



RÉSULTATS ANNUELS 2024

26 mars 2025

CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES

AVERTISSEMENT PRÉLIMINAIRE

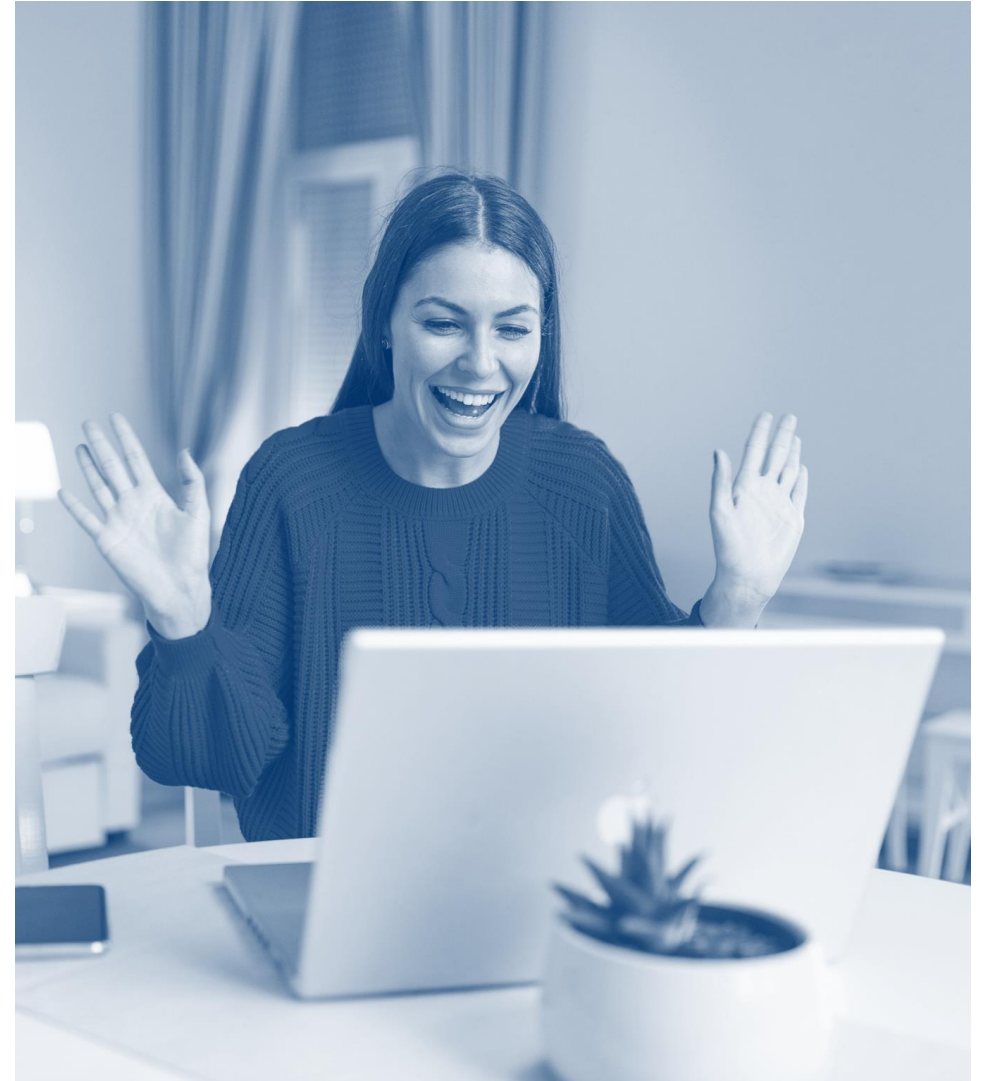


Les informations contenues dans ce document, particulièrement celles concernant les prévisions des performances à venir du Groupe Reworld Media, sont des déclarations prévisionnelles et peuvent être sujettes à certains risques et incertitudes.

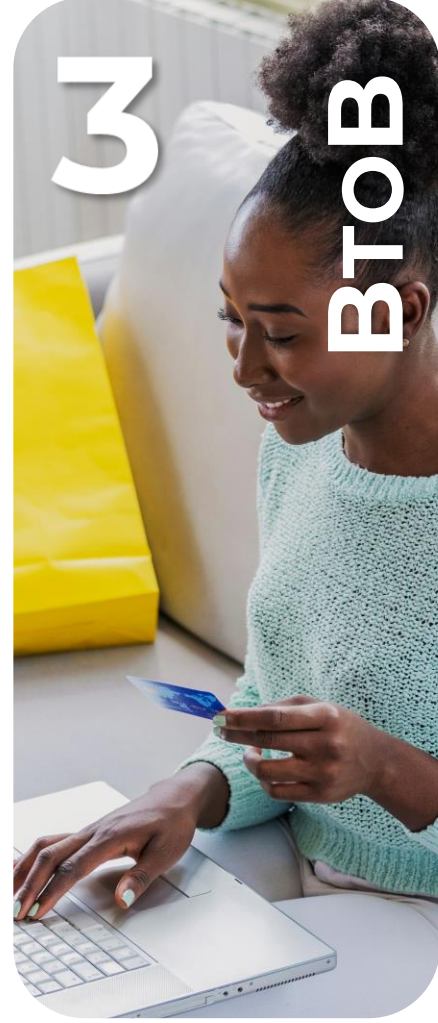
Toutes les références à des performances passées du Groupe Reworld Media ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.

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.

Le Conseil d'Administration de Reworld Media, réuni le 26 mars 2025, a arrêté les comptes annuels 2024. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport d'audit relatif à la certification sera émis après la finalisation des procédures requises pour la publication du rapport financier annuel, notamment la vérification du rapport de gestion.



SOMMAIRE





1
INTRODUCTION

2
BTOC

3
BTOB

4
COMPTES & ESG

5
PERSPECTIVES

INTRO | LE GROUPE EN 2024



1 356
collaborateurs



plus de
80
marques
médi
thématiques



3^e
groupe média
sur le web



2^e
réseau
d'affiliation en
Europe

présent dans

11
pays



1^{er}
éditeur
thématique
grand public



1^{er}
groupe média
sur les réseaux
sociaux



1^{er}
actionnaire de
Hopscotch



Un environnement contrasté



Économie et conjuncture

- Ralentissement de l'inflation (1,8%)
- Contexte économique et géopolitique incertain (élections, tensions sociales, conflits)



Marché de la communication en France

- Croissance de 5%
- Actualité sportive forte (JO, Euro) peu bénéfique aux médias thématiques
- Ralentissement au S2 et coup de frein au T4



Segment digital en croissance de +9,0%

- Records de temps passé sur le web et les réseaux sociaux par les Français
- Vidéo & réseaux sociaux en forte croissance
- Croissance continue des leviers de perf

Source : Prix à la consommation - moyennes annuelles (IPC) hors tabac, INSEE.

Un groupe agile et résilient



Un modèle hybride résilient

- BtoC & BtoB
- Médias & Technologies
- Contenus, marques & techno propriétaires



Le digital, moteur de la croissance

- Performance, relais en période contrainte
- Accélération sur le social



Maîtrise des coûts

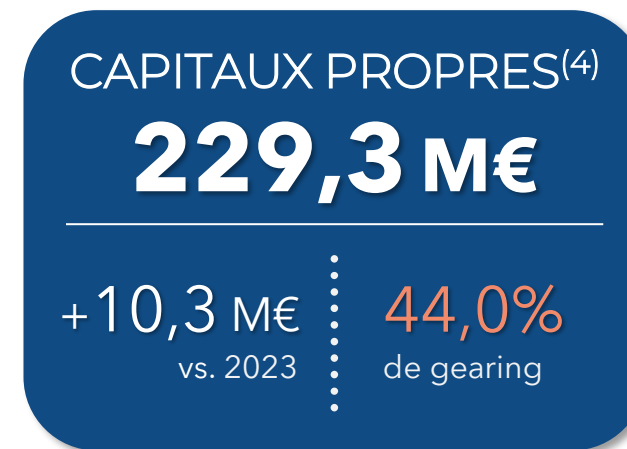
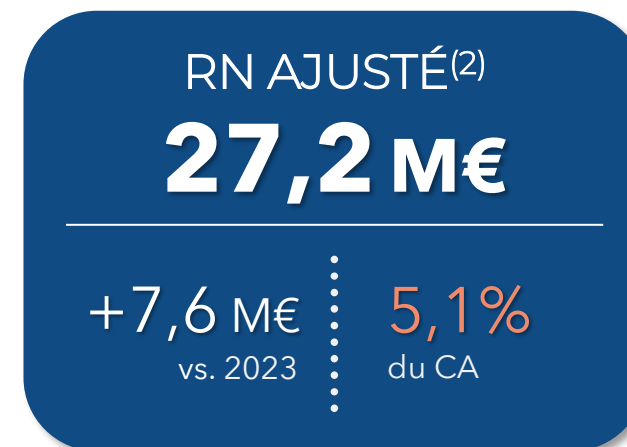
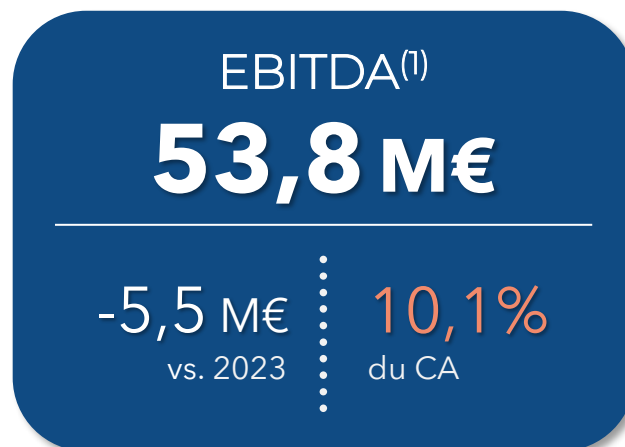
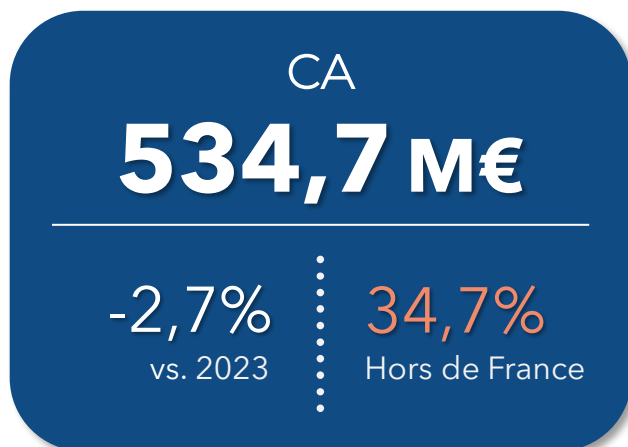
- Baisse des charges d'exploitation (-1,9%)

► **Prêt à capter la croissance tout en s'adaptant aux cycles du marché**

INTRO | AGRÉGATS FINANCIERS 2024



Des fondamentaux solides : bilan sain & rentabilité maîtrisée

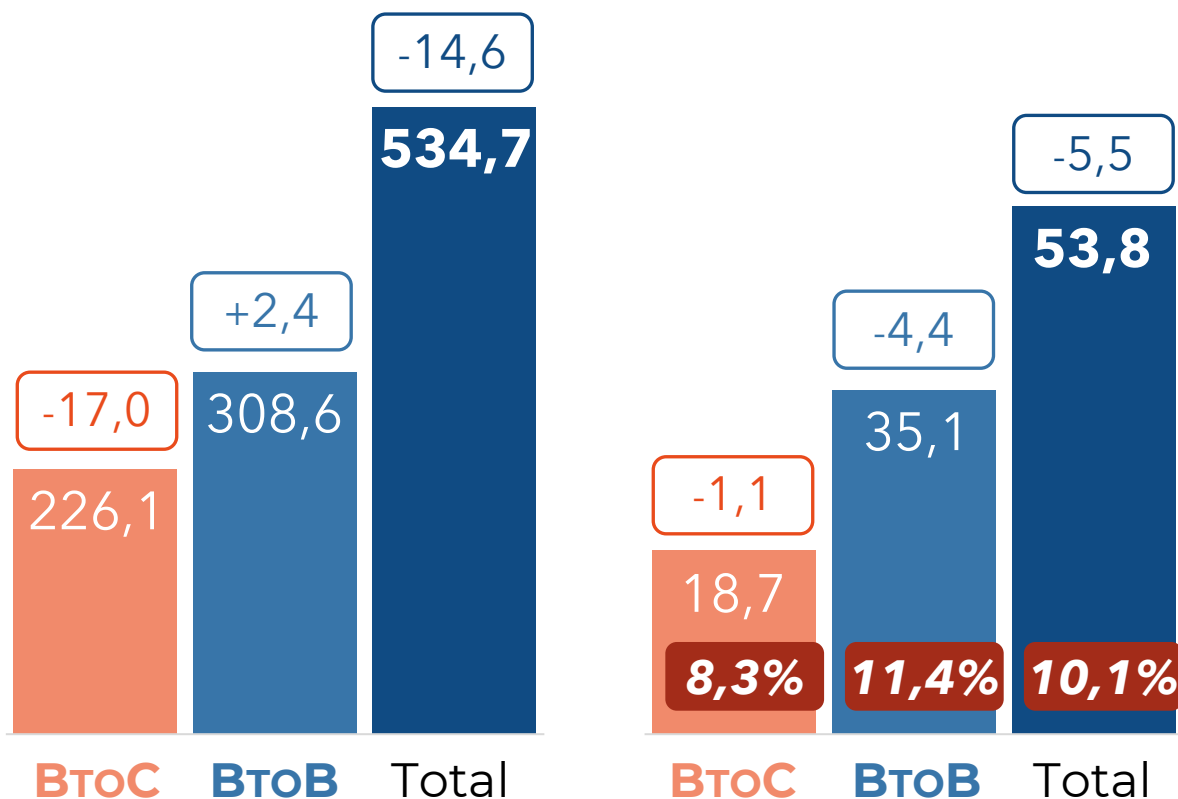


(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel ; (2) Résultat net consolidé hors charges liées aux dépréciations d'actions propres, hors dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions et hors impôts différés ; (3) Trésorerie active hors actions propres, dette financière nette calculée comme la différence entre la dette brute et la trésorerie active hors actions propres ; (4) Capitaux propres part du Groupe et intérêts minoritaires.

INTRO | DEUX PÔLES RENTABLES



M€ — CA — EBITDA⁽¹⁾



• **Marge d'EBITDA (% du CA)**

8,3% 11,4% 10,1%

BTOC : priorité à la rentabilité

- Baisse des volumes compensée par une **stratégie tarifaire ciblée**
- Enjeu de défense des **parts de marché**
- Baisse des charges d'exploitation de 15,9 M€ reflétant la **baisse des coûts industriels**
- Rentabilité préservée : **marge stable** à 8,3%

BTOB : CA en croissance malgré le ralentissement du marché

- **Croissance du CA (+0,8%)** malgré le repli du marché de la communication au T4
- **Modèle multi-leviers** résilient
- **Accélération** sur les leviers plus porteurs (social, performance)
- **Rentabilité solide** : 11,4% de marge d'EBITDA

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



1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES & ESG

5

PERSPECTIVES

BTOC | 1^{ER} ÉDITEUR DE CONTENUS THÉMATIQUES



La diversification, levier d'audience et d'attractivité pour les marques



Magazines

Edition

TV

Autres services

1,5 millions
abonnements

302 mille
abo diversifiés

5,41 € HT
panier moyen / abo

+1,4%
vs. 2023

154 titres
édités en France

86,8 millions
d'exemplaires vendus⁽¹⁾



Plus de 350
lancements en 3 ans

REWORLD
MEDIA ÉDITION



24 millions
téléspectateurs potentiels

REWORLD
MEDIA TÉLÉVISIONS



(1) Diffusion France Payée (DFP), ACPM, DSH 2024.



Diversification ciblée



Nouveau partenariat TV

Accord signé avec SFR (oct-24), qui permet à 5 chaînes TV d'atteindre un bassin d'audience potentiel de **24 millions de foyers**.

Edition responsable

Marmiton et France Alzheimer, association nationale de familles reconnue d'utilité publique, s'associent pour éditer « La méthode Culinothérapie » (nov-24).



Nouveautés Magazine



2^e numéro

du magazine du genre littéraire, en partenariat avec Hugo Publishing (sept-24).

Sortie d'une **nouvelle formule** pour fêter les 80 ans de Marie France (oct-24).



Préparation du **retour en kiosque** de Grazia avec un format premium (mars-25).

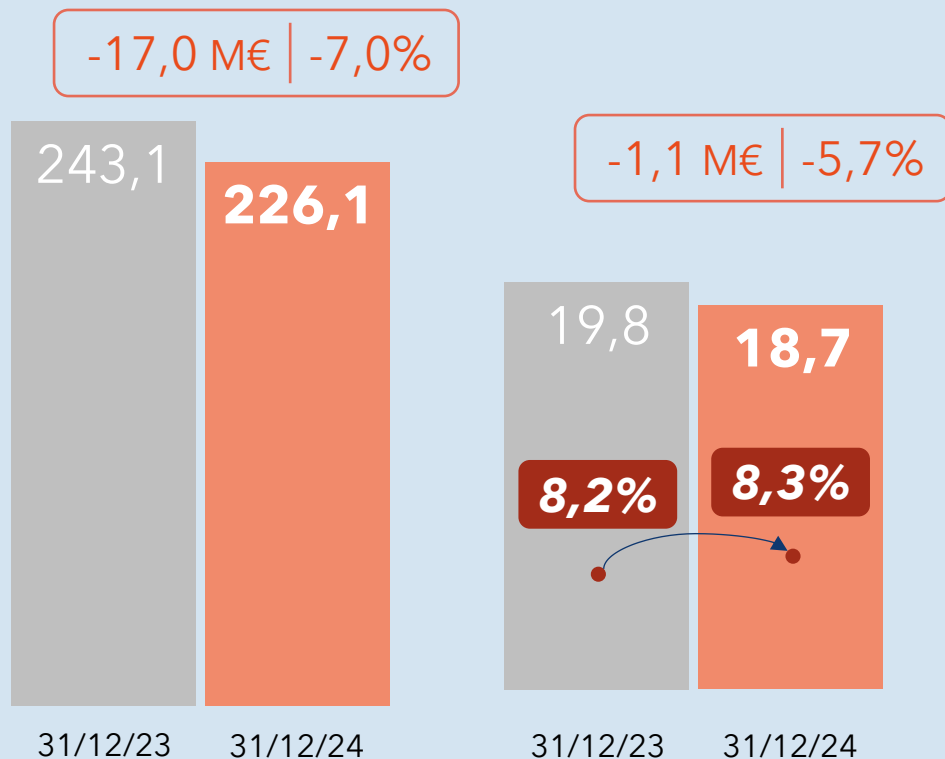


2^e numéro du magazine masculin de luxe (oct-24) et lancement prévu aux Etats-Unis (avril-25).

BToC | RENTABILITÉ PRÉSERVÉE



M€ — CA — EBITDA⁽¹⁾ —



• **Marge d'EBITDA (% du CA)**

Baisse modérée du CA

Baisse des volumes vendus compensée partiellement par une stratégie de **hausse de prix ciblées**

- ✓ **Enjeu stratégique de préserver nos parts de marché**
- ✓ Prix ajustés en phase avec l'**inflation** et la dynamique **concurrentielle**

Consolidation de la marge d'EBITDA

EBITDA en recul de seulement 1,1 M€

- ✓ Réduction des charges d'exploitation de **15,9 M€** (-7,1%)
- ✓ **Baisse des coûts industriels**
- ✓ **Gestion rigoureuse** des coûts fixes

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



1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB



4

COMPTES & ESG

5

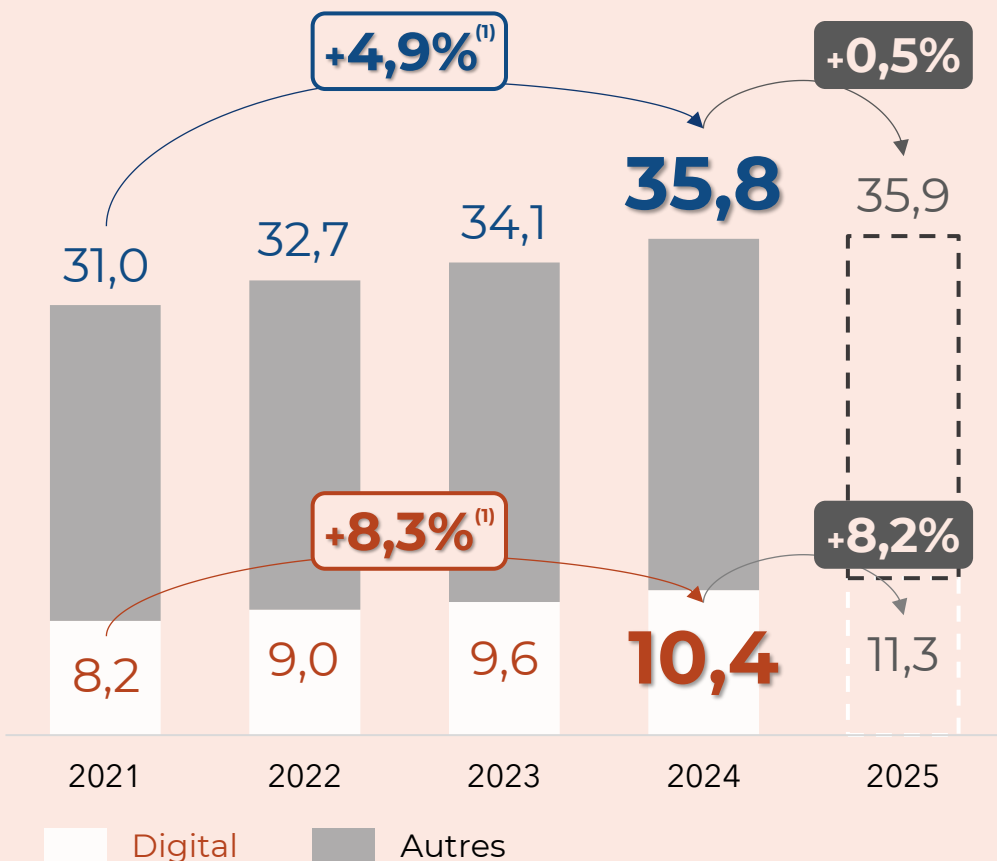
PERSPECTIVES

BTOB | UN MARCHÉ EN CROISSANCE DURABLE



Poursuite de la croissance et digitalisation du marché de la communication

en milliards d'euros, France



2024 : une année contrastée

Croissance de +5,0% du marché, peu bénéfique au Groupe

- Actualité sportive forte (JO, Euro)
- Ralentissement au S2, coup de frein au T4

+9,0% de croissance du segment digital qui atteint 10,4 Mrd€

Digital

29%
du marché total

x2,2 en 10 ans
2014 : 13%

Social

3,4 Mrd€
46% de PDM⁽²⁾

+24%
vs. 2023

Vidéo

3,1 Mrd€
42% de PDM⁽²⁾

+32%
vs. 2023

Événementiel

5,5 Mrd€
15% du total

+18%
vs. 2023

Sources : Le marché de la publicité et de la communication 2024 et prévisions 2025, BUMP ; Bilan 2024, 33^e édition de l'Observatoire de l'epub, 6 février 2025.

(1) Taux de croissance annuel moyen ; (2) Part du marché digital hors Search ; le format vidéo inclut la vidéo vendue en Display et en Social.

BTOB | 3^E GROUPE MÉDIA SUR LE WEB



Records de temps en ligne en France

Ensemble

2h40

Temps de surf moy. / jour⁽¹⁾

+27%

d'augmentation vs. 2019

15-24 ans

4h21

Temps de surf moy. / jour⁽¹⁾

+23%

d'augmentation vs. 2019

Marmiton, 4^e site média en France⁽²⁾



19,7 millions

de visiteurs uniques⁽²⁾

+10%

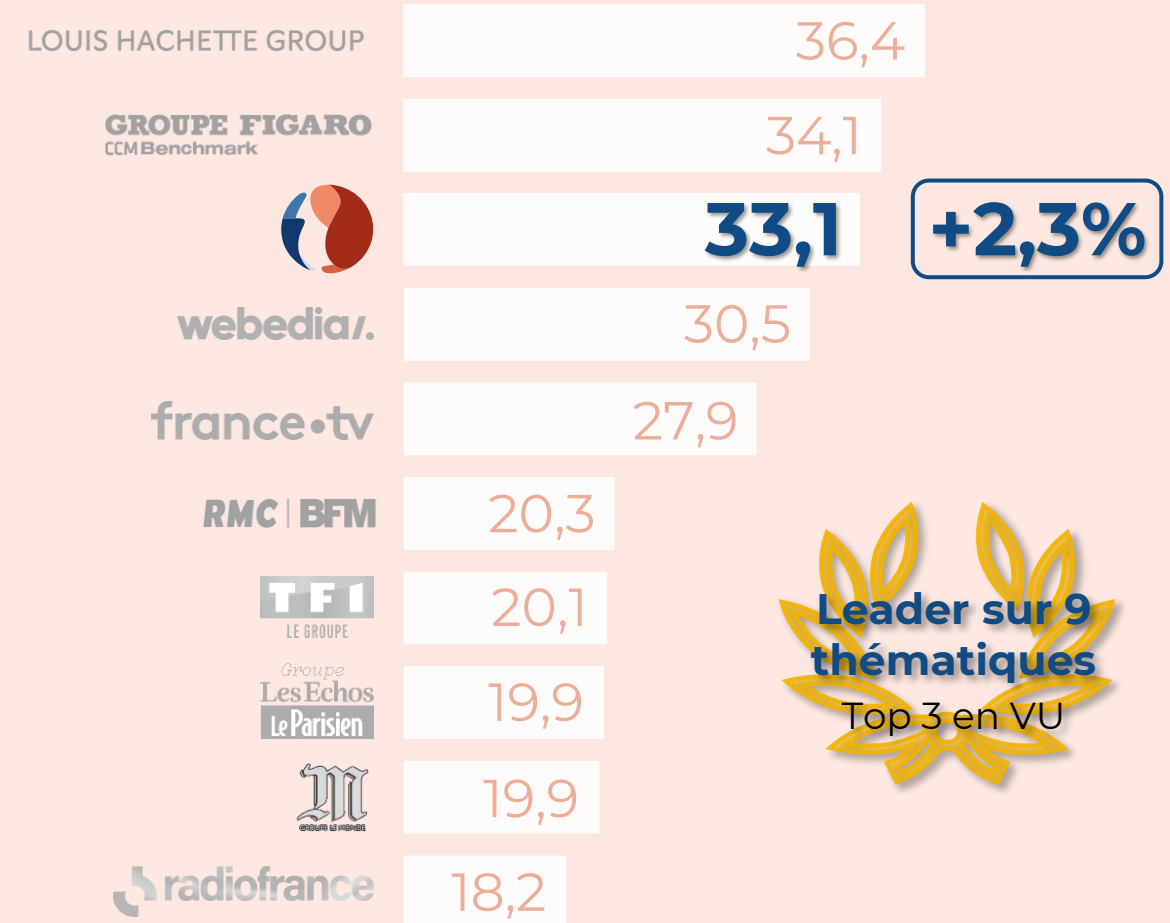
en 2 ans

marmiton devant :



Position de leader confortée

en millions de visiteurs uniques mensuels⁽²⁾



BtoB | LEADER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Engagement record sur les réseaux

Ensemble

1h03

de surf / jour

39%

du temps total de surf

15-24 ans

2h35

de surf / jour

60%

du temps total de surf

> 6 000 programmes produits en 2024

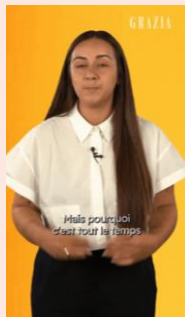
marmiton



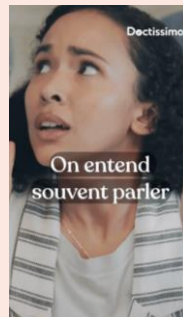
LES NUMÉRIQUES



GRAZIA



Dectissimo



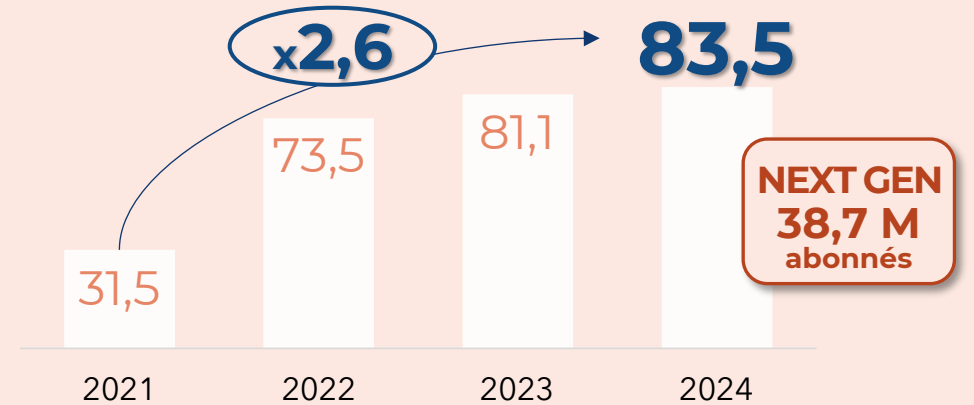
melty.



Sources : Médiamétrie - Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - France - Base 2 ans et +, L'Année Internet 2024 ; Données éditeurs en nombre d'abonnés non dédoublés aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch.

Parc d'abonnés en croissance

en millions d'abonnés



Tout pour réussir sur le social



Les médias, 1^{ers} influenceurs *evergreen*



Une production de contenus natifs puissante :
80 personnes dédiées, formats adaptés



Plus de 2,8 milliards de vidéos vues en 2024

BtoB | DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE



Alliance de la puissance média et des technologies propriétaires

Une offre complète et puissante

Couverture de l'ensemble du parcours client

+3 000

clients actifs

180 mille

sites affiliés

5,5 Mrd €

revenus générés
pour nos clients / an

2,5 millions

apps installées



Découverte

Display, vidéo, social



Intérêt

Emailing, push, events



Intention

Retail média



Achat

Influence, affiliation

Accélération sur l'offre sociale

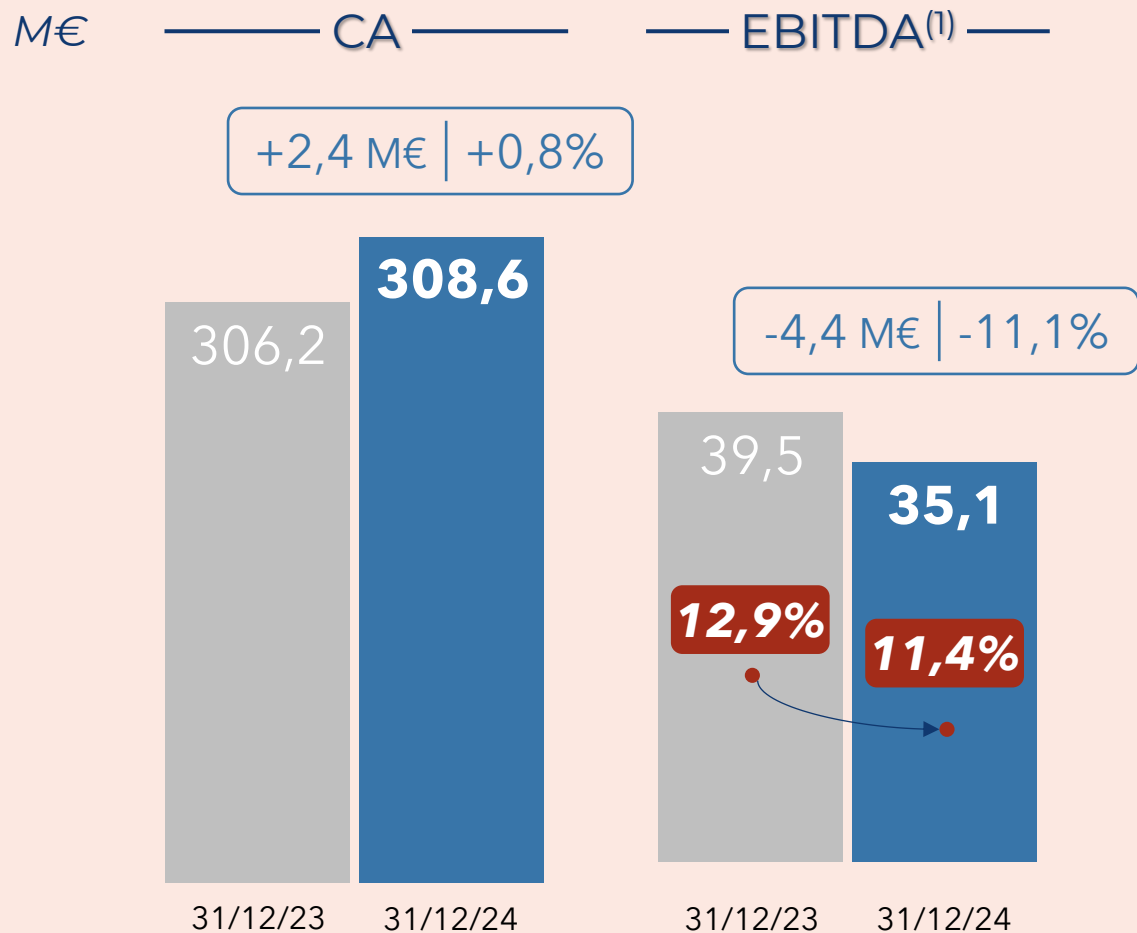
Déploiement d'une offre, du premium à la perf

Média	social @ content		Storytelling
	social @ publisher		Paid social
Tech	 metapic		Influence marketing 100 000 influenceurs actifs
	PROF@ULSE		Distribution d'influenceurs

✓ Près de **10% du CA BtoB** en 2024

✓ **+50%** de CA en 2024 sur  metapic

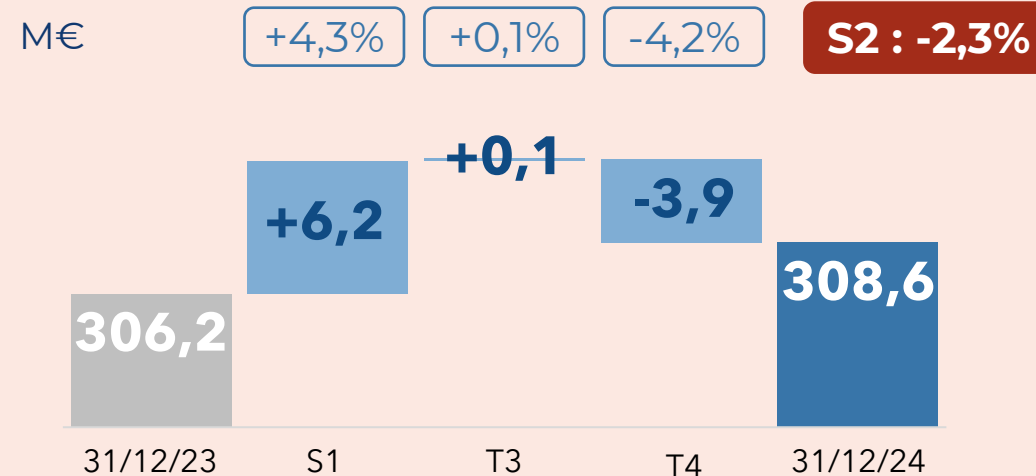
BtoB | MARCHÉ RALENTI MAIS MARGE SOLIDE



• **Marge d'EBITDA (% du CA)**

CA en croissance tiré par le digital Plus de 80% du CA BtoB est digital

Croissance freinée par le ralentissement marché au S2



Charges maîtrisées

- ✓ 2,5% d'augmentation sur l'année, -0,3% au S2
- ✓ **Effet année pleine des investissements** engagés sur les leviers à fort potentiel (social, performance)
- ✓ **Evolution du mix d'activité** vers les offres à la performance, moins margées

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



1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES & ESG

5

PERSPECTIVES

COMPTES | P&L CONSOLIDÉ



En M€	31/12/2024	31/12/2023	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	534,7	549,3	(14,6)	-2,7%
Charges opérationnelles	(480,9)	(490,0)	9,1	-1,9%
EBITDA⁽¹⁾	53,8	59,3	(5,5)	-9,3%
Dotations aux amortissements	(7,1)	(8,5)	1,4	-16,2%
EBIT⁽¹⁾	46,7	50,8	(4,1)	-8,1%
Résultat financier ⁽²⁾	(8,6)	(9,5)	1,0	-10,1%
Résultat exceptionnel ⁽¹⁾	(9,0)	(16,4)	7,3	
Impôt sur le résultat et autres	(1,9)	(5,3)	3,4	
Résultat net ajusté	27,2	19,6	7,6	+38,8%
Impôts différés et autres dotations ⁽³⁾	(2,1)	7,4	(9,4)	
Résultat net de l'ensemble consolidé	25,1	26,9	(1,8)	-6,8%
Intérêts minoritaires	(1,8)	(2,8)	0,9	
Résultat net part du Groupe	23,3	24,2	(0,9)	-3,7%

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

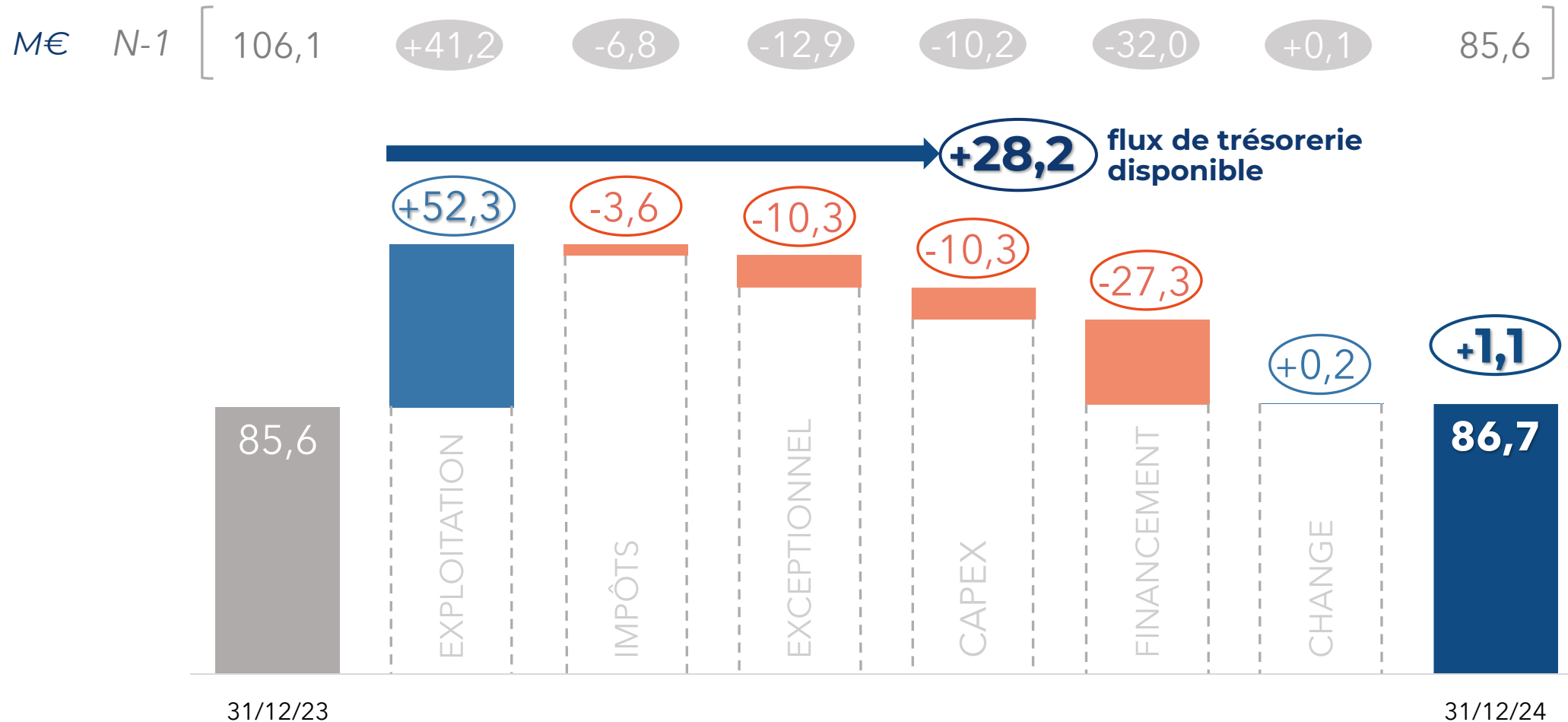
(2) Résultat financier hors charges liées aux dépréciations d'actions propres et y compris frais d'emprunts à étaler.

(3) Inclut en 2023 un produit de 7,2 M€ de reprises nettes de dotations aux amortissements des écarts d'acquisition.

COMPTES | TRÉSORERIE STABLE



Le flux de trésorerie disponible atteint 28,2 M€, soit plus du double de 2023



Notes : La trésorerie est présentée hors actions propres. Le flux de financement inclut le remboursement des emprunts, les nouveaux emprunts, les dividendes encaissés, les intérêts décaissés, les encaissements liés à la couverture de taux et aux placements, ainsi que les décaissements liés aux acquisitions et variations de périmètre.

COMPTES | DETTE NETTE MAÎTRISÉE



Poursuite d'un désendettement actif

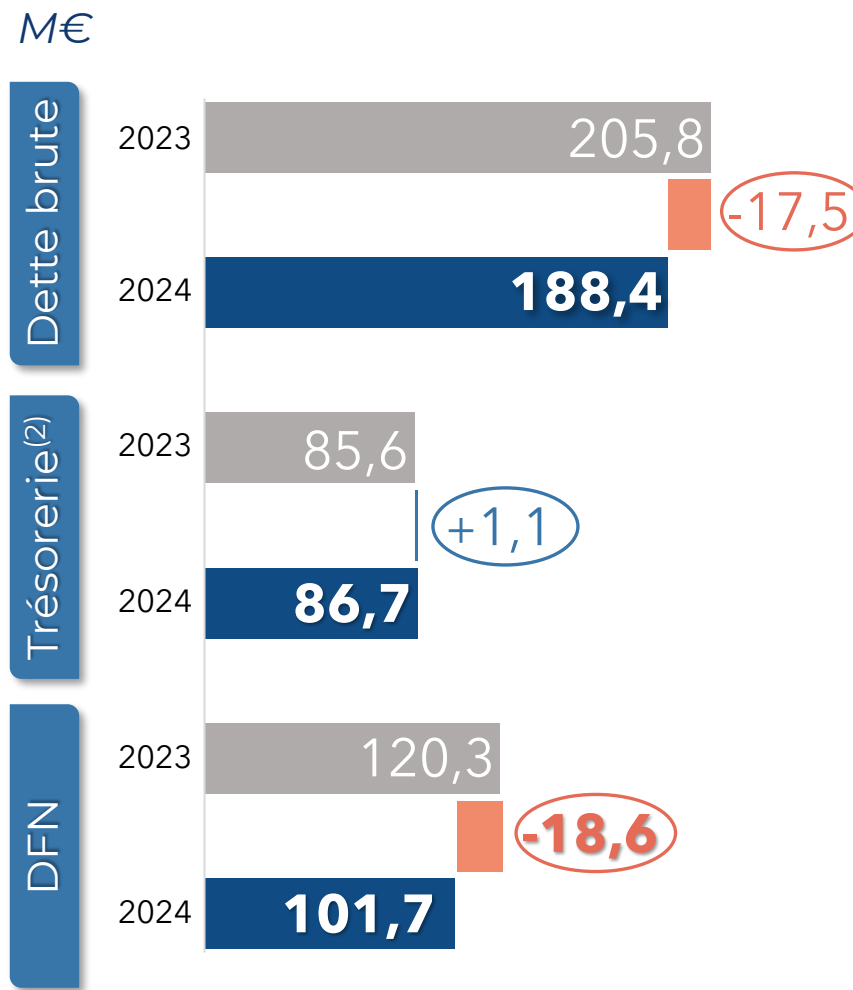
- **185,8 M€** de capital restant dû
 - **1^{ère} échéance in fine en 2028**
 - Dette majoritairement à **taux fixe** grâce à des couvertures de taux
- **Structure financière saine pour saisir les opportunités**

101,7 M€
Dette nette

1,9x
l'EBITDA⁽¹⁾ 2024

44%
ratio de gearing

25,3 M€
capital remboursé



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

ESG | UNE TRAJECTOIRE CLAIRE & AMBITIEUSE



Des engagements concrets et mesurables

Environnement

Empreinte carbone 2023

Méthodologie : GHG Protocol

Périmètre : hors filiales étrangères

48,04

ktCO₂e
Total émissions



GREENHOUSE
GAS PROTOCOL

174,61

tCO₂e
Scope 1

85,63

tCO₂e
Scope 2

47,98

ktCO₂e
Scope 3

Trajectoire de décarbonation

- ✓ Finalisation au S1 2025
- ✓ Incluant les enjeux de biodiversité

Sociétal

Santé Mentale

PSYCHOLOGIES

6 experts s'expriment



Impact du numérique

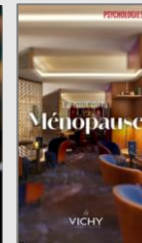


Tech responsable

LES NUMERIQUES

Inclusion et diversité

FRAICHES aufeminin PSYCHOLOGIES meltY.



Gouvernance

Note ESG en hausse

2023 **51**

2022 50

2021 34



Niveau BRONZE

Certificat EthiFinance
pour récompenser la
performance ESG 2023

Objectif CSRD 2026

- ✓ Double Matérialité réalisée
- ✓ Programme d'accompagnement
- ✓ Formation du COMEX en 2025



1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES & ESC

5



PERSPECTIVES

PERSPECTIVES | CAP SUR L'EXÉCUTION



Prêt à capter durablement la croissance du marché digital

Fondations solides

Modèle éprouvé et duplicable

Actifs **propriétaires** :
contenus, marques, techno

Offre digitale complète,
scalable et à fort potentiel

Croissance structurelle
du marché digital

Présence internationale
prête à être activée

Bilan solide,
désendettement actif

Accélération ciblée

Croissance organique & externe

Marché 2025 : +0,5% 
Segment digital : +13%

Inflation 2025 maîtrisée (1,6% BdF)

Renforcement
des leviers social, vidéo, perf

Déploiement
du modèle à l'international

Croissance externe sélective 



Merci



REWORLD
MEDIA
LEADING MEDIA GROUP

ANNEXES | TFT CONSOLIDÉ



En M€	31/12/2024	31/12/2023	Variation (M€)
EBITDA ⁽¹⁾	53,8	59,3	(5,5)
Effet de trésorerie d'exploitation	(1,5)	(18,1)	16,6
Flux d'exploitation	52,3	41,2	11,2
IS	(3,6)	(6,8)	3,2
Effet de trésorerie exceptionnel	(10,3)	(12,9)	2,6
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	38,5	21,5	17,0
Flux de trésorerie des activités d'investissement	(10,3)	(10,2)	(0,1)
Flux de trésorerie disponible	28,2	11,3	16,9
Financement	(25,3)	(22,1)	(3,2)
Variations de périmètre	(2,0)	(9,9)	7,9
Flux de trésorerie des activités de financement	(27,3)	(32,0)	4,7
Variation de trésorerie active	0,9	(20,7)	21,6
Incidence des variations de taux de change	0,2	0,1	0,1
Trésorerie à l'ouverture	85,6	106,1	
Trésorerie à la clôture	86,7	85,6	

(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.
Note : Trésorerie et équivalents hors actions propres.

ANNEXES | 80 MARQUES AU ❤️ DES PASSIONS

SANTÉ BIEN ÊTRE 1

Doctissimo
TOP Santé
Plaine Vie

FEMME 3

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

FOOD 1

marmiton
GUEULETON
gourmand
tanin Vitalfood
100COCKTAILS

NEXT GEN 1

HERO melty.
FRAICHES MINUTE BUZZ
Peaches. juste mieux
SUPER BON next plz

AUTO 2

Auto Plus
l'auto-journal
Sport auto

LIFESTYLE

ENVOIS
AIRFRANCE / media solutions
ICON

SCIENCE CULTURE 2

SCIENCE & VIE
JUNIOR
GUERRÉS Histoire
SCIENCE & VIE DÉCOUVERTES
D'APASON RÉPONSES PHOTO

ENTER-TAINMENT 4

Télé star
TELE POCHÉ
TELE magazine
Closer

TECH & GAMING 3

LES NUMÉRIQUES
LA CRÈME DU GAMING
CNET SUPER SOLUCE
ECLYPSIA
gamekult

SPORT 4

sports.fr
sport 3.5
Fl.fr
football FR

NATURE 1

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

MAISON 1

Maison & travaux
le journal de la MAISON
CAMPAGNE DÉCORATION

ANNEXES | NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES



Une chaîne de valeur complète, un modèle différenciant



**Contenus
affinitaires &
propriétaires**



**Diffusion
multi-canal &
internationale**



**Monétisation
360° (pub,
perf, data)**



**Plateforme
intégrée
média & tech**



**Marques
fortes
& audiences
engagées**



**Data &
technologies
propriétaires**



**Modèle
duplicable à
l'international**






**Agilité
opérationnelle
& pilotage
financier**

CONTACTS



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

.....
Suivez-nous aussi :   

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

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



CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES