Résultats annuels – exercice clos le 31/12/2024

# Résultats solides dans un environnement de marché moins porteur au S2

## Chiffre d'affaires de 534,7 M€ (-2,7%) | Marge d'EBITDA de 10,1%

## Résultat net ajusté en hausse de +38,8% | 28,2 M€ de flux de trésorerie disponible

| *En M€* | **31/12/2024** | 31/12/2023 | Var. (M€) | Var. (%) |
|---|---|---|---|---|
| Chiffre d'affaires BtoC | 226,1 | 243,1 | (17,0) | -7,0% |
| Chiffre d'affaires BtoB | 308,6 | 306,2 | 2,4 | +0,8% |
| **Chiffre d'affaires** | **534,7** | **549,3** | **(14,6)** | **-2,7%** |
| EBITDA BtoC | 18,7 | 19,8 | (1,1) | -5,7% |
| *Marge d'EBITDA BtoC (%)* | *8,3%* | *8,2%* | *+0,1 pt* | |
| EBITDA BtoB | 35,1 | 39,5 | (4,4) | -11,1% |
| *Marge d'EBITDA BtoB (%)* | *11,4%* | *12,9%* | *-1,5 pts* | |
| **EBITDA[1]** | **53,8** | **59,3** | **(5,5)** | **-9,3%** |
| *Marge d'EBITDA (%)* | *10,1%* | *10,8%* | *-0,7 pt* | |
| **EBIT[1]** | **46,7** | **50,8** | **(4,1)** | **-8,1%** |
| **Résultat net ajusté[2]** | **27,2** | **19,6** | **7,6** | **+38,8%** |
| **Résultat net consolidé** | **25,1** | **26,9** | **(1,8)** | **-6,8%** |
| **Résultat net part du groupe** | **23,3** | **24,2** | **(0,9)** | **-3,7%** |
| *Marge de résultat net part du groupe (%)* | *4,4%* | *4,4%* | *-* | |
| | | | | |
| Trésorerie et équivalents[3] | 86,7 | 85,6 | 1,1 | +1,3% |
| Dette financière | 188,4 | 205,8 | (17,5) | -8,5% |
| **Dette financière nette** | **101,7** | **120,3** | **(18,6)** | **-15,4%** |
| ***Dette nette / EBITDA[1] (x)*** | ***1,9x*** | ***2,0x*** | | |

**Reworld Media (ALREW)** annonce ses résultats pour **l'exercice clos au 31 décembre 2024**. Le Groupe enregistre un **chiffre d'affaires** consolidé de **534,7 M€,** en léger recul de **-2,7%** par rapport à 2023, et un **EBITDA[1] de 53,8 M€,** en baisse de **-9,3%**, soit une **marge d'EBITDA de 10,1%**.

Le **pôle BtoC** affiche une **bonne résistance** avec une **rentabilité préservée**, il consolide une **marge d'EBITDA** à **8,3%** malgré la baisse de son chiffre d'affaires (-7,0%). Le **pôle BtoB**, en croissance de +0,8%, a su faire face au ralentissement du marché français de la communication au 2ème semestre et maintient une **marge d'EBITDA solide** de **11,4%**. Le **résultat net ajusté[2]** s'établit à **27,2 M€**, **en hausse** de **+38,8%**, tiré par l'amélioration des résultats financier et exceptionnel.

[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.
[2] Résultat net consolidé hors charges liées aux dépréciations d'actions propres, hors dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions et hors impôts différés.
[3] Trésorerie et équivalents hors actions propres.

Le Groupe **démontre sa résilience** et poursuit son développement, avec une **accélération à l'international**, désormais à l'origine de près de **35% de son chiffre d'affaires**, un enrichissement continu de ses **offres éditoriales et commerciales**, et une **dynamique forte** sur les **leviers stratégiques** des **réseaux sociaux** et à la **performance**.

Reworld Media pilote ses activités avec **agilité** et **ambition**, s'appuyant sur un **modèle hybride BtoC/BtoB duplicable à l'international**, des **marques média** et des **technologies propriétaires**, et une expertise reconnue sur ses marchés. Positionné au cœur de la **digitalisation des usages** et sur un **marché de la communication digitale en croissance**, le Groupe dispose d'une offre complète, intégrée et à fort potentiel.

Dans un environnement où la visibilité reste limitée, Reworld Media aborde 2025 avec confiance dans la **solidité de son modèle**, sa **capacité d'exécution**, et une **situation financière saine** lui permettant de poursuivre ses développements, tant en **organique** qu'en **croissance externe**.

## Chiffre d'affaires en léger retrait, dans un contexte de ralentissement de marché au 2nd semestre

Reworld Media enregistre en 2024 un chiffre d'affaires consolidé de **534,7 M€**, en léger repli de -2,7% par rapport à 2023. Après un 1er semestre stable (-0,9%), la baisse du chiffre d'affaires est plus marquée au 2nd semestre (-4,4%), pénalisé par un ralentissement du marché, particulièrement accentué au 4e trimestre qui représente habituellement le plus haut niveau d'activité BtoB de l'exercice.

*Pôle BtoC – Augmentations ciblées de prix et diversification face à la baisse des volumes*

Avec **226,1 M€** de chiffre d'affaires (42% du total), le **pôle BtoC** recule de -7,0% (-17,0 M€) sur un an. Dans un environnement de consommation toujours tendu, la baisse des volumes est partiellement compensée par des **hausses de prix ciblées**, en phase avec l'inflation (+1,8%) et la concurrence.

Le Groupe compte **1,5 million d'abonnements payants**, dont 20% issus d'offres diversifiées (paywall, TV, services), avec un **panier moyen en augmentation de +1,4%** à **5,41€ HT**. Les revenus issus de l'abonnement (44% du CA BtoC) reculent de -8,6% tandis que les ventes à l'acte (56% du CA BtoC) enregistrent une baisse plus contenue de -5,8%.

**1er éditeur de contenus thématiques grand public** en France, Reworld Media touche **37 millions de lecteurs[4] mensuels** à travers plus de **80 marques média**, déclinées sur tous les canaux (magazines, web, réseaux sociaux, TV, événements, services). Le Groupe poursuit une stratégie de **diversification**, levier d'audience et de fidélisation, avec de nombreuses initiatives portées par ses marques emblématiques.

Parmi elles, Marmiton, média cuisine préféré des Français (20 millions de visiteurs uniques mensuels[5]), a enrichi son écosystème avec le **lancement de Marmiton TV**, le jeu « TTMC – bonne bouffe », l'**événement** au centre Beaugrenelle Paris « Les jours les plus food », un **hors-série coédité avec France Alzheimer**, ou encore **des livres** comme "Pâtisserie Maison" réalisé avec le chef François Perret. L'année a également été marquée par l'entrée de **5 chaînes TV** du Groupe dans le **bouquet SFR**, ouvrant un bassin d'audience potentiel de **24 millions de foyers**. A l'international, le Groupe a investi dans le développement de **Grazia** et **ICON**, notamment via sa filiale **Reworld Media USA**.

*Pôle BtoB – Croissance malgré un marché moins porteur, tirée par le digital à la performance*

Le pôle BtoB génère un chiffre d'affaires de **308,6 M€**, en **croissance de +0,8%** (+2,4 M€) sur l'année, malgré un net **ralentissement du marché** de la communication au 2nd semestre, accentué au 4e trimestre. Si le marché global affiche une progression en 2024 (+5%[6]), porté par la **dynamique des segments événementiel** (+17,6%[6]) et **digital** (+9,0%[6]), les grands rendez-vous sportifs (JO, Euro) ont peu profité aux médias thématiques, dans un contexte de recentrage des investissements vers la communication *corporate*.

Les **offres digitales** du Groupe, qui représentent plus de 80% des revenus du pôle BtoB, restent le principal **moteur de la croissance**, et en particulier les **offres à la performance**, plus **résilientes** dans un environnement contraint. A l'inverse, les offres premium ont été davantage affectées par le contexte de ralentissement du 2nd semestre. Ce mix d'offres, combinant **puissance média** et **technologies propriétaires**, permet au Groupe de couvrir l'ensemble du parcours client et de **s'adapter aux cycles de marché**, tout en sécurisant sa trajectoire de croissance.

[4] Classement OneNext 2024S1, ACPM.
[5] Médiamétrie – Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – Base 2 ans et + - visiteurs uniques mensuels – janvier 2025.
[6] Le marché de la publicité et de la communication 2024 et prévisions 2025, BUMP.

Reworld Media maintient un **haut niveau d'audience digitale**, avec **33,1 millions de visiteurs uniques mensuels**[5], confirmant sa place de **3ème groupe média** sur le web en France, et **83,5 millions d'abonnés** sur les réseaux sociaux (+4%) grâce à une forte production de contenus natifs.

En 2024, le Groupe a renforcé ses offres sur les **leviers à la performance** les plus porteurs (influence marketing, content-to-commerce, retail media) et a structuré **une offre social media complète**, du premium à la performance (Social Content, Social Publisher, Metapic, Propulse), dans un segment en croissance de **+24%**[7].

## Maintien d'un niveau de rentabilité opérationnelle supérieur à 10%

Reworld Media affiche en 2024 un **EBITDA**[1] **consolidé de 53,8 M€**, en recul de 5,5 M€ (-9,3%), pour une **marge d'EBITDA** de **10,1%**, proche de celle de l'exercice précédent (2023 : 10,8%). Cette performance inclut une amélioration notable entre le 1er et le 2nd semestre (S1 : 8,6% | S2 : 11,5%).

Le **pôle BtoC** enregistre un **EBITDA**[1] de **18,7 M€**, en baisse modérée de -1,1 M€ (-5,7%). Malgré le recul de son chiffre d'affaires (-7,0%), il parvient à **préserver sa rentabilité** avec une **marge d'EBITDA stable** à **8,3%** (+0,1 point vs. 2023) grâce à une baisse de ses charges d'exploitation de 15,9 M€ (-7,1%), reflétant principalement la **baisse des coûts industriels** ainsi qu'une **gestion rigoureuse** des coûts fixes.

Le **pôle BtoB** enregistre un **EBITDA**[1] de **35,1 M€**, en recul de -4,4 M€ (-11,1%), soit une **marge d'EBITDA solide** de **11,4%** (vs. 12,9% en 2023). Cette évolution reflète l'effet année pleine des **investissements** engagés dans les **leviers à fort potentiel** – notamment les réseaux sociaux – ainsi que l'évolution du **mix d'activité vers les offres à la performance**, structurellement moins margées mais privilégiées par les annonceurs dans un environnement de marché contraint.

Le résultat d'exploitation (**EBIT**[1]) du Groupe ressort à **46,7 M€**, en **retrait de 8,1%** (-4,1 M€) pour une **marge** de **8,7%**, proche de celle de l'exercice précédent (2023 : 9,2%).

## Forte progression du résultat net ajusté, recul limité du résultat net consolidé

Le Groupe présente un **résultat net ajusté**[2] de **27,2 M€**, en **hausse de 38,8% (+7,6 M€)** par rapport à l'exercice précédent (2023 : 19,6 M€), reflétant notamment une amélioration du résultat financier[8] (-8,6 M€ vs. -9,5 M€ en 2023) et du résultat exceptionnel[1] (-9,0 M€ vs. -16,4 M€ en 2023).

Le **résultat net consolidé** s'établit à **25,1 M€**, en repli de -1,8 M€ (-6,8%), intégrant notamment les charges liées à la dépréciation d'actions propres, aux amortissements des écarts d'acquisition et aux impôts différés. Le **résultat net part du Groupe** ressort à **23,3 M€,** quasiment stable par rapport à 2023 (-0,9 M€ | -3,7%).

## Bilan solide et désendettement actif

Le Groupe affiche au 31 décembre 2024 une situation financière solide, avec des **fonds propres** en progression à **229,3 M€** (31/12/2023 : 218,9 M€) et une **trésorerie**[3] **stable** à **86,7 M€** (+1,1 M€ vs. 2023).

Le **flux de trésorerie d'exploitation** s'élève à **52,3 M€** (vs. 41,2 M€ en 2023), tandis que le **flux de trésorerie disponible** atteint **28,2 M€**, soit plus du **double** de 2023 (11,3 M€).

Le Groupe poursuit activement son désendettement : la **dette financière** brute recule à **188,4 M€** (vs. 205,8 M€ au 31/12/2023) tandis que la **dette nette** s'établit à **101,7 M€** (vs. 120,3 M€ au 31/12/2023), soit un ratio d'endettement net de **1,9x l'EBITDA**[1] des 12 derniers mois, représentant **44% des fonds propres** (2023 : 55%).

## Trajectoire RSE claire et mesurable

En 2024, Reworld Media a fait évoluer sa stratégie RSE "TOP" (Transmission, Optimisation, Promotion) vers une **stratégie ESG**, alignée sur les exigences de la **directive CSRD** et renforçant son engagement en matière de développement durable. Le Groupe a actualisé sa **mesure d'empreinte carbone** (GHG Protocol, scope 1 à 3) sur

[7] Bilan 2024, 33e édition de l'Observatoire de l'epub, 6 février 2025.
[8] Résultat financier hors charges liées aux dépréciations d'actions propres et y compris frais d'emprunts à étaler.

l'année 2023 et finalisera au 1er semestre 2025 sa **trajectoire de décarbonation**, incluant des objectifs élargis à la **biodiversité**. Sur le plan **sociétal**, les rédactions poursuivent leur mobilisation, notamment **Psychologies** sur la santé mentale, **Les Numériques** sur l'impact environnemental du numérique (lancement du label « Tech durable »), **Fraiches** sur l'inclusion et la diversité (1ère édition du festival Fraiches). En parallèle, le Groupe a réalisé sa 1ère **analyse de double matérialité** à paraître dans le rapport extra-financier 2024, et obtenu le certificat EthiFinance – niveau bronze pour sa progression en matière de performance ESG. Enfin, Reworld Media participe à un programme sectoriel d'**accompagnement à la CSRD** et a planifié sur l'année 2025 des séances de **formation** du **comité de direction** aux enjeux ESG.

*« L'exercice 2024 a été singulier et a nécessité un pilotage fin de nos deux pôles d'activité dans un environnement macroéconomique incertain, marqué par une consommation encore fragile et une inflexion du marché de la communication en fin d'année. Le Groupe a su faire preuve d'agilité, maintenant une marge d'EBITDA à deux chiffres sans renoncer à ses priorités opérationnelles. Nous avons poursuivi les investissements nécessaires, en France comme à l'international, et respecté la feuille de route fixée dans le cadre de notre stratégie RSE. L'amélioration des résultats financier et exceptionnel a contribué à la nette progression du résultat net ajusté, limitant le recul du résultat net part du Groupe. Ces résultats résilients traduisent la solidité de notre modèle hybride BtoC / BtoB, capable de s'adapter aux cycles du marché tout en préservant ses niveaux de rentabilité. »* – **Laetitia Quet, Directrice administrative et financière & RSE**.

*« Le Groupe a fait les bons choix stratégiques en investissant dans les réseaux sociaux, dans le développement de ses activités média à l'international et dans de nouvelles offres commerciales à la performance. Si le marché n'a pas été au rendez-vous sur l'ensemble de l'année, nous commençons néanmoins déjà à récolter les fruits de ces investissements : la montée en puissance sur les réseaux sociaux est particulièrement visible, tant en audience qu'en performance économique. Ces avancées ont été menées tout en continuant à valoriser nos autres actifs, dans un environnement plus contraint. Reworld Media est confiant quant à ses perspectives, porté par une forte capacité d'innovation, une ambition internationale intacte et une stratégie claire de croissance, organique comme externe. »* – **Gautier Normand, Directeur général**.

**Prochaines publications :**
Rapport financier et extra-financier 2024 au plus tard le vendredi 4 avril 2025
Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2025 le mercredi 21 mai 2025 après clôture de la Bourse

*Le Conseil d'Administration de Reworld Media, réuni le 26 mars 2025, a arrêté les comptes annuels 2024. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport d'audit relatif à la certification sera émis après la finalisation des procédures requises pour la publication du rapport financier annuel, notamment la vérification du rapport de gestion.*

**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-supports / 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