



# RÉSULTATS SEMESTRIELS 2025

---

24 septembre 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.

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

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES

5

PERSPECTIVES



1  
▶ INTRODUCTION

2  
BTOC

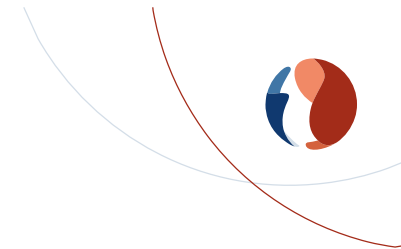
3  
BTOB

4  
COMPTES

5  
PERSPECTIVES



# INTRO | LE GROUPE EN 2025



plus de  
**80**  
marques  
médias  
thématiques



**1 275**  
collaborateurs



présent dans  
**11**  
pays



**1<sup>er</sup>**  
actionnaire de  
Hopscotch



**1<sup>er</sup>**  
éditeur  
thématique  
grand public



**3<sup>e</sup>**  
groupe média  
sur le web



**3<sup>e</sup>**  
groupe média  
sur les réseaux  
sociaux



**2<sup>e</sup>**  
réseau  
d'affiliation en  
Europe

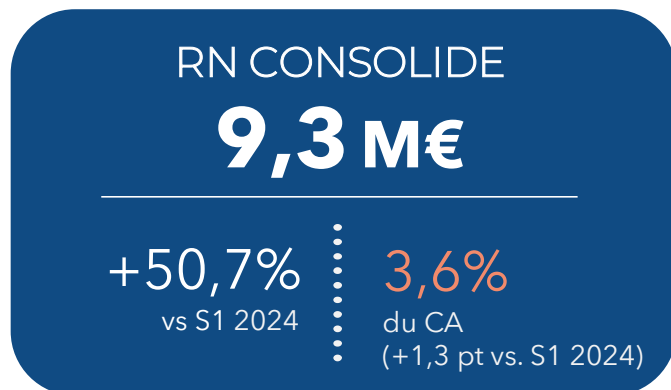
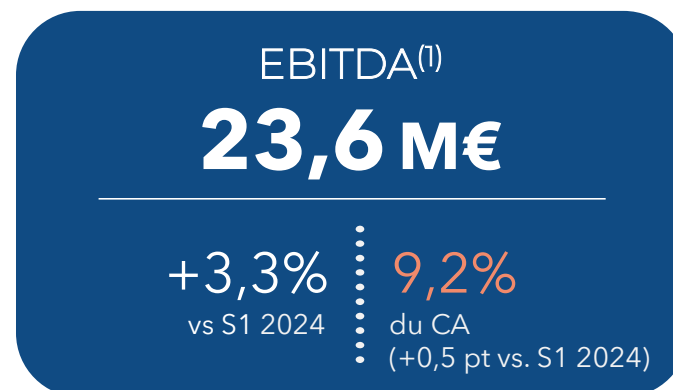
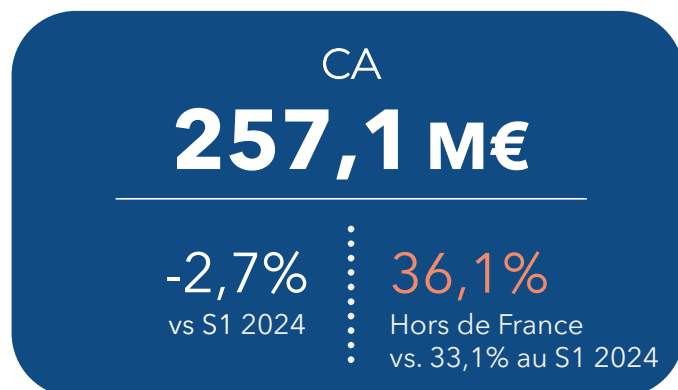


# INTRO | AGRÉGATS FINANCIERS S1 2025



Amélioration sensible de la rentabilité

Chiffre d'affaires du S1 sur une bonne tendance, avec un 2<sup>ème</sup> trimestre stable



(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel ; (2) Trésorerie active hors actions propres, dette financière nette calculée comme la différence entre la dette brute et la trésorerie active hors actions propres ; (3) L12M EBITDA : EBITDA des 12 derniers mois (S2 2024 et S1 2025).

# INTRO | FAITS MARQUANTS AU S1 2025



## Des indicateurs de marché favorables



### Environnement instable

- Conjoncture politico-économique très incertaine en France
- Climat international difficile



### Marché de la communication en France

- Marché global **17,7 Md€** : croissance de +0,6% vs le S1 2024 (2024, rythmée par les JO)
- Croissance tractée par la dynamique du marché digital à **+8,7%** vs S1 2024



### Marché publicitaire des media en France

- Croissance **+4,3%** vs S1 2024, atteignant 9,2 Md€
- Croissance portée par le marché digital avec **+10,8%** vs S1 2024, atteignant 5,9 Md€

Source : Le marché de la publicité et de la communication 1<sup>er</sup> semestre 2025, BUMP, 10 septembre 2025.

## Un groupe diversifié et résilient



### Un modèle solide

- De grandes marques multithématiques dans un écosystème diversifié
- Alliance Médias & Technologies propriétaires
- Groupe international



### Le digital, accélérateur de croissance durable

- Moitié du CA total en digital
- Fortes dynamiques sur les leviers Social et Performance
- Un fort potentiel de croissance grâce à l'IA



### Optimisation continue des coûts

- Baisse des charges d'exploitation (-3,2% vs le S1 2024)

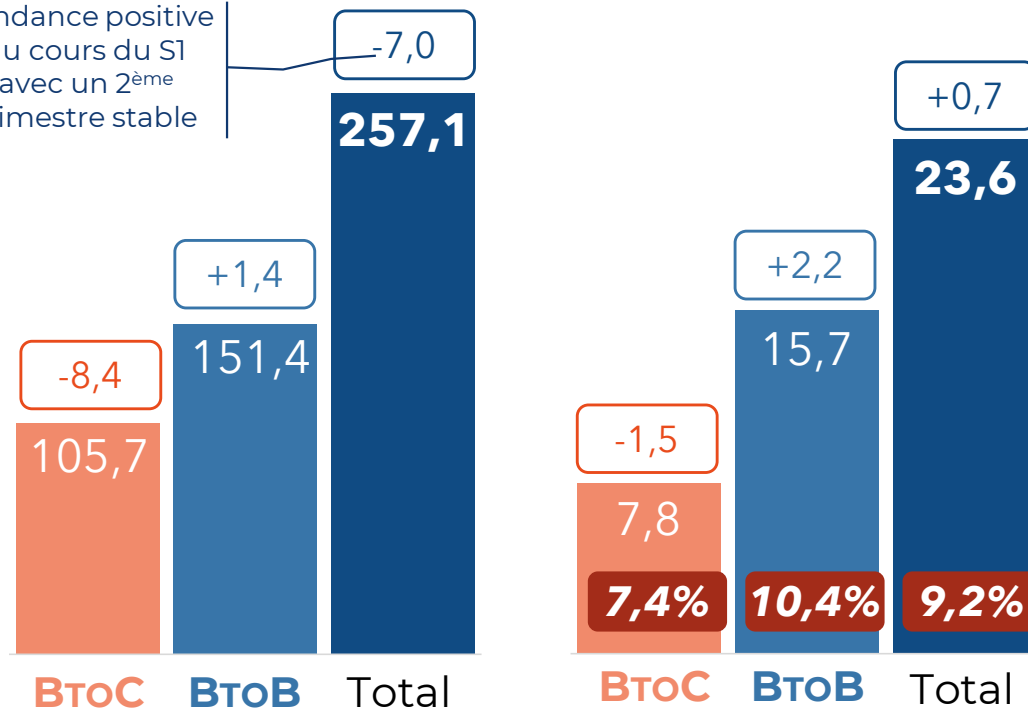
# INTRO | BTOB MOTEUR DE LA CROISSANCE



## Contribution du BtoB à l'EBITDA : 67% versus 59% au S1 2024

M€ — CA — EBITDA<sup>(1)</sup>

Tendance positive  
au cours du S1  
avec un 2<sup>ème</sup>  
trimestre stable



• **Marge d'EBITDA (% du CA)**

### BTOC : Enjeu de rentabilité

- Baisse des volumes compensée en partie par une **hausse des prix de vente**
- Stratégie de **fidélisation**
- **Enrichissement des offres** de produits (hors série, collections, mooks) et de services
- Baisse des coûts d'exploitation de **7 M€**

### BTOB : Croissance portée par le digital

- **Progression notable de la rentabilité** avec un EBITDA à 10,4%, soit +1,4 pt versus S1 2024
- **Poids du digital dans le BTOB en hausse**  
Chiffres d'affaires : +3 pts vs S1 2024, atteignant 84%
- Le **Social**, relai stratégique de croissance  
Chiffres d'affaires : 10% du CA BTOB
- Progression forte du chiffre d'affaires des **leviers à la performance, +8%** vs S1 2024

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

1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES

5

PERSPECTIVES



# BToC | 1<sup>ER</sup> ÉDITEUR DE CONTENUS THÉMATIQUES



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



Magazines



Edition



TV



Autres services

**1,4 millions**  
Abonnements

Dont abo diversifiés  
**0,3 millions**

**5,64 € HT**  
panier moyen / abo

**+4,3%**  
vs. S1 2024

**148 titres**  
édités en France au S1 2025

**84,3 millions**  
d'ex. vendus sur 1 an<sup>(1)</sup>



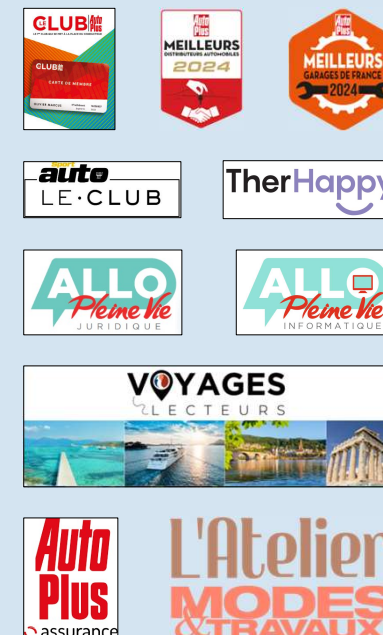
Plus de **12**  
Mooks lancés au S1 2025

REWORLD  
MEDIA ÉDITION



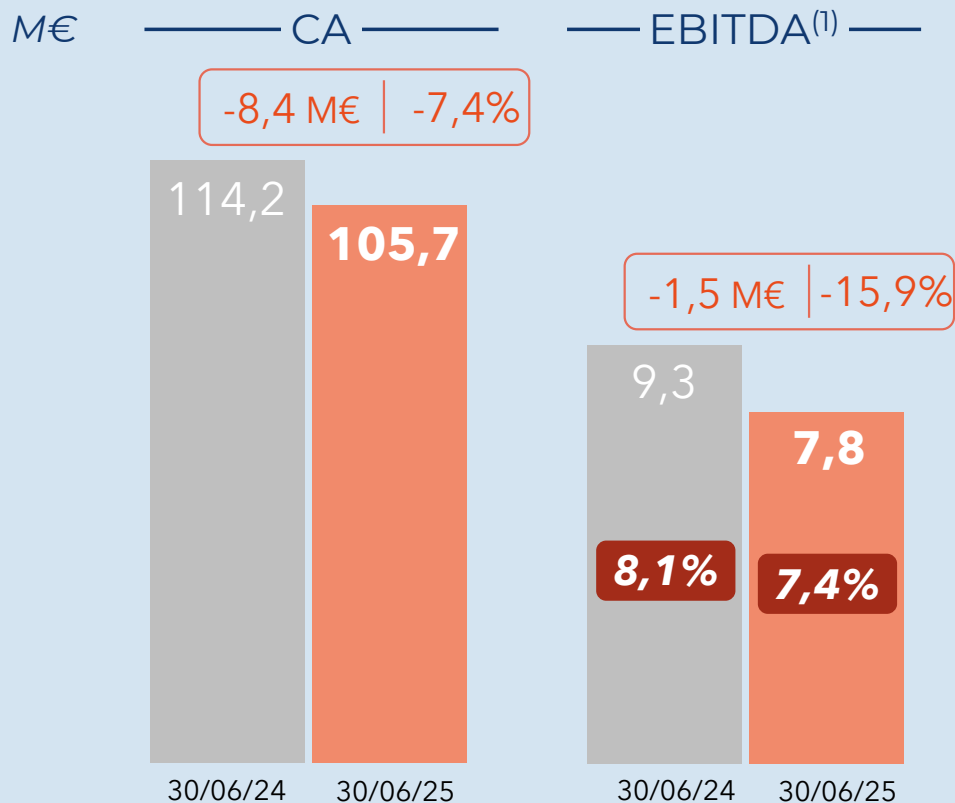
**24 millions**  
téléspectateurs potentiels

REWORLD  
MEDIA TÉLÉVISIONS



(1) Diffusion France Payée (DFP), ACPM, DSH 2024/2025, publication en septembre 2025

# BToC | RENTABILITÉ DEMEURANT À UN NIVEAU SOLIDE



- **Marge d'EBITDA (% du CA)**

## Baisse du CA maîtrisée par rapport aux tendances du marché

- Baisse des volumes vendus compensée partiellement par une stratégie de **hausse de prix ciblées**, en phase avec la concurrence et l'inflation
- **Enjeu stratégique de préserver les parts de marché** des marques du Groupe
- **Poids du CA abonnements 47%**, en progression de 2 pts

## Marge d'EBITDA préservée

- Réduction des charges d'exploitation de **7 M€** (-6,6%)
- **Optimisation des coûts industriels**
- **Stabilité du prix du papier**
- **Evolution de la distribution** en faveur du portage

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

1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES

5

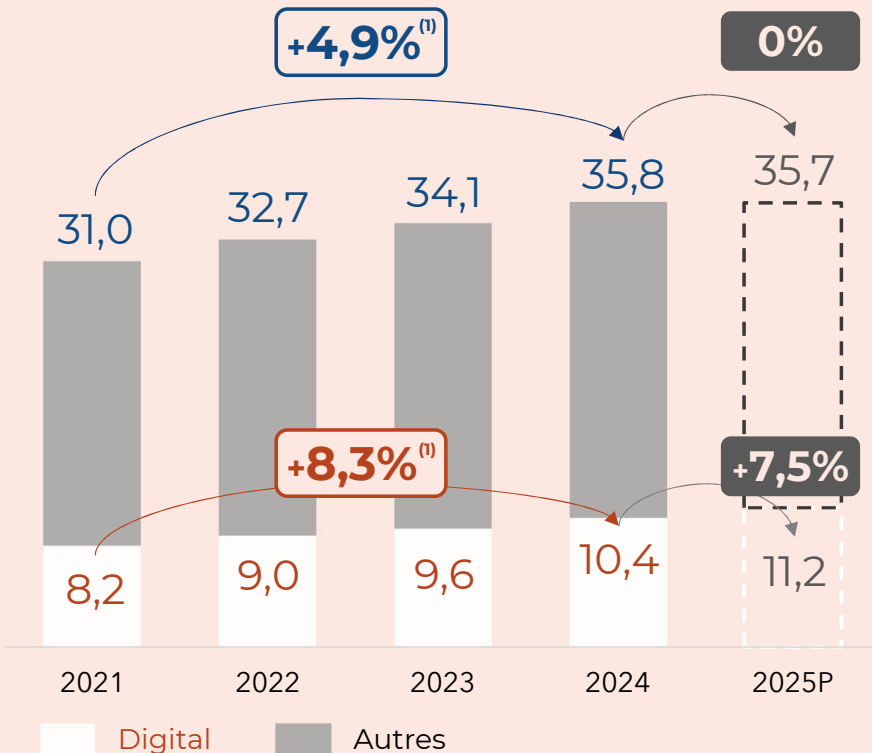
PERSPECTIVES



# BToB | UN MARCHÉ QUI RESISTE A LA CONJONCTURE

17,7 Md€ au S1 2025, croissance de +0,6% vs S1 2024 portée par le digital (+8,7%)

Marché de la communication France 🇫🇷  
(en milliards d'euros)



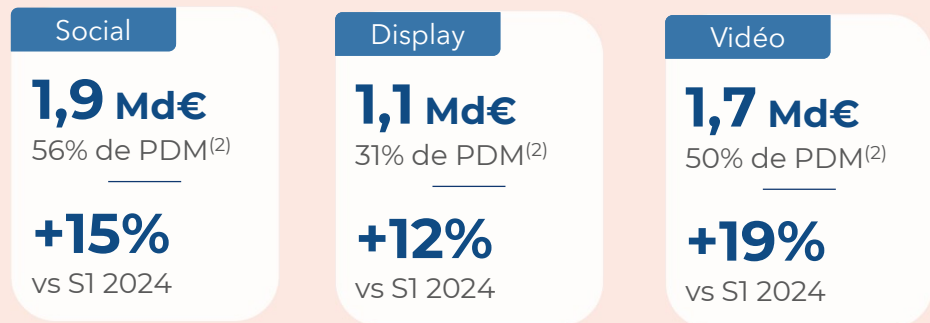
## La puissance du levier Digital

**Le poids du digital continue à se renforcer au S1 2025 vs S1 2024 :**

- Dans le marché de la communication : de 30% à **33%** (x2,5 en 11 ans)
- Dans le marché publicitaire des media : de 59% à **64%**

**Croissance de +10,8% de la publicité digitale au S1 2025 vs S1 2024**

- Le Social concentre 42% de la croissance au S1 2025
- Le Social représente autant que le Search (1/3 du marché)
- La Vidéo Social représente 63% du total Vidéo

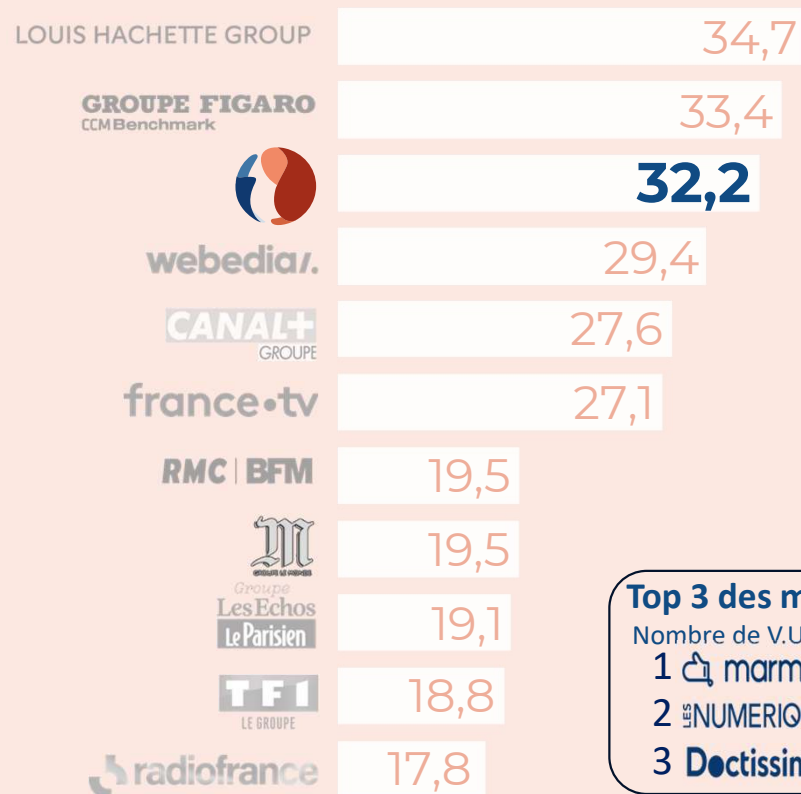


Sources : Le marché de la publicité et de la communication 1<sup>er</sup> semestre 2025, BUMP, 10 septembre 2025 ; Bilan S1 2025, 34<sup>e</sup> édition de l'Observatoire de l'epub, 10 juillet 2025.  
(1) Taux de croissance annuel moyen ; (2) Part du marché publicité digitale hors Search ; le format vidéo inclut la vidéo vendue en Display et en Social.

# BToB | OPEN WEB - MEDIA & ADTECH PROPRIÉTAIRES

## Des marques media fortes référentes

3<sup>ème</sup> Groupe media sur le web (en millions de visiteurs uniques mensuels <sup>(1)</sup>)



### Top 3 des marques du Groupe

Nombre de V.U. juin 2025 (vs juin 2024)

- 1 marmiton 16,7 M (+2%)
- 2 NUMERIQUESTAR 6,5 M (+9%)
- 3 Doctissimo 6,0 M (+22%)

## Des adtech innovantes & puissantes

Une offre performance multi-leviers



Affiliate marketing (180 000 sites affiliés)



Content to Commerce



Retail Media & Data



Leads



Mobile & App Ad



Vouchers



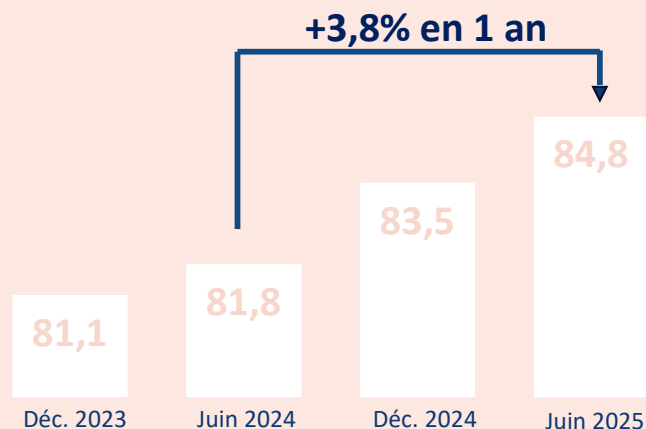
Comparateur

**IA : Les grandes marques media et les adtechs restent les carrefours de valeur**


# BToB | LEADER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX


## Des marques media engageantes

en millions d'abonnés<sup>(1)</sup>



 **821 M de vues** en juin 2025<sup>(2)</sup> (+26% en un an)

 Une production de contenus puissante avec plus de **3 000 formats originaux** au S1 2025

 Les médias, 1<sup>ers</sup> influenceurs evergreen

Sources : (1) Données éditeurs en nombre d'abonnés non dédoublés aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch ; (2) Social Index ACPM de juin 2025.

## L'influence, un levier intégré



**Influence marketing** à la performance

- Plus de **100 000** influenceurs actifs



**Distribution** d'influenceurs  
**Co-production** de contenus

- Près de **200** influenceurs sur toutes les plateformes

## Engagement record sur les réseaux<sup>(3)</sup>

Ensemble

**1h36**  
de surf / jour

**40%**

du temps total de surf

15-24 ans

**3h30**  
de surf / jour

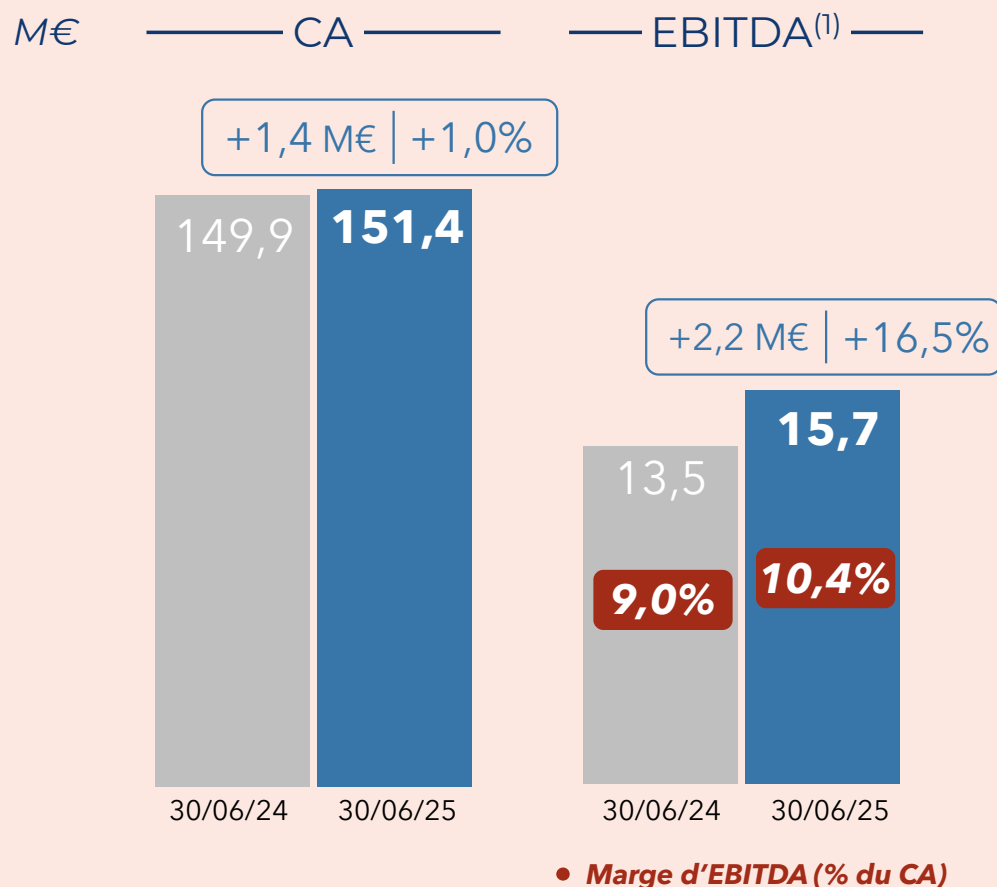
**61%**

du temps total de surf

Sources : (3) Médiamétrie - Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - France - Base 2 ans et +, moyenne janvier-juin 2025

# BTOB | PERFORMANCE RÉSILIENTE, RENTABILITÉ RENFORCÉE

## Progression de +6,6% du chiffre d'affaires BTOB au 2<sup>ème</sup> trimestre



### CA en croissance tiré par le digital

- **Poids du digital à 84% (+3 pts), avec une croissance du CA de plus de 4%**
- **Social : Hausse de 19,1%** (marques media & influence), **10% du CA BTOB** (+1 pt)
- **Performance : Progression forte de 8%**, en particulier sur les activités d'affiliation et d'influence marketing à l'étranger

### Croissance rentable

- **Très forte progression de l'EBITDA de +16,5%**
- **Effet levier des investissements en 2023 et 2024** dans la plateforme humaine et technologique
- La croissance du chiffre d'affaires du **Social** améliore la rentabilité, à la fois des Media et de l'influence marketing avec une marge brute supérieure de près 10 pts par rapport à celle de l'affiliation

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

1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES

5

PERSPECTIVES



# COMPTES | P&L CONSOLIDÉ



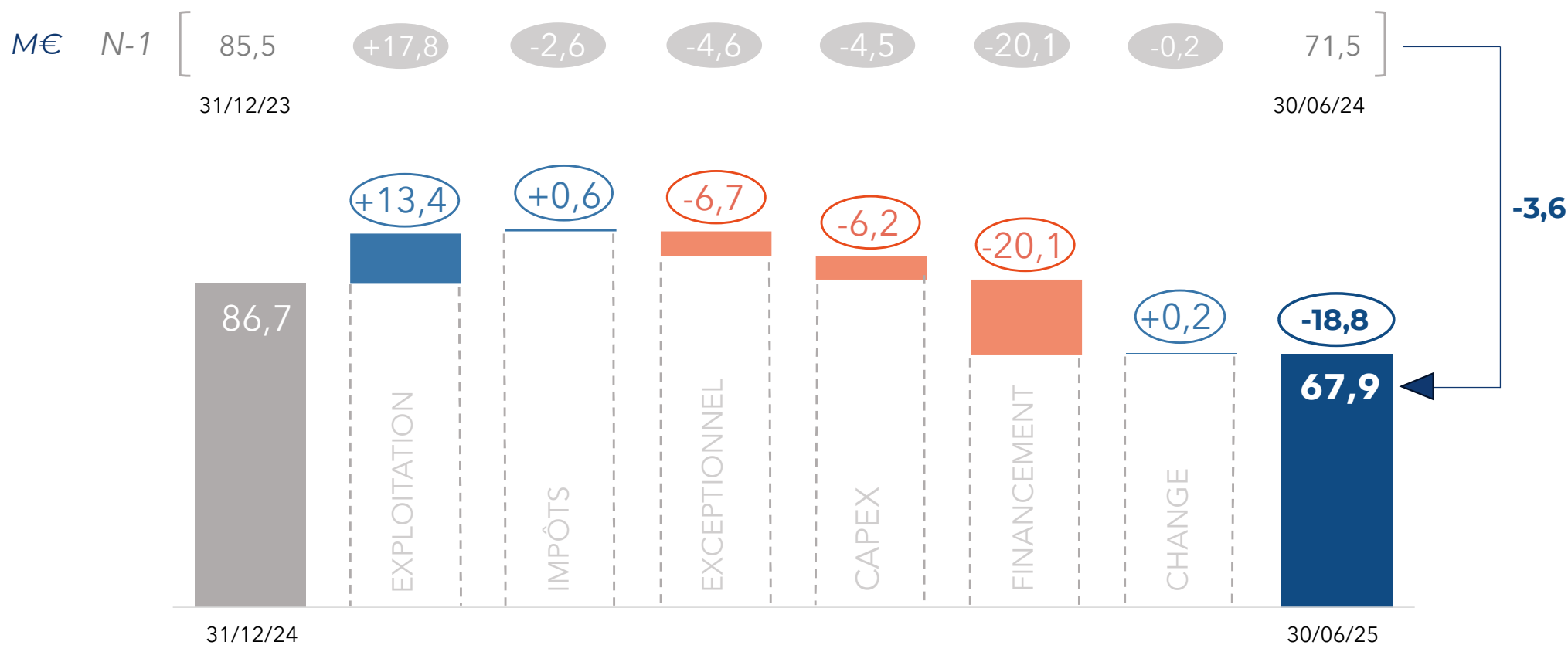
En M€	30/06/2025	30/06/2024	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	257,1	264,1	(7,0)	-2,7%
Charges opérationnelles	(233,5)	(241,3)	7,8	-3,2%
<b>EBITDA<sup>(1)</sup></b>	<b>23,6</b>	<b>22,8</b>	<b>0,7</b>	<b>+3,3%</b>
Dotations aux amortissements	(3,9)	(3,8)	(0,1)	+2,3%
<b>EBIT<sup>(1)</sup></b>	<b>19,7</b>	<b>19,0</b>	<b>0,7</b>	<b>+3,5%</b>
Résultat financier	(4,6)	(7,3)	2,7	-36,6%
Résultat exceptionnel <sup>(1)</sup>	(4,5)	(3,2)	(1,3)	+39,7%
Impôt sur le résultat et autres	(1,3)	(2,4)	1,1	-45,9%
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>9,3</b>	<b>6,2</b>	<b>3,1</b>	<b>+50,7%</b>
Intérêts minoritaires	(1,2)	(0,6)	(0,6)	+114,1%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>8,1</b>	<b>5,6</b>	<b>2,5</b>	<b>+44,4%</b>

(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.

# COMPTES | TRÉSORERIE



Saisonnalité marquée : SI historiquement consommateur de trésorerie



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 variations de périmètre.

1

INTRODUCTION

2

BTOC

3

BTOB

4

COMPTES

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 global 2025 : stable  
Segment digital 2025 : +7,5%



Nouveau marché de l'IA adressé  
via des marques media puissantes

Renforcement  
des leviers social, vidéo, perf

Déploiement  
du modèle à l'international

Croissance externe sélective



Merci



# ANNEXES | 80 MARQUES AU ❤️ DES PASSIONS



**SANTÉ BIEN ÊTRE** 🏆1

Doctissimo  
TOP Santé  
Plaine Vie

**FEMME** 🏆3

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

**FOOD** 🏆1

marmiton  
GUEULETON  
gourmand  
tânin 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  
I C O N

**SCIENCE CULTURE** 🏆2

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

**ENTERTAINMENT** 🏆4

Télé star  
TÉLÉ POCHÉ  
TELE magazine  
Closer

**TECH & GAMING** 🏆3

LES NUMÉRIQUES  
LA CRÈME DU GAMING  
CNET SUPER SOLUCE  
ECLYPSIA  
gamekult

**SPORT** 🏆4

sports.fr  
sport 35  
Fl.fr  
football FR

**NATURE** 🏆1

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

**MAISON** 🏆1

Maison & travaux  
le journal de la MAISON  
CAMPAGNE DÉCORATION

Source : classement sur le nombre de visiteurs uniques mensuels, Audience Internet Global en France, Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Base 2 ans et + - moyenne annuelle 2024.

# CONTACTS



8 rue Barthélémy Danjou  
92100 Boulogne Billancourt  
[reworldmedia.com](http://reworldmedia.com)  
[investisseurs@reworldmedia.com](mailto:investisseurs@reworldmedia.com)

---

Suivez-nous aussi :   

Listing Sponsor : Euroland Corporate  
Contact : Julia Bridger  
[jbridger@elcorp.com](mailto:jbridger@elcorp.com)

Communication  
Contact : PCE - Ségolène de St Martin  
[sdestmartin@p-c-e.fr](mailto:sdestmartin@p-c-e.fr)



CONTENT • BRANDS • TECHNOLOGIES