

Résultats semestriels 2022

Erold (FR0010211037 – ALPLA), groupe média numérique indépendant, publie ses comptes au titre du 1er semestre 2022, approuvés par le Conseil d'Administration, en date du 26 septembre 2022.

Erold communique sur une base de chiffres combinés¹ des comptes sociaux des trois structures du groupe, à savoir Erold, Planet Advertising et Planet Publishing. Le rapport financier semestriel d'Erold est en cours de finalisation et sera disponible le 30 octobre 2022 sur le site internet de la Société (<https://www.erold.fr/investisseurs>).

En M€, données combinées ¹ , non auditées	S1 2022	S1 2021	S1 2020
Chiffre d'affaires	3,3	4,1	3,5
Autres produits d'exploitation	0,2	0,2	0,1
Charges de personnel	(1,6)	(1,7)	(1,3)
Charges externes	(1,3)	(1,4)	(1,4)
Excédent Brut d'Exploitation En % du CA	0,6 18%	1,2 29%	0,9 25%
Dotations aux amortissements	(0,9)	(0,9)	(1,0)
Résultat d'exploitation	(0,3)	0,3	(0,1)
Résultat financier	(0,3)	0,0	(0,2)
Résultat exceptionnel	0,1	0,0	0,1
Résultat net	(0,4)	0,3	(0,1)

Dans un contexte économique plus tendu marqué par un ralentissement progressif des investissements publicitaires chez les annonceurs, le chiffre d'affaires d'Erold au 1^{er} semestre 2022 ressort à 3,3 M€, en repli de -19,7% par rapport à la période comparable en 2021.

Cette évolution s'explique essentiellement par le recul du chiffre d'affaires de l'activité *Media Direct* de -44,5% à 1,0 M€, en raison d'une sous-performance des e-mails commerciaux sur la période. Le chiffre d'affaires *Média programmatique* a fait preuve, en revanche, d'une bonne résistance à 1,6 M€ (-0,1 M€), en phase avec l'audience solide générée par les sites du Groupe sur le semestre. Le chiffre d'affaires « *Echanges et autres produits* » est quant à lui en légère croissance à 0,7 M€ (+0,1 M€).

Excédent Brut d'exploitation : 0,6 M€ (18% du chiffre d'affaires)

Les charges opérationnelles essentiellement fixes, sont restées globalement stables entre le 1^{er} semestre 2021 et le 1^{er} semestre 2022. La baisse d'activité pèse ainsi sur l'Excédent Brut d'Exploitation qui s'établit à 0,6 M€. La marge d'EBE reste largement positive à 18% du chiffre d'affaires.

Après dotations aux amortissements de 0,9 M€, stables par rapport au 1^{er} semestre 2021, le résultat d'exploitation est légèrement négatif à 0,3 M€.

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

Le résultat financier ressort à -0,3 M€ impacté par une provision sur des actifs financiers, intégrant l'évolution de la valorisation des actions auto-détenues au 30 juin 2022. Il a été compensé en partie par un résultat exceptionnel positif de 0,1 M€. Au final, le résultat net affiche une perte de -0,4 M€ sur le semestre.

Situation financière

Au 30 juin 2022, la dette financière nette reste stable à 0,7 M€ par rapport au 31 décembre 2021 et en forte réduction sur un an (2,5 M€ au 30 juin 2021) à la suite de remboursements de crédits bancaires. Le Groupe étudie actuellement la mise en œuvre avant la fin de l'exercice de financements complémentaires pour accompagner de manière pérenne ses opérations.

Renforcement au Capital du Groupe Marie Claire²

Le Groupe Marie Claire² a acquis fin juillet sur le marché de 162 684 titres au prix de 1,00 € par action, portant sa participation à 21,5% dans le capital d'Erold.

Perspectives

Comme annoncé en juillet, l'exercice 2022 sera un exercice de transition et non rentable. Le troisième trimestre ne marquera pas d'amélioration de tendance par rapport au 2^{ème} trimestre.

Le Groupe met à profit cette période pour affiner son organisation recentrée sur ses métiers historiques et pour abaisser graduellement sa structure de charges, afin de démarrer le prochain exercice avec une base de coût plus légère.

Sur le plan commercial, Erold s'attache à renforcer ses relations avec l'ensemble des fournisseurs d'accès internet dans un contexte réglementaire évolutif. L'objectif est de relancer progressivement l'activité *Media Direct* et de soutenir l'audience des sites au travers de la diffusion ciblée de newsletters à valeur ajoutée.

Le travail sur les synergies entre le Groupe Marie Claire (GMC) et le pôle média d'Erold se poursuit, avec un portefeuille enrichi d'annonceurs potentiels.

Le Groupe vise ainsi à renouer avec une croissance rentable en 2023.