

Résultats annuels 2020

EBITDA consolidé de 41,4 M€, en hausse de 40%

Free cash flow de 20,9 M€, en hausse de 26 M€

Fortes ambitions dans la vente de contenus et de services par abonnement

Développement actif sur le marché de l'Adtech

M€	2020	2019	Var.	2019 PF ⁽¹⁾	Var.
Chiffre d'affaires	424,7	294,4	+44%	462,2	-8%
EBITDA	41,4	29,6	+40%	40,4	+2%
EBIT	37,4	25,5	+47%		
Résultat net ⁽²⁾	9,1	(10,4)	+19,5		
Trésorerie brute	104,1	54,0	+50,1		
Dette nette	24,3	42,0	(17,7)		

Reworld Media (ALREW) annonce de **solides performances sur l'exercice 2020** avec un **EBITDA consolidé de 41,4 M€ en hausse de 40%** et en progression sur une base de comparaison pro-forma. **En forte croissance, le Groupe a intégré avec succès les actifs de Mondadori France et fait preuve de résilience face aux perturbations liées à la pandémie du Covid19.** Reworld Media profite de l'accélération des tendances engendrée par la crise pour mener de nombreux développements opérationnels venant renforcer le positionnement de ses deux pôles d'activité BtoC et BtoB. **Résolument ancré dans la disruption digitale, le Groupe poursuit un développement actif et se donne de nouvelles ambitions : devenir un acteur majeur de la vente par abonnement et apporter des solutions technologiques aux entreprises.**

Croissance de 44% de l'activité consolidée du Groupe

Bonne tendance au 2^{ème} semestre 2020

Reworld Media publie un **chiffre d'affaires annuel consolidé de 424,7 M€** au 31 décembre 2020, **en croissance de 44%** par rapport à l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires du Groupe est réalisé à hauteur de 60% par les activités BtoC (contenus, produits et services vendus auprès des consommateurs des 48 marques médias propriétaires du groupe) et à 40% par les activités BtoB (solutions de communication et d'Adtech, comprenant *brand marketing* et *performance marketing*). L'international représente 24% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

Sur une base de comparaison 2019 pro-forma, le chiffre d'affaires de Reworld Media affiche un recul limité à -8%, dont -3,5% au 2^{ème} semestre après un 1^{er} semestre en recul de -12,8%, impacté par le choc économique lié à la crise sanitaire du Covid-19.

- Le chiffre d'affaires du **pôle d'activité BtoC** affiche un recul limité à -9% sur l'exercice (CA du S2 : -7%, CA du S1 : -11%), bénéficiant de la résilience des abonnements (9,7 millions d'euros de MRR³) et des

1 Avec présentation en année pleine des actifs ex-Mondadori France

2 Résultat net des sociétés intégrées

3 Monthly Recurring Revenue : revenu mensuel récurrent

développements (TV SVOD thématiques, paywalls, etc.). Les ventes à l'acte sont pour leur part en forte baisse sur l'ensemble de l'exercice, dans la tendance du marché qui a subi de surcroit les perturbations liées au système de distribution de la presse et à la crise sanitaire.

- **Le pôle d'activité BtoB** génère de la croissance au 2^{ème} semestre (+1,4%), sous l'effet de fortes hausses dans l'affiliation, la publicité programmatique et d'une tendance positive dans l'évènementiel. Cette croissance permet de compenser partiellement le recul de -15% enregistré au semestre précédent dans un contexte de choc économique. Le chiffre d'affaires BtoB recule au global de -7% sur l'ensemble de l'exercice, tandis que le marché français de la communication est en baisse de -22% sur l'année⁴, subissant un impact inédit de la crise sanitaire.

Hausse de l'EBITDA, en consolidé et en pro-forma

Reworld Media génère un EBITDA consolidé de 41,4 M€ au 31 décembre 2020, **en hausse de 40%** par rapport à l'EBITDA consolidé 2019. Sur la base de comparaison pro-forma 2019, l'EBITDA du Groupe progresse de +2%, et l'EBITDA du pôle BtoC est multiplié par 2.

L'EBIT consolidé du Groupe augmente de 47%, atteignant 37,4 M€ au 31 décembre 2020.

Reworld Media enregistre une perte exceptionnelle de 25,9 M€ correspondant principalement aux coûts de restructuration du réseau de distribution de la presse en France et de fermeture de l'hebdomadaire Grazia.

Le **résultat net** des sociétés intégrées du Groupe ressort **positif à 9,1 M€** au 31 décembre 2020, comparativement à une perte de 10,4 M€ au 31 décembre 2019.

Bilan solide - Génération de trésorerie significative

Reworld Media dispose d'un bilan très sain au 31 décembre 2020 avec des **fonds propres en hausse à 102,1 M€ et une trésorerie brute qui atteint 104,1 M€**.

Reworld Media génère une trésorerie d'activité de 27,8 M€, en croissance de +29,0 M€ vs 2019, et une trésorerie disponible de 20,9 M€, en croissance de +26 M€ vs 2019.

La dette nette du Groupe s'établit à 24,3 M€, soit un endettement net **en forte baisse**, égal à **0,6 fois l'EBITDA**.

Gautier Normand, Directeur général, indique : « Reworld Media montre sur l'exercice 2020 toute sa robustesse, sa rigueur et sa détermination. Nos collaborateurs sont restés mobilisés, impliqués et agiles. Ils ont réalisé un grand nombre de développements, profitant pleinement de l'effervescence générale du digital. Nos lecteurs, consommateurs ont eu accès à nombre de nouvelles offres de contenus, produits et services, et ont également vu naître 4 nouvelles marques médias en magazine, 8 chaînes de TV SVOD ainsi qu'une offre digitale payante. Le pôle BtoB a renoué avec une forte croissance dans la performance et se renforce dans l'évènementiel, levier prisé des entreprises, où des projets sont en cours d'élaboration avec Hopscotch Groupe dont nous possédons désormais une part significative du capital. Au-delà du contexte économique général, les indicateurs d'activité du Groupe sont excellents, Reworld Media s'inscrit au cœur de la disruption digitale portée par la technologie avec des opportunités de croissance créatrices de valeur. »

⁴ France Pub - Investissements nets globaux de communication des annonceurs

De solides ambitions affichées

- > Devenir un acteur majeur de la vente par abonnement**
 - > Couvrir 100% des leviers du marché des Ad-Technologies**
-

• De puissants actifs pour croître dans la vente par abonnement et à l'acte

Le pôle BtoC de Reworld Media fédère **un bassin d'audiences captives de plus de 30 millions de consommateurs français⁵ via une offre de contenus, de produits et de services** diffusée par ses 48 marques médias propriétaires. Multi-supports et multiformats (print, sites, vidéos, podcasts, SVOD, événements, etc.), ces marques **accompagnent les consommateurs dans leurs différents univers de vie avec une offre de qualité qui répond à leurs centres d'intérêts**. En 2021, Reworld Media accélère dans la diversification de ses offres avec des propositions de produits et services, et consolide sa production de contenus. Le Groupe donne priorité au modèle à l'abonnement dans l'objectif de faire croître le MRR et son portefeuille de 2,3 millions d'abonnés payants à ses contenus.

• Des technologies et expertises en Branding & Performance calibrées aux besoins des entreprises

Le pôle BtoB réunit de fortes expertises technologiques en **Brand marketing** (régie, agence de production/stratégie RS, événements propriétaires, etc.) et **Performance marketing** (plateforme d'affiliation, réseau international de collecte de leads, réseau de distribution de podcasts). Ce pôle **accompagne la digitalisation du marché de la communication des entreprises** par de l'innovation, de nouvelles offres et solutions en capitalisant sur sa forte expertise technologique et digitale.

Pascal Chevalier, Président, indique : « Reworld Media réunit de formidables actifs. Dans le BtoC, nos audiences et la qualité de nos marques médias nous permettent d'aller bien plus loin, de répondre aux centres d'intérêt des personnes avec des offres adaptées. Il y a une tendance lourde de digitalisation des modes de consommation dans laquelle nous nous inscrivons largement, et en y développant l'abonnement. Dans le BtoB, travailler à la fois sur le branding et la performance au travers de nos solutions technologiques se démontre de plus en plus stratégique, nous le faisons depuis plusieurs années avec succès et devons accélérer. Notre Groupe a une profonde culture entrepreneuriale, il est innovant, profite de marchés durablement porteurs qui lui permettent de s'octroyer de grandes ambitions. »

Reworld Media inscrit sa croissance sur deux marchés larges et à fort potentiels, portés par la technologie. Digital par son ADN, et déjà fortement positionné dans ces mutations BtoC/BtoB, le Groupe à l'ambition de devenir un acteur majeur de la vente par abonnement et de couvrir 100% du marché de l'AdTech.

Le rapport financier annuel de Reworld Media est disponible sur le site www.reworldmedia.com.

Pour rejoindre notre Club Actionnaires et bénéficier de ses avantages c'est ici !

A propos de Reworld Media : Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés :

- Le marché BtoC via le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 30 millions de consommateurs qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs modes de consommation.
- Le marché BtoB par la couverture de tous les leviers de la communication des entreprises afin de les accompagner dans la digitalisation de leur communication, et notamment en *brand marketing* et *performance marketing*.

Le Groupe a en particulier à son actif 48 marques médias multisupports / multiformats (web, print, vidéo, audio, TV, événements) de qualité, génératrices d'audiences dans un large nombre d'univers de consommation (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine, etc.) et, il intègre sa propre plateforme technologique à la performance (180 000 sites affiliés dans le monde). Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 425 M€, est présent dans 11 pays, compte 951 collaborateurs et est classé à la 4^{ème} place du FW500 2020 (classement des entreprises de la Tech française).

Euronext Growth Paris - ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - www.reworldmedia.com

Contacts - investisseurs@reworldmedia.com / Ségolène de St Martin, 33-(0)6 16 40 90 73, sdestmartin@p-c-e.fr

