

## **Un développement accéléré par les effets du Covid-19**

Après la publication de solides résultats sur le premier semestre 2020 avec un accroissement de sa rentabilité, Reworld Media (ALREW) poursuit un développement actif sur la fin de l'exercice, tiré par le rôle prédominant du digital. Fort de ses performances et de l'expérience acquise lors du premier confinement lié au Covid-19, le groupe accélère sur ses deux marchés BtoC / BtoB face à des besoins étendus sur le web.

### **Production de contenus accrue au sein des marques**

Sur le marché BtoC, les 45 marques media du groupe accompagnent les français avec ardeur dans les domaines qui leurs sont chers en cette période (santé, sciences, cuisine, maison, mode/beauté/bien-être, divertissement, sport) et sur **tous les formats, qu'ils soient rédactionnels, vidéos, audio ou TV.**

Conformément à sa stratégie, Reworld Media **intensifie sa production de contenus et de services, au profit d'un large portefeuille d'abonnés (2,3 millions) et d'une audience toujours croissante.** Le groupe profite d'une hausse de plus de 50% des Visiteurs Uniques sur un an au 30/10/20. Certaines marques (Marie France, Le Journal de la Maison, Le Chasseur Français...) battent leurs records d'audience sur octobre et, les premiers jours de re-confinement marquent encore une hausse de 20% de l'audience du groupe par rapport à la même période du mois de septembre dernier.

Dans l'édition print, le groupe reste faiblement exposé aux perturbations du marché publicitaire (5% du chiffre d'affaires print au S1-2020).

### **Développement BtoB porté par la tendance de l'e-commerce**

Reworld Media accompagne actuellement les marques annonceurs dans une période de **pic de consommation très susceptible de se concentrer sur le web.** Parallèlement à une audience propriétaire dans 7 univers thématiques privilégiés, le groupe leur offre des solutions AdTech aux formats de monétisation novateurs.

Non exposée à la crise sur le 1<sup>er</sup> semestre, l'activité Performance s'est par ailleurs renforcée avec une plateforme d'affiliation complémentaire venant faciliter l'accès des PME aux dispositifs à la Performance. La filiale Tradedoubler a publié le 6 novembre dernier une croissance de 5%<sup>1</sup> de son chiffre d'affaires et d'environ 30% de son EBITDA au 3<sup>ème</sup> Trimestre 2020.

---

<sup>1</sup> Ajusté des effets de change

L'activité BtoB de Reworld Media profite de solides positions technologiques et entend **tirer avantage des besoins des marques dans l'e-commerce**, la pandémie de Covid-19 venant accroître fortement les achats en ligne. Selon l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, la France comptait notamment au 2<sup>ème</sup> trimestre 2020 près de 1 million de cyberacheteurs supplémentaires par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2019.

*« Nous avons anticipé un deuxième confinement ; je salue et encourage à nouveau nos équipes qui savent être flexibles et produire en télétravail dans tous nos métiers. Ce contexte de crise sanitaire, tout en étant regrettable, provoque à nouveau un phénomène d'accélération des tendances. Le groupe accroît son offre contenus-services-technologies sur un marché du digital très dynamique. Nous restons rigoureux dans la gestion et bénéficions d'un bilan sain avec une trésorerie solide (92 M€<sup>2</sup> au 30 juin 2020) », indique Gautier Normand, Directeur général.*

*« Notre pays traverse à nouveau une période très difficile mais nous avons la chance que celle-ci soit propice à nos activités. Plus les français sont connectés et consomment du contenu, plus nous sommes portés ! Reworld Media a l'avantage d'être un groupe agile par nature et son modèle BtoC/BtoB est robuste. Le groupe reste concentré sur son développement, il suit son plan de marche qui allie croissance et rentabilité », ajoute Pascal Chevalier, Président.*

**Découvrez notre Club actionnaires : <https://www.reworldmedia.com/investisseurs/club-actionnaires>**

#### **A propos de Reworld Media :**

Reworld Media est un groupe international en développement sur le marché BtoC via la production de plateformes de contenus, de services et de marques et, sur le marché BtoB via l'édition de solutions AdTech. Le groupe produit d'une part des contenus multi-support (web, print, vidéo, audio, TV) et des services d'abonnements qui sont déployés sur ses 45 marques media propriétaires (Science & Vie, Marie France, Maison & Travaux, Auto Plus, Gourmand, Top Santé, Télé Magazine...) présentes dans 6 univers clés. D'autre part, il développe une offre de monétisation d'audience à forte valeur ajoutée pour les marques annonceurs, comprenant performance, brand content et publicité programmatique. Fondé en 2012, Reworld Media est devenu le leader français des médias thématiques et est classé à la 5<sup>ème</sup> place du FW500 (classement des entreprises de la Tech française). Le groupe totalise un chiffre d'affaires annuel proforma de 462 M€, est présent dans 11 pays et compte 970 collaborateurs.

Euronext Growth Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274 - [www.reworldmedia.com](http://www.reworldmedia.com)



**Contacts** - [investisseurs@reworldmedia.com](mailto:investisseurs@reworldmedia.com)

PCE - Ségolène de St Martin, 33-(0)6 16 40 90 73, [sdestmartin@p-c-e.fr](mailto:sdestmartin@p-c-e.fr)