

1^{er} trimestre clos le 31 mars 2024**Croissance de +0,5% du chiffre d'affaires, portée par le pôle BtoB****1^{er} trimestre 2024**

En M€	T1 2024	T1 2023	Variation (M€)	Variation (%)
BtoC	54,9	60,0	(5,1)	-8,5%
BtoB	74,3	68,5	5,8	+8,4%
Total	129,2	128,5	0,7	+0,5%

Au 1^{er} trimestre 2024, le chiffre d'affaires du groupe **Reworld Media** (ALREW), **1^{er} éditeur de médias thématiques en France et leader de l'adtech en Europe**, s'élève à 129,2 M€, en **hausse de +0,5%** par rapport au 1^{er} trimestre 2023.

La **forte progression** du chiffre d'affaires du **pôle BtoB**, qui atteint **74,3 M€** et affiche une croissance de **+8,4%** (+5,8 M€), est attribuable au **développement des activités digitales** (84% du CA BtoB), notamment au succès des **offres à la performance** et sur les **réseaux sociaux**, tant en France qu'à l'international. Cette performance compense une **diminution** du chiffre d'affaires du pôle **BtoC** de -8,5% (-5,1 M€), **non représentative des tendances de ventes**, résultant notamment d'un **effet de base défavorable** lié à un **calendrier des parutions différent** sur la période par rapport au 1^{er} trimestre 2023.

La croissance du chiffre d'affaires sur le trimestre démontre à nouveau la **pertinence du modèle économique multi-canal et multi-leviers** du Groupe, combinant une **gestion rigoureuse de ses actifs BtoC** avec une **offre BtoB pertinente**, couvrant un large spectre des leviers d'un marché de la communication en croissance. Le Groupe continue également d'enregistrer de bons **résultats d'audience**, illustrant la **puissance de son offre média**, multi-marques (81 marques), multimédias (magazines, édition, sites, réseaux sociaux, TV, etc.) et multithématiques (12 thématiques), qui touche **7 Français sur 10** chaque mois.

Enfin, Reworld Media poursuit son **développement à l'international**, tant dans ses activités technologiques que dans ses activités médias, avec près de 36% du chiffre d'affaires trimestriel réalisé hors de France.

Pôle BtoC : maintien du cap stratégique, augmentation ciblée des prix et poursuite d'une politique d'innovation et de diversification des revenus

Le pôle BtoC enregistre un chiffre d'affaires de **54,9 M€** sur le 1^{er} trimestre 2024, en baisse de 8,5% par rapport à la même période en 2023.

Cette baisse est principalement due à une diminution du chiffre d'affaires issu de la **vente de magazines** (-9,5%), **non représentative des tendances de ventes**, résultant notamment d'un **effet de base défavorable** lié à un **calendrier des parutions différent** en comparaison avec le 1^{er} trimestre 2023. En outre, certains titres hebdomadaires ont une parution de moins sur l'année 2024, ce qui a un impact significatif sur le chiffre d'affaires.

Sur le trimestre, le Groupe, **1^{er} éditeur de presse magazine en France**, a poursuivi sa stratégie d'**augmentations ciblées des prix de vente** pour compenser partiellement la baisse des volumes de magazines vendus, tout en préservant sa **compétitivité** et **ses parts de marché**.

En parallèle, il a continué à **innover** en lançant de **nouveaux magazines** à la fois originaux et contemporains. Fort du succès de sa marque masculine haut de gamme **ICON** dans plusieurs pays, et avec l'appui de son équipe éditoriale italienne, le Groupe a lancé en mars **le magazine ICON France**, soutenu par une forte présence éditoriale sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, en partenariat avec la maison d'édition Hugo Publishing, il a annoncé le lancement en juin

de **New Romance Magazine**, visant à étendre le succès rencontré par ce genre littéraire dans le domaine de l'édition au marché du magazine.

Capitalisant sur des **marques à forte notoriété** et un parc de **1,6 million d'abonnements payants**, le pôle BtoC a continué à développer son offre de contenus (édition, paywall, TV) et de services en affinité avec les thématiques de ses magazines. Le chiffre d'affaires issu de la **diversification de son offre** a augmenté de **+7,6%** sur le trimestre, contribuant ainsi, conjointement avec la hausse des prix de vente, à **l'augmentation du panier moyen par abonnement** (5,37€, +3,4% vs. T1 2023).

Pôle BtoB : forte croissance portée par la croissance des activités digitales et le succès des offres à la performance et sur les réseaux sociaux, tant en France qu'à l'international

Le pôle BtoB enregistre un chiffre d'affaires de **74,3 M€** au 1^{er} trimestre 2024, en hausse de **+8,4%** par rapport à la même période en 2023, **surperformant ainsi la progression du marché** de la communication (+4,4%) et celle de son segment digital (+6,0%¹).

Cette augmentation est portée par la **croissance des activités digitales**, qui représentent **84%** du chiffre d'affaires du pôle BtoB, et en particulier par le **succès des offres à la performance** (affiliation, influence marketing, leads, content to commerce, retail media, etc.) et des **offres sur les réseaux sociaux**, tant en France qu'à l'international.

Les résultats d'audiences des médias en France sur le trimestre consolident la position du Groupe en tant que **3^e acteur média sur le web**, avec 31,4 millions de visiteurs uniques par mois², et **1^{er} groupe média sur les réseaux sociaux**, avec 81,6 millions de followers³.

Leader en audiences sur le web sur toutes les thématiques où il est positionné, le Groupe maintient son engagement à innover pour **enrichir ses contenus** digitaux et **s'adapter aux attentes de ses lecteurs et de ses clients**. Au cours du trimestre, il a finalisé la **refonte** du site de BIBA, marque emblématique de l'univers média féminin, et continué à développer de nouveaux **formats éditoriaux dédiés aux réseaux sociaux**. Enfin, il enregistre des **progressions d'audiences significatives** sur certains de ses sites, notamment Top Santé, Pleine Vie, Science & Vie, Modes et Travaux, 1 001 Cocktails, et Les Numériques.

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

Agenda : publication du chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2024 le 31 juillet 2024.

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 81 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.) 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 549 M€ sur 2023, est présent dans 14 pays et compte 1 388 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



¹ Le marché publicitaire au 1^{er} trimestre 2024 et prévisions 2024, Communiqué BUMP, 16/05/2024.

² Médiamétrie//Netratings, Audience Internet Global en France, moyenne à fin mars 2024 en comparaison avec la moyenne à fin mars 2023, visiteurs uniques mensuels.

³ Nombre d'abonnés total non dédoublés aux plateformes Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, TikTok, Youtube, Snapchat et Twitch, données éditeurs.