalier a été nommé Président-Directeur général aux termes des décisions du conseil d'administration du 14 mai 2012 et renouvelé aux termes des décisions du conseil d'administration du 20 avril 2018 pour la durée de son mandat d'administrateur.

Directeur Général délégué de Reworld Media

M. Gautier Normand a été nommé Directeur Général délégué aux termes des décisions du conseil d'administration du 26 juillet 2013 a pour une durée indéterminée.

Direction des filiales**Liste des mandats au sein des filiales consolidées du groupe au 31 décembre 2023 :**

Dénomination	Type	Direction
LES PUBLICATIONS GRAND PUBLIC	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
REWORLD MEDIA SPAIN (ex EMAILING NETWORK EUROPE)	Droit espagnol	Gérant : Pablo Nowenstein (étant précisé que M. Matthias STADELMEYER a été nommé en remplacement en janvier 2024)
EMAILING NETWORK	SARL	Gérant : Pablo Nowenstein (étant précisé que M. Matthias STADELMEYER a été nommé en remplacement en janvier 2024)
REWORLD MEDIA FACTORY	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
REWORLD MEDIA PTE LTD	Droit Singapour	Directeur : Pascal Chevalier
TRY AND REVIEW PTE LTD	Droit Singapour	Directeur : Maëlle Pochat Directeur : Alexia Thieux
EDI SIC	SARL	Gérant : M. Pascal Chevalier
R.M.P.	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
REWORLD MEDIA VENTURES	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
MONTREUX PUBLICATIONS	SAS	Président : REWORLD MEDIA
REWORLD MEDIA MAGAZINES	SAS	Président : REWORLD MEDIA FRANCE
ERAS	SNC	Co-gérant : M. Gautier Normand Co-gérant : M. Maximilian Freiherr Von Richthofen
REWORLD MEDIA CONNECT	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
SPORT STRATEGIES		Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
MEDIA365	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
REWORLD MEDIA SERVICES	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : CPG
LEADSLAB	SAS	Président : REWORLD MEDIA VENTURES Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
MEDIA PROXIMITE	SAS	Président : REWORLD MEDIA
REWORLD MEDIA CAMPUS	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
REWORLD MEDIA EDITION	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
EVEN FLOW	SAS	Président : REWORLD MEDIA SERVICES Directeur Général : ENR EXPANSION
BETTER LIFE	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : Stéphane Haitaian
RM DEV 9	SAS	Président : REWORLD MEDIA
SOCIAL PLAYGROUND	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : LC DEV
ATELIER B (ex CLAIM)	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
EEPLE	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
PRESSE MANETTE	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
MEDIA COMMERCE	SAS	Président : REWORLD MEDIA SERVICES

Dénomination	Type	Direction
LIVECARS	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
4BMEDIA	SAS	Président : REWORLD MEDIA
GROUPE PSYCHOLOGIES	SAS	Président : 4B MEDIA
UNIFY	SAS	Président : REWORLD MEDIA Directeur Général : REWORLD MEDIA SERVICES
DEVTRIBU	SAS	Président : AUFEMININ
AUFEMININ	SAS	Président : UNIFY
SOFEMNINE UK	SAS	Director : Gautier Normand
NETMUMS	SAS	Director : Gautier Normand
NEWEB DEVELOPPEMENT	SAS	Président : UNIFY
CUP INTERACTIVE	SAS	Président : NEWWEB DEVELOPPEMENT
DOCTISSIMO	SAS	Président : UNIFY
FACTORY ELEVEN	SAS	Président : NEWWEB DEVELOPPEMENT
MAYANNE COMMUNICATION	SAS	Président : AUFEMININ
UNIFY ADVERTISING	SAS	Président : UNIFY
UNIGY DIGITAL FACTORY	SAS	Président : UNIFY
UNIFY STUDIO	SAS	Président : UNIFY
MARMITON	SAS	Président : AUFEMININ
REWORLD MEDIA ITALIA S.R.L.	Droit italien	REWORLD MEDIA Daniela Sola Stéphane Haitaïan
REWORLD MEDIA US INC.	Droit américain	Stéphane Haitaïan
TRADEDOUBLER AB	Droit suédois	Membres du conseil d'administration : Pascal Chevalier, Gautier Normand, Jeremy Parola, Erik Siekmann, Directeur Général : M. Matthias Stadelmeyer
TRADEDOUBLER OY	Droit finlandais	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER A/S	Droit danois	M. Matthias Stadelmeyer M. Tobias Svensson
TRADEDOUBLER Ltd	Droit britannique	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER ESPANA SL	Droit espagnol	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER SRL	Droit italien	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER GMBH	Droit allemand	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER AS	Droit norvégien	M. Matthias Stadelmeyer
TRADEDOUBLER SARL	SARL	M. Matthias Stadelmeyer
TRADEDOUBLER BV	Droit néerlandais	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER INTERNATIONAL AB	Droit suédois	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER SWEDEN AB	Droit suédois	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER SP ZOO	Droit polonais	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER AG	Droit suisse	M. Matthias Stadelmeyer M. Thomas Koch

Dénomination	Type	Direction
TRADEDOUBLER PERFORMANCE MARKETING LTDA	Droit brésilien	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
R ADVERTISING	SAS	Président : AZOTE
METAPIC SWEDEN AB	Droit suédois	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm M. Tobias Svensson
METAPIC US INC	Droit américain	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
TRADEDOUBLER AU PTY LTD	Droit australien	M. Matthias Stadelmeyer M. Viktor Wagröm
MP MEDIA VENTURES GMBH	Droit allemand	M. Matthias Stadelmeyer
KAHA GMBH	Droit allemand	M. Matthias Stadelmeyer

2.11 Conseil d'administration de la Société

2.11.1 Liste des mandats et fonctions dans la Société

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, ci-dessous la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés au sein de la société par chacun des mandataires sociaux :

Prénom, nom	Fonctions	Date de première nomination	Année de présence au conseil	Date de dernière nomination en qualité d'administrateur	Date d'expiration du mandat d'administrateur
M. Pascal Chevalier	Président Directeur Général Administrateur	2012	12	Renouvellement le 20/04/2018	Exercice clos le 31/12/2023
M. Gautier Normand	Directeur Général Délégué Administrateur	2013	11	Renouvellement le 11/06/2019	Exercice clos le 31/12/2024
M. Jérôme Masurel	Administrateur	2019	4	Renouvellement le 09/06/2020	Exercice clos le 31/12/2025
Mme Laëtitia Vuitton	Administrateur	2022	2	-	Exercice clos le 31/12/2027
Mme Patrycja Mothon	Administrateur	2023	<1	-	Exercice clos le 31/12/2028

Prénom, nom	Age	Sexe	Nationalité	Nombre de mandat dans des sociétés cotées	Indépendance ¹⁵
M. Pascal Chevalier	56	H	Française	2 mandats de PDG et 3 mandats d'administrateurs	Non
M. Gautier Normand	46	H	Française	2 mandats de DG et 1 mandat d'administrateur	Non
M. Jérôme Masurel	45	H	Française	1 mandat d'administrateur	Oui
Mme Laëtitia Vuitton	50	F	Française	1 mandat d'administrateur	Oui
Mme Patrycja Mothon	42	F	Française	1 mandat d'administrateur	Oui

¹⁵ Afin d'être considéré comme un administrateur indépendant, il convient de remplir les critères suivants :

- Ne pas être salarié et/ou dirigeant mandataire social de la Société ou de l'un de ses filiales au cours des 5 dernières années,
- Ne pas être client ou fournisseur significatif du Groupe,
- Ne pas avoir de lien familial avec un dirigeant mandataire social de la Société,
- Ne pas avoir été commissaire aux comptes de la Société au cours des 5 dernières années,
- Ne pas détenir plus de 10% du capital et des droits de vote de la Société.

Au 31 décembre 2023, les indicateurs étaient les suivants :

- Age moyen des administrateurs : 47,8 ans ;
- % administrateurs indépendants : 60% ;
- % de femmes au sein du conseil d'administration : 40%.

Age moyen
des administrateurs
47,8 ans

% d'administrateurs
indépendants
60%

% de femmes
administrateurs
40%

2.11.2 Liste des mandats et fonctions des dirigeants de la Société hors la Société

M. Pascal Chevalier

Expérience

Avant de co-fonder et diriger Reworld Media, M. Pascal Chevalier a été Président-Directeur général de Netbooster (groupe coté sur le marché Euronext Growth), Directeur de Prosodie à Londres (désormais Cap Gemini) et il a auparavant présidé CPI Venture.

Mandats

M. Pascal Chevalier, Président du conseil d'administration et Directeur général de la Société est également :

Au sein du groupe Reworld Media :

- Gérant de la société EDI SIC, société à responsabilité limitée ayant son siège social 8, rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée sous le numéro 397 912 528 au R.C.S. de Nanterre,
- Administrateur de REWORLD MEDIA PTE LTD, société de droit chinois ayant son siège social 51 Goldhill Plaza # 12-11- Singapour (308 900) et immatriculée sous le numéro 201228461 D à Singapour,
- Président du conseil d'administration de la société TRADEDOUBLER AB, société de droit suédois ayant son siège social au Birger Jarlsgatan 57A, 7th floor, Stockholm et immatriculée sous le numéro 556575-7423,
- Directeur Général, via la société CPI et CPG, de la société REWORLD MEDIA SERVICES (filiale de REWORLD MEDIA), société par actions simplifiée, dont le siège social est sis 8, rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée sous le numéro 825 067 705 R.C.S. Nanterre.

Autres mandats :

- Administrateur de la société TRINOVA CRÉATION, société par actions simplifiée ayant son siège social : 17, avenue Charles de Gaulle, 69 370 ST Didier au Mont d'Or et immatriculée sous le numéro 424 936 482 au R.C.S. de Lyon,
- Administrateur de la société TRINOVA, société anonyme ayant son siège social : 17, avenue Charles de Gaulle, 69 370 St Didier au Mont d'Or et immatriculée sous le numéro 411 877 657 au R.C.S. de Lyon,
- Président de la société CPI, société par actions simplifiée à associé unique ayant son siège social 13, rue Saint-Lazare, 75009 Paris et immatriculée au R.C.S. de Paris sous le numéro 502 687 577,
- Gérant de la « Société civile immobilière LES TENNIS DE CHAILLY » ayant son siège social 7, route de Fontainebleau, 77930 Chailly en Bière, immatriculée au R.C.S. de Melun sous le numéro 323 362 582,
- Gérant de la société civile immobilière « IMMO VENTURE 1 » ayant son siège social 13, rue Saint-Lazare, 75009 Paris, immatriculée au R.C.S. de Paris sous le numéro 444 769 160,
- Gérant de la société CTB, société à responsabilité limitée ayant son siège social 13, rue Saint Lazare, 75009 PARIS et immatriculée sous le numéro 323 362 590 au R.C.S. de Paris,
- Président la société NETWORK ASIA VENTURES, société soumise à la loi de la République de Singapour, ayant son siège au 51 Goldhill Plaza # 12-11 Singapour (308 900), immatriculée au registre sous le n°201012523E,
- Directeur Général Délégué de la société NETWORK FINANCES 2, 13, rue Saint-Lazare, 75009 Paris et immatriculée au R.C.S. de Paris sous le numéro 749 813 853,
- Président du conseil d'administration de la société EDUFORM'ACTION, 98, rue du Château, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée au R.C.S. de Nanterre sous le numéro 451 010 821,
- Co-Gérant de la société 50 PARTNERS GESTION, 62, rue Jean-Jacques Rousseau, 75001 Paris et immatriculée au R.C.S. de Paris sous le numéro 508 000 700,
- Président du conseil d'administration de la société NETMEDIA GROUP, société par actions simplifiée ayant son siège social 251 Boulevard Peireire, 75017 Paris et immatriculée sous le numéro 399 364 751 au R.C.S. de Paris,
- Président, via la société CPI, de la société CPG, société par actions simplifiée, dont le siège social est sis 8, rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée sous le numéro 879 080 570 au R.C.S. de Nanterre,
- Membre du conseil de surveillance de la société HOPSCOTCH GROUP société anonyme au capital de 2 000 001 € dont le siège social est situé 23-25, rue Notre-Dame des Victoires, 75002 Paris et immatriculée sous le numéro 602 063 323 au R.C.S. de Paris,
- Autres mandats dans des sociétés à objet immobilier.

M. Gautier Normand

Expérience

Avant de co-fonder et diriger Reworld Media, M. Gautier Normand a été Directeur Général de La Tribune. Il avait rejoint NextRadioTV en 2007 en tant que chargé de mission auprès du Président, intervenant notamment sur le rachat de La Tribune à LVMH. Il a auparavant été Responsable du développement d'Axel Springer France (2006) et Directeur secteur Médias chez Deloitte (2001).

Mandats

M. Gautier Normand, Administrateur et Directeur Général délégué de la Société, est également :

Au sein du groupe Reworld Media :

- Administrateur de la société TRADEDOUBLER AB, société de droit suédois ayant son siège social au Birger Jarlsgatan 57A, 7th floor, Stockholm et immatriculée sous le numéro 556575-7423,
- Gérant de la société EDITIONS REWORLD AXEL SPRINGER (ERAS) 40, avenue Aristide Briand, 92220 Bagneux et immatriculée sous le numéro unique 347 863 060 au R.C.S. de Nanterre,
- Directeur Général, via la société JAG CONSEILS et CPG, de la société REWORLD MEDIA SERVICES (filiale de REWORLD MEDIA), société par actions simplifiée, dont le siège social est sis 8, rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée sous le numéro unique 825 067 705 au R.C.S. de Nanterre,
- Directeur de la société NETMUMS,
- Directeur de la société SOFEMININ UK.

Autres mandats :

- Directeur Général de la société NETMEDIA GROUP, société par actions simplifiée ayant son siège social 251 Boulevard Pereire, 75017 Paris et immatriculée sous le numéro unique 399 364 751 au R.C.S. de Paris,
- Gérant de la société JAG CONSEILS, société à responsabilité limitée ayant son siège social situé 24, rue Anna Jacquin, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée sous le numéro 789 696 648 au R.C.S. de Nanterre,
- Gérant de la société ETEL, 24, rue Anna Jacquin, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée au R.C.S. de Nanterre sous le n°499 094 167,
- Gérant de la société SCI EHAN C'HOUECK, 24, rue Anna Jacquin, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée au R.C.S. de Nanterre sous le n°802 024 216,
- Directeur Général et administrateur de la société EDUFORM'ACTION, société anonyme dont le siège social est situé 98, rue du Château, 92100 Boulogne-Billancourt et immatriculée sous le numéro 451 010 821 au R.C.S. de Nanterre.

M. Jérôme Masurel

Expérience

M. Jérôme Masurel est Président fondateur de 50 Partners, un des principaux accélérateurs de start-ups en France. Fondé autour de 50 entrepreneurs à succès dans les nouvelles technologies (Blablacar, LebonCoin, PriceMinister, ShowroomPrivé, etc.), l'accélérateur accompagne une sélection de start-ups grâce à un service complet (coaching, locaux, écosystème, relations internationales, aide au financement, etc.) sur le long terme. Une offre dédiée aux projets à Impact environnemental et social a par ailleurs été lancée en 2018. M. Jérôme Masurel a démarré sa carrière en tant qu'analyste pour des fonds d'investissement tels que Nextstage et Rothschild & Cie (devenu Keensight) avant de devenir associé du réseau et fonds d'entrepreneurs Agregator. Il fonde 50 Partners en 2011 avec l'ambition de créer le premier fonds d'expertise et une solution à très forte valeur ajoutée pour les entrepreneurs.

Mandats

M. Jérôme Masurel, Administrateur de la Société est également :

Au sein du groupe Reworld Media :

Néant.

Autres mandats :

- Gérant de la société 50 PARTNERS GESTION, 62, rue Jean-Jacques Rousseau, 75001 Paris et immatriculée au R.C.S. de Paris sous le numéro 508 000 700.

Mme Laëtizia Vuitton

Expérience

Mme Laëtizia Vuitton est une entrepreneure, experte des secteurs des médias et du digital, diplômée de ESC Toulouse en 1996 et de la SFAF - Société Française des Analystes Financiers - en 2000.

Après un passage de 1996 à 1998 chez Barclays Private Equity, elle intègre Oddo & Cie en 1998 pour suivre en tant qu'analyste sellside le secteur des médias en Europe avant de devenir directrice d'investissements sur les secteurs cleantech, média et internet chez Oddo Private Equity. Partner chez Idinvest (Eurazeo) de 2010 à 2013, elle est devenue Venture Partners en 2013.

En 2015, elle crée « En Mode Culture », société de production TV et digitale dont les actifs principaux sont Culture Pub et Bo Travail (Échappées Belles, Manger c'est voter, etc.).

Mme Laëtizia Vuitton a participé à de nombreux investissements et accompagné le développement de nombreuses sociétés (CyberGroup Studio, Reworld Media, Mixicom/Talentweb, Leetchi, etc.).

Mandats

Mme Laëtizia Vuitton, Administrateur de la Société est également :

Au sein du groupe Reworld Media :

Néant.

Autres mandats :

- Membre du Conseil de Surveillance de Cybergroup Studios,
- Présidente de Bo travail, Studio 50 et Gutenbergv (elle-même présidente de « En Mode Culture »).

Mme Patrycja Mothon

Expérience

Mme Patrycja Mothon est Directrice associée de Grant Alexander Digital and Technology, filiale du groupe Grant Alexander au sein de laquelle elle conseille les acteurs de l'univers des transformations digitales et Tech dans leur recherche de profils rares sur les fonctions digital, marketing, IT, data et direction générale (niveaux middle à comex).

Mme Patrycja Mothon a démarré sa carrière sur des fonctions marketing et digitales au sein de grands groupes tels que Pandora, Yves Rocher et Total. En 2018, elle intègre le cabinet de conseil en recrutement et stratégie digitale Ametix-Docapost en tant que chasseuse de tête puis se lance dans l'entrepreneuriat en 2019 en créant New Elites Recruitment (recrutements de profils digital, marketing, IT et data, en middle et top management) avant de rejoindre en 2022 le groupe Grant Alexander. Elle est titulaire d'un Master 2 en management et stratégie des entreprises (Institut Supérieur de Commerce Européen) et d'un Master 1 en communication des entreprises (Université Sorbonne Nouvelle).

Mandats

Mme Patrycja MOTHON, Administrateur de la Société est également :

Au sein du groupe Reworld Media :

Néant.

Autres mandats :

Néant.

2.11.3 Renouvellement de mandats d'administrateurs

Il sera proposé de renouveler le mandat de M. Pascal Chevalier en tant qu'administrateur de la Société.

2.11.4 Nomination d'administrateurs

Néant.

2.11.5 Rémunération des membres du conseil d'administration

Au titre de l'exercice 2023, les membres du conseil d'administration ont perçus les rémunérations suivantes :

- Au titre du mandat de membres du conseil d'administration : 20.000 € à M. Jérôme Masurel,
- Au titre du mandat de membres du conseil d'administration : 20.000 € à Mme Laëtitia Vuitton.

Il est rappelé qu'aux termes des résolutions adoptées lors de l'assemblée générale du 23 novembre 2023 il a été décidé « d'attribuer une enveloppe annuelle d'un montant total de 60 000 € aux membres du conseil d'administration à titre de rémunération au titre de leurs fonctions jusqu'à nouvelle décision de l'assemblée générale, étant précisé que la répartition de cette enveloppe entre les membres sera décidée par le conseil d'administration. »

2.11.6 Assiduité des membres du conseil

Au cours de l'année 2023, il s'est tenu 8 conseils d'administration :

Prénom, nom	Nombre de participations	Assiduité
M. Pascal Chevalier	8	100%
M. Gautier Normand	8	100%
M. Jérôme Masurel	8	100%
Mme Laëtitia Vuitton	8	100%
Mme Patrycja Mothon	1	100% ¹⁶

¹⁶ Nommée qu'à partir de novembre 2023.

2.11.7 Changements intervenus dans la composition du conseil au cours de l'exercice

Au cours de l'année 2023, une nomination est intervenue :

Prénom, nom	Démission	Nomination	Renouvellement	Non renouvellement
M. Pascal Chevalier	-	-	-	-
M. Gautier Normand	-	-	-	-
M. Jérôme Masurel	-	-	-	-
Mme Laëtitia Vuitton	-	-	-	-
Mme Patrycja Mothon		AG du 23/11/2023	-	-

2.12 Rémunération des Dirigeants

Rémunération et honoraires

Le Groupe est doté depuis 2022 d'un comité des rémunérations, qui émet des propositions ou des recommandations au conseil d'administration quant à la politique des dirigeants et mandataires sociaux afin que celle-ci soit en cohérence avec les intérêts des actionnaires et la performance du Groupe. Ce comité des rémunérations est composé des 2 membres indépendants du conseil d'administration.

Le montant global des rémunérations / honoraires des dirigeants (Messieurs Pascal Chevalier et Gautier Normand) versées directement ou indirectement par les entités du Groupe (intégrant Tradedoubler) s'élève pour l'exercice 2023 à :

M. Pascal Chevalier : 1 015 689 € HT, dont :

- 800 000 € HT de rémunération fixe,
- 100 000 € HT de rémunération variable Croissance Financement,
- 50 000 € HT de rémunération variable Performance Financière,
- 50 000 € HT de rémunération variable RSE,
- 0 € HT de rémunération exceptionnelle,
- 0 € HT de rémunération allouée à raison du mandat d'administrateur,
- 15 689 € HT de rémunération au sein de Tradedoubler.

M. Gautier Normand : 1 015 689 € HT, dont :

- 800 000 € HT de rémunération fixe,
- 100 000 € HT de rémunération variable Croissance Financement,
- 50 000 € HT de rémunération variable Performance Financière,
- 50 000 € HT de rémunération variable RSE,
- 0 € HT de rémunération exceptionnelle,
- 0 € HT de rémunération allouée à raison du mandat d'administrateur,
- 15 689 € HT de rémunération au sein de Tradedoubler.

Depuis le 1^{er} janvier 2022, dans un souci de simplification de la présentation de la rémunération des dirigeants, (i) ces rémunérations sont présentées dans la présente partie « 2.12 Rémunération des dirigeants » du rapport annuel et font l'objet d'un tableau synthétique des rémunérations globales (hors Tradedoubler) et (ii) CPG est uniquement Directeur Général de la société REWORLD MEDIA SERVICES (filiale à 100 % de REWORLD MEDIA) qui a pour objet de porter un certain nombre de charges communes du Groupe.

Rémunération annuelle à compter de 2022 (hors Tradedoubler)

		M. Pascal Chevalier	M. Gautier Normand
Rémunération fixe		800 000 € HT*	800 000 € HT**
Rémunération variable	Rémunération variable Croissance/Financement	Maximum de 200 000 € HT*	Maximum de 200 000 € HT**
	Rémunération variable Performance Financière	Maximum de 50 000 € HT*	Maximum de 50 000 € HT**
	Rémunération variable RSE	Maximum de 50 000 € HT*	Maximum de 50 000 € HT**
	Rémunération exceptionnelle	Néant	Néant
	Rémunération allouée à raison du mandat d'administrateur	Néant	Néant
Avantage en nature		Néant	Néant
Contrat de travail		Néant	Néant
Indemnité de prise ou cessation des fonctions		Néant	Néant
Indemnité de non-concurrence		Néant	Néant
Retraites supplémentaires		Néant	Néant

* Rémunération versée par REWORLD MEDIA SERVICES à CPG, dont M. Pascal Chevalier détient indirectement 50% et est dirigeant, en qualité de mandataire social,

** Rémunération versée par REWORLD MEDIA SERVICES à CPG, dont M. Gautier Normand détient indirectement 50% et est dirigeant, en qualité de mandataire social.

Avec :

- « Rémunération variable Croissance/Financement » désigne :
 - o En matière de croissance externe (acquisition d'au moins 30% du capital d'une cible ou acquisition de fonds de commerce) : 100 000 € HT ou 200.000 € HT selon le chiffre d'affaires de la société cible pour chaque opération de croissance externe réalisée par REWORLD MEDIA ou l'une quelconque des sociétés contrôlées par REWORLD MEDIA au sens de l'article L.233-3 du code de commerce.
 - o En matière de financement (augmentation de capital ou endettement) : 50 000 € HT ou 100 000 € HT selon les montants financés pour chaque opération de financement en dette.
- « Rémunération variable Performance Financière » désigne l'atteinte d'objectif d'agrégat financier fixé par le conseil d'administration.
- « Rémunération variable RSE » désigne l'atteinte d'un ou plusieurs objectif(s) extra-financier(s) fixé(s) par le conseil d'administration.

BSPCE

Néant.

Actions gratuites

Voir 2.2.6 2.2.6 Autres valeurs mobilières donnant accès au capital.

Avantage en nature - frais engagés dans l'exercice des fonctions

Les frais de déplacement et de représentation engagés dans l'exercice de leurs fonctions par les Dirigeants sont pris en charge par le Groupe.

2.13 Conventions conclues directement ou indirectement entre un dirigeant ou un associé à plus de 10% de la Société et une filiale à plus de 50% de la Société

Les conventions conclues directement ou indirectement entre un dirigeant ou un associé à plus de 10% de la Société et une filiale à plus de 50% de la Société sont présentées au 2.12 Rémunération des Dirigeants.

2.14 Régime de gouvernement d'entreprise en vigueur en France AFEP-MEDEF

La Société n'applique pas le code de gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF.

Commissaires aux comptes

Lors de l'assemblée générale de la Société du 9 juin 2020, le cabinet Deloitte & Associés a été renouvelé en qualité de co-commissaires aux comptes titulaires de la Société pour une durée de 6 (six) exercices, soit jusqu'à l'issue de la réunion appelée à statuer sur les comptes de l'exercice à clore le 31 décembre 2025.

Lors de l'assemblée générale de la Société du 9 juin 2020, le cabinet BCRH & Associés a été désigné en qualité de co-

commissaires aux comptes titulaires de la Société pour une durée de 6 (six) exercices, soit jusqu'à l'issue de la réunion appelée à statuer sur les comptes de l'exercice à clore le 31 décembre 2025.

Au niveau de l'ensemble du Groupe, les honoraires de commissariat aux comptes s'élèvent à 986K€ HT au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2023 pour les sociétés intégrées globalement.

Indication sur l'utilisation des instruments financiers

Voir 1.2.3 Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est exposée, paragraphes « Taux d'intérêt » et « Taux de change ».

Cautionnement, avals, garanties et suretés

Voir 4.8.11 Engagements hors bilan.

Montant des prêts interentreprises

En application des dispositions des articles L.511-6 et R. 511-2-1-1 II du Code monétaire et financier, les sociétés par actions dont les comptes sont certifiés par un commissaire aux comptes doivent communiquer dans le rapport de gestion le montant des prêts à moins de deux ans consentis aux entreprises avec lesquelles elles entretiennent des liens économiques, tel qu'attesté par le commissaire aux comptes (régime différent des prêts intragroupes autorisés par l'article L.511-7 du Code monétaire et financier).

Aucune convention de cette nature n'est à signaler au sein de la Société au titre de l'exercice écoulé.

3 DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE

3.1	Introduction	39
3.1.1	Édito croisé	39
3.1.2	Les activités du Groupe	39
3.1.3	Le modèle d'affaires	41
3.1.4	Les valeurs et les forces du Groupe	42
3.1.5	Les enjeux des secteurs de l'information et de la communication	43
3.1.6	Les principaux risques extra-financiers	45
3.2	Une gouvernance au service de l'ambition	51
3.2.1	Piloter efficacement la stratégie RSE	51
3.2.2	Assurer la sécurisation des données	51
3.2.3	Agir de manière éthique dans ses activités	52
3.3	Définir les ambitions de la stratégie RSE « TOP »	53
3.3.1	Déployer la stratégie RSE	53
3.3.2	Contribuer aux Objectifs de Développement Durable (ODD)	54
3.3.3	Assurer le dialogue avec les parties prenantes	56
3.4	Transmettre.....	59
3.4.1	En tant que média, éclairer les lecteurs et les consommateurs	59
3.4.2	En tant qu'entreprise, transmettre ses expertises et ses valeurs.....	62
3.5	Optimiser	65
3.5.1	En tant que média, agir en faveur de l'éco-édition	65
3.5.2	En tant qu'entreprise, agir au quotidien pour un environnement de travail responsable	70
3.6	Promouvoir	76
3.6.1	Agir pour la fidélisation des collaborateurs	76
3.6.2	Agir pour l'inclusion et la diversité.....	80
3.7	Notes méthodologiques	83
3.7.1	Méthodologie de construction de la Déclaration de Performance Extra-Financière.....	83
3.7.2	Tableau des indicateurs prioritaires	84
3.7.3	Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration de performance extra-financière	92

3.1 Introduction

3.1.1 Édito croisé

Gautier Normand, Directeur Général et co-fondateur de Reworld Media et **Pascal Chevalier**, Président et co-fondateur

1. 2023, une année pleine de défis économiques, comment Reworld Media arrive à tirer son épingle du jeu ?

Gautier Normand :

L'année 2023 a été une période de transformation pour Reworld Media. Les résultats annoncés pour l'exercice clos au 31 décembre 2023 témoignent de notre capacité à naviguer avec succès dans un environnement complexe et en constante évolution, tout en exécutant l'intégration de nouveaux actifs et en maintenant notre trajectoire de croissance.

Le rebond de notre rentabilité au second semestre atteste de l'efficacité du plan d'intégration d'Unify et reflète l'engagement et l'implication de nos équipes dans des chantiers de transformation et de développement ambitieux. L'acquisition d'Unify revêt une importance stratégique car elle positionne le groupe comme l'un des leaders du digital en France, moteur de la croissance des marchés des médias et de la communication.

En parallèle, nous avons redoublé d'efforts cette année pour accélérer notre croissance internationale. Notre expansion vers de nouveaux marchés et notre investissement dans des marques prestigieuses telles que Grazia et Icon témoignent de notre ambition de poursuivre le développement de notre modèle, qui a fait ses preuves, au-delà des frontières françaises.

2. Quelles sont les perspectives du Groupe en 2024 ?

Pascal Chevalier :

En 2024, Reworld Media se tourne vers l'avenir avec confiance et détermination. Notre priorité est de capitaliser sur notre position de 1^{ère} plateforme de médias thématiques en France, tout en renforçant notre empreinte à l'international.

Le paysage de la communication évolue à une vitesse fulgurante, et notre capacité à nous adapter à ces changements est cruciale. Dans ce contexte, l'innovation demeure au cœur de notre stratégie. Pour être à la pointe des tendances sur nos marchés, nous nous devons de continuer à investir dans nos marques, nos technologies et développer constamment de nouvelles expertises, que nous pouvons ensuite déployer dans tous les pays où nous sommes déjà implantés.

L'innovation passe par le lancement de nouvelles marques, de nouveaux services et de nouvelles offres adaptées aux besoins de nos clients, que nous essayons au mieux d'anticiper, et qui sont pour nous autant d'opportunités de croissance.

Notre objectif est de créer de la valeur et de l'impact pour toutes nos parties prenantes, tout en assurant une croissance durable et rentable pour l'entreprise. Nous sommes convaincus que notre positionnement unique, associé à notre agilité et à notre engagement envers l'excellence, nous permettra de saisir les opportunités à venir et de maintenir notre trajectoire de succès en 2024 et au-delà.

3.1.2 Les activités du Groupe

1^{ère} plateforme de médias thématiques en France, et parmi les leaders de l'*adtech* en Europe, le Groupe propose une offre de valeur unique sur le marché. Il opère un mix d'activités variées, composé à la fois d'expertises médias et métiers, technologiques et digitales. Il a à son actif un portefeuille de 81 marques et des millions de contenus propriétaires, qui touchent près de 7 Français sur 10¹⁷.

Il opère sur des marchés en croissance, soutenus par les tendances profondes et durables de digitalisation de la société. Avec un développement qui combine croissance organique et croissance externe, le Groupe a plus que triplé son chiffre d'affaires annuel au cours des 6 dernières années.

Le Groupe opère deux pôles d'activités : un pôle BtoC qui regroupe les activités qui s'adressent au grand public, et accompagne la digitalisation des modes de consommation de contenus et de services, et un pôle BtoB qui propose aux

entreprises une large offre de services de conseil et de communication, pour les accompagner dans la digitalisation de leur communication et de leurs marchés.

Le Groupe se présente aujourd'hui comme un acteur français et européen indépendant de premier plan parce qu'il a su prendre le virage du numérique et innover pour faire face à la complexité croissante d'un monde toujours plus « virtuel ». Grâce à la diversité de ses médias et de ses expertises, le Groupe est en position de proposer à l'ensemble de ses lecteurs et clients une expérience à 360° avec, le cas échéant, des solutions technologiques parmi les meilleures du marché.

Le pôle BtoC est constitué d'une offre payante destinée au grand public de contenus, de produits et de services. Distribuée auprès de plus de 37 millions de consommateurs en France (lecteurs print et digital des marques de presse éditées par le Groupe)¹⁸, cette offre est construite autour de 81

¹⁷ ACPM, étude OneNext Global S2 2023, cible ensemble 15+, 26 oct 2023.

¹⁸ ACPM, étude OneNext Global S2 2023, cible ensemble 15+, 26 oct 2023.

marques médias positionnées sur 12 univers thématiques¹⁹ tels que Maison & Travaux, Biba, Marie France, Auto Plus, Gourmand, Pleine Vie, Top Santé, Science & Vie ou encore Télé Magazine, multi-supports et multiformats. Elle recense aussi 1,7 millions d'abonnements payants. A compter de 2023, le Groupe est également devenu éditeur en Italie et aux États-Unis.

Le pôle BtoB est constitué d'abord d'une offre de contenus digitaux, miroir de l'offre payante thématique BtoC, diffusés gratuitement et monétisés par la publicité (publicité de gré à gré, programmatique, événementiel, etc.). Avec 32,3²⁰ millions de visiteurs uniques par mois, le Groupe se positionne sur ce segment comme le 3^e groupe média sur le web en France.

Reworld Media est aussi devenu le 1^{er} groupe média sur les réseaux sociaux avec 81,1 millions d'abonnés²¹.

Le pôle BtoB est aussi constitué d'une large offre de services destinés aux entreprises, allant de la production à la commercialisation, et qui s'appuie sur l'expertise et le savoir-faire du Groupe éprouvé sur ses propres médias. Cette offre vise à couvrir l'ensemble des temps et des leviers de la communication des entreprises, de la mise en avant sur le marché d'une marque, d'un produit ou d'un service jusqu'à l'acte de vente / achat. Dans le cadre de ses activités BtoB, le Groupe opère notamment sa propre plateforme d'affiliation, sous la marque ombrelle Tradedoubler, qui attire plus de 180 000 sites partenaires dans plus de 80 pays.

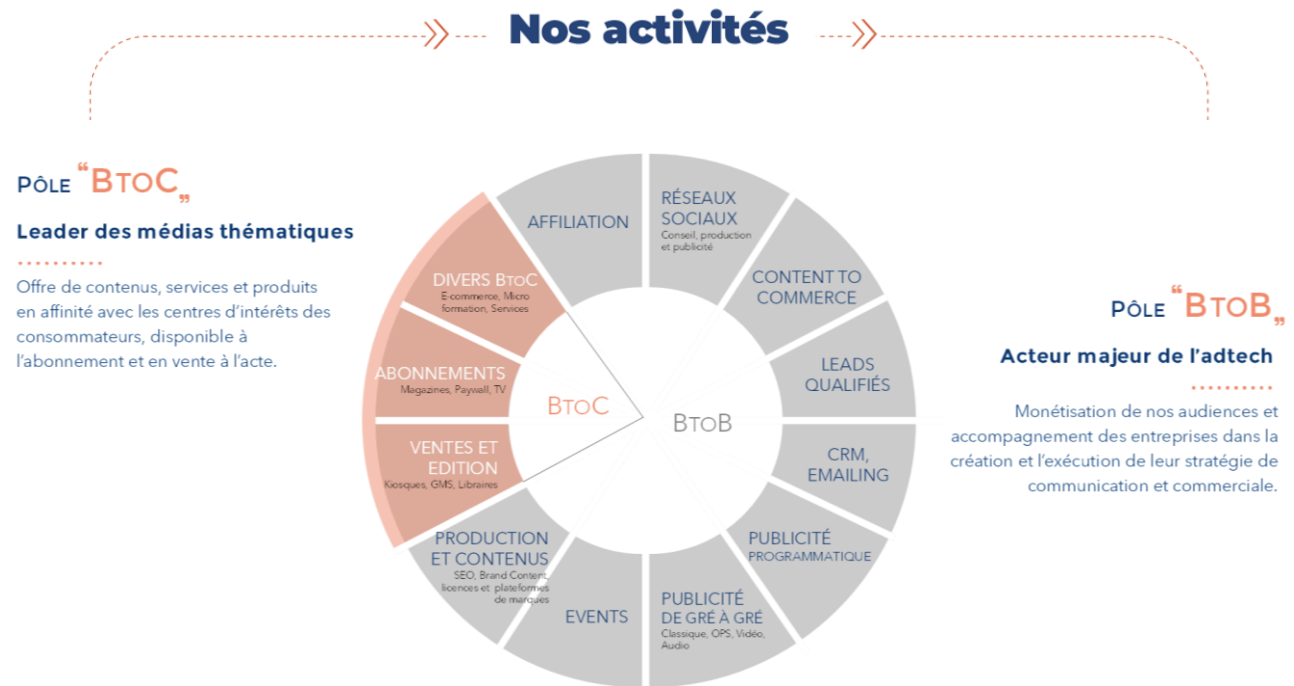
En nombre	2023
Marques médias actives	81
Titres édités	122
Millions de lecteurs des marques de presse	37,7
Sites internet édités	72
Millions de visiteurs uniques mensuels	32,3

¹⁹ Les univers thématiques sont les suivants : Santé Bien-être, Femme, Food, Young, Auto, Lifestyle, Science Culture, Entertainment, Tech Gaming, Sport, Nature, Home.

²⁰ Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne annuelle 2023, comparaison vs. période similaire l'année précédente, en visiteurs uniques mensuels.

²¹ Nombre d'abonnés non dupliqués aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch, données éditeurs.

3.1.3 Le modèle d'affaires



- Activités**
- 81 marques médias actives
 - 37,7 millions de Français en contact avec nos marques chaque jour
 - 122 titres édités en France
 - 1 098 parutions par an
 - 1,7 millions d'abonnements payants
 - 72 sites média
 - 32,3 millions de visiteurs uniques mensuels
 - 81,1 millions de followers sur les réseaux sociaux
 - 12 pôles d'expertise
 - Présent dans 14 pays

- Nos valeurs**
- INNOVATION
 - AUDACE
 - PERFORMANCE
 - EXCELLENCE
 - AGILITÉ
 - PASSION

Pour Performer...

- 549,3 M€ de CA consolidé, dont 31% à l'international
- 218,9 M€ de capitaux propres
- 24,2 M€ de résultat net part du groupe
- 97,7 M€ de trésorerie active
- 108,1 M€ de dette financière nette

Pour Transmettre...

- 275 annonceurs ayant réalisé au moins 1 campagne RSE
- 34 associations soutenues
- 1 722 K€ de publicité servie en faveur d'annonceurs « grandes causes »

Pour Optimiser...

- 100% des achats de papier certifiés a minima PEFC sans matières recyclées
- 28% de fibres recyclées sur le papier acheté
- 96% des magazines distribués aux abonnés avec un écoemballage
- 625 MWh d'électricité consommée en France
- 3 787 M³ d'eau consommée en France

Pour Promouvoir...

- 1 386 collaborateurs
- 332 recrutements en CDI
- 28% de taux de rotation en CDI
- 8,2 ans d'ancienneté moyenne
- 15% des collaborateurs formés
- 7% des recrutements issus de CDD, contrats d'apprentissage ou stages
- 40% des femmes parmi les 10 meilleures rémunérations
- 17% de femmes au Comité de Direction

3.1.4 Les valeurs et les forces du Groupe

Le Groupe ambitionne de réconcilier le meilleur des deux mondes, celui des médias, avec une exigence de production de contenus de qualité, et le monde des technologies avec un solide savoir-faire dans l'édition digitale et les technologies. Disposant d'une culture singulière, le Groupe a défini des valeurs qui guident le quotidien de l'entreprise et des collaborateurs.

3.1.4.1 Les valeurs

L'audace

En constante évolution, le Groupe fait preuve de résilience et d'agilité face aux ruptures technologiques et industrielles, aux changements des modes de consommation ou encore aux évolutions de marché et de réglementation. C'est toujours avec courage et optimisme que les collaborateurs façonnent le Groupe de demain.

La créativité et l'innovation

Les modes de consommation de l'information évoluant en permanence, les équipes testent, inventent, échouent et recommencent afin d'apporter les meilleurs contenus et solutions aux lecteurs et aux annonceurs.

L'agilité et l'esprit entrepreneurial

Le Groupe cultive un ADN de start-up qui pousse les équipes à chercher constamment les solutions les plus efficaces.

La passion

Leader des médias thématiques en France, les collaborateurs sont passionnés de sciences, de décoration, de sport ou de santé. C'est tout autant de passions pour chacune des marques qui bénéficient des meilleures expertises.

La performance et l'excellence

Doté d'une rigueur financière, le Groupe s'engage à créer de la valeur économique, environnementale et sociale pour ses collaborateurs, ses clients, ses marques.

3.1.4.2 Les forces

La diversification

L'ambition du Groupe est de toucher un large public. Pour y parvenir, le Groupe mise sur sa capacité à créer des contenus médias de qualité, sur des thématiques affinitaires et des supports différents pour répondre à la curiosité et la passion de ses communautés de lecteurs. Que ce soit sur papier, sur le web, sur les réseaux sociaux ou dans l'organisation d'événements, le Groupe crée de la valeur en commercialisant ses contenus et services, en monétisant son audience et en offrant la possibilité à ses clients de bénéficier de ses expertises, grâce à une approche globale résolument tournée vers l'avenir et la digitalisation.

L'innovation

Le Groupe croit fermement en l'avenir et au potentiel de ses médias. Il mise sur l'innovation interne grâce à la création de nouvelles marques, de nouveaux médias, de nouveaux produits ou services pour continuer à assurer sa croissance organique.

Le Groupe mène en parallèle une stratégie de croissance externe active et sélective. Le Groupe a démontré depuis sa création sa capacité et son savoir-faire en matière de redéploiement d'actifs. Il s'est construit, au cours de ses premières années, par l'acquisition de marques historiquement magazines, dont la notoriété était forte mais qui étaient en perte de vitesse ou qui n'avaient pas su prendre le virage du digital. Il a su leur donner un nouvel élan en diversifiant à la fois leurs supports de diffusion (web, réseaux sociaux) et leurs sources de revenus. Cette stratégie a également permis au Groupe de faire l'acquisition de nouvelles expertises, à commencer par l'affiliation à travers l'acquisition de Tradedoubler, et de renforcer progressivement sa couverture du marché de la communication.

Une forte capacité d'adaptation

Dans des marchés en mutation constante, il est essentiel de s'adapter pour rester compétitif. Le Groupe a compris cette nécessité et, fort de son ADN entrepreneurial, a su conserver une organisation souple et réactive.

Parmi les tendances structurelles qui influencent le marché, on peut citer la digitalisation croissante et continue des modes de consommation et des investissements publicitaires. Cette digitalisation s'accompagne de l'essor des réseaux sociaux, qui constituent un nouvel canal de diffusion pour les médias. Le Groupe a développé des compétences dans l'édition digitale et l'analyse de la donnée, tout en cherchant à diversifier son offre sur un maximum de supports possibles.

Les technologies sont également un facteur clé de transformation. Le Groupe est convaincu que les technologies, bien maîtrisées, peuvent apporter une valeur ajoutée aux médias en leur permettant de proposer des solutions novatrices et en les aidant à mieux cibler leur public. L'intelligence artificielle (IA) représente un horizon d'opportunités pour le Groupe. L'intégration réfléchie et maîtrisée de l'IA dans les activités du Groupe pourrait être source d'une amélioration de son efficacité opérationnelle.

Enfin, les sensibilités des lecteurs et des consommateurs en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) sont de plus en plus fortes. Le Groupe est conscient de cette tendance et de la nécessité de prendre en compte les enjeux de RSE dans la mesure de la performance de ses activités. Les entreprises, en particulier celles qui éditent des médias, ont un rôle de premier plan à jouer pour participer à la prise de conscience et à l'envie d'agir.

L'humain

Le Groupe a su s'imposer comme un acteur indépendant majeur de la communication grâce à la vision de son équipe dirigeante et des talents de ses collaborateurs. Avec près de 1 400 collaborateurs au 31 décembre 2023, tous recrutés pour leurs compétences et leur état d'esprit, le Groupe est une véritable ruche d'innovation et de créativité.

Le succès du Groupe repose sur les succès de ses collaborateurs. Chacun apporte ses compétences et son expertise pour contribuer à la réussite collective, dans un esprit d'équipe et d'entrepreneuriat. Le résultat est un environnement de travail stimulant et dynamique, où chacun peut exprimer sa créativité et son potentiel.

Évolution des médias numériques : une accélération des réseaux sociaux**Jérémy PAROLA**, Directeur des Activités Numériques**Quel regard portez-vous sur les transformations du secteur des médias digitaux en 2023 ?**

Jérémy PAROLA : Face à l'évolution des modes de consommation des médias, marquée par un accroissement des réseaux sociaux et une perte de vitesse des sites internet, nous avons développé des modèles d'affaires innovants afin d'assurer notre position de leader sur le numérique.

Dans le contexte du développement vertigineux des capacités de l'intelligence artificielle, Reworld Media travaille au quotidien à renforcer la confiance de ses lecteurs en fournissant des informations vérifiées et de qualité, tout en accompagnant ses équipes dans la prise en mains de l'utilisation de nouveaux outils.

Comment Reworld Media s'est-il adapté à ces transformations ?

Jérémy PAROLA : Reworld Media a franchi une étape décisive en 2023 en signant un accord sur ses droits voisins avec Meta et un accord commercial avec TikTok confirmant ainsi notre position de leader dans le paysage des médias numériques. Parallèlement, nous avons cherché à améliorer la qualité de nos sites, tant en termes de contenus que d'expérience utilisateurs. A titre d'exemple, le site "Paroles de mamans" est devenu notre premier site sans publicité display, privilégiant des formats axés sur la performance. Cette innovation a triplé nos revenus par mille visites, grâce à un site optimisé et mieux référencé par les algorithmes, ce qui a entraîné une augmentation significative de l'audience. Nous étudions la possibilité de généraliser ce modèle à 60% de nos plateformes d'ici cinq ans. Enfin, nous avons intensifié notre présence sur les réseaux sociaux, témoignant de notre capacité inégalée à inventer de nouveaux modèles d'affaires toujours plus performants. Ce sont aujourd'hui plus de 80 collaborateurs qui sont dédiés à la création de contenus sociaux, qui produisent près de 50 nouveaux formats par jour et réalisent plus de 60 heures de tournage vidéo chaque semaine.

3.1.5 Les enjeux des secteurs de l'information et de la communication

Le secteur de l'information et de la communication se trouve à un carrefour stratégique, dicté par quatre tendances majeures. D'abord, la diversification des modes de consommation de l'information exige du Groupe une approche agile et proactive dans sa manière de produire du contenu. Parallèlement, l'augmentation préoccupante de la désinformation classée en 2024 par le Forum Économique Mondial au 1^{er} rang des risques globaux à court terme pour les entreprises, lui impose de renforcer sa vigilance et son engagement envers l'authenticité de l'information. De plus, le contexte mondial d'augmentation des coûts des matières premières et de l'énergie pousse l'industrie de la presse à s'adapter toujours plus et à optimiser au maximum les processus de production des magazines afin de rester compétitive et de continuer à offrir un produit de qualité à ses lecteurs. Enfin, l'impératif de réduire son empreinte écologique conduit le Groupe à optimiser l'impact environnemental de ses activités numériques, soulignant son sens des responsabilités envers les générations futures.

3.1.5.1 La diversification des modes de consommation de l'information.

En France, comme dans de nombreux autres pays, l'utilisation des réseaux sociaux a connu une montée en puissance rapide ces dernières années, à tel point que les réseaux sociaux sont devenus aujourd'hui omniprésents, notamment parmi les jeunes générations. Sur les 10 dernières années pré-COVID (2009-2019), la pénétration est en hausse de +10% par an en moyenne. Accélérée par les confinements successifs, la pénétration atteint son plus haut niveau lors de la crise COVID en 2020 à 72% de la population française. Hormis cette phase, depuis 2017, la pénétration des réseaux sociaux est stable avec une consommation qui retrouve des niveaux pré-crise entre 65% et 70% de la population française.

En 2023, 2 Français sur 3 consultent les réseaux sociaux chaque jour, un pourcentage en progression de 4 points sur un an. La multiplication des acteurs (Instagram en 2011, TikTok en 2016 et le décollage d'autres comme Twitch en 2019) ne diminue pas l'intérêt des internautes pour le social puisqu'ils consultent en moyenne 3,5 réseaux sociaux et messageries par jour. Chez les 15-24 ans, ce chiffre s'élève même à 4,4²².

Les plus jeunes passent près de 4 heures par jour sur internet, dont 2h24 sur les réseaux sociaux. L'adoption des réseaux sociaux par d'autres groupes démographiques augmente également. Hormis une utilisation moins fréquente chez les générations de plus de 60 ans, la présence sur les réseaux sociaux ne varie que très peu selon l'âge²³. En 2023, 81% des seniors de 65 ans et plus se connectent chaque mois à internet, soit 5 fois plus qu'il y a 15 ans.

Alors que la consommation des contenus continue à se (re)porter vers les usages numériques, la stratégie des annonceurs s'adapte à l'évolution des usages pour s'adresser aux consommateurs « là où ils se trouvent ». C'est ainsi que les réseaux sociaux sont devenus clés dans la stratégie marketing des marques, notamment pour fédérer des communautés, attirer de nouveaux clients ou rediriger sur leurs sites. De plus, la *e-reputation* sur les réseaux sociaux est aussi devenue un enjeu essentiel dans un environnement enclin à une forte virilité²⁴.

²² Médiamétrie, L'Année Internet 2023, 8 février 2024.

²³ Source : Statista Consumer Insights <https://fr.statista.com/themes/27611/usage-des-reseaux-sociaux-en-france/#topicOverview>.

²⁴ Évolution du marché de la communication et impact sur le financement des médias par la publicité, 2024, Ministère de la Culture, ARCOM, PMP Strategy.

3.1.5.2 L'augmentation du risque de désinformation, des « fake news »

L'augmentation des « fake news » est un phénomène préoccupant. Selon un sondage réalisé par BVA14 pour la presse régionale, près des 3 Français sur 4 a déjà été confronté aux « fake news ». Cette propagation des fausses informations peut entraîner des conséquences néfastes sur la Société, en contribuant à la désinformation et à la méfiance envers les médias traditionnels. Le Global Risk Report 2024 du forum de Davos place le risque de désinformation devant les risques climatiques. Le développement des interfaces d'intelligence artificielle (IA) a conduit à une explosion des informations falsifiées, de la désinformation, des contenus dits "synthétiques" comme du clonage vocal et d'image sophistiqué, rendant très compliqué pour les internautes de faire la différence entre le vrai et le faux.

En 2023, 54% des Français pensent que « la plupart du temps il faut se méfier de ce que disent les médias sur les grands sujets d'actualité » contre 37% qui pensent au contraire qu'on peut en général leur faire confiance²⁵. Cette méfiance doit toutefois être nuancée. Quand ils sont interrogés plus précisément sur les médias qu'ils utilisent, les Français leur font majoritairement confiance pour les informer. Ainsi, la presse bénéficie de taux de confiance supérieurs à 60% auprès de ses

lecteurs, tandis que seuls 27% des Français font confiance aux réseaux sociaux pour les informer.

Il est donc essentiel de continuer à sensibiliser le public à la nécessité de vérifier les sources et d'utiliser des médias fiables. Aussi, les médias se rapprochent davantage de leur audience en présentant par exemple les coulisses des rédactions, augmentant la confiance et la transparence envers la production des contenus.

Selon une étude réalisée par l'ACPM et le CSA #DemainLaPresse sur le rôle des médias face à l'urgence climatique, la presse est aujourd'hui perçue comme le média qui informe le mieux les Français sur le réchauffement climatique, avec une bonne perception de la quantité d'informations traitées, sans générer de sentiment de saturation. Elle est également le 1^{er} média de confiance sur le sujet et celui qui participe le mieux à la prise de conscience et à l'envie d'agir, grâce à ses bénéfices de clarté, de valeurs pédagogiques et à sa capacité d'approfondissement. A contrario, les réseaux sociaux sont à la traîne et les derniers médias du classement. L'enjeu est donc de taille pour les marques du Groupe qui doivent capitaliser sur leur notoriété tout en inventant de nouveaux angles d'approche et en trouvant le ton qui permettront d'augmenter le niveau de confiance des lecteurs sur ce canal.

3.1.5.3 La nécessaire optimisation des procédés industriels de fabrication des magazines

Face à une hausse du prix du papier largement supérieure à l'inflation et à une diminution significative du nombre de papetiers en Europe, le Groupe se doit d'optimiser au maximum l'utilisation de cette ressource pour rester compétitif tout en continuant de proposer des magazines de qualité à ses lecteurs.

Le processus industriel de production des magazines s'étend de la sélection du papier et des autres matières premières à la livraison des exemplaires aux abonnés et aux points de vente. L'impression et la livraison des magazines chaque semaine ou chaque mois relève de l'exploit industriel, mené par les collaborateurs et les partenaires du Groupe, qui doivent répondre simultanément aux exigences de rationalité économique, aux enjeux environnementaux tout en apportant satisfaction à un lectorat exigeant.

Les acteurs du secteur de la presse magazine se doivent aujourd'hui de répondre notamment à des enjeux tels que :

- Le suivi d'indicateurs des pertes de gâche papier et d'optimisation de l'usage du papier ;

- Les certifications en termes de traçabilité du papier : fibres recyclées, biosourcées, PEFC ou FSC ;
- Le gain en efficacité énergétique et en économie de matière des rotatives ;
- La réduction des consommations d'eau et le traitement des eaux de production afin de ne pas rejeter d'effluents ;
- La suppression des solvants ;
- L'utilisation d'encre végétales ;
- Le déploiement des Computer to Plate (« CTP ») en chimie réduite ou sans chimie ;
- L'intégration de fibres vierges alternatives au bois : bagasse (bambou), Shiro (déchets d'algues, coques de noixettes, etc.), « Curious Matter » (déchets de pommes de terre), papier pierre ;
- La suppression des emballages plastiques.

La transformation des outils industriels doit permettre aux acteurs du secteur de la presse magazine de réduire significativement leur impact sur l'environnement, à condition d'être capable de mesurer l'impact carbone de ces différentes solutions, afin de pouvoir les analyser et surtout les comparer.

3.1.5.4 La réduction de l'impact environnemental des activités numériques

L'empreinte environnementale du secteur numérique est en constante augmentation. Cette réalité est corroborée par des recherches indiquant que ce secteur émettait environ 4% des gaz à effet de serre mondiaux en 2020²⁶. Cette part croît d'environ +6% par an selon The Shift Project²⁷. Avec le doublement de la population internet depuis 2010 et une multiplication par 20 du trafic internet, les conséquences écologiques se précisent. En 2020, les centres de données, piliers des services en ligne, ont consommé 300 MtCO₂éq, représentant 0,9% des émissions de GES liées à l'énergie. La demande croissante pour des services tels que le streaming vidéo et le stockage

cloud intensifie cette consommation d'énergie. Par conséquent, intégrer des pratiques durables pour atténuer l'impact écologique des technologies numériques devient impératif.

De plus, selon une étude récente présentée dans "60 chiffres internet à connaître en 2024", 52% des professionnels du marketing reconnaissent la nécessité de communiquer sur des initiatives de responsabilité sociale des entreprises (RSE), soulignant une prise de conscience dans le domaine du marketing en ligne et une volonté d'accompagner les audiences dans leur sensibilisation à ce sujet²⁸.

²⁵ Kantar/Reuters, Baromètre de la confiance des Français dans les médias, 2023.

²⁶ https://theshiftproject.org/wp-content/uploads/2021/03/Rapport_Sobriete_Numerique_Vol2_v3.pdf

²⁷ https://theshiftproject.org/wp-content/uploads/2021/03/Synthese_Numerique-et-5G_30-mars-2021.pdf

²⁸ Source : [60 chiffres internet à connaître en 2024 \(hubspot.fr\)](https://www.hubspot.fr)

3.1.6 Les principaux risques extra-financiers

La Déclaration de Performance Extra-Financière (« DPEF ») repose sur un principe de matérialité et de pertinence des informations publiées au regard d’une part, de l’activité, des performances et de la situation du Groupe et, d’autre part, des principaux risques et enjeux qu’elle a identifiés sur les grandes thématiques extra-financières. Dans ce cadre, le Groupe a procédé à la revue des principaux risques à partir de leur matérialité existante, de leur pertinence et de la gravité des enjeux.

La grille d’analyse des risques présentée ci-dessous, élaborée pour la 1^{ère} fois en 2021 à partir d’une méthode d’identification des risques inhérents, leur hiérarchisation puis l’identification des politiques et mesures prises par le Groupe afin de maîtriser et/ou réduire ces risques, est mise à jour chaque année.

Elle est établie à partir d’entretiens menés par la Direction RSE avec les principaux directeurs et responsables opérationnels associés à la politique RSE « TOP » du Groupe, et sur la base de l’analyse faite conjointement du rôle des parties prenantes et des enjeux liés à leurs interactions.

Dans le cadre des nouvelles exigences de la directive CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), proposée par la Commission européenne, Reworld Media réalisera en 2024 sa matrice de double matérialité. Le principe de double matérialité incite les entreprises à identifier à la fois les risques et les opportunités pouvant impacter la performance financière de l’entreprise, mais aussi les impacts des activités de l’entreprise sur l’environnement et la Société. La matrice de double matérialité est ainsi une cartographie des impacts, risques et opportunités liée aux enjeux de durabilité pour une organisation.

Cette nouvelle directive vise à renforcer la transparence et la cohérence des informations relatives à la durabilité fournies par les entreprises. Elle élargit le champ d’application de la directive NFRD (Non-Financial Reporting Directive) existante et prévoit des exigences plus précises en matière de rapports de durabilité.

Le tableau ci-dessous présente une synthèse des risques extra-financiers ainsi que les actions entreprises pour les maîtriser et/ou les réduire, avec le cas échéant un renvoi vers leurs indicateurs de suivi et une description plus détaillée des politiques et actions mises en œuvre.

Le travail d’identification des risques a conduit à conclure que certains de ces risques, tels que la lutte contre le gaspillage alimentaire, la précarité alimentaire et le respect du bien-être animal ne constituent pas un enjeu matériel pour le Groupe. Ces thématiques ne sont donc pas traitées dans la DPEF.

Criticité	Maîtrise (capacité à maîtriser le risque)
0 Faible	0 Faible
1 Moyenne	1 Partielle
2 Significative	2 Avancée
3 Forte	3 Satisfaisante

Principaux enjeux, risques associés, actions clés et indicateurs prioritaires : Transmettre (Sociétal)

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Section	Indicateur	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Évaluation interne
Faciliter l'accès à une information de qualité, fiable et pertinente	Risque de propagation de désinformation	Des experts et des journalistes travaillent quotidiennement	3.5.1.1 Sensibiliser les lecteurs aux enjeux sociaux et environnementaux	Réalisation d'enquêtes auprès des lecteurs	3	2
	Risque d'insatisfaction de nos lecteurs et/ou consommateurs	Existence d'un comité scientifique chez Science et vie		Nombre de réunion du comité scientifique de Science et vie		
	Risque d'image			Nombre de journalistes Nombre de médecins et de journalistes scientifiques au sein de la rédaction de Doctissimo		

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Section	Indicateur	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Évaluation interne
Rendre l'information accessible et inclusive	Risque d'insatisfaction de nos lecteurs et/ou consommateurs Risque d'image Risque légal	Les sites sont développés en accord avec les principes du RGAA ²⁹ Généralisation du sous-titrage des vidéos digitales Déploiement progressif du « text to speech » sur les sites web Développement de la production podcasts Représenter tous les publics dans les lignes éditoriales	3.5.1.2 Rendre l'information plus accessible et inclusive	Part des vidéos sous-titrées sur les réseaux sociaux Nombre de sites web équipés d'un player de podcasts Part des programmes consacrée aux sports pratiqués par des femmes Enquêtes de satisfaction auprès des lecteurs	2	3
Protection des données personnelles	Risque de non-conformité Risque d'image	Mise en place d'une cellule dédiée en interne Nomination d'un Délégué à la Protection des Données (DPO) Mise à jour régulière des registres de traitements Nomination de référents « ambassadeurs » dans les équipes opérationnelles	3.3.2.1 Garantir la protection des données à caractère personnel	Nombre de plaintes déposées au DPO Nombre de référents nommés dans les équipes opérationnelles	3	3
Lutter contre les stéréotypes et le « greenwashing »	Risque d'image Risque légal	Conception de campagnes responsables	3.5.2.1 Responsabiliser les messages publicitaires 3.5.2.2 Mobiliser notre expertise au service du tissu associatif	Nombre d'annonceurs ayant réalisé une campagne responsable Nombre d'associations soutenues par Reworld Media Connect Participation à des courses caritatives	3	2
Agir de manière éthique dans ses activités	Risque de corruption Risque d'image Cybersécurité	Sensibilisation des salariés aux pratiques anticorruptions Déontologie journalistique Critères RSE dans les appels d'offres et la sélection des fournisseurs	3.3.2.2 Prévenir les risques de cybersécurité 3.3.3 Agir de manière éthique dans ses activités	Communication auprès des collaborateurs d'une PSSI (Politique de sécurité des systèmes d'information) Nombre de journalistes Nombre de collaborateurs de Tradedoubler formés à l'éthique des affaires	3	2

²⁹ Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (<https://accessibilite.numerique.gouv.fr/>)

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Section	Indicateur	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Évaluation interne
Dialogue avec les parties prenantes	Risque de baisse de la performance extra-financière	Dialogue avec le public, les clients, les fournisseurs et prestataires, la société civile, les investisseurs et les salariés	3.4.3 Assurer un dialogue avec les parties prenantes	Nombre de collaborateurs dédiés aux achats de papier	3	2
			3.5.2.1 Responsabiliser les messages publicitaires	Existence d'un club des actionnaires		
			3.5.2.2 Mobiliser notre expertise au service du tissu associatif	Nombre de CSE Nombre d'accords d'entreprise négociés		
			3.7.1 Agir pour la fidélisation des collaborateurs	Adhésion aux syndicats professionnels		
			3.7.2 Agir pour l'inclusion et la diversité	Nombre d'annonceurs grandes causes Ancienneté moyenne des salariés Taux de rotation des salariés		

Principaux enjeux, risques associés, actions clés et indicateurs prioritaires : Optimiser (Environnement)

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Sections	Indicateurs	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Évaluation interne
Participer à la gestion durable des forêts pour la production des magazines	Risque de rupture d'approvisionnement en papier	Analyse du cycle de vie des magazines	3.6.1.1 Vers une écoconception des magazines	Part des achats de papier à minima certifié PEFC sans matière recyclées	3	2
	Risque d'augmentation du coût du papier et de la fabrication	100% des achats de papier à minima certifié PEFC sans matières recyclées	3.6.2.2 Maîtriser l'utilisation des ressources, des pollutions et des déchets	Part des fibres recyclées sur le papier acheté		
	Risque d'image	Augmentation de l'utilisation du papier recyclé Utilisation d'un écoemballage pour la distribution des titres proposés à l'abonnement		Part de magazines proposés à l'abonnement distribués dans un écoemballage Milliers d'impressions de bureau par an		
Limiter les émissions de GES liées à la distribution des magazines	Risque lié à l'objectif de neutralité carbone	Optimisation des volumes de tirages et des taux d'invendus	3.6.1.1 Vers une écoconception des magazines	Part de magazines proposés à l'abonnement distribués dans un écoemballage	2	2
		Optimisation des circuits de distribution	3.6.2.1 Calculer et réduire l'empreinte climatique du Groupe	Résultats du bilan de GES		
		Utilisation d'un écoemballage pour la distribution des titres proposés à l'abonnement				

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Sections	Indicateurs	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Evaluation interne
Limiter les émissions de GES liées à la production et à l'édition des activités digitales	Risque lié à l'objectif de neutralité carbone	Optimiser le volume des données hébergées et stockées dans le cloud Optimiser le fonctionnement des sites	3.6.1.2 Devenir acteur du numérique responsable 3.6.2.1 Calculer et réduire l'empreinte climatique du Groupe	Résultats du bilan de GES	1	3
Améliorer l'efficacité énergétique des bureaux	Risque d'augmentation des coûts liés à l'énergie Risque lié à l'objectif de neutralité carbone	Mise en place d'un plan de sobriété énergétique Sensibilisation des collaborateurs aux écogestes Amélioration de l'efficacité énergétique du site de Boulogne-Billancourt Gestion responsable de l'équipement informatique	3.6.2.1 Calculer et réduire l'empreinte climatique du Groupe 3.6.2.2 Maîtriser l'utilisation des ressources, des pollutions et des déchets	Consommation d'électricité Consommation d'eau Charte des écogestes publiée sur l'intranet	3	3
Réduire les déchets de bureaux	Risque de pollution	Prévention du gaspillage Mise en place d'un suivi de la politique de tri, collecte et recyclage Mise en place d'un suivi de la revalorisation du matériel informatique en fin de vie	3.6.2.2 Maîtriser l'utilisation des ressources, des pollutions et des déchets	Milliers d'impressions de bureau par an Part des DEEE vendu à un <i>broker</i> certifié	1	2
Limiter les émissions de GES liées aux déplacements des collaborateurs	Risque lié à l'objectif de réduction des émissions de GES	Limitation des déplacements, notamment par le télétravail Encouragement à l'utilisation des moyens de transports alternatifs Suivi des consommations de carburant	3.6.2.1 Calculer et réduire l'empreinte climatique du Groupe	Nombre de jours de télétravail Part de la flotte de véhicules de société hybrides ou électriques Consommation de carburant	1	1

Principaux enjeux, risques associés, actions clés et indicateurs prioritaires : Promouvoir (Social)

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Section	Indicateur	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Évaluation interne
Recrutement de nouveaux collaborateurs	Manque de dynamisme, de compétences et de savoir-faire	Recrutement d'un Responsable du développement RH	3.7.1.1 Recruter et intégrer les nouveaux collaborateurs	Nombre de nouveaux entrants	3	2
		Mise en place d'une solution de Onboarding	3.7.2.1 Recruter toutes les compétences	Nombre de CDD, contrats d'alternance & stages transformés en CDI		
Fidéliser les collaborateurs	Perte de compétences et de savoir-faire	Existence d'un intranet « Myeworld »	3.7.1.2 Donner la priorité à la santé et au bien-être	Taux de rotation des salariés	3	2
		Maintien d'un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle	3.7.1.4 Partager la valeur avec les collaborateurs	Ancienneté moyenne des salariés		
		Augmentation du télétravail	3.7.1.5 Soutenir le dialogue social	Nombre de jours de télétravail		
		Rappel du droit à la déconnexion		Montant de participation versé et nombre de collaborateurs concernés		
				Nombre de CSE		
				Nombre de nouveaux accords d'entreprise signés		
Développer les compétences et pérenniser les emplois	Manque de dynamisme et de performance	Priorité à la mobilité interne	3.7.1.3. Développer les compétences et l'employabilité	Nombre d'heures de formation	2	2
		Formation des collaborateurs		Budget annuel de formation externe		
	Employabilité des collaborateurs			Part des collaborateurs ayant bénéficié d'une formation		
				Nombre de collaborateurs formés		
Santé et sécurité au travail	Absentéisme	Enquêtes ponctuelles sur la satisfaction des salariés sur les événements organisés dans l'entreprise	3.7.1.2 Priorité à la santé et au bien-être	Nombre de jours d'absence	2	2
	Risques psychosociaux, de burn out, de bore out	Actions de sensibilisation aux risques psychosociaux des managers et de la direction	3.7.1.5 Soutenir le dialogue social	Nombre d'accidents du travail		
	Manque de dynamisme et de performance	Mise en place d'une procédure d'alerte chez Tradedoubler		Taux d'absentéisme		
				Nombre de nouveaux accords d'entreprises signés		
				Nombre d'heures de formation consacrées à la sécurité au travail		
				Nombre de salariés formés à la sécurité au travail		

Enjeux majeurs	Risques associés	Actions clés	Section	Indicateur	Criticité Évaluation interne	Maîtrise Évaluation interne
Égalité professionnelle	Sanctions civiles et pénales	Augmentation de la part de femmes dans les instances de gouvernance	3.7.2.2 Assurer l'égalité professionnelle	Part des femmes dans l'effectif moyen annuel	2	3
		Budget dédié au rattrapage des éventuels écarts de rémunération		Part des femmes au Comité de Direction Part des femmes au conseil d'administration Nombre de femmes cadres en CDI Part des femmes parmi les 10 meilleures rémunérations Index égalité femmes-hommes Montant consacré au rattrapage des écarts de salaire		
Maximiser l'inclusion	Augmentation des difficultés de recrutement Manque de dynamisme et de performance	Favoriser la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé Faciliter l'accès à l'emploi direct et indirect des personnes en situation de handicap	3.7.2.1 Recruter toutes les compétences	Nombre de CDD, contrats d'alternance & stages transformés en CDI Part des salariés en situation de handicap	1	2

3.2 Une gouvernance au service de l'ambition

3.2.1 Piloter efficacement la stratégie RSE

Sous la supervision de la Direction Financière et RSE du Groupe, chaque métier se mobilise à son niveau pour déployer l'ambition RSE du Groupe : la Direction Générale, la Direction Juridique, la Direction Financière, la Direction des Ressources Humaines, la Direction des Services Généraux, la Direction des Systèmes d'Information mais aussi les Directions Opérationnelles.

Agissant pour le compte des entités du Groupe, la Direction Financière et RSE a pour missions :

- D'établir et de piloter la politique RSE du Groupe, dénommée « TOP »³⁰ ;
- D'aider l'ensemble des acteurs du Groupe à la déclinaison et à la mise en œuvre de cette politique ;
- De dialoguer avec les parties prenantes du Groupe et de mettre en valeur sa politique RSE en interne comme en externe.

Afin de renforcer cette stratégie et d'accélérer les résultats de cette politique RSE, le Groupe a recruté à temps plein une Responsable RSE Groupe pour animer et piloter la stratégie « TOP ». Elle a intégré les équipes de la Direction Financière et RSE en avril 2023 et se consacre à 100% au déploiement des projets RSE sur tout le périmètre consolidé du Groupe.

Forts d'une culture entrepreneuriale et d'innovation, tous les collaborateurs du Groupe sont également invités à mettre en place des initiatives en faveur de l'ambition TOP.

Afin de coordonner ces actions, le Groupe a lancé la création d'une « communauté RSE » en 2023, qui se compose de collaborateurs du Groupe, sélectionnés sur la base du volontariat. Ces collaborateurs deviendront les ambassadeurs et les

relais de la politique RSE du Groupe. Ils seront en charge, chacun à leur niveau et selon leurs compétences et domaines d'expertises respectifs, d'incarner et de porter un projet concret à impact positif, dont ils pourront être à l'initiative. Ils se réuniront régulièrement afin d'échanger sur l'avancée de leurs projets et de discuter de nouvelles idées. En 2023, un 1^{er} appel à participation a réuni plus de 30 volontaires dont certains vont travailler sur un projet pilote d'éco-conception des sites internet institutionnels du Groupe.

La gouvernance RSE du Groupe est aussi incarnée dans ses instances dirigeantes. Depuis 2022, des objectifs extra-financiers ont été intégrés comme condition d'une partie de la rémunération variable des dirigeants. Ces objectifs sont définis chaque année par le Conseil d'Administration. Pour l'année 2023, la part de la rémunération variable globale des dirigeants conditionnée à des objectifs extra-financiers représentait 4,5% de leur rémunération globale, soit 16,7% de leur rémunération variable. Le déclenchement est conditionné au niveau de notation obtenu à l'évaluation réalisée par Ethifinance ESG Ratings spécialisée dans la notation des performances ESG des petites et moyennes entreprises cotées sur les marchés européens.

Les sujets de RSE sont aussi mis systématiquement à l'ordre du jour des réunions du Conseil d'Administration de Reworld Media, portés par la Directrice RSE.

En 2023, la Responsable RSE Groupe est intervenue régulièrement au Comité de Direction pour sensibiliser les dirigeants aux enjeux RSE, notamment au bilan carbone, aux objectifs du développement durable, ainsi qu'à la préparation de la CSRD³¹.

3.2.2 Assurer la sécurisation des données

3.2.2.1 Garantir la protection des données à caractère personnel

Le règlement général sur la protection des données (RGPD) est entré en application le 25 mai 2019 pour mieux encadrer le traitement des données personnelles des utilisateurs d'un service en ligne. Les modèles économiques sur le digital évoluant très fréquemment, il faut savoir réagir rapidement sur ces sujets, voire les anticiper.

Le RGPD garantit le respect du droit des individus sur l'utilisation de leurs données personnelles, en incluant leur collecte, traitement, stockage/hébergement, sécurisation et suppression.

Le Groupe a entrepris sa mise en conformité afin de répondre aux nouvelles obligations. Le Groupe a sollicité des experts pour s'assurer de sa conformité maximale en matière de traitement de données, tant dans le cadre de son activité que parmi ses équipes.

Par exemple,

- Une cellule dédiée à ce sujet a été mise en place, qui se compose de la Direction Juridique, de la Direction des Systèmes d'Information et des Directions Opérationnelles,
- Un délégué à la protection des données a été nommé en interne,
- Les registres des traitements sont mis à jour de manière régulière,
- Des procédures ont été formalisées, notamment en cas de violation des données personnelles,
- La gestion des demandes de droits à l'oubli est à présent gérée en interne.

En 2023, 9 « ambassadeurs » référents RGPD ont été nommés chez Reworld Media Factory, Reworld Media Magazines et Reworld Media Connect afin de déployer la politique RGPD du Groupe. Ces ambassadeurs ont bénéficié d'ateliers de sensibilisation au RGPD en 2023. D'autres référents seront nommés en 2024.

Tradedoubler et ses filiales ont mis en place une politique de gestion des données personnelles exemplaire. Avec l'aide de

³⁰ T pour « Transmettre ses valeurs », O pour « Optimiser son impact environnemental », P pour « Promouvoir ses collaborateurs ».

³¹ Reworld Media sera soumis à la Corporate Sustainability Directive Reporting (CSRD) sur l'exercice 2025 avec publication obligatoire en 2026.

spécialistes du RGPD, les politiques, la documentation, la restriction des accès aux données personnelles, les périodes de conservation et le traitement des demandes des individus (personnes concernées, annonceurs, éditeurs, collaborateurs de Tradedoubler et candidats à l'emploi) ont été revus et ajustés pour être conformes au RGPD. En 2023, 372 salariés ont suivi une formation au RGPD.

Le Groupe s'est engagé à exiger de ses partenaires - qu'ils soient français ou étrangers - une conformité au RGPD en matière de protection des données personnelles. Ces partenaires doivent donc être sensibilisés à ces questions et mettre en place

des mesures techniques et organisationnelles adaptées pour assurer la confidentialité et la sécurité des données. Le Groupe effectue également régulièrement depuis 2019 des tests d'analyse d'impact pour garantir l'efficacité des mesures prises chez ses partenaires.

Par ailleurs, le Groupe reste attentif aux différentes communications et publications des acteurs du numérique en France (la Commission nationale Informatique et Libertés) et en Europe (le G29) sur le sujet. Le Groupe suit attentivement toutes les recommandations et réglementations en vigueur, sans que cela n'ait eu d'impact sur ses revenus jusqu'à présent.

France ³²	2021	2022	2023
Nombre de plaintes au DPO (Délégué à la protection des données) ³³	4	3	11

3.2.2.2 Prévenir les risques de cybersécurité

La cybersécurité et la protection des données de l'entreprise et de ses parties prenantes est une priorité absolue pour le Groupe. Pour y répondre et s'adapter aux nouvelles menaces, la Direction des Systèmes d'Information met à jour régulièrement les politiques de sécurité informatique, accompagne leur déploiement et contrôle leur efficacité.

Le Groupe a notamment établi une politique des bonnes pratiques en matière de cybersécurité. Cette politique a été massivement partagée aux collaborateurs. Elle est également mise à leur disposition sur l'intranet du Groupe.

Les services informatiques de Reworld Média priorisent le critère de la cybersécurité dans tous leurs choix d'outils et de services, aussi bien pour le matériel que pour l'infrastructure informatique du Groupe.

Le dernier audit de cybersécurité, réalisé en octobre 2022, incluait la conduite de tests sur les infrastructures informatiques, les applications et les procédures. Il a permis de mettre en place des mesures correctives et complémentaires pour renforcer encore un peu plus la sécurité des données et des systèmes d'information.

3.2.3 Agir de manière éthique dans ses activités

Le Groupe s'engage à agir de manière éthique dans l'ensemble de ses relations avec ses parties prenantes tant au niveau des différentes acquisitions du Groupe que dans ses pratiques commerciales courantes.

3.2.3.1 Encadrer les rachats et opérer avec éthique

Ces dernières années, la Direction Juridique du Groupe a particulièrement mis l'accent sur l'encadrement des rachats d'entreprises, avec notamment celui de Unify en 2022.

En décembre 2016, la France a adopté la loi Sapin II, qui a pour objectif de renforcer la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique. Le Groupe sensibilise ses salariés aux pratiques de non-corruption et à la déontologie du métier de journaliste. Le Groupe agit dans le respect de son code de conduite des affaires et de lutte contre la corruption. Un projet de cartographie des risques de corruption réalisée par la Direction Juridique est actuellement à l'étude auprès du Conseil d'Administration.

L'entité Tradedoubler a mis en place une politique de lutte contre la corruption et la fraude avec une *hotline* dédiée en cas de questions des salariés. Elle applique une tolérance zéro et les salariés qui les enfreindraient cette politique s'exposeraient à des mesures disciplinaires, pouvant aller jusqu'à la rupture du contrat de travail. Pour s'assurer que la politique est appliquée, Tradedoubler utilise des procédures d'alerte et de contrôle interne. L'entité s'est d'ailleurs dotée d'un comité dédié à l'alerte éthique en 2023, et a formé 193 de ses salariés à l'éthique des affaires. Pour finir, elle a également mis à jour son Code de Conduite. Aucune violation de la politique ne s'est produite en 2023.

3.2.3.2 Développer une politique d'achats éthiques et responsables

En intégrant des critères environnementaux et sociaux dans ses procédures d'achats, le Groupe peut contribuer à réduire son impact environnemental et à promouvoir des pratiques éthiques sur toute sa chaîne de valeur.

En 2022, la Direction Administrative et Financière a mené un audit sur une période de 4 mois, visant à échanger avec les collaborateurs du Groupe qui réalisent des achats à propos de leurs habitudes de fonctionnement et à les sensibiliser aux bonnes pratiques, y compris en matière d'éthique et de RSE.

Il ressort de cet audit le constat que certains collaborateurs du Groupe intègrent déjà « naturellement » des critères RSE dans leurs appels d'offre et/ou la sélection de leurs prestataires, tel que la Direction des Services Généraux ou la Direction des Opérations Industrielles de l'activité magazines. Cet audit met aussi en exergue les différences dans les pratiques entre les équipes et la nécessité d'harmoniser les procédures achats du Groupe par la définition d'une politique unique, commune à tous. Forte de cet audit, la Direction Administrative et Financière a élaboré un projet de guide des achats éthiques et responsables destiné à

³² Hors Tradedoubler.

³³ Nombre de plaintes transmises au DPO par la CNIL en 2023.

l'ensemble des collaborateurs, qu'elle envisage de déployer en 2024.

Par ailleurs, la direction du Groupe exige la réalisation d'appels d'offres concurrentiels sur la base de critères explicites et quantifiables pour l'achat de chaque nouveau produit ou

service, dans l'objectif d'assurer un maximum d'équité dans l'attribution des budgets.

Même si le Groupe valorise la fidélité dans la relation avec ses fournisseurs historiques, il challenge régulièrement ces derniers lors des renouvellements de contrats.

3.3 Définir les ambitions de la stratégie RSE « TOP »

3.3.1 Déployer la stratégie RSE

Créée dès 2020, la Stratégie RSE du Groupe se résume en 3 grandes ambitions :

1. Transmettre	2. Optimiser	3. Promouvoir
<p>Notre ambition : Éclairer les lecteurs et les consommateurs, transmettre les expertises et partager les valeurs du Groupe avec tout son écosystème</p>	<p>Notre ambition : Réduire l'impact environnemental de nos activités, en tant que médias et entreprise</p>	<p>Notre ambition : Agir pour la fidélisation des collaborateurs et maximiser l'inclusion par l'emploi</p>
<p>Nos engagements :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Éclairer l'audience en sensibilisant aux enjeux sociaux et environnementaux, en rendant l'information plus accessible et inclusive – Responsabiliser les messages publicitaires et mettre en lumière le tissu associatif dans les campagnes 	<p>Nos engagements :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Agir en faveur de l'éco-édition des magazines et des actifs numériques – Proposer un environnement de travail orienté vers les économies de ressources et la limitation de l'empreinte carbone 	<p>Nos engagements :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Fidéliser les collaborateurs par la qualité de vie au travail, le développement de leurs compétences et de leurs parcours de carrière – Assurer l'égalité professionnelle et la diversité des talents

Reworld Media s'engage pour influencer positivement la société

Laetitia QUET, Directrice Administrative, Financière et RSE et *Fanny DELEUZE*, Responsable RSE Groupe

Quels sont les grands chantiers RSE pour Reworld Media en 2023 ?

Laetitia QUET : En 2023, Reworld Media a renforcé son engagement RSE en accueillant une responsable RSE sur le périmètre consolidé du Groupe. Cette initiative vise à accélérer le déploiement de notre stratégie RSE et à approfondir notre engagement envers le développement durable. À travers des interventions ciblées au Conseil d'Administration, au Comité de Direction et avec la création de la communauté RSE, nous avons intensifié la sensibilisation et la mobilisation de tous autour des enjeux de durabilité.

Comme nous nous y étions engagés, nous avons réalisé notre premier bilan des émissions de gaz à effet de serre, incluant notre scope 3b, marquant ainsi une étape importante dans notre effort pour mesurer et réduire notre impact environnemental. En tant que leader des médias thématiques en France, le Groupe assume également la responsabilité sociétale qui est la sienne en améliorant continuellement la qualité de ses contenus. Chacune des marques du groupe prend des engagements de communication responsables et inclusives via sa ligne éditoriale. Plus que jamais, l'objectif est de renforcer ce lien de confiance entre Reworld Media et ses clients qu'ils soient lecteurs, internautes ou annonceurs.

Quelles sont les perspectives pour cette année 2024 pour les actions RSE du Groupe ?

Fanny DELEUZE : En 2024, Reworld Media s'engage dans la poursuite de ses objectifs RSE, avec un accent particulier mis sur la réduction de son empreinte carbone. Suite à notre première évaluation des émissions de GES du Groupe, nous avons pour ambition d'établir une trajectoire de décarbonation alignée sur la Science Based Targets initiative, pour donner une suite concrète, la plus efficace possible, à notre 1^{ère} mesure d'empreinte carbone. En parallèle de ce travail, nous allons lancer un projet de qualification des risques environnementaux, incluant un travail sur la biodiversité.

Un autre domaine d'intervention clé sera l'accélération de la mise en place d'une politique d'achats responsables au sein de nos différentes activités. Cette stratégie s'appuie sur notre expérience réussie dans les achats de papier, où une collaboration étroite avec nos fournisseurs assure la stabilité et la durabilité de notre chaîne de valeur.

Parallèlement, nous prévoyons l'introduction d'une démarche qualité ISO 9001 pour nos relations avec les annonceurs, garantissant d'être toujours au plus près de leurs attentes et de leurs besoins.

Enfin, par anticipation des futures réglementations, comme la CSRD, nous finalisons notre matrice de double matérialité. Nous menons cette étude auprès des principales parties prenantes du Groupe : papetiers, imprimeurs, syndicats professionnels, salariés et représentants du personnel, direction des différentes entités du Groupe, partenaires bancaires, etc.

3.3.2 Contribuer aux Objectifs de Développement Durable (ODD)

À travers sa stratégie RSE TOP, le Groupe contribue, à la fois comme média et entreprise, directement ou indirectement aux Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies.

« Les Objectifs de développement durable (ODD), également nommés Objectifs mondiaux, ont été adoptés par les Nations Unies en 2015. Ils sont un appel mondial à agir pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité d'ici à 2030.

Les 17 ODD sont intégrés, reconnaissant que les interventions dans un domaine affecteront les résultats dans d'autres et que le développement doit équilibrer les aspects sociaux, économiques et environnementaux.

Les pays se sont engagés à accélérer les progrès pour ceux qui sont le plus en retard. Les ODD sont conçus pour mettre fin à la pauvreté, à la faim, au sida et à la discrimination à l'égard des femmes et des filles.

La créativité, le savoir-faire, la technologie et les ressources financières de toute la Société seront nécessaires pour atteindre les Objectifs dans tous les contextes. »³⁴

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



³⁴ Définition des ODD disponible sur la page d'accueil du site internet du Programme de Développement des Nations Unies : undp.org.



- Contribution directe
- Contribution indirecte

	01 PAS DE PAUVRETÉ	02 FAIM « ZÉRO »	03 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE	04 ÉDUCATION DE QUALITÉ	05 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES	06 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT	07 ÉNERGIE PROPRE ET D' UN COÛT ABORDABLE	08 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE	09 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE	10 INÉGALITÉS RÉDUITES	11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	14 VIE AQUATIQUE	15 VIE TERRESTRE	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS
Transmettre les valeurs du Groupe																	
Faciliter l'accès à une information de qualité, fiable et pertinente			○	○									○				
Rendre l'information accessible et inclusive			○	○						●							
Assurer la protection des données personnelles et la cybersécurité																○	
Soutenir le tissu associatif					○					●	●	○				○	
Lutter contre la corruption																○	○
Développer une politique d'achats éthiques et responsables					○		○	○			●	●					
Sensibiliser les lecteurs aux enjeux sociaux et environnementaux					○					○		○	○			○	○
Travailler avec des influenceurs certifiés ARPP					○					○		○	○			○	○
Responsabiliser les messages publicitaires					○					○		○	○			○	○
Améliorer la qualité du dialogue avec les parties prenantes internes et externes																○	○
Optimiser l'impact environnemental																	
Favoriser des papetiers et imprimeurs locaux et/ou engagés							●	●				●	○	●	●		
Acheter du papier certifié et/ou contenant des fibres recyclées								○				●			●		
Optimiser les volumes de tirage et des invendus												○		○			
Optimiser l'hébergement et les stockage des données numériques													●				
Éco-concevoir les actifs numériques													●				

	01 PAS DE PAUVRETÉ	02 FAIM « ZÉRO »	03 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE	04 ÉDUCATION DE QUALITÉ	05 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES	06 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT	07 ÉNERGIE PROPRE ET D' UN COÛT ABORDABLE	08 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE	09 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE	10 INÉGALITÉS RÉDUITES	11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES	13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	14 VIE AQUATIQUE	15 VIE TERRESTRE	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES	17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS
Améliorer l'efficacité énergétique des bureaux							○						●				
Revaloriser le parc informatique en fin de vie							○					○	●	●	●		
Réduire et trier les déchets											●	○	●	●	●		
Encourager les mobilités douces							○				○	●					
Promouvoir les collaborateurs																	
Recruter de nouveaux collaborateurs	●	○	○					○									
Pérenniser les emplois et fidéliser les collaborateurs	●	○	○					○									
Préserver la santé et la sécurité des collaborateurs		○	●								○						
Veiller à l'équilibre vie personnelle et vie professionnelle des collaborateurs			○					●									
Améliorer la qualité de vie au travail		○	●								○						
Soutenir le dialogue social					○			○			○					○	
Partager la valeur avec les salariés	●	○	○							●	○					○	
Développer les compétences et gérer les parcours de carrières	●	○	○	●				○		●	○					●	
Faciliter l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap		○	○	●						●	○					●	
Assurer l'égalité professionnelle			○		●			●		●	○					●	

3.3.3 Assurer le dialogue avec les parties prenantes

Les parties prenantes sont essentielles au bon fonctionnement d'une entreprise et indispensables au développement de toute stratégie RSE. Le Groupe est attentif à la qualité de ses échanges avec ses parties prenantes avec lesquelles il développe, autant que possible, des relations de confiance, transparentes et équitables.

Dialogue avec les parties prenantes externes

S’agissant des parties prenantes externes, le Groupe ambitionne de s’inscrire dans une dynamique d’amélioration de la qualité de son dialogue. Le contexte actuel, propice à des évolutions environnementales et sociétales importantes, favorise cette dynamique.

Le tableau ci-dessous présente les principales parties prenantes externes de Reworld Media, et résume leurs rôles, les enjeux des interactions avec elles pour le Groupe ainsi que les modalités d’échanges avec chacune d’elles.

Parties prenantes externes	Enjeux	Modalités et supports de dialogue
Audience (lecteurs, internautes, socionautes, participants aux événements, etc.)	Lecteurs et internautes sont impactés par les choix de publications et les contenus diffusés sur les médias du Groupe ou sur les médias produits par le Groupe pour le compte de clients (Sport En France, Air France, etc.). À ce titre, les enjeux portent notamment sur la fiabilité, l’éthique et la déontologie des contenus, leur accessibilité, et sur la sensibilisation du public aux grands enjeux sociétaux et environnementaux.	Sites internet, réseaux sociaux, magazines publiés ; échanges du service clients avec les abonnés aux magazines; enquêtes réalisées par le service clients auprès des abonnés aux magazines (satisfaction, accessibilité) ; rencontres privilégiées organisées avec les abonnés sous forme de <i>live</i> , à l’occasion de conférences ou visio-conférences auxquelles les abonnés peuvent s’inscrire ; organisation de rencontres dans le cadre de jeux concours tel que le concours « Innovez Science & Vie junior » ; sections réservées dans les magazines à la publications des courriers et courriels reçus des lecteurs, auxquels des réponses sont apportées et des Erratum établis le cas échéant.
Clients (annonceurs et leurs mandataires)	La publicité et la communication constituent une source importante de revenus pour le Groupe. Les annonceurs et les clients investissent dans les médias et/ou les technologies du Groupe pour identifier et toucher leurs cibles privilégiées, avec l’objectif d’orienter leurs comportements d’achats.	Évènements, conférences, rencontres avec les annonceurs, études déployées auprès des annonceurs afin de les accompagner et de les conseiller dans la compréhension des comportements et intentions des consommateurs, relations contractuelles conformément aux Conditions Générales de Vente.
Fournisseurs et prestataires	Le Groupe effectue une grande quantité d’achats, de biens (papier par exemple) et de prestations de services (distribution de ses magazines par exemple). Le Groupe est attentif à valoriser les engagements sociaux, sociétaux et environnementaux de ses fournisseurs et prestataires lors de la sélection de ses partenaires, quel que soit le service concerné.	Depuis 2022, le Groupe déploie une démarche d’achats responsables. Dans le cadre de ses activités magazines, Reworld Media travaille étroitement avec des papetiers et des imprimeurs pour développer un approvisionnement responsable du papier. La logistique et la distribution ayant un impact important sur l’environnement, le Groupe travaille avec des sous-traitants engagés.
Secteur associatif	Le Groupe s’engage auprès du secteur associatif en France afin de partager ses valeurs et de soutenir certaines causes sociétales et environnementales.	Actions ponctuelles, interventions dans les médias du Groupe, partenariats, mise à disposition gracieuse d’espaces publicitaires.
Pouvoirs publics et syndicats professionnels	Le Groupe veille à entretenir des relations conformes à la législation avec l’ensemble des organismes de régulations et instances gouvernementales.	Échanges réguliers avec les syndicats professionnels sur les enjeux et les évolutions du secteur de la presse, notamment en tant que membre du SEPM (Syndicat des Éditeurs de la Presse Magazines), en tant que membre du SRI (Syndicat des Régies Internet) et avec l’ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).
Communauté financière AMF, Banque de France, banques, investisseurs et analystes	Reworld Media est une société cotée en bourse sur le marché Euronext Growth Paris. Tradedoubler est une société cotée en bourse sur le marché Nasdaq OMX Stockholm. Ces deux sociétés agissent dans une démarche de maintien et d’amélioration constante de la qualité du dialogue basée sur la pertinence et la transparence de l’information relative à ses performances financières et extra-financières.	Pour Reworld Media : site reworldmedia.com, profil LinkedIn, communiqués sur l’actualité opérationnelle, communiqués financiers, présentation des résultats semestriels, rapport financier et extra-financier annuel, rencontre avec les investisseurs, réunions avec les analystes financiers (SFAF), communication de données statistiques et échanges avec la Banque de France, réponses aux questionnaires des agences de notation extra-financières, évaluation EcoVadis Pour Tradedoubler : site tradedoubler.com, profil LinkedIn, communiqués financiers, rapports financiers trimestriels.

Dialogue avec les parties prenantes internes

S'agissant des parties prenantes internes, le Groupe ambitionne de s'inscrire dans une dynamique d'amélioration de la qualité de son dialogue à travers deux enjeux primordiaux : la transparence et l'harmonisation.

Le tableau ci-dessous présente les principales parties prenantes internes du Groupe, et résume leurs rôles, les enjeux des interactions ainsi que les modalités d'échanges avec chacune d'elles.

Parties prenantes internes	Enjeux	Modalités de dialogue
Actionnaires et administrateurs	Assurer la transparence sur les performances financières et extra-financières, prendre part aux décisions stratégiques et de gouvernance.	Le Conseil d'Administration de Reworld Media est composé de 5 membres, dont 3 indépendants. Il y a 40% femmes administratrices, toutes indépendantes. Le Groupe s'est doté en 2022 d'un Comité des rémunérations, qui émet des propositions ou des recommandations au Conseil d'administration quant à la politique des dirigeants et mandataires sociaux afin que celle-ci soit en cohérence avec les intérêts des actionnaires et la performance du Groupe. Reworld Media développe une relation privilégiée avec ses actionnaires, à travers notamment son Club Actionnaires. À chaque publication des résultats, des réunions portant sur la stratégie du Groupe sont organisées pour informer au mieux les actionnaires et leur permettre de poser leurs questions.
Collaborateurs et représentants du personnel	Le Groupe veille à entretenir un dialogue de qualité avec ses collaborateurs et avec les instances qui les représentent. La communication et la cohésion entre les collaborateurs est aussi un enjeu majeur. Le Groupe se doit aussi de sensibiliser ses collaborateurs aux enjeux RSE.	Le Groupe communique régulièrement auprès de ses collaborateurs, que ce soit par email, sur l'intranet « myreworld » ou sur le réseau social d'entreprise « Yammer ». Il met en place des enquêtes de satisfaction ponctuelles, organise des réunions, des consultations et des négociations régulières avec les IRP, facilite l'organisation des élections par le recours au vote électronique. Régulièrement, des événements fédérateurs à destination des managers et collaborateurs sont organisés.

3.4 Transmettre

Le Groupe aspire, en tant que média, à transmettre des connaissances afin de rendre accessibles des informations fiables et de qualité au plus grand nombre, peu importe où ils se trouvent en France ou à l'international, sans distinction de localité urbaine ou rurale. En outre, le Groupe souhaite aussi, en tant qu'entreprise, transmettre ses expertises et ses valeurs à des populations qui lui sont historiquement proches, telles que ses collaborateurs, son audience et ses clients notamment en proposant des contenus et des campagnes publicitaires plus responsables.

3.4.1 En tant que média, éclairer les lecteurs et les consommateurs

La mission fondamentale du Groupe est d'assurer la diffusion d'une information de qualité, fiable et pertinente, afin de permettre aux lecteurs de mieux appréhender les enjeux du monde actuel et les changements susceptibles d'affecter leur environnement immédiat. En luttant contre la propagation des "fake news", qui se multiplient avec la diversification des canaux de communication, le Groupe accompagne ses lecteurs avec des informations authentiques et vérifiées. Pour conserver la confiance de son audience, le Groupe mobilise des experts et plus de 160 journalistes permanents qui, au quotidien, s'engagent à produire des informations de qualité et à partager leurs expertises.

3.4.1.1 Sensibiliser les lecteurs aux enjeux sociaux et environnementaux

En tant qu'éditeur français indépendant, leader des médias thématiques, le Groupe a la responsabilité d'informer et de sensibiliser ses lecteurs aux enjeux sociaux et environnementaux pour un avenir plus responsable.

Cette ambition se concrétise par l'orientation des lignes éditoriales avec de nouvelles rubriques ou des dossiers spéciaux, ainsi que l'organisation d'événements dédiés. Le Groupe permet ainsi à un large public de découvrir, lire, écouter et vivre les enjeux du monde de demain.

Le Groupe agit pour un futur plus inspirant notamment en sensibilisant ses lecteurs grâce à la science, en s'entourant d'experts thématiques, en s'adressant aux jeunes générations et en orientant leurs créativité scientifiques vers des innovations à impact.

Informer et éduquer grâce à la science

À travers ses différents médias, le Groupe s'engage à démystifier des concepts scientifiques complexes et à rendre la science accessible à tous. Cette démarche souligne la détermination du Groupe à contribuer à une société plus informée, par la science. Cette année, le Groupe célébrait les 110 ans du magazine Science & Vie qui compte parmi les magazines les plus lus de France.

En mai 2021, à travers sa marque Science & Vie, Reworld Media créait un comité scientifique pluridisciplinaire pour mener une réflexion commune sur les grands enjeux sociaux et environnementaux. Ce comité est composé de personnalités scientifiques qui contribuent à décrypter et à apporter des solutions concrètes aux défis technologiques et scientifiques de notre temps. Il s'agit du premier fonds de réflexion scientifique, ou « *crowd thinking* », qui bénéficie aux rédactions du Groupe sur des sujets tels que la mobilité, la santé, l'alimentation, l'environnement et le climat. Le comité a pour objectif de partager, d'échanger et de mener une réflexion commune pour une meilleure compréhension du monde et de ses enjeux.

Le 11 avril 2023 au Musée de l'Homme, à l'occasion des 110 ans du magazine, le cinquième comité de Science & Vie portait sur le thème « Les mathématiques, invention humaine ou structure intime du réel ? ». La sixième édition, à l'Institut Pasteur, mettait en lumière l'impact du genre sur les maladies autour du sujet "Les maladies ont-elles un sexe ?"

Ces initiatives révèlent la conviction profonde de Reworld Media quant à la puissance de la connaissance scientifique pour éduquer, inspirer et sensibiliser, contribuant ainsi à la formation d'une Société plus éclairée et engagée.

Engager ses médias autour de questions sociétales

En 2023, Le Groupe a réalisé 104 couvertures de magazines portant sur des sujets RSE, ayant trait à des enjeux environnementaux ou sociétaux.

À travers ses médias, en tant que catalyseur d'influence, le Groupe Reworld Media s'engage sur des thématiques sociétales, et s'impose comme un acteur majeur de sensibilisation et d'information.

En 2023, à l'initiative du Groupe, la campagne sur le harcèlement scolaire, en collaboration avec Gabriel Attal, illustre parfaitement cette démarche, exploitant la diversité de ses marques pour aborder le sujet sous différents angles. La semaine du 6 novembre a marqué un moment clé de cet engagement³⁵, avec le déploiement d'un dispositif global à travers ses différentes plateformes pour éveiller les consciences, prévenir et soutenir la communauté, incluant parents et élèves. Grâce à la diversité des cibles et à la puissance des communautés, Reworld Media a pu offrir un écho supplémentaire au plan de lutte mené par le ministre de l'Éducation Nationale, Gabriel Attal. Sans tabou, le ministre a répondu aux questions recueillies auprès des abonnés de Melty et Fraîches, se confiant même sur son expérience personnelle. Il a exposé certaines mesures déployées pour lutter contre le harcèlement scolaire. Sur les magazines Psychologies et aufeminin, il s'est adressé aux parents, leur donnant les clés pour les aider autant que possible à prévenir et accompagner les situations de harcèlement scolaire.

Pour 2024, l'ambition est claire : orienter le contenu éditorial vers de grandes causes sociétales. Melty se penchera sur la lutte contre les discriminations raciales, Fraîches abordera la violence faite aux femmes et les questions d'inclusivité, tandis que Minute Buzz se consacrera au bien-être animal et Maison & Travaux à l'efficacité énergétique. Cette stratégie permet non seulement d'élever le débat public sur ces enjeux cruciaux mais aussi d'offrir aux annonceurs l'opportunité de s'engager, alignant leurs marques sur des contenus à fort impact sociétal.

³⁵ Le 9 novembre 2023 s'est tenue la journée nationale de lutte contre le harcèlement à l'école.

Accompagner les jeunes générations dans le développement de leur esprit critique

Reworld Media s'engage à accompagner les jeunes générations dans le développement de leur esprit critique. À travers les messages qu'il véhicule et des formats adaptés à tous les âges, le Groupe s'efforce de cultiver chez le jeune public une compréhension réfléchie et éclairée du monde qui l'entoure.

Fondé en 1913, le magazine Science & Vie, pionnier de la vulgarisation scientifique a fêté ses 110 ans en 2023.

Durant la Semaine de la presse, Science & Vie et le CLEMI (Centre pour L'éducation aux Médias et à l'Information) ont offert des webinaires aux enseignants inscrits, des magazines gratuits pour ceux ayant réservé une place, et un accès libre à la version numérique du magazine de leur choix. De plus, une dizaine de classes ont bénéficié d'un webinaire dédié au métier de journaliste scientifique.

Pour sensibiliser les plus jeunes aux enjeux actuels, Science & Vie Junior a publié un hors-série spécial "Se battre pour un monde moins chaud" soulignant l'urgence du dérèglement climatique et promouvant l'action collective. En 2024, la marque continuera d'innover avec des projets inédits pour éduquer, inspirer et informer efficacement les jeunes générations.

Valoriser les innovations à impact

Activement investi par son rôle de leader dans la création d'un futur médiatique responsable, Reworld Media promeut les innovations ayant un impact positif sur la Société et l'environnement. Le concours annuel « Innovez Science & Vie Junior » célèbre les jeunes inventeurs, mettant en avant des créations utiles et originales. Depuis sa première édition il y a plus de 30 ans, le concours a mis en lumière des innovations remarquables. Sciences & Vie Junior a récemment déniché un trésor en explorant ses archives. Le magazine scientifique a partagé une page datant d'octobre 1997. Cette publication mettait en avant une invention de Mounir Mahjoubi, qui a été nommé Secrétaire d'État au numérique dans le premier gouvernement d'Édouard Philippe. Le jeune secrétaire d'État avait donc remporté le concours Innovez du magazine Sciences & Vie Junior en inventant une « règle à camembert »³⁶ alors qu'il n'avait que 13 ans.

Le 3 mars 2024, les 3 derniers lauréats seront révélés au musée des Arts et Métiers, présentant leurs inventions : un robot parachute réutilisable qui peut revenir au sol, permettant ainsi sa récupération et sa réutilisation pour de nouvelles mesures météorologiques, un capteur à ultrasons pour détecter la présence d'une personne devant une porte fermée, déclenchant ainsi l'ouverture automatique grâce à un moteur conçu pour faciliter l'accès aux personnes ayant les bras chargés ou utilisant des béquilles, et une application adaptée à une manette Wii pour les personnes à mobilité réduite qui fait

correspondre les boutons de la télécommande et les commandes des jeux.

En 2024, une nouvelle catégorie "Innove pour la planète", récompense des initiatives écologiques, avec un prix spécial remis par l'école d'ingénieur(e)s ESIEA, ainsi qu'un accompagnement d'un an par l'école pour vérifier la possibilité de prototyper l'invention. Douze inventions ont été sélectionnées et publiées par la rédaction en 2023.

Parallèlement, les Prix Top Santé 2023 ont distingué 3 innovations dans les secteurs de la santé et de l'écoresponsabilité. Parmi plus de 54 participants, se démarquent : (i) l'application Vik Dermatite Atopique qui répond aux questions des patients en temps réel pour leur permettre de mieux comprendre leur maladie, (ii) les lunettes ONneo d'Atol, fabriquées en France avec des matériaux biosourcés, et (iii) une campagne de sensibilisation destinée à prévenir les cancers liés au Papillomavirus.

S'entourer d'experts pour favoriser la santé et le développement personnel

S'entourer d'experts est une démarche essentielle pour Reworld Media. À travers Psychologies et Doctissimo, l'entreprise mobilise spécialistes et médecins pour offrir des contenus de qualité, témoignant de l'engagement du Groupe à offrir des contenus d'une grande fiabilité sur la santé.

Psychologies favorise le bien-être de son lectorat en proposant des analyses approfondies sur certaines thématiques. À la rentrée 2023, 3 nouvelles plumes expertes signent les articles Psychologies :

- Marine Colombel, psychiatre et autrice de plusieurs ouvrages, livre ses conseils et son éclairage en analysant, commentant un sujet qui fait l'actualité, et répondant aux questions de santé mentale.
- Monique Le Doledec, journaliste spécialisée en Beauté et Bien-être, observe, filtre et décrypte les tendances du secteur avec une vision positive et bienveillante. Son ambition ? Apporter des clés pour aider les femmes et les hommes à se sentir bien dans leur peau et leur corps autant que dans leur tête.
- Augustin Trapenard, critique littéraire et journaliste culturel, propose chaque mois, un décryptage littéraire autour de la thématique du dossier. Il est aussi le parrain de l'ONG Bibliothèques sans frontières, qui favorise l'accès à l'éducation, l'information et la culture en France et dans le monde entier.

De son côté, Doctissimo, sous la houlette de Gérard Kierzek, assure une information santé fiable, grâce à un comité d'éminents spécialistes formé de 50 médecins, 25 modérateurs experts et 15 journalistes scientifiques. Cette synergie illustre l'engagement du Groupe pour apporter des réponses claires et sérieuses afin de favoriser l'autonomie de chacun dans la quête de son bien-être, de sa santé mentale et de son épanouissement personnel.

3.4.1.2 Rendre l'information plus accessible et inclusive

En faisant constamment évoluer ses lignes éditoriales et le format de ses publications, le Groupe participe à rendre l'information plus accessible et inclusive. Grâce à la diversification de ses canaux de diffusion, Reworld Media améliore l'accessibilité et répond aux attentes diversifiées de son audience. L'objectif est de permettre au plus grand nombre de voir, lire, entendre et vivre ce que sera le monde demain. Cela passe par la représentation de tous les publics dans les contenus, l'optimisation du design, l'expérimentation des

commandes vocales, la diversification des marques média sur les réseaux sociaux, et l'organisation d'événements et partenariats défendant les causes sociétales et environnementales actuelles.

³⁶ Une règle à tracer des diagrammes circulaires et pour mesurer les angles.

Diversifier les canaux de communication

Face à une audience de plus en plus connectée, le Groupe transforme et adapte ses médias pour se rapprocher de ses lecteurs.

Psychologies Magazine se diversifie sur les réseaux sociaux avec des formats interactifs :

- "Relation(s)" explore les dynamiques interpersonnelles avec Ael & Charly (@culturepsy),
- "La question existentielle" engage sur des interrogations profondes sous la forme de micros-trottoirs,
- "Résilience" partage des témoignages où une personne parle d'un moment clé de sa vie et de la manière dont elle a pu dépasser ces épreuves.

La marque se met ainsi au service de ses 1,9 millions de *followers* pour promouvoir le bien-être et le développement personnel.

À l'ère post-COVID, où le désir de se retrouver est prépondérant, la régie Reworld Media Connect, soutenue par l'influence de ses médias Melty, Hero, Minute Buzz, et Grazia, lance "Sound makes good" lors du "Disquaire Day".

Associé à l'expérience immersive "In Real Life" qui invite les participants à découvrir les lieux emblématiques de la capitale en musique, cet événement répond à la conviction de plus de 8 Français sur 10 que les manifestations musicales renforcent les liens sociaux et l'ouverture au monde.

En 2023, à l'occasion de ses 35 ans, le magazine Science & Vie Junior lance une nouvelle formule enrichie en sciences, écologie et jeux, avec des rubriques inédites comme *Data Center*³⁷, *Juste Cause*³⁸ et des tutoriels *Low-tech*³⁹. Le point d'orgue : une rencontre avec Thomas Pesquet offerte à trois abonnés, le 4 octobre 2023 au Grand Rex de Paris lors de l'événement caritatif "Rêver sans frontières" organisé par Aviation sans frontières avec la participation de l'association Petites Mains Symphoniques représentée pour l'occasion par le chef d'orchestre Eric du Faÿ.

Représenter tous les publics

Les équipes éditoriales de Reworld Media sont attentives à la représentation de l'ensemble de la population française et travaillent activement à refléter la diversité des publics dans leurs contenus vidéos et rédactionnels. Cette politique assure une diversité dans le choix des personnes mises en avant, particulièrement dans les micros-trottoirs, où la sélection des personnes interrogées témoigne de cet engagement en faveur de la représentativité.

La chaîne de télévision Sport En France, éditée par le Groupe pour le compte du Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) est la première chaîne dédiée à tous les sports, dans leur diversité et mixité, accessibles à tous.

Sur les 1 000 heures de programmes produits chaque année pour le compte de la chaîne, 65% sont consacrées aux sports pratiqués par des femmes qui sont peu visibles dans les autres médias, avec notamment l'émission hebdomadaire « la Victoire est en Elles » entièrement dédiée à la valorisation des femmes sportives. Également 54% du contenu *live* diffusé à l'antenne concerne les sports féminins⁴⁰.

15% des images mettent également en avant le paraport et les sports adaptés, tels que le championnat d'Europe de rugby fauteuil ou l'émission mensuelle « À Vos Marques ! ».

Améliorer l'accessibilité des contenus

Suite à la mise en place du Décret sur l'accessibilité des services de communication en ligne pour les personnes en

situation de handicap en 2019, les entreprises sont tenues d'améliorer l'accessibilité de leurs sites web et applications.

Le Groupe s'efforce de suivre les directives du Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA), dont la nouvelle version est sortie en février 2021. Les équipes améliorent l'accessibilité des sites en travaillant notamment sur le choix des polices de caractères et en accentuant les effets de contrastes afin de faciliter la lecture des personnes malvoyantes.

En outre, pour renforcer sa démarche d'accessibilité, le Groupe travaille sur l'implémentation de la technologie « *Text to speech* », également connue sous le nom de synthèse vocale. Cette technologie permet de convertir du texte en parole synthétique, ce qui la rend particulièrement utile pour les personnes malvoyantes, aveugles ou rencontrant des difficultés de lecture. Elle permet aux utilisateurs d'écouter les contenus, renforçant ainsi leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap.

Afin de permettre aux personnes sourdes et malentendantes de profiter des contenus audiovisuels, le Groupe s'attache également à sous-titrer un maximum de vidéos sur ses sites web et en 2023, 100% des vidéos à destination des réseaux sociaux étaient sous-titrées. En 2024, ces efforts seront poursuivis.

Reworld Média souhaite également toucher toutes les populations en développant de nouveaux moyens de communication tels que les podcasts. Dans ce sens, Reworld Media travaille avec sa filiale Edisound, une entreprise spécialisée dans la distribution de podcasts natifs. Le « *player* » audio d'Edisound est progressivement déployé sur l'ensemble des marques média du Groupe, et notamment sur des sites tels que Marmiton, Aufeminin, ou encore Doctissimo intégralement techniquement en 2023.

S'assurer de la satisfaction des lecteurs

La satisfaction des clients est un pilier fondamental pour la croissance et la pérennité du Groupe. Dans cette optique, les marques déploient des stratégies de gestion de la relation client hautement ciblées, visant à garantir une expérience utilisateur de premier ordre et un service personnalisé à chaque abonné. Cet engagement vers l'excellence dans le service client est crucial pour renforcer la position de Reworld Media sur le marché en assurant une fidélisation accrue et en soutenant le développement durable de ses activités.

C'est pour répondre à cet objectif que des enquêtes sont réalisées régulièrement, visant à améliorer la qualité des contenus. La fidélisation et la satisfaction client étant des objectifs clés, plusieurs actions sont déjà mises en place :

- Des questionnaires « vu/lu » sont insérés dans les magazines ;
- Des enquêtes plus ciblées sont menées à propos des besoins spécifiques des lecteurs ou en réponse à l'actualité des différents magazines du Groupe ;
- Le Groupe mène aussi des enquêtes sur ses services complémentaires.

Chaque année, le Groupe élargit le périmètre de ses enquêtes pour mieux appréhender la satisfaction client. En 2023, l'accent a été mis sur la montée en puissance des téléopérateurs pour un service client réactif, couvrant la qualité du service, le respect des délais de livraison, et la qualité éditoriale, pour répondre efficacement aux demandes de service après-vente.

³⁷ Data Center résume l'actualité scientifique en quelques chiffres clés.

³⁸ Juste Cause est une nouvelle rubrique de Science et Vie Junior qui s'attaque aux *Fake news* pour les « *débunker* ».

³⁹ Low Tech présente des tutoriels pour réaliser soi-même des objets durables pour faciliter son quotidien.

⁴⁰ <https://www.sport-tv.org/actualites/infos-tv/la-chaîne-sport-en-france-maintenant-disponible-au-sein-des-offres-canal/>

3.4.2 En tant qu'entreprise, transmettre ses expertises et ses valeurs

En tant qu'acteur majeur des médias et de la communication, le Groupe veille à renforcer son rôle dans la transmission de messages impactant, positifs et responsables.

Avec plus de 80 marques média, le Groupe valorise l'influence responsable et s'assure de la pertinence des messages publicitaires diffusés par ses annonceurs sur les médias des thématiques santé, divertissement, maison,

science, culture, etc., influençant quotidiennement la vie des lecteurs.

De plus, le Groupe soutient activement le tissu associatif, à la fois par la mise à disposition de son audience et par la mobilisation de ses collaborateurs pour transmettre expertises et valeurs.

3.4.2.1 Responsabiliser les messages publicitaires

Reworld Media, reconnu leader dans le secteur des médias thématiques, est pleinement conscient de l'impact que les messages publicitaires diffusés par les annonceurs via ses médias peuvent avoir sur ses lecteurs. Le Groupe s'engage donc à promouvoir une influence responsable, en s'appuyant sur une régie publicitaire engagée et en étudiant régulièrement la satisfaction des annonceurs. Cette approche permet de s'assurer que les contenus publicitaires diffusés sont en adéquation avec les attentes sociétales et les besoins des consommateurs tout en répondant aux besoins marketing de ses clients.

Valoriser une régie publicitaire engagée et éthique

Reworld Media Connect, l'entité en charge de la commercialisation des espaces publicitaires du Groupe, poursuit son engagement à valoriser une communication publicitaire plus responsable. Elle soutient avec régularité des initiatives publicitaires bénéfiques pour diverses associations, contribuant ainsi activement à l'essor d'une publicité consciente et engagée.

En tant que membre de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), la régie assure une vigilance constante visant à ce que les messages diffusés soient en parfaite adéquation avec les normes établies de la publicité et de la communication audiovisuelle.

Comme mentionné dans ses Conditions Générales de Vente, Reworld Media Connect se réserve le droit de refuser et/ou interrompre, sans avoir à en communiquer les motifs, toute demande d'insertion publicitaire qui lui paraîtrait comme contraire (i) à la réglementation, aux usages ou principes déontologiques applicables au secteur de la publicité et de la communication, notamment aux recommandations et avis de l'ARPP, (ii) à toute autre réglementation ou tout autre usage susceptible de s'appliquer notamment relatif au respect de la dignité de la personne humaine, (iii) à la ligne éditoriale ou thématique du média ou à leur présentation, ou qui, plus généralement, serait susceptible de générer des protestations chez le lectorat ou les tiers.

En 2023, 275 annonceurs ont collaboré avec Reworld Media Connect pour la réalisation d'au moins une campagne dite « RSE »⁴¹, contre 214 l'année précédente. Cela témoigne d'un intérêt grandissant de la part des annonceurs pour les enjeux RSE, qui font preuve d'une exigence accrue en matière de contexte éditorial.

Pour relever ces défis et forger de nouveaux horizons, la régie publicitaire explore constamment la création de nouvelles offres, incluant la promotion de messages publicitaires dans des cadres éditoriaux entièrement dédiés à la RSE et s'emploie à déployer la solution *Greenbids* afin de réduire l'impact carbone des campagnes numériques.

Ces efforts s'inscrivent dans une démarche plus large, puisque en 2024, le Groupe a intégré le *Sustainable Digital Ad Trust*, avançant ainsi en harmonie avec les acteurs clés du domaine.

Favoriser une influence responsable

Selon une étude réalisée par le Reuters Institute for the *Study of Journalism* en 2020, 36% des Français ont déclaré avoir été exposés à des informations trompeuses ou fausses sur les réseaux sociaux. Cela souligne le risque de propagation de la désinformation notamment par les influenceurs qui ont une audience importante. En 2023, le Forum économique mondial a fait passer le risque de désinformation au 1^{er} rang des risques globaux à 2 ans pour les entreprises. Le risque de polarisation de la société est passé au 3^{ème} rang⁴². Avec sa large audience, Reworld Media porte une lourde responsabilité quant à la fiabilité des informations qu'il diffuse.

1^{ère} plateforme de médias thématiques en France, le Groupe œuvre non seulement contre les *fakes news*, les discours de haine, les conduites irresponsables, en particulier sur les médias sociaux, mais prône aussi activement la bienveillance et la confiance avec une présence porteuse de sens et d'engagement durable.

Pour le compte de ses marques médias et de ses marques partenaires, Reworld Media Connect, la régie publicitaire du Groupe, collabore avec des influenceurs certifiés par l'ARPP, ayant un discours responsable, et un impact social positif sur les réseaux sociaux.

Cet engagement s'articule autour de 3 piliers :

- Donner la priorité de casting aux talents certifiés influence responsable par l'ARPP ;
- Engager les marques média dans des programmes et contenus de sensibilisation, notamment auprès des populations vulnérables ;
- Surveiller et modérer les réactions générées au sein des commentaires pour une influence résolument positive.

De plus, la régie s'engage à promouvoir la diversité et l'inclusivité dans le choix et la valorisation des talents. Elle s'attache à accompagner des influenceurs qui transmettent une image juste et représentative de la réalité de la Société.

Reworld Media Connect fait également partie de l'Union des Métiers et de l'Influence et des Créateurs de Contenu (UMICC), une fédération professionnelle créée en janvier 2023 qui regroupe les acteurs du secteur de l'influence. Elle a pour objet la représentation de leurs intérêts et l'action pour le développement d'une influence plus responsable.

S'assurer de la satisfaction des annonceurs

Pour assurer une satisfaction client optimale, vecteur clé de fidélisation, Reworld Media Connect met l'accent sur le suivi

⁴¹ Chiffres obtenus sur la base des résultats de la pige RSE Kantar sur les campagnes RSE en 2023.

⁴² World Economic Forum Rapport 2024 : https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf

rigoureux des performances marketing de ses opérations et de ses campagnes publicitaires. Elle concentre ses efforts sur trois indicateurs de performance essentiels :

- L'accroissement de la visibilité des marques ;
- L'efficacité des conversions ;
- Le respect des critères RSE.

Afin de saisir pleinement les besoins de ses clients, la régie initie des sondages de satisfaction et organise des échanges proactifs avec les annonceurs. En 2023, la régie

se distingue par une clientèle fidèle, avec 2 952 clients réguliers, représentant 53% de ses partenaires publicitaires et accueille 2 572 nouveaux annonceurs. Pour 2024, l'objectif est d'implémenter une démarche qualité dans le cadre de la norme ISO 9001, afin de perfectionner davantage les prestations fournies. Cette stratégie est dédiée à consolider et à enrichir la collaboration entre les équipes commerciales, les agences et les annonceurs, renforçant ainsi le partenariat et la qualité du service.

Reworld Media Connect	2021	2022	2023
Nombre d'annonceurs ayant réalisé une campagne responsable	34	112	275
Part des annonceurs actifs ayant réalisé une campagne responsable	3%	9%	5%

Une stratégie publicitaire globale, adaptée et responsable

Elodie Bretaudeau-Fontailles, Directrice générale de Reworld Media Connect, et **Olivier Lagoutte**, Directeur Marketing Reworld Media Connect.

Comment Reworld Media Connect s'engage pour être une régie publicitaire fiable et responsable ?

Elodie Bretaudeau-Fontailles : Dans le contexte actuel marqué par l'inflation et un marché exigeant, j'ai observé que les annonceurs cette année se focalisent intensément sur les enjeux monétaires et susceptibles d'engager leur réputation, notamment sur les sujets liés à l'écologie. Face à cela, je suis fière de dire que chez Reworld Media Connect, nous répondons présents sur l'ensemble de la chaîne publicitaire des médias avec une maîtrise technologique pointue. Nous proposons un éventail de solutions de communication répondant aux besoins variés de nos annonceurs, que ce soit en print, en digital ou via des dispositifs 360°, allant des formats traditionnels aux opérations spéciales, des podcasts aux vidéos. Nous nous appuyons sur une audience ultra-qualifiée, ce qui représente un avantage indéniable pour nos partenaires. Le déploiement de nos marques média du print vers le digital, l'harmonie entre le contenu et la technologie sont des atouts stratégiques majeurs. Ils me permettent, avec mon équipe, de répondre efficacement à toutes les problématiques de communication des marques, d'innover avec des solutions créatives, et d'assurer le succès des campagnes commerciales avec une efficacité mesurée et des coûts maîtrisés. Pour 2024, je suis confrontée au passionnant défi d'attirer des marques qui portent des valeurs et du sens, alignées avec les attentes de notre Société, renforçant ainsi notre engagement envers un impact positif et durable.

Concrètement, comment cet engagement s'est exprimé en 2023 ?

Olivier Lagoutte : Au sein de Reworld Media, l'engagement pour un marketing responsable est une priorité concrète. Notre régie a été parmi les premières à adopter le certificat de l'ARPP pour les influenceurs, marquant notre position sur des pratiques publicitaires éthiques.

En 2023, des mesures ont été prises pour approfondir cette orientation. Nos collaborateurs ont participé à l'atelier de la Fresque du Climat, visant à les sensibiliser aux impacts environnementaux de notre activité. De plus, nous essayons d'améliorer activement l'impact carbone de nos campagnes publicitaires en intégrant la solution *Greenbids*.

Nous venons de rejoindre en 2024, le programme *Sustainable Digital Ad Trust* du SRI, dans le but de soutenir nos objectifs de responsabilité dans l'industrie publicitaire.

3.4.2.2 Mobiliser notre expertise en soutien au tissu associatif

Le rôle sociétal de Reworld Media transparait à travers ses marques médias mais s'exprime également dans ses activités en tant qu'entreprise, notamment par son engagement en faveur de différentes causes pour lesquelles il est un partenaire clé. En effet, Le Groupe mobilise son expertise au service du tissu associatif, traduisant ainsi son engagement sociétal par un soutien concret à diverses causes. Il donne de la visibilité aux associations et de l'impact à leurs actions, met à disposition son audience et mobilise ses collaborateurs au service des causes qu'elles défendent. Cette démarche s'inscrit dans une volonté d'apporter une contribution significative à la société, en utilisant ses ressources et son expertise pour soutenir des initiatives positives.

Soutenir par la mise à disposition de son audience

Conscient de l'importance de son rôle sociétal, Reworld Media met à disposition son audience au service de causes

associatives. L'entreprise utilise ainsi son influence pour aider les organisations caritatives, en diffusant leurs messages. Par cette action, le Groupe affirme son engagement envers le bien-être collectif, une compréhension aigüe de son influence médiatique et sa capacité à impulser un changement significatif.

Les demandes de campagnes publicitaires à titre gracieux peuvent venir directement des associations ou de leurs agences, mais aussi des annonceurs qui soutiennent une grande cause et qui sont suggérés par le SRI, ou encore en interne des collaborateurs du Groupe. En outre, lorsque les associations disposent d'un budget de communication, le Groupe leur offre des tarifs préférentiels.

En 2023, Reworld Media Connect a soutenu 34 associations, contribuant pour 1 722 k€ à diverses causes. Parmi les collaborations notables cette année, on distingue SOS

Villages d'Enfants, Imagine For Margo, et la Fondation des Femmes.

L'association SOS Villages d'Enfants offre un foyer stable et aimant à chaque enfant, préservant les liens familiaux et les valeurs éducatives. Grâce à son approche unique de villages d'enfants, l'organisation crée des communautés familiales où les enfants grandissent ensemble sous les soins attentionnés d'une mère SOS.

Imagine For Margo lutte contre le cancer pédiatrique en finançant la recherche médicale, en améliorant les traitements et en soutenant les enfants malades. A l'occasion de la journée mondiale des cancers de l'enfant, le 15 février 2024, Reworld Media Connect et Imagine for Margo ont créé le nouveau format documentaire « H24 » de Doctissimo, illustrant le quotidien des familles confrontées au cancer pédiatrique.

Enfin, L'Association de Soutien de la Fondation des Femmes (la structure opératrice de la Fondation des Femmes) lutte contre les inégalités de genre et soutient les femmes en situation de précarité. Sa mission consiste à financer des projets concrets visant à autonomiser les femmes, à combattre les violences sexistes et à promouvoir l'égalité des chances.

Engager ses collaborateurs

Le Groupe s'implique résolument dans le soutien du tissu associatif en mobilisant ses collaborateurs dans différentes initiatives, reconnaissant ainsi l'importance de renforcer les liens communautaires, de soutenir des causes essentielles et de contribuer à la création d'un environnement de travail positif et engagé.

Pour la deuxième année, à l'occasion des fêtes de Noël, le Groupe s'est mobilisé en partenariat avec la Fabrique de la Solidarité et la Ville de Paris pour la collecte de « Boîtes Solidaires de Noël » afin de les distribuer aux personnes en situation de précarité. Le principe est de transformer une boîte vide en boîte de Noël solidaire en glissant à l'intérieur un accessoire chaud et un loisir, un mot, un produit d'hygiène et une petite douceur, en la décorant et en indiquant si c'est une boîte mixte, pour femme ou pour homme. Les

salariés pouvaient simplement déposer leur boîte auprès de la Direction des Ressources Humaines qui s'est ensuite chargée d'apporter les boîtes préparées dans un point de collecte. Cette initiative a permis d'offrir 34 boîtes et d'apporter un peu de chaleur et de réconfort à ceux qui en ont le plus besoin. Le groupe ambitionne de donner plus d'ampleur à cette initiative en 2024, en mettant à disposition des salariés des boîtes vides.

Au cours de l'année 2023, la « Running Team » du Groupe a activement participé à deux manifestations solidaires d'importance. Le 18 mars, cette équipe a pris part à l'Eco-Trail de Paris, événement de référence dans le domaine sportif éco-responsable. Cette compétition est dédiée à la promotion du respect environnemental, encourageant le transport durable, l'alimentation locale et biologique, et favorisant une prise de conscience écologique parmi les participants et les bénévoles, à travers diverses initiatives visant à réduire l'empreinte carbone, proposer des repas végétariens et éliminer l'usage des bouteilles en plastique.

Le 19 novembre 2023, la même équipe a également pris part à la 11^e édition de la "Course sans raison", organisée en soutien à l'Association Laurette Fugain qui lutte contre la leucémie. Cet événement vise à rassembler les gens autour du don de vie, tel que le don de sang, de plaquettes et de moelle osseuse, dans le but de sensibiliser le public sur l'importance de ces dons pour le traitement des maladies du sang, tout en apportant son soutien à la recherche médicale et en offrant réconfort aux patients et à leurs familles.

L'implication de notre équipe de course contribue non seulement au financement des actions de ces associations, mais joue également un rôle important dans la sensibilisation de nos collaborateurs aux causes défendues par ces organisations.

Pour 2024, Reworld Media envisage d'encourager ses employés à s'investir dans des associations locales situées aux environs de son siège à Boulogne-Billancourt. Cette initiative, encore à l'étude, viserait à renforcer l'engagement communautaire des salariés et à soutenir activement le tissu associatif local.

Reworld Media Connect	Unités	2021	2022	2023
Nombre d'annonceurs « Grandes Causes » (associations ou ONG)	Nombre	32	33	34
Nombre de pages de publicité servies en faveur des annonceurs « Grandes Causes »	Nombre	142	144	145
Valorisation de la publicité servies en faveur d'annonceurs « Grandes Causes »	k€	Non disponible	1 663	1 722

3.5 Optimiser

Le Groupe Reworld Media s'engage à renforcer ses exigences environnementales pour minimiser son impact écologique, en particulier dans la production des magazines papier et des contenus numériques. En étroite collaboration avec ses fournisseurs, le Groupe cherche à optimiser chacune des phases de production de ses produits et services.

En 2023, pour son 1^{er} bilan carbone, le Groupe a brillamment relevé le défi de mesurer son empreinte sur l'intégralité des 3 scopes prévus par la méthodologie. L'entreprise a ainsi pu quantifier avec précision ses émissions de gaz à effet de serres (GES) sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. Fort de ces données, Reworld Media sera dorénavant capable de cibler efficacement les mesures à adopter dans l'optimisation des étapes de production afin de réduire son empreinte carbone dans le respect des accords de Paris.

3.5.1 En tant que média, agir en faveur de l'éco-édition

Le Groupe intègre des pratiques responsables à chaque étape de la production de ses magazines, en sélectionnant avec soin des fournisseurs et des matériaux respectueux de l'environnement. De même, pour ses activités numériques, le Groupe veille à choisir des solutions d'hébergement et de stockage de données les plus responsables possible, tout en travaillant sur l'optimisation des performances de ses sites internet et applications. Cette approche globale reflète tout autant l'engagement du Groupe en faveur du développement durable et de la réduction de son empreinte environnementale que sa volonté d'optimiser au maximum sa chaîne de valeur pour absorber la hausse du prix des matières premières.

3.5.1.1 Vers une éco-conception des magazines

Le Groupe a vendu près de 94 146 509 exemplaires de ses magazines en 2023⁴³ en France. En tant qu'éditeur de magazines, les magazines s'est fixé comme objectif de limiter son impact sur l'environnement tout en préservant la viabilité économique et les emplois liés à cette activité. Le Groupe poursuit un double objectif : optimiser au maximum les procédés industriels de fabrication et de distribution des magazines afin de limiter l'impact environnemental et les coûts tout en garantissant la qualité de ses publications qui arrivent entre les mains des lecteurs. Ainsi les éditeurs, en constante discussion avec les équipes en interne et avec les fournisseurs concernés, travaillent sur la pagination, le format, le choix du papier, la logistique, le transport et la gestion des invendus. Enfin, dans une optique d'amélioration continue, le Groupe continue d'augmenter la part de papier recyclé dans ses publications et achète toujours 100% de son papier certifié PEFC sans matières recyclées.

Acheter du papier responsable

Chaque année depuis 3 ans, le Groupe achète en moyenne un peu moins de 29 millions de tonnes de papier destiné à la production de ses magazines. L'approvisionnement en papier est donc un enjeu stratégique et hautement prioritaire pour Reworld Media. Plusieurs collaborateurs du Groupe s'occupent à temps plein de la gestion de la ressource papier, de l'achat à la fabrication des magazines, assurant ainsi la continuité de la production.

Le Groupe a connu en 2022 et en 2023 une augmentation significative de ses coûts industriels, et notamment de papier. Le prix de pâte à papier a quasiment doublé en 2022, accompagné par une hausse du prix de l'énergie, nécessaire à la transformation de matière première. À cela s'ajoute à la raréfaction du nombre de papeteries en Europe. Le Groupe s'emploie donc à créer des relations de long terme avec ses fournisseurs pour assurer un approvisionnement continu avec un grammage et une qualité adaptée chaque titre.

Le Groupe favorise aussi, lorsque cela est possible et compétitif, les circuits d'approvisionnement les plus courts. Sur les 10 premiers papeteries qui approvisionnent le Groupe, 5 d'entre eux sont des entreprises françaises et 5 sont implantés en Europe (Finlande, Allemagne, et Autriche).

Le Groupe privilégie autant que possible l'utilisation de papier recyclé : 24% en 2022, 28% en 2023. Certains magazines sont particulièrement engagés, tel que Science & Vie Junior (100%

de fibres recyclées), la Revue nationale de la chasse (100%), Marmiton (100%) ou encore Closer et Auto Plus (50%). Le choix des fibres recyclées doit aussi prendre en compte le grammage (et donc les coûts d'affranchissement) et la qualité du papier. Toutes les qualités et les grammages ne sont malheureusement pas disponibles en recyclé.

L'ensemble des achats de papier effectué par le Groupe est à minima Certifié PEFC sans matières recyclées. Ce label garantit que le papier acheté contient au moins 70% de matières issues de forêts gérées durablement et certifiées PEFC, le reste étant composé de matières issues de sources contrôlées selon le système de diligence raisonnée PEFC.

Concernant l'optimisation industrielle, de grands chantiers économiques et écologiques ont été initiés par les papeteries : économies d'énergie, d'eau. Du côté du Groupe, une pagination fixe (quand elle est possible) permet de prédéterminer le nombre de cahiers nécessaires pour les magazines et donc de faciliter et d'optimiser les stocks de matières premières nécessaires à la fabrication des magazines.

La sylviculture et ses impacts positifs ou négatifs sont globalement assez méconnus du grand public. Au-delà des labels, Le Groupe travaille actuellement à des infographies pédagogiques pour expliquer à ses lecteurs comment fonctionne la chaîne du bois et du papier afin d'aiguiser leurs connaissances à propos des magazines qu'ils tiennent entre leurs mains.

⁴³ Nombre de magazines vendus en France hors magazines vendus sur le réseau GMS des Publications Grand Public. Source : DSH 2023, ACPM, 15 février 2024.

Interview : UPM Communication Papers : le papier, une ressource au cœur des enjeux environnementaux

Peter Balle, Responsable RSE, UPM Communication Papers, *Papetier partenaire de Reworld Media*

Quels sont les principaux leviers de réduction de la consommation d'énergie et d'émissions de GES ?

Peter Balle : Notre entreprise s'engage à réduire ses émissions de CO₂ de -65% d'ici 2030, en accord avec la Science Based Target initiative. Le bilan carbone permet d'établir que 29% des émissions de GES de l'entreprise sont liées à la production de papier et 52% liées à l'achat d'énergie. L'objectif de réduction des émissions liées à l'achat de carburants et d'électricité est lui de -30% d'ici 2030. Pour ce faire, en 2023, une nouvelle voie de livraison longue distance électrifiée a été mise en place avec notre partenaire de logistique allemand. Les produits ont été acheminés en camion 100% électrique d'origine solaire et éolienne, vers le fret, avant de parcourir les derniers kilomètres dans un second camion électrique. Ce transport intermodal, fret et route, permet de réduire la dépendance de l'industrie aux énergies fossiles tout en réduisant les émissions des GES.

Quels sont les principaux facteurs influençant le prix du papier ?

Peter Balle : L'énergie est l'élément qui va impacter le plus fortement le prix du papier. Assurer l'efficacité énergétique des processus de production entre donc à la fois dans le cadre de la gestion des risques financiers et de l'attention portée à l'environnement, et donc à l'atteinte des objectifs environnementaux de l'entreprise. Des investissements significatifs sont engagés dans une centrale de production combinée de chaleur et d'électricité ainsi que dans une chaudière à biomasse permettant de valoriser les déchets et dans les énergies renouvelables avec l'achat des garanties d'origine.

Comment l'entreprise maîtrise-t-elle l'impact de son activité sur les forêts et la biodiversité ?

Peter Balle : La biodiversité est un axe central d'engagement pour UPM Communication Papers. L'entreprise possède 520 000 hectares de forêt en Finlande, où elle assure une gestion optimale des ressources forestières avec un programme de protection de la biodiversité depuis 1998. Des zones de conservation, préservées des activités commerciales, sont mises en place pour contribuer à la protection des biotopes.

La protection des forêts passe aussi par une gestion responsable des achats en entretenant des relations transparentes avec les fournisseurs. UPM Communication Papers a déterminé un Code de conduite établissant les prérequis indispensables à toute relation commerciale avec le Groupe. Tous les fournisseurs de bois et de pâte à papier sont évalués sur leurs performances sociale et environnementale. Tout le bois utilisé est certifié FSC ou PEFC.

Indicateurs	2021 ⁴⁴	2022	2023	Objectif(s)
Achat de papier en tonnes pour l'impression des magazines	31 775	28 660	25 981	Variable en fonction du nombre de titres, de parutions, de la pagination
Part des achats de papier à minima certifié PEFC sans matière recyclées	100%	100%	100%	100%
Part des fibres recyclées sur le papier acheté	22%	24%	28%	Continuer d'augmenter autant que possible en fonction de la disponibilité du papier

Travailler avec des imprimeurs engagés

Étape finale de fabrication, l'impression des magazines a un impact direct sur la qualité du produit fini, mais aussi sur l'environnement et sur l'économie locale. Le Groupe choisit ses imprimeurs, non seulement en fonction de leur compétitivité prix, mais aussi selon leur capacité à répondre aux exigences en termes de RSE et notamment leurs certifications ou labellisation sectorielles (FSC, PEFC, Imprim'Vert).

Le Groupe s'engage aussi, à travers la sélection de ses imprimeurs, à proposer une impression la plus éco-responsable possible et à soutenir l'économie locale. Sur les 10 premiers imprimeurs du Groupe, les 4 premiers d'entre eux sont des entreprises françaises, toutes labellisées Imprim'Vert, et 5 sont implantés en Europe (Pologne, Italie, Allemagne, Espagne). Seuls deux titres (Télé Star et Auto Plus) dépendent encore de l'héliogravure (technique d'impression plus rapide mais qui nécessite l'usage d'encre contenant des solvants), le reste des titres étant imprimé en offset.

Le 1^{er} imprimeur du Groupe, Groupe Maury Imprimeur représente 40% des achats réalisés auprès des 10 premiers imprimeurs. Cette entreprise familiale est un partenaire de longue date de Reworld Media. Elle est certifiée ISO 14001, une norme internationale qui atteste d'un management environnemental par l'amélioration continue de la performance environnementale et s'assure d'une politique très stricte de prévention des risques environnementaux et de l'éco-conception des produits et services fournis.

En 2023, d'importants investissements ont été réalisés par le Groupe Maury et ont permis d'économiser -12% d'électricité grâce à des machines plus efficaces énergétiquement et la mise en place de la récupération de chaleur pour le chauffage et de froid pour la climatisation.

Des mesures significatives ont été prises pour réduire l'empreinte écologique du Groupe Maury. Dans le cadre de son engagement envers la conservation des ressources en eau. L'industrie d'impression fonctionne exclusivement en circuits fermés, ce qui minimise considérablement sa consommation

⁴⁴ Données disponibles pour toutes les sociétés du périmètre consolidé, qui n'inclut pas les sociétés Groupe Psychologies et Marmiton qui ont été acquises respectivement en mai et octobre 2022.

d'eau. De plus, des tests de rejets sont effectués deux fois par an pour garantir la conformité aux normes environnementales en vigueur.

En ce qui concerne les encres et les procédés d'impression, des actions importantes ont été entreprises pour éliminer progressivement les encres conventionnelles de la production. Ainsi, 2023 marque la transition complète vers l'utilisation d'alternatives plus respectueuses de l'environnement, telles que les encres végétales, les encres biosourcées et les encres dites "blanches" compatibles avec les normes « *Blue Angel* ». De même, l'utilisation de vernis UV conventionnels a été abandonnée au profit de vernis acryliques qui préservent l'intégrité des matériaux recyclables. Ces changements témoignent de l'engagement ferme de l'entreprise envers la durabilité et illustrent sa volonté de promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement dans toutes ses activités.

Réduire l'impact de la distribution et gérer la fin de vie des magazines

L'impact majeur de la distribution des magazines réside dans la consommation de carburant nécessaire à l'acheminement des produits, ainsi que dans la gestion des magazines invendus. Le transport des magazines représente à lui seul 7% des émissions de gaz à effet de serre du Groupe, une donnée essentielle intégrée dans le scope 3 du bilan carbone. En réponse à cet enjeu, le Groupe travaille en étroite collaboration avec ses prestataires externes pour améliorer constamment la qualité et l'efficacité des circuits de la distribution jusqu'à la fin de vie des produits. Des efforts continus sont déployés pour optimiser ces processus et réduire l'empreinte carbone associée à la distribution des magazines.

Les magazines du Groupe suivent trois canaux de distribution distincts, chacun ayant ses propres particularités.

La distribution des magazines aux abonnés est gérée par La Poste, qui a été la première entreprise publique à adopter le statut d'entreprise à mission en 2021 et qui est également le principal fournisseur du Groupe. Dans le cadre de cette distribution, le Groupe s'engage dans le déploiement de l'écoemballage pour ses magazines destinés aux abonnés. En 2020, un projet d'envergure a été lancé pour remplacer le film plastique par du thermoscellant qui a permis de réduire l'utilisation de plastique et de favoriser des solutions d'emballage plus durables. L'introduction d'un papier thermoscellable recyclable, fabriqué à partir de fibres de cellulose et scellé avec une colle aqueuse non perturbatrice, en remplacement du film plastique, représente un enjeu majeur. Cette transition vise non seulement à se conformer à la loi AGECE (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire), mais surtout à réduire les déchets et à préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat. À la date du 31 décembre 2023, 96% des titres disponibles à l'abonnement, soit 68 titres, ont été livrés aux lecteurs dans un écoemballage.

La vente au numéro, impliquant l'acheminement des magazines vers les kiosques, est confiée aux Messageries Lyonnaises de Presse (MLP), une coopérative responsable de la distribution de l'ensemble des magazines du Groupe aux points de vente. Reworld Media s'engage activement, en étroite collaboration avec MLP et ses sociétaires d'une part, et avec les transporteurs d'autre part, à améliorer les conditions de distribution en points de vente. Ces efforts se concentrent sur plusieurs axes. Premièrement, l'optimisation des itinéraires de distribution, du remplissage des camions et du nombre de tournées, passant de cinq à quatre jours de livraison par semaine. Deuxièmement, la promotion de l'utilisation de véhicules moins polluants, dont la généralisation contribuerait à réduire les émissions de gaz à effet de serre et à améliorer la qualité de l'air, entraînant ainsi une diminution des émissions de carbone liées au scope 3. Troisièmement, la mise en place d'une stratégie de récupération et de recyclage des invendus. Les prestataires du Groupe ont instauré une "logistique

inversée" permettant de remplir les camions avec les invendus lors du trajet retour, tout en valorisant les déchets de papier pour leur donner une seconde vie et alimenter les usines papetières.

Pour les magazines vendus en grande distribution, c'est l'entreprise GLS qui se charge du gros de la distribution pour les Publications Grand Public. Les magazines sont acheminés depuis les sites d'impression vers le logisticien dédié à PGP, Koba Global Services, situé à Rantigny, dans l'Oise, qui assure la distribution sur palettes. À partir de là, GLS distribue les colis vers son hub régional situé à Roissy-en-France, dans le Val-d'Oise, avant de les redistribuer sur son réseau en fonction des emplacements des grandes et moyennes surfaces qui les recevront.

Koba Global Services prend en charge le conditionnement des magazines pour préparer les commandes à destination de la grande distribution, en mettant en place des mesures visant à réduire l'impact environnemental et à protéger la santé des salariés. Ces mesures comprennent la limitation du poids des colis par ouvrier pour réduire la pénibilité au travail, l'utilisation de papier recyclé pour le calage et la protection des colis de la gamme de magazines de jeux Cogite, ainsi que l'impression des étiquettes avec de l'encre à l'eau. De plus, Koba Global Services détient le label Imprim'Vert.

GLS déploie également un plan d'actions visant à réduire l'impact environnemental de la distribution. Cela inclut le regroupement des commandes pour optimiser le nombre de kilomètres parcourus, la préférence de transports moins impactants comme le fret ferroviaire et les véhicules adaptés aux dimensions des chargements, la formation des conducteurs à l'écoconduite et la préférence pour l'utilisation de carburants alternatifs. De plus, la logistique urbaine est optimisée pour réduire l'impact du dernier kilomètre avec des livraisons en vélo cargo ou en véhicule électrique, tandis qu'en zone rurale, la multiplication des points relais limite les transports.

Depuis octobre 2023, GLS transmet mensuellement à Reworld Media la répartition par type de véhicule des livraisons afin d'évaluer l'impact des livraisons liées aux produits du Groupe. La majorité des livraisons depuis le réseau de GLS vers la grande distribution sont effectuées en vrac et ne nécessitent pas d'emballage additionnel car le chargement est fixé avec des filets textiles. Quant à la fin de vie des magazines invendus dans la grande distribution, ils sont déposés par le personnel dans les bennes à papier de Paprec, assurant ainsi leur recyclage et l'économie circulaire.

Devenu obligatoire depuis le 1^{er} septembre 2022, l'ensemble des magazines du Groupe portent l'info-tri avec le logo « Tri-man », qui indique au consommateur final que le produit ne doit pas être jeté dans la poubelle des ordures ménagères mais doit être trié ou rapporté dans un point de collecte car il est recyclable.

Enfin, en adhérent à CITEO, société dédiée à la réduction de l'impact environnemental des entreprises, le Groupe contribue également chaque année, via une contribution en nature (pages de publicité) et en numéraire (cotisation), à la démarche « papier responsables » visant à atteindre l'objectif national de 65% de recyclage de l'ensemble des déchets de papier mis sur le marché en France.

En 2021, l'écocontribution du Groupe à CITEO, en nature et en numéraire, se valorisait à hauteur de 812 K€. En 2022, et au titre de l'écocontribution 2021, le Groupe a servi 65 pages de publicité en faveur de CITEO. En 2023, au titre de la contribution 2022, le Groupe a servi 28 pages de publicité en faveur de CITEO. La baisse du montant de l'écocontribution et du nombre de pages de publicité servies en faveur de CITEO par rapport à l'année précédente reflète la meilleure prise en compte par le Groupe des enjeux environnementaux dans la

production de ses magazines. La contribution en numéraire s'est montée à 752 000 euros pour la même période.

Distribution et Presse Grand Public : des évolutions en cohérence avec les enjeux de RSE

Bertrand Clavières, Directeur Général des Publications Grand Public, Reworld Media et **Pierre-Olivier Colomar**, Directeur National QHSE, GLS

Quels sont les principaux leviers de réduction des impacts environnementaux de l'activité des Publications Grand Public, filiale de Reworld Media ?

Bertrand Clavières : Au sein de PGP, nous avons identifié en 2023 que l'optimisation des stocks et de la distribution constitue les principaux leviers d'amélioration de notre impact environnemental. Notre objectif est de maximiser les taux de vente de nos produits, en veillant à ce qu'un maximum de produits livrés dans les grandes et moyennes surfaces soient vendus au client final. Les invendus sont ensuite revalorisés par notre partenaire Paprec, spécialiste du recyclage et de la valorisation des déchets. Chaque année, environ 50 000 kilomètres sont parcourus pour assurer le lien entre Reworld Media et nos points de vente. Dans le cadre de notre engagement écologique, nous avons entrepris l'électrification progressive de notre flotte de véhicules, une mesure importante pour réduire notre empreinte carbone et promouvoir des pratiques durables.

Pierre-Olivier Colomar : Dans notre stratégie d'optimisation des opérations logistiques, nous nous concentrons sur la réduction des kilomètres parcourus et nous limitons les allers-retours à vide, ce qui contribue à réduire notre empreinte carbone. Pour ce faire, nous veillons à sélectionner des véhicules adaptés à la destination et au chargement spécifique de chaque livraison. Cette approche nous permet non seulement de minimiser les coûts liés au transport, mais aussi de préserver les ressources en réduisant notre consommation de carburant.

Quelles sont les grandes évolutions de l'année pour y parvenir ?

Bertrand Clavières : Dans les magasins, la disposition sur les présentoirs a un impact significatif sur notre taux de vente. Pour notre collection de presse ludique Cogite, nous maintenons les anciens numéros en rayon même après la sortie de nouvelles éditions, limitant ainsi les invendus et facilitant la gestion pour le personnel. Nous avons opté pour des cartons plutôt que des bacs en plastique pour le conditionnement des magazines, une démarche alignée avec notre engagement en faveur de l'environnement.

Pierre-Olivier Colomar : Nous avons élargi notre service d'optimisation des livraisons pour accueillir quatre personnes dédiées à ces missions. Nous avons également mis en place 267 bornes de recharge électrique sur le réseau GLS et nous avons pour objectif de poursuivre le développement de ce réseau de recharge pour favoriser l'utilisation de véhicules électriques dans nos opérations logistiques.

Indicateurs	2021 ⁴⁵	2022	2023	Objectif(s)
Part des titres édités distribués aux abonnés avec un écoemballage	Non disponible	28%	96%	Le groupe a atteint l'objectif réglementaire prévu par la loi AGECE ⁴⁶ .
Valorisation de l'écocontribution CITEO en nature et en numéraire K€	812	766	Non disponible	Cette écocontribution est attendue en baisse
Nombre de pages de publicité servies en faveur de CITEO (écocontribution en nature au titre de l'année précédente)	85	65	Non disponible	Le nombre de pages de publicité servies dans le cadre de l'écocontribution est attendu en baisse

3.5.1.2 Devenir acteur du numérique responsable

En dehors des magazines papiers, Reworld Media est présent sur internet en tant qu'éditeur à travers ses 72 sites médias et ses réseaux sociaux. Grâce à ses différents pôles d'expertise, le Groupe accompagne ses lecteurs et ses clients dans la transformation digitale de leurs usages et de leurs marchés. Reconnaisant l'importance de cette évolution pour son développement économique, le Groupe prend également en compte son impact environnemental, s'efforçant de minimiser son empreinte pour devenir un acteur du numérique responsable. Dans ce sens, il déploie des actions clés axées sur :

- L'hébergement et le stockage des données : La majorité des sites du Groupe sont hébergés sur des infrastructures cloud situées dans le nord de la France. Par ailleurs, les données sont disponibles sur 4 typologies de stockage

chauds et froids, optimisant ainsi la disponibilité des données et minimisant l'impact sur l'environnement.

- Une conception plus responsable des sites internet et des publicités : L'initiative vise à réduire l'empreinte carbone des activités numériques, en privilégiant des designs et des fonctionnalités énergétiquement efficaces pour les sites web et une réduction des appels programmatiques des campagnes publicitaires.
- La gestion de l'équipement informatique : Le Groupe met l'accent sur l'utilisation rationnelle des équipements, en encourageant le recyclage et la réutilisation, afin de minimiser les déchets électroniques. L'intégralité des déchets d'équipement électriques et électroniques est revendue à un broker électronique agissant sous autorisation préfectorale

⁴⁵ Données disponibles pour toutes les sociétés du périmètre consolidé, qui n'inclut pas les sociétés Groupe Psychologies et Marmiton qui ont été acquises respectivement en mai et octobre 2022.

⁴⁶ 3 titres doivent encore être envoyés avec un emballage opaque du fait de contraintes réglementaires (Diapason, Union, Tirmag).

pour l'exercice de l'activité de négoce et / ou courtage de déchets n° N23VAL01.

Ces leviers s'inscrivent dans une démarche globale visant à réduire l'impact environnemental du numérique, tout en soutenant le développement économique et social lié à la transformation digitale.

En France, et selon les études réalisées par l'ADEME (Agence de la transition écologique) et l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse) à la demande du gouvernement, le secteur du numérique représenterait 2,5% des émissions de gaz à effet de serre. Si rien n'est fait pour réduire l'empreinte environnementale du numérique, et que les usages continuent de progresser au rythme actuel, l'empreinte carbone du numérique en France pourrait augmenter de 45% à horizon 2030, voire tripler à horizon 2050. Les premiers responsables de cet impact sont les appareils électroniques (entre 64% et 92% des impacts, en premier lieu les écrans de télévision), suivi par les centres de données (entre 4% et 22% des impacts) et les réseaux (entre 2% et 14%). La phase de fabrication serait la principale source d'impact (78% de l'empreinte carbone du numérique), suivie par la phase d'utilisation (21%).

Optimiser l'hébergement et le stockage des données numériques

Le Groupe a fait le choix d'utiliser des solutions d'hébergement externes dites de « *cloud computing* ». Le « *cloud computing* » se définit comme la mise à disposition de ressources informatiques partagées à la demande. Cette solution permet un meilleur taux d'utilisation des serveurs, une meilleure efficacité énergétique des centres de données et une optimisation de la consommation énergétique en comparaison avec les datacenters traditionnels.

La consommation d'énergie représente le principal impact des centres de données ou « *datacenters* ». Cette consommation est directement liée au volume de données à stocker (nécessitant plus ou moins de serveurs) ainsi que la facilité d'accès à cette donnée (chargement plus ou moins rapide qui sera plus ou moins énergivore).

La forte croissance du Groupe, notamment avec l'acquisition des activités de Unify en 2022, a conduit à une forte augmentation des volumes de données. Une bonne gestion de ces données est un enjeu prioritaire pour réduire leur impact environnemental et financier, tout en préservant la disponibilité des données les plus importantes pour les utilisateurs finaux. Le Groupe a déjà mis en œuvre de bonnes pratiques en la matière. A titre d'exemple, un projet vidéo, dont les rushes n'ont pas été utilisés pendant 5 à 6 semaines, est déplacé automatiquement dans un niveau de stockage plus froid. En 2024, il poursuit ses efforts en lançant un grand chantier pour transférer les données inactives depuis plus de deux ans vers des serveurs glaciers, moins émissifs.

Amazon Web Services est le fournisseur principal de *cloud computing* du Groupe. Leur service utilise des technologies réduisant les consommations d'énergie et d'eau nécessaires au refroidissement des infrastructures. Pour ce qui est de l'archivage à long terme des données vidéo, le Groupe a opté notamment pour les solutions Amazon Glacier de stockage froid et Amazon Glacier Deep Archive de stockage très froid.

Outre sa position de leader, Amazon Web Services s'inscrit par ailleurs dans le projet développement durable du groupe Amazon, qui s'est fixé pour objectif d'alimenter ses activités avec 100% d'énergie renouvelable d'ici 2025. Depuis 2022, dans 19 régions, l'électricité consommée étaient à 100% issue de sources renouvelables. Le Groupe partage la conviction de ce géant du numérique que le développement rapide des énergies renouvelables est l'une des solutions les plus efficaces pour lutter contre le réchauffement climatique, et qu'il

est aussi de la responsabilité des utilisateurs de ces services de penser ou de repenser la conception de leurs architectures IT de manière plus durable pour réduire leur besoin en infrastructure dans le cloud, et donc en énergie.

Vers une éco-conception des sites internet du Groupe

Les sites éco-conçus sont des sites généralement plus rapides à charger. Le groupe a développé de nombreuses optimisations visant à réduire le temps de chargement de ses sites, ce qui permet à la fois d'améliorer l'expérience utilisateur et de limiter la consommation énergétique. Les initiatives les plus importantes consistent à :

- Limiter au maximum le nombre de requêtes nécessaires à l'affichage des sites,
- Opter pour un graphisme épuré, qui s'adapte à tous les écrans, y compris mobiles, en réduisant notamment le nombre de polices d'écritures,
- Construire une ergonomie la plus minimaliste possible en identifiant les fonctionnalités et les contenus les plus utiles et pertinents eu égard au parcours du lecteur et à l'expérience de l'utilisateur,
- Optimiser le poids des images, en utilisant quand cela est possible des formats compressés et adaptés pour le web ou en remplaçant les images par des icônes,
- Utiliser des langages web économes tels que le HTML, CSS et JavaScript (JS) et appliquer le principe de minification du code qui consiste à avoir le moins de lignes de codes possible,
- Limiter les chargements de pages inutiles en privilégiant l'utilisation du cache, une technologie qui permet d'afficher une copie des pages web sans devoir recharger l'ensemble des composants nécessaires à leur affichage,
- Proposer un mode sombre ou « *dark mode* » qui permet aux internautes de naviguer en réduisant la consommation d'électricité.

En 2024, la Communauté RSE déployée en 2023 va lancer un projet pilote d'éco-conception des sites institutionnels de Reworld Media dans le but de tester cette approche avant un éventuel déploiement à grande échelle sur les sites médias.

En 2023, le Groupe a lancé un projet pilote sur le site Parole de mamans en mettant fin à l'affichage de publicités display. Cela a rendu le site plus rapide et moins énergivore, en allégeant son contenu et le nombre de requêtes nécessaires à l'affichage.

La régie publicitaire du Groupe travaille à la mise en place de solutions plus responsables. Parmi celles-ci, Greenbids. Cette solution permet d'utiliser des algorithmes pour réduire les dépenses énergétiques liées à la publicité programmatique. L'intelligence artificielle, via des modèles de *machine learning*, permet d'optimiser le chemin d'achat d'un emplacement publicitaire. L'utilisation de cette solution permet de réduire les émissions de GES du Groupe.

Après avoir assisté à un groupe de travail dédié, la régie de Reworld Media participe au lancement du programme SDAT (Sustainable Digital Ad Trust) avec le SRI⁴⁷. Le Groupe vient d'ailleurs d'intégrer officiellement ce programme qui remplace le label Digital Ad Trust afin de mettre en avant l'engagement RSE des régies. Le SDAT valorise la transition des régies vers une publicité digitale plus responsable. Il a pour objectif d'établir une trajectoire de progrès individuelle et collective. En rejoignant le programme, le Groupe s'engage à évaluer régulièrement sa progression à partir des critères du SDAT. Ceux-ci, au nombre de 15, sont classés en trois thématiques (maîtrise de l'environnement de diffusion, optimisation de la chaîne de valeur technologique et démarche RSE). Le but est de permettre aux régies d'adopter une approche plurielle qui articule qualité de l'offre et engagement social et environnemental.

⁴⁷ Le Syndicat des Régies Internet.

Maintenir une utilisation sobre des équipements informatiques et de l'infrastructure

Dans son Rapport sur les risques Globaux 2024, Le Forum économique mondial de Davos classe le risque de « cybersécurité » au 4^e rang des risques majeurs à court terme pour les entreprises. Très conscient de ces enjeux, le Groupe veille à ce que les équipements informatiques et les supports d'infrastructure mis à la disposition des collaborateurs soient d'abord conformes aux plus hautes exigences en matière de sécurité. Le service informatique du Groupe sélectionne le matériel le plus durable sur le marché et le plus adapté aux usages qui en est fait par les opérationnels.

Le Groupe regarde notamment l'indice de réparabilité et la durée de vie prévisionnelle du matériel acheté. Une équipe support est dédiée au pilotage et au maintien du parc informatique. Des relations de long terme sont bâties avec les fournisseurs de matériel informatique afin d'optimiser au maximum à la fois la qualité et le coût du parc.

En plus de cette politique d'achat exigeante, le Groupe s'attache à réemployer au maximum le matériel. Les nouveaux arrivants bénéficient autant que possible de matériel déjà acheté par l'entreprise. En cas de rachat d'une société, le matériel est conservé, formaté, remis en état le cas échéant afin d'allonger au maximum sa durée de vie.

Ainsi l'achat d'équipement additionnel se fait au cas par cas afin d'éviter le suréquipement et de s'adapter aux besoins réels des collaborateurs en constante évolution. Les demandes d'équipement font l'objet d'une validation par le manager opérationnel et par la Direction des Systèmes d'Information. En 2023, à la suite de l'intégration de Unify, les efforts d'optimisation ont été renforcés dans le but d'éviter tous les surdimensionnements (taille, nombre d'écrans, puissance et consommation énergétique, etc.). Chaque demande spécifique doit donc être justifiée par un intérêt technique.

Afin de réduire la consommation électrique du parc informatique, le Groupe a par ailleurs lancé en 2020 un plan pluriannuel de remplacement de près de 550 ordinateurs fixes par des ordinateurs portables, moins énergivores. Les ordinateurs fixes sont donc réservés à des usages techniques spécifiques pour lesquels l'utilisation d'un ordinateur portable n'est pas envisageable.

Enfin, 100% des équipements en fin de vie sont pris en charge par un broker informatique, spécialiste en traitement des Déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Cette démarche permet de valoriser l'intégralité du matériel informatique en fin de vie et de limiter fortement son impact environnemental. Le broker oriente le matériel vers une seconde vie ou vers la filière de destruction et recyclage, en fonction de ses caractéristiques. Il assure la confidentialité des données éventuellement stockées (formatage) et la traçabilité du matériel qui lui est confié.

En 2023, le Groupe a poursuivi sa campagne de sensibilisation des collaborateurs dans le cadre de la mise en œuvre du plan sobriété énergétique, appelée « Les 10 éco gestes du numérique ». À travers cette campagne, il invite l'ensemble de ses collaborateurs à :

- Surfer responsable, en enregistrant les sites les plus fréquemment utilisés en favoris, en fermant les onglets web non utilisés, et étant précis dans les recherches par mots clés et en supprimant régulièrement les historiques de navigation, ou encore en utilisant des moteurs de recherche éco-responsables,
- Éviter l'envoi et la réception de mails inutiles, en limitant le nombre d'envois et des destinataires, en se désabonnant des newsletters non lues ou non désirées, en utilisant une nouvelle signature automatique plus sobre, sans image animée qui a été mise à leur disposition,
- Privilégier les liens aux pièces jointes, en privilégiant les plateformes temporaires, et quand cela n'est pas possible en compressant les fichiers le cas échéant, en partageant des PDF en basse résolution voire une simple capture d'écran si cela suffit,
- Utiliser les plateformes collaboratives, comme Teams, en utilisant en priorité le mode audio et en évitant autant que possible la vidéo très gourmande en énergie,
- Faire le tri dans leurs fichiers, que cela soit dans les boîtes emails, les espaces de stockage sur le réseau ou sur l'ordinateur, en vidant les dossiers de mails indésirables ou supprimés ainsi que la corbeille de l'ordinateur,
- Éviter d'imprimer, et en limitant le nombre d'impressions en couleur et en recto,
- Soigner ses connexions, en privilégiant l'utilisation d'un câble Ethernet plutôt que le wifi, ou dans le cas de l'utilisation d'un smartphone ou d'une tablette, en privilégiant le wifi plutôt que la 4G, en évitant le partage de connexion depuis un smartphone, très consommateur en énergie,
- Activer le mode « économie d'énergie » sur l'ordinateur et sur les smartphones et tablettes, en ajustant la luminosité ou en optant pour un mode sombre, moins énergivore,
- Ménager les batteries et éteindre les ordinateurs les soir, en évitant d'utiliser le mode « mise en veille » qui consomme de l'électricité,
- Prendre soin de leurs équipements et ranger leurs ordinateurs portables, afin de rallonger leur durée de vie.

Les détails de cette politique sont mis à disposition de tous les collaborateurs du Groupe sur l'intranet. Durant l'année, elle est accompagnée de « *Cleaning Days* » numériques pendant lesquels les collaborateurs sont invités à trier leurs fichiers numériques.

Le 15 janvier 2024, le Ministère de la Transition Écologique et de la Cohésion des Territoires et l'AFNOR ont lancé un groupe de travail sur l'impact environnemental de l'intelligence artificielle (IA) de la mesure au reporting. En tant qu'expert et utilisateur de nouvelles technologies telles que l'IA et dans une volonté de maîtriser ses impacts sur l'environnement, le Groupe participe à ces travaux. Ce GT sur l'IA frugale a pour vocation de participer à la création d'un référentiel (AFNOR Spec 2314), en proposant les meilleurs indicateurs et méthodes de calcul de l'impact environnemental en la matière. ([plus d'infos ici](#)). Il était important pour le Groupe d'être un acteur proactif sur l'IA et ses impacts sur la double volonté d'innovation et de respect de l'environnement.

3.5.2 En tant qu'entreprise, agir au quotidien pour un environnement de travail responsable

Le Groupe est attentif, en tant qu'entreprise, à ses consommations de ressources avec comme double objectif d'assurer une maîtrise de ses coûts à court terme et de contribuer positivement à la protection de l'environnement à moyen et long terme, tout en créant un cadre de travail responsable pour ses collaborateurs. Cette année, le Groupe a poursuivi sa politique de sobriété énergétique, en renforçant ses actions de prévention du gaspillage et d'amélioration de la gestion des déchets et, enfin, en poursuivant le déploiement de sa politique de mobilité durable pour les collaborateurs.

3.5.2.1 Calculer et réduire l’empreinte climatique du Groupe

En 2023, le Groupe a accéléré la mise en œuvre de sa politique environnementale et a réalisé son premier bilan carbone sur les 3 scopes, une étape structurante et nécessaire pour se fixer des objectifs de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES).

Calculer les émissions de GES du Groupe

Le Groupe a réalisé son premier bilan carbone en s’appuyant sur la méthodologie internationale de comptabilisation des émissions de GES appelée *GHG Protocol*.

Les émissions sont classées selon 3 scopes (périmètres) :

- Scope 1 : émissions directes des installations détenues et

d’agir en faveur de la protection de l’environnement contre le changement climatique.

Cette démarche est portée par la Direction des Services Généraux, qui est responsable de la gestion des bâtiments, d’abord dans ses aspects techniques et réglementaires (chauffage, éclairage, ventilation et climatisation, équipements électriques, eau, sécurité) pour garantir la conformité en matière

Scope	Catégorie GHG Protocol	du 01/10/2022 au 30/09/2023 TCO2eq
1.1	Direct GHG emissions from stationary combustion	-
1.2	Direct GHG emissions from mobile combustion	178,99
1.3	Direct physical or chemical processing GHG emissions	-
1.4	Direct fugitive GHG emissions	-
1.5	Direct GHG emissions and removals from land use, land use change, and forestry	-
Total Scope 1		178,99
2.1	Indirect GHG emission from imported electricity	40,19
2.2	Purchased goods and services	26,55
Total Scope 2		66,74
3.1	Purchased goods and services	38 614,77
3.2	Capital goods	2 682,71
3.3	Fuel- and energy-related activities not included in scope 1 or scope 2	61,64
3.4	Upstream transportation & distribution	1 895,91
3.5	Waste generated in operations	81,01
3.6	Business travel	1 449,19
3.7	Employee commuting	470,28
3.8	Upstream leased assets	-
3.9	Downstream transportation and distribution	7 201,93
3.10	Processing of sold products	-
3.11	Use of sold products	463,88
3.12	End-of-life treatment of sold products	62,23
3.13	Downstream leased assets	-
3.14	Franchises	-
3.15	Investments	-
Total Scope 3a & 3b		52 983,55
Total		53 229,28

- contrôlées par le Groupe ;
- Scope 2 : émissions indirectes du Groupe, liées à l’achat d’énergie ;
- Scope 3 : toutes les émissions indirectes liées à la chaîne de valeur du Groupe représentées par ses fournisseurs.

Pour ce 1^{er} exercice, il était important pour le Groupe de se confronter à l’intégralité de ses émissions même si la réglementation actuelle n’impose qu’une comptabilité sur les scopes 1 et 2. En tant qu’activité tertiaire, le Groupe avait conscience que la majeure partie de ses émissions proviendrait du Scope 3.

Les données récoltées couvrent la période du 1^{er} octobre 2022 au 30 septembre de 2023 pour toutes les entités du Groupe du périmètre consolidé, à l’exception de sa filiale Tradedoublé. Les émissions de GES liées à l’activité de Tradedoublé seront intégrées au bilan carbone du Groupe en 2024.

Améliorer l’efficacité énergétique des bureaux

Étant donné la nature tertiaire des activités du Groupe, la gestion des bâtiments représente la principale source de consommation d’énergie directe et un axe important d’amélioration de l’efficacité énergétique. Depuis 2022, le Groupe s’est mobilisé dans une démarche de sobriété énergétique visant à réduire sa consommation d’électricité, afin de maîtriser à court terme les dépenses associées et, à moyen et plus long terme,

de performance énergétique, de norme électrique et assurer la sécurité des collaborateurs. La Direction des Services Généraux est aussi responsable de la gestion des bureaux dans ses aspects plus « humains ». Ses échanges au quotidien avec les collaborateurs et la mise en œuvre de communications visant à sensibiliser les collaborateurs aux écogestes participent à la construction d’un environnement de travail responsable et à l’amélioration du bien-être des collaborateurs sur le lieu de travail.

Le Groupe, implanté dans 14 pays dans le monde, n’est pas propriétaire de ses bureaux. Si la plupart de ses sites sont en location, le Groupe occupe également des espaces de « *co-working* » dans certains pays. A l’étranger, les principaux bureaux sont situés en Suède, Pologne, Espagne, Royaume-Uni, Allemagne, Italie et Pays-Bas. Au Pays-Bas, l’immeuble dont le Groupe est locataire est certifié BREEAM Very Good (Building Research Establishment Environmental Assessment Method), de même que les bureaux à Rotterdam.

En France, le Groupe est locataire de deux principaux sites de bureaux situés en Île-De-France. Il occupe 6 525 m² de bureaux dans l’immeuble Network situé au 40 avenue Aristide Briand à Bagneux. Depuis 2023, il est aussi locataire d’environ 9 450 m² de bureaux dans 4 bâtiments d’un complexe immobilier situé au 8 rue Barthélémy Danjou à Boulogne-Billancourt (jusqu’en 2022, 4 744m² étaient loués sur ce site). Le Groupe occupait historiquement un seul bâtiment, le bâtiment C,

auquel sont venues s'ajouter en 2021 et 2023 des surfaces additionnelles dans les bâtiments A, B et D.

Un mois de travaux a été nécessaire pour l'aménagement des étages du bâtiment B de Boulogne où ont été installés des éclairages LED (moins énergivores) et des détecteurs de présence. Ainsi, la lumière se coupe automatiquement quand le bâtiment est inoccupé qu'elle que soit l'heure de la journée, permettant de ne pas gaspiller l'énergie. Le Groupe a aussi procédé à des ouvertures de murs porteurs entre les bâtiments afin d'assurer une meilleure circulation.

Début 2023, il a été procédé à l'installation d'un système Gestion Technique du Bâtiment (GTB) dans le bâtiment C pour monitorer l'ensemble de ses flux de consommation, et agréger de la donnée permettant d'actionner des leviers stratégiques en vue d'économiser l'énergie.

Les sites de Bagneux et de Boulogne-Billancourt ont des dates de construction différentes, et de ce fait des caractéristiques et des niveaux de performance énergétique différents. L'immeuble Network à Bagneux a été livré en 2021.

La conception de ses façades permet de limiter les besoins en énergie. Il est aussi équipé d'un système de Gestion Technique du Bâtiment (GTB) qui intègre en un seul ensemble le pilotage et la gestion des différents bâtiments, qui permet notamment le comptage des énergies par niveau et par zone. Le traitement de l'air est réalisé par un double flux avec récupération d'énergie. Les bâtiments de Boulogne-Billancourt sont plus anciens et des travaux de transformation et de modernisation sont réalisés chaque année pour améliorer leur efficacité énergétique. En 2023, la Direction des Moyens Généraux a effectué un appel d'offre afin d'identifier un partenaire pour la réalisation d'un Diagnostic de Performance Énergétique en 2024. L'objectif est d'évaluer l'état énergétique des sites occupés et de créer les plans de travaux permettant

d'améliorer leur efficacité énergétique, tout en s'assurant que les investissements réalisés soient optimaux et pertinents. Le DPE pour le site de Boulogne devrait être disponible en 2024 : il permettra de comprendre quels sont les travaux à réaliser pour améliorer la performance environnementale de ce bâtiment qui a 30 ans.

Chez Reworld Media, la mesure principale du plan de sobriété énergétique a consisté à définir une politique d'adaptation de la température intérieure des bâtiments et à la programmer sur les équipements. La température intérieure des bâtiments a ainsi été plafonnée à 19° pendant l'hiver et à 26° pendant l'été. L'impact d'une telle mesure revient, pour une baisse de -1°, à une réduction de la consommation énergétique de -7%.

Dans le bâtiment C, le chauffage a été programmé pour fonctionner entre 5h et 21h les jours ouvrés et pour être coupé hors période d'occupation.

Sur les deux sites du Groupe, les thermostats des ballons d'eau chaude des sanitaires ont été réglés en mode économique.

Sur le site de Bagneux mais aussi dans les nouveaux bâtiments de Boulogne, l'éclairage des zones de circulation a été réglé en permanence en détection de présence, y compris en période d'occupation, alors qu'il l'était au préalable paramétré ainsi seulement le weekend.

Par ailleurs, un travail de *reporting* consolidé des contrats d'énergie est progressivement développé. Celui-ci permettra au groupe d'uniformiser les différents accords énergétiques déployés sur les bâtiments qu'il occupe. A terme, cela pourrait permettre au Groupe de choisir des contrats d'énergies renouvelables pour l'électricité achetée.

Consommation d'électricité en MWh - France ⁴⁸	2021	2022	2023
Boulogne-Billancourt - Bâtiment C	310	321	319
Bagneux ⁴⁹	176	175	177
Sous-total en MWh comparable 2021-2023	486	496	496
Boulogne-Billancourt - Bâtiment D	Non disponible	18	17
Boulogne-Billancourt - Bâtiment A	Non disponible	67	91
Sous-total en MWh comparable 2022-2023	486	581	604

Encourager la mobilité durable des collaborateurs

La réalisation du bilan carbone a permis de se mesurer que les déplacements des collaborateurs représentent 1,92 kTCO₂eq dont 1,45 kTCO₂eq pour les déplacements professionnels et 470 TCO₂eq pour les déplacements domicile-travail. Plusieurs actions sont d'ores et déjà en cours de déploiement pour réduire ces impacts dont la limitation des voyages professionnels puis des trajets domicile-travail, ainsi que l'optimisation et l'électrification progressive du parc de véhicules du Groupe.

L'Accord de Paris et les différents rapports du Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC) le rappellent : il est aujourd'hui primordial pour les entreprises de prendre en considération la réduction de leur impact carbone sur la planète.

Chaque salarié du Groupe est aujourd'hui en position de faire ses propres réservations dans le cadre de ses déplacements professionnels, après validation de son manager. Le remboursement des frais afférents aux déplacements intervient par note

de frais, à compter que la dépense soit bien conforme à la politique de frais applicable. Les politiques relatives aux déplacements professionnels établissent des règles concernant le choix du mode de transport. Elles invitent notamment les collaborateurs à privilégier l'usage des transports en commun et à limiter l'utilisation du véhicule personnel, à préférer les déplacements en train à l'avion, ou encore à limiter le recours à une voiture de location aux cas où le voyage ne peut pas s'effectuer par d'autres moyens de transport.

Le Groupe fournit aux collaborateurs éligibles des cartes de carburant. En 2023, ce sont 69 166 litres de carburant qui ont été consommés selon les relevés communiqués par les prestataires. Le Groupe travaille sur la mise en place d'un suivi de l'ensemble des consommations de carburant des collaborateurs, au-delà des véhicules de société. Ce suivi devrait être rendu possible en 2024 grâce à la dématérialisation des notes de frais.

Malgré tout, Reworld Media dispose d'un parc de véhicules de société restreint en France d'environ 40 véhicules. Cette flotte

⁴⁸ Chiffres présentés pour les surfaces comparables pour les sites de Boulogne-Billancourt et Bagneux. Pour les consommations des nouvelles surfaces louées en 2023 (Boulogne, Bâtiment B) voir l'annexe 3.7.2, tableau de la consommation d'énergie - France.

⁴⁹ Parties privatives.

est en moyenne renouvelée tous les 2 à 3 ans. Le Groupe propose notamment à ses collaborateurs éligibles des modèles à motorisation hybride ou électrique. Les véhicules thermiques sont progressivement remplacés par des véhicules moins dépendants des énergies fossiles. En 2023, 12,5% des véhicules sont électriques, soit 5 voitures. A titre d'exemple, les commerciaux de la société PGP, qui sont amenés à beaucoup circuler, ont été équipés de 3 Tesla modèle Y (électriques) au moment du renouvellement des véhicules. 2 nouveaux véhicules électriques ont également été choisis pour la direction.

Par ailleurs, le trajet domicile-travail est un levier important sur lequel une entreprise peut agir pour réduire son empreinte carbone. En effet, en moyenne, plus de 70% des déplacements domicile-travail s'effectueraient aujourd'hui en voiture en France. Dans ce contexte, le Groupe encourage les collaborateurs à privilégier des solutions de mobilité douce et les soutient dans cette démarche.

Les deux sites principaux du Groupe, situés en Île-De-France, sont à proximité des transports publics. Le site de Boulogne-Billancourt se trouve à proximité de la station Marcel Sembat, desservie par la ligne 9. La ligne 4 du métro est aussi arrivée à Bagneux en janvier 2022, et la station Bagneux-Lucie Aubrac se trouve à 8 minutes à pied des locaux du Groupe. Cette proximité contribue au confort des collaborateurs et à la baisse de leur temps de transport.

Depuis 2022, le Groupe a mis en place un forfait « mobilité durable » pour les collaborateurs en France pour encourager les collaborateurs à privilégier les mobilités douces et limiter leur empreinte carbone. Il accorde à chaque collaborateur souhaitant utiliser un moyen de transport électrique (vélo, trottinette,

etc.) dans le cadre de ses trajets domicile-travail un forfait « achat » de 150 euros ou, pour ceux qui préfèrent la location, la prise en charge des frais de location dans la limite de 10 euros par mois et par collaborateur. Les collaborateurs qui se déplacent à vélo ont accès à un parking à vélo couvert, au sous-sol, sur le site de Bagneux et un parking non couvert, dans la cour intérieure du site de Boulogne-Billancourt. Des bornes de recharge et des prises pour véhicules électriques et hybrides rechargeables (voitures, scooters et vélos) sont accessibles dans les parkings des deux sites. Sur le site de Bagneux, 8 points de recharge ont été mis en place (4 bornes et 4 prises) et le local à vélo est aussi équipé de prises. Sur le site de Boulogne, 8 points de recharge ont aussi été installés (3 bornes et 5 prises).

En France, le Groupe a mis en place un dispositif de télétravail à hauteur d'un jour par semaine sur la base du volontariat, pour les collaborateurs dont le métier le permet. Au sein de ses filiales Tradedoubler, en France et à l'étranger, le nombre de jours de télétravail peut aller jusqu'à 3 jours par semaine sur la base du volontariat.

Dans un contexte de digitalisation croissante du monde du travail et d'allongement des temps de transport, le télétravail permet d'améliorer la qualité de vie et les conditions de travail des collaborateurs mais aussi de réduire l'impact environnemental de leurs trajets domicile/travail. L'utilisation d'équipements de visioconférence (Teams) permettent de faciliter le télétravail et de limiter les déplacements des collaborateurs, même si certains déplacements restent incompressibles comme la réalisation d'essais automobiles sur circuit ou la production d'événements sportifs.

3.5.2.2 Maîtriser l'utilisation des ressources, la production de pollutions et de déchets

Le Groupe souligne l'importance de l'engagement environnemental au sein de l'entreprise à travers des communications régulières. Il rappelle la nécessité de respecter la charte des écogestes numériques, tout comme l'importance de l'extinction des lumières dans les espaces inoccupés, notamment en l'absence de détecteurs de mouvement. Elle met également l'accent sur l'interdiction d'utiliser des chauffages d'appoint gourmands en énergie, encourage le tri sélectif et préconise la réduction des déplacements professionnels. Lorsque les déplacements sont nécessaires, elle invite à privilégier l'utilisation de transports en commun, le covoiturage, ou d'autres solutions de mobilité douce. Enfin, Le Groupe propose à ses collaborateurs une offre de restauration qui inclut des menus végétariens, dans l'une des cafétérias du siège de Boulogne.

En 2023, le Groupe a poursuivi le travail de sensibilisation des collaborateurs visant à promouvoir un comportement responsable. Ainsi, plusieurs collaborateurs au sein de la régie du Groupe ont pu participer à l'atelier collaboratif de la Fresque du Climat, qui a pour objectif de sensibiliser le public aux mécanismes du changement climatique, tels qu'expliqués dans les rapports du GIEC. Le Groupe étudie aussi plusieurs pistes pour aller plus loin, parmi lesquelles la possibilité d'organiser une journée d'action solidaire afin de mobiliser concrètement les collaborateurs autour d'un ou plusieurs projets avec des associations.

Économiser les consommables de bureau (eau, papier et encre)

Eau :

Le Groupe est conscient que l'eau est une ressource précieuse et limitée, qui doit être préservée et économisée. C'est pourquoi la limitation des consommations d'eau aux stricts besoins sanitaires est une priorité.

Le Groupe suit les consommations d'eau dans ses locaux de Bagneux, dans une démarche de lutte contre le gaspillage. Ils sont équipés de mitigeurs à détection de présence, qui permettent de réaliser jusqu'à 70% d'économies d'eau et un détecteur de fuite a également été installé sur le compteur général.

Concernant le site de Boulogne, un nouveau Syndic a été nommé en 2023. Cette année, la Direction des Services Généraux a été en mesure de récupérer la consommation d'eau globale des bâtiments qui composent le site de Boulogne. Rapportée aux tantièmes, le Groupe est parvenu à estimer la consommation effective des bureaux occupés par Reworld Media. La consommation d'eau n'a augmenté que de 64% sur le site cette année alors que sa surface a doublé. Les efforts déployés par le Groupe se montre payants.

Consommation d'eau en m ³ - France	2021	2022	2023
Boulogne Billancourt	1 211	1 363	2 241
Bagneux	1 201	1 380	1 546

Papier et encre :

Selon l'ADEME, chaque salarié consommerait l'équivalent de 3 ramettes de papier par mois, et 25% des documents seraient jetés 5 minutes après leur impression. Le Groupe a mis en place sur ses sites une politique stricte en matière d'utilisation du papier, dans l'objectif d'optimiser les coûts et de réduire le gaspillage de papier et d'encre au minimum.

Les imprimantes individuelles ont été restreintes aux seuls services ayant une obligation de confidentialité, et remplacées par des copieurs multifonctions, installés dans les espaces collaboratifs. Ces copieurs sont paramétrés pour libérer les impressions sur présentation du badge du collaborateur, grâce à un système d'authentification. Le papier à usage de bureau est certifié PEFC, FSC et/ou EU Ecolabel, et les impressions sont par défaut réalisées en recto-verso et en noir et blanc. Les collaborateurs ont aussi été sensibilisés par des communications internes aux écogestes, à savoir imprimer seulement si nécessaire et

réutiliser les feuilles imprimées sur une seule face comme papier brouillon.

Dans la gestion de ses propres flux, le Groupe favorise également le déploiement de solutions dématérialisées. Cela s'applique notamment aux abonnements de presse, qui sont souscrits en versions numériques quand cela est possible, et au traitement des factures des fournisseurs et des clients.

En 2023, le Groupe a poursuivi la dématérialisation de ses flux. Il a initié la mise en place d'une solution de contrathèque qui devrait permettre de dématérialiser le stockage, la validation et la signature des contrats commerciaux, puis éventuellement et des contrats des collaborateurs. De plus, un benchmark a été réalisé pour dématérialiser les notes de frais de l'ensemble des entités françaises du Groupe. Cette numérisation des notes de frais et des justificatifs devrait également permettre la collecte de données carbone de meilleure qualité afin d'améliorer la précision de la mesure de l'empreinte carbone du Groupe.

Milliers d'impressions de bureau par an - France	2021	2022	2023
Sites de Bagneux et Boulogne-Billancourt	905	994	978

Mettre en place d'une politique de tri, collecte et recyclage des déchets

Les déchets produits par le Groupe se composent principalement de « consommables », en premier lieu de papier de bureaux, et dans une moindre mesure, d'emballages tels que les canettes, les bouteilles plastiques et de cartouches d'encre.

En France, chaque collaborateur produirait en moyenne 130 kg de déchets par an. Le tri, la collecte et le recyclage des déchets est, au-delà d'une obligation réglementaire, un enjeu important pour le Groupe, qui est particulièrement sensible à la problématique de revalorisation du papier, eu égard par ailleurs à son activité d'éditeur de magazines et aux difficultés d'approvisionnement en papier qu'il rencontre. Il est aussi conscient de que l'extraction de ressources naturelles et la fabrication de produits entraînent des émissions de GES, que le recyclage permet de limiter.

Sur ses sites de Bagneux et Boulogne-Billancourt, le Groupe dispose de containers dédiés à la collecte du papier, installés dans les espaces collaboratifs et les zones de circulation, qui font l'objet d'une collecte par un prestataire externe toutes les semaines. En 2022, la Direction des Services Généraux a distribué une tasse aux couleurs du Groupe en matière céramique à l'ensemble de ses collaborateurs en France pour les encourager à limiter le recours aux gobelets à usage unique pour les boissons chaudes et froides. Lors de l'accueil de nouveaux collaborateurs, ceux-ci se voient distribuer une tasse. Sur le site de Boulogne-Billancourt, de nouvelles machines à café et autres boissons chaudes ont été installées. Elles permettent aux utilisateurs qui le souhaitent d'utiliser leur tasse personnelle moyennant une réduction de 10 centimes. Il en va de même pour la consommation de boissons chaudes dans les cafétérias qui coûtent

10 centimes de moins aux collaborateurs qui utilisent leurs propres tasses ou des contenants réutilisables plutôt que des gobelets.

Le Groupe a aussi pris la décision de supprimer progressivement en 2022 l'ensemble des corbeilles individuelles. Il a initié un chantier de rationalisation de ses archives, qui sont aujourd'hui gérées par des prestataires externes. Il s'est fixé pour objectif d'organiser la destruction des archives non nécessaires, par voie broyage, compactage et recyclage.

Le déploiement du tri sélectif avec intégration du tri des biodéchets, des mégots et des piles est en cours au siège de Boulogne. Reworld Media fait appel à Groom pour la collecte et la gestion des déchets. Il s'agit d'une société du secteur adapté et protégé, qui embauche donc à ce titre au minimum 55% de travailleurs handicapés. Elle a d'ailleurs pour objectif d'atteindre 75% des effectifs. Il s'agissait pour le Groupe de mener tout autant une action sociale qu'environnementale. Cette entreprise à mission crée des emplois solidaires à travers la filière de recyclage français. Groom mesure les volumes collectés afin de sensibiliser les collaborateurs et d'évaluer l'efficacité de la solution de tri. Cela permet de mettre en place un reporting précis avec plus de 30 indicateurs de performance (quantité de déchets, économies d'énergie, nombre d'heures de travail, etc.). Les collaborateurs sont également sensibilisés à travers une campagne d'affichage liée aux déchets et au tri qui sera disponible dans les bureaux. Ainsi seront mises en services des bornes de déchets dédiées aux déchets de papier et carton, de DIB (déchets industriels banals), de plastique, de verre, de métaux, de biodéchets, de mégots et de piles.

Réduire toutes les pollutions

Les Français passeraient environ 80% de leur temps à l'intérieur de bâtiments ou dans des espaces clos, où de nombreuses sources potentielles de pollution sont présentes (chimiques, biologiques ou physiques). Le Groupe est attentif à la qualité de l'air intérieur dans ses bureaux, qui représente à la fois un enjeu sanitaire et une composante du confort global des collaborateurs.

En France, les systèmes de ventilation et de filtration de l'air doivent fonctionner de sorte à permettre le renouvellement a minima de 25 m³ par heure et par occupant. Sur le site de Bagneux, le traitement d'air des espaces de bureaux et de restauration est réalisé par double flux avec récupération

d'énergie. Les salles de réunions sont équipées de capteurs de CO₂ qui permettent d'ajuster la ventilation en fonction du niveau d'occupation. Sur les deux sites du Groupe en Ile-De-France, les filtres des centrales de traitement de l'air sont remplacés 1 à 2 fois chaque année, en fonction de l'emplacement des filtres. La Direction des Services Généraux effectue aussi régulièrement des mesures pour contrôler la qualité de l'air.

En complément, les prestataires en charge de l'entretien des locaux ont la charge d'assurer une ventilation manuelle, en aérant les espaces de travail. Ces prestataires ont été notamment sélectionnés parce qu'ils utilisent des produits d'entretien et de nettoyage avec l'écolabel européen, qui ne détériorent pas

l'environnement durant leur cycle de vie. Ces produits contiennent moins de substances dangereuses, génèrent moins de déchets d'emballage, et ont une incidence réduite sur l'environnement.

En complément de ses espaces de bureaux, le Groupe occupe un atelier sur l'autodrome de Linas-Monthéry, sur lequel il réalise des essais automobiles destinés à alimenter en

termes de contenus les médias de la thématique auto. Pour assurer la sécurité de ses collaborateurs et des intervenants externes amenés à travailler dans cet atelier, le Groupe a mis en place une signalétique sur les produits dangereux, qui peuvent être inflammables, nocifs pour la santé ou polluants. Les produits contenant des Agents Chimiques Dangereux sont stockés dans des bacs de rétention en respectant les compatibilités.

3.6 Promouvoir

« Promouvoir » c'est valoriser au quotidien ce que le Groupe considère comme sa première richesse : les collaborateurs. L'humain chez Reworld Media est synonyme d'excellence, d'expertise et de passion. En France comme à l'international, Reworld Media prône au quotidien des valeurs telles que l'esprit d'équipe, l'initiative et l'optimisme. Toutes ces compétences intégrées au sein des équipes se retrouvent au quotidien dans les produits et les contenus proposés par ses médias thématiques. Tout en poursuivant sa dynamique d'innovation, le Groupe maintient sa croissance et son leadership. Cette stratégie vise à attirer les nouveaux talents, les invitant à rejoindre un groupe en pleine expansion où passion et excellence façonnent l'avenir. L'accompagnement et la fidélisation des talents restent également une priorité pour le Groupe, avec une attention particulière portée à l'engagement et au bien-être au travail. Reworld Media s'engage à créer un environnement respectueux de l'égalité des chances et des traitements pour permettre à chacun de s'épanouir au sein d'un Groupe dynamique et en constante évolution.

3.6.1 Agir pour la fidélisation des collaborateurs

Dans un marché de l'emploi caractérisé par une forte volatilité, particulièrement dans les secteurs de la tech et du digital, le groupe fait face à un défi majeur : la gestion de la croissance et la rétention des talents. En 2023, la stratégie du Groupe se concentre sur le recrutement, le management adaptatif des talents et l'accompagnement des managers. Parallèlement, l'amélioration de la qualité de vie au travail et le renforcement du dialogue social sont devenus des axes prioritaires pour favoriser l'épanouissement et la fidélisation des équipes au sein de l'entreprise.

3.6.1.1 Recruter et intégrer les nouveaux collaborateurs

Le marché dans lequel le Groupe évolue est extrêmement dynamique et demande d'adapter et de consolider son expertise. Face à l'avènement des réseaux sociaux et au développement de l'intelligence artificielle, Reworld Media valorise l'excellence dans la création de contenus forts et valorise le travail journalistique et scientifique. Dans un tel contexte, le Groupe affiche des besoins croissants de recrutement. Le Groupe veille à garantir la non-discrimination et à assurer une bonne réactivité vis-à-vis des candidats dans le cadre de ses procédures de recrutements.

En 2023, Reworld Media a consolidé son effectif avec le recrutement de 332 CDI, dont 241 en France, 3 en Italie et 2 aux États-Unis. L'intégration des équipes Unify a été une étape majeure, ajoutant 3 comités sociaux et économiques (CSE) au sein du Groupe. Pour gérer cette forte croissance, le service Ressources Humaines s'est fortement structuré et s'appuie, quand cela est nécessaire, sur des cabinets spécialisés. Avec la création d'un pôle recrutement dédié au sein de la Direction des Ressources Humaines et l'intégration d'un nouveau système d'information RH (Cegid HR Ultimate), les Ressources Humaines mettent l'accent sur l'optimisation du recrutement, du management et sur l'uniformisation des procédures.

L'accueil des collaborateurs est aussi primordial pour réussir l'intégration des nouveaux collaborateurs.

En France, tout nouvel arrivant reçoit un kit de bienvenue créé avec un ESAT (carnet de notes, stylo et mug) et un livret d'accueil qui présente les principales activités et reprend les informations essentielles sur le Groupe. En complément, le Groupe s'est équipé d'une solution d'« onboarding », qui permet d'offrir à chaque nouvelle recrue un parcours d'intégration sur-mesure. En effet, cette solution d'IA génère via un « chatbot » l'envoi des outils et documents essentiels à l'intégration, organise des rendez-vous clés dans le cadre de son arrivée et met en place un parrainage inter-salariés, chaque nouvel entrant se voyant désigner un « buddy » pour l'accompagner dans ses

premiers pas au sein de l'entreprise. Chacune des étapes de l'intégration est maîtrisée dès le premier jour d'arrivée.

Chaque mois, une communication interne est faite afin de présenter les nouveaux collaborateurs arrivés dans le mois écoulé (nom, prénom, intitulé du poste, photo) à toute l'entreprise grâce à l'envoi d'un courrier électronique et d'une publication sur l'intranet « myreworld » et sur les réseaux sociaux. Cela permet aux équipes en place de visualiser les nouveaux collaborateurs, leur rôle dans l'entreprise, et de faciliter leur intégration.

Tradedoubler, a également mis en place un parcours d'intégration incluant diverses étapes conçues pour faciliter l'entrée et l'adaptation de ses nouveaux employés.

En 2023, Reworld Media a enregistré un taux de rotation de son effectif de 28%, une augmentation légère par rapport à 2022 où ce taux s'établissait à 26%. L'interprétation de ce taux doit être faite à l'aune de la stratégie de croissance externe menée par le Groupe mais aussi d'éléments plus structurels tels que les tendances du marché de l'emploi et l'âge moyen des collaborateurs. En effet, au 31 décembre 2023, 43% des collaborateurs a moins de 35 ans. Cependant, l'ancienneté moyenne des collaborateurs, qui s'élève à 8,2 ans, témoigne de la capacité du Groupe à fidéliser ses talents sur le long terme.

Conscients de l'importance de sélectionner et de retenir ses collaborateurs pour assurer la pérennité et la transmission de sa culture d'entreprise, Reworld Media a mis en place des politiques visant à améliorer l'intégration, renforcer le sentiment d'appartenance, garantir la sécurité et le bien-être des équipes, tout en favorisant leur développement professionnel continu. Ces mesures visent à créer un environnement de travail propice à l'épanouissement professionnel et personnel, permettant ainsi de maintenir un taux de fidélisation élevé et de gérer efficacement la rotation du personnel dans un contexte de croissance et de changement.

3.6.1.2 Donner la priorité à la santé et au bien-être

Reworld Media s'engage à cultiver un environnement de travail où le bien-être et la sécurité des salariés priment. Cela inclut l'évaluation et la prévention des risques professionnels, physiques et psychosociaux d'une part, et la promotion d'un

équilibre entre la vie professionnelle et personnelle d'autre part. En outre, le Groupe a entrepris en 2023 d'importants aménagements des espaces de travail et de lieux de vie agréables pour améliorer le bien-être des employés. Ces

mesures prennent tout leur sens dans une période de croissance rapide et d'évolution organisationnelle, soulignant l'importance accordée au confort des équipes.

Adapter l'organisation du travail

En 2023, le Groupe a augmenté le télétravail à hauteur d'1 jour par semaine, contre 2 jours par mois jusqu'ici, améliorant la flexibilité et homogénéisant ses pratiques de télétravail sur l'ensemble des entités France. Cette mesure est encadrée par des chartes dans lesquelles le Groupe souligne également l'importance du droit à la déconnexion. A travers des communications internes et des évaluations annuelles, la Direction des Ressources Humaines rappelle régulièrement aux collaborateurs les principes essentiels relatifs au droit à la déconnexion contenus dans les chartes informatiques ou dans les chartes spécifiques relatives au droit à la déconnexion. Elles précisent leur droit à ne pas utiliser les outils numériques professionnels ou à être contactés pour des motifs professionnels en dehors de leur temps de travail habituel, renforçant l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

Concernant le soutien aux salariés réservistes, le Groupe respecte les modalités du code de la Défense et du code du Travail concernant ses obligations d'autorisation d'absence annuelle des membres de la Garde Nationale. Ainsi, lorsqu'il n'est pas fait application de l'article L. 2171-1, du second alinéa de l'article L. 4221-5 et des articles L. 4231-4 et L. 4231-5 du code de la défense, le réserviste salarié a droit à une autorisation d'absence annuelle d'une durée minimale de 10 jours ouvrés par année civile au titre de ses activités d'emploi ou de formation dans la réserve opérationnelle militaire ou la réserve opérationnelle de la police nationale. Au-delà de sa durée d'autorisation d'absence annuelle, le réserviste salarié peut obtenir l'accord du Groupe pour effectuer une période d'emploi ou de formation au titre de la réserve opérationnelle militaire ou de la réserve opérationnelle de la police nationale pendant son temps de travail. Le nombre de jours d'autorisation d'absence annuelle au titre de la réserve opérationnelle peut être étendu par un accord entre le Groupe et le collaborateur.

Offrir un environnement de travail attractif

Dans un contexte d'augmentation des équipes, Reworld Media concentre ses efforts sur le bien-être de ses salariés en s'attachant à leur offrir un environnement de travail agréable. Le Groupe a mis en place une série d'aménagements et d'initiatives sur le siège de Boulogne qui a accueilli un nouveau bâtiment en 2023. Les travaux d'agrandissement ont inclus la

création de nouveaux espaces de vie adaptés aux saisons, comme des cafétérias conviviales, des *rooftops* aménagés et végétalisés, et des terrasses. Le Groupe a également organisé diverses animations (cours de yoga et pilates, concours de galette des rois en partenariat avec Marmiton, concours de la plus belle décoration de Noël par service) et des événements festifs incluant des *afterworks*, la présence de *foodtrucks*, une soirée de fin d'année. Ces efforts s'inscrivent dans une démarche d'amélioration continue de la qualité de vie au travail, visant faciliter les échanges entre les collaborateurs et favorables à la convivialité.

Le Groupe réalise régulièrement des enquêtes de satisfactions auprès des salariés notamment à la suite d'actions liées au lieu de travail et aux événements organisés au sein du Groupe.

Favoriser la communication et la cohésion

Dans un contexte de forte croissance et de télétravail, Reworld Media renforce sa communication interne et la cohésion de ses équipes grâce à des initiatives favorisant les échanges entre collaborateurs et le déploiement d'outils fédérateurs.

2023 est marqué par le recrutement d'une responsable de communication et des événements internes. De nombreux temps forts comme les "Rencontres Inspirantes" (qui ont permis aux salariés de faire la connaissance de personnalités remarquables telles que Denis Masegla, Président du Comité National Olympique et Sportif (CNOSF), et Justine Hutteau, co-fondatrice de la marque de cosmétiques naturels *Respire*) ou encore l'organisation de courses à pied par la « *Running Team* » de Reworld Media ont permis aux collaborateurs de se réunir ou de se rencontrer autour d'événements conviviaux collaboratifs.

Avec l'intranet "myreworld", lancé en 2021, le Groupe continue de promouvoir l'actualité, les événements internes et les faits marquants, offrant à tous une perspective sur les possibilités de croissance et de postes disponibles, tant au niveau du Groupe qu'individuellement. Des portraits vidéo, régulièrement mis à jour, permettent de découvrir les visages de l'entreprise, leurs professions, leurs passions et loisirs, centralisés dans une section spéciale "Inside Reworld" ; parallèlement, l'affichage des dates d'anniversaires des membres du Groupe sur les écrans de TV internes renforce le sentiment d'appartenance et de faire groupe.

Yammer, le réseau social d'entreprise, facilite la communication instantanée et encourage la création de groupes pour des activités partagées, renforçant ainsi la cohésion interne.

Améliorer la qualité de vie au travail et intégrer toutes les diversités culturelles

Frédéric Bardet, Directeur des Ressources Humaines Groupe, Reworld Media

L'année 2023 a été marquée par la croissance externe et l'internationalisation, pouvez-vous nous en dire plus ?

En 2023, le Groupe a connu une forte croissance en France comme à l'international marquée par l'intégration de Unify, le rachat de Grazia et Icon en Italie et le lancement de Grazia aux États-Unis. Cette stratégie de croissance a été porteuse de nouvelles perspectives culturelles, de défis juridiques et sociaux liés notamment aux différences de législations applicables, et d'enjeux de cohésion de groupe. Des chantiers importants dont nous avons su tirer une force nouvelle, affirmant notre unité et notre présence mondiale.

Comment accueillir ces collaborateurs supplémentaires dans les meilleures conditions ?

Accueillir les nouvelles équipes a été un des chantiers principaux de l'année. Nous avons entrepris de gros travaux avec l'agrandissement du siège à Boulogne-Billancourt, et porté un point d'attention à l'amélioration d'espaces de vie collectifs et l'organisation d'événements inspirants et fédérateurs, suscitant un sentiment d'appartenance au Groupe.

Quel sont les défis majeurs pour cette nouvelle année 2024 ?

En 2024, les défis majeurs porteront essentiellement sur notre capacité à nous adapter à l'accélération numérique et à l'intégration de l'IA dans nos méthodes de travail, notamment avec le développement des marques sur les réseaux sociaux. Le recrutement de nouveaux talents, la formation des collaborateurs seront des éléments clés pour accompagner cette transformation tout en veillant à l'adaptation des compétences de nos équipes.

Identifier, mesurer et prévenir les risques sociaux

En 2023, le Groupe voit son taux d'absentéisme légèrement baisser à 5,7% (-2 points) et recense 7 accidents du travail.

Afin d'anticiper et identifier les situations de stress liées au travail pour les équipes, le Groupe réalise des enquêtes ponctuelles de satisfaction. L'objectif de ces enquêtes est de pouvoir identifier de façon précise les principaux facteurs générateurs de risques psychosociaux en interrogeant les collaborateurs dans les différents services de l'entreprise. Le Groupe s'engage à mettre en œuvre toutes les mesures pour éviter des cas de « burn-out », « brown-out » ou de « bore-out ». En termes de conditions de travail, les enquêtes menées révèlent le sentiment d'un collectif de travail solidaire et la fierté d'appartenir au secteur des médias. Aussi, les collaborateurs considèrent leur travail utile et porteur de sens.

Pour prévenir des risques psychosociaux, plusieurs actions de sensibilisation sont réalisées chaque année à l'initiative de la Direction des Ressources Humaines, qui incluent les managers opérationnels, l'équipe de la Direction des Ressources Humaines et le Comité de Direction. Des formations sont proposées aux collaborateurs du Groupe, notamment celle de salarié sauveteur secouriste du travail (SST). Cette formation certifiante a pour vocation à former les collaborateurs à porter les premiers secours à toute victime d'un accident du travail, mais

aussi à être acteur de la prévention des risques professionnels dans l'entreprise. En 2023, 136 personnes ont été formées au SST.

Les collaborateurs des sociétés dont l'organisation a évolué au cours des dernières années, ont accès, pour ceux qui le souhaitent et dans la confidentialité la plus totale, à une psychologue du travail et peuvent faire appel aux services d'une assistante sociale.

Une mise à jour du Document Unique d'Évaluation des Risques Professionnels (DUERP) est effectuée une fois par an avec les services spécialisés de la médecine du travail et les représentants du personnel.

Au niveau de Tradedoubler et ses filiales, une procédure d'alerte a été mise en place qui permet de signaler les cas identifiés de danger ou de risque dans l'entreprise en envoyant un message de manière anonyme à une adresse email générique. Cette initiative est en cours de déploiement au sein des autres entités du Groupe. En 2023 et comme tous les ans, Tradedoubler a réalisé une enquête de satisfaction auprès de ses collaborateurs. Il en ressort une note globale sous la forme d'un taux d'engagement de 4,2/5, légèrement supérieur à la moyenne des entreprises qui ont réalisé l'enquête (3,9/5).

Absence maladie - France	2021	2022	2023
Absence maladie en nombre de jours	8 826	10 546	11 246
Taux d'absentéisme	4,7%	5,9%	5,7%

3.6.1.3 Développer les compétences et l'employabilité

Déployer l'offre de formation du Groupe

Le Groupe accorde une place importante à la formation continue de ses employés, considérant celle-ci comme un levier fondamental de développement de leurs compétences et de performance globale de l'entreprise. Le Groupe fournit une gamme de formations parfaitement alignée avec les exigences spécifiques de ses divers secteurs d'activité et champs de compétence. Chaque membre du personnel peut exprimer ses demandes de formation, pour améliorer ses compétences techniques ou comportementales (*soft skills*), auprès de son manager ou de la Direction des Ressources Humaines lors des évaluations annuelles ou au cours de l'année. Parallèlement, il incombe aux managers de repérer et de hiérarchiser les besoins en formation de leurs équipes, en accord avec la Direction des Ressources Humaines.

En 2023, le Groupe a entrepris une série d'initiatives de formations en réponse à son contexte particulier de croissance externe. 205 collaborateurs du Groupe ont bénéficié d'une formation, soit 15% de l'effectif, pour un total de 1 999 heures, ce qui représente un investissement en formation externe de 98

K€. Parallèlement, Reworld Media Campus a continué à accompagner les collaborateurs et les managers du Groupe. Les principales initiatives de formation en 2023 sont :

- L'accompagnement des managers qui ont vu l'agrandissement de leurs équipes et l'élargissement de leurs domaines de compétences ;
- La santé-sécurité et la prévention des risques psychosociaux : ces sessions visent à promouvoir un environnement de travail sûr et sain, soulignant l'importance du bien-être au travail ;
- Les formations métiers et aux nouveaux outils.

Conscient de l'importance des formations pour maintenir sa position de leader et favoriser un environnement de travail innovant et inclusif, le Groupe a initié la création d'une nouvelle division formation au sein de la Direction des Ressources Humaines. De plus, le Groupe envisage en 2024 de travailler au déploiement d'une solution LMS⁵⁰ et à la création d'un catalogue de formations en ligne pour former l'intégralité des collaborateurs, partout dans le monde, sur plusieurs sujets clés.

Groupe	2023
Heures de formation	1 999
Coût annuel formation externe en K€	98
Nombre de salariés ayant bénéficié d'une formation	205
Part des collaborateurs ayant reçu une formation au cours de l'année	15%

⁵⁰ Learning Management System.

France	2021	2022	2023
Heures de formation	1 445	1 956	1 953
Coût annuel formation externe en K€	267	101	97
Nombre de salariés ayant bénéficié d'une formation	151	248	195
Part des collaborateurs ayant reçu une formation au cours de l'année	22%	30%	20%

Organiser les évolutions de carrière pour pérenniser les emplois et les compétences

Afin de fidéliser les collaborateurs et de pérenniser ses expertises métiers, le Groupe considère la gestion des carrières comme une priorité. Qu'ils s'agissent de remplacements ou de créations de poste, le Groupe ouvre en premier lieu les postes à pourvoir, disponibles sur l'intranet « myreworld », aux candidatures internes.

La mobilité interne apporte au collaborateur qui en bénéficie un nouvel élan dans son parcours professionnel tout en conservant une sécurité contractuelle et un environnement de travail familial. Elle permet au Groupe de conserver les compétences du collaborateur sur le long terme et de favoriser le partage d'expériences entre les différents services.

Le Groupe organise chaque année une campagne d'entretiens annuels. Ces entretiens ont été dématérialisés en 2021 afin de faciliter le suivi par la Direction des Ressources Humaines et de permettre un meilleur accompagnement des collaborateurs. Ils sont accessibles en ligne de manière

confidentielle. Ils permettant à chaque collaborateur de préparer les entretiens, de les partager avec son manager et d'accéder à aux entretiens des années antérieures.

L'entretien annuel d'évaluation a pour objectifs d'effectuer le bilan de l'année écoulée, d'évaluer les compétences et de fixer les objectifs pour l'année à venir. Dans le cadre des entretiens annuels d'évaluation, chaque collaborateur est aussi amené à s'interroger et à échanger avec son manager sur l'organisation de son travail, l'équilibre entre sa vie personnelle et professionnelle ainsi que sur le suivi de sa charge de travail. En application de la loi relative à la formation professionnelle, un entretien professionnel est proposé aux collaborateurs du Groupe à partir de 2 ans d'ancienneté. Cet entretien a pour objectif de revenir sur le parcours professionnel du collaborateur et d'aborder avec lui ses souhaits d'évolution professionnelle, de revenir sur les formations passées et d'identifier les besoins de formation à venir.

3.6.1.4 Partager la valeur avec les collaborateurs

Rémunération

La politique de rémunération du Groupe s'inscrit dans une démarche globale, qui vise à concilier l'évolution de la rémunération des collaborateurs avec la nécessaire maîtrise de la masse salariale, en vue de partager la valeur créée avec les collaborateurs.

Le Groupe a pour ambition d'offrir une rémunération individuelle équitable, non-discriminante et compétitive, qui reflète la performance et le niveau de responsabilité de chaque collaborateur. La politique de rémunération doit permettre au Groupe d'attirer, retenir et motiver les talents et les ressources clés. Cette politique est déclinée dans les différents métiers et zones géographiques où le Groupe opère, en tenant compte des pratiques sectorielles et du contexte macro-économique.

Les augmentations de salaires et le versement de primes ou bonus exceptionnels sont fondés sur la performance individuelle et la reconnaissance du mérite. Les rémunérations variables sont déterminées en fonction de résultats individuels ou collectifs, selon des objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs définis contractuellement.

La rémunération des collaborateurs est revue chaque année par les membres du Comité de Direction et la Direction Générale. La Direction des Ressources Humaines mène à cet égard des discussions avec les représentants du personnel de ses filiales françaises dans le cadre de la Négociation Annuelle Obligatoire (NAO).

Fait marquant de 2023, les 2 accords NAO conclus au sein de Reworld Media Connect mettent l'accent sur salaires, le partage de la valeur, le temps de travail, et l'égalité hommes femmes. Cette initiative illustre l'engagement du Groupe à créer un environnement de travail inclusif et respectueux, favorisant le bien-être de tous ses collaborateurs.

Participation, épargne salariale et partage du capital

Le Groupe Reworld Media souhaite associer les salariés à sa réussite financière par la mise en place de la participation. En permettant aux salariés de partager les fruits des succès de Reworld Media, la participation financière peut renforcer la motivation, l'engagement et la fidélité des employés, tout en favorisant une culture d'entreprise axée sur la performance et la collaboration.

En 2023, les résultats des différentes sociétés du Groupe au titre de l'exercice 2022 ont permis la constitution de réserves de participation d'un montant global brut de près de 666 K€. 1 335 collaborateurs en France ont pu bénéficier en 2023 d'un versement à ce titre.

Enfin, le Groupe a mis en place en 2023 un nouveau plan d'actions gratuites portant sur 2 978 500 actions au profit des collaborateurs du groupe. Ce mécanisme de rémunération complémentaire vise à motiver et à fidéliser les collaborateurs clés, tout en alignant leurs intérêts sur ceux du Groupe. Fruit de plans d'actions gratuites antérieurs, et depuis la création de Reworld Media, il a été attribué 3 074 980 actions gratuites au profit des collaborateurs, ce qui représente 5,43% du capital de la société.

Participation brute 2022 versée en 2023	Montant brut en K€	Nombre de bénéficiaires
UES RMM-ERAS	243	630
UES AUFEMININ	125	358
Reworld Media Factory	220	238
Reworld Media Connect	78	99
Total	666	1 335

Autres mesures en faveur du pouvoir d'achat des collaborateurs

Dans un contexte inflationniste qui impacte le quotidien de ses employés, Reworld Media a lancé, au début de l'année 2023, de nouvelles initiatives destinées à renforcer le pouvoir d'achat de ses collaborateurs.

Il a procédé au versement de la Prime de Partage de la Valeur dans le cadre de la « loi pouvoir d'achat » à tous les collaborateurs permanents (CDI et CDD) en France dont la rémunération sur les 12 derniers mois est inférieure ou égale à 3 smic annuels. Le montant de la prime versée est variable en fonction du niveau de rémunération, allant de 300 € à 500 € pour les salaires les plus bas. Pour les collaborateurs rémunérés à temps partiel ou en CDD ainsi que pour les collaborateurs entrés en cours de période, le montant de la prime est proratisé en fonction de la durée contractuelle de travail ou de la durée de présence sur l'année.

En termes de restauration, le Groupe a revalorisé de près de 10% le montant de la participation employeur au restaurant inter-entreprise dont bénéficient les collaborateurs présents sur le site de Bagneux (environ 25% de l'effectif). Pour les collaborateurs n'ayant pas accès au restaurant d'entreprise, la valeur faciale des tickets-restaurant a été harmonisée et augmentée à compter du 1^{er} mars 2023 à 9 € pour tous les collaborateurs en France qui en bénéficient.

Le Groupe propose également à ses collaborateurs en France une aide à l'achat (150 €) et à la location (10 €/mois) d'un vélo électrique (cf. 3.6.2.1 Calculer et réduire l'empreinte climatique du Groupe) contribuant ainsi à l'amélioration de leur pouvoir d'achat.

3.6.1.5 Soutenir le dialogue social

Dans un contexte multiculturel grandissant lié à sa croissance externe, à la diversité de ses métiers et à son internationalisation, Reworld Media reconnaît l'importance et promeut continuellement le dialogue social.

Avec 8 CSE, le Groupe a, comme chaque année mené les négociations annuelles obligatoires et 2 accords NAO ont été signés cette année au sien de la société RMC.

Par ailleurs, l'intégration du dialogue social en Italie a illustré la complexité des pratiques au niveau international, confronté Reworld Media à des législations différentes et à des modalités de dialogue variées. Cette démarche s'inscrit dans la politique d'internationalisation du Groupe et montre l'effort pour intégrer les équipes au-delà des frontières françaises, en respectant la réglementation ainsi que les spécificités de chaque contexte national.

3.6.2 Agir pour l'inclusion et la diversité

Le Groupe s'engage à accorder une égale opportunité de recrutement, de mobilité, de promotion, de formation, de rémunération à chacun, sans aucune distinction d'origine ethnique, sociale ou culturelle, de genre, de religion, d'âge, d'orientation sexuelle ou de situation de vie privée.

L'ambition du Groupe en matière d'inclusion se concrétise aussi par la mise en place d'une politique sociale visant à soutenir l'insertion professionnelle de populations parfois éloignées de l'emploi, comme les jeunes, les demandeurs d'emploi ou les personnes en situation de handicap.

3.6.2.1 Recruter toutes les compétences

S'engager pour la formation et l'emploi des jeunes

Reworld Media porte une attention particulière à l'accompagnement des jeunes en stage ou en alternance tout au long de leur parcours, et encourage le partage entre les nouvelles générations et les collaborateurs plus expérimentés. Par la découverte du monde de l'entreprise et la formation à des compétences métiers, ces contrats constituent de véritables tremplins vers l'emploi.

En 2023, le Groupe a accueilli 76 nouveaux collaborateurs en contrat d'alternance ou de professionnalisation, et 28 nouveaux stagiaires.

Ce sont 11 jeunes en contrats d'alternance et 3 stagiaires qui ont accepté de rejoindre le Groupe en CDI à l'issue de leur contrat initial.

En tenant compte des CDD, la part des recrutements en CDI issus de CDD, de contrats d'alternance ou de stages atteint en 2023 presque 7% du total des recrutements réalisés en CDI. Ces chiffres témoignent de l'engagement du Groupe à former et intégrer les jeunes dans le monde professionnel en offrant des perspectives d'emploi durables à la nouvelle génération.

Faciliter l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap

Le Groupe s'engage à promouvoir l'insertion et la non-discrimination des personnes en situation de handicap. Cet engagement s'articule d'abord par des actions concrètes en faveur de l'emploi direct : le recrutement, la mise en place de conditions favorables à la déclaration du handicap par les collaborateurs afin de permettre une prise en charge adaptée des emplois et des postes, ou encore l'accessibilité des espaces et l'aménagement du temps de travail.

Au-delà de ces actions, le Groupe s'engage à promouvoir l'insertion par la réalisation d'achats inclusifs, et a intégré cet

engagement dans le projet de guide des achats éthiques et responsables.

En 2023, Reworld Media poursuit son partenariat avec Café Joyeux, une entreprise de cafés et restaurants solidaires qui emploie des personnes en situation de handicap, pour l'approvisionnement des machines à café situées dans les espaces collaboratifs du site de Boulogne-Billancourt. Par ailleurs, le Groupe démarre en 2024 un nouveau partenariat pour la gestion des déchets des bureaux en France, avec la société Groom qui s'engage à employer 55% de ses effectifs en situation de handicap.

France	2021	2022	2023
Nombre de CDD transformés en CDI	7	10	8
Nombre de contrats d'alternance transformés en CDI	2	7	11
Nombre de stages transformés en CDI	Non disponible	Non disponible	3
Part des recrutements en CDI issus de CDD et de contrats d'alternance	Non disponible	9%	7%
Part de salariés en situation de handicap	1,6%	1,3%	1,3%

3.6.2.2 Assurer l'égalité professionnelle

Politique sociale en termes d'égalité professionnelle

La politique sociale de Reworld Media souligne son engagement envers les principes de mixité et d'égalité femmes-hommes en matière de recrutement, d'information, d'accès aux postes de management et de rémunération.

En 2023, les femmes représentent 60% de l'effectif du Groupe et 58% de l'effectif en France. Elles représentent aussi 61% de l'effectif des cadres en France.

La nomination de Patrycja Mothon en tant qu'administratrice indépendante marque un point fort dans la stratégie de diversité du conseil d'administration, augmentant à 40% la part des femmes administratrices en 2023.

Pour corriger les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, Reworld Media alloue chaque année des enveloppes spécifiques dédiées au rattrapage des éventuels écarts de rémunération, illustrant son approche proactive en matière d'égalité salariale. En 2023, ces enveloppes représentent 0,2% d'augmentation de la masse salariale dans les sociétés RMM & EMAS et RMC.

Afin de renforcer ses engagements en matière de lutte contre la discrimination et les agissements sexistes, le Groupe a désigné des référents, élus du personnel, au sein des CSE de Reworld Media Connect et Reworld Media Factory.

Part des femmes au Conseil d'Administration ⁵¹	2021	2022	2023
Nombre de femmes au Conseil d'Administration	0	1	2
Part des femmes au Conseil d'Administration au 31/12/N	0%	25%	40%

Part des femmes dans les effectifs Groupe	2021	2022	2023
Part des femmes dans l'effectif en ETP moyen annuel	Non disponible	59%	60%
Part des femmes au Comité de Direction au 31/12/N	23%	23%	17%
Part des femmes parmi les 10 meilleures rémunérations du Groupe au 31/12/N	Non disponible	50%	40%

Part des femmes dans les effectifs France	2021	2022	2023
Part des femmes dans l'effectif en ETP moyen annuel	60%	58%	58%
Part des femmes cadres en CDI en ETP moyen annuel	Non disponible	62%	61%
Part des femmes parmi les 10 meilleures rémunérations du Groupe au 31/12/N	Non disponible	40%	30%

Index d'égalité professionnelle

Conformément à la loi du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, et à son décret d'application du 8 janvier 2019 visant à supprimer les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes, le Groupe calcule chaque année les index égalité femmes-hommes pour les sociétés ou UES éligibles en France. Cet indicateur tient compte de plusieurs aspects : la rémunération, les augmentations, les promotions, les augmentations au retour de congé maternité et la présence des femmes parmi les plus gros salaires de l'entreprise.

En 2023, la note moyenne des entreprises en France s'établit à 88/100⁵² en progression de +2 points par rapport à 2022. L'ensemble des sociétés ou UES du Groupe qui calculent un index d'égalité ont obtenu une note largement supérieure à la moyenne, mais aucune n'a obtenu la note maximale de 100/100.

Seulement 27 % des entreprises en France respectent une parité ou une quasi-parité dans les 10 meilleures rémunérations ; et 5 entreprises sur 10 de plus de mille salariés comptent moins de 2 femmes parmi leurs 10 plus grosses

⁵¹ Conseil d'administration de Reworld Media SA. En 2022, le Conseil d'Administration était composé de 4 administrateurs dont 1 femme. En 2023, le Conseil d'Administration est composé de 5 administrateurs dont 2 femmes.

⁵² Source egapro.travail.gouv.fr pour 2023 Périmètre France, 30119 entreprises déclarantes, tous secteurs d'activités confondus. (<https://egapro.travail.gouv.fr/index-egapro/recherche?year=2023>).

rémunérations⁵³. En 2023, la part de femmes dans les 10 salaires les plus élevés du Reworld Media se monte à 40%. Cette

part se porte à 30% pour le périmètre France. Ce chiffre est au-dessus de la moyenne des entreprises en France.

Index d'égalité professionnelle	2021	2022	2023
Reworld Media Factory	94 / 100	98 / 100	96/100
Reworld Media Connect	100 / 100	87 / 100	95/100
UES RMM-ERAS	89 / 100	93 / 100	97/100
UES Aufeminin	Non consolidé	94 / 100	98/100
UES Neweb Développement	Non consolidé	98 / 100	Non applicable
Reworld Media Services	Non applicable	Non applicable	88/100

⁵³ Source travail-emploi.gouv.fr, données 2022. Données 2023 non disponibles.

3.7 Notes méthodologiques

3.7.1 Méthodologie de construction de la Déclaration de Performance Extra-Financière

3.7.1.1 Périmètre de la DPEF et méthodologie de *reporting* des indicateurs prioritaires

La DPEF ambitionne de couvrir les entités que le Groupe contrôle et qui sont à titre consolidées selon la méthode de l'intégration globale. La liste complète de ces entités est fournie dans l'annexe des comptes consolidés du Groupe qui figure dans le chapitre 4 du rapport financier et extra-financier annuel.

En janvier 2023, le Groupe a fait l'acquisition de Reworld Media Italia, qui est intégré dans le périmètre de la DPEF 2023.

La direction administrative et financière en charge de la RSE qui a piloté la réalisation de ce rapport tient à remercier l'ensemble de ses parties prenantes pour leurs contributions.

En interne, elle remercie notamment les équipes de la Direction des Ressources Humaines, la Direction des Services Généraux, la Direction Juridique, la Direction des Systèmes d'Information, la Direction de la régie Reworld Media Connect, la Direction des activités de presse, la Direction des rédactions interrogées, la Direction des Publications Grand Public, la Direction des activités numériques, la Direction Social Media ainsi que la Direction des Opérations Industrielles.

En externe, elle remercie particulièrement Patrycja Mothon, administratrice, ses fournisseurs UPM Communication Papers, Maury Imprimeur et GLS, ainsi que le Syndicat des Régies Internet (SRI).

3.7.1.2 Méthodologie de *reporting* des indicateurs prioritaires

Afin de faciliter la comparaison dans le temps, les indicateurs prioritaires de performance extra-financière sont, dans la plupart des cas, présentés sur plusieurs exercices (2 ou 3) : 2021, 2022 et 2023. Afin de préserver la comparabilité des indicateurs entre les exercices, et à chaque fois que cela était possible, les indicateurs déjà présentés en 2021 ont été recalculés en 2022 afin de tenir compte de l'évolution du périmètre de la DPEF.

Lorsque cela s'avère nécessaire, une note est fournie relative à l'indicateur présenté pour préciser le périmètre de l'indicateur ou décrire un éventuel changement de la méthode de calcul.

3.7.1.3 Vérification des indicateurs prioritaires

Dans le cadre de sa mission, l'Organisme Tiers Indépendant (« OTI ») a procédé à des vérifications sur des informations qualitatives et quantitatives qu'il a sélectionnées, car il a jugé qu'elles étaient les plus importantes au regard de l'activité du Groupe. Ces informations sont détaillées dans le rapport de l'OTI au chapitre 3.8.3.

3.7.2 Tableau des indicateurs prioritaires

Introduction - Indicateurs de gouvernance

Composition du Conseil d'Administration - Reworld Media SA	Unités	2021	2022	2023
Administrateurs	Nombre	3	4	5
Dont Femmes	Nombre	-	1	2
Part de femmes	%	-	25%	40%
Dont administrateurs indépendants	Nombre	1	2	3
Part d'administrateurs indépendants	%	33%	50%	60%
Age moyen des administrateurs	Nombre d'années	47	48	47

Composition du Comité de Direction - Reworld Media	Unités	2021	2022	2023
Membres	Nombre	13	13	12
Dont Femmes	Nombre	3	3	2
Part de femmes	%	23%	23%	17%
Age moyen des membres du Comité de Direction	Nombre d'années	45	46	47

Transmettre - Indicateurs sociétaux

Campagnes Responsables - Reworld Media Connect	Unités	2021	2022	2023
Annonces ayant réalisé une campagne responsable	Nombre	34	112	275
Annonces ayant réalisé une campagne responsable / Total d'annonceurs actifs	%	3%	9%	5%

Campagnes gratuites en faveur des annonceurs « Grandes Causes » - Reworld Media Connect	Unités	2021	2022	2023
Annonces "Grandes Causes" (associations ou ONG)	Nombre	32	33	34
Pages de publicité servies en faveur d'annonceurs « Grandes Causes »	Nombre	142	144	145
Valorisation de la publicité servies en faveur d'annonceurs « Grandes Causes »	K€	Non disponible	1 663	1 722

Données personnelles en France	Unités	2021	2022	2023
Plaintes au DPO (Délégué à la protection des données)	Nombre	4	3	11

Optimiser - Indicateurs environnementaux

Edition de magazines thématiques - Groupe	Unités	2021	2022	2023	% de variation
Titres édités	Nombre	123	139	122	-12%
Parutions imprimées	Nombre	1 400	1 433	1 098	-23%
Achats de papier destiné à l'édition des magazines	Tonnes	31 775	28 660	25 981	-9%
Part des achats de papier labellisée PEFC à 70%	% des achats	100%	100%	100%	-
Part des fibres recyclées sur le papier acheté	%	22%	24%	28%	+4pts
Part des titres édités distribués aux abonnés avec un écoemballage ⁵⁴	%	Non disponible	28%	96%	+68pts

CITEO - Groupe ⁵⁵	Unités	2021	2022	2023	% de variation
Pages de publicité servies pour le compte de CITEO au titre de l'année N-1	Nombre de pages quadri standard	85	65	Non disponible	-24%
Valorisation de l'écocontribution CITEO en nature et en numéraire	K€	812	766	Non disponible	-6%

Sites internet - Groupe	Unités	2021	2022	2023
Nombre de sites internet édités	Nombre	Non disponible	73	72

Consommation d'énergie - France	Unités	2021	2022	2023
Consommation d'électricité -Boulogne-Billancourt - Bâtiment C	MWh	310	321	319
Consommation d'électricité - Bagneux	MWh	176	175	177
Consommation d'électricité - Sous-total comparable 2021-2023	MWh	486	496	496
Consommation d'électricité - Boulogne-Billancourt - Bâtiment B	MWh	Non applicable	Non applicable	21
Consommation d'électricité - Boulogne-Billancourt - Bâtiment D	MWh	Non disponible	18	17
Consommation d'électricité - Boulogne-Billancourt - Bâtiment A	MWh	Non disponible	67	91
Consommation d'électricité ⁵⁶	MWh	486	581	625
Consommation d'eau ⁵⁷	M ³	2 412	2 743	3 787

Consommation de papier à usage interne / de bureau - France	Unités	2021	2022	2023
Part du papier labellisé PEFC/FSC	%	100%	100%	100%
Volume d'impressions	Millier d'impressions	905	994	978

Surface de terrasses végétalisées - France	Unités	2021	2022	2023
Site de Boulogne-Billancourt	M2	50	50	50
Site de Bagneux	M2	900	900	900
Total		950	950	950

⁵⁴ 3 titres ne sont pas envoyés sous écoemballage pour des raisons réglementaires au 31/12/2023.

⁵⁵ Données disponibles au 31/12/2023 pour toutes les sociétés du périmètre de consolidation situées en France.

⁵⁶ Consommation d'électricité des principaux sites au 8 rue Barthélémy D'Anjou, 92100 Boulogne-Billancourt (bâtiment C pour 2021, bâtiment A, C et D pour 2022, Bâtiments A,B,C et D pour 2023, parties privatives) et au 40, avenue Aristide Briand, 92220 Bagneux (parties privatives).

⁵⁷ Données disponibles pour le site situé au 40, avenue Aristide Briand, 92220 Bagneux et les principaux sites au 8 rue Barthélémy D'Anjou (Bâtiment A,B,C et D pour 2023). L'augmentation s'explique par le doublement de la surface occupée dans les bureaux de Boulogne.

Promouvoir - Indicateurs sociaux

GlobaF⁵⁸

En nombre de contrats

Effectif global par type de contrat au 31/12/N	Unité	2021	% du total	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
CDI	Nombre de contrats	935	89%	1 260	87%	1 252	90%	-1%
CDD / CDDU	Nombre de contrats	48	5%	58	4%	40	3%	-31%
CP / CA	Nombre de contrats	58	6%	113	8%	76	5%	-33%
Stages	Nombre de contrats	11	1%	25	2%	20	1%	-20%
Total	Nombre de contrats	1 052	100%	1 456	100%	1 388	100%	-5%

Effectif global par pays au 31/12/N	Unité	2021	% du total	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
France	Nombre de contrats	775	74%	1 122	77%	978	70%	-13%
Dont Tradedoubler	Nombre de contrats	39	4%	40	3%	44	3%	10%
Dont reste du groupe	Nombre de contrats	736	70%	1 082	74%	934	67%	-14%
Suède	Nombre de contrats	61	6%	64	4%	75	5%	17%
Espagne	Nombre de contrats	54	5%	58	4%	49	4%	-16%
Pologne	Nombre de contrats	53	5%	60	4%	67	5%	12%
Royaume-Uni	Nombre de contrats	32	3%	74	5%	75	5%	1%
Allemagne	Nombre de contrats	30	3%	28	2%	36	3%	29%
Italie	Nombre de contrats	23	2%	23	2%	68	5%	196%
Autres pays européens	Nombre de contrats	11	1%	18	1%	19	1%	6%
Asie	Nombre de contrats	13	1%	9	1%	19	1%	111%
Australie	Nombre de contrats	NA	NA	NA	NA	2	>0%	NA
États-Unis	Nombre de contrats	NA	NA	NA	NA	2	>0%	NA
Total	Nombre de contrats	1 052	100%	1 456	100%	1 388	100%	-5%

Répartition de l'effectif par tranche d'âge au 31/12/N	Unité	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
Moins de 25 ans	Nombre de contrats	148	10%	138	10%	-7%
De 25 à 34 ans	Nombre de contrats	511	35%	459	33%	-10%
De 35 à 44 ans	Nombre de contrats	339	23%	303	22%	-11%
De 45 à 54 ans	Nombre de contrats	280	19%	277	20%	-1%
55 ans et plus	Nombre de contrats	178	12%	199	14%	11%
Non disponible	Nombre de contrats	NA	Na	12	1%	-
Total	Nombre de contrats	1 456	100%	1 388	100%	-5%

⁵⁸ Les données présentées dans cette partie au titre du groupe sont hors contrats de piges et intermittents, et concernent les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation. Les données présentées pour l'année 2021 ne comprennent pas les sociétés Eeple, Presse Manette et Apps TV, acquises par Reworld Media fin octobre 2021.

GlobaF⁵⁹

En ETP

Effectif global par type de contrat	Unité	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
CDI	ETP moyen annuel	1 038	88%	1 214	88%	17%
CDD / CDDU	ETP moyen annuel	50	4%	44	3%	-12%
CP / CA	ETP moyen annuel	64	5%	100	7%	57%
Stages	ETP moyen annuel	33	3%	28	2%	-15%
Total	ETP moyen annuel	1 185	100%	1 386	100%	17%

Effectif global par pays	Unité	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
France	ETP moyen annuel	880	74%	989	71%	12%
Dont Tradedoubler	ETP moyen annuel	44	4%	40	3%	-8%
Dont reste du groupe	ETP moyen annuel	837	71%	949	68%	13%
Suède	ETP moyen annuel	68	6%	74	5%	9%
Espagne	ETP moyen annuel	58	5%	50	4%	-13%
Pologne	ETP moyen annuel	56	5%	64	5%	14%
Royaume-Uni	ETP moyen annuel	44	4%	71	5%	62%
Allemagne	ETP moyen annuel	28	2%	32	2%	14%
Italie	ETP moyen annuel	23	2%	66	5%	191%
Autres pays européens	ETP moyen annuel	16	1%	16	1%	0%
Asie	ETP moyen annuel	12	1%	21	2%	71%
Australie	ETP moyen annuel	NA	NA	2	>0%	NA
États-Unis	ETP moyen annuel	NA	NA	1	>0%	NA
Total	ETP moyen annuel	1 185	100%	1 386	100%	17%

Part des femmes dans l'effectif global	Unité	2022	% du total	2023	% du total
Femmes	ETP moyen annuel	695	59%	835	60%
Hommes	ETP moyen annuel	490	41%	551	40%
Total	ETP moyen annuel	1 185	100%	1 386	100%

⁵⁹ Les données présentées dans cette partie au titre du groupe sont hors contrats de piges et intermittents, et concernent les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation. Les données présentées pour l'année 2021 ne comprennent pas les sociétés Eeple, Presse Manette et Apps TV, acquises par Reworld Media fin octobre 2021.

Global⁶⁰

Autres données

Part des femmes parmi les 10 meilleures rémunérations	Unité	2022	% du total	2023	% du total
Femmes	Nombre de salariés	5	50%	4	40%
Total	Nombre de contrats	10	100%	10	100%

Fidélisation des collaborateurs	Unité	2022	2023
Taux de rotation des effectifs en CDI ⁶¹	%	26 %	28%
Ancienneté moyenne au 31/12/N	Nombre d'années	8,5	8,2

Formation	Unité	2022	2023
Heures de formation	Heures	2 166	1 999
Coût annuel formation externe	K€	111	98
Salariés ayant bénéficié d'une formation	Nombre de salariés	270	205
Part des collaborateurs ayant reçu une formation au cours de l'année	%	23%	15%

⁶⁰ Les données présentées dans cette partie au titre du groupe sont hors contrats de piges et intermittents, et concernent les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation. Les données présentées pour l'année 2021 ne comprennent pas les sociétés Eeple, Presse Manette et Apps TV, acquises par Reworld Media fin octobre 2021.

⁶¹ Le taux de rotation ou « turnover » est défini selon le rapport suivant : toutes les sorties (hors mobilités internes) et arrivées en CDI au cours de l'année N, divisées par l'effectif CDI présent au 1er janvier de l'année N. Il comprend les départs volontaires et involontaires.

En France ⁶²

Données en nombre de contrats

Effectif par type de contrat au 31/12/N en France	Unité	2021	% du total	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
CDI	Nombre de contrats	642	87%	922	85%	827	88%	-10%
CDD / CDDU	Nombre de contrats	37	5%	35	3%	24	3%	-31%
CP / CA	Nombre de contrats	46	6%	107	10%	72	8%	-33%
Stages	Nombre de contrats	11	1%	18	2%	11	1%	-39%
Total	Nombre de contrats	736	100%	1082	100%	934	100%	-14%

Insertion professionnelle et handicap en France	Unité	2021	% du total CDI 31/12/N	2022	% du total CDI 31/12/N	2023	% du total CDI 31/12/N	% de variation
CDD transformés en CDI	Nombre de contrats	7	1%	10	1%	8	1%	-20%
Contrats d'apprentissage transformés en CDI	Nombre de contrats	2	<1%	7	<1%	11	1%	57%
Stages transformés en CDI	Nombre de contrats	Non disponible	Non applicable	Non disponible	Non applicable	3	>0%	Non applicable
Part des recrutements en CDI issus de CDD ou de contrats d'apprentissage	%	Non disponible	Non applicable	9%	Non applicable	7%	Non applicable	-2%
Part de salariés en situation de handicap	%	1,6%	Non applicable	1,3%	Non applicable	1,3%	Non applicable	0%

En France ⁶³

Données en ETP (Equivalent Temps Plein) moyen annuel

Part des femmes parmi l'effectif en France	Unité	2021	% du total	2022	% du total	2023	% du total	% de variation
Femmes	ETP moyen annuel	418	60%	489	58%	552	58%	13%
Total	ETP moyen annuel	695	100%	837	100%	949	100%	13%

Part des femmes parmi les cadres en CDI en France	Unité	2022	% du total	2023	% du total
Femmes	ETP moyen annuel	276	62%	316	61%
Total	ETP moyen annuel	443	100%	519	100%

⁶² Les données présentées au titre de la France sont hors contrats de piges, et concernent les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation, à l'exception des filiales de Tradedoubler en France (Tradedoubler SARL et R-Advertising).

⁶³ Les données présentées au titre de la France sont hors contrats de piges, et concernent les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation, à l'exception des filiales de Tradedoubler en France (Tradedoubler SARL et R-Advertising).

En France ⁶⁴

Autres données

Part des femmes parmi les 10 meilleures rémunérations en France	Unité	2022	% du total	2023	% du total
Femmes	Nombre de salariés	4	40%	3	30%
Total	Nombre de contrats	10	100%	10	100%

Ratio égalité Homme/Femme Principales filiales en France	Unité	2021	2022	2023	% de variation
Reworld Media Factory	Indice / 100	94 / 100	98/100	96/100	-2 pts
Reworld Media Connect	Indice / 100	100 / 100	87/100	95/100	+8 pts
UES RMM-ERAS	Indice / 100	89 / 100	93/100	97/100	+4 pts
UES Aufeminin	Indice / 100	N/A	94/100	98/100	+4 pts
UES Neweb Développement	Indice / 100	N/A	98/100	N/A	N/A
Reworld Media Services	Indice / 100	N/A	N/A	88/100	N/A

Absentéisme et santé en France	Unité	2021	2022	2023
Absences maladies	Nombre de jours sur l'année	8 826	10 456	11 246
Taux d'absentéisme	%	4,7%	5,9%	5,7%

Formation en France	Unité	2021	2022	2023	% de variation
Heures de formation	Heures	1 445	1 956	1 953	-0,15%
Coût annuel formation externe	K€	267	101	97	-4%
Salariés ayant bénéficié d'une formation	Nombre de salariés	151	248	195	-21%
Part des collaborateurs ayant reçu une formation au cours de l'année	%	22%	30%	20%	-10 pts

⁶⁴ Les données présentées au titre de la France sont hors contrats de piges, et concernent les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation, à l'exception des filiales de Tradedoubling en France (Tradedoubling SARL et R-Advertising).

3.7.3 Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration de performance extra-financière



REWORLD MEDIA SA

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2023

PKF Arsilon Conseil

Société d'expertise comptable et de commissariat aux comptes

Société d'Expertise Comptable inscrite au tableau de l'Ordre des Experts comptables de la Région Paris Ile de France

Membre de la Compagnie Régionale de Paris



Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière

Exercice clos le 31 décembre 2023

REORLD MEDIA SA
A l'attention de Laetitia QUET
 8, rue Barthélémy Danjou,
 92100 Boulogne Billancourt

A l'Assemblée générale des actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (ci après « tierce partie ») de votre société (ci-après « entité »), accrédité par le COFRAC Inspection sous le numéro 3-2256 (portée disponible sur www.cofrac.fr), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques (constatées ou extrapolées) de la déclaration consolidée de performance extra-financière, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentées dans le rapport sur la gestion du groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration consolidée de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du code de commerce, nous formulons les commentaires suivants :

- Le périmètre de reporting des indicateurs relatifs à la consommation de ressources électriques pour le Groupe est limité aux sites Boulogne Billancourt et Bagneux.
- Les procédures d'établissement et de contrôle des données sociale et environnementales ne sont pas formalisées.
- Des améliorations à apporter dans l'établissement et le contrôle de certaines informations sociales ont été identifiées.

2



PKF Arsilon Conseil | Paris
 3 rue d'Héliopolis 75017 Paris
 01 42 94 42 42
www.pkf-arsilon.com

PKF Arsilon Conseil - Société d'Expertise Comptable inscrite au tableau de l'Ordre des Experts-Comptables de la région Paris Ile-de-France - SARL au capital de 14 503 100 €. Siège social : 3, rue d'Héliopolis - 75017 PARIS. RCS PARIS 913 046 835. TVA n° FR 03 913 046 835. SIRET 913 046 835 00264. Code APE 6920Z. PKF Arsilon Conseil est membre de PKF Global, le réseau des entités membres de PKF International Limited, dont chaque membre est une entité juridique distincte et indépendante vis-à-vis de laquelle aucune responsabilité ne saurait être recherchée pour une quelconque action ou inaction d'une autre entité membre ou société correspondante.
 En signant et en nous retournant la copie ci-jointe de cette lettre de mission vous reconnaissez et acceptez que ces autres sociétés membres et correspondantes et PKF International Limited ne vous doivent aucune obligation en ce qui concerne les travaux ou les conseils que nous pouvons occasionnellement vous fournir ou sommes tenus de vous fournir.

REORLD MEDIA SA

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière
Exercice clos le 31 décembre 2023 – RE_2023_1

Préparation de la déclaration de performance extra-financière

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration ou disponibles sur le site internet ou sur demande au siège de l'entité.

Limites inhérentes à la préparation des Informations

Comme indiqué dans la Déclaration, les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au Conseil d'administration

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;
- la sincérité des informations historiques (constatées ou extrapolées) fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

REWORLD MEDIA SA

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière
Exercice clos le 31 décembre 2023 – RE_2023_1

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément à notre programme de vérification référencé dans notre lettre de mission, aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée).

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables et de la doctrine de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes et se sont déroulés entre février et mars 2024 sur une durée totale d'intervention de 2 semaines.

Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions administration et finances, ressources humaines, opérations industrielles et marketing.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques et comprend, le cas échéant, une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
 - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats, incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et

REWORLD MEDIA SA

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification de la déclaration consolidée de performance extra-financière
Exercice clos le 31 décembre 2023 – RE_2023_1

- corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes¹. Nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, et dans une sélection d'entités ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants, nous avons mis en œuvre :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres moyens de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices et couvrent un minimum de 20 % des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris, le 19 février 2024

Organisme tiers indépendant,
PKF Arsilon Conseil

Iris Chabrol
Expert-comptable
Associée

¹ Total des émissions carbone du groupe (hors Tradedoubler) Scope 1,2,3, Taux de rotation des effectifs en CDI, Part des femmes au Conseil d'Administration de Reworld Media SA, Part des annonceurs actifs ayant réalisé une campagne responsable.

4

COMPTES CONSOLIDES

4.1	Bilan consolidé	98
4.2	Compte de résultat consolidé	99
4.3	Tableau de flux de trésorerie.....	100
4.4	Variation des capitaux propres.....	101
4.5	Faits majeurs.....	101
4.5.1	Augmentation de capital	101
4.5.2	Prises de contrôle	101
4.5.3	Financements	102
4.6	Activités et organigramme du groupe	102
4.6.1	Activités	102
4.6.2	Organigramme du groupe au 31 décembre 2023	102
4.6.3	Liste des sociétés consolidées.....	103
4.6.4	Sociétés exclues du périmètre de consolidation.....	107
4.7	Référentiel comptable, modalités de consolidation, méthodes et règles d'évaluation..	108
4.7.1	Référentiel comptable.....	108
4.7.2	Modalités de consolidation	108
4.7.3	Méthodes et règles d'évaluation	110
4.8	Explication des comptes du bilan et du compte de résultat et de leurs variations	113
4.8.1	Immobilisations incorporelles.....	113
4.8.2	Immobilisations corporelles	115
4.8.3	Immobilisations financières.....	115
4.8.4	Stocks et en-cours	116
4.8.5	Autres créances et comptes de régularisation	116
4.8.6	Trésorerie active.....	117
4.8.7	Capital social.....	117
4.8.8	Provisions pour risques et charges	118
4.8.9	Dettes financières	119
4.8.10	Dettes d'exploitation et hors exploitation.....	120
4.8.11	Engagements hors bilan	121
4.8.12	Chiffre d'affaires	121
4.8.13	Détail des charges d'exploitation.....	121
4.8.14	Résultat financier	122
4.8.15	Résultat exceptionnel	122
4.8.16	Impôts différés.....	122
4.8.17	Autres informations	123
4.9	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés.....	124

4.1 Bilan consolidé

<i>En K€</i>	Notes	31/12/2023	31/12/2022
<i>Actif immobilisé</i>			
Immobilisations incorporelles	4.8.1	342 078	328 967
<i>Dont écarts d'acquisition positifs</i>	4.8.1	63 438	49 534
Immobilisations corporelles	4.8.2	6 863	5 380
Immobilisations financières	4.8.3	16 850	14 308
Total de l'actif immobilisé		365 790	348 655
<i>Actif circulant</i>			
Stocks et en-cours	4.8.4	3 394	3 988
Impôts différés actif	4.8.16	11 134	8 202
Créances d'exploitation	4.8.5	167 735	153 212
Créances hors exploitation	4.8.5	7 918	9 853
Charges constatées d'avance	4.8.5	10 511	9 889
Trésorerie	4.8.6	97 712	118 291
Total de l'actif circulant		298 403	303 435
Total de l'actif		664 193	652 090

<i>En K€</i>	Notes	31/12/2023	31/12/2022
<i>Capitaux propres</i>			
Capital	4.8.7	1 132	1 130
Primes		58 245	58 247
Réserves		117 299	75 061
Écarts de conversion		845	-1 151
Résultat net		24 195	42 989
Total des capitaux propres part du groupe	4.4	201 716	176 276
Intérêts minoritaires	4.4	17 207	14 290
Capitaux propres de l'ensemble		218 923	190 567
Provisions	4.8.8	18 509	20 072
Ecart d'acquisition négatif	4.8.8	0	4 757
<i>Dettes</i>			
Dettes financières	4.8.9	205 827	216 473
Dettes d'exploitation	4.8.10	183 730	185 137
Dettes hors exploitation	4.8.10	9 714	6 783
Produits constatés d'avance	4.8.10	27 491	28 300
Total du passif circulant		445 270	461 523
Total du passif		664 193	652 090

4.2 Compte de résultat consolidé

<i>En K€</i>	Notes	31/12/2023	31/12/2022
<i>Produits d'exploitation</i>			
Chiffre d'affaires	4.8.12	549 275	505 841
Autres produits d'exploitation		7 498	11 754
<i>Charges d'exploitation</i>			
	4.8.13		
Achats consommés		-200 128	-170 431
Charges externes et autres		-191 436	-183 362
Impôts, taxes et versements assimilés		-2 933	-3 205
Charges de personnel		-100 228	-81 993
Dotations aux amortissements et provisions		-9 219	-8 947
Autres charges de gestion courante		-3 598	-7 759
Résultat d'exploitation avant dotation des écarts d'acquisition		49 231	61 897
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition		7 267	1 935
Résultat d'exploitation après dotation des écarts d'acquisition		56 498	63 832
Produits financiers		3 153	1 835
Charges financières		-12 663	-8 157
Résultat financier	4.8.14	-9 510	-6 322
Résultat courant avant impôts		46 988	57 510
Résultat exceptionnel	4.8.15	-14 797	-4 789
Impôts sur les bénéfices		-5 332	-11 078
Impôts différés	4.8.16	89	3 017
Résultat de l'ensemble consolidé		26 947	44 659
Intérêts minoritaires		-2 752	-1 670
Résultat net part du groupe		24 195	42 989

4.3 Tableau de flux de trésorerie

En K€	Notes	31/12/2023	31/12/2022
<i>Opérations d'exploitation</i>			
Résultat net de l'ensemble consolidé		26 947	44 659
Amortissements des écarts d'acquisition	4.8.1 / 4.8.8	-7 267	-1 935
Dotations aux amortissements et provisions (hors actifs circulants)	4.8.1 à 4.8.3 / 4.8.8	16 667	8 483
Reprises des amortissements et provisions (hors actifs circulants)	4.8.8	-8 573	-10 257
Plus et moins-values de cession		759	445
Impôts différés		-89	-3 017
Capacité d'autofinancement		28 444	38 378
<i>Variation du besoin en fonds de roulement</i>			
Charges d'intérêts		10 628	5 818
Variation nette exploitation		-18 795	-1 789
Variation des stocks	4.8.4	697	-130
Variation des créances d'exploitation		-14 523	17 178
Variation des dettes d'exploitation		-4 969	-18 837
Variation nette hors exploitation		1 304	-12 518
Variation des créances hors exploitation		-2 234	-6 424
Variation des dettes hors exploitation		2 109	-10 795
Charges et produits constatés d'avance		1 430	4 701
Variation du besoin en fonds de roulement		-17 491	-14 307
Flux net de trésorerie généré par l'activité		21 581	29 888
<i>Opérations d'investissement</i>			
Décaissement / acquisition des immobilisations incorporelles et corporelles	4.8.1 / 4.8.2	-10 206	-5 252
Encaissement / cession des immobilisations incorporelles et corporelles		0	4
Décaissement / acquisition des immobilisations financières	4.8.3	-3 567	-2 002
Encaissement / cession des immobilisations financières	4.8.3	899	1 143
Incidence des variations de périmètre		-7 220	-84 045
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement		-20 095	-90 151
<i>Opérations de financement</i>			
Augmentation de capital, apports et frais liés	4.4	0	10
Encaissements provenant d'emprunts	4.8.9 / 4.5.3	11 851	145 000
Remboursement d'emprunts	4.8.9	-23 299	-82 264
Dividendes versés aux minoritaires		-750	-2 000
Intérêts payés / variation des intérêts courus		-9 937	-4 810
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement		-22 135	55 936
Variation de trésorerie		-20 649	-4 327
Incidence des variations des taux de change		69	-292
Trésorerie à l'ouverture (*)		118 291	122 910
Trésorerie à la clôture (*)		97 712	118 291

(*) Y compris concours bancaire courant

4.4 Variation des capitaux propres

<i>Situation à la clôture</i> <i>Montant en K€</i>	Capital social	Primes	Réserves consolidées	Résultat de l'exercice	Total des capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires
Solde au 31/12/2021	1 110	58 038	37 259	38 690	135 096	14 319
Augmentation de capital	20	-20				
Affectation du résultat 2021			38 690	-38 690		
Résultat de l'exercice 2022				42 989	42 989	1 670
Dividendes						-2 000
Variations de périmètre						
Variation des écarts de conversion			-2 076		-2 076	973
Impacts des éléments du palier Tradedoubler		229			229	-672
Autres mouvements			37		37	1
Solde au 31/12/2022	1 130	58 247	73 910	42 989	176 276	14 290
Augmentation de capital	2	-2				
Affectation du résultat 2022			42 989	-42 989		
Résultat de l'exercice 2023				24 195	24 195	2 752
Dividendes						-750
Variations de périmètre			406		406	
Variation écarts de conversion			822		822	914
Autres mouvements			17		17	
Solde au 31/12/2023	1 132	58 245	118 144	24 195	201 716	17 207

4.5 Faits majeurs

4.5.1 Augmentation de capital

Le Conseil d'Administration de Reworld Media SA, en date du 29 avril 2023, a procédé à une augmentation de capital social par création de 87 037 actions Reworld Media SA nouvelles au prix unitaire de 0,02 € de valeur nominale suite à l'attribution d'actions gratuites. L'augmentation de capital s'élève à un montant total de 2 K€ de valeur nominale.

Le Conseil d'Administration de Reworld Media SA, en date du 1^{er} septembre 2023, a procédé à une augmentation de capital social par création de 5 614 actions Reworld Media SA nouvelles au prix unitaire de 0,02 € de valeur nominale suite à l'attribution d'actions gratuites. L'augmentation de capital s'élève à un montant total de 0,1 K€ de valeur nominale.

4.5.2 Prises de contrôle

Reworld Media SA a acquis en janvier 2023 100% du capital et des droits de vote de la société Reworld Media Italia (Milan), créée pour les besoins de l'opération par apport des activités print et digitales des marques Grazia et Icon exploitées en Italie ainsi que de l'activité de licence de ces marques dans le monde.

Tradedoubler AB a acquis en juin 2023 100% du capital et des droits de vote de la société Kaha GmbH, société opérant sous le nom de Zezam, spécialisée dans la mise en relation entre les influenceurs et les marques et qui permet aux influenceurs de déployer des liens d'affiliation sur toutes les plateformes (Instagram, TikTok, YouTube) simultanément.

Tradedoubler AB a porté sa participation en juin 2023 de 30% à 100% du capital et des droits de vote de la société MP Media Ventures GmbH.

4.5.3 Financements

Au cours de l'exercice 2023, la société Reworld Media SA a effectué un tirage pour un montant total de 12 M€ sur une ligne de crédit bancaire destinée à financer les investissements.

4.6 Activités et organigramme du groupe

4.6.1 Activités

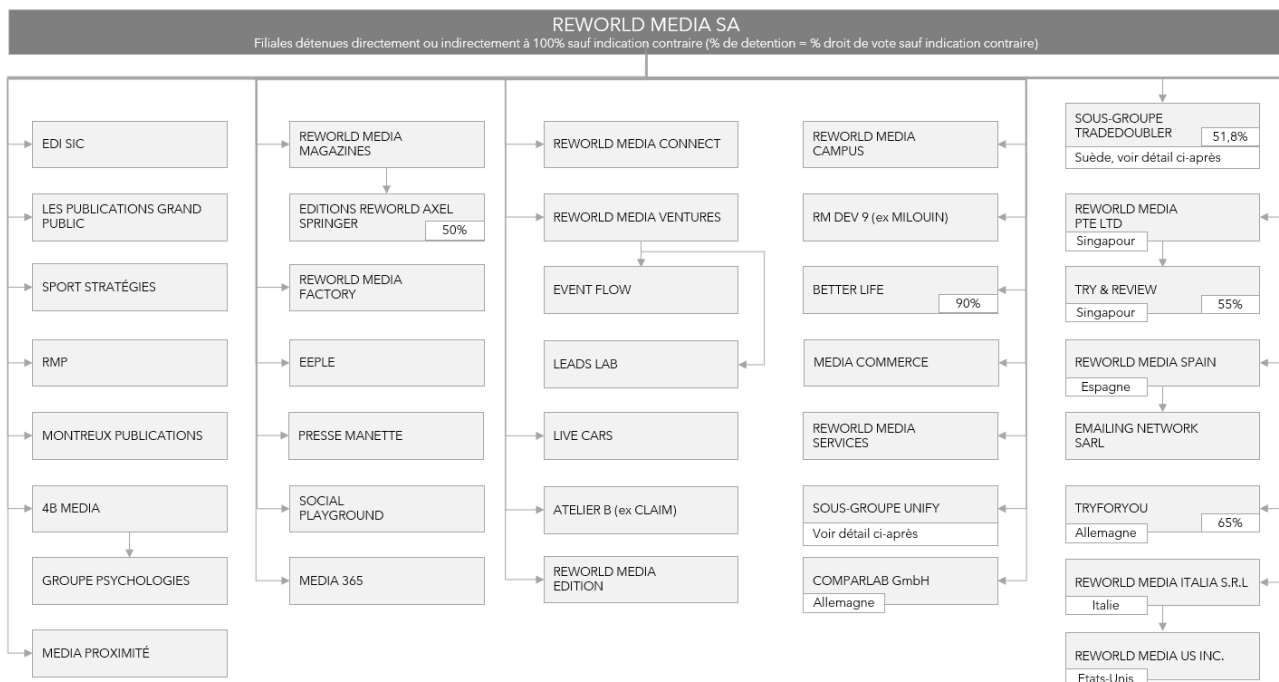
La société Reworld Media, société consolidante du groupe Reworld Media, est une société anonyme de droit français. Elle est cotée sur Euronext Growth à Paris. Son siège social est situé au 8, rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt.

Les comptes consolidés 2023 ont été arrêtés par le conseil d'administration du 20 mars 2024.

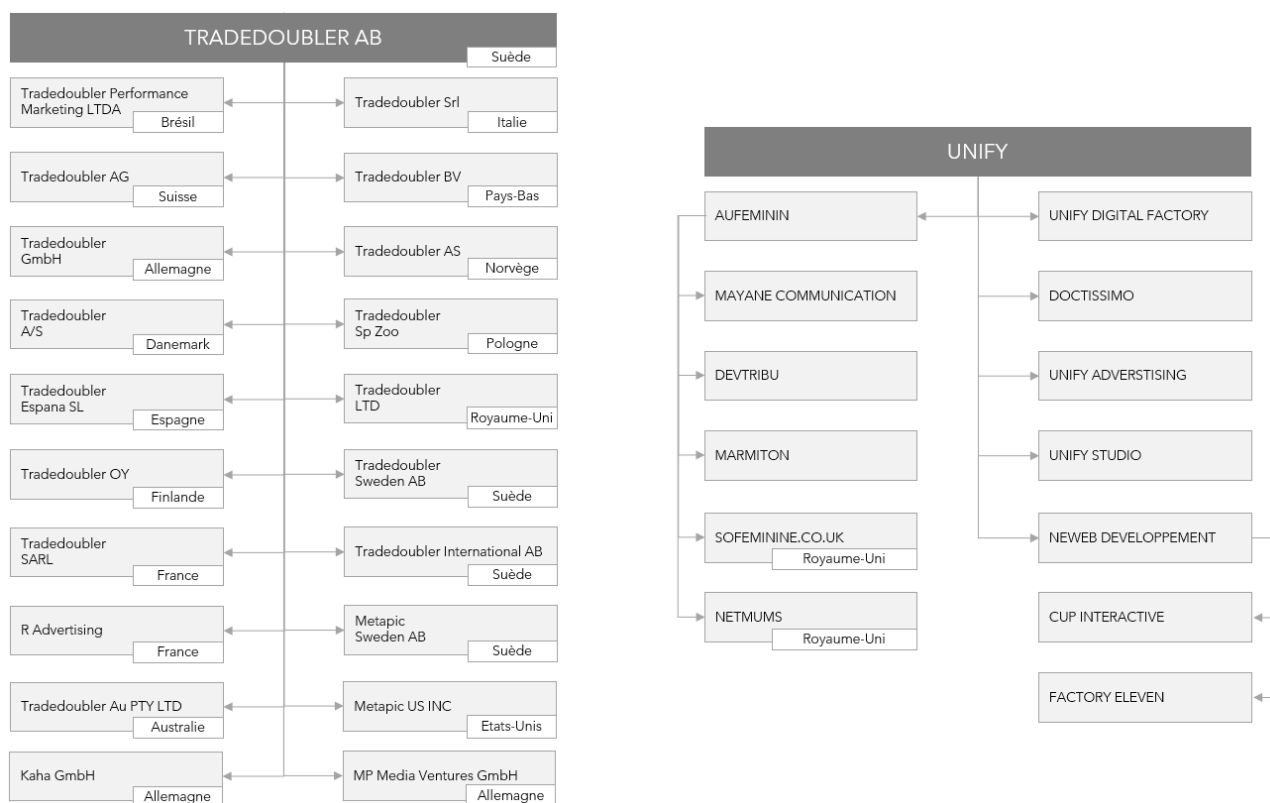
Le capital social de la société Reworld Media est composé de 56 615 410 actions au 31 décembre 2023 pour un total de 1 132 308 euros.

4.6.2 Organigramme du groupe au 31 décembre 2023

Organigramme du groupe



Organigramme des sous-groupe Tradedoubler et Unify



4.6.3 Liste des sociétés consolidées

Les sociétés incluses dans le périmètre de consolidation sont présentées ci-dessous :

Société et forme juridique	N° Siren	Siège social	Méthode de consolidation 31/12/2023	Méthode de consolidation 31/12/2022	% contrôle 31/12/2023	% contrôle 31/12/2022	% intérêt 31/12/2023	% intérêt 31/12/2022
REORLD MEDIA SA	439 546 011	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Société mère	Société mère	Société mère	Société mère	Société mère	Société mère
REORLD MEDIA FACTORY SAS	793 167 974	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
EDI SIC SARL	397 912 528	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
LES PUBLICATIONS GRAND PUBLIC SAS	419 648 902	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REORLD MEDIA SPAIN (EX EMAILING NETWORK EUROPE)	N/A	Calle Mallorca, número 237-bis, principal, 1º-A Barcelona - España	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
EMAILING NETWORK SARL	494 084 395	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REORLD MEDIA PTE LTD	N/A	730B Geyland Road Singapore 389641	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
RMP SAS	802 743 781	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REORLD MEDIA VENTURES SAS	808 368 666	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%

Société et forme juridique forme juridique	N° Siren	Siège social	Méthode de consolidation 31/12/2023	Méthode de consolidation 31/12/2022	% contrôle 31/12/2023	% contrôle 31/12/2022	% intérêt 31/12/2023	% intérêt 31/12/2022
MONTREUX PUBLICATIONS SAS	808 385 744	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REWORLD MEDIA CONNECT SAS	814 841 516	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRY & REVIEW PTE LTD	N/A	737 Geyland Road #02-01 Singapore 389674	Intégration globale	Intégration globale	55%	55%	55%	55%
MEDIA365 SAS	432 067 601	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
SPORT STRATEGIES SAS	478 052 228	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REWORLD MEDIA SERVICES SAS	825 067 705	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
LEADS LAB SAS	820 123 859	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
EDITIONS REWORLD AXEL SPRINGER SNC	347 863 060	40 av. Aristide Briand 92220 Bagneux	Intégration globale	Intégration globale	50%	50%	50%	50%
REWORLD MEDIA FRANCE SAS	477 494 371	40 av. Aristide Briand 92220 Bagneux	N/A	Intégration globale	0%	100%	0%	100%
REWORLD MEDIA MAGAZINES SAS	452 791 262	40 av. Aristide Briand 92220 Bagneux	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
EVENT FLOW SAS	851 764 787	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
MEDIA PROXIMITE SAS	892 491 515	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REWORLD MEDIA EDITIONS SAS	892 491 507	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REWORLD MEDIA CAMPUS SAS	892 491 127	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRYFORYOU GMBH	N/A	An die Geschäftsleitung Wiesbadener Straße 7 - 81243 München Deutschland	Intégration globale	Intégration globale	65%	65%	65%	65%
BETTER LIFE SAS (EX RM DEV 7)	907 516 900	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	90%	80%	90%	80%
ATELIER B SAS	894 357 268	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	60%	100%	60%
SOCIAL PLAYGROUND SAS	894 689 421	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
LEADS LAB IBERIA	N/A	Rua Alfredo Allen, 455 Porto Portugal	N/A	Intégration globale	0%	100%	0%	100%
LA FINANCIERE SUPERSOLUCE HOLDING SAS	884 381 245	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	N/A	Intégration globale	0%	100%	0%	100%
APPS TV SAS	792 570 400	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne- Billancourt	N/A	Intégration globale	0%	100%	0%	100%

Société et forme juridique	N° Siren	Siège social	Méthode de consolidation 31/12/2023	Méthode de consolidation 31/12/2022	% contrôle 31/12/2023	% contrôle 31/12/2022	% intérêt 31/12/2023	% intérêt 31/12/2022
PRESSE MANETTE SAS	534 406 087	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
EEPLE SAS	485 007 843	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
RM DEV 9 SAS (EX MILOUIN)	907 933 980	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
LIVE CARS SAS	814 941 557	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
MEDIA COMMERCE SAS	913 596 888	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	90%	100%	90%
4B MEDIA SAS	803 425 263	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
GROUPE PSYCHOLOGIES SAS	326 929 528	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
UNIFY SAS	824 649 495	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
AUFEMININ SAS	423 780 113	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
MARMITON SAS	433 434 156	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
FACTORY ELEVEN SAS	499 448 892	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
NEWEB DEVELOPPEMENT SAS	800 224 008	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
UNIFY ADVERTISING SAS	824 649 495	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
UNIFY DIGITAL FACTORY SAS	824 649 495	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
CUP INTERACTIVE SAS	428 257 455	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
DEVTRIBU SAS	453 400 426	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
UNIFY STUDIO SAS	434 134 276	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
MAYANE COMMUNICATION SAS	479 454 829	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
DOCTISSIMO SAS	562 013 524	8 rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%

Société et forme juridique forme juridique	N° Siren	Siège social	Méthode de consolidation 31/12/2023	Méthode de consolidation 31/12/2022	% contrôle 31/12/2023	% contrôle 31/12/2022	% intérêt 31/12/2023	% intérêt 31/12/2022
SOFEMININE.CO.UK	06464988	2 Riding House Street London United Kingdom	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
NETMUMS	04407586	2 Riding House Street London United Kingdom	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
REORLD MEDIA ITALIA S.R.L.	12693020963	Via Bianca di Savoia 12 20122 Milano MI Italia	Intégration globale	Non consolidée	100%	0%	100%	0%
COMPARLAB GMBH	HRB 290378	Mainzer Straße 13, 80804 München Deutschland	Intégration globale	Non consolidée	100%	0%	100%	0%
REORLD MEDIA US INC.	93-2480131	122 East 42 nd Street, New York, 10168, Usa	Intégration globale	Non consolidée	100%	0%	100%	0%
SOUS-GROUPE : TRADEDOUBLER AB	556575-7423	Birger Jarlsgatan 57A 113 56 Stockholm Sweden	Intégration globale	Intégration globale	51,80%	51,80%	51,80%	51,80%

Le sous-groupe Tradedoublér se compose des entités suivantes :

Société et forme juridique forme juridique	N° Siren ou équivalent	Siège social	Méthode de consolidation 31/12/2023	Méthode de consolidation 31/12/2022	% contrôle 31/12/2023	% contrôle 31/12/2022	% intérêt 31/12/2023	% intérêt 31/12/2022
TRADEDOUBLER OY	777 468	Helsingfors, Finland	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER A/S	25 137 884	Köpenhamn, Danemark	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER LTD	3 921 985	London, United Kingdom	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER ESPAÑA SL	B82666892	Madrid, España	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER SRL	210954 (rep) 26762 (Rac)	Milano, Italia	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER GMBH	76167/URNo R181/2001	München, Deutschland	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER AS	982 006 635	Oslo, Norway	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER SARL	431 573 716	Paris, France	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER BV	20 100 140	Rotterdam, Netherlands	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER INTERNATIONAL AB	556833-1200	Stockholm, Sweden	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER SWEDEN AB	556592-4007	Stockholm, Sweden	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER SP ZOO	015792506	Warszawa, Poland	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER AG	CH020.3.3.0 28.851-0	Zürich, Suisse	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER PERFORMANCE MARKETING LTDA	14.273.556/0 001-66	Sao Paolo, Brazil	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
R ADVERTISING	B502207079	Mougins, France	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
METAPIC SWEDEN AB	556965-7868	Stockholm, Sweden	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
METAPIC US INC	6481852	Albany, NY, United States	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%
TRADEDOUBLER AU PTY LTD	663821887	Melbourne, Australia	Intégration globale	Intégration globale	100%	100%	100%	100%

Société et forme juridique forme juridique	N° Siren ou équivalent	Siège social	Méthode de consolidation 31/12/2023	Méthode de consolidation 31/12/2022	% contrôle 31/12/2023	% contrôle 31/12/2022	% intérêt 31/12/2023	% intérêt 31/12/2022
KAHA GMBH	HRB207207B	Berlin, Deutschland	Intégration globale	Non consolidée	100%	0%	100%	0%
MP MEDIA VENTURES GMBH	HRB220095B	Berlin, Deutschland	Intégration globale	Non consolidée	100%	30%	100%	30%

Au cours de l'exercice, les filiales Comparlab et Reworld Media US ont été créées. Elles sont détenues à 100%.

Par ailleurs, les fusions / TUP suivantes ont eu lieu : TUP de la société La Financière Super Soluce SAS dans Reworld Media SA, fusion de la société Reworld Media France SAS dans Reworld Media Magazine SAS et fusion de la société Apps TV SAS dans Eeple SAS.

4.6.4 Sociétés exclues du périmètre de consolidation

Les sociétés non consolidées, présentant un caractère non significatif au regard des comptes consolidés et sans importance stratégique ou lorsque le groupe n'exerce pas d'influence notable, sont listées ci-après.

Participations détenues dans le cadre du programme de Media For Equity :

- CC Invest (16% du capital)
- All Sport Talent Agency (10 % du capital)
- Spoon and sofa (11% du capital)
- Pimp my room (15% du capital) en cours de liquidation amiable
- BF Europe (30% du capital)
- Greentastic (14% du capital)
- Robobox (15% du capital)
- E-Health (9,91% du capital)
- Communauté Woopen Inc. (2,73% du capital)
- Topcopro (3,31% du capital)
- Postumo (6,63% du capital)
- Wooskill (3% du capital)

Participations détenues dans des activités proches des métiers du groupe :

- Gemart (15% du capital)
- Wideonet (30% du capital)
- Hopscotch Groupe (28,66% en actions et 26,88% en droits de vote)
- Tennis Major (24% du capital)
- Edisound (40% du capital)
- Mediasbook (0,83% du capital)
- SCI Glats les glycines (0,03% du capital)
- SEM Issy Media (2,24% du capital)
- Onbaz AB (29% du capital)
- Omniiz (30% du capital)
- Dewizz (16% du capital)

Participations détenues présentant un caractère non significatif au regard des comptes consolidés et sans importance stratégique pour le groupe :

- Emas Digital SAS (50% du capital) en cours de liquidation judiciaire
- AR Technology SAS (50% du capital) en cours de liquidation amiable
- Melty Italie (100% du capital)
- Sequens (0,06% du capital)

4.7 Référentiel comptable, modalités de consolidation, méthodes et règles d'évaluation

4.7.1 Référentiel comptable

Les comptes annuels du groupe Reworld Media sont établis conformément au règlement relatif aux comptes consolidés en vigueur en France. Les dispositions du règlement n°20.01 du Comité de Réglementation Comptable, homologué le 09 octobre 2020, sont appliquées.

Ce règlement, applicable aux exercices ouverts à compter du 1er janvier 2021, unifie, abroge et remplace le principal

règlement relatif aux comptes consolidés en règles françaises (règlement. CRC 99-02 pour les sociétés commerciales). Ce changement de référentiel n'a pas d'impact significatif sur les comptes consolidés du groupe Reworld Media.

L'application des méthodes du règlement ANC 2020-01 est présenté en 4.7.3.1.

4.7.2 Modalités de consolidation

4.7.2.1 Méthodes de consolidation

La consolidation est réalisée à partir des comptes relatifs à la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023. Toutes les participations significatives dans lesquelles Reworld Media assure le contrôle exclusif, directement ou indirectement, sont consolidées selon la méthode de l'intégration globale.

Le contrôle exclusif de droit est reconnu dès lors que la société détient plus de 50% des droits de vote.

Le contrôle exclusif de fait est reconnu dès lors que la société exerce un contrôle effectif de la société. Ce dernier est également présumé si la société-mère détient une fraction des droits de vote supérieure à 40% et qu'aucun autre associé ne détient une part supérieure.

Celles dans lesquelles Reworld Media exerce une influence notable et détient directement ou indirectement plus de 20% du capital sont mises en équivalence.

Toutes les participations répondant aux critères ci-dessus sont consolidées.

Toutes les transactions importantes entre les sociétés consolidées sont éliminées.

L'intégration globale consiste à :

- Intégrer dans les comptes de l'entreprise consolidante les éléments des comptes des entreprises consolidées, après retraitements éventuels ;
- Répartir les capitaux propres et le résultat entre les intérêts de l'entreprise consolidante et les intérêts des autres actionnaires ou associés dits « intérêts minoritaires » ;
- Éliminer les opérations en comptes entre l'entreprise intégrée globalement et les autres entreprises consolidées.

La mise en équivalence consiste à :

- Substituer à la valeur comptable des titres détenus, la quote-part des capitaux propres, y compris le résultat de l'exercice déterminé d'après les règles de consolidation ;
- Éliminer les profits internes intégrés entre l'entreprise mise en équivalence et les autres entreprises consolidées à hauteur du pourcentage de participation dans l'entreprise mise en équivalence.

4.7.2.2 Intérêts minoritaires

Les intérêts minoritaires correspondent à la part des tiers dans les capitaux propres et le résultat de chaque société consolidée.

Lorsque la part revenant aux intérêts minoritaires dans les capitaux propres d'une entreprise consolidée devient négative, l'excédent ainsi que les pertes ultérieures imputables aux intérêts minoritaires peuvent être supportés par le groupe, sauf si

les associés ou actionnaires minoritaires ont l'obligation formelle de combler ces pertes.

Si, ultérieurement, l'entreprise consolidée réalise des bénéfices, les intérêts majoritaires sont alors crédités de tous ces profits jusqu'à ce que la partie qu'ils avaient assumée des pertes imputables aux intérêts minoritaires ait été totalement éliminée.

4.7.2.3 Élimination des opérations intragroupes

Conformément à la réglementation, les transactions entre les sociétés intégrées ainsi que les résultats internes entre ces sociétés ont été éliminées dans les comptes consolidés.

4.7.2.4 Recours à des estimations

Pour établir l'information financière, la direction du groupe procède à des estimations et fait des hypothèses qui affectent la valeur comptable des éléments d'actif et de passif, des produits et des charges, ainsi que les informations données en notes annexes.

La direction du groupe procède à des estimations et appréciations de façon continue sur la base de son expérience passée ainsi que de divers autres facteurs jugés raisonnables qui constituent le fondement de ses appréciations. Les montants qui figureront dans les futurs états financiers sont susceptibles de différer des estimations en fonction de l'évolution de ces hypothèses ou de conditions différentes.

Les principales estimations faites par la direction pour l'établissement des états financiers concernent la valorisation et les

durées d'utilité des actifs opérationnels, corporels, incorporels, écarts d'acquisition et créances clients, le montant des provisions pour risques et autres provisions liées à l'activité, ainsi que des hypothèses retenues pour le calcul des obligations liées aux avantages du personnel et des impôts différés.

Ainsi, les comptes consolidés ont été établis sur la base de paramètres financiers de marché disponibles à la date de clôture. La valeur de ces actifs est appréciée à chaque clôture annuelle sur la base de perspectives économiques à long terme et sur la base de la meilleure appréciation de la direction du groupe dans un contexte de visibilité réduite en ce qui concerne les flux futurs de trésorerie.

4.7.2.5 Méthodes de conversion des comptes des sociétés étrangères

Pour les filiales de la société Reworld Media constituant des entreprises étrangères autonomes, leurs comptes ont été convertis selon la méthode du cours de clôture :

- Les postes du bilan sont convertis en euros au taux de clôture ;
- Les postes du compte de résultat sont convertis au taux moyen de l'exercice ;
- L'écart de conversion mis en évidence est inclus dans les capitaux propres consolidés au poste « écarts de conversion », et n'affecte pas le résultat.

Les taux de conversion utilisés dans la présentation des comptes sont les suivants :

Devises	31/12/2023		31/12/2022	
	Taux de clôture	Taux moyen	Taux de clôture	Taux moyen
Couronne Suedoise (SEK)	11,0960	11,4728	11,1218	10,9859
Dollar de Singapour (SGD)	1,4591	1,4523	1,4300	1,4313
Livre Sterling (GBP)	0,8691	0,8699	0,8869	0,8695
Dollar américain (USD)	1,1050	1,0816	1,0666	1,0801

4.7.2.6 Écarts d'acquisition

Conformément aux dispositions réglementaires, les écarts d'acquisition représentent la différence entre :

- Le coût d'acquisition des titres de participation ;
- La quote-part de l'entreprise acquéreuse dans l'évaluation totale des actifs et passifs identifiés à la date d'acquisition.

Les écarts d'acquisition font l'objet d'un test de perte de valeur au moins une fois par an ou plus fréquemment s'il existe des indices de perte de valeur. Le test de perte de valeur consiste à comparer la valeur nette comptable de l'actif à sa valeur recouvrable, qui est la valeur la plus élevée entre sa juste valeur diminuée des coûts de cession et sa valeur d'utilité. La valeur d'utilité est obtenue par actualisation des flux futurs de trésorerie.

Lorsque les tests effectués mettent en évidence une perte de valeur, celle-ci est comptabilisée afin que la valeur nette comptable de ces actifs n'excède pas leur valeur recouvrable. Lorsque la valeur recouvrable est inférieure à la valeur nette comptable de l'actif (ou groupe d'actifs), une perte de valeur est enregistrée en résultat pour le différentiel.

En application du règlement ANC 2015-07 du 23/11/2015, homologué par arrêté du 4-12-2015, les écarts d'acquisitions positifs constatés à compter du 1er janvier 2016, et avec une durée d'utilisation non limitée, font l'objet de test de dépréciation et cessent d'être amortis.

Les écarts d'acquisition de la société Tradedoubler sont constatés en SEK pour les montants de 211,7 MSEK au 29/02/16 (soit 22,7 M€ au jour de l'opération), de 21,9 MSEK au 31/12/2018 (soit 2,1 M€ au jour de l'opération) et de 27,6 MSEK au 28/02/2020 (soit 2,6 M€ au jour de l'opération). Cette survalueur complémentaire a été réévaluée et s'élève dorénavant à 23,6 M€ au 31 décembre 2023. A chaque clôture, un écart de conversion est constaté pour tenir compte de la variation du taux de change.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en juillet 2017 à la suite de l'acquisition des titres de la société Metapic par Tradedoubler pour un montant de 3,4 MSEK, soit l'équivalent de 302 K€ au 31 décembre 2023.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en 2017 à la suite de l'acquisition des titres de la société R-Advertising par Tradedoubler pour un montant de 15,3 MSEK, soit l'équivalent de 1 552 K€ au 31 décembre 2023.

Un écart d'acquisition positif a été constaté au 30/06/2018 à la suite de l'acquisition des titres de la société Leads Lab pour un montant de 499 K€. Il est amorti sur 3 ans à compter de la date d'acquisition. Il est totalement amorti depuis le 31 décembre 2021.

Un écart d'acquisition positif a été constaté au 30/06/2020 à la suite de l'acquisition de titres de la société Event Flow pour un montant de 324 K€. Il est amorti sur 5 ans à compter de la date d'acquisition. La valeur nette au 31 décembre 2023 est de 76 K€.

Un écart d'acquisition positif a été constaté au 31/12/2021 à la suite de l'acquisition de titres de la société Eeple pour un montant de 7 391 K€. La valeur nette au 31 décembre 2023 est de 7 391 K€.

Un écart d'acquisition positif a été constaté au 31/12/2021 à la suite de l'acquisition de titres de la société La Financière Supersoluce Holding pour un montant de 1 470 K€. La valeur nette au 31 décembre 2023 est de 1 494 K€ à la suite d'un complément de 24 K€ au 31/12/2022.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en juin 2022 à la suite de l'acquisition des titres de la société Live Cars par Reworld Media pour un montant de 418 K€.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en juin 2022 à la suite de l'acquisition des titres des sociétés 4B Media Holding et Groupe Psychologies par Reworld Media pour un montant de 5 834 K€.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en 2023 à la suite de l'acquisition des titres de la société MP Media Ventures GmbH par Tradedoubler pour un montant de 4,1 MSEK, soit l'équivalent de 366 K€ au 31 décembre 2023.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en 2023 à la suite de l'acquisition des titres de la société Kaha GmbH par Tradedoubler pour un montant de 57,6 MSEK, soit l'équivalent de 4 937 K€ au 31 décembre 2023.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en juin 2023 à la suite de l'acquisition des titres de la société Reworld Media Italia par Reworld Media pour un montant de 8 609 K€.

Un écart d'acquisition positif a été constaté en décembre 2023 à la suite de l'acquisition des titres de la société Social Playground, respectivement par Reworld Media et Media 365 pour un montant de 6 K€.

Les écarts d'acquisitions actif des deux acquisitions de l'exercice sont provisoires. A ce stade, aucun actif ou passif n'a été identifié.

Les écarts d'acquisition négatifs sont inscrits en provisions pour risques et charges et font l'objet de reprises sur une durée qui reflète les objectifs fixés lors de l'acquisition en ce qui concerne la durée prévue des restructurations.

Un écart d'acquisition négatif a été constaté au 31/12/2022 à la suite de l'acquisition des titres de la société Unify par Reworld Media pour un montant de 6,8 M€. Un complément de 2,6 M€ a été doté suite à l'identification d'un nouvel actif. Une reprise de 7,3 M€ a été constatée au cours de l'exercice.

4.7.2.7 Dates de clôture des exercices des sociétés consolidées

Les sociétés sont consolidées sur la base de leur situation arrêtée au 31 décembre 2023, d'une durée de 12 mois.

4.7.3 Méthodes et règles d'évaluation

Les principes et méthodes appliqués par le groupe sont les suivants :

4.7.3.1 Application des méthodes

L'application des méthodes du règlement ANC 2020-01 est la suivante :

Application des méthodes de référence	Obligatoire / de référence	Note
Comptabilisation des contrats de crédit-bail et des contrats assimilés	Obligatoire	N/A
Provisionnement des prestations de retraites et assimilés	Référence	4.7.3.12
Etalement des frais d'émission et primes de remboursement des emprunts obligataires sur la durée de vie de l'emprunt	Obligatoire	
Comptabilisation des écarts de conversion au bilan actif/passif	Obligatoire	4.7.2.6
Comptabilisation à l'avancement des opérations partiellement achevées à la clôture de l'exercice	Référence	N/A

4.7.3.2 Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur valeur d'acquisition ou de production.

L'essentiel des immobilisations incorporelles a été reconnu et mis en juste-valeur à la suite d'acquisitions.

Une dépréciation est comptabilisée quand la valeur actuelle d'un actif est inférieure à la valeur nette comptable.

Elles correspondent principalement aux marques, aux frais de recherche et développement, aux fonds de commerce exploités par le groupe, ainsi qu'aux actifs incorporels identifiés dans le cadre des acquisitions des sociétés Reworld Media Magazines - ERAS et Unify, par Reworld Media respectivement en juillet 2019 et en octobre 2022.

4.7.3.2.1 Frais de recherche et développement

Les dépenses pour des produits, procédés nouveaux ou sensiblement améliorés sont comptabilisés comme actifs dans le bilan si le produit ou le procédé est technologiquement ou commercialement viable et que le groupe dispose des ressources nécessaires pour achever son développement. Les frais activés peuvent inclure les coûts des matériaux, le travail direct et une quote-part raisonnable des coûts indirects. Au 31 décembre 2023, les coûts activés s'élèvent à 2 369 K€ chez Tradedoubler.

Les coûts de maintenance du système sont constatés directement en charges.

Les frais activés en immobilisations respectent les critères suivants :

- Faisabilité technique ;
- Intention d'achever le projet ;
- Capacité d'utiliser ou de vendre ;
- Avantages économiques futurs ;
- Ressources suffisantes ;
- Evaluation fiable des dépenses.

4.7.3.2.2 Durées d'amortissement des immobilisations incorporelles

Les méthodes et durées d'amortissement retenues sont les suivantes :

Immobilisations incorporelles	Méthode	Durée
Frais de développement	Linéaire	3 ans
Logiciels	Linéaire	1 à 5 ans

4.7.3.3 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur coût d'acquisition ou de production, abstraction faite de toutes charges financières. L'amortissement est calculé en fonction de la durée d'utilisation estimée des différentes catégories d'immobilisations.

Les principales méthodes d'amortissement et durées d'utilisation retenues sont les suivantes :

Immobilisations corporelles	Méthode	Durée
Installations techniques, matériel et outillage	Linéaire	5 ans
Matériel de transport	Linéaire	4 ans
Matériel de bureau et informatique	Linéaire	3 à 10 ans
Mobilier de bureau	Linéaire	8 ans

4.7.3.4 Contrats de crédit-bail

Aucun contrat significatif de crédit-bail n'a été souscrit par le groupe au 31 décembre 2023.

4.7.3.5 Immobilisations financières

Ce poste est constitué de dépôts et cautionnements versés, n'ayant pas lieu d'être dépréciés.

Par ailleurs, il comprend des titres de participation dans les sociétés non consolidées. Ceux-ci figurent au bilan à leur coût d'acquisition. Une dépréciation est susceptible d'être constatée lorsque la valeur d'inventaire des participations, prenant en compte entre autres la quote-part d'actif net, devient inférieure à leur coût d'acquisition.

4.7.3.6 Stocks et travaux en-cours

Les stocks de marchandises sont évalués selon la méthode FIFO : « Premier entré, Premier sorti ».

Les produits finis et semi-finis sont valorisés au coût de production comprenant les consommations et l'ensemble des charges directes. Une dépréciation est comptabilisée lorsque la valeur d'inventaire des stocks devient inférieure à leur coût d'acquisition.

4.7.3.7 Créances et dettes

Les créances et les dettes sont valorisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est pratiquée nominativement lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

4.7.3.8 Trésorerie et valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont évaluées à leur coût d'achat ou de souscription, hors frais accessoires.

Une dépréciation est constituée lorsque le cours de bourse ou la valeur probable de réalisation sont inférieurs à la valeur d'achat.

4.7.3.9 Impôts sur les bénéfices

La charge d'impôt sur les résultats correspond à l'impôt exigible de chaque entité fiscale consolidée, corrigé s'il y a lieu des impositions différées.

Conformément aux prescriptions du ANC n°2020.01, le groupe comptabilise des impôts différés en cas :

- De différences temporaires entre les valeurs fiscales et comptables des actifs et passifs au bilan consolidé ;
- De crédits d'impôts et de reports déficitaires ;
- Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable, en appliquant le dernier taux d'impôt en vigueur pour chaque société ;

- Les impôts différés, actifs ou passifs, sont compensés entre eux au niveau de chaque entité fiscale et sont portés pour leur montant net, au passif dans les provisions pour risques et charges, ou le cas échéant à l'actif ;
- Les actifs d'impôts différés ne sont pris en compte que :
 - Si leur récupération ne dépend pas des résultats futurs ;
 - Ou si leur récupération est probable par suite de l'existence d'un bénéfice imposable attendu dans un futur proche.

4.7.3.10 Comparabilité des exercices

Les états financiers au 31 décembre 2023 intègrent les postes du compte de résultat des sociétés sur une durée de 12 mois d'activité, à l'exception des sociétés créées ou acquises entrant dans le périmètre, pour lesquelles la durée est fonction de leur date de création ou d'acquisition.

4.7.3.11 Provisions pour risques et charges

Compte tenu de l'activité du groupe, les provisions constatées ont pour objet de couvrir des risques ou litiges à caractère ponctuel ou latent. Ces éléments sont principalement relatifs à des litiges ponctuels. Il n'y a pas lieu de constater de provision à caractère récurrent, telle que des garanties données aux clients.

Dans le cadre de ses activités, le groupe peut être amené à rencontrer des litiges commerciaux, sociaux ou être soumis à des contrôles d'organismes d'état. Dans ce contexte, le groupe procède à une évaluation des risques et en tient compte dans l'estimation de ses provisions.

4.7.3.12 Engagements de retraite et prestations assimilés

Le montant des droits, qui seraient acquis par les salariés pour le calcul des indemnités de départ à la retraite, est généralement déterminé en fonction de leur ancienneté et en tenant compte de la probabilité de présence dans l'entreprise à l'âge de la retraite.

Au 31 décembre 2023, le montant de l'engagement de retraite s'élève à 6 446 K€ (cf. 4.8.8).

L'ensemble de ces coûts est provisionné et systématiquement pris en compte dans le résultat sur la durée d'activité des salariés.

4.7.3.13 Reconnaissance du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires se compose essentiellement des recettes publicitaires, des recettes liées aux ventes des magazines ainsi que des autres prestations liées.

Les produits sont comptabilisés lorsque le groupe a transféré à l'acheteur les risques et avantages significatifs inhérents à la propriété, qu'il ne conserve ni participation à la gestion, ni contrôle effectif sur les biens cédés, qu'il est probable que les avantages économiques résultant de la vente bénéficieront au

groupe et que le coût de la transaction peut être évalué de façon fiable.

Les recettes publicitaires sont reconnues en produits lorsque la publicité a été effectivement diffusée.

Le chiffre d'affaires lié à la distribution des magazines est comptabilisé à la date de parution des différents titres.

Les produits liés aux abonnements magazines sont étalés sur la durée de l'abonnement.

4.7.3.14 Distinction entre résultat exceptionnel et résultat courant

Le résultat courant est celui provenant des activités dans lesquelles l'entreprise est engagée dans le cadre de ses affaires ainsi que les activités annexes qu'elle assume à titre accessoire ou dans le prolongement de ses activités normales.

Le résultat exceptionnel résulte des événements ou opérations inhabituels distincts de l'activité et qui ne sont pas censés se reproduire de manière fréquente et régulière.

4.7.3.15 Résultat par action

Le résultat par action correspond au résultat net consolidé - part du groupe - se rapportant au nombre moyen pondéré d'actions de la société mère en circulation au cours de l'exercice (à l'exclusion des actions propres déduites des capitaux propres).

	31/12/2023	31/12/2022
Résultat net part du groupe (en K€)	24 195	42 989
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires	56 583 534	55 762 460
Effet des instruments dilutifs (BSPCE / AGA)	4 743 500	2 087 037
Nombre moyen pondéré d'actions	61 327 034	57 849 497
Résultat de base par action (en €)	0,43	0,77
Résultat dilué par action (en €)	0,39	0,74

4.8 Explication des comptes du bilan et du compte de résultat et de leurs variations

Les tableaux ci-après font partie intégrante des comptes consolidés.

4.8.1 Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles se décomposent de la manière suivante :

En K€	Valeurs brutes	Amortissements	Dépréciations	Valeurs nettes
Ecart d'acquisition	66 393	-2 954		63 438
Frais d'établissement	102	-102		
Frais de recherche	30 951	-20 304	-3 945	6 703
Concessions, brevets, licences	133 357	-34 130	-436	98 791
Fonds commerciaux	201 220	283	-31 112	170 391
Autres immobilisations incorporelles	5 106	-2 096	-255	2 754
Immobilisations en cours	1			1
Total immobilisations incorporelles	437 129	-59 303	-35 749	342 078

Le poste des concessions, brevets et licences comprend principalement les marques Unify identifiées lors de l'allocation du prix d'acquisition. Le poste des fonds commerciaux inclut pour partie l'actif identifié lors de l'allocation du prix d'acquisition relatif aux sociétés Reworld Media Magazines et ERAS.

Les variations des immobilisations incorporelles hors écarts d'acquisitions sont les suivantes :

En K€	Valeurs brutes	Amortissements	Dépréciations	Valeurs nettes
Clôture N-1	368 590	-53 614	-35 543	279 433
Mouvements de périmètre	-81	-18		-99
Augmentations	6 502	-6 153		349
Diminutions	-4 343	3 766	-196	-773
Écarts de change	184	-135	-9	40
Transfert de comptes à compte	-109	-86		-195
Autres mouvements	-7	-110		-117
Clôture N	370 736	-56 349	-35 749	278 639

Les écarts d'acquisitions portent sur les sociétés suivantes :

En K€	31/12/2022	Mouvements de périmètre	Amort. Dépréciations	Ecarts de conversion	Autres mouvements	31/12/2023
<i>Valeurs brutes</i>						
Reworld Media Spain (ex Emailing Network Europe)	72					72
Reworld Media Factory	312					312
Les Publications Grand Public (ex-Planning TV)	439					439
Tradedoubler	23 503			55		23 558
Tradedoubler (R-Advertising)	1 555			-3		1 552
Tradedoubler (Metapic)	301			1		302
Tradedoubler (MP Media Ventures GmbH)		388		-22		366
Tradedoubler (Kaha GmbH)		5 234		-297		4 937
Media365	10 281					10 281
Leads Lab	499					499
Event Flow	324					324
Eeple	7 391					7 391
La Financière Supersoluce Holding	1 494					1 494
Livecars	418					418
Social Playground		6				6
4B Media	5 834					5 834
Reworld Media Italia		8 609				8 609
Total valeurs brutes	52 424	14 236		-267		66 393
<i>Amortissements et dépréciations</i>						
Reworld Media Spain (ex Emailing Network Europe)	-72					-72
Reworld Media Factory	-312					-312
Les Publications Grand Public (ex-Planning TV)	-399					-399
Media365	-1 423					-1 423
Leads Lab	-499					-499
Event Flow	-184			-65		-249
Total amortissements et dépréciations	-2 890			-65		-2 954
<i>Valeurs nettes</i>						
Reworld Media Spain (ex Emailing Network Europe)						
Reworld Media Factory						
Les Publications Grand Public (ex-Planning TV)	39					39
Tradedoubler	23 503			55		23 558
Tradedoubler (R-Advertising)	1 555			-3		1 552
Tradedoubler (Metapic)	301			1		302
Tradedoubler (MP Media Ventures GmbH)		388		-22		366
Tradedoubler (Kaha GmbH)		5 234		-297		4 937
Media365	8 858					8 858
Leads Lab						
Event Flow	141			-65		76
Eeple	7 391					7 391
La Financière Supersoluce Holding	1 494					1 494
Livecars	418					418
Social Playground		6				6
4B Media	5 834					5 834
Reworld Media Italia		8 609				8 609
Total valeurs nettes	49 534	14 236		-65	-267	63 438

4.8.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles se décomposent de la manière suivante :

En K€	Valeurs brutes	Amortissements	Valeurs nettes
Installations techniques, matériels et outillages	3 286	-2 347	939
Autres immobilisations corporelles	16 918	-10 997	5 921
Immobilisations corporelles en cours	118	-115	3
Total immobilisations corporelles	20 322	-13 459	6 863

Les variations des immobilisations corporelles sont les suivantes :

En K€	Valeurs brutes	Amortissements et provisions	Valeurs nettes
Clôture N-1	16 960	-11 580	5 380
Mouvements de périmètre	67	-44	23
Augmentations	4 486	-3 083	1 403
Diminutions	-1 230	1 237	7
Ecarts de change	39	10	49
Clôture N	20 322	-13 459	6 863

4.8.3 Immobilisations financières

En K€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Titres de participations ⁽¹⁾	15 290	-5 404	9 886
Autres titres immobilisés	3 929	-3 405	524
Créances rattachées à des participations	1 924		1 924
Prêts	1 951	-1 826	125
Dépôts et cautionnements	4 048	-122	3 926
Autres immobilisations financières	87		87
Intérêts courus	378		378
Total immobilisations financières	27 607	-10 757	16 850

(1) Les titres de participations portent sur les sociétés non consolidées (cf. **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**).

Les variations des immobilisations financières sont les suivantes :

En K€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Clôture N-1	24 297	-9 990	14 308
Mouvements de périmètre			
Augmentations	3 567	-1 106	2 461
Diminutions	-252	338	86
Ecarts de change	-5		-5
Clôture N	27 607	-10 757	16 850

4.8.4 Stocks et en-cours

Les stocks et en-cours se présentent et se composent ainsi :

En K€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Matières premières	4 470	-1 175	3 295
Encours de biens et services	0		0
Produits finis	1 673	-1 693	-21
Marchandises	120		120
Total stocks et encours	6 262	-2 868	3 394

Les variations des stocks sont les suivantes :

En K€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Clôture N-1	6 856	-2 868	3 988
Variation	-594		-594
Clôture N	6 262	-2 868	3 394

4.8.5 Autres créances et comptes de régularisation

Les créances en valeurs nettes se décomposent, de la manière suivante :

En K€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
Avances et acomptes versés sur commandes	982		982
Clients	114 849	-26 934	87 914
Clients - factures à émettre	58 051		58 051
Créances sociales	85		85
Autres créances fiscales (hors IS)	20 702		20 702
Total créances d'exploitation	194 669	-26 934	167 735
Comptes courants débiteurs	1 559	-944	615
Débiteurs divers	3 391	-44	3 347
Etat - impôts sur les bénéfices	3 956		3 956
Total autres créances et comptes de régularisation	8 905	-988	7 918
Charges constatées d'avance	10 511		10 511
Total créances	214 085	-27 922	186 163

Les créances fiscales correspondent principalement aux postes de TVA récupérable.

Les créances se décomposent, par échéance, de la manière suivante :

En K€	Valeurs nettes	Échéances à moins d'un an	Échéances à plus d'un an
Avances et acomptes versés sur commandes	982	982	
Clients	87 914	87 914	
Clients - factures à émettre	58 051	58 051	
Créances sociales	85	85	
Autres créances fiscales (hors IS)	20 702	20 702	
Total créances d'exploitation	167 735	167 735	
Comptes courants débiteurs	615	615	
Débiteurs divers	3 347	3 347	
Etat - impôts sur les bénéfices	3 956	3 956	
Total créances hors exploitation	7 918	7 918	
Charges constatées d'avance	10 511	10 511	
Total créances	186 163	186 163	

4.8.6 Trésorerie active

La trésorerie active se décompose de la manière suivante :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Valeurs mobilières de placement	30 030	33 938
Actions propres	12 171	12 171
Provisions et dépréciations des valeurs mobilières de placement	-76	-41
Disponibilités	55 587	72 224
Total trésorerie active	97 712	118 291

Les actions propres sont dédiées aux programmes suivants :

- Attribution ou cession aux salariés et mandataires sociaux de la Société et des sociétés liées ;
- Conservation et remise (à titre d'échange, de paiement ou autres) dans le cadre d'opérations de croissance externe, de fusion, de scission ou d'apport.

Au cours de bourse du dernier jour de l'exercice, 3,56€, les actions propres seraient valorisées pour un total de 12 609K€.

Une partie de l'excédent de trésorerie a été placé sur des comptes à terme à maturité de 1 à 12 mois et est inclus au 31 décembre 2023 dans le poste Valeurs mobilières de placement.

4.8.7 Capital social

4.8.7.1 Capital social

Au 31 décembre 2023, le capital social s'élève à 1 132 308 € et se compose de 56 615 410 actions d'une valeur nominale de 0,02 €.

La variation du nombre d'actions composant le capital social est la suivante :

Nombre d'actions à la fin de l'exercice 2022	56 522 759
Augmentation de capital du 29/04/2023	87 037
Augmentation de capital du 01/09/2023	5 614
Nombre d'actions à la fin de l'exercice 2023	56 615 410

4.8.8 Provisions pour risques et charges

Les provisions pour risques et charges se décomposent de la manière suivante :

En K€	31/12/2022	Mouvements de périmètre	Dotations	Reprises	Transfert de compte à compte	31/12/2023
Litiges	5 557	0	1 104	-1 364		5 297
Autres risques	2 211	0	2 650	-1 664		3 198
Total provisions pour risques	7 768	0	3 755	-3 028		8 495
Pensions et obligations similaires	6 988	259	300	-1 103		6 446
Restructuration	60	0	0	-40		20
Autres charges	5 255	0	3 292	-4 999		3 548
Total provisions pour charges	12 304	259	3 593	-6 141		10 013
Total provisions pour risques et charges	20 072	259	7 348	-9 169		18 509
Dont dotations et reprises (hors écart d'acquisition) :						
- d'exploitation			300	-1 103		
- financières			0	0		
- exceptionnelles			7 046	-8 067		

Les provisions pour litiges et autres risques se composent principalement de risques liés aux restructurations et aux litiges commerciaux et sociaux.

Les hypothèses utilisées pour le calcul de la provision de pensions et obligations similaires sont les suivantes :

- Taux d'actualisation : 3,10 %
- Taux de charges sociales : 45 %
- Age de départ en retraite : Taux plein CNAV

Les écarts d'acquisitions négatifs portent sur les sociétés suivantes :

En K€	31/12/2022	Mouvements de périmètre	Amortissements Dépréciations	Écarts de conversion	Autres mouvements	31/12/2023
<i>Valeurs brutes</i>						
Unify	6 757	2 575				9 332
Total valeurs brutes	6 757	2 575				9 332
<i>Amortissements et dépréciations</i>						
Unify	-2 000		-7 332			-9 332
Total amortissements et dépréciations	-2 000		-7 332			-9 332
<i>Valeurs nettes</i>						
Unify	4 757	2 575	-7 332			
Total valeurs nettes	4 757	2 575	-7 332			

Un écart d'acquisition négatif a été constaté au 31/12/2022 à la suite de l'acquisition des titres de la société Unify par Reworld Media pour un montant de 7 M€. Une reprise de 7 M€ a été constatée sur l'exercice.

4.8.9 Dettes financières

La nature des dettes financières est la suivante :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Emprunts auprès des établissements de crédit	203 312	214 743
Autres emprunts et dettes assimilés	78	95
Intérêts courus non échus	2 437	1 636
Dettes financières	205 827	216 473

La variation des dettes financières est la suivante :

En K€	Emprunts auprès des établissements de crédit	Concours bancaires courants	Autres emprunts et dettes assimilés	Intérêts courus non échus	Solde
Clôture N-1	214 743		95	1 636	216 473
Augmentation	11 817		34		11 851
Remboursement	-23 297		-2		-23 299
Variation				801	801
Transfert de comptes à comptes	49		-49		
Clôture N	203 312		78	2 437	205 827

Le Groupe a effectué un nouveau tirage pour 12 M€.

Les dettes financières se décomposent, par échéance, de la manière suivante :

En K€	31/12/2023	Échéances à moins d'un an	Échéances entre un et cinq ans	Échéances à plus de cinq ans
Emprunts auprès des établissements de crédit	203 312	25 800	144 812	32 700
Autres emprunts et dettes assimilés	78	78		
Intérêts courus non échus	2 437	2 437		
Dettes financières	205 827	28 315	144 812	32 700

4.8.10 Dettes d'exploitation et hors exploitation

Les autres passifs à court terme comprennent les éléments suivants :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Fournisseurs et comptes rattachés	60 696	55 484
Factures non parvenues	64 809	76 548
Avoirs à émettre	5 899	23
Avances et acomptes reçus sur commandes	7 465	7 217
Dettes sociales (Personnel, organismes sociaux, etc.)	22 503	22 809
Dettes fiscales (hors IS)	22 359	23 057
Total dettes d'exploitation	183 730	185 137
Fournisseurs d'immobilisations	6 264	2 638
Etat - impôts sur les bénéfices	1 352	1 036
Comptes courants créditeurs	611	1 709
Dettes diverses	1 489	1 399
Total dettes hors exploitation	9 714	6 783
Produits constatés d'avance	27 491	28 300
Total dettes	220 937	220 221

Les produits constatés d'avance correspondent principalement au montant des abonnements des différents magazines, encaissés au 31 décembre 2023 et restant à servir.

Les dettes se décomposent, par échéance, de la manière suivante :

En K€	Valeurs brutes	Échéances à moins d'un an	Échéances à plus d'un an
Fournisseurs et comptes rattachés	60 696	60 696	
Factures non parvenues	64 809	64 809	
Avoirs à émettre	5 899	5 899	
Avances et acomptes reçus sur commandes	7 465	7 465	
Dettes sociales (Personnel, organismes sociaux, etc.)	22 503	22 503	
Dettes fiscales (hors IS)	22 359	22 359	
Total dettes d'exploitation	183 730	183 730	
Fournisseurs d'immobilisations	6 264	6 264	
Etat - impôts sur les bénéfices	1 352	1 352	
Comptes courants créditeurs	611	611	
Dettes diverses	1 489	1 489	
Total dettes hors exploitation	9 714	9 714	
Produits constatés d'avance	27 491	27 491	
Total dettes	220 937	220 937	

4.8.11 Engagements hors bilan

Engagements donnés

Contrats de location immobilière

Au 31 décembre 2023, l'engagement de paiement futur minimal au titre des contrats de location immobilière s'élève à un montant de 40 664 K€.

Covenants financiers

Certains emprunts souscrits auprès de partenaires bancaires sont soumis à des covenants financiers.

Nantissement des titres Reworld Media Magazines en date du 21 décembre 2023

Les titres de la société Reworld Media Magazines ont été nantis le 21 décembre 2023, en remplacement des titres Reworld Media France dans le cadre du contrat de crédit souscrit par Reworld Media SA auprès des établissements de crédit participant à la restructuration de la dette, pour sureté et garantie du remboursement en principal et du paiement de toutes sommes dues par Reworld Media SA.

Nantissement des titres Unify en date du 18 octobre 2022

Les titres de la société Unify ont été nantis le 18 octobre 2022 dans le cadre du contrat de crédit souscrit par Reworld Media SA auprès des établissements de crédit participant à la restructuration de la dette, pour sureté et garantie du remboursement en principal et du paiement de toutes sommes dues par Reworld Media SA.

Engagements reçus

Garantie autonome de paiement

BNP Paribas se porte caution du paiement par Reworld Media Magazines d'un montant de 827 K€ au profit de la société Network 1 au titre des garanties de paiement des loyers du site de Bagneux.

4.8.12 Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires se décompose de la manière suivante :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Ventes de produits	236 815	247 342
Ventes de prestations de services	305 970	254 415
Ventes de marchandises	2 931	719
Autres produits annexes	3 559	3 366
Total chiffre d'affaires	549 275	505 841

4.8.13 Détail des charges d'exploitation

Les charges d'exploitation hors dotations aux amortissements des écarts d'acquisition se décomposent de la manière suivante :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Achats de matières premières et autres approvisionnements	-27 237	-27 270
Variation de stocks de matières premières et autres approvisionnements	-695	558
Achats d'études et prestations de service	-33 825	-24 449
Achats non stockés, matériel et fournitures	-138 372	-119 270
Autres charges externes et autres charges d'exploitation	-191 436	-183 362
Impôts, taxes et versements assimilés	-2 933	-3 205
Rémunération du personnel	-72 382	-60 254
Charges sociales	-27 846	-21 739
Dotations aux amortissements	-8 512	-4 871
Dotations aux provisions d'exploitation	-707	-4 077
Autres charges d'exploitation	-3 598	-7 759
Total charges d'exploitation	-507 542	-455 698

4.8.14 Résultat financier

Le résultat financier se décompose comme suit :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Autres produits financiers	3 026	1 283
Différences positives de change	126	553
Total produits financiers	3 153	1 835
Dotations aux amortissements et provisions	-1 141	-1 171
Intérêts financiers et charges financières	-10 664	-5 818
Autres charges financières	-681	-539
Différences négatives de change	-177	-628
Total charges financières	-12 663	-8 157
Résultat financier	-9 510	-6 322

Les charges financières sont principalement composées des intérêts sur emprunts bancaires et des frais liés à la souscription de ces emprunts.

4.8.15 Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel se décompose de la manière suivante :

En K€	31/12/2023	31/12/2022
Produits exceptionnels sur opération de gestion	298	768
Produits de cession d'éléments d'actifs	145	345
Autres produits exceptionnels	434	1 559
Reprises de provisions exceptionnelles	8 997	8 290
Charges exceptionnelles sur opération de gestion	-16 432	-12 298
Charges exceptionnelles sur exercices antérieurs	-31	
Valeur nette comptable des éléments d'actifs cédés	-903	-1 099
Autres charges exceptionnelles	-557	-38
Dotations de provisions exceptionnelles	-6 748	-2 316
Résultat exceptionnel	-14 797	-4 789

Le résultat exceptionnel est principalement composé de :

- Reprise de provisions sur les réorganisations initiées les exercices précédents et sur les litiges ;
- Charges liées aux réorganisations.

4.8.16 Impôts différés

En K€	31/12/2023	Variation
Impôts différés actif	11 134	2 932
Impôts différés passif		
Total impôts différés nets	11 134	2 932

Les déficits activés par Reworld Media correspondent au montant probable d'imputation des déficits antérieurs pour les cinq prochains exercices, ainsi qu'à l'activation d'impôts différés sur les décalages temporaires d'imposition.

La variation correspond à la différence entre la reprise d'impôts différés à la suite de la consommation de déficits antérieurs et la dotation suite à l'activation de nouveaux déficits.

4.8.16.1 Détail de la charge d'impôt sur les sociétés

<i>En K€</i>	31/12/2023	31/12/2022
Impôts sur les sociétés	-5 332	-11 078
Impôts différés	89	3 017
Total impôts sur le résultat	-5 243	-8 061

4.8.16.2 Preuve d'impôt

Rationalisation de l'impôt	31/12/2023
Résultat net des sociétés intégrées (1)	19 680
Neutralisation des dotations sur les amortissements des écarts d'acquisition	7 267
Résultat net de l'ensemble consolidé	26 947
Impôts sur les résultats (2)	5 243
Résultat net avant impôt (1) + (2)	24 923
Impôt théorique au taux en vigueur, 25% (3)	6 231
Différence d'impôt (2) - (3)	-988

Explications	Charges	Produits
Différences permanentes social	5 401	
Différences permanentes consolidation	247	
Utilisation déficits non activés précédemment		4 721
Impôts différés non activés sur déficits de l'exercice		391
Autres impôts		
Différence de taux d'impôt social	452	
Total	6 100	5 112
Différence nette	-988	

4.8.17 Autres informations

4.8.17.1 Evénements postérieurs à la clôture

Néant.

4.8.17.2 Rémunération des dirigeants et honoraires

Le montant global des rémunérations / honoraires des dirigeants (Pascal CHEVALIER et Gautier NORMAND) versés directement ou indirectement à ces derniers au 31 décembre 2023 s'élève à 2 031 K€ pour le groupe.

4.8.17.3 Entreprises liées

Il n'existe pas de transactions entre les parties liées en cours à la date d'arrêté des comptes ou ayant des effets sur l'exercice qui présentent une importance significative et qui n'aient pas été conclues à des conditions normales de marché.

4.8.17.4 Effectifs

<i>En nombre de contrats</i>	31/12/2023	31/12/2022	Variation
Groupe	1 388	1 456	- 5%

4.8.17.5 Honoraires des commissaires aux comptes

Les honoraires de commissariat aux comptes s'élèvent à 986 K€ au titre de l'exercice clos au 31 décembre 2023 pour les sociétés intégrées globalement.

4.9 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

REWORLD MEDIA

Société anonyme

8, rue Barthelemy Danjou

92100 BOULOGNE BILLANCOURT

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 31 décembre 2023

BCRH & Associés
(Membre de PKF Arsilon)

3, rue d'Héliopolis

75017 PARIS

SARL au capital de 1 300 000 €

490 092 574 RCS Paris

Société de commissariat aux comptes inscrite à la
Compagnie Régionale de Paris

Deloitte & Associés

6, place de la Pyramide

92908 Paris-La Défense Cedex

S.A.S. au capital de 2 188 160 €

572 028 041 RCS Nanterre

Société de Commissariat aux Comptes inscrite à la
Compagnie Régionale de Versailles et du Centre

REWORLD MEDIA

Société anonyme

8, rue Barthelemy Danjou

92100 BOULOGNE BILLANCOURT

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 31 décembre 2023

A l'assemblée générale de la société REWORLD MEDIA

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de la société REWORLD MEDIA relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2023, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine, à la fin de l'exercice, de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes sur la période du 1er janvier 2023 à la date d'émission de notre rapport.

Justification des appréciations

En application des dispositions des articles L.821-53 et R.821-180 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les appréciations suivantes qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importantes pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble, et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes consolidés pris isolément.

La note 4.7.2.6 de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives à l'évaluation des écarts d'acquisition en fonction de leur valeur d'utilité. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié de ces règles et méthodes comptables concernant l'estimation de la perte de valeur et comptabilisation d'une dépréciation et nous nous sommes assurés que l'annexe aux comptes consolidés délivrait une information en relation avec l'évaluation des écarts d'acquisition.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion du conseil d'administration.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Nous attestons que la déclaration consolidée de performance extra-financière prévue par l'article L.225-102-1 du code de commerce figure dans les informations relatives au groupe données dans le rapport de gestion, étant précisé que, conformément aux dispositions de l'article L.823-10 de ce code, les informations contenues dans cette déclaration n'ont pas fait l'objet de notre part de vérifications de sincérité ou de concordance avec les comptes consolidés.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes consolidés

Il appartient à la direction d'établir des comptes consolidés présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes consolidés, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes consolidés. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.821-55 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion.

3 | REWORLD MEDIA | Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés | Exercice clos le 31 décembre 2023

Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;

- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes consolidés ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes consolidés au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes consolidés et évalue si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle ;
- concernant l'information financière des personnes ou entités comprises dans le périmètre de consolidation, il collecte des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Il est responsable de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés ainsi que de l'opinion exprimée sur ces comptes.

Paris et Paris-La Défense, le 29 mars 2024

Les commissaires aux comptes

BRCH & Associés
(membre de PKF Arsilon)

Deloitte & Associés

Paul GAUTEUR

Benoit PIMONT

5

COMPTES SOCIAUX

5.1	Compte de résultat de la Société.....	130
5.2	Bilan de la Société.....	131
5.3	Activité de la Société et faits caractéristiques de l'exercice.....	133
5.3.1	Activité de la Société.....	133
5.3.2	Faits caractéristiques de l'exercice.....	133
5.3.3	Comparabilité des comptes.....	133
5.4	Événement significatif survenu depuis la clôture de l'exercice.....	133
5.5	Principes et méthodes comptables.....	133
5.5.1	Règles générales.....	133
5.5.2	Recours à des estimations.....	134
5.5.3	Déroptions aux principes généraux.....	134
5.6	Informations relatives au bilan actif.....	134
5.6.1	Actif immobilisé.....	134
5.6.2	Etat des créances.....	136
5.6.3	Disponibilités.....	136
5.6.4	Valeurs mobilières de placements.....	137
5.6.5	Produits à recevoir.....	137
5.6.6	Charges constatées d'avance et écart de conversion actif.....	137
5.7	Informations relatives au bilan passif.....	138
5.7.1	Capitaux propres.....	138
5.7.2	Etats de provisions.....	139
5.7.3	Etats des dettes.....	140
5.7.4	Charges à payer.....	140
5.8	Informations relatives au compte de résultat.....	141
5.8.1	Ventilation du montant net du chiffre d'affaires.....	141
5.8.2	Autres produits d'exploitation.....	141
5.8.3	Résultat financier.....	141
5.8.4	Résultat exceptionnel.....	142
5.9	Informations diverses.....	142
5.9.1	Identité de la société mère consolidante.....	142
5.9.2	Liste des filiales et des participations.....	143
5.9.3	Rémunération des organes d'administration.....	144
5.9.4	Informations sur les parties liées.....	144
5.9.5	Avances aux dirigeants.....	144
5.9.6	Engagements hors bilan.....	144
5.9.7	Intégration fiscale.....	144
5.10	Résultats et autres éléments caractéristiques au cours des cinq derniers exercices.....	145
5.11	Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels.....	146
5.12	Rapport des commissaires aux comptes sur les conventions et engagements réglementés.....	151

5.1 Compte de résultat de la Société

En euros	Exercice 2023			Exercice 2022
	France	Exportation	Total	
Ventes de marchandises				
Production vendue de biens				
Production vendue de services	12 750 061	4 723 566	17 473 627	10 146 205
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	12 750 061	4 723 566	17 473 627	10 146 205
Production stockée				
Production immobilisée				
Subventions d'exploitation				
Reprises sur dép., prov. (et amortissements), transferts de charges			80 330	2 375 326
Autres produits			111	37 327
PRODUITS D'EXPLOITATION			17 554 068	12 558 858
Achats de marchandises (y compris droits de douane)				
Variation de stock (marchandises)				
Achats de matières premières et autres approvisionnements				
Variation de stock (matières premières et approvisionnements)				
Autres achats et charges externes			10 501 285	5 804 134
Impôts, taxes et versements assimilés			451 649	218 466
Salaires et traitements				
Charges sociales			1 559 141	670 101
Dotations d'exploitation :				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			589 838	703 020
Sur immobilisations : dotations aux dépréciations				
Sur actif circulant : dotations aux dépréciations				
Dotations aux provisions				
Autres charges			41 342	51 797
CHARGES D'EXPLOITATION			13 143 255	7 447 518
RESULTAT D'EXPLOITATION			4 410 813	5 111 340
OPERATIONS EN COMMUN				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
PRODUITS FINANCIERS			28 576 897	5 791 459
Produits financiers de participations			26 946 442	2 842 235
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé			1 184 315	123 777
Autres intérêts et produits assimilés			446 057	325 893
Reprises sur provisions et transferts de charges				2 499 554
Différences positives de change			84	
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
CHARGES FINANCIERES			11 379 657	5 617 146
Dotations financières aux amortissements et provisions			34 914	13 582
Intérêts et charges assimilées			11 026 724	5 603 564
Différences négatives de change			1 600	
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement			316 419	
RESULTAT FINANCIER			17 197 241	174 313
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			21 608 054	5 285 653
PRODUITS EXCEPTIONNELS			227 570	36 436
Produits exceptionnels sur opérations de gestion			32 173	
Produits exceptionnels sur opérations en capital			188 653	36 436
Reprises sur provisions et transferts de charges			6 745	
CHARGES EXCEPTIONNELLES			4 662 097	3 350 686
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion			1 189 365	1 760 354
Charges exceptionnelles sur opérations en capital			124 765	388 991
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions			3 347 966	1 201 341
RESULTAT EXCEPTIONNEL			-4 434 527	-3 314 250
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise				
Impôts sur les bénéfices			-6 212 600	-920 343
TOTAL DES PRODUITS			46 358 535	18 386 753
TOTAL DES CHARGES			22 972 408	15 495 007
BENEFICE OU PERTE			23 386 127	2 891 746

5.2 Bilan de la Société

Bilan actif

<i>En euros</i>	Montant brut	Amort. Prov.	Net au 31/12/2023	Net au 31/12/2022
Capital souscrit non appelé				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Frais d'établissement	97 277	97 277		
Frais de développement				
Concessions, brevets et droits similaires	215 770	189 068	26 702	34 125
Fonds commercial				
Autres immobilisations incorporelles	28 537	3 575	24 962	
Avances, acomptes sur immobilisations incorporelles				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
Terrains				
Constructions				
Installations techniques, mat. et outillage				
Autres immobilisations corporelles	1 322 797	703 901	618 896	733 695
Immobilisations en cours				
Avances et acomptes				
IMMOBILISATIONS FINANCIERES				
Participations par mise en équivalence				
Autres participations	224 775 506	807 591	223 967 915	214 642 084
Créances rattachées à des participations	8 940 980		8 940 980	8 240 992
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	2 153 430		2 153 430	1 724 802
ACTIF IMMOBILISE	237 534 297	1 801 413	235 732 885	225 375 698
STOCKS ET EN-COURS				
Matières premières, approvisionnements				
En-cours de production de biens				
En-cours de production de services				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances, acomptes versés sur commandes				
CREANCES				
Créances clients et comptes rattachés	4 809 339	70 238	4 739 101	3 252 060
Autres créances	61 055 831	699 700	60 356 130	49 686 900
Capital souscrit et appelé, non versé				
DIVERS				
Valeurs mobilières de placement	29 378 213	48 496	29 329 717	12 183 246
(dont actions propres : 12 170 909)				
Disponibilités	6 035 450		6 035 450	7 321 616
COMPTES DE REGULARISATION				
Charges constatées d'avance	621 593		621 593	478 725
ACTIF CIRCULANT	101 900 425	818 434	101 081 992	72 922 547
Frais d'émission d'emprunts à étaler	1 977 335		1 977 335	2 339 178
Primes de remboursement des obligations				
Ecarts de conversion actif				
TOTAL GENERAL	341 412 058	2 619 846	338 792 211	300 637 423

Bilan passif

<i>En euros</i>	Exercice 2023	Exercice 2022
Capital social ou individuel (dont versé : 1 132 308)	1 132 308	1 130 455
Primes d'émission, de fusion, d'apport	58 036 385	58 038 237
Ecart de réévaluation (dont écart d'équivalence : 0)		
Réserve légale	113 046	110 967
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées (dont réserves sur provisions fluctuation de cours : 0)	3 546	3 546
Autres réserves (dont achat œuvres originales artistes : 0)		
Report à nouveau	6 153 061	3 263 394
RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)	23 386 127	2 891 746
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées	6 724 728	4 583 506
CAPITAUX PROPRES	95 549 201	70 021 851
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
AUTRES FONDS PROPRES		
Provisions pour risques	1 200 000	
Provisions pour charges		
PROVISIONS	1 200 000	
DETTES FINANCIERES		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	165 857 855	175 607 059
Emprunts et dettes financières divers	39 005 011	39 005 011
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
DETTES D'EXPLOITATION		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	7 847 835	1 399 429
Dettes fiscales et sociales	2 602 204	1 597 087
DETTES DIVERSES		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	3 363 812	3 071 463
Autres dettes	23 330 457	9 700 857
COMPTES DE REGULARISATION		
Produits constatés d'avance	35 837	234 667
DETTES	242 043 011	230 615 573
Ecart de conversion passif		
TOTAL GENERAL	338 792 211	300 637 423

5.3 Activité de la Société et faits caractéristiques de l'exercice

5.3.1 Activité de la Société

La SA REWORLD MEDIA au capital de 1 132 308,20 euros dont le siège social est 8 Rue Barthélémy Danjou 92100 Boulogne-Billancourt et dont le SIREN est 439546011 présente le bilan avant répartition de l'exercice clos au 31/12/2023 qui se caractérise par les données suivantes :

- Total bilan : 338 792 211 euros,
- Résultat net comptable : 23 386 127 euros.

Les notes et les tableaux présentés ci-après font partie intégrante des comptes annuels de la société REWORLD MEDIA.

5.3.2 Faits caractéristiques de l'exercice

Augmentations de capital

Le Conseil d'Administration de Reworld Media SA, en date du 29 avril 2023, a procédé à une augmentation de capital social par création de 87 037 actions Reworld Media SA nouvelles au prix unitaire de 0,02 € de valeur nominale suite à l'attribution d'actions gratuites. L'augmentation de capital s'élève à un montant total de 2 K€ de valeur nominale.

Le Conseil d'Administration de Reworld Media SA, en date du 1er septembre 2023, a procédé à une augmentation de capital social par création de 5 614 actions Reworld Media SA nouvelles au prix unitaire de 0,02 € de valeur nominale suite à l'attribution d'actions gratuites. L'augmentation de capital s'élève à un montant total de 0,1 K€ de valeur nominale.

Prises de contrôle

Reworld Media SA a acquis en janvier 2023 100% du capital et des droits de vote de la société Reworld Media Italia (Milan), créée pour les besoins de l'opération par apport des activités print et digitales des marques Grazia et Icon exploitées en Italie ainsi que de l'activité de licence de ces marques dans le monde.

Nouveaux financements

La société REWORLD MEDIA SA a effectué un nouveau tirage pour un montant de 11 817 157 €.

Transmission Universelle du Patrimoine

La société LA FINANCIERE SUPERSOLUCE HOLDING a fait l'objet d'une Transmission Universelle du Patrimoine à la société REWORLD MEDIA SA en date du 27 juin 2023, l'impact se matérialise par un mali de 316 418,84 €, comptabilisé en charges financières.

5.3.3 Comparabilité des comptes

Les comptes ci-après couvrent la période du 01/01/2023 au 31/12/2023 soit une durée de 12 mois. Les comptes au 31/12/2022 et au 31/12/2023 sont donc comparables.

5.4 Événement significatif survenu depuis la clôture de l'exercice

Néant.

5.5 Principes et méthodes comptables

5.5.1 Règles générales

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base : continuité de l'exploitation, permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre, indépendance des exercices, conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

Les comptes annuels ont été arrêtés conformément aux dispositions du code de commerce et du règlement ANC 2014-03 du 5 juin 2014 modifié par le règlement ANC 2022-04 du 4 novembre 2022.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

5.5.2 Recours à des estimations

L'établissement des états financiers nécessite l'utilisation d'hypothèses et d'estimations qui peuvent avoir une incidence sur la valeur comptable de certains éléments du bilan et/ou du compte de résultat, ainsi que sur les notes fournies dans l'annexe des comptes annuels. Ces estimations peuvent être révisées si les bases d'informations sur lesquelles elles sont établies évoluent. Elles peuvent se révéler, dans le futur, différentes de la réalité. Les principales estimations concernent les hypothèses retenues pour :

- L'évaluation et la dépréciation des actifs incorporels et corporels,
- L'évaluation et la valorisation des titres de participations.

5.5.3 Dérogations aux principes généraux

Aucun changement notable de méthode d'évaluation n'est intervenu au cours de l'exercice.

Aucun changement notable de méthode de présentation n'est intervenu au cours de l'exercice.

5.6 Informations relatives au bilan actif

5.6.1 Actif immobilisé

A leur date d'entrée dans le patrimoine de l'entité, la valeur des actifs est déterminée dans les conditions suivantes :

- Les actifs acquis à titre onéreux sont comptabilisés à leur coût d'acquisition ;
- Les actifs produits par l'entité sont comptabilisés à leur coût de production ;
- Les actifs acquis à titre gratuit sont comptabilisés à leur valeur vénale ;
- Les actifs acquis par voie d'échange sont comptabilisés à leur valeur vénale.

Les droits de mutation, honoraires ou commissions et frais d'actes, liés à l'acquisition sont rattachés au coût d'acquisition.

Les coûts d'emprunt sont rattachés au coût d'acquisition.

Les subventions obtenues le cas échéant pour l'acquisition ou la production d'un bien sont sans incidence sur le calcul du coût des biens financés.

Les modes et durées d'amortissements sont présentés au paragraphe 5.6.1.2.

Les éventuelles dépréciations sont constatées après identification d'un indice de perte de valeur en fonction des indicateurs suivants :

- Externes : valeur de marché, changements importants, taux d'intérêt et de rendement ;
- Internes : obsolescence ou dégradation physique, changements importants dans le mode d'utilisation, performances inférieures aux prévisions.

La valeur nette comptable est ramenée à la valeur actuelle par le biais d'une dépréciation modifiant ainsi de manière prospective la base amortissable.

L'évaluation des dépréciations est réalisée ultérieurement selon les mêmes règles.

Quand les raisons qui ont motivé des dépréciations cessent d'exister, elles sont reprises en résultat sauf celles sur le fonds commercial qui ne sont jamais reprises.

Participations et autres titres

Les titres de participations sont évalués à leur valeur d'acquisition augmentée des frais d'acquisition. Si une clause de complément de prix est prévue, le montant du complément de prix est inclus dans le coût d'acquisition des titres à la condition que cet ajustement soit probable et que son montant puisse être mesuré de façon fiable comme l'indique le règlement n°20.01 du Comité de Réglementation Comptable.

Une dépréciation est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur d'acquisition. La valeur d'inventaire des titres de participation pour lesquels il n'existe pas de valeur de référence s'apprécie principalement sur la base des perspectives de rentabilité future reposant sur les business plan établis par la direction.

Autres immobilisations financières

Les actions propres affectées aux contrats de liquidité sont comptabilisées à leur prix d'acquisition, hors frais. Si, à la clôture de l'exercice, la valeur d'acquisition est supérieure au cours moyen du dernier mois de l'exercice, l'écart fait l'objet d'une provision pour dépréciation financière. Les plus ou moins-values de cession sont comptabilisées en résultat exceptionnel suivant la méthode FIFO (First In - First Out).

5.6.1.1 Etat de l'actif immobilisé brut

<i>En euros</i>	Montant au 01/01/2023	Augmentations	Diminutions	Montant au 31/12/2023
Frais d'établissement et de développement	97 277			97 277
Autres postes d'immobilisations incorporelles	220 844	23 463		244 307
Total des immobilisations incorporelles	318 121	23 463		341 584
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions, installations, agencements				
Installations générales et agencements	1 209 647	6 219		1 215 866
Installations techniques, matériels et outillages				
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier	106 930	1		106 931
Emballages récupérables et divers				
Total des immobilisations corporelles	1 316 577	6 220		1 322 797
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations	223 690 667	12 081 863	2 056 044	233 716 486
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières	1 724 802	485 220	56 592	2 153 430
Total des immobilisations financières	225 415 469	12 567 081	2 112 636	235 869 916
Total	227 050 167	12 596 763	2 112 636	237 534 297

Les variations des postes d'immobilisations corporelles et incorporelles d'un exercice à l'autre sont dues à des mouvements d'acquisitions et de cessions d'actifs réalisées par la société pour les besoins de son activité.

5.6.1.2 Amortissements de l'actif immobilisé

<i>En euros</i>	Montant au 01/01/2023	Augmentations	Diminutions	Montant au 31/12/2023
Frais d'établissement et de développement	97 277			97 277
Autres postes d'immobilisations incorporelles	186 719	5 925		192 644
Total des immobilisations incorporelles	283 996	5 925		289 921
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions, installations, agencements				
Installations générales et agencements	475 952	121 018		596 970
Installations techniques, matériels et outillages				
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier	106 930	1		106 931
Emballages récupérables et divers				
Total des immobilisations corporelles	582 882	121 019		703 901
Total	866 878	126 943		993 821

<i>En euros</i>	Montant au 01/01/2023	Augmentations	Diminutions	Montant au 31/12/2023
Charges réparties sur plusieurs exercices				
Frais d'émission d'emprunt à étaler	2 339 178		361 843	1 977 335
Primes de remboursement des obligations				

Modalités d'amortissements

Immobilisations corporelles	Durée d'amortissement en nombre d'années
Installations générales agencements, aménagements	10 ans
Matériel de bureau et informatique	3 ans
Mobilier	3 ans

5.6.2 Etat des créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire d'une créance est inférieure à sa valeur nominale et/ou lorsque des difficultés de recouvrement sont clairement identifiées. Les dépréciations sont évaluées en tenant compte de l'historique des pertes sur créances, de l'analyse de l'antériorité et d'une estimation détaillée des risques.

<i>En euros</i>	Montant brut 31/12/2023	A un an au plus	A plus d'un an	Montant brut 31/12/2022
Actif immobilisé :	11 094 409	2 903 556	8 190 853	9 965 794
Créances rattachées à des participations	8 940 980	2 526 011	6 414 969	8 240 992
Prêts ⁽¹⁾⁽²⁾				
Autres immobilisations financières	2 153 430	377 546	1 775 884	1 724 802
Actif circulant :	65 865 169	65 865 169		53 708 897
Clients douteux ou litigieux	84 286	84 286		84 286
Autres créances clients	4 725 052	4 725 052		3 238 012
Créances représentatives de titres prêtés				
Personnel et comptes rattachés				
Sécurité sociale et autres organismes sociaux				
Impôts sur les bénéfices	3 281 426	3 281 426		1 293 827
Taxe sur la valeur ajoutée	1 122 525	1 122 525		249 104
Autres impôts, taxes et versements assimilés				
Divers				
Groupe et associés ⁽²⁾	56 651 359	56 651 359		48 566 586
Débiteurs divers	521	521		277 082
Charges constatées d'avance	621 593	621 593		478 725
Total des créances	77 581 171	69 390 318	8 190 853	64 153 416

(1) Montants des prêts accordés en cours d'exercice : 0

(1) Montant des remboursements obtenus en cours d'exercice : 0

(2) Prêts et avance consentis aux associés (personnes physiques) : 0

5.6.3 Disponibilités

Les liquidités disponibles en banque et en caisse ont été évaluées à la valeur nominale.

5.6.4 Valeurs mobilières de placements

Les valeurs mobilières de placement correspondant à des actions propres affectées soit à des opérations d'échange et de croissance externe, soit à des attributions ou cessions aux salariés et mandataires du groupe.

Concernant les actions propres, une dépréciation est comptabilisée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à leur coût d'acquisition. La valeur d'inventaire s'apprécie à partir du cours moyen de bourse du dernier mois avant la clôture de l'exercice.

5.6.5 Produits à recevoir

<i>En euros</i>	Montant au 31/12/2023	Montant au 31/12/2022
Immobilisations financières	377 546	
Créances rattachées à des participations		
Autres immobilisations financières	377 546	
Créances	2 669 967	769 982
Créances clients et comptes rattachés	2 669 967	769 982
Autres créances		
Disponibilités et divers	135 982	
Valeurs mobilières de placement	135 982	
Disponibilités		
Total	3 183 495	769 982

5.6.6 Charges constatées d'avance et écart de conversion actif

<i>En euros</i>	Montant au 31/12/2023	Montant au 31/12/2022
CCA : charges d'exploitation	621 593	478 725

5.7 Informations relatives au bilan passif

5.7.1 Capitaux propres

5.7.1.1 Composition du capital social

Le capital social se décompose ainsi :

	Titres			Au 31/12/2023	Valeur nominale
	Au 31/12/2022	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant l'exercice		
Actions ordinaires	56 522 759	92 651		56 615 410	0,02 €

5.7.1.2 Variation des capitaux propres

	Solde au 01/01/2023	Variation de capital	Affectation du résultat 2022	Autres mouvements	Résultat de l'exercice	Solde au 31/12/2023
Capital social	1 130 455	1 853				1 132 308
Prime d'émission, de fusion, d'apport	58 038 237	-1 853				58 036 385
Ecart de réévaluation						
Réserve légale	110 967		2 079			113 046
Réserves statutaires ou contractuelles						
Réserves réglementées	3 546					3 546
Autres réserves						
Report à nouveau	3 263 394		2 889 666			6 153 061
Résultat de l'exercice	2 891 746		-2 891 746		23 386 127	23 386 127
Subvention d'investissement						
Provision réglementées	4 583 506			2 141 221		6 724 728
Total capitaux propres	70 021 851			2 141 221	23 386 127	95 549 201

5.7.2 Etats de provisions

<i>En euros</i>	Au 01/01/2023	Dotations	Reprises	Au 31/12/2023
Provisions réglementées	4 583 506	2 147 966	6 745	6 724 728
Provisions pour reconstitution des gisements				
Provisions pour investissement				
Provisions pour hausse de prix				
Amortissements dérogatoires	4 583 506	2 147 966	6 745	6 724 728
Dont majorations exceptionnelles de 30%				
Provisions pour prêts d'installation				
Autres provisions réglementées				
Provisions pour risques et charges		1 200 000		1 200 000
Provisions pour litiges		1 200 000		1 200 000
Provisions pour garanties données aux clients				
Provisions pour pertes sur marchés à terme				
Provisions pour amendes et pénalités				
Provisions pour pertes de change				
Provisions pour pensions et obligations similaires				
Provisions pour impôts				
Provisions pour renouvellement des immobilisations				
Provisions pour gros entretien et grandes révisions				
Provisions pour charges soc. et fisc. sur congés à payer				
Autres provisions pour risques et charges				
Provisions pour dépréciation	1 591 111	34 914		1 626 025
Sur immobilisations incorporelles				
corporelles				
titres mis en équivalence				
titres de participation	807 591			807 591
autres immobilisations financières				
Sur stocks en cours				
Sur comptes clients	70 238			70 238
Autres provisions pour dépréciation	713 282	34 914		748 196
Total	6 174 617	3 382 880	6 745	9 550 752
Dont dotations et reprises d'exploitation				
Dont dotations et reprises financières		34 914		
Dont dotations et reprises exceptionnelles		3 347 966	6 745	

5.7.3 Etats des dettes

En euros	Montant brut 31/12/2023	A 1 au plus	1 à 5 ans	Plus de 5 ans	Montant brut 31/12/2022
Emprunts obligataires convertibles ⁽¹⁾					
Autres emprunts obligataires ⁽¹⁾					
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit : ⁽¹⁾	165 857 855	27 769 081	115 088 774	23 000 000	175 607 059
À 1 an maximum à l'origine					
À plus d'1 an à l'origine	165 857 855	27 769 081	115 088 774	23 000 000	175 607 059
Emprunts et dettes financières divers ⁽¹⁾⁽²⁾	39 005 011	205 011	29 100 000	9 700 000	39 005 011
Fournisseurs et comptes rattachés	7 847 835	7 847 835			1 399 429
Personnel et comptes rattachés					
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	2 228 435	2 228 435			770 496
Impôts sur les bénéfices					
Taxe sur la valeur ajoutée	362 928	362 928			815 653
Obligations cautionnées					
Autres impôts, taxes et assimilés	10 841	10 841			10 938
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	3 363 812	3 363 812			3 071 463
Groupe et associés (2)	23 181 445	23 181 445			9 700 857
Autres dettes	149 012	149 012			
Dettes représentatives de titres empruntés					
Produits constatés d'avance	35 837	35 837			234 667
Total	242 043 011	65 154 237	144 188 774	32 700 000	230 615 573

(1) Emprunts souscrits en cours d'exercice : 11 817 157

(1) Emprunts remboursés en cours d'exercice : 22 396 945

(2) Montant des divers emprunts et dettes contractés auprès des associés personnes physiques : 0

5.7.4 Charges à payer

En euros	Au 31/12/2023	Au 31/12/2022
Dettes d'exploitation	3 393 128	2 657 056
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 164 693	1 886 560
Dettes fiscales et sociales	2 228 435	770 496
Dettes financières	2 436 849	1 635 706
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	2 436 849	1 635 706
Emprunts et dettes financières divers (dont emprunts participatifs)		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
Dettes diverses	408 000	
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	408 000	
Autres dettes		
Comptes de régularisation		
Produits constatés d'avance		
Total	6 237 977	4 292 762

5.8 Informations relatives au compte de résultat

5.8.1 Ventilation du montant net du chiffre d'affaires

En euros	Exercice 2023			Exercice 2022
	France	CEE + Export	Total	Total
Ventes de marchandises				
Ventes de produits finis				
Production vendue de services	12 750 061	4 723 566	17 473 627	10 146 205
Chiffre d'affaires	12 750 061	4 723 566	17 473 627	10 146 205

5.8.2 Autres produits d'exploitation

En euros	Exercice 2023	Exercice 2022
Production stockée		
Production immobilisée		
Autres produits divers de gestion et subvention d'exploitation		
Reprise sur amortissement et provisions, transfert de charges	80 330	2 375 326
Autres produits	111	37 327
Total	80 441	2 412 654

5.8.3 Résultat financier

Le résultat financier de l'exercice s'élève à 17 197 241€ et se décompose de la façon suivante :

En euros	Exercice 2023	Exercice 2022
PRODUITS FINANCIERS	28 576 897	5 791 461
Produits financiers de participations	26 946 442	2 842 235
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé	1 184 315	123 777
Autres intérêts et produits assimilés	446 057	325 893
Reprises sur provisions et transferts de charges		2 499 555
Différences positives de change	84	
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		
CHARGES FINANCIERES	11 379 657	5 617 146
Dotations financières aux amortissements et provisions	34 914	13 582
Intérêts et charges assimilés	11 026 724	5 603 564
Différences négatives de change	1 600	
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement	316 419	
RESULTAT FINANCIER	17 197 241	174 314

5.8.4 Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel de l'exercice de (4 434 527) € et se décompose de la façon suivante :

<i>En euros</i>	Exercice 2023	Exercice 2022
PRODUITS EXCEPTIONNELS	227 570	36 436
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	32 173	
Produits exceptionnels sur opérations en capital	188 653	36 436
Reprises sur provisions et transferts de charges	6 745	
CHARGES EXCEPTIONNELLES	4 662 097	3 350 686
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	1 189 365	1 760 354
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	124 765	388 991
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions	3 347 966	1 201 341
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-4 434 527	-3 314 250

Les dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions sont composées principalement d'amortissements dérogatoires.

5.9 Informations diverses

5.9.1 Identité de la société mère consolidante

La société REWORLD MEDIA SA dont le siège est situé au 8 rue Barthélémy Danjou, 92100 Boulogne-Billancourt, France, est la société consolidante du Groupe Reworld Media.

5.9.2 Liste des filiales et des participations

Sociétés concernées	Capital	Capitaux propres	Q.P de capital détenue	Dividendes encaissés	Chiffre d'affaires	Résultat
FILIALES FRANCAISES - Plus de 50%						
EDI SIC	2 158 000	-1 608 891	100%		5 343 029	-1 072 746
REORLD MEDIA FACTORY	1 000	3 800 952	100%		45 736 172	2 394 488
LES PUBLICATIONS GRAND PUBLIC	500 000	7 169 185	100%		24 773 067	3 209 620
R.M.P	16 458 890	5 778 875	100%		11 300 938	1 416 165
REORLD MEDIA VENTURES	100	-1 887 465	100%		844 426	-743 350
MONTREUX PUBLICATIONS	100	-1 270 986	100%		1 984 294	-41 634
REORLD MEDIA CONNECT	100 000	-256 622	100%		42 054 424	-152 846
LIVECARS	100	120 015	100%		1 275 101	170 400
MEDIA PROXIMITE	5 000	-2 179 271	100%		4 872 939	-537 624
REORLD MEDIA EDITION	5 000	-435 129	100%		388 283	-189 830
REORLD MEDIA CAMPUS	5 000	-144 528	100%		33 925	-26 863
CLAIM (ATELIER B)	10 000	-344 577	100%		71 703	-93 075
MEDIA365	4 488 745	5 823 787	100%		11 645 648	899 350
SPORTS STRATEGIES	39 420	-945 471	100%		57 410	-197 067
REORLD MEDIA SERVICES	1 000	620 204	100%		19 878 677	124 268
SOCIAL PLAYGROUND	10 000	-1 662 774	100%		1 322 356	-629 435
REORLD MEDIA MAGAZINES	50 000 000	139 719 805	100%		191 437 199	17 230 468
BETTER LIFE (EX RM DEV 7)	5 000	-249 805	90%		739	-18 782
RM DEV 9 (EX MILOUIN)	10 000	-1 762	100%		0	-4 223
EEPLE	795 453	-3 646 375	100%		3 022 507	-550 506
MEDIA COMMERCE	10 000	-339 537	100%		0	-124 111
4B MEDIA	2 500 000	2 808 677	100%		0	619 013
UNIFY	80 337 121	101 410 976	100%		2 667 147	33 961 156
PRESSE MANETTE	1 000	40 926	100%		401 369	206 102
FILIALES ETRANGERES - Plus de 50%						
TRADEDOUBLER (EN SK)	18 337 000	104 746 000	52%			
EMAILING NETWORK EUROPE	3 765	222 880	100%			
TRY FOR YOU	25 000	20 426	65%			
REORLD MEDIA PTE (EN SGD)	20 000	-2 904 635	100%			
REORLD MEDIA ITALIA	10 000		100%			
COMPARLAB GMBH	25 000		100%			
PARTICIPATION DANS LES SOCIETES FRANCAISES - 10 A 50%						
EDISOUND	10 000	-1 078 604	40%			-452 024
OMNIIZ (EX RM DEV8)	5 000	-1 015 157	30%			-786 750
HOPSCOTCH GROUPE			29%			
GEMART			15%			
PARTICIPATION DANS LES SOCIETES ETRANGERES - 10 A 50%						
WIDEONET			30%			

5.9.3 Rémunération des organes d'administration

La rémunération versée à l'ensemble des administrateurs au titre de l'exercice s'est élevée à 40 000€.

5.9.4 Informations sur les parties liées

Toutes les transactions avec les parties liées concernent des transactions effectuées avec les sociétés du Groupe et sont conclues à des conditions normales de marché.

5.9.5 Avances aux dirigeants

Conformément à l'article L223-21 du Code de commerce, aucune avance ou crédit n'a été allouée aux dirigeants de la société.

5.9.6 Engagements hors bilan

Engagements donnés :

Contrats de location immobilière

Au 31 décembre 2023, l'engagement de paiement futur minimal s'élève à un montant de 13 680 708€.

Covenants financiers

Certains emprunts souscrits auprès de partenaires bancaires sont soumis à des covenants financiers. A la clôture de l'exercice, ces covenants sont respectés.

5.9.7 Intégration fiscale

La société a conclu une convention d'intégration fiscale avec ses filiales françaises détenues directement ou indirectement à plus de 95%.

Cette convention, entrée en vigueur pour la première fois le 1^{er} janvier 2015, a été signée dans le cadre de l'option prise par les dirigeants pour le régime de groupe tel que défini aux articles 223 A et suivants du Code Général des Impôts. Chaque société intégrée fiscalement est replacée dans la situation qui aurait été la sienne si elle avait été imposée séparément.

L'économie d'impôt complémentaire résulte de la différence entre l'impôt dû par les filiales intégrées et l'impôt résultant de la détermination du résultat d'ensemble est enregistrée par REWORLD MEDIA.

L'application du régime d'intégration fiscale se traduit en 2023, pour le périmètre, par une économie d'impôt de 6 212 600 €.

5.10 Résultats et autres éléments caractéristiques au cours des cinq derniers exercices

Société : Reworld Media SA

Exercice du 1^{er} janvier 2023 au 31 décembre 2023

<i>En euros</i>	du 01/01/23 au 31/12/23	du 01/01/22 au 31/12/22	du 01/01/21 au 31/12/21	du 01/01/20 au 31/12/20	du 01/01/19 au 31/12/19
Capital en fin d'exercice					
Capital social	1 132 308	1 130 455	1 109 673	1 087 245	993 109
Nombre des actions ordinaires existantes	56 615 410	56 522 759	55 483 666	54 362 238	49 655 436
Nombre des actions à dividende prioritaire (sans droit de vote) existantes					
Nombre des actions de préférences (sans droit de vote)					
Nombre maximum d'actions à créer :					
Par conversion d'obligations					
Par attribution d'actions gratuites	4 743 500	2 087 037	1 126 130	3 650 802	3 615 469
Par exercice de droits de souscription				1 296 756	3 458 016
Opérations et résultat de l'exercice					
Chiffre d'affaires hors taxes	17 473 627	10 146 205	8 857 517	4 828 600	3 181 079
Résultat avant impôt, participation des salariés et dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	21 146 245	3 889 346	3 114 610	-2 333 801	631 417
Impôt sur les bénéfices	-4 126 107	-9 797 077	-7 462 676		
Participation des salariés due au titre de l'exercice					
Résultat après impôt, participation des salariés et dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	23 386 127	2 891 746	4 016 517	-835 289	637 316
Résultat par action					
Résultat après impôt, participation des salariés et avant dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	0,374	0,069	0,056	-0,043	0,013
Résultat après impôt, participation des salariés et dotations aux amortissements, dépréciations et provisions	0,413	0,051	0,072	-0,015	0,013
Dividende attribué à chaque action					
Personnel					
Effectif moyen des salariés employés	-	-	-	-	-
Montant de la masse salariale	-	-	-	150 000	-
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales, ...)	-	-	2 150 978	84 480	-

5.11 Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

REWORLD MEDIA

Société anonyme

8, rue Barthelemy Danjou
92100 Boulogne Billancourt

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2023

BCRH & Associés
(Membre de PKF Arsilon)
3, rue d'Héliopolis
75017 PARIS
SARL au capital de 1 300 000 €
490 092 574 RCS Paris
Société de commissariat aux comptes inscrite à la
Compagnie Régionale de Paris

Deloitte & Associés
6, place de la Pyramide
92908 Paris-La Défense Cedex
S.A.S. au capital de 2 188 160 €
572 028 041 RCS Nanterre
Société de Commissariat aux Comptes inscrite à la
Compagnie Régionale de Versailles et du Centre

REWORLD MEDIA

Société anonyme

8, rue Barthelemy Danjou
92100 Boulogne Billancourt

Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels

Exercice clos le 31 décembre 2023

À l'assemblée générale de la société REWORLD MEDIA

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la société REWORLD MEDIA relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2023, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance, prévues par le code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes sur la période du 1er janvier 2023 à la date d'émission de notre rapport.

Justification des appréciations

En application des dispositions des articles L.821-53 et R.821-180 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les appréciations suivantes qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importantes pour l'audit des comptes annuels de l'exercice.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

Les titres de participation sont évalués selon les modalités présentées dans le paragraphe 5.6.1 de l'annexe aux comptes annuels. Nous avons examiné le caractère approprié de ces méthodes comptables et procédé à l'appréciation du caractère raisonnable des estimations retenues pour déterminer la valeur d'utilité des titres de participation et les créances rattachées

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

Informations données dans le rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires.

2 | REWORLD MEDIA | Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes annuels | Exercice clos le 31 décembre 2023

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D.441-6 du code de commerce.

Informations relatives au gouvernement d'entreprise

Nous attestons de l'existence, dans la section du rapport de gestion du conseil d'administration consacrée au gouvernement d'entreprise, des informations requises par l'article L.225-37-4 du code de commerce.

Autres informations

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.821-55 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

Paris et Paris La Défense, le 29 mars 2024

Les commissaires aux comptes

BCRH & Associés
(membres de PKF Arsilon)

Deloitte & Associés

Paul GAUTEUR

Benoit PIMONT

5.12 Rapport des commissaires aux comptes sur les conventions et engagements réglementés

REWORLD MEDIA

Société Anonyme

8 rue Barthelemy Danjou

92100 Boulogne - Billancourt

Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées

Assemblée générale d'approbation des comptes de
l'exercice clos le 31 décembre 2023

BCRH & Associés
(Membre de PKF Arsilon)

3, rue d'Héliopolis

75017 PARIS

SARL au capital de 1 300 000 €

490 092 574 RCS Paris

Société de commissariat aux comptes inscrite à la
Compagnie Régionale de Paris

Deloitte & Associés

6, place de la Pyramide

92908 Paris-La Défense Cedex

S.A.S. au capital de 2 188 160 €

572 028 041 RCS Nanterre

Société de Commissariat aux Comptes inscrite à
la Compagnie Régionale de Versailles et du
Centre

REWORLD MEDIA

Société Anonyme

8 rue Barthelemy Danjou

92100 Boulogne - Billancourt

Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées

Assemblée générale d'approbation des comptes
de l'exercice clos le 31 décembre 2023

A l'assemblée générale des actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques, les modalités essentielles ainsi que les motifs justifiant de l'intérêt pour la société des conventions dont nous avons été avisés ou que nous aurions découvertes à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions. Il vous appartient, selon les termes de l'article R. 225-31 du code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article R. 225-31 du code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions déjà approuvées par l'assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

CONVENTIONS SOUMISES A L'APPROBATION DE L'ASSEMBLEE GENERALE**Conventions autorisées au cours de l'exercice écoulé**

En application de l'article R. 225-40 du code de commerce, nous avons été avisés des conventions suivantes qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA et indirectement associés de Quintet ayant conclu des contrats de crédits-baux portant sur des locaux situés dans l'ensemble immobilier sis 80 à 84 rue Marcel Dassault, 77 à 83 avenue Edouard Vaillant et 4 à 18 rue Barthélémy Danjou à Boulogne- Billancourt.

Objet : Il est rappelé que REWORLD MEDIA sous loue :

- « Bâtiment C » : depuis 2016 à la société QUINTET une surface de 2.879m² et des parkings.
- « Bâtiment A » : depuis 2021 à la société QUINTET une surface de 1.649m² et des parkings.

Au cours de l'année 2023, la Société a pris en sous location une surface complémentaire dans le « Bâtiment A » 1.127m² et 29 nouvelles places de parking.

Les nouvelles modalités des baux sont les suivantes :

Bâtiment A

- Surface : 1,649m² jusqu'au 30 juin 2023 puis un total de 2,776m² de bureaux et environ 130m² de terrasse privative à compter du 1er juillet 2023.
- Loyers : 355 €/m²/an HT HC soit un montant total annuel de 585.395 € HT/HC/terrasses incluses (avant indexation) au titre des deux premières années et 370 €/m²/an HT HC (avant indexation) soit un total de 610.130 €/an/HT/HC/terrasses incluses (avant indexation) à compter de la troisième année et jusqu'au 30 juin 2023 puis un total de 1.027.120 €/an/HT/HC/terrasses incluses (avant indexation) à compter du 1er juillet 2023. Le loyer est indexé selon l'ILC.
- Dépôt de garantie : 3 mois de loyers.
- Durée : 9 ans à compter de juin 2021 avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA.
- Sous-location : REWORLD MEDIA a la faculté de sous louer en tout ou partie à toute société dont elle détient une participation.
- Droit de priorité : QUINTET a accordé à REWORLD MEDIA un droit de priorité à la valeur locative sur les surfaces vacantes du « Bâtiment A » dans l'hypothèse où REWORLD MEDIA aurait nécessité de louer de nouvelles surfaces.

Surfaces historiques (louées depuis 2016) du Bâtiment C

- Surface : 2.879m² de bureaux (représentant l'intégralité du Bâtiment) et environ 130m² de terrasse privative.
- Loyers : 355 €/m²/an HT HC soit un montant total annuel de 1.022.045 € HT/HC/terrasses incluses (avant indexation) au titre des deux premières années et 370 €/m²/an HT HC /terrasses incluses (avant indexation) à compter de la troisième année. Le loyer est indexé selon l'ILC. Le loyer est compris dans la fourchette de loyer de marché sur Boulogne-Billancourt pour ce type de surface et de biens (cf ci-dessus).
- Dépôt de garantie : 3 mois de loyers.
- Durée : 9 ans à compter de février 2021 avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA.
- Sous-location : REWORLD MEDIA a la faculté de sous louer (i) en tout ou partie à toute société dont elle détient une participation et (ii) pour partie à tout tiers.

Parkings

- Nombre : 107 jusqu'au 30 juin 2023 puis 136 compter du 1er juillet 2023
- Loyers : 1.300 € par parking/an/HT/HC (avant indexation). Le loyer est indexé selon l'ILC.
- Durée : 9 ans avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA.
- Dépôt de garantie : 3 mois de loyers.

Sous-location : REWORLD MEDIA a la faculté de sous louer tout ou partie

Date du Conseil d'Administration ayant autorisé : 13 juillet 2023.

Motif justifiant son intérêt pour la société : Le montant total (hors taxes et hors charges des loyers facturés à REWORLD MEDIA par QUINTET s'est élevé à 2 266 679 € en 2023 et le montant des charges locatives s'est élevé à 166 996 €.

 CONVENTIONS DEJA APPROUVEES PAR L'ASSEMBLEE GENERALE

Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs

En application de l'article R. 225-30 du code de commerce, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, déjà approuvées par l'assemblée générale au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours de l'exercice écoulé.

- **Attribution d'actions de performance**

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA)

Objet : attribution d'actions de performance.

Date du Conseil d'Administration ayant autorisé : Autorisé à l'unanimité par le Conseil d'Administration du 31 mai 2022 à laquelle M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND n'ont pas pris part.

Modalités :

Il a été décidé que cette attribution devait :

- Intégrer une période d'acquisition plus longue que les précédents plans d'actions gratuites aux dirigeants (qui était de un an)
- Conditionner l'acquisition définitive des actions gratuites à des conditions de performance

Sur la base des recommandations, il a donc été décidé d'attribuer des actions de performance selon les modalités suivantes :

- Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND
- Nombre d'actions de performance : 1.000.000 actions gratuites de performance au profit de M. Pascal CHEVALIER et 1.000.000 actions gratuites de performance au profit de M. Gautier NORMAND
- Période d'Acquisition : deux (2) ans
- Conditions attachées à l'acquisition :
 - condition de présence de deux (2) ans et
 - condition de performance comme suit :
 - pour 50% des Actions Gratuites une condition de performance 2022 et
 - pour les autres 50% une condition de performance 2023

Intérêt pour la Société : intéresser les dirigeants au capital et à la valorisation du groupe

- **ASSURANCE HOMMES CLES ET nantissement/delegation de l'assurance**

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA)

Objet : autorisation de la mise en place d'une assurance Homme clés dans le cadre du financement bancaire de l'acquisition de MONDADORI France et délégation de l'assurance au profit des banques ayant financé l'acquisition de MONDADORI.

Date du Conseil d'Administration ayant autorisé : Autorisé à l'unanimité par le Conseil d'Administration du 29 juillet 2019, à laquelle M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND n'ont pas pris part.

4 | REWORLD MEDIA | Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées | Assemblée générale d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023

Modalités :

Description	(i) Nantissement des créances de l’Emprunteur vis-à-vis la compagnie d’assurance résultant de la mise en jeu de l’Assurance Emprunteur/Homme Clé au profit des Bénéficiaires ou (ii) délégation de paiement afin que la compagnie d’assurance verse directement les fonds aux Bénéficiaires.
Montant	EUR 7.000.000 (3,5M € pour M. Pascal CHEVALIER et (3,5M € pour M. Gautier NORMAND)
Cout	Cout annuel de 19.450,10 €
Date de début	Date de Réalisation (31 juillet 2019)
Date de fin	31 juillet 2026 (soit une durée de 7 ans)

Intérêt pour la Société : cette convention a permis d’obtenir le financement bancaire de l’acquisition de MONDADORI.

Date d’approbation par l’Assemblée Générale : 16 juin 2023

- **Prestation de services avec la société CPG**

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER (Président Directeur Général de REWORLD MEDIA et Président et associé de CPG via CPI) et M. Gautier NORMAND (Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA et Directeur Général et associé de CPG via JAG CONSEILS).

Date du Conseil d’Administration ayant autorisé cette nomination : La nomination et la rémunération ont été autorisées à l’unanimité par le Conseil d’Administration du 23 décembre 2021 à laquelle MM. Pascal CHEVALIER et Gautier NORMAND n’ont pas pris part.

Objet : rémunération des dirigeants (hors Tradedoubler) via CPG en tant que Directeur Général de la société REWORLD MEDIA SERVICES (filiale à 100 % de REWORLD MEDIA)

Modalités financières :

Ci-dessous un récapitulatif des rémunérations/honoraires (hors Tradedoubler).

		REMUNERATION ANNUELLE A COMPTER DE 2022	
		M. Pascal CHEVALIER	M. Gautier NORMAND
Rémunération Fixe		800.000 € HT	800.000 € HT
Rémunération variable	Rémunération Variable Croissance/Financement	Maximum de 200.000 € HT	Maximum de 200.000 € HT
	Rémunération Variable Performance Financière	Maximum de 50.000 € HT	Maximum de 50.000 € HT
	Rémunération Variable RSE	Maximum de 50.000 € HT	Maximum de 50.000 € HT
	Rémunération exceptionnelle	NEANT	NEANT
	Rémunération allouée à raison du mandat d'administrateur	NEANT	NEANT
Avantage en nature		NEANT	NEANT
Contrat de travail		NEANT	NEANT
Indemnité de prise ou cessation des fonctions		NEANT	NEANT
Indemnité de non-concurrence		NEANT	NEANT
Retraites supplémentaires		NEANT	NEANT

« **Rémunération Variable Croissance/Financement** » : désigne

En matière de croissance externe (acquisition d'au moins 30% du capital d'une cible ou acquisition de fonds de commerce) : 100.000 € H.T. ou 200.000 € H.T. selon le Chiffre d'Affaires de la société cible pour chaque opération de croissance externe par REWORLD MEDIA (ou l'une quelconque des sociétés contrôlées par REWORLD MEDIA au sens de l'article L.233-3 du code de commerce).

- En matière de financement (augmentation de capital ou endettement) : 50.000 € H.T. ou 100.000 € H.T. selon les montants financés pour chaque opération de financement en dette.

« **Rémunération Variable Performance Financière** » : désigne l'atteinte d'objectif d'agrégat financier fixé par le conseil d'administration.

« **Rémunération Variable RSE** » : désigne l'atteinte d'objectif RSE fixé par le conseil d'administration.

Date d'approbation par l'Assemblée Générale : 29 avril 2022

Le montant facturé par CPG s'élève à 2 000 000 € HT en 2023.

- **Avance Tradedoubler et nantissement avance Tradoubler**

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA et Président du Conseil d'Administration et administrateur de TRADEDOUBLER)

6 | REWORLD MEDIA | Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées | Assemblée générale d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023

Objet : autorisation d'une avance en compte courant de REWORLD MEDIA à TRADEDOUBLER et nantissement de l'avance au profit des Banques. Cette opération s'inscrit dans le cadre du prêt souscrit par REWORLD MEDIA dans le cadre de l'acquisition de MONDADORI France dont une partie est destinée au refinancement de la dette TRADEDOUBLER.

Date du Conseil d'Administration ayant autorisé : Autorisé à l'unanimité par le Conseil d'Administration du 29 juillet 2019, à laquelle M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND n'ont pas pris part.

Modalités :

Prêteur	REWORLD MEDIA S.A. (439 546 011 RCS NANTERRE)
Bénéficiaire	TRADEDOUBLER AB (société de droit suédois immatriculée sous le n°556575-7423)
Description	Avance à consentir au titre de la Convention Avance Tradedoubler aux fins de refinancer la Dette Tradedoubler (i.e. emprunt obligataire souscrit par Tradedoubler pour un montant de SEK 75.148.150,68 auprès de Kreditfonden AS
Montant	EUR 7.200.000 (auxquels pourront s'ajouter le cas échéant 3.750.000 € + 2.500.000 €)
Taux d'intérêt	4,95% annuel maximum
Date de début	Date de Réalisation (31 juillet 2019)
Commission d'arrangement	624.000 € à payer par TRADEDOUBLER AB à REWORLD MEDIA dont 50% le 16 décembre 2019 et 50% le 16 mars 2020.
Date de fin	7 ans maximum

Le prêt a fait l'objet d'un remboursement de 1 497 000 € en 2023 (intérêts inclus).

Intérêt pour la Société : cette opération permet de refinancer la dette de TRADEDOUBLER auprès de banques dans des conditions plus favorables au Groupe.

- ASSURANCE HOMMES CLES ET NANTISSEMENT/DELEGATION DE L'ASSURANCE

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA)

Objet : autorisation de la mise en place d'une assurance Homme clés dans le cadre du financement bancaire de l'acquisition de MONDADORI France et délégation de l'assurance au profit des banques ayant financé l'acquisition de MONDADORI.

Date du Conseil d'Administration ayant autorisé : Autorisé à l'unanimité par le Conseil d'Administration du 29 juillet 2019, à laquelle M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND n'ont pas pris part.

Modalités :

Description	(i) Nantissement des créances de l'Emprunteur vis-à-vis la compagnie d'assurance résultant de la mise en jeu de l'Assurance Emprunteur/Homme Clé au profit des Bénéficiaires ou (ii) délégation de paiement afin que la compagnie d'assurance verse directement les fonds aux Bénéficiaires.
Montant	EUR 7.000.000 (3,5M € pour M. Pascal CHEVALIER et (3,5M € pour M. Gautier NORMAND)
Cout	Cout annuel de 19.450,10 €
Date de début	Date de Réalisation (31 juillet 2019)
Date de fin	31 juillet 2026 (soit une durée de 7 ans)

Intérêt pour la Société : cette convention a permis d'obtenir le financement bancaire de l'acquisition de MONDADORI.

- **CONTRAT DE BAIL DE SOUS-SOUS LOCATION AVEC LA SOCIETE TRADEDOUBLER**

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA et Président du Conseil d'Administration et administrateur de TRADEDOUBLER)

Date du conseil d'administration ayant autorisé la convention : 1^{er} janvier 2017 considérant l'intérêt que présente cette convention pour la société REWORLD MEDIA, notamment au regard de l'objet de cette dernière et des conditions financières qui y sont attachées. En effet, cette convention permet à la société de sous-louer des locaux dont elle est locataire mais qu'elle n'utilise pas.

Description : contrat de sous sous location des locaux situés au 8, rue Barthélémy Danjou - 92100 Boulogne Billancourt :

- sous- sous location d'une durée ferme à compter du 1^{er} mars 2017
- nombre de M² loués : 350m² hors parking et espace commun
- loyer annuel d'un montant de 143.000 € hors taxes et hors charges, payable d'avance trimestriellement. Le loyer a été déterminé sur la base d'un prix de marché

Le montant des loyers facturés par REWORLD MEDIA à TRADEDOUBLER au titre de l'exercice 2023 s'élève à 150 891 € hors taxes/hors charges

- **Conventions de sous location avec la société quintet**

Personne concernée : M. Pascal CHEVALIER et M. Gautier NORMAND (Président Directeur Général et Directeur Général Délégué de REWORLD MEDIA et indirectement associés de QUINTET ayant conclu des contrats de crédits-baux portant sur des locaux situés dans l'ensemble immobilier sis 80 à 84 rue Marcel Dassault, 77 à 83 avenue Edouard Vaillant et 4 à 18 rue Barthélémy Danjou à Boulogne- Billancourt.

Date des conseils d'administration ayant autorisé la convention : 8 avril 2021 – 6 octobre 2021.

Description :

Il est rappelé que REWORLD MEDIA sous loue depuis 2016 (convention de sous-location conclue le 29 décembre 2016 approuvée par l'Assemblée Générale du 24 mai 2017 et du 28 mai 2021) à la société QUINTET une surface de 2.728m² (2.879m² après re-métrage) et des parkings dans des locaux du « Bâtiment C » de l'ensemble immobilier afin d'y installer son siège social.

Compte tenu du développement du Groupe REWORLD MEDIA, il a été décidé de sous louer à compter de juin 2021, selon les mêmes modalités que la convention de sous location initiale, une surface 1.649 m², parkings et terrasses complémentaires portant sur une partie du « Bâtiment A » (bâtiment d'une surface totale de 3.215m²) mitoyen du « Bâtiment C ». Les loyers de l'ensemble des surfaces ont été mis à jour/fixés sur la base des valeurs locatives de marché telles que fixées aux termes de rapports d'expertise immobilière.

Le conseil d'administration a sollicité, à titre de bonne gouvernance et afin de fixer un loyer conforme aux conditions de marché, l'établissement de deux rapports d'expertise immobilière (RICS – REV - HypZert) établis par deux experts en immobilier différents. Les rapports d'expertise immobilière ont fixé une valeur locative de marché des biens respectivement de 360 €/m²/an HT HC (expertise de septembre 2020) et de 370 €/m²/an HT HC (expertise de février 2021) « *compte tenu des caractéristiques et de la localisation des biens* ». Par ailleurs un avis de valeur de février 2021 a fixé une valeur locative comprise entre 380 €/m²/an HT HC et 420 €/m²/an HT HC en cas d'occupant unique.

Le Conseil d'Administration a, sur cette base, souhaité :

- plafonner à 355 €/m²/an HT HC hors parkings (avant indexation) le loyer de l'intégralité des surfaces au titre des deux premières années ;
- fixer une durée de sous locations de 9 ans à compter de février 2021 avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA, REWORLD MEDIA ayant sollicité de ne pas avoir d'engagement sur une longue durée afin d'adapter facilement ses surfaces locatives.

Par conséquent, les modalités des sous locations sont les suivantes :

Surfaces historiques (louées depuis 2016) du Bâtiment C

- **Surface** : 2.879m² de bureaux (représentant l'intégralité du Bâtiment) et environ 130m² de terrasse privative.
- **Loyers** : 355 €/m²/an HT HC soit un montant total annuel de 1.022.045 € HT/HC/terrasses incluses (avant indexation) au titre des deux premières années et 370 €/m²/an HT HC /terrasses incluses (avant indexation) à compter de la troisième année. Le loyer est indexé selon l'ILC. Le loyer est compris dans

9 | REWORLD MEDIA | Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées | Assemblée générale d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023

la fourchette de loyer de marché sur Boulogne-Billancourt pour ce type de surface et de biens (cf ci-dessus).

- Dépôt de garantie : 3 mois de loyers.
- Durée : 9 ans à compter de février 2021 avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA.
- Sous-location : REWORLD MEDIA a la faculté de sous louer (i) en tout ou partie à toute société dont elle détient une participation et (ii) pour partie à tout tiers.

Nouvelles surfaces du Bâtiment A

- Surface : 1.649m² de bureaux (sur un total de 3.215m²) et environ 130 m² de terrasse privative.
- Loyers : 355 €/m²/an HT HC soit un montant total annuel de 585.395 € HT/HC/terrasses incluses (avant indexation) au titre des deux premières années et 370 €/m²/an HT HC terrasses incluses (avant indexation) à compter de la troisième année. Le loyer est indexé selon l'ILC. Le loyer est compris dans la fourchette de loyer de marché sur Boulogne-Billancourt pour ce type de surface et de biens (cf ci-dessus).
- Dépôt de garantie : 3 mois de loyers.
- Durée : 9 ans à compter de juin 2021 avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA.
- Sous-location : REWORLD MEDIA a la faculté de sous louer en tout ou partie à toute société dont elle détient une participation.
- Droit de priorité : QUINTET a accordé à REWORLD MEDIA un droit de priorité à la valeur locative sur les surfaces vacantes du « Bâtiment A » dans l'hypothèse où REWORLD MEDIA aurait nécessité de louer de nouvelles surfaces.

Parkings

- Nombre : 107
- Loyers : 1.300 € par parking/an/HT/HC (avant indexation). Le loyer est compris dans la fourchette de loyer de marché sur Boulogne-Billancourt pour ce type de surface et de biens et a été fixé sur la base de rapports d'expertise immobilière. Le loyer est indexé selon l'ILC.
- Durée : 9 ans avec faculté de résiliation triennale accordée à REWORLD MEDIA.
- Dépôt de garantie : 3 mois de loyers.
- Sous-location : REWORLD MEDIA a la faculté de sous louer tout ou partie.

Motifs justifiant son intérêt pour la Société :

Ces conventions ont été estimées conformes à l'intérêt social de REWORLD MEDIA car cela lui permet :

- compte tenu de la phase de croissance du groupe (en particulier sur les activités digitales et de diversification), la surface disponible sur le « Bâtiment C » était insuffisante compte tenu du nombre de collaborateurs déjà présents sur le site et des surfaces nécessaires pour le développement des nouvelles activités (podcast, social media, événementiel, etc.) et croissances externes (melty),
- de prendre de nouvelles surfaces dans des conditions financières conformes au marché basées sur des rapports d'expertise immobilière de deux experts en immobilier différents,
- de bénéficier, tout en restant dans ses locaux historiques et avec un même bailleur, d'une importante surface locative à des conditions locatives attractives dans un immeuble indépendant et dans un périmètre resserré et sur des surfaces reliées permettant une proximité géographique des collaborateurs d'une même équipe qui est un facteur clé de succès dans l'exécution de la stratégie du

10 | REWORLD MEDIA | Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées | Assemblée générale d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023

Groupe REWORLD MEDIA (meilleure communication et ambiance entre les équipes, etc.) et des perspectives de recrutement.

- de rester dans une localisation (Boulogne-Billancourt) qui est un atout important (transport, proximité des centres de décisions, environnement, etc.),
- de bénéficier d'une résiliation triennale et d'un droit de priorité sur les surfaces vacantes aux fins, le cas échéant, d'adapter les surfaces en fonction de son développement et de ses besoins,
- de bénéficier d'une faculté de sous location,
- de bénéficier d'une grande souplesse dans l'aménagement des surfaces.

Cette opération s'inscrit dans la politique immobilière du Groupe REWORLD MEDIA depuis 2016 qui est de demeurer locataire (et non acquéreur) des biens immobiliers dont il dispose afin (i) d'utiliser sa capacité d'endettement et sa trésorerie au développement de ses activités ce qui lui a permis le développement qu'il a connu et connaît et (ii) de ne pas assumer la gestion locative auprès de tiers.

Montant 2023 : Le montant total (hors taxes et hors charges des loyers facturés à REWORLD MEDIA par QUINTET s'est élevé à 2 266 679 € en 2023 et le montant des charges locatives s'est élevé à 166 996 €.

Paris et Paris-La défense, le 29 mars 2024

Les commissaires aux comptes

BCRH & Associés

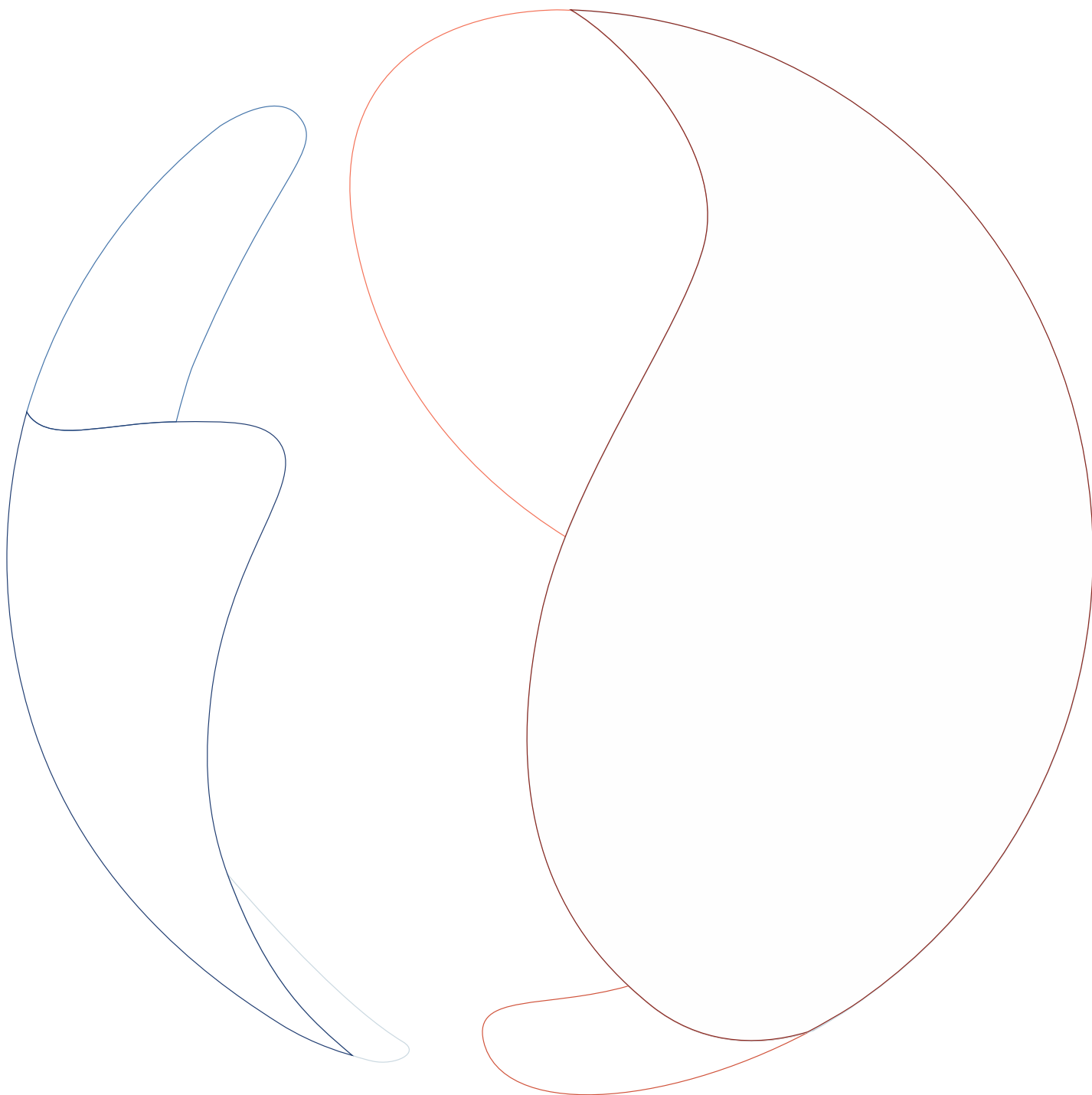
Deloitte & Associés

Paul GAUTER

Benoit PIMONT

6.1 Table de concordance avec le rapport de gestion

Rubriques	Références
Activité du Groupe	1.2.1
Événements significatifs de l'exercice	4.5
Activité en matière de recherche et développement	1.2.2
Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est confrontée	1.2.3
Prises de participations ou de contrôle	4.5.2
Création de sociétés ayant leur siège social en France	1.2.5
Événements intervenus depuis la clôture	4.8.17
Indication sur l'utilisation des instruments financiers	2.14
Analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société et des sociétés du Groupe	1.2.1
Résultat du groupe Reworld Media (comptes consolidés)	1.2.1/4
Résultats sociaux de la Société Reworld Media SA	1.2.4.1/5
Dépenses non déductibles fiscalement	1.2.4.4
Information sur les délais de paiement « fournisseurs » et « clients »	1.2.4.3
Tableau des résultats des cinq derniers exercices	5.10
Evolution du titre coté en bourse au cours de l'exercice	2.3
Situation des filiales et participations	1.2.5
Situation des succursales	1.2.5
Aliénations et participations croisées	1.2.5
Répartition du capital de la Société	2.2
BSPCE	2.2.6
Actions gratuites	2.2.6
Stock-options	2.2.6
Programme de rachat d'actions - Actions auto détenues	2.2.5
Liquidité	2.2.5
Fonds Propres - Endettement	1.2.4.2
Cautionnement, avals, garanties et suretés	2.14
Montant des prêts interentreprises	2.14
Commissaires aux Comptes	2.14
Etat de la participation des salariés au capital social	2.2.8
Gouvernance d'entreprise	2.10
Mandataires sociaux : mandats et fonctions exercées	2.11.1
Conventions visées à l'article L. 225-38 du code de commerce	5.12
Conventions conclues entre un dirigeant ou un associé à plus de 10% de la Société et une filiale à plus de 50% de la Société	2.13
Tableau récapitulatif des délégations de compétence et de pouvoirs	2.2.7
Operations réalisées par les dirigeants sur leurs titres	2.4



REWORLD MEDIA
LEADING MEDIA GROUP