



VISION



Présentation



**REWORLD
MEDIA**

02 JUIN 2026



INFLUENCE



ADTECH





LE MODÈLE
QUI CAPTE LES
NOUVEAUX USAGES

UN GROUPE MEDIA ADTECH INTERNATIONAL

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

2^{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**

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€

Effet exceptionnel
sans impact sur la
performance
opérationnelle

-20,6%
vs 2024

3,8%
du CA

TRÉSORERIE⁽²⁾
96,8 M€

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

81,0 M€
Dette nette
1,5x l'EBITDA⁽¹⁾

58,0 M€
Flux d'exploitation

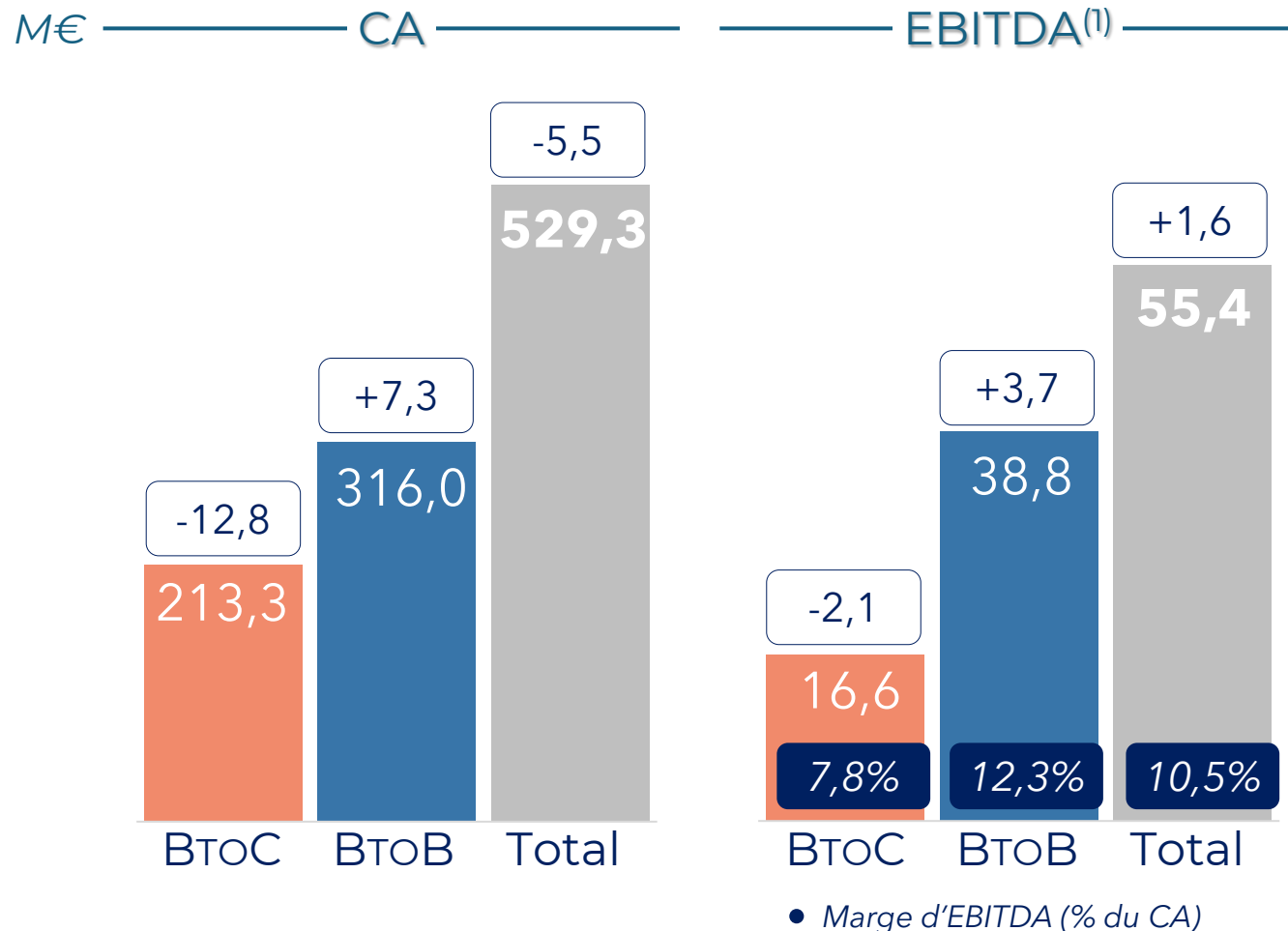
(1) EBITDA hors charges liées aux plans d'actions gratuites présentées en Résultat exceptionnel.

(2) 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 pts** vs. 2024 :

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



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

1^{ER} ÉDITEUR DE CONTENUS THÉMATIQUES EN 2025

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

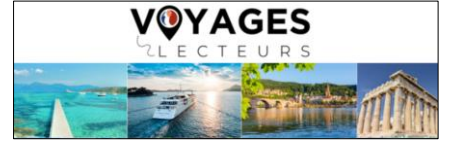
26 MOOKS
Lancés en 2025

24M
téléspectateurs potentiels

81,2M
d'ex vendus en 2025 ⁽¹⁾

5,78€HT
Panier moy / abo

+6,8%
VS 2024



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



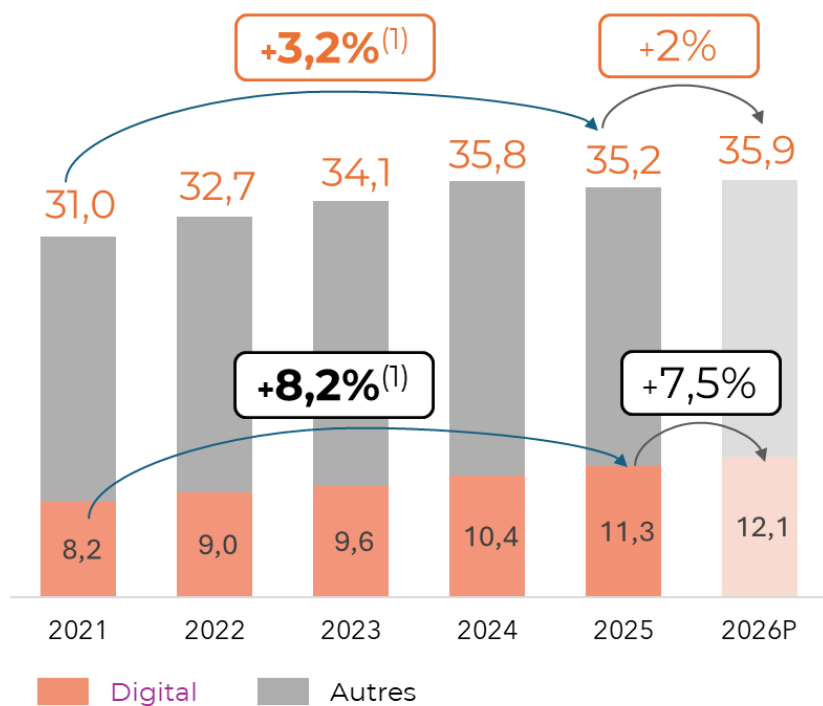
LES DYNAMIQUES
QUI TRANSFORMENT
LE MARCHÉ

UNE CROISSANCE TOUJOURS PLUS TIRÉE PAR LE DIGITAL

En 6 ans, le marché connaît **un glissement des investissements des médias historiques⁽¹⁾ vers le Digital, une tendance confirmée dès le T1**, portée par l'essor des **usages des plateformes sociales** et de **montée des agents conversationnels**.

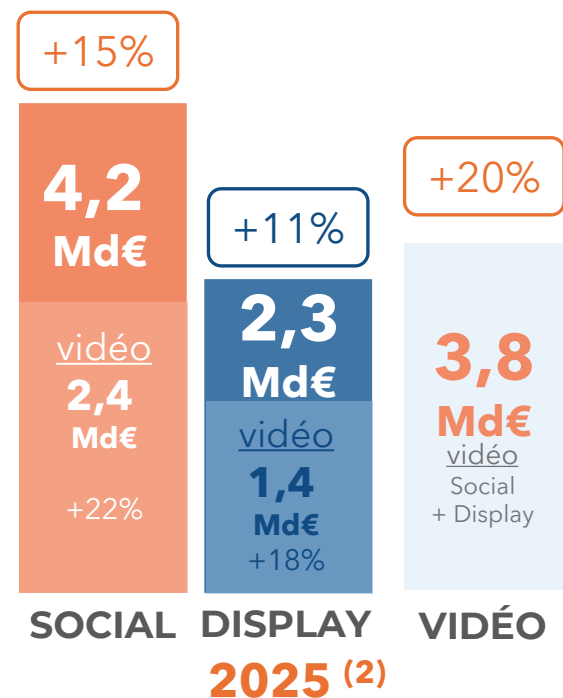
MARCHÉ DE LA COMMUNICATION FRANCE

en milliards d'euros



LE DIGITAL, LA DYNAMIQUE SE POURSUIT

Avec un **T1 à +8,1 %** confirmant la tendance annoncée



Près d'**1 annonceur sur 2** communique via le format vidéo

42%

INVESTISSEMENTS PUB
En euros

T1 2026⁽³⁾

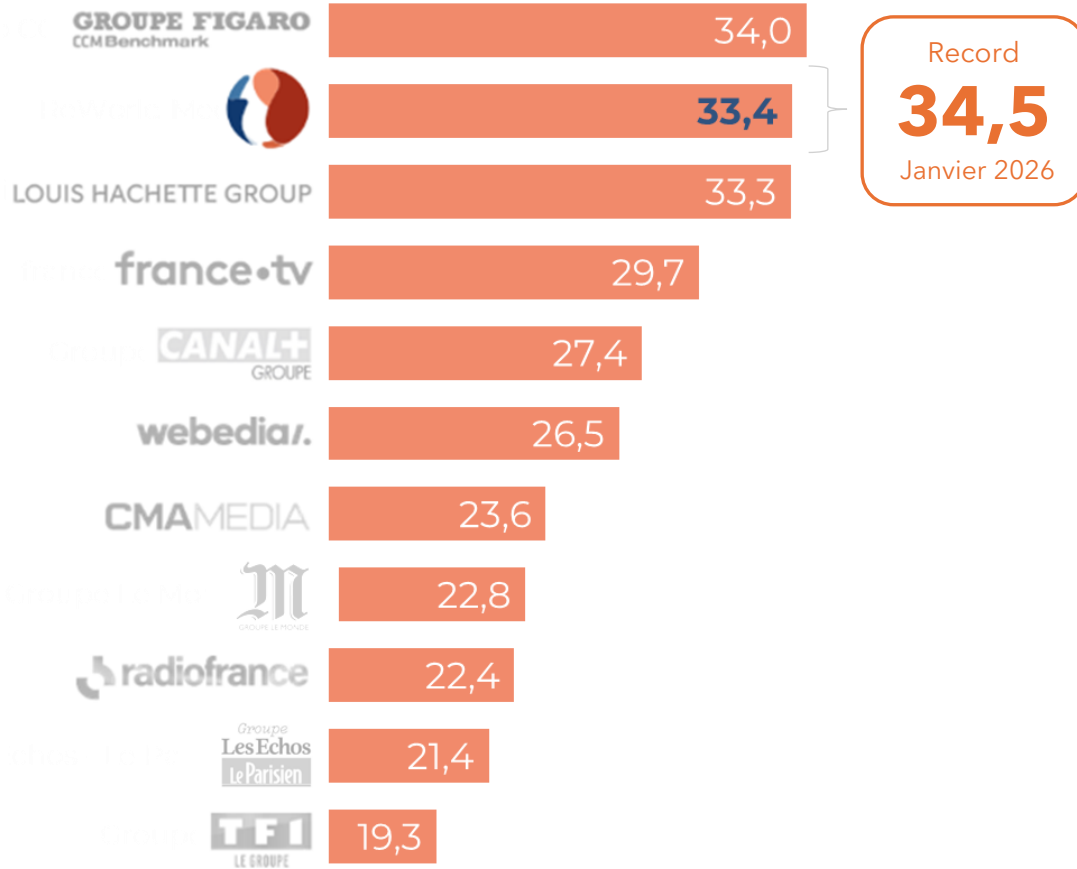


⁽¹⁾Le marché de la publicité et de la communication BUMP, 12 mars 2026 ⁽²⁾Bilan 2025, Observatoire de l'epub du SRI, 10 février 2026 ⁽³⁾BUMP 2026 T1

OPEN WEB | MEDIA & ADTECH PROPRIÉTAIRES

DES MARQUES MÉDIA FORTES ET RÉFÉRENTES

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



DES MARQUES RÉFÉRENTES SUR LE DIGITAL



Nombre de V.U. moyenne janv-mars 2026



(1) Médiamétrie - MNR, moyenne janvier-mars 2026.

IA | SOCIAL : LES AUDIENCES BASCULENT, LES MODÈLES ÉVOLUENT

Le basculement des usages vers les **plateformes sociales et conversationnelles** fait émerger de **nouveaux relais de croissance**.

IA | 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
G
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⁾

SOCIAL | UN MARCHÉ FRANÇAIS EN EXPANSION

Une audience communautaire
en **croissance constante**

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

77,2%

16 ans & + sur les plateformes⁽¹⁾

4,2Md

15-24 ANS⁽³⁾

3H30

surf / jour

64%

temps total de surf

LE MARCHÉ DE L'INFLUENCE CHANGE D'ÉCHELLE

587M

en 2025

vs **519M€** en 2024⁽⁴⁾

Un **marché quasiment doublé** en quatre ans





NOS MÉDIAS

LES INFLUENCEURS DE DEMAIN ?



REWORLD
MEDIA

GEO, UN NOUVEAU LEVIER DE CROISSANCE

À mesure que les usages migrent vers les environnements conversationnels, l'IA redéfinit les logiques de recommandation et impose le **GEO comme un nouveau standard de visibilité**.

1ER GROUPE LE PLUS CONSULTÉ PAR LES LLM EN FRANCE⁽¹⁾

AUTORITÉ IA (LLM)

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

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



16% des **sources** les **plus citées par les IA en France**



Plateforme GEO de Tradedoubler, emna.ai permet aux marques d'analyser, piloter et optimiser leur visibilité dans les réponses générées par les IA comme ChatGPT, Perplexity ou Gemini, en identifiant les prompts stratégiques, les sources citées et les opportunités de positionnement.

GEO : REWORLD MEDIA CONFIRME SON LEADERSHIP

Capitalisant sur l'**autorité de ses médias** et l'actualisation continue des contenus, Reworld Media déploie un **modèle GEO durable** permettant aux marques d'améliorer leur visibilité et leur recommandation dans les réponses générées par les LLM.

ET DES INDICATEURS QUI VALIDENT LA PERTINENCE DU MODÈLE

De janvier à février 2026, la marque dédiée à la beauté est passée d'une présence quasi-invisible dans les IA génératives à un acteur incontournable du Top 5 :

Visibilité IA

+55%

+ 10 points en 3 mois

Mentions

+83%

vs février

Rang concurrentiel

#4

Entrée dans Top 5 avril

⁽¹⁾Les 50 médias à cibler dans ChatGPT, étude sur 9,6 millions de requêtes sur Brand Radar, AHRef blogs, Février 2026



IA, AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU GROUPE

L'IA passe progressivement d'un **outil de productivité** à un **générateur de CA supplémentaire**

A
U
D
I
E
N
C
E

L'IA pour créer de nouveaux services

Mettre l'intelligence artificielle au service de **nouveaux modèles de revenus**

Reworld Media utilise l'IA pour développer de nouveaux services au sein de ses marques : guides, assistants, comparateurs, services BtoC et outils experts.

Ces solutions répondent à des besoins concrets de nos audiences tout en ouvrant **de nouvelles opportunités de monétisation**

Objectif → développer de nouvelles sources de revenus à forte marge

Exemple concret → un service de décoration d'intérieur 100 % IA destiné aux audiences Maison.

C
O
N
T
E
N
U
S

L'IA pour générer plus de revenus avec nos contenus

Le contenu comme data pour créer de nouveaux revenus

L'IA **démultiplie les opportunités de valorisation de nos contenus**, qu'il s'agisse de nouveaux revenus GEO ou de leur diffusion à l'international.

Objectif → accroître la valeur et la portée de nos contenus

Exemple concret → Un déploiement international de nos marques grâce à l'adaptation accélérée des contenus par l'IA

E
X
P
E
R
T
I
S
E
S

L'IA pour platformiser et commercialiser nos expertises

Transformer nos savoir-faire en plateformes et outils scalables

De la collecte de leads à l'activation d'influenceurs, l'IA permet dorénavant de créer des services autonomes accessibles en ligne à des clients avec un investissement minimal.

Objectif → mettre à disposition nos expertises sous la forme de plateformes auprès de clients de petites et moyennes tailles dans le monde entier

Exemple concret → lancement d'une plateforme automatisée de distribution des contenus sur les réseaux sociaux

DES GAINS DE
PRODUCTIVITÉ MAJEURS

+70%

DE CODE PRODUIT À
EFFECTIF CONSTANT
AU Q1 26

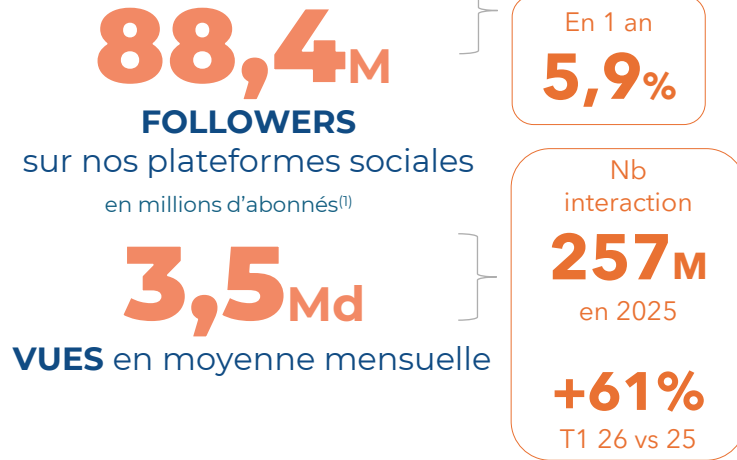
+35%

DE CONTENUS
PRODUIT AU Q1 26 À
EFFECTIF CONSTANT



SOCIAL | DES MÉDIAS ET DES TECH RÉFÉRENTS ET PUISSANTS

REORLD MEDIA : PUISSANCE & AFFINITÉ



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⁽²⁾

REORLD MEDIA, DES MARQUES PUISSANTES DE L'ÉCOSYSTÈME INFLUENCE



marmiton
1,43M
@totocuiatot
1,5M



Doctissimo
304K
@marinelorphelin_off
143K
@majormouvement
178K



FRAICHES
642K
@juliettekatz
540K



SCIENCE&VIE
240K
@poissonfecond
257K

DES PARTENARIATS STRUCTURANTS

foll-ow

Agence de talents spécialisée dans les univers du luxe, de la mode et du lifestyle, **Foll-ow devient le manager de Grazia fin de le traiter comme l'un de ses gros influenceurs.** Cela permet également d'imaginer de **nouveaux formats éditoriaux incluant leurs talents référents** comme Paola Locatelli, Carla Ginola ou Sullivan Gwed.



⁽¹⁾ Données éditeurs en nombre d'abonnés- déc 25 non dédoublés aux plateformes FB, Insta, X, Pinterest, TikTok, YT, Snapchat et Twitch ⁽²⁾ Données internes cumulées depuis 2017

LES FORMATS LONGS AU CŒUR DES NOUVEAUX USAGES VIDÉO

Les audiences migrent vers les plateformes digitales, **les formats longs YouTube s'imposent comme un nouveau standard d'attention, de consommation et de monétisation vidéo.**

UNE TRANSFORMATION DÉJÀ MESURABLE

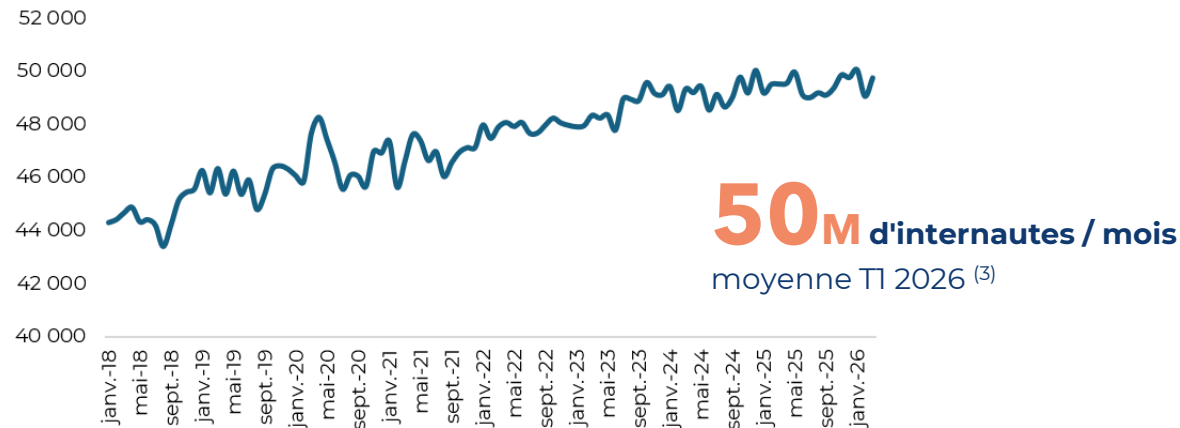
La montée en puissance des usages CTV confirme le transfert progressif des audiences vidéo de la TV linéaire vers les plateformes digitales.

53% des vues YouTube sont désormais consommées sur écran TV ⁽¹⁾

1 Français sur **2** utilise YouTube chaque semaine ⁽²⁾

UNE MONTÉE EN PUISSANCE CONTINUE

Audience YouTube en France (en 000 de VU) ⁽³⁾



YOU TUBE : LE NOUVEAU PRIME TIME DIGITAL

Reworld Media capitalise sur l'essor des formats longs et construit des IP vidéo adaptées aux usages conversationnels et TV connectée.:

550_M
VUES
en 2025

+30_{IP}
PROPRIETAIRES
en 2025

+10
ANNONCEURS
en février

PROPULSE
BY REWORLD MEDIA

Une **orchestration éditoriale et publicitaire** permettant de **toucher des audiences différenciées** (H/F, -25 ans, +45 ans, +65 ans) au sein d'un même écosystème



Disparus | Olivier DELACROIX

50 - 150K vues YT
+1M tous réseaux



Dans l'ombre | Jérôme PIERRAT

1,5M vues mensuelles YT
10M sur tous réseaux



Rentre dans le cercle | FIANSO

2,5M vues mensuelles YT ⁽⁴⁾
+9M sur tous réseaux

⁽¹⁾ Source YouTube/Google ⁽²⁾ ARCOM, 2026 ⁽³⁾ MNR ⁽⁴⁾ VUES sur les 2 premiers épisodes

FRAICHES

aufeminin


GRAZIA

meity.

Doctissimo

Suivez nos actualités

 Page LinkedIn

 Chaîne WhatsApp



PSYCHOLOGIES

Maison&Travaux

Auto Plus

LES NUMERIQUES[★]

SCIENCE & VIE

Beauté
test

 marmiton