



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2024

26 septembre 2024

CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES

AVERTISSEMENTS IMPORTANTI



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

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

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

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



SOMMAIRE

1 INTRODUCTION

2 ACTIVITÉS

3 COMPTES

4 PERSPECTIVES



A woman with long dark hair, wearing a vibrant red knitted sweater, is seated at a white desk. She is looking at a silver laptop and smiling broadly, with her hands raised in a gesture of excitement or surprise. The background shows a modern, brightly lit room with a white chair, a desk with a small potted plant, and a window with curtains. The overall atmosphere is warm and positive.

1 INTRODUCTION



EN FRANCE

1^{er} éditeur de presse magazine

3^e groupe média sur le web

1^{er} groupe média sur les réseaux sociaux

Le groupe touche 7 Français sur 10^(a)

À L'INTERNATIONAL

Leader en Europe sur l'Adtech
à travers Tradedoubler



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

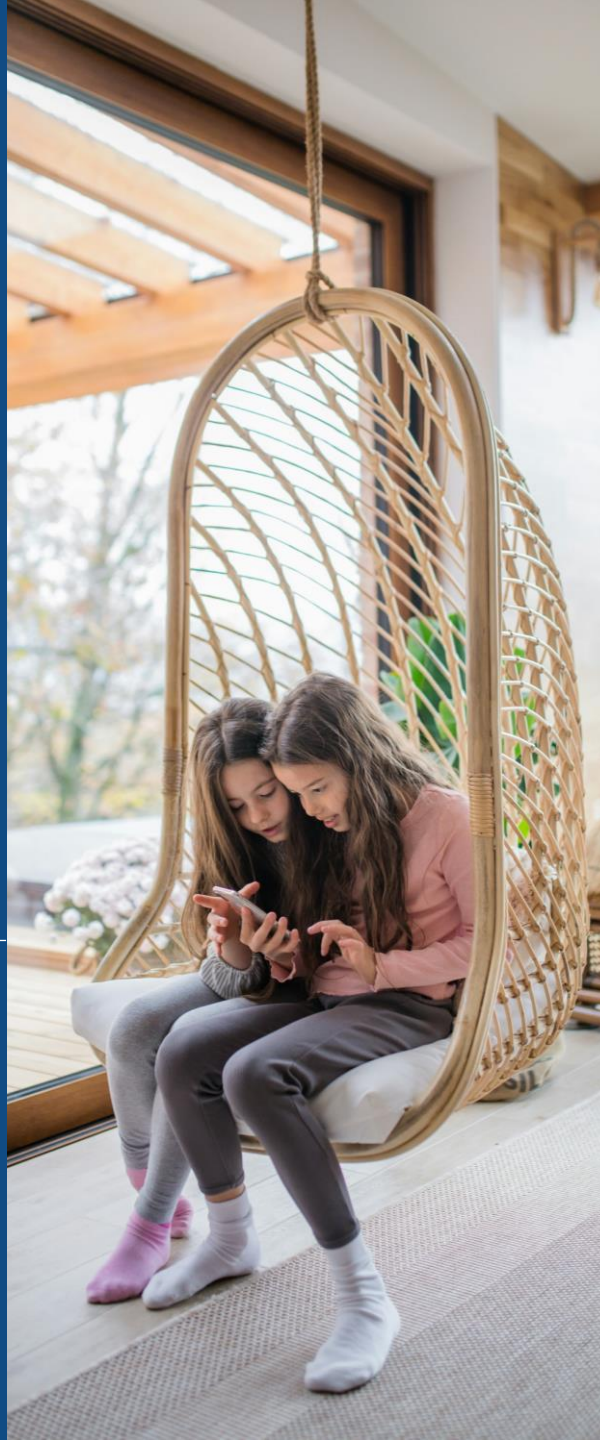
ICON GRAZIA 

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

33% du CA réalisé à l'international

↪ +11,6% vs. S1 2023

81 marques médias actives



(a) ACPM, OneNext Global 2024 S1, 23 avril 2024.

CHIFFRES FINANCIERS CLÉS S1 2024



Contexte

- Poursuite des conflits en Ukraine et au Moyen-Orient
- Élections présidentielles américaines et incertitudes politiques en France
- Inflation de 2,5% en France
- Croissance de 6,5% du marché de la communication^(b)
- Orientation des investissements publicitaires vers les grands RDV sportifs (JO Paris 2024, Euro 2024)



Chiffres clés

CA : **264,1 M€**

↔ -0,9%
vs. S1 2023

⋮
-2,3 M€
vs. S1 2023

EBITDA⁽¹⁾ : **22,8 M€**

↗ +1,5%
vs. S1 2023

⋮
8,6%
de marge

RN ajusté⁽²⁾ : **10,3 M€**

↗ +5,7 M€
vs. S1 2023

⋮
3,9%
de marge

Trésorerie : **80,6 M€**

112,6 M€
dette nette

⋮
18,1 M€ ↗
Flux d'exploitation

1,9x L12M EBITDA⁽³⁾

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

(2) Résultat net consolidé hors charges liées aux dépréciations d'actions propres, hors dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions et hors impôts différés.

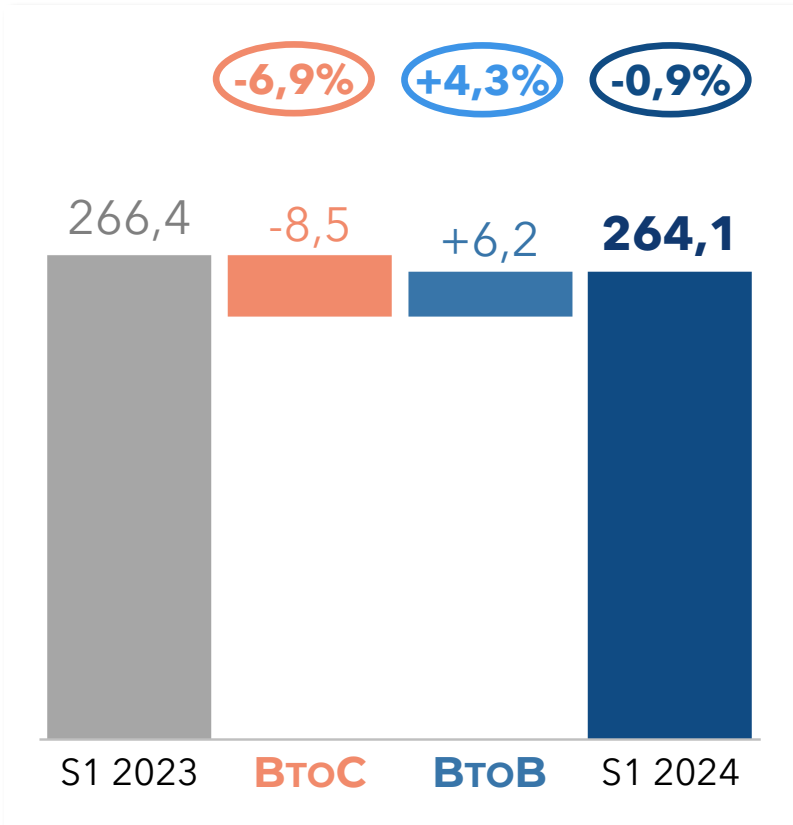
(3) L12M EBITDA : EBITDA des 12 derniers mois (S2 2023 et S1 2024).

(b) Le marché publicitaire au 1^{er} semestre 2024 et prévisions 2024, #BUMP2024, 10 septembre 2024.

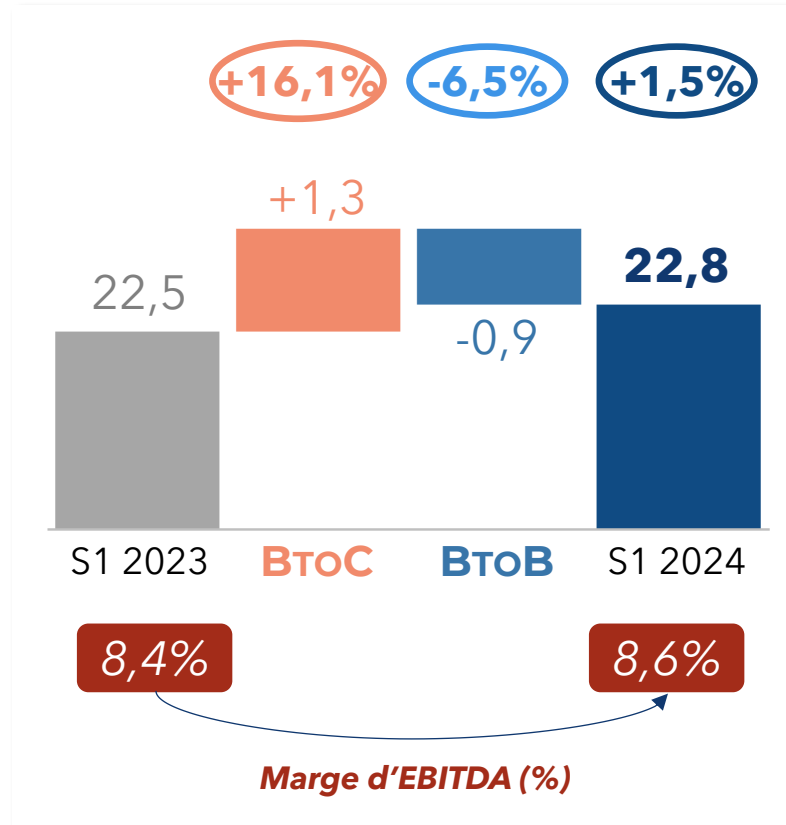
CROISSANCE DE LA RENTABILITÉ



M€ — CA —



EBITDA⁽¹⁾



BToC

Décroissance du CA renforcée par un effet **exceptionnel** lié au calendrier de parution au 1^{er} trimestre

Hausse de 1,6 pt de **marge d'EBITDA** grâce à la baisse des coûts industriels



BToB

CA record pour un 1^{er} semestre, grâce au succès des offres à la performance et réseaux sociaux

Phase d'**investissements stratégiques** dans les leviers porteurs de **croissance**

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

2 ACTIVITÉS



PLUS DE 80 MARQUES POPULAIRES SUR 12 THÉMATIQUES



SANTÉ BIEN ÊTRE 1

Doctissimo

TOP Santé

Plaine Vie

FEMME 3

aufeminin B I B A

PSYCHOLOGIES GRAZIA

MODES & TRAVAUX *Nous Deux*

marie france Beauté test

Parole de MA♥ANS

FOOD 1

marmiton

GUEULETON

gourmand

tanin

Vitalfood

100COCKTAILS

YOUNG 1

HERO melty.

FRAICHES MINUTE BUZZ

Peaches. juste mieux

SUPER BON next pliz

AUTO 3

Auto Plus

l'autojournal

Sport auto

LIFESTYLE

ENVOLS

AIRFRANCE / media solutions

ICON

SCIENCE CULTURE 2

SCIENCE & VIE

SCIENCE VIE JUNIOR

GUERRES Histoire

SCIENCE & VIE ID ÉCOUVERTES

DÍAPASON RÉPONSES PHOTO

ENTER-TAINMENT 4

Télé star

TÉLÉ POCHE

TELE magazine

closer

TECH GAMING 3

LES NUMÉRIQUES

LA CRÈME DU GAMING

CNET SUPER SOLUCE

ECLYPSIA

gamekult

SPORT 4

sports.fr

sport 35

FI.fr

football FR

NATURE 1

MON JARDIN & ma maison

l'Ami jardins

LE CHASSEUR FRANÇAIS

la chasse

GrandGibier

HOME 1

Maison & travaux

le journal de la MAISON

CAMPAGNE DÉCORATION

Source : classement réalisé sur la base de la mesure Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne de janvier à juillet 2024, en milliers de visiteurs uniques mensuels, en France.

1^{ER} ÉDITEUR DE PRESSE MAGAZINE



» 7 magazines dans le Top 30 des + lus par les Français (c)

N°1 en diffusion en France

Leader de l'offre thématique sur > 20 000 PDV presse

89,8 millions d'ex. diffusés en France sur 1 an^(c)

77 titres édités au S1

1,6 million d'abonnements payants

308 mille abonnements diversifiés

Leader de l'offre de presse en GMS sur > 5 000 PDV



64 titres mis en vente au S1



Note : PDV est l'abréviation de « points de vente ».
(c) Diffusion France Payée (DFP), ACPM, septembre 2024, DSH 2023/2024.



4,7 millions de lecteurs



3,1 millions de lecteurs



1,9 millions de lecteurs



ENRICHISSEMENT CONTINU DE L'OFFRE BTOC



Nouveaux magazines



Lancement de New Romance Magazine (juin 2024).



Lancement de ICON en France (mars 2024) et de Mon Petit Science & Vie Histoire (août 2024).

Bonne dynamique sur l'édition

REWORLD
MEDIA ÉDITION

70 produits
d'édition
mis en vente au S1

+21%
vs. S1 2023



GRAZIA

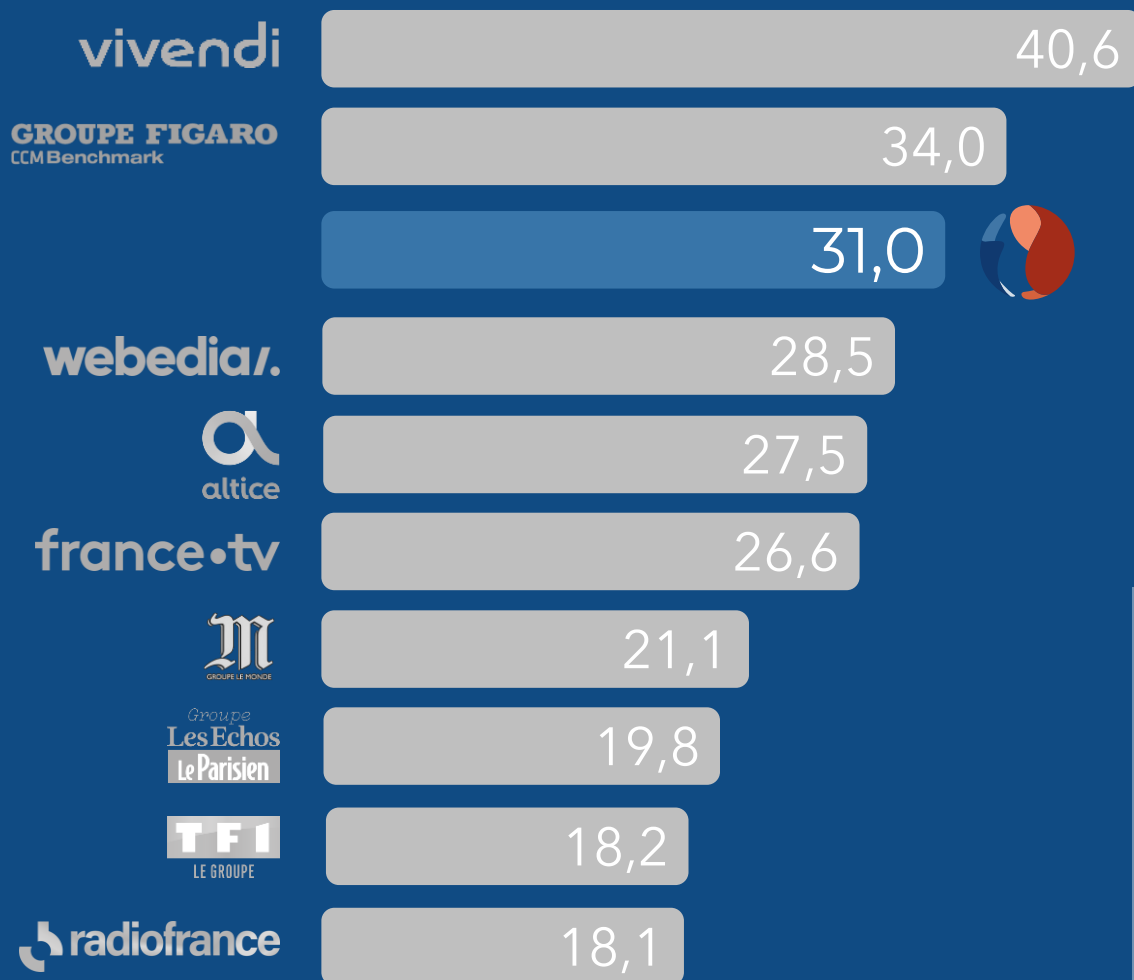
Poursuite du développement international avec le lancement de Gazette par Grazia aux Etats-Unis (été 24).



3^E GROUPE MÉDIA SUR LE WEB



en millions de VU mensuels^(d)



Plus de **270 millions**
de vidéos vues / mois

Utilisation de solutions innovantes
pour maximiser l'impact publicitaire
et minimiser l'impact carbone

AD NAMI **SEE P
THIS**

» Fortes **progressions** d'audiences de **sites leaders**^(d)

marmiton

17,5 millions
de VU / mois

+7% sur 1 an

LES NUMERIQUEES

5,8 millions
de VU / mois

+19% sur 1 an

TOP Santé

3,2 millions
de VU / mois

+56% sur 1 an

(d) Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France ; pour les audiences des groupes médias et des sites, moyenne en milliers de visiteurs uniques de janvier à juillet 2024 et comparaison vs. période similaire en 2023. (e) Bilan S1 2024, Observatoire de l'E-Pub, #Obsepub, 11 juillet 2024.

1^{ER} GROUPE MÉDIA SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

81,8 millions d'abonnés^(f)



+5,5% sur 1 an

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

#Tendance : **rémunération
des créateurs de contenus**
par les plateformes sociales



Plus de **550 millions**
de vidéos vues / mois

+57% de croissance sur 1 an
grâce aux 600 shows & programmes
originaux (1 à 10 minutes)

(f) Nombre d'abonnés non dédupliqués aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch, données éditeurs. (e) Bilan S1 2024, Observatoire de l'E-Pub, #Obsepub, 11 juillet 2024. (g) Médiamétrie, L'Année Internet 2023, 8 février 2024.



**social @
content**

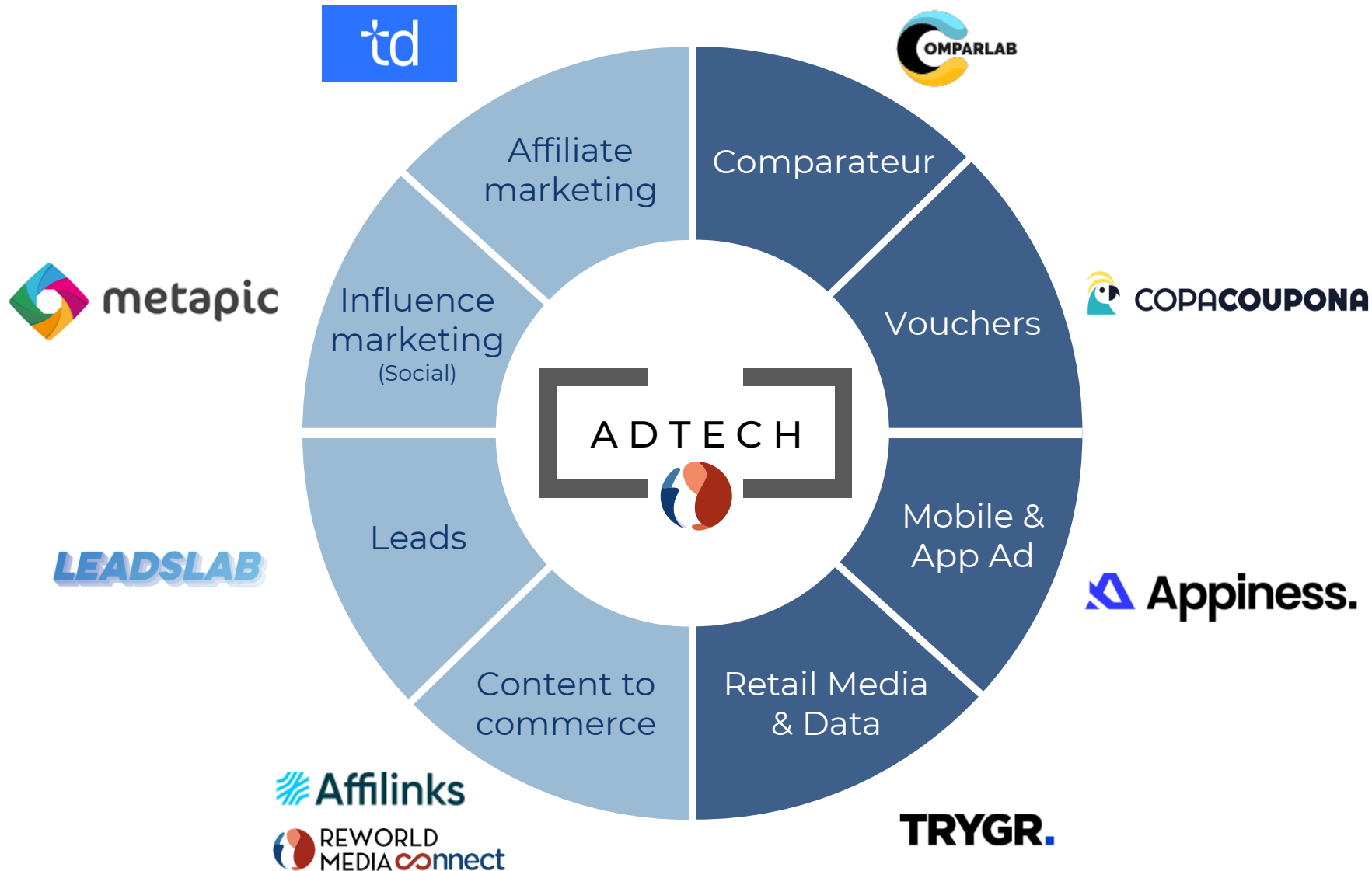
Infiltration de nos programmes
originaux, création de
contenus sur mesure

NEW.

**social @
publisher**

Intégration directe de la
caution de nos marques et de
notre capacité de ciblage en
achat *paid* social

UNE OFFRE PERFORMANCE MULTI-LEVIERS



Plus de
3 000 clients

180 000 sites affiliés

**5,5 mds€
revenus**
pour nos clients en 2023

Plus de
100 000 influenceurs actifs

Plus de
2,5 millions
applications installées depuis 2020

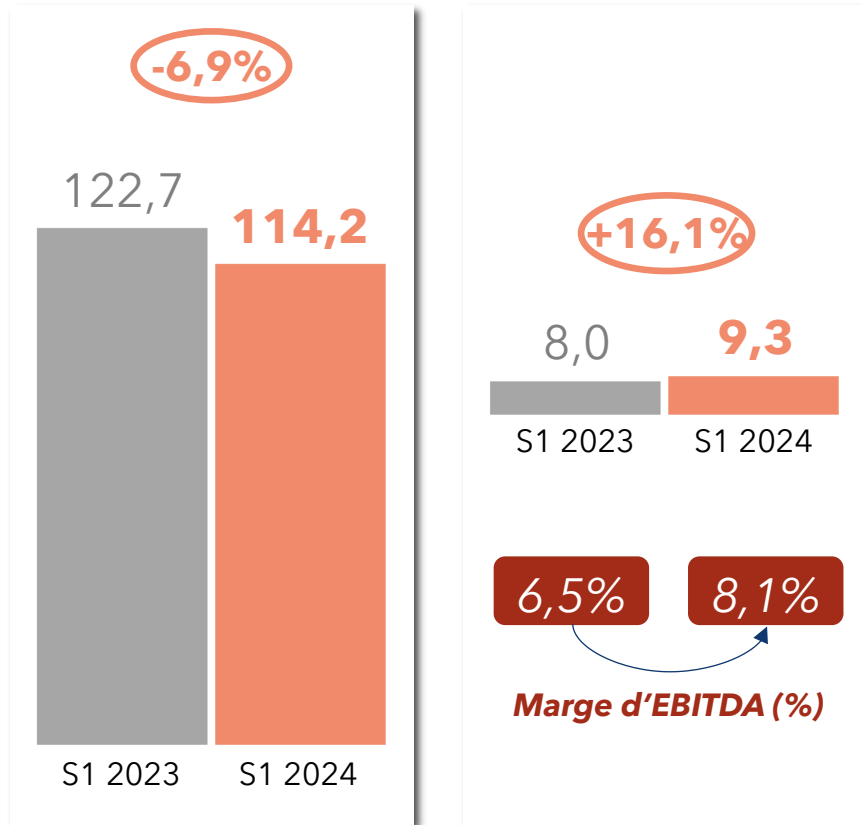


3 COMPTES

AMÉLIORATION DE LA RENTABILITÉ BTOC



M€ — CA — EBITDA⁽¹⁾



»» Décroissance du **CA** renforcée par un **effet exceptionnel** lié au calendrier de parution au 1^{er} trimestre

»» Hausse de **1,6 point** de la **marge d'EBITDA** sous l'effet d'une baisse des OPEX de plus de 8%

ABO

5,41 € HT / panier : 8,5 M€ MRR

+1,6% vs. S1 2023

Monthly Recurring Revenue

CA BTOC / produit



Magazines

-7,3% vs. S1 2023



Diversification

Stable vs. S1 2023

CA BTOC / offre



55% à l'unité

-4,9% vs. S1 2023



45% à l'abo.

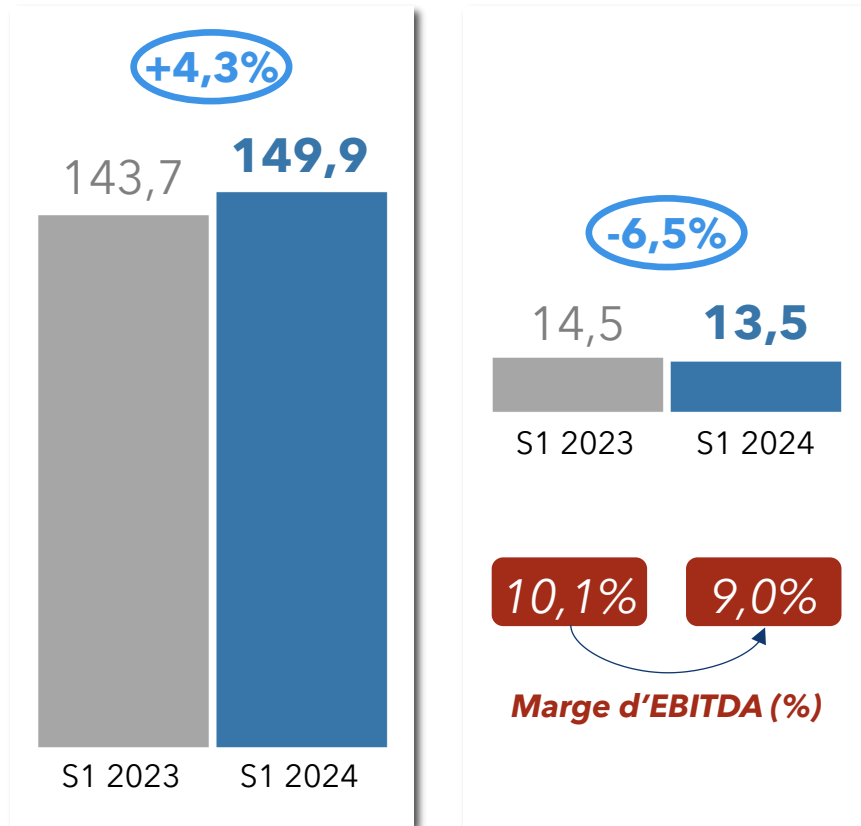
-9,4% vs. S1 2023

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

BtoB EN CROISSANCE & DÉVELOPPEMENT



M€ — CA — EBITDA⁽¹⁾



»» **CA record pour un 1^{er} semestre**, sous-tendu par la croissance des activités digitales (près de 90% du CA BtoB)

⇒ **Succès des offres à la performance** et sur les réseaux sociaux

»» **Baisse de 1,0 point de la marge d'EBITDA** sous l'effet d'une augmentation des OPEX de plus de 5% qui témoigne d'une **phase d'investissement stratégique** dans les leviers à **fort potentiel de croissance**

+9,2% de croissance du **marché** de la communication **digitale** en France ^(b), tiré par le social (+25%), la vidéo (+23%) et le trio GMA⁽²⁾ (+20%) mais aussi boosté par les grands RDV sportifs ^(e)

MARCHÉ

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

(2) GMA : Google-Meta-Amazon, incluant Alphabet (Google, Youtube), Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp), Amazon (dont Twitch), hors Apple et Microsoft

(b) Le marché publicitaire au 1^{er} semestre 2024 et prévisions 2024, #BUMP2024, 10 septembre 2024 ; (e) Bilan S1 2024, Observatoire de l'E-Pub, #Obsepub, 11 juillet 2024.

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ **S1 2024**



En M€	30/06/2024	30/06/2023	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	264,1	266,4	(2,3)	-0,9%
Charges opérationnelles	(241,3)	(243,9)	2,6	-1,1%
EBITDA⁽¹⁾	22,8	22,5	0,3	+1,5%
Dotations aux amortissements	(3,8)	(4,1)	0,3	-7,5%
EBIT⁽¹⁾	19,0	18,4	0,7	+3,6%
Résultat financier ⁽²⁾	(3,9)	(4,7)	0,8	-16,8%
Résultat exceptionnel ⁽¹⁾	(3,2)	(8,4)	5,2	-61,7%
Impôt sur le résultat	(1,6)	(0,7)	(0,9)	
Résultat net ajusté	10,3	4,5	5,7	x2,3
Dépréciation d'actions propres	(3,3)	-	(3,3)	
Dotations aux amort. des écarts d'acquisitions	(0,0)	3,5	(3,5)	
Impôts différés	(0,7)	4,3	(5,0)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	6,2	12,3	(6,1)	-50,0%
Intérêts minoritaires	(0,6)	(1,4)	0,8	
Résultat net part du Groupe	5,6	10,9	(5,3)	-48,0%

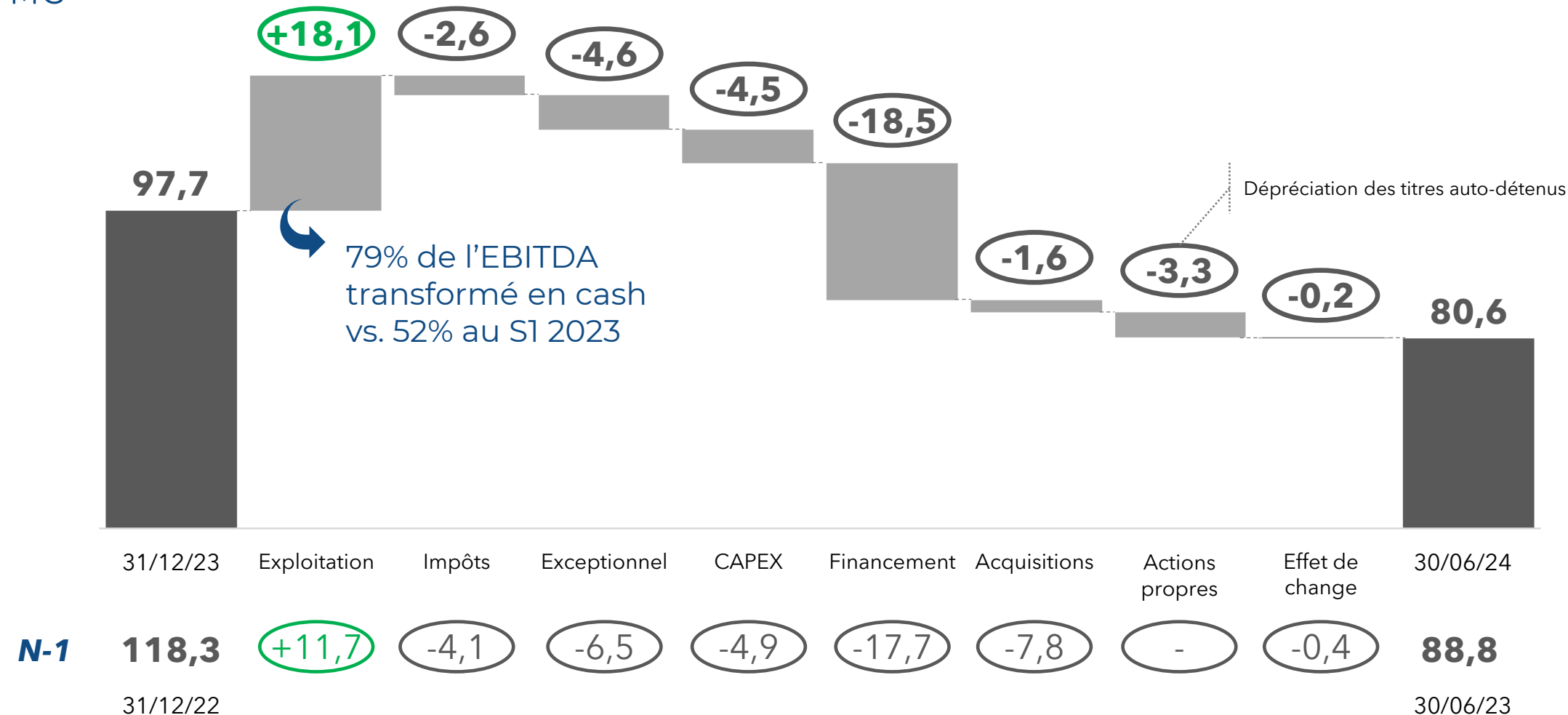
(1) EBITDA et EBIT hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

(2) Résultat financier hors charges liées aux dépréciations d'actions propres et y compris frais d'emprunts à étaler.

FLUX DE TRÉSORERIE S1 2024



Trésorerie active
M€



DETTE FINANCIÈRE NETTE S1 2024



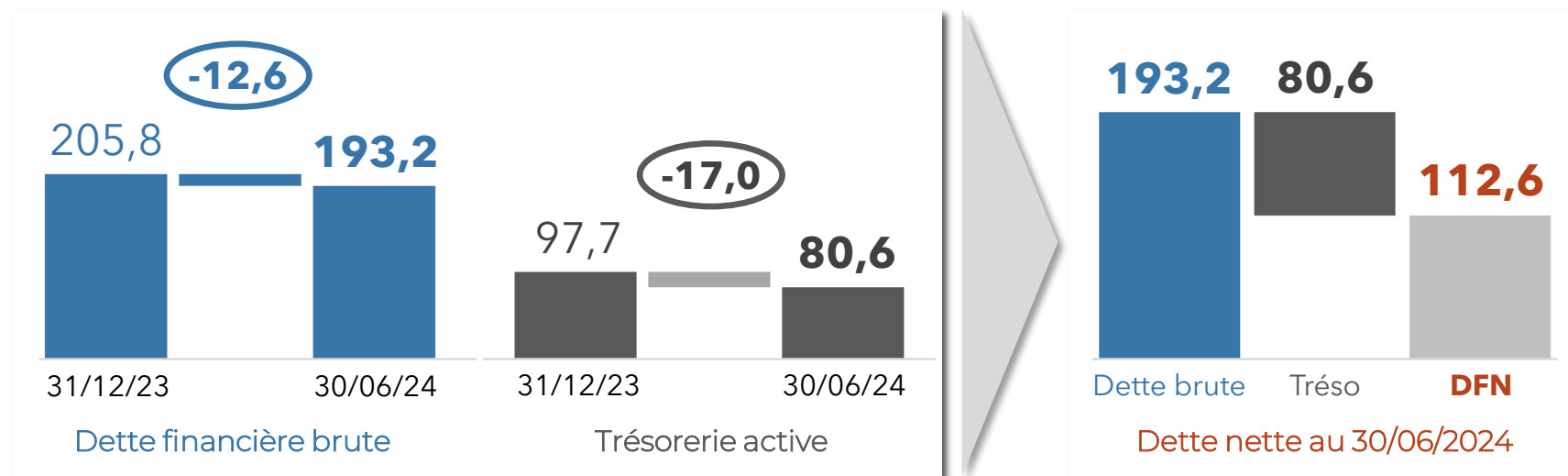
DFN 112,6 M€

» **1,9x EBITDA⁽¹⁾**
Gearing⁽²⁾ de 51%

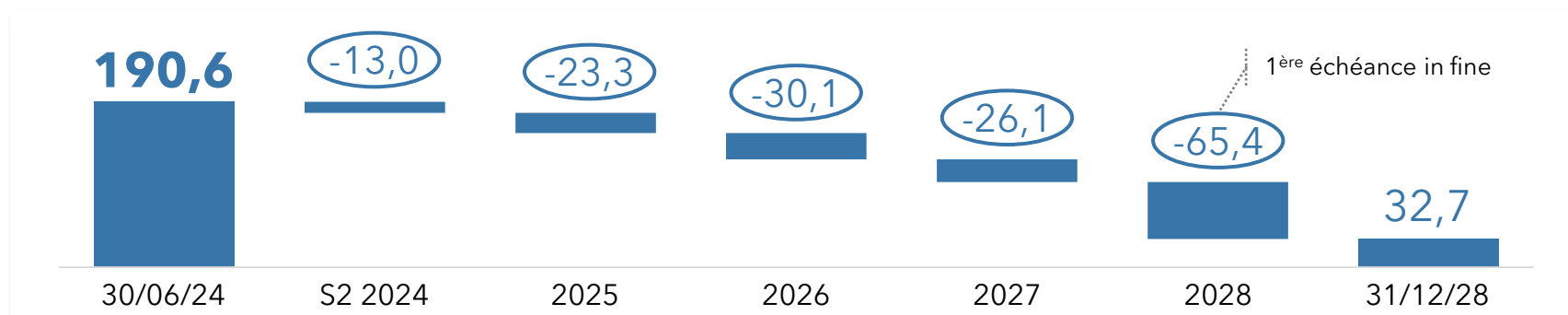
» **12,6 M€**
capital remboursé

» **26,3 M€**
échéance moyenne
en capital / an jusqu'en 2027

M€ ——— Variation de la DFN ———



M€ ——— Maturité de la dette bancaire ———



(1) EBITDA des 12 derniers mois, hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

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

A person wearing a blue baseball cap and a blue wristband, seen from behind, looking at a target in the background. The target is a circular archery target with concentric rings of blue, red, and yellow. The background is a blurred green field.

4

PERSPECTIVES



1 | Développer le groupe

Capitaliser sur nos **marques** leaders sur leur thématique
Investir dans les **contenus** et les **formats** les plus porteurs
Poursuivre la **digitalisation** et la **diversification** de notre offre

Accompagner nos **clients** dans la **digitalisation** de leur communication
Développer et proposer des **offres innovantes & pertinentes**, en ligne avec les évolutions du marché

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



2 | Croître à l'international



3 | Renforcer l'engagement RSE



QUESTIONS

CONTACTS

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



Suivez-nous aussi :   

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

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



Merci



REWORLD
MEDIA
LEADING MEDIA GROUP

FORT SM
COFFEE
ARTISAN ROASTERS



CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES