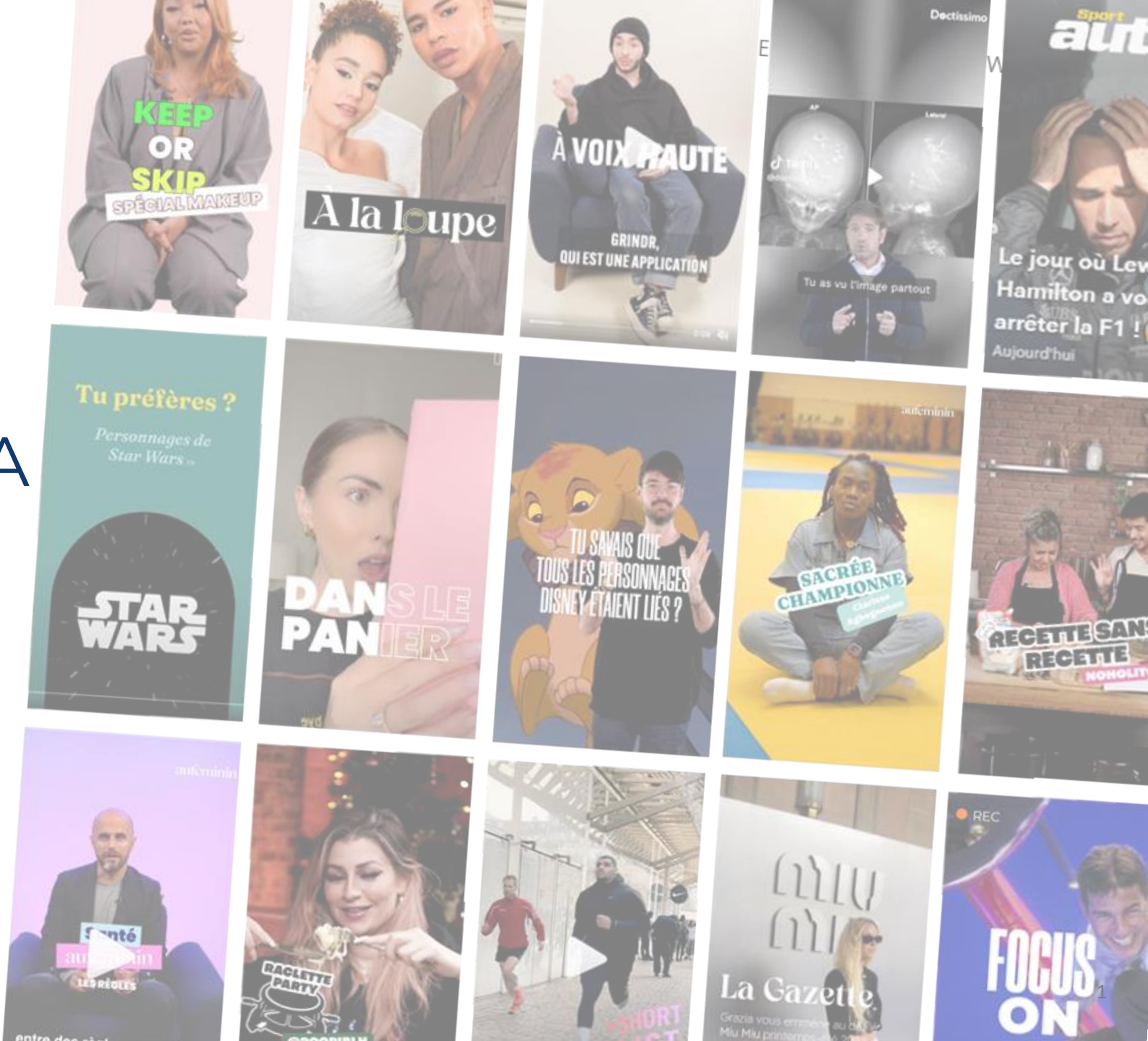


REWORLD MEDIA RÉSULTATS ANNUELS 2025

25 mars 2026



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.

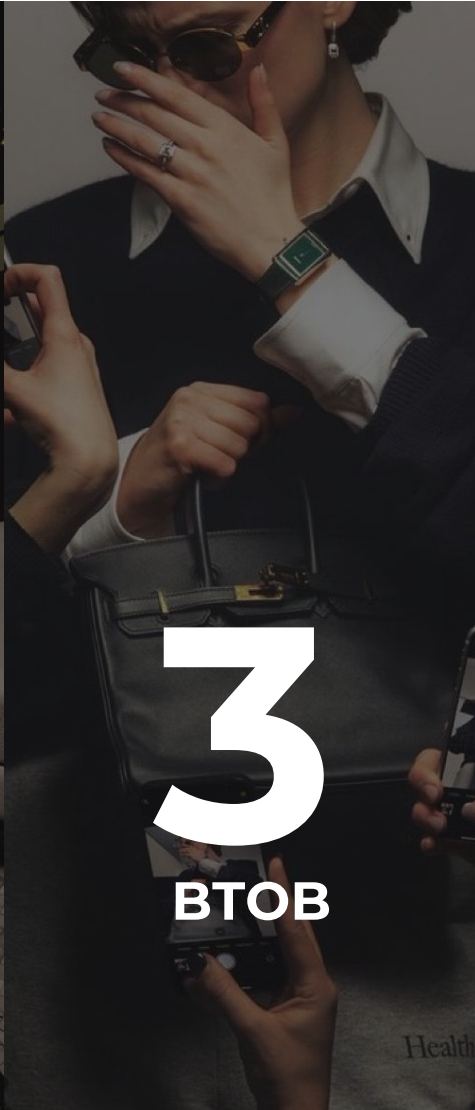
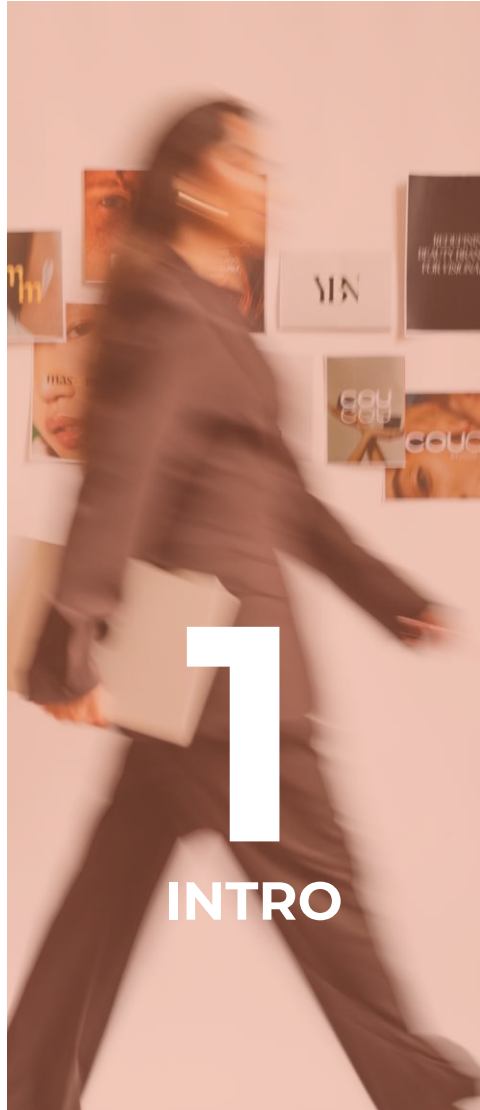
Toutes les références à des performances passées du Groupe Reworld Media ne doivent pas être prises comme des indicateurs des performances futures.

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



UN GROUPE MEDIA ADTECH INTERNATIONAL

1^{er} GROUPE MÉDIA
THÉMATIQUE FRANÇAIS
80 marques ~ 10 univers

3^{ème} GROUPE MÉDIA
SUR LE WEB⁽²⁾

2^{ème} RÉSEAU
D'AFFILIATION EUROPE
Tradedoubler

1^{er} GROUPE MÉDIA
LE PLUS CITÉ EN IA⁽¹⁾

88M DE FOLLOWERS
MENSUELS SUR NOS
RÉSEAUX SOCIAUX

LEADER DE L'INFLUENCE
MARKETING
Metapic

GROUPE MULTICANAL

PRINT → OPEN WEB → SOCIAL NETWORKS → AGENTS CONVERSATIONNELS

En moyenne, **1 Français est exposé 2 fois par jour à une marque Reworld Media**,
tous leviers confondus⁽³⁾

11 PAYS

1219 COLLABORATEURS

1^{er} ACTIONNAIRE DE
HOPSCOTCH

2025 | FAITS MARQUANTS

Un groupe en phase avec les évolutions du marché médias.

UNE ANNÉE EN LIGNE AVEC LES ÉVOLUTIONS ATTENDUES

MARCHÉ DE LA PUBLICITÉ en croissance

- Croissance de **+3,3%** vs 2024, atteignant **19,8 Md€**
- Le Digital, qui représente **12,4 Md€**, a progressé de **11%** vs 2024⁽¹⁾
Si le digital domine déjà largement les marchés US (**75%**)⁽²⁾ et UK (**83%**)⁽³⁾, ce signal offre une réelle dynamique d'opportunité pour la France (**63%**)⁽¹⁾
- Baisse marquée des investissements en TV de **8,1%** (3,2 M€)
- Avec **+15%** vs 2024, le **Social** est le **levier qui progresse le plus**, représentant **4,2 Md€**

UN GROUPE AUX CHOIX PAYANTS

UN MODÈLE SOLIDE

- **80 marques patrimoniales** aux communautés multicanales
- Alliance Médias, Data et Technologies propriétaires
- Groupe international

DE L'OPEN WEB À LA CONVERSATION POUR UNE CROISSANCE DURABLE

- **70%** de nos audiences sont digitales ⁽⁴⁾
- **88 millions** d'abonnés sur l'ensemble de nos réseaux sociaux
- **Référencement IA/GEO, forte opportunité** sur un marché émergent



AGRÉGATS FINANCIERS 2025

L'exercice illustre la **solidité du modèle du Groupe**.

CA
529,3 M€

Croissance du CA
au 2nd semestre
de +0,6%

-1,0%
vs 2024

36,7%
Hors de France
vs. 34,7% en 2024

EBITDA⁽¹⁾
55,4 M€

+3,0%
vs 2024

10,5%
du CA

RN CONSOLIDÉ
19,9 M€

3,8%
du CA

251,5 M€
Capitaux propres⁽²⁾
(+18,3 M€ vs 2024)

Réduction
significative de la
dette nette de
20,7 M€ vs. 2024

TRÉSORERIE⁽³⁾
96,8 M€

81,0 M€
Dette nette
1,5x l'EBITDA⁽¹⁾

58,0 M€
Flux d'exploitation

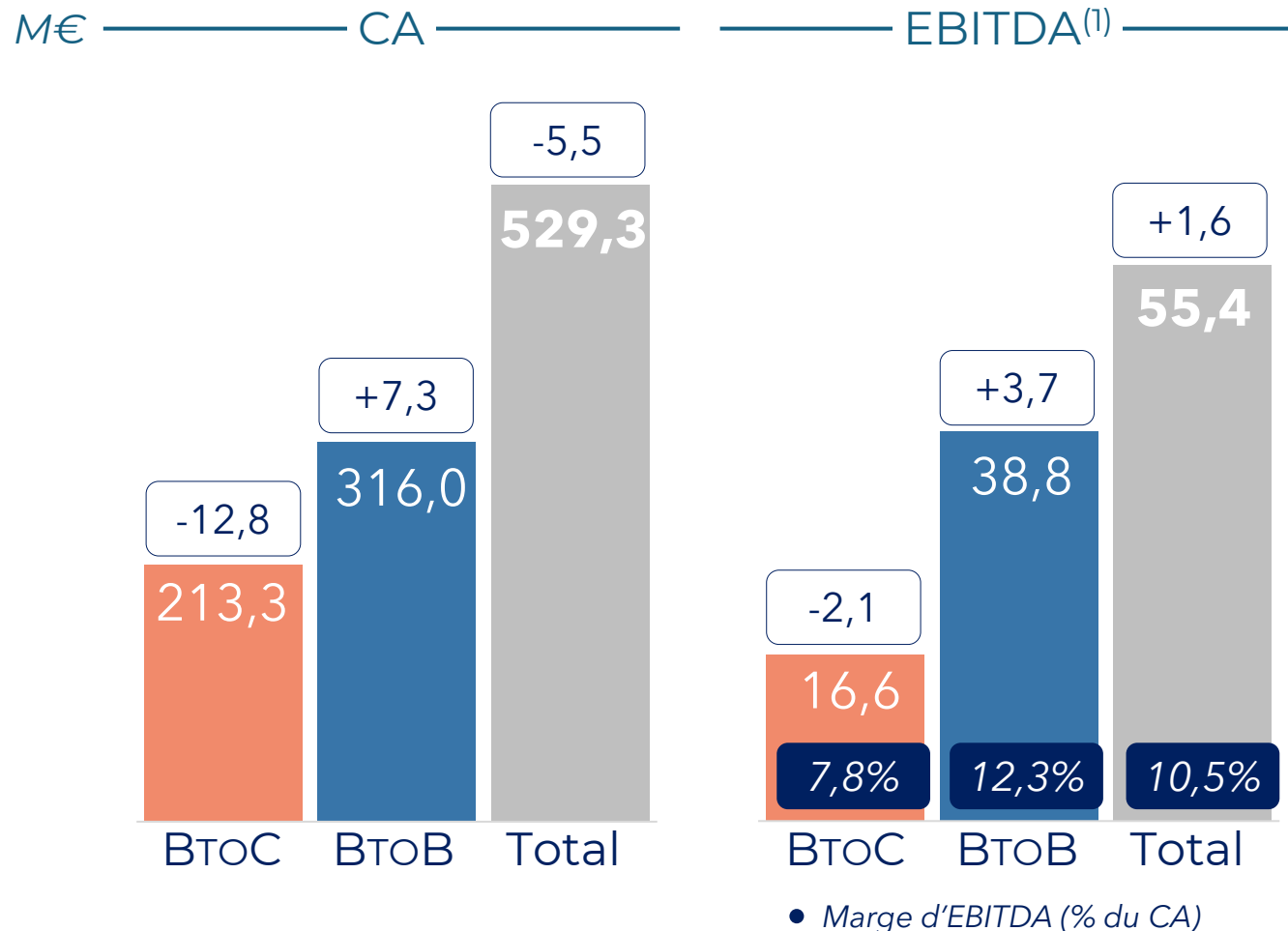
⁽¹⁾EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel. ⁽²⁾Capitaux propres part du Groupe et intérêts minoritaires.

⁽³⁾Trésorerie active hors actions propres, dette financière nette calculée comme la différence entre la dette brute et la trésorerie active hors actions propres.



UN MODÈLE EN TRANSFORMATION MAÎTRISÉE

Deux piliers complémentaires : un BtoB soutenu par la croissance du Digital et un BtoC résilient dans l'univers du Print.



Poids croissant du BtoB :

- 60% du CA (+2 pts vs. 2024)
- 70% de l'EBITDA (+5 pts vs. 2024)

Un **CA** stabilisé (-1%) et un **EBITDA** en croissance de **+3%**.

Un **CA** en baisse de -2,7% au S1 mais en hausse de +0,6% au S2 :

- BtoC : -7,4% au S1 / -3,9% au S2
- **BtoB : +0,9% au S1 / +3,7% au S2**

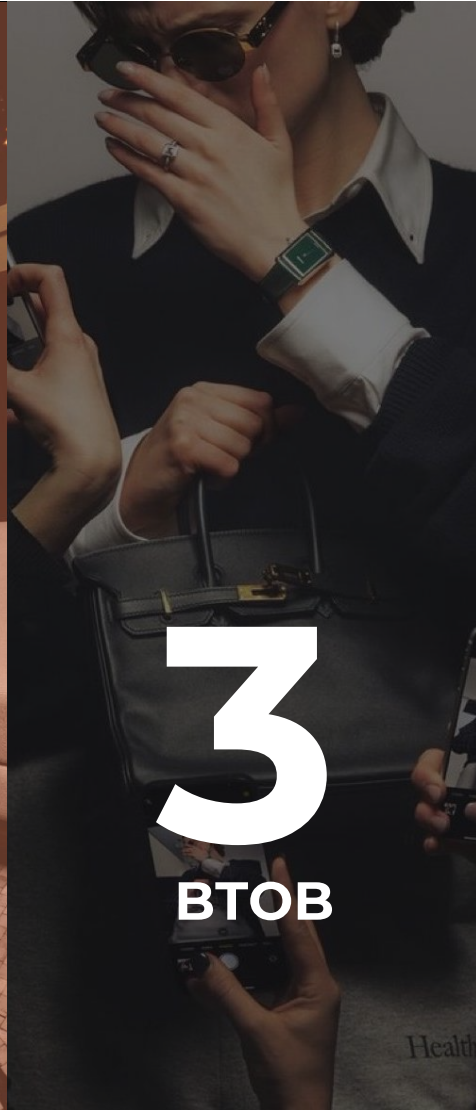
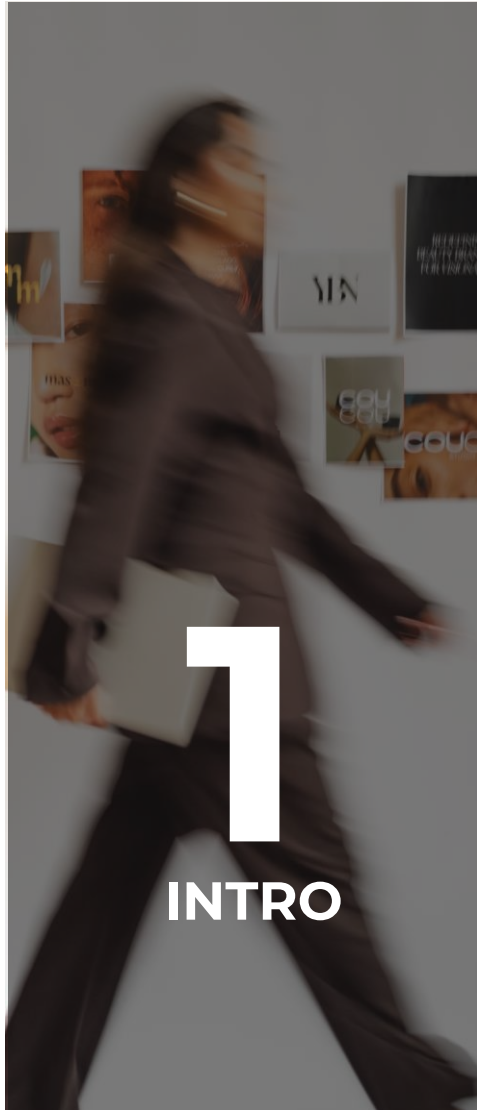
La **rentabilité** s'améliore de **+0,4 pt** :

- BtoC : -0,5 pt
- BtoB : +0,9 pt



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

SOMMAIRE



1^{ER} ÉDITEUR DE CONTENUS THÉMATIQUES

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

MAGAZINES

EDITION

TV

SERVICES

1,4M
Abonnements

dont abo diversifiés

0,3M

148 TITRES
édités en France en 2025

81,2M
d'ex vendus en 2025 ⁽¹⁾

26 MOOKS
Lancés en 2025

24M
téléspectateurs potentiels

5,78€HT
Panier moy / abo

+6,8%
VS 2024



REWORLD
MEDIA ÉDITION



REWORLD
MEDIA TÉLÉVISIONS

Maison
& Travaux TV

SPORT EN
FRANCE
LA CHAÎNE DU GOUVERNEMENT SPORTIF

Auto
Plus TV

LE CHASSEUR
FRANÇAIS TV

TOP
Santé TV

marmiton TV

SCIENCE & VIE TV

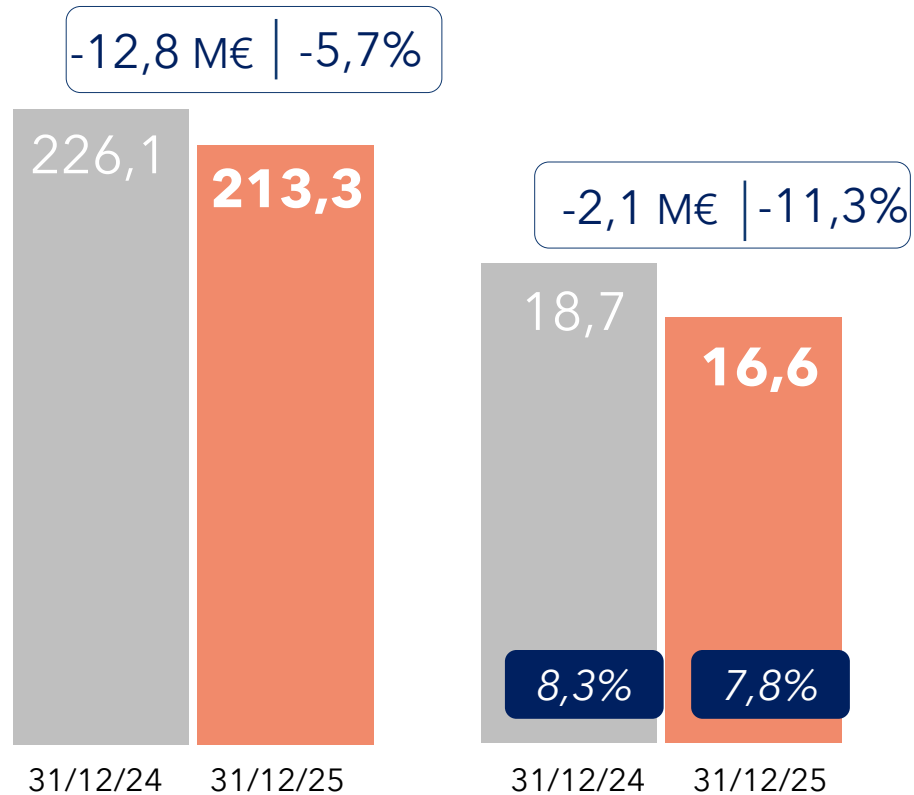


⁽¹⁾Diffusion France Payée (DFP), ACPM, DSH 2025, publication en mars 2026

RENTABILITÉ DU BTOC PRÉSERVÉE

Baisse du chiffre d'affaires en 2025 contenue à -5,7% (contre -7,0% en 2024), avec une dynamique favorable entre le premier semestre (-7,4%) et le second semestre (-3,9%).

M€ — CA — EBITDA⁽¹⁾



• Marge d'EBITDA (% du CA)

Contribution du BtoC en baisse avec **30% de l'EBITDA**.

Un business concentré sur sa rentabilité

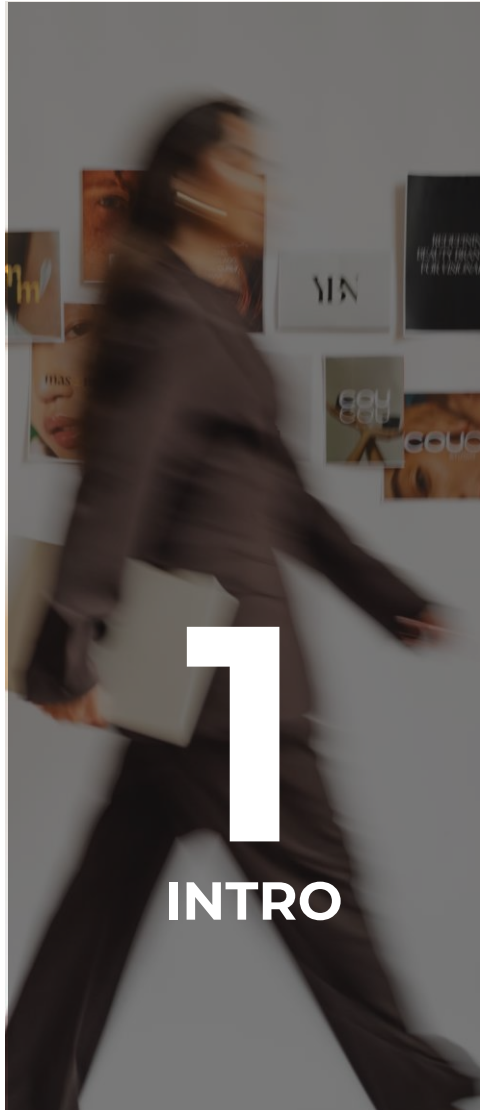
- Pilotage des volumes et des prix.
- Forte variabilisation des coûts d'exploitation (-10,7 M€ en 2025, soit -5,2%).
- Enrichissement des offres (hors série, collections, mooks, services,...).
- Politique de fidélisation des abonnés.

Poids du CA abonnements 47%, en progression de 1 pt vs. 2024.

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



SOMMAIRE

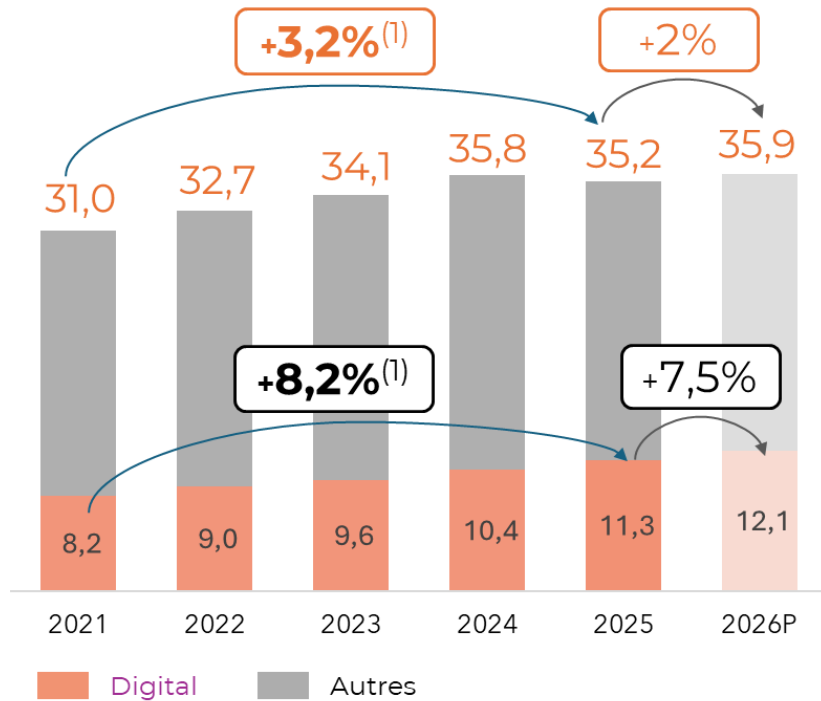


UNE CROISSANCE PORTÉE PAR LA DYNAMIQUE DU DIGITAL

En 6 ans, le marché connaît un **glissement des investissements des médias historiques⁽¹⁾ vers le Digital (+12points)** dans un contexte d'**augmentation des usages des plateformes sociales** et de **montée des agents conversationnels**.

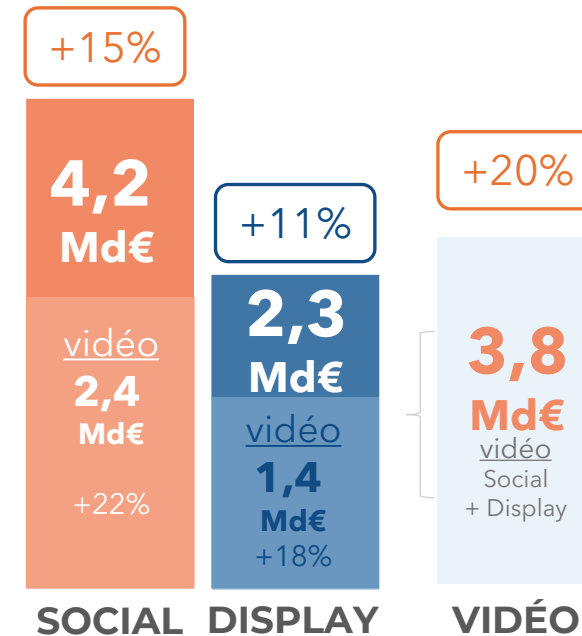
MARCHÉ DE LA COMMUNICATION FRANCE

en milliards d'euros



MARCHÉ PUBLICITAIRE EN PLEINE TRANSFORMATION

soutenu par la vitalité du social, du display et de la vidéo⁽²⁾



» **2026, une dynamique qui se confirme** avec un **marché qui atteindrait 35,9 Md€ (+2 %)**, porté par le Digital (+7,5 %), tandis que les 5 médias se stabilisent autour de leurs niveaux tendanciels.

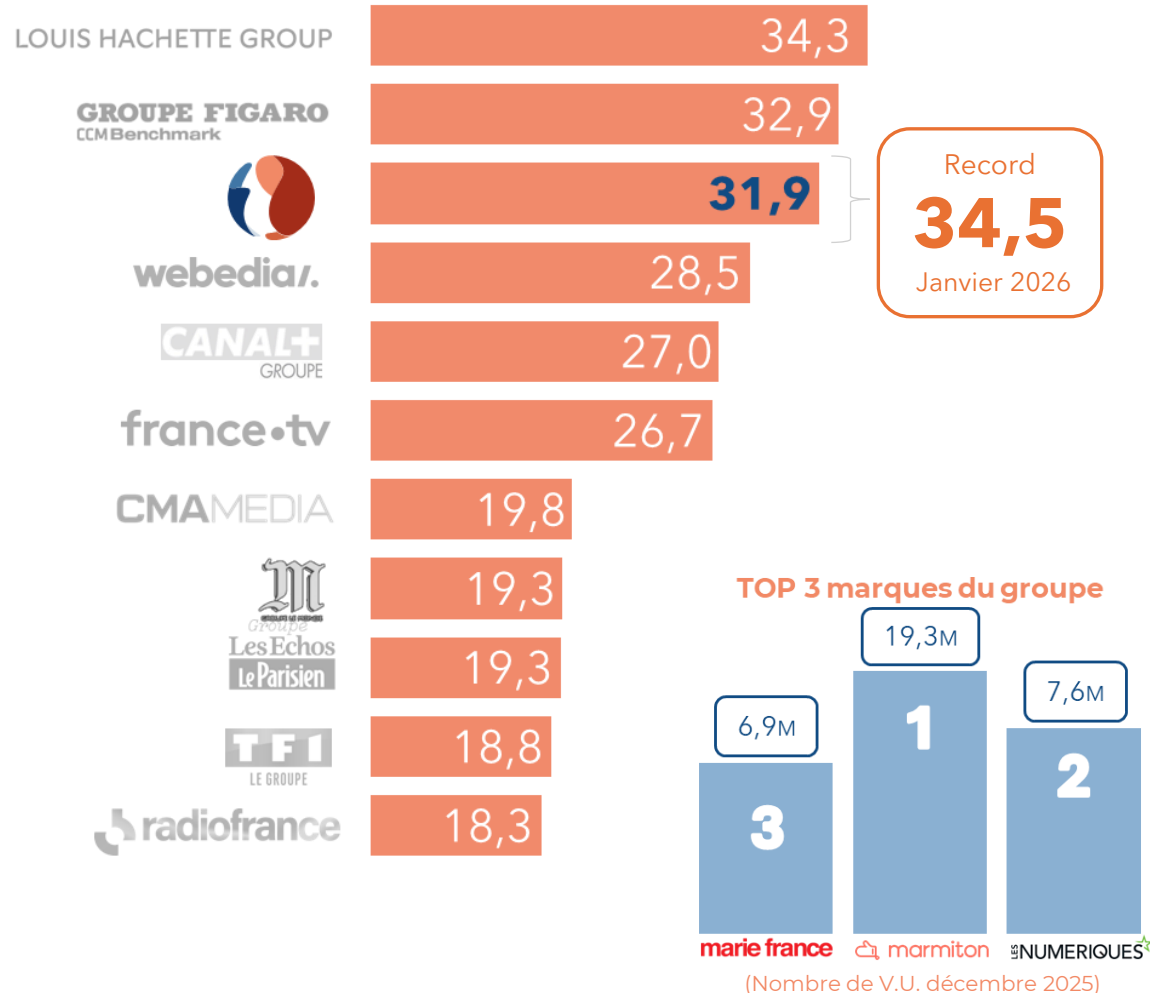
⁽¹⁾Le marché de la publicité et de la communication BUMP 2025, 12 mars 2026 ⁽²⁾Bilan 2025, Observatoire de l'epub du SRI, 10 février 2026



OPEN WEB | MEDIA & ADTECH PROPRIÉTAIRES

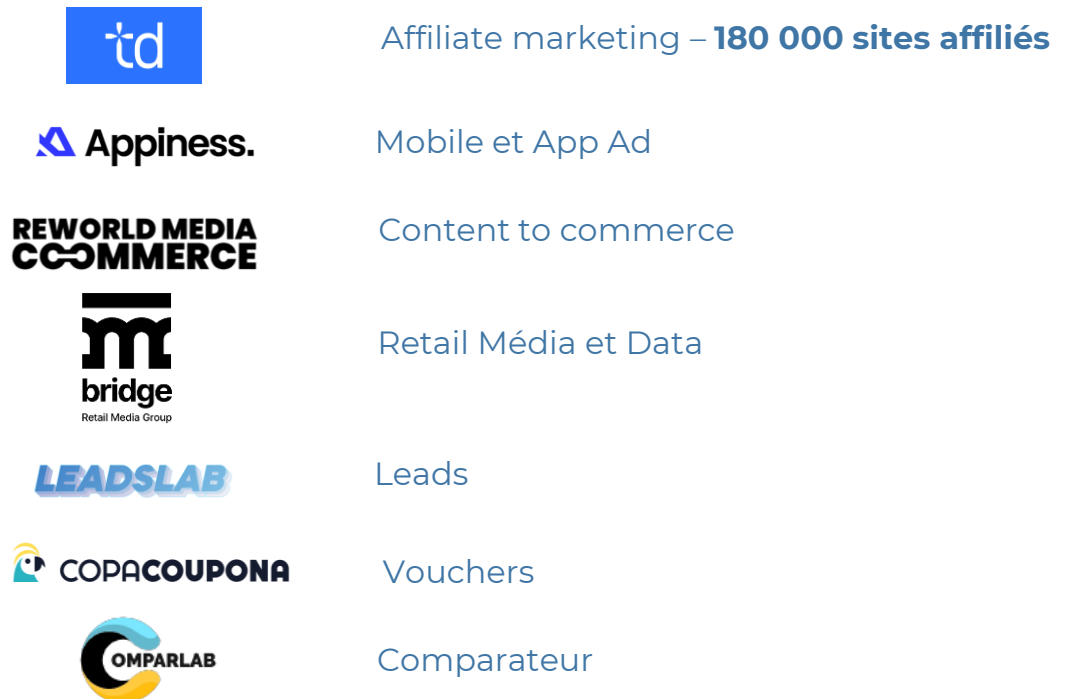
DES MARQUES MÉDIA FORTES ET RÉFÉRENTES

3^{ème} Groupe media sur le web (en millions de visiteurs uniques mensuels ⁽¹⁾)



DES ADTECH PUISSANTES ET SCALABLES

Une offre performance activée par nos technologies propriétaires



(1) Médiamétrie – MNR, moyenne janvier-décembre 2025.



SOCIAL | DES MÉDIAS ET DES TECH RÉFÉRENTS ET PUISSANTS

UN MARCHÉ FRANÇAIS EN EXPANSION RAPIDE

Une audience communautaire en **croissance constante**

77,2%

16 ans & + sur les plateformes⁽¹⁾

Des **investissements en Social** proches du Search (4,9Md)⁽²⁾

4,2Md

15-24 ANS⁽³⁾

3H30

surf / jour

64%

temps total de surf

LE MARCHÉ DE L'INFLUENCE CHANGE D'ÉCHELLE

650M

consensus en 2025

vs **519M€** en 2024⁽⁴⁾

Un **marché quasiment doublé** en quatre ans

REWORLD MEDIA : PUISSANCE & AFFINITÉ



88,4M

FOLLOWERS

sur nos plateformes sociales

en millions d'abonnés⁽⁵⁾

En 1 an

5,9%

600
SHOWS &
PROGRAMMES
originaux

+60H
TOURNAGE
/ semaine
+1 000 m2 de studios
en 2025

3,5Md

VUES en moyenne mensuelle

Nb interaction

257M

en 2025

MÉDIAS, 1^{ER} INFLUENCEUR EVERGREEN

Expertise éditoriale // Environnement Brand Safe // Exigence de performance

INFLUENCE MARKETING MAÎTRISÉE



Plateforme techno d'influence marketing

100 000 influenceurs | **8** pays | **+1Md** clics générés⁽⁶⁾



Production et Distribution

550M Vues en 2025 | **+200** influenceurs | **14** IP



⁽¹⁾Digital Report France, WeareSocial, octobre 25 ⁽²⁾Observatoire e-pub, SRI, 2025 ⁽³⁾MNR janvier 2026 ⁽⁴⁾Consensus UMICC/CMI 2025 à partir de l'étude ARPP x France Pub ⁽⁵⁾Données éditeurs en nombre d'abonnés- déc 25 non dédoublés aux plateformes FB, Insta, X, Pinterest, TikTok, YT, Snapchat et Twitch ⁽⁶⁾ACPM Social Index décembre 2025 ⁽⁶⁾Données internes cumulées depuis 2017

IA, UN NOUVEAU LEVIER DE CROISSANCE

Avec la migration des audiences vers les environnements sociaux et conversationnels, l'IA surpondère les grandes marques médias et fait émerger le **GEO** comme un **nouveau standard de visibilité**.

UN MARCHÉ EUROPÉEN EN PROGRESSION

195M\$

en 2025

estimé **7,5Md\$** en 2034⁽¹⁾

Une **croissance annuelle**
moyenne **en hausse**

49,5%

soit plus que le Social et le Search réunis en France

U
S
A
C
E
S

En 2025, près d'**1 Français sur 2** déclare utiliser les moteurs d'IA générative, un **usage comparable observé aux USA**.

+85% des **18-24 ans** les utilisent **régulièrement**.⁽²⁾

REWORLD MEDIA, UNE EXPERTISE DÉJÀ ROBUSTE

1^{ER} GROUPE LE PLUS CONSULTÉ PAR LES LLMs
EN France⁽³⁾

AUTORITÉ IA (LLM)

Volume et pertinence des contenus digitaux & sociaux recherchés par les IA génératives (comparatifs, FAQ, forums, labels...)

M
E
D
I
A

12M de **crawls** de nos contenus par des agents IA **chaque jour**



10% des **sources** les **plus citées par les IA en France**

T
E
C
H

OUTIL PROPRIÉTAIRE

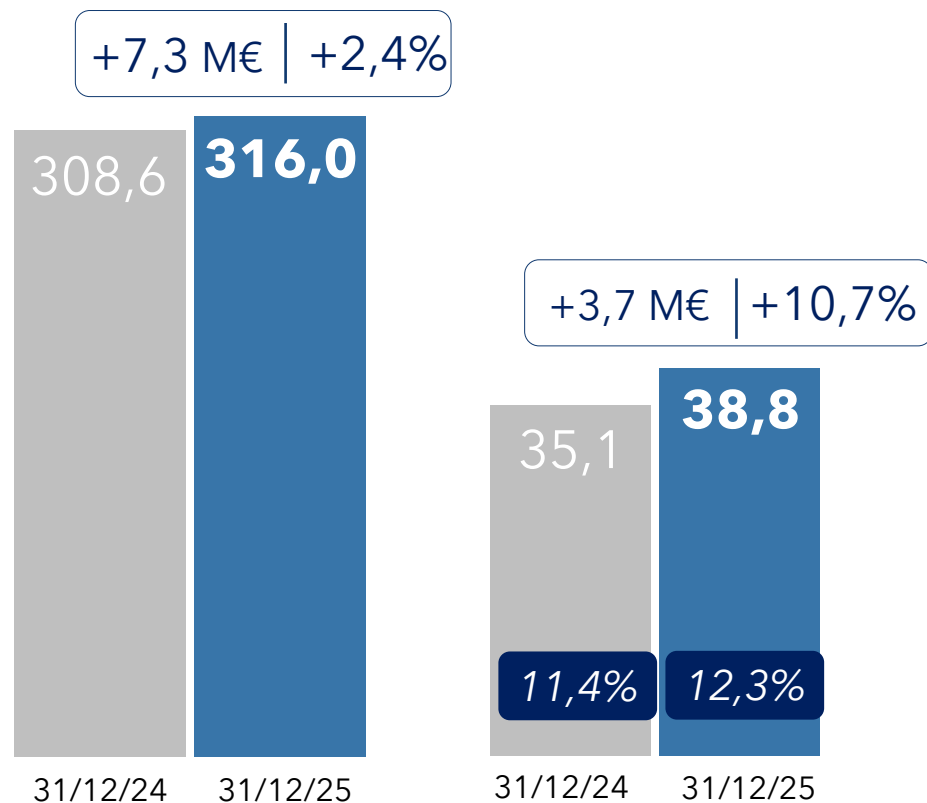
Scoring des critères de considération de la marque / comparés vs ses concurrents / accès aux Publishers pertinents



LE DIGITAL AU CŒUR DE LA DYNAMIQUE DU BTOB

Le **Digital** représente **85 % du CA BtoB** (+2 pts vs. 2024), tiré par le Social.

M€ — CA — EBITDA⁽¹⁾



• Marge d'EBITDA (% du CA)

Digital, forte création de valeur :

CA en croissance de +4,7%

Après trois ans d'investissements, le Social délivre un fort ROI :

- 14 % du CA Digital (+2 pts), 37 M€ de CA
- CA +25,6 %

Accélération au S2 : +3,7% vs. +0,9% au S1

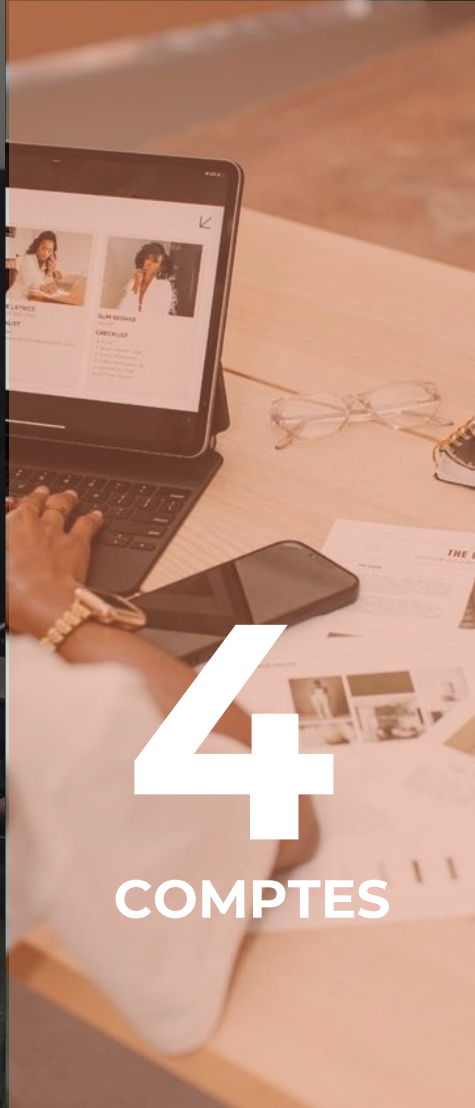
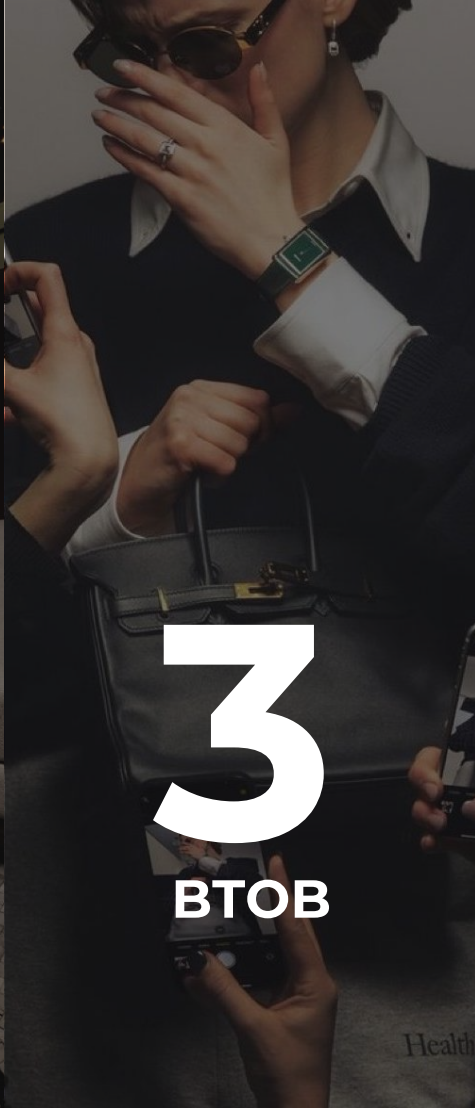
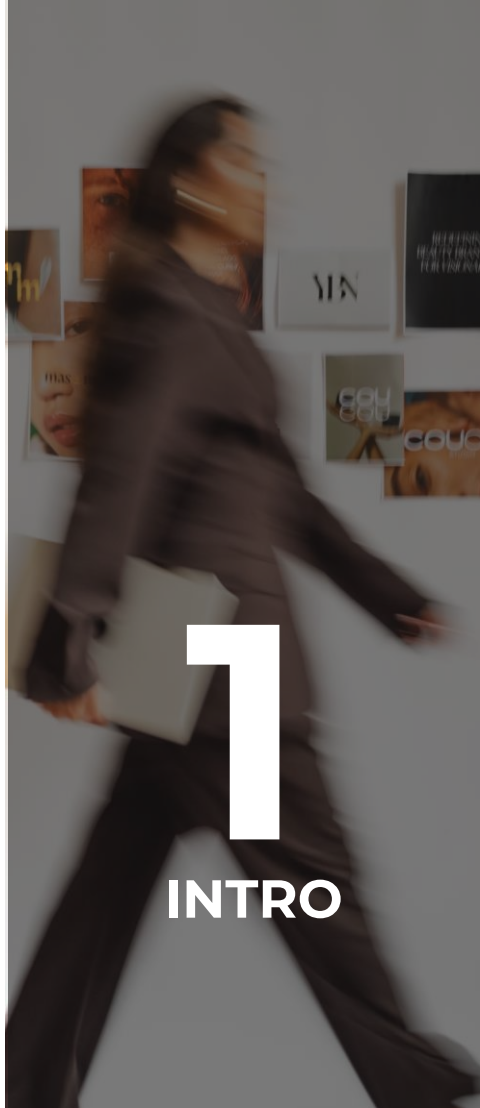
IA/GEO :

En 2025, le Groupe investit pour capter les opportunités de CA liées aux agents conversationnels.

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



SOMMAIRE



DES FONDAMENTAUX FINANCIERS ROBUSTES

En M€	31/12/2025	31/12/2024	Variation (M€)	Variation (%)
Chiffre d'affaires	529,3	534,7	(5,5)	-1,0%
Charges opérationnelles	(473,8)	(480,9)	7,1	-1,5%
EBITDA⁽¹⁾	55,4	53,8	1,6	+3,0%
Dotations aux amortissements	(7,0)	(7,1)	0,1	-1,2%
EBIT⁽¹⁾	48,4	46,7	1,7	+3,6%
Résultat financier	(9,5)	(8,8)	(0,8)	+8,8%
Résultat exceptionnel ⁽¹⁾	(15,5)	(9,0)	(6,4)	+71,3%
Impôt sur le résultat et autres	(3,5)	(3,8)	0,3	-8,4%
Résultat net de l'ensemble consolidé	19,9	25,1	(5,2)	-20,6%
Intérêts minoritaires	(3,1)	(1,8)	(1,2)	+66,1%
Résultat net part du Groupe	16,9	23,3	(6,4)	-27,5%
Trésorerie et équivalents	96,8	86,7	10,1	+11,7%
Dette financière	177,8	188,4	(10,6)	-5,6%
Dette financière nette	81,0	101,7	(20,7)	-20,4%
Dette nette / EBITDA (x)	1,5x	1,9x		

Note : Le résultat exceptionnel comprend une provision relative au bail de Bagneux (échéance 2030) dont les locaux sont peu occupés, le Groupe cherchant à s'en désengager depuis plusieurs années afin d'alléger significativement et durablement ses charges de loyers.

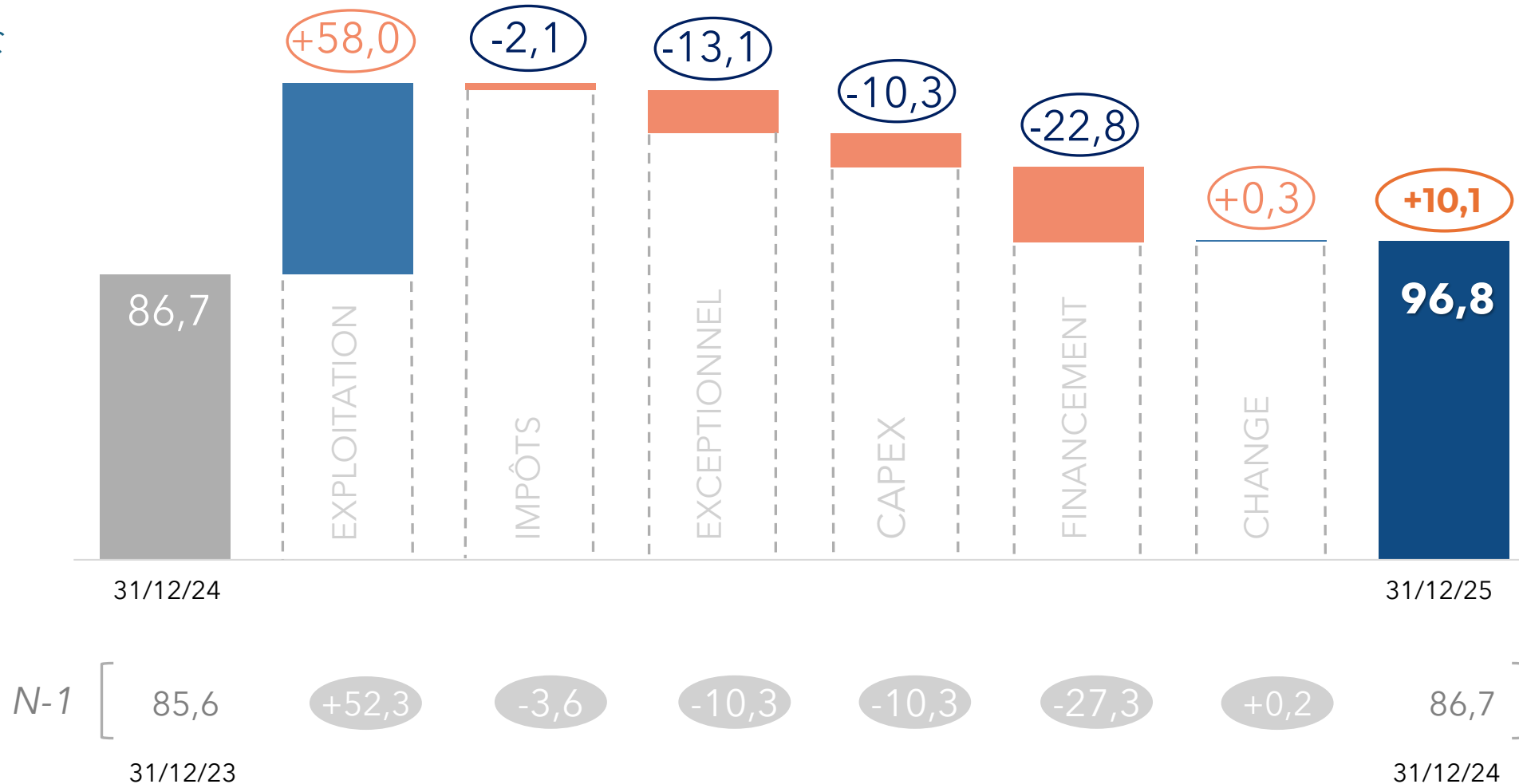
⁽¹⁾EBITDA et EBIT hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel. EBIT hors dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions.



AMÉLIORATION SENSIBLE DE LA TRÉSORERIE

Flux de trésorerie d'exploitation supérieur à l'EBITDA, à 58,0 M€ contre 55,4 M€.
Saisonnalité marquée : -18,8 M€ au 1er semestre, +28,9 M€ au 2ème semestre.

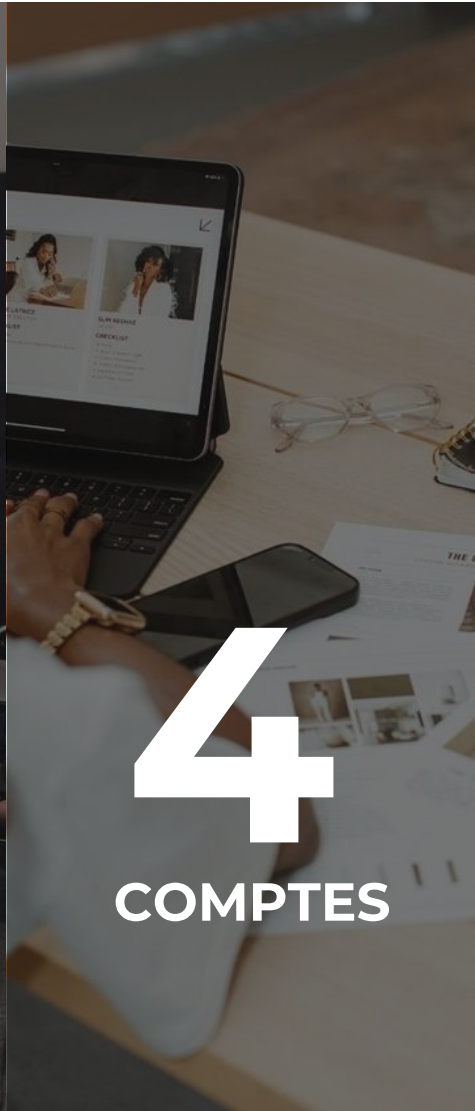
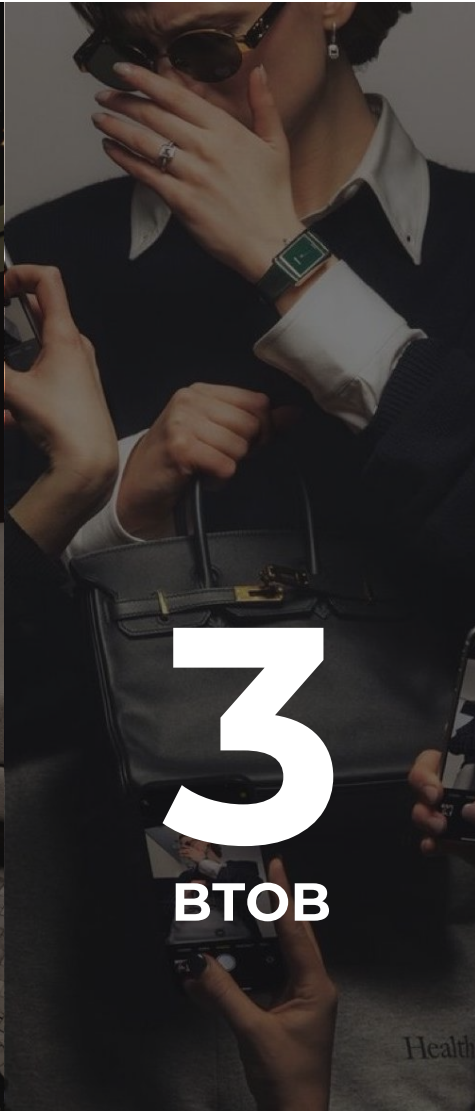
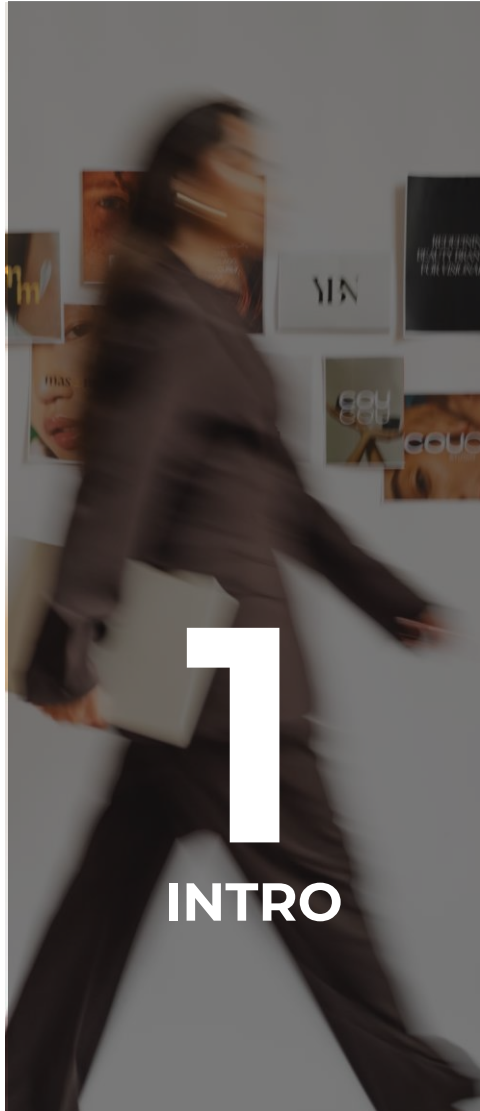
M€



Note : 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.



SOMMAIRE



ACCROÎTRE ENCORE NOTRE LEADERSHIP

Une stratégie déjà alignée sur les grandes mutations du marché.

UNE VISION CLAIRE - UN MODÈLE SOLIDE

- CONTENUS | MARQUES | TECH PROPRIÉTAIRES
- APPROCHE MULTI-THÉMATIQUES
- PLATEFORMES SOCIALES
TECHNOS et ACTIFS déjà RÉFÉRENTS
- IA | LLM : 1^{er} GROUPE FRANCE
- INTERNATIONAL | 11 PAYS

UNE INNOVATION SOUTENUE À LA FOIS TECH & MÉDIA

- LEADERSHIP SUR LES MOTEURS DE CROISSANCE > SOCIAL/IA
- TECHNOLOGIE PROPRIÉTAIRE
- UN MODÈLE DIGITAL, concentrant la croissance

PROFITABILITÉ RENFORCÉE • INNOVATION CONTINUE





2025 | TFT CONSOLIDÉ

En M€	31/12/2025	31/12/2024	Variation (M€)	Variation (%)
EBITDA ⁽¹⁾	55,4	53,8	1,6	+3%
Effet de trésorerie d'exploitation	2,6	(1,5)	4,1	-275%
Flux d'exploitation	58,0	52,3	5,7	+11%
IS	(2,1)	(3,6)	1,4	-41%
Effet de trésorerie exceptionnel	(13,1)	(10,3)	(2,8)	+27%
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	42,9	38,5	4,4	+11%
Flux de trésorerie des activités d'investissement	(10,3)	(10,3)	(0,1)	+1%
Flux de trésorerie disponible	32,5	28,2	4,3	+15%
Financement	(19,9)	(25,3)	5,4	-21%
Variations de périmètre	(2,8)	(2,0)	(0,8)	+40%
Flux de trésorerie des activités de financement	(22,8)	(27,3)	4,5	-17%
Variation de trésorerie active	9,8	0,9	8,9	+993%
Incidence des variations de taux de change	0,3	0,2	0,1	+74%
Trésorerie à l'ouverture	86,7	85,6		
Trésorerie à la clôture	96,8	86,7		

Note : 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.

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



CONTACTS

REORLD MEDIA

8 rue Barthélémy Danjou
92100 Boulogne Billancourt

 reworldmedia.com

 investisseurs@reworldmedia.com

Euroland Corporate - Listing Sponsor

Contact → Julia Bridger | jbridger@elcorp.com

Communication - contact

Reworld Media – Severine Templet | stemplet@reworldmedia.com

PCE - Ségolène de St Martin | sdestmartin@p-c-e.fr





80 MARQUES MÉDIAS
10 UNIVERS CULTURELS

