

## Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2022

Erold (FR0010211037 – ALPLA), groupe média numérique indépendant, annonce ce jour son chiffre d'affaires pour le 1<sup>er</sup> semestre 2022, clos le 30 juin 2022.

En M€, données combinées <sup>1</sup> , non audités	T2 2022	T2 2021	Δ 22/21	S1 2022	S1 2021	Δ 22/21
<b>Chiffre d'affaires Media</b>	<b>1,1</b>	<b>1,8</b>	<b>-37,8%</b>	<b>2,6</b>	<b>3,5</b>	<b>-26,1%</b>
<i>dont Media programmatique</i>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>-26,2%</b>	<b>1,6</b>	<b>1,7</b>	<b>-7,7%</b>
<i>dont Media direct</i>	<b>0,4</b>	<b>0,9</b>	<b>-49,5%</b>	<b>1,0</b>	<b>1,7</b>	<b>-44,5%</b>
<i>Echanges et autres produits<sup>2</sup></i>	0,4	0,4		0,7	0,6	
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>1,5</b>	<b>2,1</b>	<b>-29,1%</b>	<b>3,3</b>	<b>4,1</b>	<b>-19,7%</b>

### Des audiences solides, moins bien orientées cependant sur la fin du semestre

Le Groupe Erold a enregistré sur le semestre une audience de plus de **23,5 millions de visites en moyenne par mois, en hausse de +15,6%** par rapport au premier semestre 2021<sup>3</sup>. Cette performance a été réalisée grâce à un très bon début d'année, l'audience connaissant ensuite un tassement en mai et juin, avec une baisse momentanée de la performance de certaines sources de trafic.

Sur la période, Medisite, spécialiste de la santé digitale grand public, a quant à lui conforté sa place de media leader du secteur de la santé avec plus de 408 000 visiteurs uniques quotidiens en mai 2022<sup>4</sup>.

### Une activité en repli sur le 1<sup>er</sup> semestre

Sur le plan commercial, le Groupe Erold a évolué durant ce premier semestre dans un environnement économique moins favorable, qui s'est traduit par le net ralentissement en France, à partir d'avril, des investissements des annonceurs en publicité digitale, en particulier sur le marché du « programmatique » en baisse de -5% sur le semestre, dont -11% sur le 2<sup>ème</sup> trimestre<sup>5</sup>.

Cette évolution conjoncturelle et la baisse de l'audience des sites en fin de semestre impactent mécaniquement le chiffre d'affaires du Media programmatique (59% du CA Media), qui affiche sur le semestre un léger recul de 0,1 M€ sur 6 mois (-7,7%).

Le Media direct (41% du CA Media), également touché par la réduction des budgets, est pénalisé par une sous-performance au niveau des « emailings commerciaux » sur la période dans un contexte de délivrabilité plus exigeante au niveau des fournisseurs d'accès Internet. Il recule sur le semestre de -44,5% à 1,0 M€.

Au total, le chiffre d'affaires d'Erold au 1<sup>er</sup> semestre 2022 ressort à 3,3 M€, en baisse de -19,7% par rapport à la période comparable en 2021.

Le niveau d'activité enregistré au premier semestre ne permettra pas d'atteindre le seuil de rentabilité ainsi annoncé début juillet. Le Groupe dispose d'une situation financière saine avec un endettement net très faible.

<sup>1</sup> Les comptes combinés non audités incluent Erold SA et ses filiales Planet Publishing et Planet Advertising, retraités des opérations et prestations intra-groupes

<sup>2</sup> Echanges sans aucune marge avec des partenaires, et autres produits

<sup>3</sup> Source Atinternet

<sup>4</sup> Source Mediamétrie/NetRatings

<sup>5</sup> Source Baromètre du programmatique, Alliance Digitale

**Perspectives**

Dans un marché en perpétuelle mutation et compte tenu du retard pris au premier semestre qui ne pourra pas être comblé sur le second semestre, l'exercice 2022 sera logiquement un exercice de transition.

Le Groupe met à profit cette période pour affiner son organisation et sa stratégie de création de valeur autour de ses actifs communautaires puissants et leaders sur leurs segments.

Les synergies prometteuses entre le Groupe Marie Claire (GMC) et le pôle média d'Erold vont s'accélérer, permettant au Groupe d'accéder à de nouveaux annonceurs premium, en particulier pour le Media programmatique.

Le Groupe vise ainsi à démarrer l'exercice 2023 avec une organisation efficiente centrée sur les activités à plus fort potentiel afin de renouer rapidement avec une croissance rentable.

**Prochaine communication** : Résultats semestriels le 28 septembre 2022

**A PROPOS DE EROLD**

---

Créé en 2000, Erold (ex-Planet Media) est groupe média numérique indépendant devenu en quelques années le leader français de la convergence des contenus et services pour les seniors connectés. Chaque jour, nos marques (Planet.fr, Medisite.fr, E-santé.fr, Hedony.fr, ...) réunissent plus d'un million de français pour s'informer, apprendre et se divertir.

Erold est coté sur Euronext Growth à Paris – Code ISIN : FR0010211037 – Mnémo : ALPLA

Retrouvez toutes les informations actionnaires sur [www.erold.fr](http://www.erold.fr).

**CONTACTS**

---

**Contact Erold**

Stéphanie Tricot, Directrice Générale  
+33 (0)1 53 06 61 39  
[investisseurs@erold.fr](mailto:investisseurs@erold.fr)

**Contact Actus Finance**

Guillaume Le Floch  
+33 (0)1 53 67 36 70  
[erold@actus.fr](mailto:erold@actus.fr)