

Montrouge, le 17 novembre 2022

## Résultats du Groupe Bayard 2021 / 2022

(exercice clos au 30 juin 2022)

**Après un exercice 2020/21 exceptionnel par la période traversée et par la performance de ses activités, le Groupe Bayard dégage en 2021/2022 de bons résultats, en dépit du ralentissement économique généralisé et de la montée de l'inflation.**

### FAITS MARQUANTS

La presse Jeunesse de Bayard et Milan, après une année 2020-21 record, a vu son chiffre d'affaires se stabiliser sur l'exercice.

Sur l'Édition, les effets de l'inflation se sont fait sentir dès le premier semestre de l'exercice. Néanmoins, une bonne tendance du marché sur cette même période et une belle dynamique de la Bande Dessinée chez Bayard Éditions et de l'ensemble du catalogue de Milan ont permis aux deux maisons d'édition de voir leur chiffre d'affaires progresser légèrement en France.

L'année a été marquée par le développement de l'audio avec le lancement réussi de l'enceinte pour les enfants « Merlin » par la Chouette Radio, filiale créée en mars 2021 en partenariat avec la Caisse des Dépôts et Consignations et Radio France. Bayard a également lancé le label « À écouter », un catalogue audio de 200 livres.

L'acquisition par le groupe de 70% des parts de la société Edoki (éditeur de solutions ludico-éducatives numériques destinées aux 3-10 ans) en octobre 2021 et de 51% des parts de Poppik (éditeur de posters pédagogiques et jeux éducatifs) par les Éditions Milan en février 2022 vient renforcer la dynamique du groupe sur le segment des moins de 12 ans et confirmer son ambition d'étendre son développement en Europe et dans le monde.

*La Croix* poursuit son objectif d'accélération de la hausse de son audience et de sa diffusion numérique. Le quotidien a enrichi son offre avec trois nouvelles éditions numériques quotidiennes ainsi qu'un nouvel espace d'échange d'opinions intitulé « À vif ». Sa stratégie commerciale vise à préserver la valeur du numérique, en dépit d'un contexte concurrentiel et promotionnel fort. *La Croix* a signé en avril 2022 un partenariat avec Stibo DX, éditeur dano-américain expert en système éditorial bi-media.

Pour rajeunir son lectorat chrétien et répondre à ses nouveaux usages, le groupe a lancé en mars 2022 l'application *Prions*, une nouvelle proposition liturgique. Par ailleurs, l'exercice marque une reprise des activités B2B s'adressant au public chrétien en Amérique du Nord,

Afrique et Asie, après une période de pandémie qui avait particulièrement affecté la vie paroissiale de l'Église catholique ainsi que la catéchèse.

Le secteur Grand Public, qui rassemble les marques *Notre Temps*, *Notre Famille* et *Le Pèlerin*, poursuit sa stratégie de valeur de l'abonnement, qui, couplée à une reprise des recettes publicitaires, permet d'accroître la rentabilité du secteur malgré l'impact de l'inflation et un marché de la vente au numéro qui reste tendu. Par ailleurs, l'exercice a été marqué par le lancement réussi du nouveau magazine *Notre Temps Santé et Bien-Être*, qui a reçu le prix du Lancement de l'année (grand prix Stratégie).

Enfin, sur l'exercice 2021-22, Bayard a poursuivi et amplifié sa stratégie RSE, à travers de nombreux chantiers sociaux et environnementaux qui visent particulièrement la réduction de son empreinte écologique.

## CHIFFRES CLÉS

**Le chiffre d'affaires** consolidé de l'exercice s'élève à **352.0 M€**, contre 356.8 M€ en 2020-21 (-1.3%).

À change et périmètre constants, le chiffre d'affaires du groupe est stable. Les mouvements de périmètre ayant un impact sur la variation du chiffre d'affaires consolidé entre les deux exercices sont l'entrée d'Edoki (8 mois) et Poppik (6 mois), et la cession des sociétés détenues avec Roularta (6 mois d'exercice dans les comptes 2020-21) et de Bayard Bridge (déconsolidée au 1er juillet 2021).

**La marge opérationnelle** du groupe s'élève à 22.1 M€, soit 6.4 % du chiffre d'affaires, contre 31.5 M€, soit 9 % du chiffre d'affaires en 2020-21.

**Le résultat net** du groupe s'élève au 30 juin 2022 à **+7.5 M€**, contre 20.4 M€ l'année précédente.

La trésorerie du groupe est structurellement excédentaire grâce aux ressources importantes de fonds de roulement générées par les abonnements. **La trésorerie** disponible s'élève à **111.0 M€** au 30 juin 2022 contre 113.1 M€ au 30 juin 2021.

## PERSPECTIVES

Malgré une inflation qui pèse significativement sur l'économie du groupe, un contexte d'incertitude sur la consommation, et des difficultés d'approvisionnement, Bayard poursuit sa politique d'investissements. Le groupe reste attentif aux opportunités de marché permettant de renforcer ses positions et poursuit sa politique d'innovation pour accroître sa présence auprès de ses publics, en soutenant les investissements dans le développement digital, la recherche et développement de nouvelles offres, et l'intégration de nouveaux talents.

Après s'être doté d'une raison d'être statutaire en novembre 2021, Bayard a défini des grands objectifs sociaux et environnementaux que l'entreprise se donne de poursuivre dans le cadre de son activité, au service du bien commun. Dans cette perspective, elle s'oriente vers l'adoption du statut d'entreprise à mission, statut qui devrait être voté en décembre

2022 par les actionnaires réunis en Assemblée générale extraordinaire. Afin d'amplifier sa mission, Bayard a choisi également de se doter d'un fonds de dotation dont l'objet et les périmètres d'actions seront présentés en janvier 2023.

### **À propos de Bayard**

Bayard, groupe de presse et d'édition, est un réseau international de création constitué d'équipes de journalistes, d'éditeurs, de concepteurs de contenus papier, numériques et audiovisuels. Il publie notamment le quotidien La Croix, l'hebdomadaire Le Pèlerin, le mensuel Notre Temps et des titres de presse jeunesse comme Pomme d'Api ou J'aime lire. Milan Presse est une filiale du groupe, implantée à Toulouse, éditrice de titres de presse jeunesse comme Toboggan, Wapiti, 1jour1actu ou Julie.

**Contact presse** : Claire Ferrand – [claire.ferrand@groupebayard.com](mailto:claire.ferrand@groupebayard.com) – 01 74 31 59 07