



Les résultats du 1^{er} semestre 2009 de Bayard

Le 10 novembre, le **Conseil de surveillance** de **Bayard Presse** a examiné les résultats du 1^{er} semestre 2009, suite à la décision d'arrêter désormais les comptes le 30 juin de l'année.

Dans un contexte de crise des médias, en France comme à l'international, **Bayard** résiste et poursuit son adaptation.

- **L'exploitation du 1^{er} semestre 2009**

Le résultat d'exploitation du groupe Bayard s'élève à **5.471 K€** pour la période comprise entre le 1^{er} janvier et le 30 juin 2009, malgré des coûts de restructuration de 1.253 K€. Le résultat net part du groupe s'élève à **1.321 K€**.

Le chiffre d'affaires consolidé est de **214.574 K€**, soit une hausse de **+2,5%** par rapport à la même période en 2008. Avec une forte disparité entre les sociétés française en baisse de **-0,5%** et les sociétés étrangères en hausse de **+20%** (hausse due essentiellement à l'acquisition de **Sailer** en **Allemagne**).

- **Dégradation du chiffre d'affaires publicitaire**

Dans un contexte de récession publicitaire sans précédent (-19,4% pour la presse magazine en France, et des tendances identiques en Europe et aux Etats-Unis), le groupe **Bayard** affiche un chiffre d'affaires publicitaire (à change et périmètre constants) en baisse de **-11%**, montrant ainsi une bonne résistance dans un marché en crise, notamment avec le mensuel **Notre Temps**.

- **La Croix**

La Croix connaît un bon premier semestre 2009, avec une progression de son audience de **+1,3%** (**477.000 lecteurs**), et une *Diffusion France payée* (OJD) de **+0,7%** (**94.642 exemplaires**). Le site www.la-croix.com bénéficie d'une fréquentation croissante : **2,4 millions** de pages vues et **400.000** visiteurs uniques.

- **Secteur religieux**

Pèlerin maintient son audience au-dessus du million de lecteurs (**1.034.000 lecteurs**), malgré un recul de **-3,3%** dans la moyenne de la baisse générale des hebdomadaires d'actualité. Le chiffre d'affaires de **BSE (Bayard Service Editions)** est en progression de **6,1%**.

- **Presse Senior**

L'audience de **Notre Temps**, 1^{er} mensuel français, est stable avec **3.748.000 lecteurs**, et sa diffusion (OJD *France payée*) de **904.278 exemplaires**. En **Belgique**, le chiffre d'affaires du magazine **Télépro** (détenu à parité avec le **groupe Roularta**), a progressé de **4%**. Au **Pays-Bas**, **Senior Publications Nederland** progresse de **5,4%**.

- **Presse jeunesse**

Le chiffre d'affaires abonnement de la presse jeunesse est en hausse de **+1,6%** grâce à une hausse des tarifs. Mais la diffusion abonnement moyenne est en recul dans un marché globalement en baisse. Le site **www.bayardkids.com** lancé au 2^e semestre 2008 confirme en 2009 son succès en audience. Succès également du site **www.enfant.com** (détenu à 49% en partenariat avec **Prisma**) qui affiche **2,3 millions** de pages vues. Une expertise web qui montre son efficacité en terme de trafic et e-abonnement.

Le développement des exploitations audiovisuelles des héros jeunesse (**Petit Ours Brun, Samsam, Toto...**) se poursuit avec succès.

- **Croissance du secteur livre**

Les ventes de livres s'élèvent à **37.008 K€**, représentant **17%** du chiffre d'affaires du groupe contre 14% au 1^{er} semestre 2008. Elles progressent de **+23,3%** par rapport au 1^{er} semestre 2008, bénéficiant notamment du succès du tome 3 d'**Eragon** aux **Editions Bayard**. Les **Editions Milan** terminent le 1^{er} semestre avec un chiffre d'affaires en progression de **15%**. L'activité générale de la **Sofédis** (diffusion de livres) est en progression de **28%**.

- **Perspectives**

Le redressement de **Milan Presse** suit le plan arrêté en janvier 2009 (réduction du nombre des parutions, clarification de l'offre éditoriale). La société devrait retrouver l'équilibre de ses comptes en juin 2010.

L'approfondissement de la crise a conduit le nouveau directoire de **Bayard** à revoir le périmètre des activités du groupe, retravailler les modèles économiques afin de développer la multivalorisation des contenus, mettre en place une nouvelle organisation permettant une politique d'innovation, et rechercher un allègement des coûts de structure.

Le budget 2009-2010 du groupe prévoit un résultat équilibré avec la prise en compte des frais de restructuration.