

1^{er} trimestre clos le 31 mars 2025

Chiffre d'affaires consolidé de 122,5 M€ au 1^{er} trimestre 2025
Performance maîtrisée dans un environnement de marché attentiste
Diversification des offres renforcée, croissance soutenue sur les réseaux sociaux

En M€	T1 2025	T1 2024	Variation (M€)	Variation (%)
BtoB	70,7	74,3	(3,6)	-4,8%
BtoC	51,8	54,9	(3,1)	-5,6%
Total	122,5	129,2	(6,7)	-5,2%

Reworld Media (ALREW), 1^{er} éditeur de médias thématiques en France et leader de l'*adtech* en Europe, annonce un **chiffre d'affaires consolidé de 122,5 M€** au 1^{er} trimestre 2025, en recul de **-5,2%** par rapport au 1^{er} trimestre 2024. Dans un **environnement publicitaire peu dynamique**, marqué par une faible croissance économique et des incertitudes géopolitiques persistantes, Reworld Media affiche une **performance solide**, portée par la **puissance de ses audiences**, la **diversité de ses formats** et la **dynamique de ses leviers digitaux**, en particulier sur les **réseaux sociaux** et à la **performance**. Le Groupe réalise **37% de son activité à l'international**, reflétant son ancrage européen croissant.

Le **pôle BtoB** réalise un chiffre d'affaires de **70,7 M€**, en recul de **-4,8%**, principalement sous l'effet du repli des **offres premium**, tandis que les **réseaux sociaux** poursuivent leur forte dynamique, avec une **croissance à deux chiffres**. Le **pôle BtoC**, pour sa part, réalise un chiffre d'affaires de **51,8 M€**, en baisse contenue de **-5,6%**, dans un contexte de consommation toujours contraint, avec une **bonne tenue de l'abonnement** et des **initiatives éditoriales** soutenues.

Avec un **portefeuille de plus de 80 marques propriétaires** et des offres couvrant **l'ensemble du cycle de communication**, Reworld Media maintient son **cap stratégique**, et poursuit avec confiance un **déploiement ciblé** sur les **contenus**, les **formats** et les **leviers** de monétisation **les plus porteurs**, en France comme à l'international.

Pôle BtoB : décroissance contenue, dynamique confirmée sur les réseaux sociaux

Le **chiffre d'affaires** du pôle BtoB s'élève à **70,7 M€** au 1^{er} trimestre 2025, en recul de **-4,8%** (-3,6 M€) par rapport au 1^{er} trimestre 2024.

Sur le trimestre, près de 20% de la baisse du chiffre d'affaires (-0,7 M€) est liée à l'**arrêt** ou la **cession** d'activités digitales non stratégiques (Try & Review, Singapour, nov-2024). En parallèle, la **rationalisation des échanges marchandises** représente 47% de la baisse (-1,7 M€), sans impact sur la marge du pôle. Retraité de ces deux éléments, le chiffre d'affaires du pôle BtoB afficherait une baisse limitée à **-1,7%** (-1,2 M€) **à périmètre comparable**.

Les **activités digitales**, qui représentent **près de 90%** des revenus du pôle, enregistrent une **stabilisation des offres à la performance**, plus résilientes, et un **repli mesuré** des **offres premium**. Dans ce contexte, les **réseaux sociaux** confirment leur rôle de **relai stratégique de croissance** : qu'il s'agisse d'*influence marketing* (performance) ou de campagnes média (premium), ils constituent le **levier le plus dynamique** du trimestre, avec des **taux de croissance toujours supérieurs à 20%**.

Le Groupe continue de bénéficier d'une **forte audience digitale**, avec **32,8 millions de visiteurs uniques¹** mensuels au 1^{er} trimestre 2025 (+4,2% sur un an) et **plus de 80 millions de followers²** sur les réseaux sociaux. Cette croissance

¹ Médiamétrie Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne du 1^{er} trimestre 2025.

² Nombre d'abonnés total non déduits aux plateformes Meta, Instagram, X, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch.

est portée par une **production soutenue de contenus natifs** et une diversification des formats. Reworld Media se positionne comme le **3^e groupe média sur le web** et le **1^{er} sur les réseaux sociaux** en France.

La **puissance de ces audiences**, combinée à un **portefeuille d'offres diversifiées**, couvrant un large spectre du marché de la communication, **alimente le potentiel de développement du pôle BtoB**.

Le trimestre a été marqué par plusieurs **initiatives** venant enrichir l'offre BtoB : le lancement de **LA DALLE !**, agence conseil spécialisée dans le secteur de l'alimentation, qui renforce l'offre verticale « Food », la création de l'événement culturel « **Classiquicime** » à Megève, porté par la marque **Diapason**, en partenariat avec **Hopscotch Groupe**, illustrant le savoir-faire du Groupe en matière d'activation événementielle, la création sur **Aufeminin.com** d'une nouvelle rubrique automobile dédiée aux conductrices, proposant aux annonceurs un environnement éditorial inédit.

Pôle BtoC : amélioration de la tendance, maintien de la stratégie de prix et d'innovation

Le chiffre d'affaires du pôle **BtoC** s'établit à **51,8 M€** au 1^{er} trimestre 2025, en recul de **-5,6%** (-3,1 M€) par rapport au 1^{er} trimestre 2024.

Dans un **contexte de consommation toujours tendu** malgré le ralentissement de l'inflation, les **ventes à l'acte** (54% du chiffre d'affaires BtoC) affichent une baisse de -7,5%, en ligne avec les tendances observées sur le marché. Les **offres d'abonnement** (46% du chiffre d'affaires BtoC) font quant à elles preuve de résilience, avec une baisse limitée de -3,3%, soutenue par les actions de fidélisation engagées en 2024. En France, le Groupe compte **1,5 million d'abonnements payants**, dont 20% issus d'offres diversifiées (TV, services). Le **panier moyen par abonnement** progresse de **+4,1%**, atteignant 5,59 €.

1^{er} éditeur de contenus grand public en France, le Groupe poursuit une stratégie combinant **ajustements tarifaires ciblés** et **diversification des revenus**, visant à compenser partiellement la baisse des volumes tout en préservant sa compétitivité et sa rentabilité. Le développement s'étend également à l'**international**, porté par le rayonnement croissant de ses marques Grazia et ICON.

Plusieurs **initiatives** éditoriales ont marqué le trimestre. Parmi celles-ci figurent les lancements de nouvelles éditions internationales du magazine **ICON** aux **États-Unis** et en **Serbie**, l'arrivée en kiosque de la nouvelle formule semestrielle de **Grazia**, la refonte de **Science & Vie Découvertes** avec des contenus ludiques adaptés aux 7-10 ans, le retour de l'émission emblématique « V6 » sur **Auto Plus TV**, ainsi que le lancement de nouveaux podcasts tels que « La Boîte à rêves » par **Psychologies** et « L'Update » par **Les Numériques**. Ces initiatives s'inscrivent dans la stratégie du Groupe, qui **capitalise sur la force de ses marques** pour proposer des contenus et services en adéquation avec les attentes de ses audiences.

Ce communiqué présente un chiffre d'affaires consolidé, non audité, établi conformément au règlement relatif aux comptes consolidés en vigueur en France.

Pour rejoindre le Club Actionnaires de Reworld Media et bénéficier de ses avantages c'est [ici](#) !

A propos de Reworld Media : Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

- Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.
- Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le Groupe a à son actif plus de 80 marques médias multi-suppôts / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de *Partner marketing* avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 534,7 M€ en 2024, est présent dans 11 pays et compte 1 356 collaborateurs.

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

