

BAYARD

2020-2021

I

NOTRE RESPONSABILITÉ
SOCIÉTALE D'ENTREPRISE:
STRATÉGIE ET ENGAGEMENTS

II

DÉCLARATION DE
PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIÈRE

III

RAPPORT ANNUEL
DE GESTION

I

NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE : STRATÉGIE ET ENGAGEMENTS

- **Sommaire**

- ➊ **L'engagement sociétal de Bayard, une histoire longue** p. 5
 - ➋ **2021, un engagement renouvelé** p. 6
 - ➌ **Notre impact sociétal : informer, éduquer, éveiller les consciences en créant des liens qui donnent à chacun la capacité d'agir et de se révéler** p. 8
 - ➍ **Notre impact environnemental : raconter le monde tel qu'il est, avec lucidité et confiance, montrer tout ce qui avance et donner envie d'agir ; engager notre propre transformation écologique en cohérence** p. 16
 - ➎ **Notre impact social : de l'importance de s'engager avec et auprès de l'ensemble de nos parties prenantes** p. 21
 - ➏ **Notre impact économique : une création de valeur partagée** p. 27
 - ➐ **Une gouvernance et un mode de fonctionnement cohérents avec nos engagements et mobilisateurs d'énergies** p. 31
 - ➑ **Les objectifs de développement durable : 17 objectifs pour transformer notre monde, la part de contribution de Bayard** p. 34
- **Conclusions et perspectives** p. 36

II

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

- Sommaire détaillé en page 38

III

RAPPORT ANNUEL DE GESTION

- Sommaire détaillé en page 60



NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE D'ENTREPRISE : STRATÉGIE ET ENGAGEMENTS

2020
2021

ÉDITO

*« Nous tous –adultes et enfants, écrivains et lecteurs–,
nous avons l'obligation de rêver. Une obligation d'imaginer.
Il est facile de se conduire comme si personne ne pouvait rien changer,
comme si nous étions dans un monde
où la société est énorme et l'individu moins que rien ;
un atome dans un mur, un grain de riz dans un champ.
Mais la vérité, c'est que les individus changent sans cesse leur monde,
les individus fabriquent l'avenir,
et ils le font en imaginant que les choses peuvent être différentes. »*

NEIL GAIMAN¹

- L'impact le plus important d'un éditeur comme Bayard réside dans sa force de sensibilisation et de construction de nouveaux imaginaires, qui contribuent à l'émergence d'un futur souhaitable. Chez Bayard, nous sommes engagés pour le bien commun, soucieux de la nature et des générations prochaines. Nous croyons au pouvoir libérateur d'une information juste, de l'imagination, et de la création qui nourrissent l'âme et la vie. Malgré la dureté des temps, nous pensons avec lucidité et espérance qu'un meilleur vivre ensemble est possible et que nous pouvons y concourir par la production de récits qui fournissent les clés de compréhension et les ressources pour agir à chaque âge de la vie.
- À travers toutes nos offres, papier ou numériques, servicielles ou événementielles, imprimées ou audiovisuelles... nous proposons un regard ouvert sur l'actualité et une vision positive de la vie.
- Pourtant, nos activités ont une réalité bien physique, matérialisée par notre empreinte environnementale et, en tant qu'entreprise, nous avons une responsabilité sociale et économique vis-à-vis de l'ensemble de nos parties prenantes. Ainsi, tout en assurant notre pérennité économique, nous devons pouvoir répondre à ce triple objectif d'impact : social, sociétal et environnemental, sans opposer les notions ni les hiérarchiser, sans que l'une ne nous dédouane d'agir en faveur de l'autre.
- Cet impératif nous met et nous mettra encore davantage face à des dilemmes et ne pourra se concevoir sans renoncement. Mais, chez Bayard, nous pensons que la contrainte crée l'innovation, que les fragilités sont une force et que des bifurcations peuvent naître d'autres formes de progrès et de développement.
- Aujourd'hui, de nombreuses initiatives sont engagées, comme en témoigne ce document, mais la route est encore longue si nous voulons agir à la hauteur des enjeux que nous traversons. Portés par l'exigence de cohérence de nos lecteurs-clients, l'engagement des équipes, de tous nos contributeurs, de nos partenaires, fournisseurs et prestataires, et mus par une certaine idée de la vie, nous nous engageons à promouvoir, vivre et réussir la grande transition écologique, socio-économique et humaniste, avec humilité, clairvoyance et ambition.

¹ Pourquoi notre futur dépend des bibliothèques, de la lecture et de l'imagination, éd. Au diable vauvert, 2014.

1

L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL DE BAYARD, UNE HISTOIRE LONGUE

L'engagement sociétal de Bayard fonde la cohérence de son projet depuis sa création il y a bientôt 150 ans. En témoignent :



SON STATUT PARTICULIER

Bayard est une œuvre-entreprise propriété d'un actionnaire unique et singulier, la congrégation des Augustins de l'Assomption, qui nous assure indépendance et stabilité pour mener à bien notre mission d'information et d'éducation au service plus grand nombre.



SON ENGAGEMENT ÉDITORIAL

La singularité éditoriale de Bayard pose au cœur de sa mission les questions de solidarité, de justice sociale, d'éthique, de préservation des ressources et du vivant, d'altérité, d'espérance et les capacités d'agir de chacune et chacun pour un futur souhaitable.



SON FONCTIONNEMENT D'ENTREPRISE SINGULIER

Une politique sociale basée sur le collectif et l'équité ; la culture du consensus et le pari de l'intelligence collective ; les actions concrètes menées ces dernières années pour réduire notre empreinte écologique et les relations de confiance et de coopération que nous tissons avec l'ensemble de nos parties prenantes.

En 2023, Bayard aura 150 ans (l'âge du Pèlerin, notre titre fondateur) : une équipe de chercheurs travaillent à étudier et écrire cette histoire. Une occasion de regarder en arrière pour voir loin devant, comprendre et documenter le rôle sociétal de Bayard à travers les ans et nourrir la démarche d'aujourd'hui et les projets de demain.

2021, UN ENGAGEMENT RENOUVELÉ

L'actualisation de notre projet d'entreprise

En 2021, l'actualisation de notre projet par **la formulation d'une raison d'être, d'engagements et les plans d'actions** qui en découlent poursuit et accélère la démarche entreprise de longue date.

Ce travail d'actualisation de notre raison d'être a impliqué de nombreux acteurs : les salariés bien sûr, mais aussi nos lecteurs et notre actionnaire, afin que chacun se sente associé et dépositaire du projet. Il trouve ainsi sa force dans l'expression renouvelée de notre mission et de nos engagements, mais aussi et surtout dans la richesse des échanges et des questionnements qui ont surgi au cours de la démarche.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

À travers mille regards, mille sensibilités, Bayard, éditeur catholique, veut accueillir et accompagner tous les publics à chaque moment de la vie. Ensemble, nous souhaitons habiter pleinement notre monde. Aider chacune, chacun, à se sentir relié à soi-même et aux autres.

Nous sommes engagés pour le bien commun, soucieux de la nature et des générations prochaines. Nous croyons au pouvoir libérateur d'une information juste, de l'imagination et de la création qui nourrissent l'âme et la vie.

Créons des liens fertiles!

Dans un premier temps, nous avons choisi d'inscrire notre raison d'être dans les statuts de l'entreprise. Le vote en assemblée générale aura lieu en novembre 2021. Parallèlement, nous travaillons à la formulation de nos grands objectifs sociaux et environnementaux, les engagements et actions associés pour rendre opérationnelle notre raison d'être et nous explorons la pertinence de devenir entreprise à mission. Enfin, nous travaillons à un projet de création de fondation d'entreprise afin d'amplifier nos actions sociétales et environnementales chaque fois que des synergies et des coopérations avec d'autres parties prenantes seront nécessaires.

→ L'ensemble de cette démarche sera présenté en début d'année 2022, elle donne sens et cohérence à notre stratégie d'impact sociétal et marque la singularité de notre engagement.

Une démarche sociale et environnementale renforcée par la création d'une direction RSE

- La démarche RSE de Bayard n'est pas nouvelle. Mais la création d'une direction RSE en mai 2021 souligne la volonté actuelle de Bayard d'**aller au-delà de son action corrective pour réduire les impacts négatifs de ses activités, en incluant, au cœur de sa stratégie, au moment où se dessinent et se décident les projets, la prise en compte de leurs impacts sociaux et environnementaux.**

- Ce nouvel élan marque pour Bayard le passage d'une démarche RSE normative et réglementaire à une démarche RSE stratégique et plus ambitieuse que ce que la loi impose.



- Cette nouvelle direction, rattachée à la direction générale, porte, soutient et accompagne Bayard dans son engagement :



SOCIÉTAL



ENVIRONNEMENTAL



SOCIAL

- Elle a la charge de concevoir et coordonner la politique RSE et la stratégie d'impact du groupe, en lien avec l'ensemble des secteurs et de ses parties prenantes internes et externes ; d'élaborer les plans d'action qui en découlent et de définir les objectifs à atteindre ainsi que les indicateurs clés de performance dans le cadre d'un plan à moyen terme.

3

NOTRE IMPACT SOCIÉTAL : INFORMER, ÉDUQUER, ÉVEILLER LES CONSCIENCES EN CRÉANT DES LIENS QUI DONNENT À CHACUN LA CAPACITÉ D'AGIR ET DE SE RÉVÉLER

Les orientations qui guident les lignes éditoriales de nos titres de presse, de nos livres et de nos productions numériques et audiovisuelles.



COMPRENDRE LE MONDE ET DONNER LES CLÉS POUR AGIR

- Donner les clés de compréhension du monde et les capacités d'agir, apporter des raisons de ne pas désespérer et lutter contre un sentiment d'impuissance.
- Apporter de la nuance dans un monde complexe et un paysage d'informations en continu qui favorise les clivages artificiels et les positions extrêmes.
- Apporter un soin particulier à faire entrer nos lecteurs dans les sujets, quelle que soit leur connaissance initiale, sans simplifier ni affirmer.
- Donner à comprendre comment l'information est créée, comment y accéder et comment la décrypter, faire de l'éducation aux médias un enjeu essentiel de démocratie auprès de toutes les générations.



LE PLAISIR DE LIRE POUR APPRENDRE ET CRÉER TOUT AU LONG DE SA VIE

- Provoquer la joie par la découverte, la compréhension, l'humour et la surprise.
- Renforcer les compétences, la créativité, et développer les imaginaires tout au long de la vie.
- Donner à chacun la possibilité de se construire son propre récit du monde en reliant passé, présent et futur.
- Accompagner les enfants pour qu'ils grandissent en confiance, les aider à connaître et défendre leurs droits, à trouver leur place dans le monde de demain.



GRANDIR ET ÊTRE SOI

- Apprendre à mieux se connaître soi-même, mieux comprendre les autres et s'ouvrir au monde qui nous entoure.
- Cultiver son intériorité pour mieux vivre avec les autres, se ressourcer et nourrir sa réflexion.
- Favoriser l'épanouissement de toutes les promesses que chacun d'entre nous porte en lui.
- Accueillir toutes les questions étonnantes, parfois difficiles, toujours essentielles, sur la vie, le monde et Dieu.
- S'attacher à ne pas y apporter de réponses définitives, mais chercher à donner des pistes de réflexion, à poursuivre les questionnements et susciter leur approfondissement.



CRÉER DES LIENS FERTILES

- Accompagner le débat public en dialoguant avec tous : aller sur le terrain avant de trancher, écouter avant de juger, raconter avant de conclure.
- Permettre à nos lecteurs de croiser d'autres vies que la leur et contribuer à l'épanouissement d'une société de lien et de dialogue tout au long de la vie.
- Considérer nos vulnérabilités comme des forces et des promesses.
- Favoriser les découvertes, les dialogues, les rencontres entre les cultures, les religions, les générations, les territoires et les identités, en apprenant à dépasser nos peurs, à se nourrir de nos différences.

Quelques exemples :
retour sur une année
d'engagements éditoriaux
et événementiels.





Novembre 2020

LA PRINCESSE SANS BOUCHE

- C'est l'histoire d'une petite princesse profondément blessée par le roi, son père, qui croit avoir tous les droits, y compris sur le corps et le cœur de sa fille... C'est l'histoire d'une petite princesse courageuse qui rencontre la bienveillance et trouve le chemin de la reconstruction et de la liberté...
- Un conte initiatique, dans la tradition de celui de *Peau d'Âne*, pour montrer aux enfants que les princesses sont plus fortes que la folie des rois, et qu'on peut renaître et aimer la vie après avoir subi le drame de l'inceste. Cet ouvrage paru aux éditions Bayard, écrit par Florence Dutruc-Rosset et illustré par Julie Rouvière, traite d'une thématique rarement abordée en littérature de jeunesse: celle des violences sexuelles intrafamiliales faites aux enfants. **Aucun autre album sur ce sujet et destiné aux enfants (dès 5 ans !) n'existe sur le marché de l'édition aujourd'hui.**
- En fin d'ouvrage, deux pages documentaires permettent d'avoir les mots pour en parler avec des enfants.



Décembre 2020

WE DEMAIN 100% ADO, LE MAGAZINE DE LA GÉNÉRATION GRETA [THUNBERG]

- Après s'être associés en décembre 2019 pour le lancement d'un hors-série baptisé *We Demain 100% ado*, les magazines *Phosphore*, *Okapi* et *We Demain* ont décidé de pérenniser le titre en le rendant trimestriel, grâce à une campagne de financement participatif.
- Le **premier numéro, écoulé à plus de 35 000 exemplaires**, consacré au thème « Comment sauver la planète avant d'avoir 18 ans? », a creusé le sillon de ce nouveau magazine, qui se veut le premier magazine de la « génération Greta [Thunberg] ». Le deuxième opus, en kiosque en décembre 2020, a célébré « 50 héros qui sauvent la planète » et a donné des pistes d'actions pour les aider.
- Alliant humour, rigueur d'enquête et d'analyse, les rédactions de *Phosphore*, *Okapi* et *We Demain* aident les jeunes à **comprendre les grands enjeux autour de la préservation de l'environnement, à réfléchir sur leurs propres actions et à agir à leur niveau.**



Janvier 2021

DES LIEUX POUR CHANGER NOS VIES: SOBRIÉTÉ, ÉCOLOGIE ET PARTAGE

- « Des lieux pour changer nos vies » est une série de podcasts produits par l'hebdomadaire *Le Pèlerin*.
- Elle propose, à chaque épisode, de **découvrir un lieu inventif pour vivre, travailler et s'engager dans un esprit écologique.**
- Au cœur des territoires, partez à la rencontre de celles et ceux qui se réinventent, partout en France !



Février 2021

LA BIBLE, NOUVELLE TRADUCTION, LUE ET INTERPRÉTÉE : UN PROJET DE PODCAST IMMERSIF ET INÉDIT

- En septembre 2001, Bayard publiait, sous la conduite éditoriale de Frédéric Boyer, écrivain, et Marc Sevin, prêtre et exégète, une nouvelle traduction intégrale de la Bible, connue sous l'appellation de « Bible des écrivains ».
- Pour la première fois, des spécialistes des langues et des textes bibliques (hébreu, araméen et grec) avaient collaboré plus de six ans avec des écrivains contemporains pour aboutir à une traduction entièrement renouvelée des textes bibliques. Parmi ces écrivains figuraient de grands auteurs contemporains : Jean Echenoz, Emmanuel Carrère, Marie NDiaye mais aussi François Bon, Jacques Roubaud, Olivier Cadiot, Marie Depussé, Valère Novarina...
- **Vingt ans après, Bayard lance un nouveau projet autour de cette Bible : l'enregistrement audio de l'intégralité des textes. Il s'agit de dire et faire entendre la contemporanéité de la Bible par la voie de l'oralité, sa première transmission.** L'enregistrement de ce podcast d'un genre nouveau a démarré en février 2021. Plus de 150 heures d'écoute seront portées aux oreilles des auditeurs à la fin de l'année. Le texte est lu et interprété, comme une adresse à son public, par le comédien Noam Morgensztern, de la Comédie Française, à l'initiative du projet. Il travaille avec un ingénieur du son et un musicien, nourri de ses séances de travail avec Frédéric Boyer, et s'appuie sur une technologie singulière : l'enregistrement en son binaural, qui fait vivre à l'auditeur une lecture immersive passionnante où le texte tourne autour de lui.
- **À l'image de la nouvelle traduction, cette création originale permet de renouveler le langage biblique et de se réapproprier ses récits :** des histoires immortelles à travers lesquelles se jouent les grandes questions contemporaines de la liberté et de la responsabilité humaines, de la justice et de l'amour, de la guerre et du pouvoir, de l'exil et des migrations...



Mars 2021

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS POUR TOUTES LES GÉNÉRATIONS !

- **À l'occasion de la 32^e Semaine de la presse et des médias dans l'École qui s'est déroulée du 22 au 27 mars 2021, les titres du groupe Bayard ont uni leurs forces et se sont engagés, une fois encore, pour l'éducation aux médias.**
- Conférences animées par des journalistes d'*Astrapi* et *Phosphore* à destination des classes, format vidéo pour décrypter les photos d'actualité par *Phosphore*, publication d'un numéro spécial d'*1jour1actu* « Bien s'informer, c'est être libre », webinaire *1jour1actu le direct* autour du métier de grand reporter à destination des élèves de cycle 3...
- Comme chaque année, les mobilisations éditoriales ont été nombreuses et sur de multiples supports. Les rédactions de *La Croix* et *La Croix l'Hebdo* ont également pris part à l'opération en proposant un grand dossier sur l'éducation aux médias et en publiant son 34^e baromètre de la confiance dans les médias (Kantar pour *La Croix*).
- Pour la première fois, *La Croix* a proposé à 85 classes, avec le CLEMI, de réaliser une infographie ou d'illustrer à leur manière les résultats de ce baromètre.



Avril 2021

« OH MY GOD ! »

**LE PODCAST QUI FAIT
PARLER LES RELIGIONS...
QU'ON Y CROIT, OU PAS !**

- « Oh My God » est le nouveau podcast du magazine *Phosphore*, qui répond sans tabou aux questions des lycéens sur les religions.
- Est-ce qu'on peut dire « wallah » si on est chrétien ? C'est quoi le ramadan ? À quel moment sait-on qu'on est croyant ?
- Pour y répondre, des jeunes croyants et non-croyants, engagés au sein de l'association Coexister, partagent leurs vécus, leurs anecdotes et leur cheminement, mais aussi leur complicité et leurs désaccords.
- Une voix off complète ces échanges en soulignant les grands points de repère sur les religions et la laïcité.



Mai 2021

**MON HANDICAP...
ET SI ON EN PARLAIT ?**

- À l'occasion de la journée internationale du Vivre-Ensemble, le 16 mai, *Astrapi*, le magazine des 7-11 ans, a donné la parole à des enfants en situation de handicap.
- **Hannah, Nathan, Thomas, tous porteurs d'un handicap physique ou psychique, évoquent leur vie quotidienne, leurs joies, leurs peines, leurs coups de cœur.** Et donnent des conseils pour mieux se comporter avec « un enfant un peu différent ».
- Tous les trois expliquent en quoi leur différence est parfois difficile à vivre. **Un dossier qui permet d'éveiller les enfants au handicap à travers des témoignages.**
- Comme dans chaque numéro d'*Astrapi*, les jeunes lecteurs pourront trouver un supplément pédagogique détachable. Pour ce magazine spécial, un jeu de 50 cartes permet de découvrir quelques gestes de la langue des signes.



Juin 2021

**PRIX DE L'ACTION
ÉCO-DÉLÉGUÉE : ÉLÈVES,
COLLÉGIENS ET LYCÉENS
SE MOBILISENT EN FAVEUR
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE.**

- Le 4 juin 2021, le prix de l'Action éco-déléguée a été remis au ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse en présence de Jean-Michel Blanquer.
- Créé par *Phosphore*, *Okapi*, *Images Doc*, *We Demain 100% ado* et le ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, en partenariat avec l'Ademe et Citeo, **le prix de l'Action éco-déléguée de l'année récompense l'engagement des élèves, des collégiens et lycéens en faveur du développement durable.**
- Bravo aux 3 lauréats nationaux, aux lauréats académiques et à tous les participants. À l'année prochaine !

ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ÉDUCATION: 20 PROPOSITIONS PRIORITAIRES POUR CHANGER L'ÉDUCATION

- La soirée de restitution des États généraux de l'Éducation s'est déroulée le 1^{er} juillet de 18h à 20h à la maison de la Radio et de la Musique.
- Lancée en novembre 2019 par VersLeHaut, le think tank dédié aux jeunes et à l'éducation, avec plus de 80 acteurs éducatifs de tous horizons, dont Bayard (membre fondateur de VersLeHaut), **cette grande initiative citoyenne a pour objectif d'améliorer l'éducation en France.**
- Durant cette soirée, Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Éducation nationale, a notamment reçu un programme « prêt à emploi » et une charte de l'Éducation, remis par la société civile et des parlementaires de différentes sensibilités.
- Pour en savoir plus : <https://www.verslehaut.org/evenements/retour-sur-nos-rencontres/retour-sur-la-soiree-de-cloture-des-etats-generaux-de-leducation/>



ÉCRIRE L'HISTOIRE DE SA VIE: L'AVENTURE DE LA TRANSMISSION

- **Écrire, c'est transmettre, c'est parfois aussi dépasser des épreuves difficiles, prendre de la distance, se détendre, donner un sens à sa vie...** Un peu tout cela à la fois, et bien plus encore.
- Durant la période du confinement, de nombreux Français ont (re)trouvé et pris le temps de l'écriture à travers des récits, nouvelles, romans...
- Cette tendance a retenu l'attention du *Pèlerin*. Avec les rédactions de *Notre Temps* et de *La Croix*, il propose à tous ceux qui le souhaitent de **transmettre à ceux qu'ils aiment le récit de leur vie.**
- Grâce à des ateliers d'écriture, des master class animées par des écrivains et des journalistes ou à l'aide de dispositifs téléchargeables en ligne, ce projet offre une multitude d'idées et d'outils pour délier sa plume.
- Un projet mené en partenariat avec Aleph-Écriture, école d'écriture, et la start-up Entoureo.



VIA AETERNA: QUAND LA MUSIQUE RÉSONNE DANS LA BAIE DU MONT-SAINT-MICHEL

- **Via Aeterna, créé en 2018 à l'initiative de Bayard, ne ressemble à aucun autre festival de musique !**
- Parce qu'il est ancré dans le territoire, sur plusieurs communes de la baie du Mont-Saint-Michel et dans l'écrin de la Merveille.
- Parce qu'il rassemble chaque année en une programmation originale et inédite, l'excellence de la musique classique et de la musique sacrée, sous la houlette de René Martin, son directeur artistique mondialement connu et reconnu, créateur, entre autres, de la célèbre « Folle Journée » de Nantes.
- Parce qu'il fait chanter et vibrer les pierres de notre patrimoine : églises de campagne, abbayes, lieux sacrés, édifices insolites, lieux de partage...
- Parce qu'il est unique, original, prestigieux et convivial, à la portée de chacune et chacun et pour le plaisir de tous.



Octobre 2021

DÉBATTRE VRAIMENT ! 10 ENGAGEMENTS POUR UNE ANNÉE ÉLECTORALE

- À l'aube de la campagne présidentielle, *La Croix L'Hebdo* propose **dix engagements pour un débat honnête et sincère, qui n'occulte pas les divergences, mais permet de les exprimer sereinement.**
- Un appel relayé par plus de 100 personnalités publiques.

10 ENGAGEMENTS POUR UNE ANNÉE ÉLECTORALE

- 1 Lutter contre les fausses informations. S'abstenir de relayer celles dont on ignore la source.
- 2 Ne pas attaquer la vie privée, préserver l'intimité, y compris celle des personnes publiques.
- 3 Ne pas injurier, diffamer, humilier, dénigrer, harceler.
- 4 Refuser de transformer les réseaux sociaux en tribunaux populaires. Ne pas céder à la dénonciation et à l'indignation systématiques, qui ne peuvent tenir lieu de pensée argumentée.
- 5 Veiller à ne pas déformer des propos et à ne pas les sortir de leur contexte.
- 6 Ne pas utiliser l'anonymat ou le pseudo pour contourner les règles de civilité ou biaiser le débat.
- 7 Ne pas enfermer les interlocuteurs dans des identités figées, d'origine, de genre, d'âge, de religion, de classe sociale.
- 8 Écouter le point de vue de l'autre jusqu'au bout, sans dramatiser les désaccords.
- 9 Accepter la complexité, dire les nuances, pour ne pas s'en tenir à des oppositions frontales.
- 10 Entendre la parole des plus faibles et, plus largement, celle qui s'exprime moins dans les médias ou sur les réseaux sociaux.



Novembre 2021

HÉROS ANONYMES ET ENGAGÉS, HÉROS DE NOTRE TEMPS !

- À la tête de leur association ou de leur entreprise, des héros ordinaires se mettent chaque jour au service des autres. **Avec peu de moyens et beaucoup de passion, ces femmes et ces hommes changent la vie.**
- Leurs structures ou leurs projets, souvent connus dans leur milieu, le sont moins du grand public : c'est pourquoi chaque année le mensuel *Notre Temps* braque les projecteurs sur ces héros, à travers son grand prix des Héros.
- Les lecteurs du magazine sont déjà très nombreux à être engagés dans des associations. Avec ce prix, ils découvrent de nouvelles raisons de se mobiliser, facilement, près de chez eux, grâce à ces femmes et ces hommes qui incarnent par leur engagement des valeurs de cohésion sociale et de générosité.

4

NOTRE IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Raconter le monde tel qu'il est avec lucidité et confiance, montrer tout ce qui avance et donner envie d'agir ; engager notre propre transformation écologique en cohérence.



NOTRE ENGAGEMENT ÉDITORIAL

- Notre principal impact en matière environnementale est de sensibiliser aux enjeux de la transition écologique quels que soient l'âge, les idées et le niveau de connaissance du public visé. Alors que « la maison brûle », nous nous devons d'informer, lutter contre les raidissements et les fermetures, favoriser l'écoute et le dialogue, donner lieu à espérer et agir. Concrètement : produire l'information, les récits et les imaginaires qui fournissent les clés de compréhension et les ressources pour agir.
- Recenser ici l'ensemble des articles, dossiers, reportages, histoires, portraits, témoignages, rencontres, études, enquêtes... qui traitent des enjeux écologiques dans nos pages est impossible, tant ces sujets irriguent nos lignes éditoriales et notre responsabilité d'éditeur.
- Précisons simplement le soin que nous portons à ne pas simplifier la réalité, à la dire sans angélisme ni catastrophisme, à ne pas opposer les gens ni les idées, à adapter ton et discours à chacun de nos publics.

À l'image de l'encyclique du pape « Laudato si' », **nous défendons une écologie intégrale où dignité humaine, justice sociale et soin de la Terre sont indissociables**, où les enjeux sociaux et sociétaux sont aussi importants que les enjeux environnementaux.



NOTRE ENGAGEMENT D'ENTREPRISE

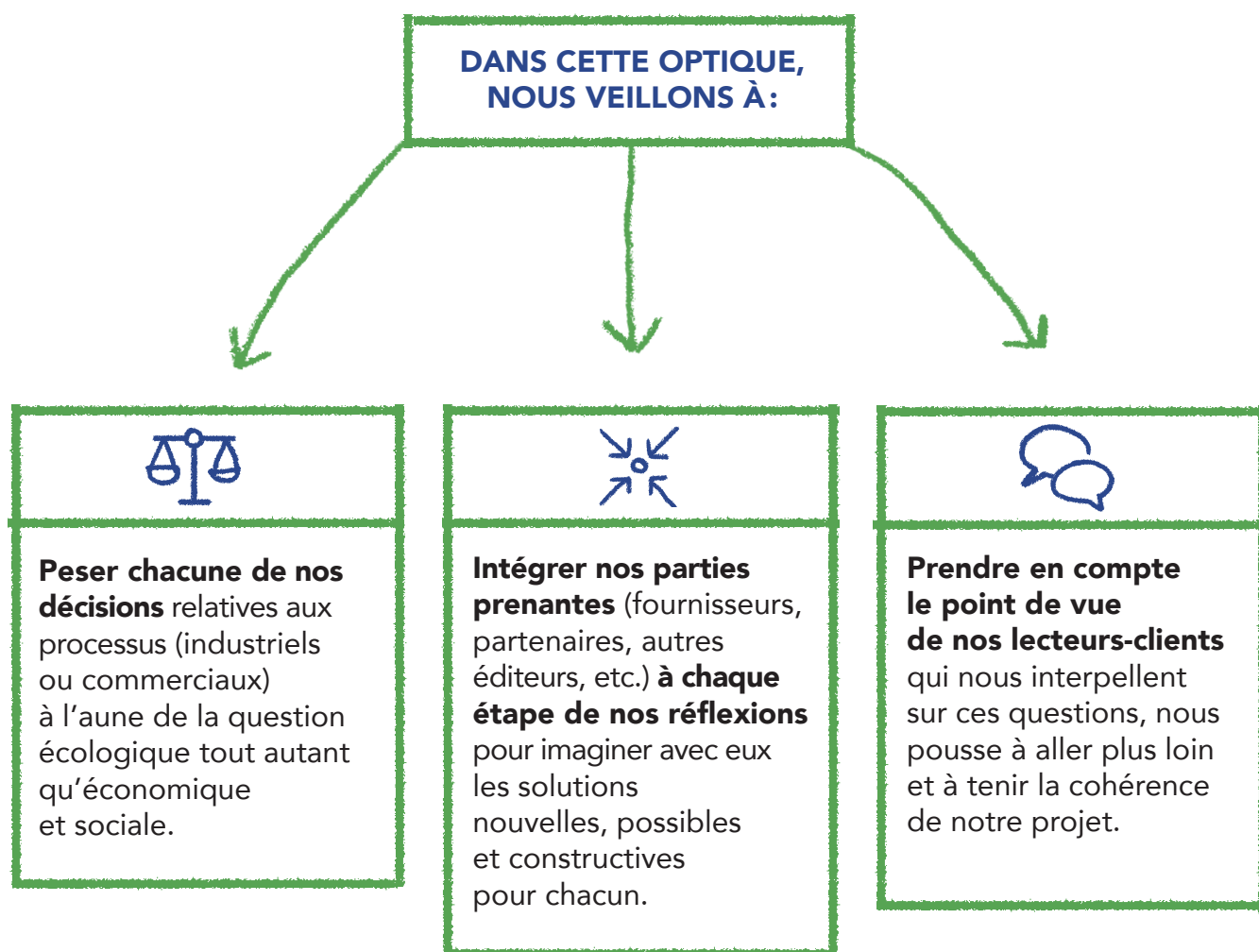
- La pierre angulaire de nos actions au service de la transition écologique est la cohérence. Nous avons à cœur de garantir la symétrie entre l'attention que nous portons à ce que nous écrivons dans nos publications et la façon dont ces dernières sont produites.
- Notre entreprise, par son histoire et son projet, se doit de porter cette double responsabilité par des actions concrètes et exemplaires, mais aussi avec une grande humilité tant les enjeux sont complexes, interdépendants et créateurs de dilemmes.
- Il serait compliqué de définir le point de départ de notre engagement écologique en matière de production : même si la préservation des ressources et le devoir de vigilance envers nos fournisseurs ont toujours été une ligne de fond, la recherche du moindre coût a longtemps guidé nos choix industriels.
- Comme beaucoup, nous avons démarré par des actions au sein même de Bayard et mis en place toute une série d'écogestes et de bonnes pratiques pour vivre et travailler ensemble, en cohérence avec l'engagement éditorial. Premiers pas indispensables vers un engagement plus large et plus systémique.
- Un premier bilan carbone de nos activités jeunesse en 2008 a posé les jalons d'un mouvement qui s'est amplifié dans le temps, concomitamment avec la prise de conscience de la société sur les enjeux écologiques que nous traversons.

En 2018, l'élaboration d'une **analyse de matérialité**, complétée par un **bilan carbone**® de l'ensemble de nos activités en France (scopes 1, 2 et 3) réalisé avec le cabinet Carbone 4, nous a permis d'identifier les grands enjeux pour le groupe et d'établir un plan d'action ambitieux sur le plan environnemental.

→ **L'analyse de matérialité** est un outil de construction de la stratégie RSE qui identifie les enjeux d'une entreprise, les hiérarchise par ordre de priorité et permet la construction d'un dialogue avec ses parties prenantes.

→ **Le bilan carbone**® est un outil qui permet de comptabiliser les émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre d'une organisation.

Cette démarche, que nous devons sans cesse poursuivre, a nécessité de revisiter l'ensemble des cycles de vie de nos productions afin d'en atténuer les impacts environnementaux et plus particulièrement les émissions de CO₂.



La déclaration de performance extra-financière (p. 37) présente les principaux enjeux, issus de notre analyse de matérialité et de la cartographie des risques RSE, les politiques mises en œuvre autour de ces enjeux ainsi que l'analyse des indicateurs clés de performance de ces politiques.

Arrêtons-nous ici sur deux actions structurantes mises en place ces dernières années, qui guident tout particulièrement nos actions de réduction de notre empreinte carbone.



L'ÉLABORATION D'UNE CHARTE D'ACHATS RESPONSABLES EN 2018

- Conscients de la place toute particulière de nos achats et de notre chaîne d'approvisionnement dans les impacts environnementaux liés à nos activités, nous avons choisi d'ancrer notre responsabilité dans une approche collaborative, ouverte et transparente avec nos fournisseurs. Ainsi, notre Charte d'achats responsables clarifie nos attentes à l'égard de nos partenaires et fournisseurs, et précise nos engagements tout au long de notre chaîne d'achats et d'approvisionnement.
- Nos engagements en la matière sont déclinés dans la sélection des offres qui nous sont soumises ; dans le cahier des charges de nos appels d'offres ; dans nos accords contractuels ; et plus généralement tout au long de la vie des contrats que nous nouons avec nos fournisseurs et partenaires.

Nos trois principaux engagements environnementaux sont les suivants :

Réduire notre empreinte carbone, en nous assurant des engagements environnementaux et des bonnes pratiques environnementales de production de nos partenaires et fournisseurs, en optimisant la logistique de transport et en privilégiant autant que faire se peut des productions locales.

Porter une attention particulière à la traçabilité de la matière première et aux bonnes pratiques de production dans la fabrication des livres, notamment ceux produits en Asie. Pour répondre à ces enjeux particulièrement cruciaux, nous demandons à nos fournisseurs d'adhérer au Book Chain Project, organisme dédié au livre, qui source notamment l'origine des papiers et pâtes à papier, l'utilisation des matériaux et produits.

Réduire les impacts négatifs de nos activités sur les forêts menacées, en augmentant notre utilisation de papiers recyclés, en nous fournissant en Europe à 100 % en papiers certifiés FSC ou PEFC, et en Asie au minimum en papier gradé PREPS 3 par le Book Chain Project.

1

À la suite de notre bilan carbone®, nous avons pu construire un outil de mesure de notre empreinte carbone qui éclaire nos choix en calculant les émissions de CO₂ liées aux différentes solutions d'approvisionnement ou de fabrication de nos titres de presse, depuis la production du papier jusqu'à la livraison des magazines (achat papier, localisation de la production, impression, etc.).

2

Cette calculette nous permet d'arbitrer entre des choix d'économie et des choix de réduction de nos émissions de CO₂. Parfois les écarts de prix sont faibles entre deux solutions identiques et le choix de la solution la moins émettrice de CO₂ est aisé à prendre. Les choses se compliquent quand une solution plus vertueuse est beaucoup plus coûteuse et nous met face à un choix difficile.



LA MISE EN PLACE D'UNE «CALCULETTE CARBONE» EN 2020

3

Pour affronter ce type de dilemme, nous avons choisi de dédier un budget d'investissement spécifique, en posant **un prix de 100 € pour une tonne de carbone émise**, qui nous permet de financer le surcoût entraîné par les choix plus vertueux sur le plan écologique, mais plus coûteux sur le plan économique.

4

Cette calculette permet le calcul objectif des émissions CO₂ d'un scénario industriel de production papier presse. **Nous sommes en train de construire le même outil pour la production de nos livres.** Et nous lançons en fin d'année **un bilan carbone de nos émissions de CO₂ liées spécifiquement à nos productions numériques**, afin de pouvoir mener le même travail d'arbitrage et de diminution de l'ensemble de nos émissions de CO₂, quel que soit le support de nos publications.



NOTRE IMPACT SOCIAL : DE L'IMPORTANCE DE S'ENGAGER AVEC ET AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DE NOS PARTIES PRENANTES

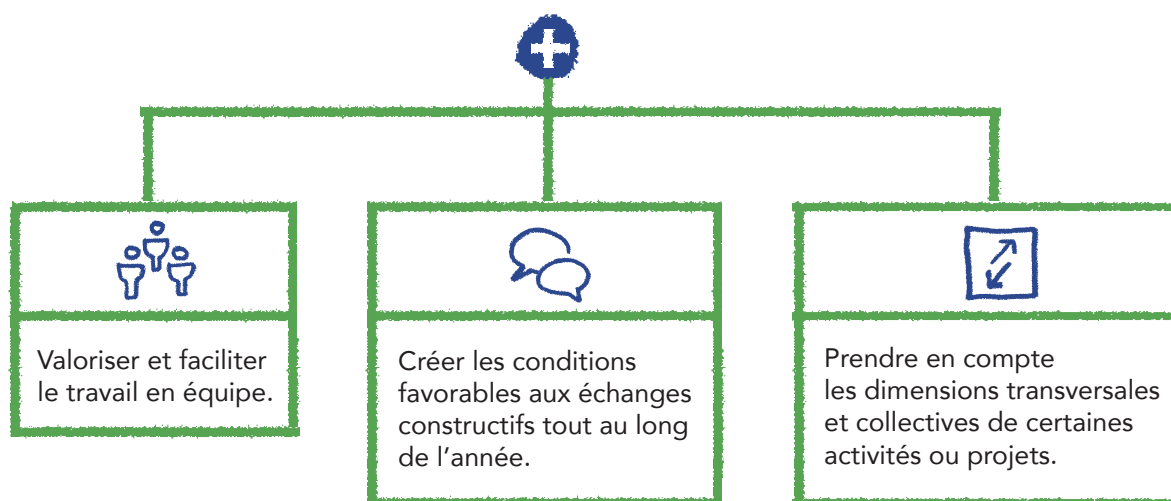
Dans un même mouvement de cohérence entre les mots que nous adressons à nos lecteurs et les choix industriels que nous posons, nous portons une attention particulière aux liens que nous entretenons avec nos collaborateurs, nos fournisseurs et nos partenaires.

*D'une manière générale, **notre responsabilité sociale, sociétale et environnementale ne pourra s'accomplir que dans la coopération et le dialogue avec l'ensemble de nos parties prenantes** : lecteurs, salariés, contributeurs, partenaires de tous horizons et fournisseurs. C'est dans le croisement des talents, des métiers, des contributions de chacun et des convictions de l'entreprise que se forge le changement.*

Une politique sociale basée sur le collectif et l'équité

- Les questions d'égalité professionnelle (rémunération, déroulement de carrière et respect des personnes), de transparence et d'équité ; mais aussi l'importance du maintien d'un dialogue social de qualité ; la coopération et la solidarité ; et enfin, celle du management (exemplarité, confiance, responsabilité, délégation et subsidiarité) constituent le socle de notre pacte social.
- **Aujourd'hui, tout n'est pas parfait.** Certains enjeux, comme celui de la diversité au sein du groupe, sont encore à accomplir ou à accélérer et toujours, nous nous devons de tenir le cap là où nous avons acquis une certaine maturité qui nous singularise.
- **Nous posons un principe de solidarité très fort entre les secteurs** en étant attentifs à traiter avec autant de soin les secteurs en difficulté que les plus florissants, afin que les salariés, où qu'ils travaillent, se sentent également considérés. Nous cherchons aussi en permanence à susciter la conscience de l'interdépendance entre les secteurs et les métiers.

- Le programme Ressources humaines de Bayard déployé en 2018 en entérinant **la suppression des entretiens individuels d'évaluation au profit d'entretiens individuels et collectifs, plus réguliers et plus féconds**, marque la volonté d'accompagner en continu chacun d'entre nous dans son développement professionnel.



- La politique de rémunération se doit d'être cohérente avec cette dimension de solidarité et du collectif.** Ainsi, à Bayard, il y a peu de rémunérations variables. Quand elles existent, elles sont fondées sur les résultats de l'ensemble de l'entreprise, non sur celui du secteur d'appartenance.
- La politique d'augmentation donne une place significative aux augmentations collectives négociées avec les organisations syndicales.** Cette place donnée à la reconnaissance égalitaire, y compris quand le contexte économique est difficile, contraste avec la politique salariale très individualisée de certaines entreprises. Une attention et un effort particuliers sont portés chaque année sur les plus bas salaires. Ainsi, dans le cadre des accords d'entreprise portant sur la Négociation annuelle obligatoire, les augmentations les plus importantes sont réservées aux salaires les plus bas, ainsi que sur la réévaluation du salaire minimum d'embauche et du barème minimal de piges.
- Enfin, nous nous attachons à restreindre les écarts de salaire : entre les 10 plus hauts et les 10 plus bas, le coefficient multiplicateur est situé entre 7 et 8**, ce qui est relativement faible au regard de la pratique générale des entreprises.

La recherche de qualité du dialogue social avec les organisations syndicales est un fondement de notre politique sociale. Même si, du côté de la direction comme des syndicats, nous ne réussissons pas toujours à lever toutes les oppositions et à se départir de nos postures de retranchement, nous signons à Bayard beaucoup d'accords d'entreprise et nous mettons toute notre énergie, de part et d'autre, à conserver des relations constructives et de qualité.

Partenaires et fournisseurs: tisser des relations de confiance et de coopération, et tenir notre devoir de vigilance

À l'heure des défis écologiques, de la responsabilité et du devoir de vigilance que nous avons vis-à-vis de nos prestataires, il est plus que jamais crucial de maintenir les relations de confiance que nous avons tissées avec eux au fil des ans et d'accélérer les coopérations qui permettront de **trouver ensemble les solutions nouvelles pour une transition réussie.**

Notre Charte d'achats responsables nous guide et nous oblige à s'assurer des bonnes pratiques et conditions de travail de nos fournisseurs et prestataires, ainsi que de la **mise en place d'actions en vue d'améliorer la protection et limiter la précarisation de leurs employés.**

Nous avons évidemment une vigilance toute particulière en cas de sous-traitance de prestations de service hors de nos frontières.

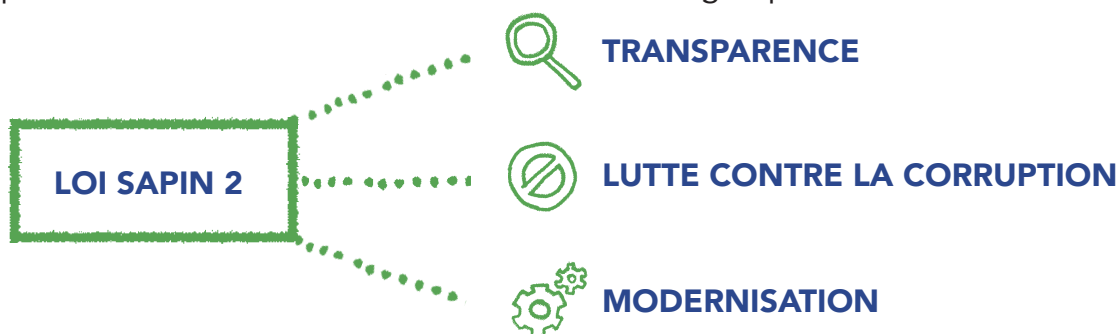
Par ailleurs, les relations que nous entretenons avec notre écosystème se veulent équilibrées, afin de générer le maximum de retombées positives pour chaque partie prenante. Cet équilibre repose sur une discussion transparente, permanente et pragmatique avec nos partenaires et fournisseurs, basée évidemment sur les **enjeux économiques, mais également sur les enjeux sociaux et environnementaux.**

Ainsi, **nous nous engageons à sélectionner nos fournisseurs et partenaires de manière impartiale, sur la base de critères transparents** et précis déclinés dans nos grilles de sélection par catégorie d'achats. Nous nous engageons également à veiller à éviter tout lien de dépendance économique avec nos fournisseurs.

Plus d'informations sur les enjeux de fabrication et d'achat dans la partie DPEF (C. 2.).

LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

- Les exigences de la loi du 9 décembre 2016 dite « Loi Sapin 2 » relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique sont l'occasion de formaliser des règles appliquées depuis des années dans la conduite des affaires du groupe.



- L'article 17 de la Loi Sapin 2 impose en effet aux entreprises de taille intermédiaire – dont Bayard fait partie – de **mettre en place en interne des mesures préventives anticorruption**. Ainsi, afin de définir et repérer les différents types de comportements à proscrire, un Code de bonne conduite établi en 2018, propre à Bayard, qui décline spécifiquement la démarche de prévention et de détection des faits de corruption du groupe.
- À cet outil s'ajoute un Code de bonne conduite Achats, qui rappelle les règles de conduite professionnelles et personnelles à respecter pour assurer les conditions d'une concurrence loyale et un processus de sélection équitable de nos fournisseurs et partenaires. Il contient des dispositions précises relatives aux conflits d'intérêts, aux cadeaux et invitations.

LE RESPECT DES DROITS DE L'HOMME

- Nous accordons une importance particulière au respect des normes internationales en matière de droits de l'homme, notamment de droits du travail, chez nos fournisseurs et partenaires. Dans ce contexte, le respect des principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme est une condition préalable à toute collaboration.
- Ces principes clarifient les modalités de respect, quels que soient les pays où les fournisseurs opèrent, des principes de la Déclaration universelle des droits de l'homme (éditée par l'ONU en 1948) et des conventions de l'Organisation internationale du travail (OIT), notamment le travail forcé, la santé et sécurité des travailleurs, la discrimination, la représentation des salariés et le dialogue social, les pratiques disciplinaires, les heures travaillées et les rémunérations.

Les lecteurs au cœur du projet



« MON PATRON, C'EST LES ENFANTS ! »

À l'image de cette formule énoncée par un directeur artistique de Bayard Jeunesse et adoptée par l'ensemble des équipes, **la place que nous accordons aux lecteurs dans notre travail est centrale.**

- Ainsi, même si nos lecteurs ne sont pas (encore) dans la gouvernance, ils sont évidemment au cœur de nos préoccupations et nous sommes vigilants à développer toute forme de présence sensible à leurs côtés à travers la venue des équipes ou des auteurs dans les écoles, les médiathèques, des ateliers, des journées portes ouvertes, conférences, expositions, rencontres, voyages, pèlerinages, festivals...
- Nous organisons de nombreux événements qui nous permettent de partir à la rencontre de nos lecteurs, de les écouter et de créer les liens qui enrichissent nos publications et nourrissent notre création éditoriale.

LE « COURRIER DES LECTEURS » : UNE INTERACTION CONTINUE ET PUISSANTE AVEC NOS LECTEURS

Courriers et mails reçus en moyenne par semaine

Chaque question fait l'objet
d'une réponse

50



Pomme
d'Api

100



Le Pèlerin

100



Astrapi

430



La Croix

AU CONTACT DE PLUS DE 4 500 ENFANTS CHAQUE ANNÉE

Des enfants et des adolescents, à Bayard, on en rencontre toute l'année : dans leurs classes pour des séances d'éducation aux médias, des lectures d'histoires ou des tests de sujets, en visite dans nos bureaux, ou avec leurs parents l'été dans des festivals. Chaque histoire publiée est d'abord testée auprès d'enfants grâce à nos partenariats avec des écoles. Il arrive même que des journalistes partent en reportage avec un enfant, comme le fait Images doc.

Qualité et transparence de la relation clients pour un lecteur-client au cœur du projet d'entreprise

- À Bayard, le credo de la relation clients, c'est de **permettre à chacun de découvrir et partager des contenus culturels qui enrichissent humainement et soient source de création de valeur pour l'entreprise.**

Pour mettre en œuvre nos engagements, nous apportons la même attention à nos opérations commerciales qu'à nos propositions éditoriales :



Parce que chacun de nos clients est unique, nous choisissons de personnaliser le plus possible la relation que nous tissons avec lui. Nous souhaitons lui proposer une offre la plus large possible avec des contenus personnalisés venant de Bayard ou d'entreprises extérieures. Nous portons une attention particulière à la pression commerciale en menant un important travail sur nos bases de données afin de pouvoir diminuer le nombre de nos sollicitations et simplifier les parcours de nos clients.



Nous avons également choisi de **transformer certaines de nos opérations commerciales pour être en cohérence avec nos engagements.** Par exemple, ces dernières années, nous avons drastiquement diminué les cadeaux-objets liés aux abonnements, pour les remplacer par des cadeaux imprimés (livres, hors-séries). C'est un vrai changement pour nos abonnés, et les réactions sont très positives. Nous devons poursuivre cet effort et l'étendre à l'ensemble de nos publics. (Cf. DPEF p.48)

- Renforcer la proximité pour une relation de confiance avec nos clients : avec le développement du numérique et de l'immédiateté, nous nous devons d'assurer dans la durée une véritable relation humaine avec nos lecteurs-clients qui peuvent facilement contacter les conseillers de nos centres de relation clients situés en France.
- Enfin, d'un point de vue organisationnel, un comité stratégique a été mis en place pour développer la culture client au sein l'entreprise et porter, de manière transversale et concertée, tous les projets déployés en leur faveur, quel que soit le public concerné.

NOTRE IMPACT ÉCONOMIQUE : UNE CRÉATION DE VALEUR PARTAGÉE

- Notre actionnaire fondateur a choisi de ne pas percevoir de dividende et porte une exigence de rentabilité raisonnable vis-à-vis de l'entreprise. Elle doit être suffisante pour pérenniser notre indépendance, garante d'une parole fiable et crédible pour nos publics, et permettre de poursuivre nos investissements. **Ainsi, chaque année, chaque euro gagné est réinvesti dans la création.**
- 2020 et 2021 auront été marquées par la pandémie de Covid-19 qui a profondément bouleversé la société. Cette crise a joué un rôle de catalyseur d'évolutions déjà engagées depuis quelques années, accélérant certaines ruptures ou accentuant des forces, faiblesses ou déséquilibres.

2020-2021 : un exercice budgétaire et un contexte très particuliers

- Pour le groupe Bayard, cet exercice* peut être qualifié d'exceptionnel aux deux sens du terme.
 - ➔ **Exceptionnel par la période traversée**, pendant laquelle toutes nos propositions éditoriales, papier ou numériques, ont contribué à préserver le lien social nécessaire à l'équilibre de chacun à travers un regard ouvert sur l'actualité et une vision positive de la vie.
 - ➔ **Exceptionnel par la performance de ses activités**, notamment à destination du public jeunesse, dont les productions à la fois éducatives et ludiques ont su rencontrer l'attente des parents et des enfants pendant cette année où se sont succédé des périodes de confinement ou de restrictions des activités.
- Cette double tension nous conforte dans notre mission d'information et d'éducation, nous permet d'investir pour la poursuivre et l'amplifier et nous oblige à tenir nos exigences de qualité de contenus et de relations que nous tissons avec nos lecteurs-clients.

*L'exercice budgétaire de Bayard court du 1^{er} juillet N au 30 juin N+1. Les chiffres clés de cet exercice sont présentés en page suivante, le rapport de gestion est présenté en page 59.



CHIFFRE D'AFFAIRES

Par rapport à l'exercice précédent:

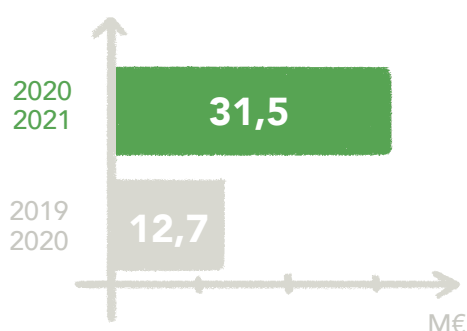
+5,7%

+9,3% (à change
et périmètre constants)

Le chiffre d'affaires consolidé de l'exercice s'élève à **348,5 M€**, en hausse de 5,7 % et de 9,3 % (à change et périmètre constants) par rapport à l'exercice précédent.



MARGE OPÉRATIONNELLE



La marge opérationnelle du groupe s'élève à **31,5 M€**, soit 9 % du chiffre d'affaires, contre 12,7 M€ et 3,9 % du chiffre d'affaires en 2019-20.

Part du
chiffre d'affaires



2019 - 2020

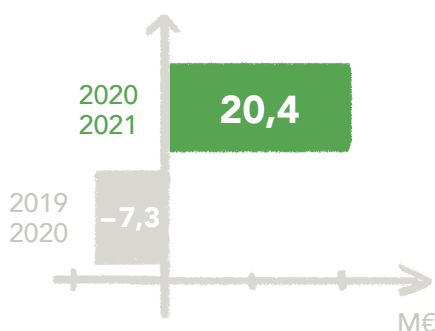
Part du
chiffre d'affaires



2020 - 2021



RÉSULTAT NET



Le résultat net du groupe s'élève au 30 juin 2021 à **+20,4 M€**, contre -7,3 M€ l'année précédente (le résultat 19-20 avait été grevé par le double effet des crises sanitaire et Prestalis qui avaient fragilisé les comptes du groupe en dépit d'un dynamisme de ses activités).



TRÉSORERIE

30 juin
2020



93,3 M€

30 juin
2021



113,1 M€

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 **113,1 M€** au 30 juin 2021 contre 93,3 M€ au 30 juin 2020.

Notre modèle d'affaires



NOTRE MISSION

Informer, éduquer, éveiller les consciences en créant les liens qui donnent à chacun la capacité d'agir, de se révéler, d'imaginer et de changer le monde à tous les âges de la vie.



NOTRE ACTIVITÉ

Production et diffusion de biens et de services culturels pour la jeunesse, les publics adultes, seniors et chrétiens.



NOS PRODUITS ET SERVICES CLÉS

Pour la jeunesse, les publics adultes, seniors et chrétiens.

Magazines, revues et journaux ;
livres, BD, album et beaux livres ;
jeux ;
sites, applications, contenus et plateformes numériques ;
séries animées ;
production musicale ;
événements culturels ;
agence médias et éditions déléguées ; etc.



NOS PARTENAIRES CLÉS

Nos lecteurs-clients, leur exigence, leur confiance et leur fidélité.

Nos fournisseurs (imprimeurs, papetiers, routeurs, prestataires chaîne marketing, etc.).

Nos diffuseurs (libraires, marchands de journaux, plateformes numériques, etc.).

Des ONG et mouvements associatifs engagés pour le bien commun.

Nos partenaires institutionnels : École, État et Église.

Nos partenaires médias et annonceurs.



NOS RESSOURCES CLÉS

Une histoire longue (bientôt 150 ans!).

Un actionnaire unique et fondateur du groupe.

1 730 salariés dans le monde.

Une implantation territoriale et internationale.

7 100 contributeurs extérieurs : 800 journalistes pigistes, plus de 6 200 auteurs et 100 intermittents du spectacle.

Toutes les ressources et matières premières nécessaires à la fabrication et à la diffusion de nos productions papier ou numériques. Ressources que nous nous devons, avec nos fournisseurs, de gérer durablement dans un cadre contraint de diminution de notre empreinte écologique.

Notre capital financier, qui doit garantir notre indépendance, garante d'une parole fiable et crédible, et nous permettre de poursuivre nos investissements.



NOTRE CRÉATION DE VALEUR

À travers toutes nos propositions culturelles et d'information, donner à chacun la possibilité de :

- Comprendre et imaginer le monde.
- Découvrir le plaisir de lire pour apprendre et créer tout au long de sa vie.
- Grandir et être soi.
- Repérer et tisser les liens fertiles qui contribuent à une société de lien et de dialogue.
- Trouver les clés pour agir avec espérance et lucidité.



UNE GOUVERNANCE ET UN MODE DE FONCTIONNEMENT COHÉRENTS AVEC NOS ENGAGEMENTS ET MOBILISATEURS D'ÉNERGIES

La culture du collectif et le sens du consensus

→ **À BAYARD, LA CULTURE DU «NOUS»
S'INCARNE À TOUS LES NIVEAUX DE L'ENTREPRISE.**

Au plus haut niveau tout d'abord : Bayard est une entreprise dirigée par un Directoire avec un Conseil de surveillance, où le dialogue et la recherche de consensus ne sont pas des vains mots, où les attentes respectives de chacun doivent être comprises et partagées.

Mais aussi au sein des équipes, qui donnent une place importante à la collégialité. Les grands secteurs de l'entreprise sont très différents par leurs publics ou leurs modèles économiques. Notre enjeu est que chacun, malgré ces diversités, se sente coacteur d'un projet commun.

Favoriser la plus large participation possible de tous au projet de Bayard a toujours guidé notre fonctionnement d'entreprise. Nous ne voulons laisser personne au bord de la route.

Au-delà de cet objectif d'inclusion, nous sommes convaincus que c'est la rencontre des diversités de regards qui permet la créativité. À l'heure où nous devons refonder nos modèles économiques face à la transformation des médias et aux nouveaux usages de lecture, c'est encore plus crucial.

Une organisation apprenante qui mise sur l'intelligence collective et la transmission

- La volonté d'associer chacun, de favoriser la transversalité et le décloisonnement de l'entreprise s'incarne notamment dans notre université d'entreprise et dans notre programme de formation « entreprise apprenante ».



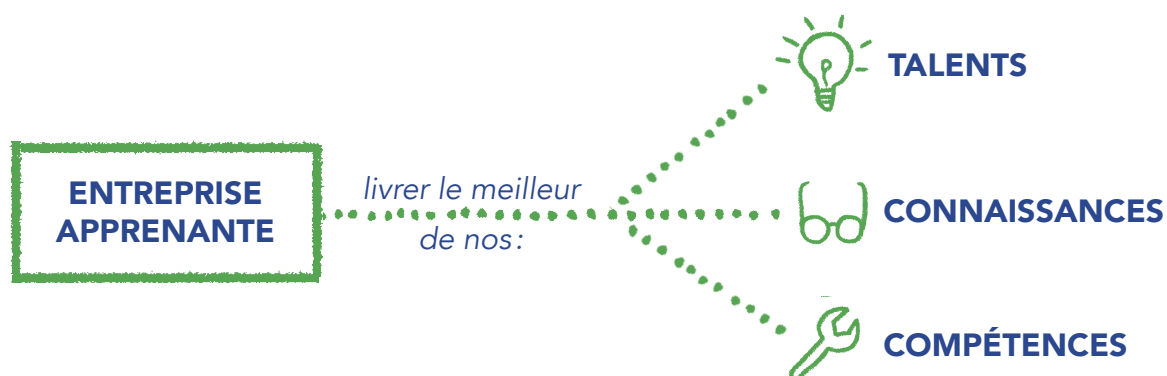
- L'Université Bayard, créée il y a plus de vingt ans, est un lieu privilégié où s'échangent, s'enrichissent les expériences, les connaissances et les compétences accumulées au sein du groupe.
 - Un lieu pour transmettre, mais aussi renouveler la culture de l'entreprise.
 - Un lieu tourné sur l'extérieur qui accueille chercheurs, écrivains, hommes et femmes politiques, artistes ou chercheurs pour une réflexion et un savoir commun.
 - Un lieu pour comprendre, apprendre, échanger, afin d'anticiper et inventer demain.
 - Un lieu ouvert à tous les salariés, qui mise sur l'intelligence collective et la capacité de tous à coopérer, s'enrichir et grandir autour d'un projet partagé, au service de nos lecteurs.

L'Université propose des conférences, des groupes de travail et de recherche, des séminaires et une journée annuelle dédiée à ce type de rencontres, qui combinent échanges de savoirs internes et extérieurs. Ces propositions sont élaborées autour de grands sujets d'actualité, de thèmes en cohérence avec les réalités de l'entreprise ou les attentes et évolutions de nos publics et de la société.

Ces ateliers, rencontres ou conférences sont ouverts à tous les salariés de Bayard quel que soit leur métier ou leur statut (éditeurs, journalistes, commerciaux, directeurs artistiques, graphistes...) et organisés sur des horaires facilitant la participation de tous. Libre à chacun d'y participer selon ses centres d'intérêt et ses besoins.

Les formations « entreprise apprenante »

- La notion d'entreprise apprenante nous conduit à trouver des façons nouvelles de travailler ensemble pour livrer le meilleur de nos talents, de nos connaissances et de nos compétences et continuer ainsi à s'enrichir par son travail, mais aussi par la transmission de ses connaissances, expériences, expertises ou savoir-faire.



- Le service Formation de Bayard propose ainsi des modules de formations internes conçus par et pour les salariés de Bayard, en cohérence avec les besoins de l'entreprise et inscrits au Plan de formation.

Aujourd'hui le catalogue propose **plus de 20 formations assurées par des salariés de Bayard** accompagnés par la DRH, d'une durée allant d'une demi-journée à deux journées sur des thèmes aussi variés que :

- les principes de l'écologie intégrale ;
- le droit du travail ;
- écrire pour le web ;
- travailler sur les réseaux sociaux ;
- diffusion et abonnement d'un titre de presse ;
- s'approprier et utiliser les outils collaboratifs ;
- droit de la photo ;
- comprendre le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) ;
- la Loi Sapin ;
- le référencement web ;
- les bases du marketing digital ;
- etc.

LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE : 17 OBJECTIFS POUR TRANSFORMER NOTRE MONDE, LA PART DE CONTRIBUTION DE BAYARD

« La recherche de la vie bonne, avec et pour autrui, dans des institutions justes. »
La « visée éthique » selon PAUL RICŒUR¹

- **Les objectifs de développement durable des Nations unies (ODD)² sont un appel à l'action de tous les pays – pauvres, riches et à revenu intermédiaire – afin de promouvoir la prospérité tout en protégeant la planète.** Ils reconnaissent que mettre fin à la pauvreté doit aller de pair avec des stratégies qui développent la croissance économique et répondent à une série de besoins sociaux, notamment l'éducation, la santé, la protection sociale et les possibilités d'emploi, tout en luttant contre le changement climatique et la protection de l'environnement.



- L'atteinte des ODD dépend de la mobilisation de tous, acteurs publics comme privés. Les entreprises ont donc un rôle clé à jouer, une responsabilité sociétale pour contribuer à une transition écologique et solidaire.
- **Par son engagement éditorial ou auprès d'ONG ou associations qui œuvrent pour le bien commun et par ses propres modes de fonctionnement et de production, Bayard contribue à réinventer un modèle de société plus juste socialement et à préserver l'environnement.**

¹ Soi-même comme un autre, éd. Seuil, 1990 (rééd. coll. Points Essais, 2015)

² Source : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/>

- Ainsi, lorsque nous nous engageons, face aux urgences environnementales, sociales et sociétales, à ce que chacun de nos projets soit contributif à l'émergence d'un futur souhaitable et à porter cette exigence jusque dans le propre fonctionnement du groupe.
- Lorsque mus par un souci d'égalité des chances et d'accès à la culture, nous souhaitons élargir notre mission d'information et d'éducation auprès du plus grand nombre.
- Enfin, lorsque nous nous attachons à relier les personnes au-delà de leurs différences parce que nous croyons à la force de l'écoute et du dialogue.



**NOUS CONCOURRONS, À NOTRE MESURE,
À L'ATTEINTE DE CERTAINS DE CES OBJECTIFS.**

3  Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.	4  Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.	
5  Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.	10  Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.	12  Établir des modes de consommation et de production durables.
13  Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.	16  Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.	17  Renforcer les moyens de mettre en œuvre le Partenariat mondial pour le développement et le revitaliser.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Pour apprendre à construire et à dire un monde commun, pour donner lieu à espérer, à agir et renvoyer au monde ce qu'il a de meilleur en lui, Bayard entend poursuivre sa mission sociétale d'éditeur-médiateur et accélérer sa stratégie d'impact et RSE (engagements sociaux et environnementaux) pour les années à venir.

Nous recherchons constamment un chemin de progrès. Aujourd'hui, tout n'est pas parfait, c'est sûr, mais nous mettons toute notre énergie pour rechercher des solutions toujours plus durables. Nous savons que nos lecteurs-clients soutiennent cette démarche et attendent de nous encore plus de changements.

De nombreux chantiers RSE s'ouvrent à nous pour les mois à venir : la relocalisation de l'impression de certaines de nos productions, l'amélioration de la « recyclabilité » de nos publications papier ; davantage de diversité au sein de Bayard ; un travail de fond sur notre empreinte numérique ; etc.

Avec, comme ligne de mire, la réduction de notre impact environnemental et la progression de notre impact social et sociétal.

PARTIE I

**Notre responsabilité
sociétale d'entreprise :
stratégie et engagements**

Rédaction et coordination :

Violaine Chaurand

Direction de la RSE

Direction artistique et maquette :

Quitterie Belleau

Secrétariat de rédaction :

Nathalie Kouyoumdjian

PARTIE II

**Déclaration de performance
extra-financière**

Rédaction : Odile Pickel

Audit interne

Coordination :

Claire Ferrand - Communication
interne & institutionnelle

Direction artistique :

Quitterie Belleau

Maquette : Ophélie Morice

PARTIE III

**Rapport annuel
de gestion**

Rédaction : Muriel Huot

Direction financière

Coordination :

Claire Ferrand - Communication
interne & institutionnelle

Direction artistique :

Quitterie Belleau

Maquette : Ophélie Morice



DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA FINANCIÈRE

2020
2021

Novembre 2021

SOMMAIRE

1. DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE 2020/2021

A PÉRIMÈTRE ET PÉRIODE DE REPORTING p. 39

B MODÈLE D’AFFAIRESp. 29 & 40

1) La gouvernance du groupe bayard p. 40

2) Les activités du groupe bayard p. 41

3) La création de valeur p. 41

4) Tendances et facteurs d’évolution pour
l’avenir p. 42

5) Stratégie et gouvernance RSE p. 42

C PRÉSENTATION DES PRINCIPAUX ENJEUX
ISSUS DE LA CARTOGRAPHIE DES
RISQUES RSE, POLITIQUES MISES EN
ŒUVRE ET ANALYSE DES INDICATEURS DE
PERFORMANCE p. 43

1) Nos collaborateurs p. 43

2) Enjeux fabrication et achats p. 48

2. ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES 2020/2021 p. 48

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 2020/2021



PÉRIMÈTRE ET PÉRIODE DE REPORTING

La présente DPEF concerne l'ensemble des sociétés du groupe Bayard en France (1) et à l'international (2) à l'exception de quelques entités mentionnées ci-après (3).

Le périmètre France n'inclut pas la filiale La Chouette Radio, créée en partenariat avec Radio France, dont l'activité n'avait pas démarré au 30 juin 2021.

Le périmètre à l'international est modifié cette année, compte-tenu de la vente courant 2021 des filiales qui étaient détenues en joint-venture avec Roularta. Le périmètre retenu pour l'analyse est celui au 30 juin 2021, à l'exclusion des sociétés citées en (3).

1 - En France

Bayard Presse, Bayard Média Développement, Bayard Éditions et Bayard Media International et Investissement (Montrouge), Milan Presse et Éditions Milan (Toulouse), Bayard Service (4 établissements dont le principal à Wambrechies), SER (Paris), ADF – Bayard Musique (Angers).

2 - Hors de France

Bayard Presse Benelux (Bruxelles), Sailer Verlag GmbH & Co (Nüremberg), Bayard Inc. (New London, Saint Louis, Dayton), Bayard Revistas (Madrid), Bayard Afrique, Bayard Africa.

Ces sociétés contribuent à hauteur de 98,6 % au chiffre d'affaires (CA) consolidé 2020-2021 du groupe hors Canada ; leur effectif CDI (Contrat à Durée Indéterminée ou équivalent) au 31 décembre 2020 était de 1529, soit 98,4 % de l'effectif CDI total groupe. Les sociétés du périmètre ayant leur siège dans l'immeuble Minéralis 18, rue Barbès à Montrouge ont contribué à hauteur de 68,7% au CA consolidé et leur effectif opérant principalement à Montrouge représentait 56,8 % de l'effectif total groupe.

3 - Hors périmètre

Exclues du périmètre et contribuant au CA consolidé hors Canada à hauteur de 1,4 % : en France : Bayard Jeunesse Animation, CRER Bayard et hors de France : Milan Belgique, Bayard Presse Asie (Hong-Kong), Bayard Bridge (Chine).

Bayard a pris le parti de rendre compte sur la période correspondant à son exercice comptable, soit du 1er juillet 2020 au 30 juin 2021, sauf en ce qui concerne les informations à caractère social (année civile 2020) de façon à exploiter simplement les informations collectées dans le cadre du bilan social groupe. Est exclue de ce périmètre la société Bayard Presse Canada car cette filiale mise en équivalence n'est contrôlée par la maison mère qu'à hauteur de 13% des droits de vote.

Précisions de langage :

- Le « groupe Bayard » désigne l'ensemble des sociétés mentionnées dans le rapport financier annuel (consolidation IG, IP et MEE)
- « Bayard Presse » désigne la seule société Bayard Presse, maison-mère du groupe
- « Bayard » désigne Bayard Presse et ses principales filiales en France (Bayard Éditions, Milan Presse, Éditions Milan et Bayard Service)

- « Bayard Montrouge » désigne l'ensemble des sociétés domiciliées au siège de Bayard Presse 18 rue Barbès à Montrouge France
- « Les sociétés du périmètre » désigne l'ensemble des sociétés ci-dessus mentionnées (si France seulement : périmètre France) sauf mentions spécifiques.



MODÈLE D'AFFAIRES

Le groupe Bayard est éditeur de presse, livres et produits numériques (contenus, sites, applications). Il propose ou recommande également des services et organise des manifestations ou événements en rapport avec son activité éditoriale. Il commercialise et distribue directement ou indirectement sa production, mais sous-traite sa fabrication (dont l'impression).

L'audience des publications de Bayard (environ 100 millions d'objets presse et livre papier vendus chaque année, environ 50 millions de pages web vues par mois) auprès de plusieurs dizaines de millions de lecteurs et internautes dans le monde, la confiance qu'ils inspirent, et certaines prises de positions dans le débat public ou dans le cadre professionnel, font de Bayard un acteur singulier dans le paysage médiatique.

1 - La gouvernance du groupe Bayard

Au 30 juin 2021, le groupe Bayard consolide dans ses comptes 27 sociétés, 13 en France et 14 hors France, dont la liste exhaustive et les adresses figurent en annexe des comptes consolidés. Les filiales vendues à Roularta ont été sorties du périmètre au 1er janvier 2021 et sont donc encore incluses dans la consolidation. Milan Belgique est en cours de liquidation

et n'est pas consolidée cette année.

Bayard Presse est la maison-mère du groupe. Sa direction générale élabore la stratégie du groupe, détermine les modes de financement et d'animation, arrête les principales décisions de gestion qui en découlent et s'assure de leur mise en œuvre tant au niveau de la société-mère que des filiales opérationnelles.

La direction générale de la société est assurée par les 4 membres du Directoire, dont les pouvoirs et les limitations sont décrits à l'article 18 des statuts de la société Bayard Presse.

Le Directoire anime le développement du groupe et son contrôle, arrête les principales décisions de gestion qui en découlent et contrôle leur mise en œuvre.

Le Directoire s'est adjoint deux directrices générales adjointes chargées respectivement des finances, et du secteur jeunesse du groupe.

Il s'appuie également :

- Sur des responsables chargés d'assurer une animation transversale groupe sur des problématiques spécifiques liées aux marchés ou aux métiers (métier journaliste en particulier) ;
- Sur des instances spécialement missionnées, en particulier : le Comité Économique Presse France (articulation entre les secteurs et les fonctions support, cohérence et efficacité des décisions) ; un comité de pilotage RSE animé par la direction RSE de l'entreprise rattachée au Directoire avec un mode de gouvernance ouvert et participatif ;
- Sur deux Directions fonctionnelles groupe : la Direction financière et la Direction des Ressources Humaines ;
- Sur les autres fonctions-supports telles que la Direction Juridique Groupe, la Direction des Opérations et des Achats, la Direction de l'Expérience Client, la Direction des Systèmes d'Information,

la Direction RSE ;

- Et enfin, sur un Secrétariat Général qui veille au bon fonctionnement des différentes instances et à la mise en œuvre des décisions.

Dans un souci de simplification et d'efficacité, une dizaine de filiales françaises contrôlées à 100% sont constituées en SAS (Sociétés par Actions Simplifiées). La présidence de ces sociétés est assurée par Bayard Presse. Des délégations de pouvoir en faveur des directeurs généraux de ces sociétés, non mandataires sociaux, ont été émises.

Enfin, le Directoire de Bayard Presse désigne les représentants du groupe au sein des Conseils d'administration des filiales.

2 - Les activités du groupe Bayard

Les activités opérationnelles du groupe comprennent pour l'essentiel :

PRESSE

Des activités d'édition de presse principalement en Europe et en Amérique du Nord à destination des publics jeunesse et adulte (senior et chrétien)

EDITION

Des activités d'édition de livres principalement en France mais aussi en Chine (à travers la co-entreprise Bayard Bridge) et en Amérique du Nord à destination de publics jeunesse et chrétien.

NUMERIQUE & AUDIOVISUEL

Des activités numériques (sites, applications, plateformes de contenus : Bayam, lacroix.com, notretemps.com, 1Jour1Actu etc.) et des activités audio (audio numérique, podcasts et enceinte connectée) et audiovisuelles (séries animées de nos héros Jeunesse) : Ariol, SamSam, Petit Ours brun etc.).

SERVICES & EVENEMENTS

Des activités de services (éditions déléguées avec Bayard Service) ; une agence média (Bayard Média et Développement) et une activité événementielle (Festival de musique sacrée au Mont Saint Michel, expositions, spectacles, etc.).

3 - La création de valeur

Le groupe Bayard constitue un réseau international de création, d'information et de services constitué d'équipes de journalistes, d'éditeurs, de concepteurs de contenus papier, numériques et audiovisuels et rejoint plus de 30 millions de personnes à travers le monde, dont 2,5 millions d'abonnés.

À travers toutes ses productions, grâce à son modèle économique et son actionnariat unique et constant depuis sa fondation, Bayard se définit par un projet mobilisateur, associant partenaires, lecteurs, abonnés fidèles, créateurs, auteurs et salariés.

NOS PUBLICS

Bayard accompagne :

- Les enfants et les adolescents qu'il contribue à éveiller, faire grandir afin de les aider à devenir les femmes, les hommes et les citoyens de demain.
- Les publics adultes dans la compréhension des grands enjeux humains, politiques, économiques, sociétaux, environnementaux dans lesquels ils évoluent.
- La société civile par ses publications de presse d'information qui contribuent par la qualité de traitement d'une information juste et vérifiée au débat démocratique.

NOS PRODUCTIONS

Le groupe Bayard publie plus de 120 magazines dont 70 en France, édite un fond de plus de 5 500 livres et publie 800 nouveautés par an. Autour des univers presse et livres du groupe Bayard gravitent environ 200 sites et blogs, une centaine d'applications, plusieurs chaînes YouTube, une dizaine de boutiques e-commerce et une plateforme ludo-éducative (Bayam). Le Groupe Bayard, c'est enfin, des services aux professionnels (régie publicitaire, vente de droits, éditions déléguées) ainsi qu'une production audiovisuelle reconnue (films d'animation, podcasts, radio, livres audio et musique).

NOS IMPLANTATIONS

Le groupe Bayard est présent à l'international par ses implantations (filiales) mais aussi à travers ses grands partenariats (coéditions livres et licences presse). 1,2 millions d'exemplaires de livres sont imprimés en coéditions internationales et contribuent à la bonne marche économique de l'édition. Le groupe Bayard bénéficie aussi d'une présence régionale en France, notamment grâce à ses réseaux de vente sur le terrain et les établissements de Bayard Service.

NOS CONTRIBUTEURS

Le groupe emploie 1 554 salariés dans le monde et rémunère de nombreux contributeurs et auteurs participant à la création de ses œuvres. En 2020, Bayard collabore ainsi en France avec plus de 800 journalistes pigistes en plus des 432 journalistes salariés de ses rédactions, plus de 6200 auteurs et 100 intermittents du spectacle.

Il crée également d'importants emplois indirects chez ses fournisseurs notamment imprimeurs, papetiers, routeurs, chaîne marketing.

4) Tendances et facteurs d'évolution pour l'avenir

Même si les engagements de Bayard en matière de RSE étaient durables et nombreux, la formulation de notre raison d'être et la création d'une direction RSE en mai 2021 marquent l'accélération de notre stratégie RSE au service de la transition écologique et sociale.

Cette nouvelle dynamique s'inscrit dans une stratégie d'impact ambitieuse dont les contours sont en cours de définition, où chacun de nos projets doit être contributif à l'émergence d'un futur souhaitable et où cette exigence doit être portée jusque dans le propre fonctionnement du groupe.

Mus par l'indispensable cohérence entre ce que nous écrivons et la façon dont nous travaillons avec l'ensemble de nos parties-prenantes d'un côté et les urgences climatiques, sociétales et sociales qui imposent des décisions fortes et des modèles de productions nouveaux, Bayard accélère sa transition.

L'enjeu est de tenir cette exigence de changement tout en pérennisant notre mission au service de nos lecteurs-clients, de créer les nouvelles relations et de nouveaux modèles d'impact au service du bien commun dans un cadre contraint de diminution de notre empreinte écologique.

5) Stratégie et gouvernance RSE

Notre raison d'être et les engagements constituent le socle de notre stratégie d'impact, qui prend un nouvel élan avec la création d'une direction RSE en mai 2021.

Cette nouvelle direction, rattachée à la direction générale, porte, soutient et accompagne l'engagement social, environnemental et sociétal de Bayard.

Elle a la charge de concevoir et coordonner la politique RSE et la stratégie d'impact du groupe en lien avec l'ensemble des secteurs et de ses parties prenantes internes et

en découlent et de définir les objectifs à atteindre ainsi que les indicateurs clés de performance dans le cadre d'un plan à moyen terme.

Dans cette optique, une gouvernance nouvelle sera mise en place qui poursuivra le travail accompli jusque-là et préservera le caractère ouvert et participatif du pilotage RSE mis en place ces dernières années.

Afin de partager largement les actions entreprises, recueillir les idées de chacun et miser sur l'intelligence collective, les séances de travail du comité de pilotage sont ouvertes à tous les salariés qui souhaitent s'engager ou tout simplement se tenir informés.



PRÉSENTATION DES PRINCIPAUX ENJEUX ISSUS DE LA CARTOGRAPHIE DES RISQUES RSE, POLITIQUES MISES EN ŒUVRE ET ANALYSE DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

Les principaux enjeux issus de la cartographie des risques RSE, sont, en cohérence avec la stratégie définie, suivis dans le cadre du travail sur la performance extra-financière de Bayard. Ce sont :

- Les enjeux sociaux pour nos collaborateurs : l'égalité hommes femmes et la pyramide des âges.
- Les enjeux d'achats responsables dans le cadre de la fabrication de nos produits éditoriaux et notamment de la production du papier ;
- L'arrêt de l'utilisation de films plastiques pour emballer les journaux et magazines lors de leur expédition ;
- Les risques engendrés par l'approvisionnement de produits en Chine (achats) ;

1) Nos collaborateurs

Les enjeux sociaux sont étudiés sur le périmètre France qui, avec 1330 salariés CDI, représente 81,5% des 1633 salariés CDI du groupe. Les problématiques de pyramide des âges et d'égalité hommes femmes ne sont soit pas pertinentes soit pas traitées dans les filiales étrangères qui sont souvent de petites unités.

La baisse des effectifs par rapport à 2019 est due essentiellement à la vente de 3 filiales étrangères à Roularta courant 2021.

Les données sociales sont présentées sur l'année civile 2020, qui correspond aux données collectées dans le cadre du Rapport Social Groupe.

A. PYRAMIDE DES ÂGES

DESCRIPTION DE L'ENJEU :

Les salariés ont une moyenne d'âge élevée (45,82 ans pour l'ensemble du groupe France au 31 décembre 2020, mais en stabilité depuis trois ans (45,84 ans à fin 2019). Même constat pour la maison mère avec une moyenne de 49,17 ans pour BPSA à fin décembre 2020 contre 49,10 ans à fin décembre 2019.

Le rajeunissement de l'entreprise est souhaitable mais pas une fin en soi. Les véritables enjeux pour Bayard sont :

- Veiller à une bonne représentativité des différentes tranches d'âge et ainsi assurer un équilibre de la pyramide des âges qui permette d'orchestrer la transmission des expertises historiques de l'entreprise dans les meilleures conditions pour l'entreprise et les salariés. La question est totalement d'actualité pour la maison mère et se profile à 5/10 ans pour sa filiale toulousaine Milan Presse ;

- Favoriser l'intégration et la fidélisation de jeunes expertises sur les métiers en croissance et notamment les métiers du numérique, grâce à une politique salariale et d'évolution attractive ;
- Assurer la relève du middle management en veillant à fidéliser la tranche d'âge 35-45 ans, notamment pour Bayard Jeunesse.
- Organiser les fins de carrière pour que la transmission se fasse de la façon la plus efficace possible tout en permettant aux futurs retraités de se préparer à une retraite constructive, dans une société où les jeunes retraités ont encore une espérance de vie de l'ordre de 20 ans.

Bayard doit être en mesure de construire les équipes qui pérenniseront les savoir-faire clé de l'entreprise dans les années à venir : former et fidéliser de jeunes journalistes à potentiel sur Bayard Jeunesse, trouver et fidéliser les plumes qui assureront l'avenir de la presse catholique, secteur en fragilité mais au cœur de la mission de Bayard, renouveler les équipes éditoriales du pôle Senior afin de répondre aux attentes des jeunes seniors. Une attention est également portée sur les filières non éditoriales, tous les métiers contribuant aux réalisations du groupe Bayard.

POLITIQUE MISE EN ŒUVRE :

La Direction des Ressources Humaines de Bayard négocie avec les instances représentatives du personnel des accords d'entreprise portant sur le contrat de génération : le dernier est arrivé à échéance au 30 juin 2020. Les négociations reprendront fin 2021 pour la signature d'un nouvel accord. Il devra répondre aux objectifs suivants :

- Assurer le renouvellement des générations tout en garantissant la diversité des âges dans tous les secteurs ;

- Imaginer des dispositifs afin d'aménager les fins de carrière des salariés ;
- Faciliter le partage de savoir-faire et la transmission des expertises au sein de Bayard, gage de pérennité de l'entreprise ;
- Permettre aux salariés de se projeter sur la retraite et faciliter la transition entre activité et retraite.

Des mesures sont mises en œuvre par la Direction des Ressources Humaines afin de rendre les niveaux de salaire des jeunes embauchés attractifs, sur un marché en forte pression dans les métiers du numérique. L'objectif est de maintenir une cohérence avec les rémunérations de marché et de fidéliser les potentiels.

La volonté de constitution d'un vivier d'alternants a encore été accentuée cette année. Bayard mène une politique offensive de recrutement d'alternants, avec un niveau qui revient courant 2021 au niveau d'avant la crise du COVID. Elle favorise la conversion de ces contrats en CDD ou CDI, directement après la fin de la période d'alternance ou par des embauches quelques années après.

Malgré la crise et les périodes de confinement, le parcours d'intégration permettant aux nouveaux embauchés de se familiariser et de s'intégrer rapidement dans l'entreprise a été maintenu, avec des matinales et la journée d'accueil en Teams permettant de favoriser la connaissance du groupe et créer un réseau interne. Un livret d'accueil est remis à chaque nouvel arrivant.

L'âge moyen des salariés étant le corolaire d'une fidélité importante de ceux-ci et d'un climat social satisfaisant, l'objectif, tout en favorisant l'embauche de jeunes talents, est de mettre en œuvre des politiques de mobilité interne afin que les salariés évoluent professionnellement et développent leurs compétences et leur employabilité. La mobilité interne reste en 2020, et restera, un axe fort de la politique RH.

Parallèlement, les jeunes à potentiel sont suivis et accompagnés en termes d'évolution de postes et salariale, l'objectif étant à deux ans grâce à la fidélisation et à l'embauche de jeunes, de commencer la décrue de la moyenne d'âge des salariés (déjà stabilisée depuis trois ans).

Un plan très élaboré a été mis en place sur Bayard Jeunesse, compte tenu de l'urgence à combler un manque de représentativité des 35 – 45 ans, qui sont les managers des prochaines années, dans une période de départs à la retraite importants. Il comprend un volet offensif sur le recrutement de jeunes talents et un volet formation avec la création d'une « École Bayard Jeunesse ».

ANALYSE DES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE :

• Alternants et stagiaires :

- Nombre d'alternants ou stagiaires présents du 1er janvier 2018 au 31 décembre 2019
- Taux de conversion de ces alternants ou stagiaires en CDD ou CDI en 2020
- Pourcentage de recrutement de jeunes de moins de 35 ans sur l'ensemble des recrutements.
- Pourcentage de salariés CDI de moins de 35 ans (CDI)

Périmètre : France uniquement soit Bayard Presse, Bayard Éditions, Milan Presse, Éditions Milan, Bayard Media Développement, SER, Bayard Service, hors ADF Bayard Musique et CRER.
Année civile 2020

Alternants et stagiaires :

Sur la période du 1er janvier 2018 au 31 décembre 2019, l'ensemble du périmètre a accueilli 409 alternants et stagiaires, contre 350 sur la période du 1er janvier 2017 au 31 décembre 2018, soit une augmentation de 17%. Ce taux global cache l'effort exceptionnel de la maison mère Bayard Presse qui a accueilli 42% d'alternants et stagiaires en plus sur la période 2018/2019, ses capacités d'accueil étant plus fortes que les filiales.

Sur l'ensemble du périmètre, 16 alternants et stagiaires ont été recrutés en CDD en 2020, et 7 en CDI. Soit un taux de conversion « direct » de 7%, contre 3% en 2019. A ceci s'ajoutent 9 alternants ou stagiaires ayant effectué leur contrat dans des périodes précédant 2018 et présents en CDD ou CDI en 2020. Ceci confirme la volonté de Bayard d'avoir un vivier actif qui permette de rappeler des talents ayant déjà travaillé à Bayard dans le cadre de leur formation. Cet effort de conversion concerne toutes les filiales embauchant des alternants et stagiaires, et particulièrement le site de Montrouge qui offre plus de possibilités.

La stratégie de rajeunissement de l'entreprise passe par cette politique offensive de recrutement d'alternants et stagiaires et d'entretien du vivier permettant des recrutements juste après le contrat de formation ou dans les années suivantes.

Pourcentage de recrutement de jeunes de moins de 35 ans.

- Compte tenu de la crise sanitaire, l'année 2020 a été plus faible en recrutements que l'année 2019 (-38,5%), mais les recrutements se sont maintenus et l'effort sur les moins de 35 ans également.
- 48,2% des recrutements en CDI sont des jeunes de moins de 35 ans en 2020 (soit 40 recrutements) contre 46% en 2019. L'effort par rapport à 2018 (38%) s'est maintenu.

Les salariés de moins de 35 ans représentent 13,5% de l'ensemble de l'effectif du périmètre à fin 2020, contre 12,2% en 2019, soit 1,3 points de plus qu'à fin 2019. Là aussi la croissance se poursuit. La maison mère Bayard Presse est également à 13% et représente à elle seule 54% des recrutements de salariés de moins de 35 ans.

B. ENJEU D'ÉGALITÉ HOMMES-FEMMES

DESCRIPTION DE L'ENJEU :

Entreprise historiquement très féminine du fait de ses métiers, Bayard périmètre France compte 72% de femmes en 2020 contre 72,5% en 2019. (Données sociales à fin décembre 2020). Au niveau de la maison mère Bayard Presse, la répartition est de 29% d'hommes pour 71% de femmes soit un point de plus pour les femmes qu'en 2019. La mixité des équipes étant un facteur d'enrichissement, ce déséquilibre peut représenter un risque pour les équipes. Dans une société qui revendique une répartition plus équitable des rôles entre les hommes et les femmes, Bayard souhaite parvenir à meilleur équilibre entre les effectifs masculins et féminins, notamment dans les secteurs où l'écart est plus important, et particulièrement dans les secteurs éditoriaux où la mixité permet

de mieux refléter les différentes tensions de la société française.

POLITIQUES MISES EN ŒUVRE :

La Direction des Ressources Humaines de Bayard Presse a signé en 2017 un « Accord sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Cet accord était en vigueur jusqu'en mars 2020 et a été remplacé en janvier 2021 par un « Accord sur l'égalité professionnelle » entre les hommes et les femmes » qui devient la clé du dispositif. Ce nouvel accord permet d'engager des démarches correctives afin de favoriser la mixité dans les secteurs où l'un des sexes est sous-représenté par le recrutement et la promotion professionnelle.

Les objectifs de cet accord :

- Offrir aux femmes des parcours permettant l'accès à des postes à responsabilité
- Supprimer les écarts de salaires injustifiés entre les femmes et les hommes.

Les mesures mises en œuvre pour favoriser la mixité de l'entreprise et l'égalité professionnelle sont axées sur :

- Le recrutement d'hommes quand cela est possible ;
- La promotion professionnelle des femmes ;
- L'analyse et la correction des écarts de rémunération ;
- L'amélioration des conditions de travail permettant la conciliation entre vie personnelle et vie professionnelle (pas de désavantage pour les femmes, droit à la déconnexion, horaires de réunions entre 9h et 18h) ;
- Il comprend également un volet de lutte contre le harcèlement moral et

sexuel, les agissements sexistes et les discriminations et la lutte contre les stéréotypes culturels associés au genre.

Le pourcentage de masse salariale consacré à la lutte contre les inégalités salariales est passé de 0,2% à 0,3% pour l'exercice en cours.

ANALYSE DES INDICATEURS CLÉ DE PERFORMANCE :

- Score de l'index hommes femmes
- Répartition Hommes Femmes des salariés CDI

Périmètre : Bayard Presse, Bayard Éditions, Milan Presse et Éditions Milan pour les index. Bayard Presse, Bayard Éditions, Bayard Media Développement, la SER, Milan Presse, Éditions Milan pour la répartition par sexe. Année civile 2020.

• L'Index

Le score de Bayard Presse SA de l'Index de l'égalité hommes femmes est de 93/100 pour 2020, identique à 2019.

Le score de Milan Presse et Éditions Milan (DUP) est de : 96 contre 93 en 2019.

Milan a obtenu la note maximale sauf sur les écarts de rémunération, donnée qui ne tient pas compte des niveaux de poste. Milan est de plus impacté par un pourcentage très élevé de femmes en responsabilité, alors que son effectif compte 80% de femmes.

- La répartition par sexe de l'ensemble du groupe France au 31 décembre 2020 est de 72% de femmes et 28% d'hommes. Toujours stable par rapport à 2019. Les variations sont très fortes en fonction des entités du groupe et des métiers :

de la moyenne des entités françaises avec 71% de femmes (contre 72% en 2019)

- Milan Presse compte 80% de femmes comme en 2019
- Bayard Éditions est à 91% de femmes (contre 92% en 2019) et Éditions Milan à 81% (contre 83% en 2019)
- En revanche Bayard Service ne compte que 45% de femmes (46% en 2019).

L'évolution vers un meilleur équilibre hommes femmes dans l'effectif est un travail de long terme, même si quelques entités ont fait varier très légèrement leurs indicateurs.

La répartition entre les hommes et les femmes est en lien très fort avec les métiers. Les métiers de l'édition et de la presse, les départements de presse jeunesse sont traditionnellement des métiers féminins. Bayard Service qui comporte beaucoup de commerciaux et d'équipes techniques est plus équilibré. Le défi de Bayard est d'introduire un peu plus de mixité dans les secteurs les plus déséquilibrés, afin de mieux refléter la réalité sociale du pays. Cet enjeu est majeur pour Bayard Jeunesse.

Pour parvenir à cet objectif, l'agilité retrouvée de l'entreprise sur les entrées et sorties est un atout, mais en privilégiant toujours la compétence à l'enjeu de mixité. La mise en œuvre de parcours de carrière et le nouvel « Accord sur l'égalité professionnelle » contribuera également aux objectifs d'égalité professionnelle poursuivis par le groupe.

- La maison mère BPSA est à l'unisson

2) Enjeux fabrication et achats

A. ACHAT DES PRIMES ET PLUS PRODUITS ACHETÉS EN CHINE

DESCRIPTION DE L'ENJEU :

Les politiques marketing pratiquées depuis de nombreuses années dans la vente des abonnements et de la presse jeunesse ont conduit les éditeurs à acheter des volumes conséquents de produits en Chine, souvent fabriqués en plastique. Les publics se sont habitués à ces gadgets qui sont devenus indispensables à la rentabilité commerciale des éditeurs. Conscient des enjeux de la fabrication de ces produits et de leur transport pour la planète, le groupe Bayard mène depuis plus de 10 ans une réflexion pour sortir de ces politiques commerciales sans mettre en péril sa rentabilité. Cela passe notamment par l'éducation des publics et le choix de stratégies plus responsables.

Les engagements RSE actuels du groupe Bayard et la prise de conscience de plus en plus forte et rapide des enjeux environnementaux auprès du grand public, la montée en puissance de ces sujets depuis le début de la crise sanitaire, permettent à Bayard d'accélérer cette conversion en se tournant dès que cela est possible vers des « cadeaux » plus responsables.

LES RISQUES POUR LE GROUPE SONT À PLUSIEURS NIVEAUX :

- Une réelle attente des citoyens / lecteurs sur le respect des droits de l'homme et la garantie de conditions de travail dignes et sécurisées : nos lecteurs ont clairement exprimé qu'ils attendent de Bayard une cohérence entre ses contenus éditoriaux promouvant le développement durable, et ses actions pour la production de ses publications

soit la plus respectueuse possible de l'environnement. Ce changement d'état d'esprit notamment chez les parents de nos lecteurs Jeunesse et une partie des lecteurs de la presse catholique est un facteur favorable à la diminution des primes en provenance de Chine ;

- La qualité sanitaire : la présence de certaines substances chimiques dans les vernis, les peintures ou les plastiques pourraient avoir un effet toxique ou cancérigène pour le consommateur. Ceci pourrait avoir des conséquences graves pour nos clients, et notamment pour les enfants lecteurs de Bayard et Milan Jeunesse qui manipulent des produits les exposant à un risque pour leur santé.
- La traçabilité des produits : la difficulté de connaître la provenance et les conditions de production des produits, et d'avoir une visibilité sur les sous-traitants des fournisseurs. Une bonne traçabilité est indispensable afin de garantir la qualité sanitaire de ces produits, qualité que nous devons à nos clients, et afin de nous assurer du respect par ces sous-traitants de critères d'environnement de travail corrects pour leurs salariés et du respect de normes environnementales satisfaisantes.

POLITIQUE MISE EN ŒUVRE :

L'utilisation de primes lors de la vente reste encore incontournable, le réflexe « cadeau » étant encore très fort parmi les consommateurs. En revanche, la stratégie de choix s'oriente de plus en plus vers des produits durables, fabriqués en Europe, et sans plastique.

99,3% des primes à l'abonnement et plus produits posés sur les revues en kiosque achetés par le groupe le sont par la Direction des achats de la maison mère pour l'ensemble du périmètre France et

Belgique (Bayard Presse, Milan Presse, Bayard Éditions, la SER et Bayard Presse Benelux). Et presque 100% des primes achetées en Chine le sont également par la Direction des achats. Seules deux filiales étrangères achètent des primes (Bayard Revistas, et Bayard Inc.) et pratiquement rien en Chine. Ce qui permet une maîtrise très forte de ces politiques d'achat.

La Direction des Achats, soumise au choix des directions marketing des secteurs, mène des actions permanentes de sensibilisation des décideurs en leur proposant quand c'est possible des alternatives de cadeaux fabriqués en Europe, sans plastique.

La direction incite également les secteurs à réduire le nombre de primes, et à passer à des primes responsables fabriquées en Europe.

L'incitation à sortir des primes électroniques et de bagagerie est très fortes, celles-ci pesant pour 90% du bilan carbone des primes achetées par la Direction des Achats. Deux titres sont encore en difficulté sur ce sujet (Notre Temps et Pèlerin), compte-tenu de l'appétence de leurs publics pour ces produits, mais travaillent assidument à trouver des alternatives.

Deux titres de Milan ont déjà fait le choix du 0 produit plastique pour les cadeaux destinés à leurs jeunes lecteurs.

Ces actions ont permis de réduire en 2020/21 les achats de primes de 10% et les achats de plus produits de 38%. (-32% au total). Mais les achats de ces produits en Chine ont, eux, diminué de 42%, dont 56% pour les primes.

Bayard sur le périmètre des achats réalisés par la Direction des achats de la maison mère, met en place une double stratégie afin de répondre aux exigences qu'il s'est fixé en la matière :

- Imposer ses propres critères de qualité environnementale et sociale à ses fournisseurs. Le déploiement du code de bonne conduite achats a commencé à porter pleinement ses fruits et tout nouveau fournisseur doit répondre à un certain nombre de critères environnementaux et sociaux fixés par ce code.
- Faire évaluer ses fournisseurs par ECOVADIS : depuis 2019/20, Bayard a mis en place l'évaluation de ses fournisseurs par l'organisme ECOVADIS. Ils doivent obtenir une note > 40 pour être jugés recevables. 5 des plus gros fournisseurs de primes et plus produits ont été évalués par ECOVADIS dont 4 ont obtenu une note supérieure à 40.
- Réduire autant que possible les primes et plus produits, et notamment ceux achetés en Chine.
 - Pour Bayard Jeunesse, le volume total a diminué de 75% depuis l'exercice 2016/2017.
 - Sur le pôle adulte : pour La Croix et Prions en Eglise, suppression totale des primes électroniques ou fabriquées en Chine et remplacement par des primes éditoriales depuis septembre 2018 ; recherches en cours sur Notre Temps et Pèlerin pour sortir des primes électroniques, encore très prisées par ces publics
- Par ailleurs, Bayard impose à ses fournisseurs chinois de réduire au maximum tous les produits plastique dans les emballages des primes livrées :
 - Suppression presque totale du plastique

- Disparition des papier bulle et films de protection, remplacés par des cales en carton.
- Boîtes kraft en papier PEFC ou FSC
- Marquage des boîtes uniquement en noir avec des encres non polluantes (encre aqueuse), suppression des impressions couleur et du vernis.
- Suppression des films plastiques protecteurs sur les produits (exemple : film sur les écrans des montres...)
- Impression des modes d'emploi sur du papier FSC-PEFC avec des encres aqueuses.

La Direction des Achats du groupe Bayard a publié en septembre 2018 une Charte d'Achats Responsables associée à une grille d'évaluation des fournisseurs qui reste la référence de choix des fournisseurs et des produits : les critères de cette grille permettent de s'assurer des bonnes pratiques de production et d'achat tant au niveau des conditions de travail que de l'empreinte environnementale des objets promotionnels achetés et des conséquences éventuelles pour la santé des consommateurs. A ces critères s'ajoute la demande systématique d'audits sociaux type BSCI (norme d'audit social internationale) auprès des usines sélectionnées.

- Critères examinés lors du choix des fournisseurs :

Existence d'une politique d'achat responsable : respect des droits de l'homme, de conditions décentes de travail, respect de la sécurité des travailleurs avec obligation pour nos fournisseurs de travailler avec des usines répondant aux normes internationales type BSCI, Norme SA8000 (actions pour l'intégration des enjeux sociaux...). 100% de nos fournisseurs répondent à ces critères.

Santé du consommateur : le fournisseur

devra fournir les preuves de l'absence de phtalates et de bisphénol A, de métaux lourds et de retardateurs de flammes pour les produits destinés à des enfants. L'absence de PVC est demandée quand cela est possible.

Critères environnementaux : pour les produits contenant du bois, le choix du bois issu de forêts durables est toujours privilégié quand cela est possible. De même en cas d'utilisation de papier, le choix se portera de préférence sur les papiers PEFC ou FSC. Pour les packagings, sont demandés et réalisés totalement ou partiellement : l'utilisation de boîte en carton kraft brut FSC-PEFC, la suppression de l'impression couleur et du vernis, le marquage des boîtes uniquement en noir avec des encres non polluantes (encre aqueuse), la suppression des Bubble bag remplacés par des cales en carton, la suppression des pastilles autocollantes sur les rabats de fermeture des boîtes, la suppression des films plastiques protecteurs sur les produits, l'impression des modes d'emploi sur du papier FSC-PEFC avec des encres aqueuses.

ANALYSE DES INDICATEURS CLÉ DE PERFORMANCE :

- Résultats :
 - Quantité de primes et plus produits achetés sur l'exercice ;
 - Quantité de primes et plus produits achetés en Chine sur l'exercice ;
 - Nombre de fournisseurs ayant fourni l'ensemble des quantités de primes et plus produits achetés.
- Indicateurs clé de performance :
 - Pourcentage de fournisseurs évalués selon la charte achats responsables ou par ECOVADIS au 30 juin 2021 ;

- Pourcentage des fournisseurs ayant été évalués selon la charte achats responsables ou ayant obtenu une évaluation supérieure ou égale à 40 points sur 100 ;
- Part des produits achetés auprès de ces fournisseurs évalués positivement.

Périmètre : Bayard Presse, Milan Presse, la SER, Bayard Éditions, Éditions Milan, et Bayard Presse Benelux

LES PRIMES

- Le volume des primes achetées en Chine a diminué de 56% depuis le dernier exercice.
- 30% des volumes de primes ont été achetés en Chine cette année contre 60% l'an dernier.
- Le nombre de fournisseurs des primes achetées pour ce périmètre est passé de 20 contre 17 l'an dernier. 5 d'entre eux ont été évalués par ECOVADIS, et ont obtenu une note supérieure à 40. Ils représentent 47% du total de primes achetées.
- A ceci s'ajoute un fournisseur de stylos achetés en France, dont la politique environnementale est publiée et totalement compatible avec les objectifs de Bayard en matière de RSE. Ce fournisseur représente 52% du volume des primes achetées. En l'intégrant, le pourcentage des primes achetées selon des critères correspondant aux objectifs RSE de Bayard est de 99,5%.

LES PLUS PRODUITS DE LA VENTE AU NUMÉRO

- Le volume des plus produits achetés en Chine a diminué de 38% depuis le dernier exercice. Une partie de l'explication réside dans les choix faits par Bayard de les réduire, une autre partie en est la baisse tendancielle des ventes au numéro.
- 97% des volumes de plus produits ont été achetés en Chine contre 99% l'an dernier.

• Le nombre de fournisseurs des plus produits achetés pour ce périmètre est passé de 4 à 3. Dont 1 a été évalué par ECOVADIS, et a obtenu une note > à 40 (également fournisseur de primes). Les autres fournisseurs étaient déjà passés au crible du code de bonne conduite achats du groupe.

• 100% des plus produits achetés l'ont été auprès de fournisseurs évalués, sont 96,8% auprès du fournisseur ayant été noté > 40 par ECOVADIS et 3,2% auprès des fournisseurs évalués selon la charte d'achats responsables l'an dernier.

Le total primes + plus produits achetés par Bayard est à 97,5% compatible avec nos objectifs RSE, contre 94,8% l'an dernier.

Périmètre filiales étrangères : Bayard Inc., Bayard Revistas. Les 3 filiales vendues sont exclues du périmètre de l'analyse. Les autres n'achètent pas de primes. Ce périmètre représente 11% du CA consolidé du groupe.

Les filiales étrangères étant plus petites, leurs politiques d'achats sont moins élaborées mais leurs volumes très faibles.

Bayard Revistas a proposé 24 300 primes à ses clients sur cet exercice. Dont seulement 1000 peluches Popi achetées en Chine (Via les achats de Bayard Presse). Tout le reste soit 26 600 primes sont des hors-séries papier.

Bayard Inc. a acheté moins de 14 350 primes et n'achète aucune prime en Chine. Ces primes sont en lien avec les produits éditoriaux, petits objets en bois d'olivier achetés auprès d'un fournisseur à Bethléem, couvertures en plastique recyclé pour le magazine Living with Christ, achetées aux Etats-Unis. Elle impose trois critères environnementaux à ses fournisseurs : absence de phtalates et bisphénol A dans les plastiques, absence de PVC, produits en

bois issus de forêts durables. Il n'y a pas de certifications encore pour ces fournisseurs.

Sur l'ensemble du périmètre France + étranger, 77% des primes ont été achetées en Chine contre 90% l'an dernier. Le volume des primes achetées en Chine a diminué de 42% par rapport à l'exercice précédent.

L'objectif à moyen terme est la disparition des primes, la marché Jeunesse étant plus mature sur cette question que le marché adulte.

B. EMBALLAGE DES MAGAZINES À L'ABONNEMENT ET LA VENTE AU NUMÉRO :

DESCRIPTION L'ENJEU :

Les magazines et journaux livrés aux abonnés ou vendus avec des plus produits en kiosque nécessitent un emballage pour protéger la revue et les encarts ou objets qu'elle comporte et permettre l'apposition de l'adresse de l'abonné. Jusqu'à l'an dernier, aucune autre solution que le plastique n'était disponible sur le marché, l'équipement industriel de nos fournisseurs étant déterminant pour l'ensemble de la filière presse. L'enjeu de pollution si nous conservions les films plastique était fort compte-tenu des volumes, et Bayard est comme ses clients soucieux de trouver une solution alternative qui ne contribue plus à la pollution plastique de la planète. Ceci est d'autant plus indispensable vis-à-vis de ses jeunes publics de Bayard et Milan Jeunesse invités dans les publications Bayard et Milan Jeunesse à devenir des citoyens responsables et engagés dans des actions protectrices de l'environnement. La Direction des Achats de Bayard et particulièrement le service Logistique ont initié une démarche de recherche afin de trouver une solution qui permette d'emballer les magazines dans des emballages en papier. L'outil industriel

du plus gros routeur français a ainsi été adapté sous l'impulsion du groupe Bayard afin d'utiliser les emballages papier, outil qui sera utilisé par une grande partie des éditeurs français.

POLITIQUE MISE EN ŒUVRE :

La recherche menée par la filière en collaboration avec ses fournisseurs a finalement abouti à une solution industrialisable : l'enveloppe papier thermoscellée. Cette solution va remplacer à terme les films plastique et le Home Compost qui va disparaître (solution inadaptée et non retenue et finalement supprimée en 2022 par la Loi sur l'économie circulaire, ce produit ne donnant pas satisfaction au niveau du recyclage).

- 100% des magazines jeunesse doivent avoir basculé en enveloppe thermoscellée au 1er janvier 2022
- 100% des magazines adulte auront basculé au 1er trimestre 2022.
- La Croix sera livrée à découvert avec étiquette adresse repositionnable d'ici fin 2021.

ANALYSE DES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE :

- Résultats :
 - Quantité d'abonnés servis sous film Home Compost ou papier en volumes d'exemplaires sur l'exercice ;
 - Nombre d'abonnés servis sous film en nombre exemplaires total annuel ;
 - Nombre d'abonnés servis sous film Home Compost ou sous enveloppe papier en nombre exemplaires total annuel.

- Indicateurs :
 - Pourcentage des abonnés servis en Home Compost ou papier.

Périmètre France : Bayard Presse, Milan Presse, la SER et Bayard Presse Benelux

Les activités de routage de Bayard et Milan Presse sont gérées en central chez les mêmes fournisseurs. Les exemplaires exportés en Belgique par l'intermédiaire de Bayard Presse Benelux sont livrés à la filiale mis sous film par la France. L'achat des films est groupé au sein du service logistique de Bayard pour ces trois entités, qui représentent 96,3% des volumes du périmètre total groupe. La SER est indépendante (0,26% des volumes du groupe).

Nous sommes encore sur cet exercice en transition puisque les décisions ont été prises début 2021.

La totalité des exemplaires servis sous film ou enveloppe papier sur ce périmètre France est de 51, 953M d'exemplaires.

8,468 M d'exemplaires ont été servis en Home Compost ou papier, contre 2,356 M d'exemplaires l'an dernier, soit 16,3% au lieu de 4,4% pour l'exercice précédent.

• La SER (0,26% de la diffusion du périmètre servi sous film) est repassée cette année à 100% en Plastique pour des raisons de qualité et basculera quand le Thermoscellé sera généralisé chez notre routeur.

Périmètre filiales étrangères : Bayard Revistas, Sailer Verlag GmbH & Co. KG, Bayard Inc., Bayard Inc.

Ce périmètre consomme 1,8 M de films d'emballage de magazines, soit 3,4% des volumes du groupe. Ces filiales n'ont pour l'instant pas accès à des solutions pérennes qui pourraient remplacer les films plastique.

- Bayard Inc. après une expérience de

plastique compostable a dû revenir en arrière. Elle tente de passer sur du plastique recyclable quand c'est possible et recherche des solutions avec ses fournisseurs.

- Sailer fait des expériences d'envoi sous enveloppe papier ou de suppression du film.

- Bayard Revistas n'a pas pu avancer sur le sujet.

Au total pour le périmètre France + filiales étrangères du périmètre :

- 15,7% sont en Home Compost ou papier contre 4% sur l'exercice précédent.
- Les objectifs de bascule à 100% sur des solutions sans film plastique sont pour 2022.
- La recherche avance sur la partie emballage des magazines jeunesse vendus en vente au numéro, avec des solutions de cartonnage qui permettraient de joindre le cadeau à la revue sans film.

C. ACHATS ET CONSOMMATION DE PAPIER

DESCRIPTION DE L'ENJEU :

En tant qu'éditeur de presse, le groupe Bayard est un gros consommateur de papier. La qualité du papier est donc un enjeu majeur quant au développement durable. Les principaux enjeux sont :

- Consommation de ressources : la production de papier s'il n'est pas recyclé doit intégrer les risques de déforestation, les plantations industrielles mal gérées et la dégradation de la biodiversité des forêts. La sélection de fournisseurs et des types de papiers garantissant un contrôle de l'origine du bois est donc primordiale.

- Consommation d'eau : la fabrication de pâte à papier demande une grosse quantité d'eau. Il est donc aussi important de questionner les fournisseurs sur leur politique de gestion de l'eau.
- Pollution des milieux aquatiques : notamment au blanchiment, la fabrication de papier est susceptible d'être responsable de pollution aquatique. La sélection des fournisseurs en prenant en compte leurs méthodes de production permet de limiter ce risque.

POLITIQUES MISES EN ŒUVRE :

Sur le périmètre des achats gérés en central par la Direction des Achats de Bayard Presse, (Bayard Presse, Milan Presse, la SER, Bayard Presse Benelux et une partie des achats de Bayard Éditions et Éditions Milan), Bayard s'engage à se fournir pour toutes ses fabrications à 100 % en Europe en papiers certifiés PEFC, ou recyclés, sauf exception validée par la Direction des Achats du groupe. Les imprimeurs de Bayard sur ce périmètre sont à 100% certifiés PEFC et l'objectif est de maintenir ce pourcentage. Ce label assure que sont respectés les critères environnementaux, de gestion durable du patrimoine forestier, de gestion de l'eau et des sols, de respect des hommes.

Bayard s'engage à faire ses meilleurs efforts pour augmenter la part de papier recyclé dans ses productions, et réduire au maximum les distances d'approvisionnement. Les choix opérés dans le cadre du dernier appel d'offre global pour la presse, avec effet au 1er janvier 2018 et toujours valable sur cet exercice, se sont traduits par une économie de 18 % sur le nombre total de kilomètres que les magazines auraient parcouru si les imprimeurs les mieux-disants avaient été retenus, et ce malgré un surcoût des

charges d'impression.

Bayard s'engage aussi à sélectionner ses fournisseurs sur leur système de production de papier, notamment sur leur gestion de la consommation de ressources (eau et énergie) et sur leur gestion des eaux usées.

Bayard s'engage par ailleurs à limiter la gâche papier par une gestion optimale de ses stocks et par le suivi qualité de ses fournisseurs.

Pour la presse :

Périmètre : Bayard Presse, Milan Presse, la SER et Bayard Presse Benelux

Bayard Presse qui achète le papier pour ses titres édités par Bayard Presse, Milan Presse, la SER et Bayard Presse Benelux se fournit déjà à 100% en papier PEFC (81%) ou recyclé (19%, soit 2 points de plus que l'exercice précédent). Le papier recyclé étant lui-même issu de papier PEFC. Le papier recyclé concerne notamment La Croix qui est à 70% en papier recyclé. Les fournisseurs de papier PEFC sont contraints par cette norme de répondre positivement aux critères suivants :

- Techniques de blanchiment exemptes de chlore ;
- Avoir une politique de gestion des eaux usée certifiée ISO 14001 et la communiquer ;
- Mettre en place une politique de réduction des Gaz à Effet de Serre (GES) au niveau du transport et la communiquer ;
- Communiquer sur les actions mises en place pour réduire ses émissions de GES au niveau de la fabrication ;
- Avoir une politique sociale claire et formalisée ;
- Communiquer sur les actions de management de la sécurité ;

- Communiquer sur les critères environnementaux et sociaux de sélection des fournisseurs.

100% des fournisseurs de la Direction des achats de Bayard Presse répondent à ces critères.

Périmètre autres filiales : Bayard Service, Bayard Revistas, Sailer Verlag GmbH & Co. KG, Bayard Inc.

La situation est variable en fonction des filiales. Elles font toutes des efforts pour aller à 100% vers du papier PEFC ou recyclé si ce n'est pas déjà fait.

Pour l'Edition et notamment les livres complexes produits en Chine :

- 28% du papier Edition est acheté par la Direction des Achats de Bayard et il est 100% PEFC comme pour la presse. Ces achats sont destinés aux productions en Europe.
- 72% des papiers Edition sont achetés par Bayard Edition, directement en Chine pour les productions de livres complexes Jeunesse.

Les politiques mises en œuvre afin d'améliorer les critères RSE de nos achats papier Edition portent sur les achats en Chine.

Bayard a mis en place plusieurs mesures :

- Tous les livres semi-complexes dont la production pouvait être rapatriée en Europe l'ont été. Les livres complexes restent en Asie, faute d'outil industriel adapté en Europe.
- Réalisation du bilan carbone des livres fabriqués en Chine, qui a montré que ce n'est pas le transport qui a un impact négatif mais la qualité du papier. Les efforts pour n'acheter que du papier FSC ou PEFC sont donc vertueux sur ce point.

- Adhésion à l'organisme international BOOK CHAIN PROJECT qui :

- Évalue de façon transparente l'origine du bois et les modes de gestion de la forêt pour l'essentiel des papiers utilisés dans l'industrie du Livre (système PREPS)

- Permet de partager entre éditeurs les évaluations et certifications RSE des fournisseurs sur l'ensemble du Globe (système PRELIMS)

- Exigence auprès des imprimeurs chinois de se fournir en papier certifié BOOK CHAIN grade 5, qui est du papier FSC

- Travail avec notre diffuseur Hachette Livres qui doit nous partager leur blacklist de papiers Chinois non vertueux et leurs principes d'achat papier responsable

- Travail qualitatif du responsable des achats Chine pour que les imprimeurs n'utilisent que les meilleurs papiers.

Les critères environnementaux et sociaux des fournisseurs sont évalués : soit via Book Chain, soit via Ecovadis. Pour ceux qui ne sont pas certifiés par ces organismes, Bayard Edition les évalue sur les certificats qu'ils fournissent.

ANALYSE DES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE :

- Pourcentage de papier FSC/PEFC ou recyclé sur le volume de papier acheté
- Pourcentage de fournisseurs évalués avec la grille du code de bonne conduite achats ou par ECOVADIS au 30 juin 2020
- Pourcentage de fournisseurs évalués avec la grille du code de bonne conduite achat ou ayant obtenu une note Ecovadis > 40
- Part de papier acheté auprès de ces fournisseurs évalués positivement

Pour la presse :

Périmètre : Bayard Presse, Milan Presse, la SER et Bayard Presse Benelux

Sur ce périmètre Bayard se fournit à 100% en papier PEFC (81%) ou recyclé (19%). Le papier recyclé étant lui-même issu de papier PEFC

Sur les 19 fournisseurs de ce périmètre, 9 ont été évalués ECOVADIS et ont obtenu une note supérieure à 40, contre 5 sur l'exercice précédent, soit 47% des fournisseurs évalués.

Ces fournisseurs représentent maintenant 95% des achats papier du périmètre, contre 54% l'an dernier. L'objectif de 90% a été dépassé.

Périmètre autres filiales : Bayard Service, Bayard Revistas, Sailer Verlag GmbH & Co. KG, Bayard Inc.

- Bayard Service en tant qu'éditeur délégué pour ses clients qui éditent de la presse paroissiale, achète son papier via ses imprimeurs régionaux qui sont souvent de petites entités. Elle est dépendante des capacités régionales, les imprimeurs de la presse paroissiale étant situés proche de ses clients en région. Elle parvient cependant à s'approvisionner à 63% en papier PEFC.
- Sailer a acheté sur cet exercice 68% de sa consommation de papier en papier recyclé. Le reste n'est pas PEFC.
- Bayard Revistas et Bayard Inc sont à 100% de papier PEFC sur cet exercice comme sur le dernier.
- Bayard Afrique est également à 100% en papier PEFC.

Au total du périmètre étudié pour la presse :

- 99% du papier acheté est PEFC ou recyclé : 80% PEFC et 18% recyclé.
- Les fournisseurs ne sont évalués que

sur la partie achetée par la DOA. Sur la totalité du périmètre cela représente 88% des achats effectués sur des fournisseurs évalués. Les filiales étrangères et Bayard Service n'ont pas les moyens à ce jour de pratiquer ce type d'évaluation mais peuvent se fournir chez des imprimeurs certifiés.

Pour le livre et notamment les livres complexes produits en Asie :

Périmètre France : Bayard Éditions et Éditions Milan

Les papiers des deux filiales Edition en France, Bayard Éditions et Éditions Milan sont achetés pour 28% par les acheteurs papier de la Direction des Achats de Bayard Montrouge (productions de bandes dessinées en Europe) et 72% directement par Bayard Edition auprès de ses imprimeurs en Chine, notamment pour la production des livres complexes à destination des enfants.

- 100% du papier acheté pour l'Édition par la Direction des Achats est PEFC.
- 84% du papier acheté auprès des imprimeurs chinois est FSC, et 13% recyclé, ce qui porte à 97% le taux de papier acheté en Chine conformes à nos critères. Ce taux était de 76% sur l'exercice précédent.
- L'objectif est de parvenir à 100% sur 2021/22.
- Sur la partie achetée par la Direction des Achats, 6 des 7 fournisseurs ont été évalués par ECOVADIS et ont obtenu une note supérieure à 40. Ils représentent 99,8% du papier acheté.
- Sur la partie achetée par l'Édition, le nombre de fournisseurs a augmenté cette année, passant de 14 à 17, et ces nouveaux fournisseurs n'ont pas encore été évalués ECOVADIS. 8 fournisseurs ont été évalués, dont 5 ont obtenu une note supérieure à 40. Ce qui fait baisser

le taux de fournisseurs évalués à 47% cette année. Ils représentent 27% du volume de papier acheté en Chine cette année contre 43% l'an passé.

Le travail pour les achats Chine de l'édition se poursuit tant sur la qualité du papier que sur la qualité des fournisseurs et leur évaluation.

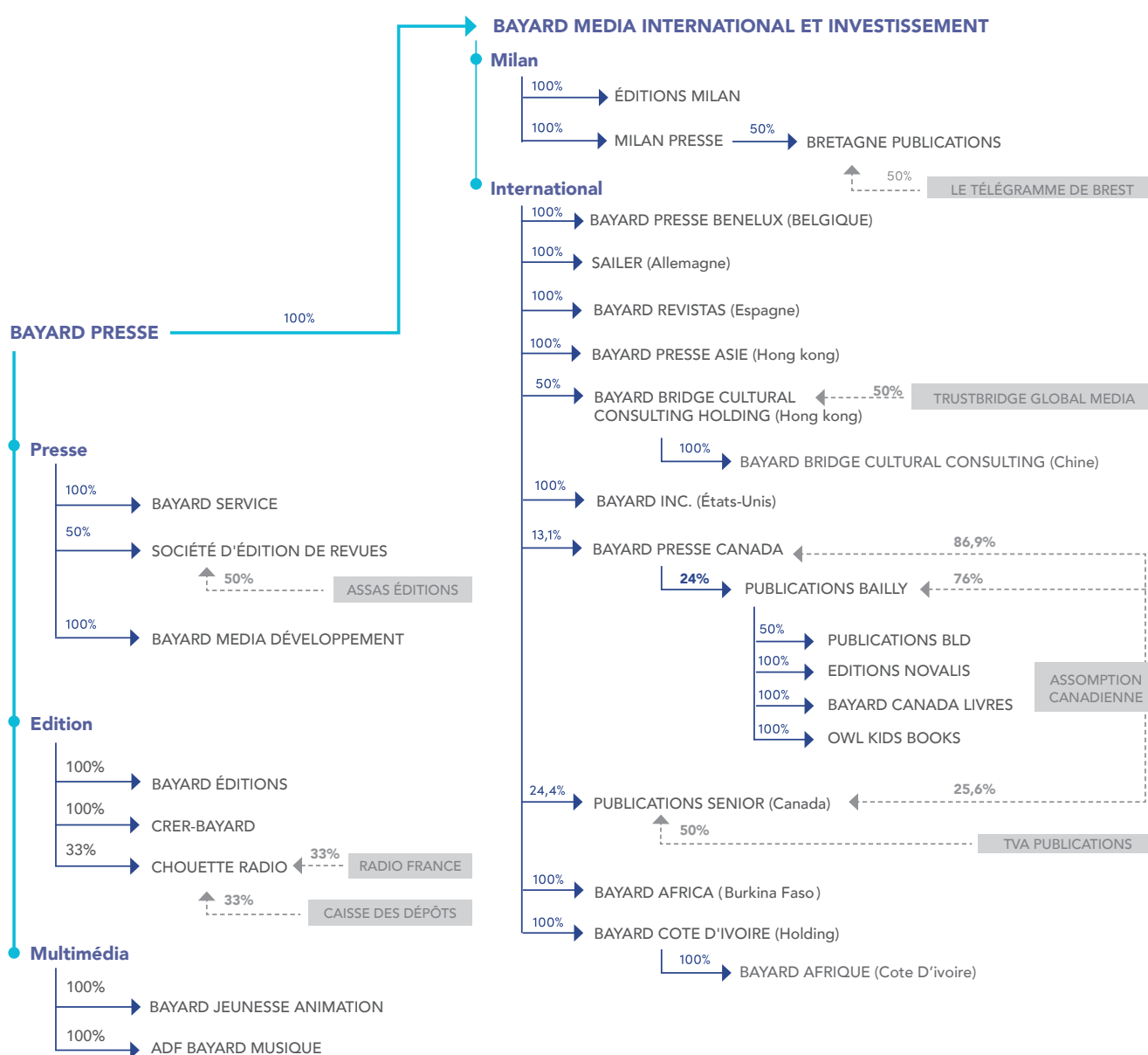
- L'Edition a pour objectif de parvenir à 100% de papier FSC en 2021/22 et d'améliorer le choix de ses fournisseurs grâce au travail réalisé avec Hachette Livres et au travail de terrain mené par l'acheteur de papier en Chine.

Périmètre filiales étrangères : Bayard Inc.

- Bayard Inc. est la seule filiale étrangère du périmètre qui édite des livres. Elle a acheté sur cet exercice 284 tonnes de papier destiné au livre, qui n'est ni FSC ni PEFC.
- Elle déclare avoir choisi ses 7 fournisseurs de papier après les avoir audités sur les critères d'absence de chlore, politique de gestion des eaux usées, réduction des GES, réduction des consommations d'eau, communication de leur politique sociale, des actions de management de la sécurité et des critères environnementaux et sociaux de sélection de leurs fournisseurs.
- 100% du papier acheté l'a été auprès de ces fournisseurs.



ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES AU 30 JUIN 2021





RAPPORT ANNUEL

A horizontal line of small, light blue dots spanning the width of the page.

2020-2021

SOMMAIRE



p. 61	RAPPORT DE GESTION GROUPE
p. 65	ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ
p. 67	PRINCIPALES DONNÉES CONSOLIDÉES
p. 68	BILAN CONSOLIDÉ
p. 69	COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ
p. 70	TABLEAU DE TRÉSORERIE
p. 71	LISTE DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES
p. 73	ANNEXES CONSOLIDÉES
p. 90	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS
p. 93	GOUVERNANCE ET CSE



RAPPORT DE GESTION

Faits marquants de l'exercice

L'exercice 2020-21 a débuté dans le contexte très particulier de crise sanitaire qui a profondément marqué la société. Cette crise a joué un rôle de catalyseur d'évolutions déjà engagées depuis quelques années, accélérant certaines ruptures ou accentuant des forces, faiblesses ou déséquilibres.

L'exercice a par ailleurs été marqué, en France, par la réorganisation du marché de la distribution kiosque après la mise en redressement judiciaire de Presstalis et une reprise partielle de son activité par France Messagerie au 1er juillet 2020.

Pour le groupe Bayard, cet exercice peut être qualifié d'exceptionnel aux deux sens du terme :

- Exceptionnel par la période traversée pendant laquelle toutes nos propositions éditoriales, papier ou numériques, ont contribué à préserver le lien social nécessaire à l'équilibre de chacun à travers un regard ouvert sur l'actualité et une vision positive de la vie.
- Exceptionnel par la performance de ses activités, notamment à destination du public Jeunesse, dont les productions à la fois éducatives et ludiques ont su rencontrer l'attente des parents et des enfants pendant cette année où se sont succédées des périodes de confinement ou de restrictions des activités.

Cette double tension nous conforte dans notre mission d'information et d'éducation, nous permet d'investir pour la poursuivre et l'amplifier et nous oblige tout à la fois à tenir nos exigences de qualité de contenus et de relations que nous tissons avec nos lecteurs-clients.

Concrètement, en ce qui concerne la Presse, les sociétés Bayard Presse et Milan Presse ont connu des diffusions records, bénéficiant tout à la fois du contexte et d'une politique commerciale active et performante sur les canaux digitaux.

Sur l'Edition, Bayard Edition Jeunesse a poursuivi sa croissance, avec des succès en BD et en fiction, et une explosion du phénomène Mortelle Adèle. Le groupe conserve ainsi son rang, acquis l'an dernier, de premier éditeur de BD Jeunesse en France. Éditions Milan n'est pas en reste avec un chiffre d'affaires qui progresse de 23%.

La société prépare pour l'automne 2021 le lancement de Merlin, une enceinte conçue pour les enfants donnant accès à une sélection audio de contenus de qualité produits par Bayard Jeunesse, Milan et Radio France, un répertoire unique et évolutif de plus de 200 titres pour les enfants âgés de 3 à 10 ans.

La Croix a enregistré une croissance de son portefeuille abonnement numérique de 24% et poursuit ses investissements tant dans le développement des contenus sous toutes ses formes que dans ses outils digitaux, au service du développement de l'audience et de la conquête de nouveaux abonnés.

Les activités de Bayard s'adressant au public chrétien sur un modèle BtoB ont souffert en Amérique du Nord ainsi qu'en en Afrique et Asie, la pandémie mondiale ayant particulièrement affecté la vie paroissiale de l'Eglise catholique ainsi que la catéchèse. Cette période a toutefois permis de développer de nouvelles propositions pour les publics grâce au numérique.

Les autres grandes marques media du groupe, comme Notre Temps, ont bien résisté, malgré un marché publicitaire qui n'a pas retrouvé son niveau d'avant crise et un marché des ventes au numéro chahuté par les différentes périodes de confinement.

En mars 2021, le groupe a cédé à Roularta Media Group ses participations dans les sociétés éditant des magazines Senior et TV en Allemagne, aux Pays-Bas et en Belgique, détenues antérieurement en co-entreprise.

En mars 2021,
la **Chouette Radio** a été créée par
Bayard, Radio France, et le Groupe
Caisse des Dépôts.

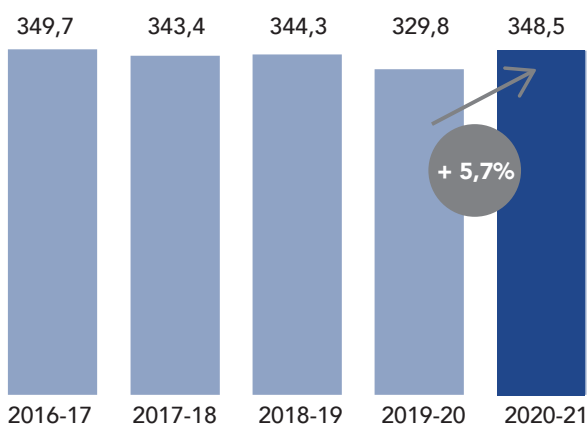


RÉSULTATS

Chiffre d'affaires consolidé

Le chiffre d'affaires consolidé de l'exercice s'élève à 348.5 M€, contre 329.8 M€ en 2019-20 (+5.7%).

A change et périmètre constants, le chiffre d'affaires du groupe est en hausse de 9.3%.

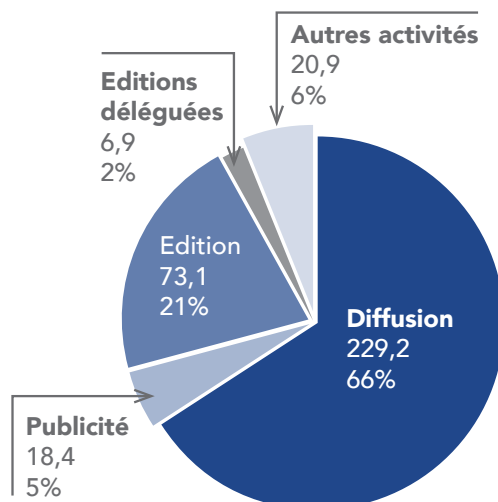


Chiffre d'affaires annuel en millions d'euros

Les sociétés françaises contribuent au chiffre d'affaires à hauteur de 307.4 M€ contre 274.3 M€ en 2019-20, soit une évolution de +12.1%.

Le chiffre d'affaires des sociétés étrangères s'élève à 41.1 M€ contre 55.4 M€ en 2019-20, soit -25.9% et -7.5% à change et périmètre constants. Les sociétés internationales du groupe représentent ainsi 12% du chiffre d'affaires consolidé.

Les ventes de livres du groupe sont en **forte hausse de 37 %**, et représentent 21% du chiffre d'affaires consolidé.



Répartition du chiffre d'affaires
Exercice 2020-21 en millions d'euros

Le chiffre d'affaires diffusion presse augmente de 5.2%, sous l'effet notamment d'une augmentation des ventes au numéro (+12.7%), qui s'explique majoritairement par la reprise d'une activité normale après une année de crise Presstalis. Le chiffre d'affaires abonnement, qui représente 79% du chiffre d'affaires diffusion, est stable.

Les revenus publicitaires du groupe (5.3% du chiffre d'affaires total) affichent un repli de -4.4%, en France comme à l'international. Ils ont été particulièrement impactés par la crise sanitaire.

Les ventes de livres du groupe sont en forte hausse de 37 %, et représentent 21% du chiffre d'affaires consolidé. Les ventes de l'édition ont connu une croissance soutenue tout au long de l'exercice, les librairies ayant pu se sortir des différents confinements d'abord grâce au « click and collect » puis grâce à leur éligibilité au statut de commerce essentiels.

Le chiffre d'affaires numérique (hors publicité) est en hausse de 12.5%. Les ventes d'abonnements numériques de La Croix et de l'application ludo-éducative pour les enfants BayaM sont en croissance respectives de 29% et 63%. Les recettes audiovisuelles sont en recul, l'exercice précédent ayant été marqué par les recettes dégagées par la sortie de Tom Tom et Nana.

Au final, l'évolution du chiffre d'affaires de l'exercice à change et périmètre constants s'explique essentiellement par la forte progression des chiffres d'affaires diffusion et édition.

Résultats

La marge opérationnelle du groupe s'élève à 31.5 M€, soit 9% du chiffre d'affaires, contre 12.7 M€ et 3.9% du chiffre d'affaires en 2019-20.

Le résultat d'exploitation du groupe s'élève à 26.0 M€ contre 5.3 M€ sur l'exercice 2019-20.

Ce résultat inclut 3.1 M€ de coûts de restructuration, contre 5.3 M€ en 2019-20.

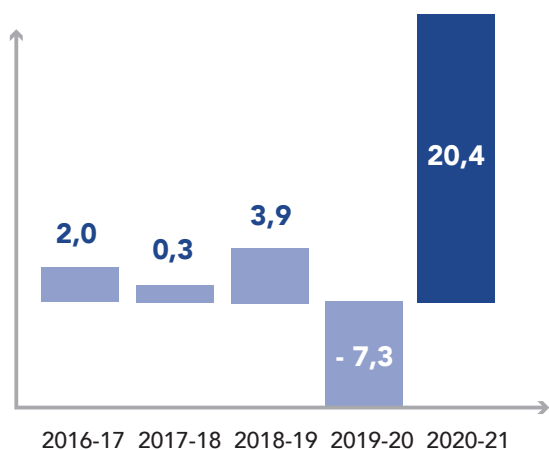
Le résultat financier est de -0.1 M€ contre -0.5 M€ en 2019-20.

Le résultat exceptionnel s'établit à 9.1 M€ contre -8.3 M€ en 2019-20. Il intègre notamment la plus-value de cession à Roularta des sociétés détenues antérieurement en JV aux Pays-Bas, en Belgique et en Allemagne. La perte exceptionnelle constatée en 2019-20 était liée au dépôt de bilan de Presstalis ainsi qu'au financement de la nouvelle messagerie.

Le groupe constate en 2020-21 une charge d'impôt de -6.5 M€, contre un produit de 1.6 M€ en 2019-20. Le produit 2019-20 était généré par une faible base imposable ainsi que par des reprises d'impôts différés passifs liées à des dépréciations des incorporels.

Le résultat net intègre des charges d'amortissement et de dépréciation d'incorporels et survaleurs pour 8.4 M€. Elles étaient de 7.8 M€ en 2019-20.

Le résultat net du groupe s'élève au 30 juin 2021 à +20.4 M€, contre -7.3 M€ l'année précédente.



Résultat net, part du groupe en millions d'euros

Trésorerie et bilan

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 113.1 M€ au 30 juin 2021 contre 93.3 M€ au 30 juin 2020.

La trésorerie générée par l'exploitation est positive à 20.8 M€. La marge brute d'autofinancement s'élève à 23.4 M€. Le besoin en fonds de roulement augmente de 5.6 M€, sous l'effet, d'une part, du décaissement lié aux reports de charges ou avances de subventions dont le groupe a bénéficié au 30 juin 2020, d'autre part, de la hausse de l'activité édition jeunesse en 2020-21 et, enfin, en sens inverse, de l'effet positif de l'imputation des créances fiscales sur l'impôt exigible.

La variation des abonnements à servir génère un apport de trésorerie de 3.0 M€.

La trésorerie affectée aux opérations d'investissements et cessions a représenté un encaissement net de 4.7 M€, contre -0.7 M€ au 30 juin 2020. Elle inclut l'effet positif de la cession des sociétés à Roularta.

La trésorerie générée par le financement a représenté un décaissement de 5.5 M€ vs 0.7 M€ au 30 juin 2020 suite au remboursement sur l'exercice 2020-21 du tirage de lignes de crédit effectué au 30 juin 20 de 5 M€. Les dettes financières long terme s'établissent ainsi à 1.1 M€, en recul de 5.7 M€.

Au final, la trésorerie nette des dettes financières augmente de 25.6 M€ sur l'exercice, et atteint 112.6 M€ contre 87 M€ au 30 juin 2020.

Les capitaux propres part du groupe s'élèvent à 65.2 M€, contre 45.0 M€ au 30 juin 2020.



PERSPECTIVES

Événements importants survenus depuis la clôture de l'exercice et perspectives d'avenir

Après une année exceptionnelle, l'objectif du groupe pour l'exercice 2021-22 est de poursuivre les développements permettant d'enrichir son offre de contenus et services afin d'accroître sa présence auprès de l'ensemble de ses publics, et de continuer à développer une offre BtoB de conseil en communication et marketing pour accompagner ses clients-partenaires. Dans la continuité des exercices précédents, Bayard poursuit ainsi sa politique ambitieuse d'investissements, tant sur le plan des contenus, que sur celui des forces commerciales et des outils informatiques.

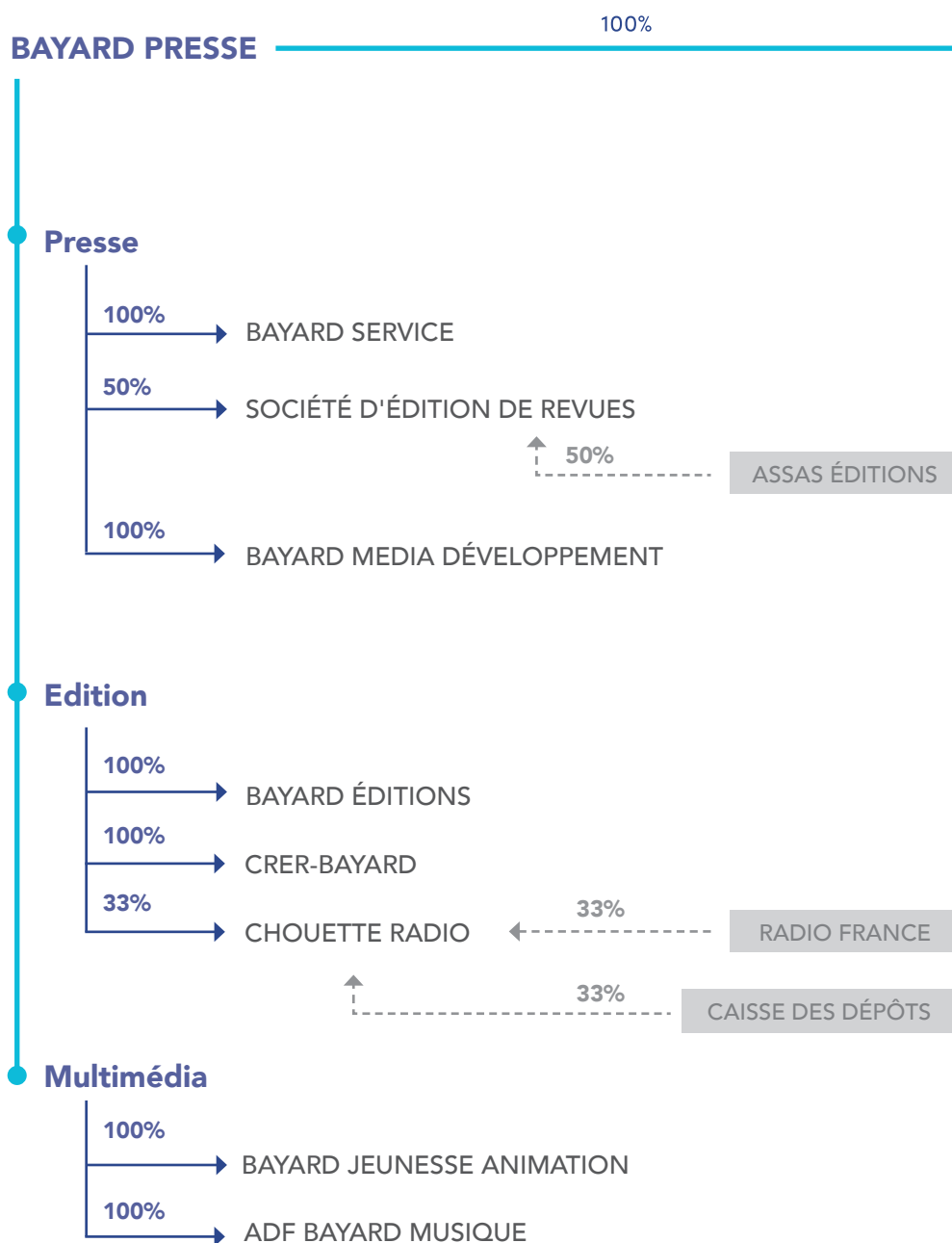
Si les mois prochains devraient être porteurs pour l'activité du fait de la reprise de l'économie mondiale, le groupe reste attentif aux risques d'inflation et d'approvisionnement liés aux tensions observées sur les marchés des matières premières.

Du fait de sa raison d'être, de ses valeurs, et de son activité fortement orientée par son engagement à fournir une information de qualité à ses lecteurs, et à contribuer à l'éducation des futurs citoyens que sont les enfants et les jeunes, Bayard vit comme un élément intrinsèque de sa stratégie son implication dans la RSE et inscrit résolument le développement de ses offres dans cette démarche.

Le groupe s'inscrit par ailleurs dans une démarche active de recherche d'opportunités de marché permettant de renforcer ses positions.

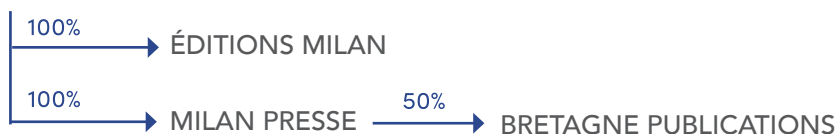


ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ DES SOCIÉTÉS CONSOLIDÉES AU 30 JUIN 2021

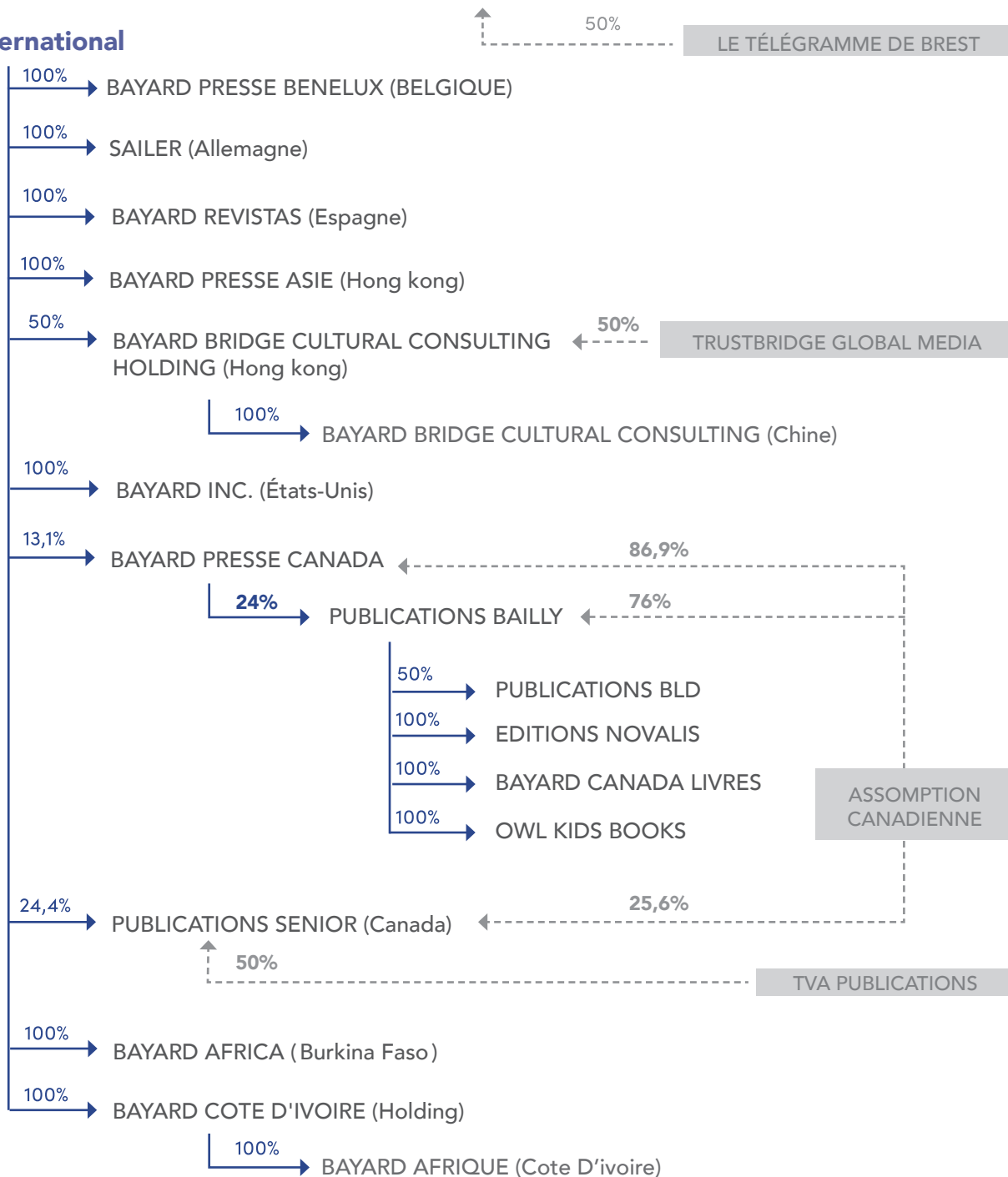


BAYARD MEDIA INTERNATIONAL ET INVESTISSEMENT

Milan



International





PRINCIPALES DONNÉES CONSOLIDÉES

(En milliers d' euros)	Exercice 2016-17	Exercice 2017-18	Exercice 2018-19	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Chiffre d'affaires hors taxes	349 680	343 352	344 293	329 784	348 516
Résultat courant	11 067	7 692	9 934	4 893	25 906
Résultat net, part du groupe	2 029	270	3 907	-7 262	20 389
Capitaux propres part du groupe	48 060	48 102	52 309	44 973	65 155
Abonnements à servir	77 716	72 932	71 608	71 068	70 697
Marge brute d'autofinancement	13 221	10 892	14 116	6 858	23 372
Investissements immobilisés ⁽¹⁾	6 050	5 334	5 001	3 065	2 553
Trésorerie nette ⁽²⁾	62 979	60 401	67 364	87 002	112 559
Effectif moyen des sociétés intégrées globalement	1 678	1 644	1 640	1 635	1 642

(1) Cessions non déduites

(2) Valeurs mobilières de placement nettes de provision
et disponibilités après déduction des dettes financières.
(dont celles générées par le retraitement du crédit-bail)

Bilan Consolidé

	NET 30 juin 2020	NET 30 juin 2021
ACTIFS (En milliers d'euros)		
Actif Immobilisé		
Ecart d'acquisition et goodwill	6 600	4 353
Immobilisations incorporelles	47 895	38 860
Immobilisations corporelles	5 393	4 997
Autres immobilisations financières	1 810	1 862
Titres mis en équivalence	5 076	4 527
Total Actif Immobilisé	66 775	54 600
Actif Circulant		
Stocks et en-cours	18 439	17 706
Clients et comptes rattachés	34 271	43 424
Impôts différés actif (*)	483	612
Autres créances et comptes de régularisation	24 384	21 134
Valeurs mobilières de placement	17 239	75 321
Disponibilités	76 655	38 386
Total Actif Circulant	171 470	196 582
Total Actif	238 246	251 182

	30 juin 2020	30 juin 2021
PASSIF (en milliers d'euros)		
Capitaux propres (part du groupe)		
Capital	16 500	16 500
Réserves et résultat consolidés	30 655	51 048
Autres	-2 181	-2 392
Total Capitaux Propres (part du groupe)	44 973	65 155
Intérêts minoritaires	380	0
Capitaux propres de l'ensemble consolidé	45 354	65 155
Emission de titres participatifs	10 000	10 000
Total autres fonds propres	10 000	10 000
Provisions pour risques et charges		
Provision retours invendus	2 803	3 682
Autres provisions pour risques et charges	10 685	7 449
Total provisions pour risques et charges	13 489	11 131
Dettes		
Emprunts et dettes assimilées	6 892	1 147
Fournisseurs et comptes rattachés	33 895	35 494
Impôts différés passif (*)	6 531	5 654
Autres dettes et comptes de régularisation	51 016	51 903
Total des dettes	98 335	94 199
Abonnements a servir	71 068	70 697
Total Passif	238 246	251 182

(*) Les impôts différés sont présentés en position nette pour chaque groupe d'intégration fiscale

Compte de résultat consolidé

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Chiffres d'affaires	329 784	348 516
Autres revenus	17 598	16 170
Total produits	347 382	364 686
Coûts des ventes	-220 590	-219 115
Frais de promotion	-82 741	-81 232
Frais généraux	-31 345	-32 816
Marge opérationnelle	12 706	31 523
Frais de recherche et développement	-15	
Amortissements des immobilisations incorporelles acquises	-2 038	-2 358
Coûts de restructuration	-5 307	-3 126
Résultat d'exploitation	5 345	26 039
Résultat financier	-452	-133
Résultat courant	4 893	25 906
Eléments exceptionnels	-8 269	9 060
Amortissements des goodwill et dépréciations exceptionnelles des incorporels	-5 780	-6 063
Impôts sur les bénéfices	1 630	-6 492
Résultat net des entreprises intégrées	-7 527	22 411
Quote-part des sociétés mises en équivalence	281	-2 022
Résultat net de l'ensemble consolidé	-7 245	20 389
Intérêts minoritaires	-16	0
Résultat net part du groupe	-7 262	20 389
Bénéfice par action (en euros)	-176,04	494,28

Tableau de flux de trésorerie

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Opérations d'exploitation		
Résultat part du groupe	-7 262	20 389
Résultat part minoritaires	16	
Résultat net (part du groupe + minoritaires)	-7 245	20 389
Élimination amortissements	14 049	12 041
Élimination des provisions et subventions virées au crd	3 406	-2 340
Élimination de la variation des impôts différés	-2 124	-668
Élimination des variations de change non monétaires sur prêts à des sociétés apparentées	-44	-9
Élimination des plus ou moins-values de cession	-903	-8 064
Élimination des résultat des sociétés mises en équivalence	-281	2 022
Marge brute d'autofinancement	6 858	23 372
Trésorerie provenant de distribution ou d'apport des sociétés MEE	-33	-53
Incidence de la variation du bfr (hors abonnements à servir)	15 517	-5 558
Variation des abonnements à servir	-1 619	3 041
A - Trésorerie générée par l'exploitation	20 724	20 802
Opérations d'investissements		
Investissements	-3 065	-2 553
Cessions d'immobilisations et réduction des immos financières	114	73
Variations de périmètre	2 207	7 176
B - Trésorerie affectée aux investissements	-744	4 696
Opérations de financement		
Subventions d'investissement		1 367
Emission/remboursement d'emprunts	-472	-5 580
Sous-total financement stable	-472	-4 213
Variation des comptes courants nets	-267	-1 287
C - Trésorerie provenant du financement	-739	-5 500
D - Incidence de la variation des taux de change	-23	-164
Variation de trésorerie (A + B + C + D)	19 218	19 833
Trésorerie à l'ouverture	74 045	93 263
Trésorerie à la clôture	93 263	113 096
Variation de la trésorerie	19 218	19 833

Liste des sociétés consolidées en 2020-2021

	IG IP MEE	% contrôle	% intérêt
SOCIETES FRANCAISES			
BAYARD PRESSE SA 18 rue Barbès - 92128 Montrouge Cedex (SIREN : 542 042 486)	IG	100	100
BAYARD MEDIA INTERNATIONAL ET INVESTISSEMENT SAS (BMII) 18 rue Barbès - 92128 Montrouge Cedex (SIREN : 352 912 802)	IG	100	100
BAYARD JEUNESSE ANIMATION SAS (BJA) 18 rue Barbès - 92128 Montrouge Cedex (SIREN : 442 207 551)	IG	100	100
SOCIETE D'EDITION DE REVUES SA (SER) 14, rue d'Assas - 75006 Paris (SIREN : 429 795 974)	IP	50	50
BAYARD MEDIA DEVELOPPEMENT SAS (BMD) 18 rue Barbès - 92128 Montrouge Cedex (SIREN : 507 389 252)	IG	100	100
BAYARD SERVICE SAS (BSE) P.A. du Moulin - Allée H. Boucher - BP 80200 - 59118 Wambrechies (SIREN : 458 506 011)	IG	100	100
BAYARD EDITIONS SAS (BE) 18 rue Barbès - 92128 Montrouge Cedex (SIREN : 428 771 778)	IG	100	100
LA CHOUETTE RADIO SAS MERLIN 15 rue de la Fontaine au Roi, 75011 Paris (SIREN : 895 405 967)	MEE	33	33
CRER-BAYARD SAS (CRER) 19 rue de la Saillerie - 49184 Saint Barthélémy d'Anjou (SIREN : 799 047 212)	IG	100	100
ADF BAYARD MUSIQUE SAS (ADFBM) 23 rue de la Houssaye - 49410 St Laurent du Mottay (SIREN : 552 021 990)	IG	100	100
MILAN PRESSE SAS 1 Rond-point Eisenhower- 31101 Toulouse (SIREN : 342 069 143)	IG	100	100
EDITIONS MILAN SAS 1 Rond-point Eisenhower- 31101 Toulouse (SIREN : 384 209 870)	IG	100	100
BRETAGNE PUBLICATIONS SNC 19 rue Jean Macé - 29000 Brest (SIREN 419 462 635)	MEE	50	50

	IG IP MEE	% contrôle	% intérêt
SOCIETES ETRANGERES			
EUROPE			
BAYARD PRESSE BENELUX SA 50 rue de la Fusée - Boîte 10 - 1130 Bruxelles - Belgique	IG	100	100
BELGOMEDIA SA (*) 30 B rue du Moulin - 4820 Dison - Belgique	IP	50	50
SENIOR PUBLICATIONS NEDERLAND BV (*) Amaliaaan 126 - 3743 KJ Baarn - Pays-Bas	IP	50	50
MILAN BELGIQUE SA (EN COURS DE LIQUIDATION) 50 rue de la Fusée - Boîte 10 - 1130 Bruxelles - Belgique	IG	100	100
MEDIAPLUS BV (*) Amaliaaan 126 - 3743 KJ Baarn - Pays-Bas	IP	50	50
PRESS PARTNER BV (*) Amaliaaan 126 - 3743 KJ Baarn - Pays-Bas	IG	100	100

(*) sociétés sorties du périmètre le 1er janvier 2021

	IG IP MEE	% contrôle	% intérêt
SENIOR PUBLICATIONS DEUTSCHLAND GmbH & Co.KG (*) Lütticher Strasse 1-3 - 50674 Köln - Allemagne	IP	50	50
SENIOR PUBLICATIONS VERWALTUNG GmbH (*) Brüsseler Strasse 1-3 - 50674 Köln - Allemagne	IP	50	50
BAYARD MEDIA VERWALTUNG GmbH (*) Steinerne Furt 67 - 86167 Augsburg - Allemagne	IP	50	50
BAYARD MEDIA GmbH & Co.KG (*) Steinerne Furt 67 - 86167 Augsburg - Allemagne	IP	50	50
JM SAILER VERLAG GMBH & CO. KG Linan Ammon Strasse 30 - 90741 Nurnberg - Allemagne	IG	100	100
JM SAILER VERLAG GMBH Linan Ammon Strasse 30 - 90741 Nurnberg - Allemagne	IG	100	100
50+BEURS & FESTIVAL BV (*) Kleine Oord 87 - 6811 HZ Arnhem - Pays-Bas	IP	25	25
BAYARD REVISTAS SA Calle Alcala 261-265 - 28027 Madrid - Espagne	IG	100	100
AMÉRIQUE			
BAYARD PRESSE CANADA INC. 4475, Frontenac Street, Montréal, Qc H2H 2S2 - Montréal Québec - Canada	MEE	13,1	100
PUBLICATIONS SENIOR INC. 4475, Frontenac Street, Montréal, Qc H2H 2S2 - Montréal Québec - Canada	IP	24,4	50
BAYARD INC. 1 Montauk Avenue suite 2 - New London - CT 06320 - USA	IG	100	100
ASIE / AFRIQUE			
BAYARD PRESSE ASIE - GDS Publishing Cie Ltd Room 8.9F, Block A Hong Kong industrial centre 489-491 Castle peak road Cheung sha wan Kowloon - Hong KONG	IG	100	100
BAYARD BRIDGE CULTURAL CONSULTING (HK) CO. LIMITED Room 705-706, 7/F., China Insurance Group Building, No. 141 Des Voeux Road Central, CE - Hong Kong	IP	50	50
BAYARD BRIDGE CULTURAL CONSULTING CO. LIMITED B4 2, C W industrial park, No 14 Jiuxianqiao Rd, Chaoyang District Beijing, PR, China	IP	50	50
BAYARD AFRICA 05 BP 6393 Ouagadougou 05 BURKINA FASO	IG	100	100
BAYARD COTE D'IVOIRE Riviera 3, Lot n°1072, Ilot n°115, Abidjan - Côte d'Ivoire	IG	100	100
BAYARD AFRIQUE Riviera 3, Lot n°1072, Ilot n°115, Abidjan - Côte d'Ivoire	IG	100	100

(*) sociétés sorties du périmètre le 1er janvier 2021



ANNEXES AUX COMPTES CONSOLIDÉS



Faits marquants de l'exercice

L'exercice 2020-21 a été marqué par le contexte très particulier lié à la pandémie mondiale du Covid-19.

Le groupe a cédé à Roularta ses participations dans les sociétés⁽¹⁾ éditant des magazines Senior et TV en Allemagne, aux Pays-Bas et en Belgique, détenues antérieurement en co-entreprise.

(1) SPN (détenue à 50%), Media Plus (détenue à 50%), 50 + Beurs (détenue à 25%), et Press Partners (détenue à 100%) ; Belgomedia (détenue à 50%) ; Bayard Media (détenue à 50%).



Principes de consolidation

1. RÉFÉRENTIEL COMPTABLE

Les comptes consolidés du groupe Bayard sont établis en milliers d'euros selon les dispositions législatives et réglementaires en vigueur en France.

Ils sont établis conformément au Règlement n° 99-02 du Comité de la Réglementation Comptable relatif aux comptes consolidés des sociétés commerciales et actualisé par le Règlement n° 2005-10 du 03 novembre 2005.

2. MODALITÉS DE CONSOLIDATION ET OPÉRATIONS INTERNES

Les méthodes de consolidation utilisées sont :

- l'intégration globale en cas de contrôle exclusif du groupe ;
- l'intégration proportionnelle en cas de contrôle conjoint : partage du contrôle entre les actionnaires et décisions de gestion unanimes ;
- la mise en équivalence pour les sociétés dans lesquelles le groupe exerce une influence notable, qui est présumée à partir du moment où le groupe détient au moins 20% du capital.

Toutes les transactions significatives entre les sociétés intégrées ainsi que les résultats internes à l'ensemble consolidé sont éliminés. Lorsque ces opérations ont été réalisées avec une entité consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle, elles sont éliminées par application du pourcentage de contrôle du groupe dans cette entité.

3. DATES D'ARRÊTÉ COMPTABLE

Les comptes sociaux de la majeure partie des sociétés consolidées sont arrêtés au 30 juin 2021. Des situations intermédiaires sont établies pour les sociétés qui n'ont pas clôturé au 30 juin 2021.

4. CONVERSION DES ÉTATS FINANCIERS DES SOCIÉTÉS ÉTRANGÈRES

Les comptes des sociétés étrangères sont convertis en euros suivant la méthode du cours de clôture selon laquelle :

- les postes de bilan sont convertis sur la base du cours de change en vigueur à la fin de l'exercice à l'exception des comptes de capitaux propres pour lesquels les taux historiques sont utilisés,
- les postes du compte de résultat sont convertis sur la moyenne des cours de l'année. La différence de conversion qui en résulte est portée en réserve de conversion.

5. INFORMATION SECTORIELLE

En application du CRC 99-02, la segmentation retenue est l'appartenance géographique des sociétés du groupe : sociétés françaises et sociétés étrangères.

Périmètre de consolidation

La société consolidante du groupe est Bayard Presse SA (BPSA). Au 30 juin 2021, 27 sociétés sont consolidées contre 36 au 30 juin 2020.

Les variations de périmètre de l'exercice sont les suivantes :

- Acquisition des 40% d'intérêts minoritaires de la SAS ADF Bayard Musique, portant le pourcentage d'intérêt à 100% ;
- Création de la société La Chouette Radio, mise en équivalence à hauteur de 33,33% ;
- Cession de la participation au capital des sociétés Senior Publications Nederland BV et Press Partners BV. La participation dans ces filiales, jusqu'alors intégrées globalement à 100 % ou proportionnellement à 50%, a été cédée au co-actionnaire Roularta Media Group. De ce fait, les entités détenues par Senior Publications Nederland BV, à savoir 50+BEURS & Festival BV et Mediaplus BV, sont également sorties du périmètre ;
- Cession de la participation au capital de la SA Belgomédia, jusqu'alors intégrée proportionnellement à 50%, au co-actionnaire Roularta Media Group. De ce fait, les entités détenues par la SA Belgomédia sont également sorties du périmètre, à savoir : Senior Publications Deutschland GmbH & Co.KG, Senior Publications Verwaltung GmbH, Bayard Media Verwaltung GmbH et Bayard Media GmbH & Co.KG.

Règles comptables et méthodes d'évaluation

1. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations figurent au bilan à leur coût historique ou, le cas échéant, à leur juste valeur pour les actifs provenant des sociétés acquises.

Les immobilisations incorporelles se décomposent en quatre grandes catégories :

- Ecart d'acquisition et goodwill, amortis sur une durée maximale de 20 ans ;

- Marques et titres de publication non amortis, ou amortis sur une durée maximale de 30 ans ;
- Droits intellectuels et commerciaux, amortis sur une durée maximale de 10 ans ;
- Autres immobilisations incorporelles (logiciels principalement, amortis sur une durée maximale de 8 ans, et productions audiovisuelles en cours).

2. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur coût historique ou, le cas échéant, à leur juste valeur pour les actifs provenant des sociétés acquises.

Les actifs faisant l'objet d'un contrat de crédit-bail d'une importance significative sont retraités de façon à faire apparaître la valeur du bien en immobilisations et, en contrepartie, un montant équivalent en dettes financières. Dans le compte de résultat, l'amortissement et la charge financière sont substitués à la redevance.

Les durées d'amortissement, déterminées sur la base des durées d'utilité, sont les suivantes :

- Constructions : 20 ans maximum, sauf pour les Etats-Unis où la durée est de 40 ans ;
- Installations techniques, matériel et outillage : 3 à 5 ans ;
- Autres immobilisations corporelles :
 - Agencements et installations : 8 à 11 ans,
 - Matériel informatique : 3 à 5 ans,
 - Matériel et mobilier de bureau : 5 à 11 ans.

3. REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES

Les regroupements d'entreprises (acquisitions d'entités, ...) sont comptabilisés selon la méthode de l'acquisition. Cette méthode conduit à la comptabilisation des actifs et passifs des entités acquises à leur juste valeur.

La différence entre le coût d'acquisition des titres acquis et l'évaluation à la juste valeur des actifs et passifs identifiés à la date d'acquisition constitue l'écart d'acquisition. Conformément aux dispositions réglementaires en vigueur, le groupe se donne jusqu'à la clôture du deuxième exercice suivant la date d'acquisition pour finaliser l'analyse des écarts de première consolidation. Parmi les principaux actifs justifiant d'une évaluation particulière lors d'une acquisition peuvent être cités :

- les actifs incorporels tels que les marques ou titres de publication, dans la mesure où ceux-ci peuvent être déterminés par une méthode d'évaluation suffisamment précise et objective, permettant le suivi de leur valeur dans le temps ;
- les actifs corporels sur la base d'évaluation résultant notamment de rapports d'expertise.

En application des normes comptables, un impôt différé passif est constaté pour prendre en compte les distorsions existantes entre les valeurs comptables et les valeurs fiscales des actifs susceptibles de résulter du processus d'allocation du prix d'acquisition.

Les écarts d'acquisition font l'objet d'un amortissement sur une durée maximum de 20 ans.

4. APPRÉCIATION DE LA VALEUR DES ACTIFS INCORPORELS

La valeur économique des écarts d'acquisition et des actifs incorporels est appréciée lors de chaque clôture, en cas d'indice de perte de valeur. Si la valeur économique ainsi obtenue apparaît inférieure à la valeur nette comptable de l'actif, et si aucun autre indicateur économique ne justifie cet écart, une dépréciation est constituée dans les comptes.

- Marques :

La valeur recouvrable des marques est déterminée selon la méthode de capitalisation des redevances de chiffre d'affaires.

- Goodwill et écarts d'acquisition :

Soumis à un test annuel de valeur au niveau de leur marché (Quotidien, Public jeunesse, Public chrétien, Public senior), leur valeur recouvrable est déterminée selon la méthode des flux de trésorerie actualisés.

5. STOCKS

Les stocks de produits finis sont dépréciés selon les règles fiscales applicables à l'édition (provision pour mévente). Pour les travaux en cours, une provision peut être constituée à la clôture de l'exercice pour les projets d'édition non parus ou sur les titres pour lesquels un risque est identifié.

Les stocks de papier font l'objet d'une dépréciation lorsque la valeur vénale du stock est inférieure au coût d'entrée ou lorsque leur consommation devient improbable.

6. CRÉANCES

Les à-valoir versés aux auteurs sont comptabilisés

en avances et acomptes versés. Les à-valoir versés au titre d'un ouvrage dont les ventes estimées ne permettront pas de couvrir cette avance font l'objet d'une provision pour dépréciation.

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est constituée au cas par cas lorsque la valeur d'inventaire d'une créance est inférieure à sa valeur comptable.

7. FISCALITÉ

Les effets de la fiscalité différée, qui résultent des décalages temporaires existant dès lors que la valeur comptable d'un actif ou d'un passif diffère de sa valeur fiscale, sont neutralisés par la comptabilisation d'impôts différés actifs ou passifs.

Au niveau de chaque entité fiscale (société ou groupe de sociétés adhérentes à un régime d'intégration fiscale), les impôts différés actifs ne sont comptabilisés que si leur récupération est probable.

En application de la méthode du report variable, l'effet éventuel des modifications de taux d'imposition est enregistré au compte de résultat au cours de l'exercice au cours duquel ces changements sont devenus définitifs (principe du dernier taux voté).

8. VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

Les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées à leur prix d'achat. Une provision est constituée ligne par ligne si le cours de fin d'exercice est inférieur au cours d'achat.

9. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les instruments de couverture sont valorisés à la valeur de marché à la date de clôture.

10. AUTRES FONDS PROPRES

Les obligations remboursables en actions, souscrites par les actionnaires de Bayard Presse, sont inscrites sous cette rubrique.

11. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

Les provisions pour risques et charges sont constituées en conformité avec le règlement sur les passifs (Règlement ANC n°2014-03). Ce règlement définit un passif comme un élément du patrimoine ayant une valeur économique négative pour l'entité,

c'est-à-dire une obligation (légale, réglementaire ou contractuelle) de l'entité à l'égard d'un tiers dont il est probable ou certain qu'elle provoquera une sortie de ressources au bénéfice de ce tiers, sans contrepartie au moins équivalente attendue de celui-ci.

Dans l'activité édition, des provisions sur retours sont calculées statistiquement, en tenant compte du taux de retour constaté sur l'année précédente. La provision constituée correspond à la marge réalisée sur les ventes de l'année précédente. Pour les collections de livres de poche qui ne sont pas réintégrées en stock mais pilonnées, l'éditeur calcule la provision sur la base du chiffre d'affaires.

En application de l'Avis du CNC n°2004-05, les prestations susceptibles d'être versées au titre des médailles du travail sont comptabilisées en provisions pour risques et charges.

Les engagements pour Indemnités de Fin de Carrière ne sont pas, sauf exception, comptabilisés en Provisions pour risques et charges et figurent dans les Engagements Hors Bilan.

12. COMPTABILISATION DES OPÉRATIONS FAITES EN DEVICES

Les pertes et gains de change latents sur dettes et créances en devises sont inscrits en résultat, selon la méthode préférentielle prévue par le Règlement 99-02.

13. ABONNEMENTS À SERVIR

Le chiffre d'affaires afférent aux publications est constaté au fur et à mesure du service des abonnements. Le montant des abonnements souscrits et correspondant aux numéros de la publication restant à servir figure au passif sous la rubrique « Abonnements à servir ».

14. FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT OU LANCEMENT DES TITRES DE PRESSE

Ils sont comptabilisés en charge sur l'exercice au cours duquel les dépenses sont réalisées.

15. RÉSULTAT FINANCIER

Le résultat financier est présenté par destination.

16. ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS

Les éléments qui y figurent sont ceux prévus par le Plan Comptable Général, les charges et les produits dont le niveau est significatif et qui correspondent à des événements non récurrents ou à des éléments non inhérents à l'activité de l'entreprise.

17. BÉNÉFICE (PERTE) PAR ACTION

Le bénéfice (perte) par action est calculé en fonction du nombre moyen pondéré d'actions.

18. NON-APPLICATION DES MÉTHODES PRÉFÉRENTIELLES

Le Groupe applique, le cas échéant, les méthodes préférentielles énoncées au §300 du règlement CRC n°99-02, à l'exception des engagements pour Indemnités de Fin de Carrière comme mentionné dans la note 11 « Provisions pour risques et charges ».

19. ESTIMATIONS

L'établissement des comptes consolidés nécessite que la direction procède à des estimations et retienne des hypothèses qui ont une incidence sur les montants portés à l'actif et au passif (valorisation des immobilisations incorporelles, détermination des provisions pour risques et charges,...). Ces hypothèses, estimations ou appréciations sont établies sur la base d'informations ou de situations existant à la date d'établissement des comptes qui peuvent, le cas échéant, se révéler différentes de la réalité.

20. CHANGEMENTS DE MÉTHODES COMPTABLES

Néant.

E Notes sur le bilan consolidé

1. ECARTS D'ACQUISITION ET GOODWILL

1.1 Décomposition sectorielle

	Valeur Nette	Valeur Brute	Amortissements et provisions pour dépréciation	Valeur Nette
(En milliers d'euros)	30 juin 2020		30 juin 2021	
Sociétés françaises	5 881	45 554	-41 201	4 353
Sociétés étrangères	719	13 134	-13 134	0
Total	6 600	58 688	-54 335	4 353

1.2 Variation de l'exercice

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Acquisitions	Cessions/ Diminutions	Autres variations (a)	30 juin 2021
Ecart d'acquisition et goodwill	62 028	0	-2 597	-743	58 688
Amortissements et provisions	-55 427	-1 946	2 319	719	-54 335
Valeurs nettes	6 600	-1 946	-277	-24	4 353

(a) Variations de change et de périmètre

Les écarts d'acquisition et goodwill nets concernent principalement :

- Milan Presse et Editions Milan (acquis en 2004) ;
- La branche d'activité Pflaum acquise par Bayard Inc. en 2014 ;
- Tourbillon, dont Bayard Editions a acquis en septembre 2017 57,5% des parts pour porter sa participation à 100%.

Ils sont amortis sur une durée comprise entre 5 et 20 ans.

Les dotations de l'exercice concernent les amortissements linéaires et des dépréciations exceptionnelles des écarts d'acquisition et goodwill.

2. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

2.1 Décomposition sectorielle

	Valeur Nette	Valeur Brute	Amortissements et provisions pour dépréciation	Valeur Nette
(En milliers d'euros)	30 juin 2020		30 juin 2021	
Sociétés françaises	41 915	106 988	-69 340	37 648
Sociétés étrangères	5 981	23 859	-22 647	1 212
Total	47 895	130 847	-91 987	38 860

2.2 Variation de l'exercice par nature

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Acquisitions	Cessions/ Mises au rebut	Autres variations (a)	30 juin 2021
Marques et titres de publications	84 938	1	-710	-4 259	79 969
Droits intellectuels et commerciaux	29 304	263		-637	28 930
Autres immobilisations incorporelles	23 249	1 518	-382	-2 437	21 948
Valeurs brutes	137 490	1 782	-1 092	-7 333	130 847

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Augmentations - dotations	Diminutions - reprises	Autres variations (a)	30 juin 2021
Marques et titres de publications	-40 810	-6 558	711	2 380	-44 278
Droits intellectuels et commerciaux	-28 616	-1 270		1 378	-28 508
Autres immobilisations incorporelles	-20 169	-1 182	721	1 429	-19 201
Amortissements et provisions	-89 595	-9 010	1 432	5 187	-91 987

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Augmentations - dotations	Diminutions - reprises	Autres variations (a)	30 juin 2021
Marques et titres de publications	44 128	-6 557	0	-1 879	35 692
Droits intellectuels et commerciaux	688	-1 007		741	422
Autres immobilisations incorporelles	3 080	336	339	-1 009	2 747
Valeurs nettes	47 895	-7 228	339	-2 146	38 860

(a) Variations de change et virement de poste à poste

Les marques et titres de publication incluent notamment les marques américaines, dont Creative Communications for the Parish (« CCP ») acquise en 2004, Pflaum et Catechist acquises en 2014-15, et la juste valeur des titres de presse et fonds d'édition acquis, en particulier de Milan Presse, Editions Milan, Sailer, et Prions en Eglise.

Depuis le 1er juillet 2020, les marques Milan font l'objet d'un amortissement sur une durée de 20 ans sur la base de la valeur nette comptable au 30 juin 2020. Auparavant, elles étaient amorties sur la base de 50% de leur valeur brute sur une durée de 20 ans depuis le 1er juillet 2009. Les marques américaines CCP et Pflaum sont amorties sur une durée de 10 ou 15 ans. Compte tenu des perspectives à moyen terme, des amortissements exceptionnels ont été enregistrés au 30 juin 2021 sur les marques relatives au secteur religieux, les marques américaines CCP et Pflaum, canadienne Novalis et françaises Panorama et Prions en Eglise.

La colonne « Autres variations » (a) inclut les impacts liés aux variations de périmètre (cession

à Roularta des sociétés qu'elle détenait aux Pays-Bas, en Belgique et en Allemagne).

Les droits intellectuels et commerciaux sont principalement détenus par les sociétés Bayard Jeunesse Animation, ADF BM, et Bayard Service. Ceux détenus par Bayard Service ont été totalement dépréciés au 30 Juin 2020.

Les autres immobilisations incorporelles comprennent essentiellement des logiciels et des sites internet. Les acquisitions de l'exercice incluent l'activation des coûts de productions des séries audiovisuelles.

Les flux figurant en autres variations concernent d'une part le reclassement des immobilisations en cours (« autres immobilisations incorporelles ») en « Droits intellectuels et commerciaux » à la suite de la mise en exploitation des productions audiovisuelles (0,7 M€ en 2020-21, Jésus, l'histoire d'une Parole et 3.5 M€ pour 2019-20, majoritairement Tom Tom et Nana) et d'autre part les variations de périmètre (cession à Roularta des sociétés aux Pays-Bas, en Belgique et en Allemagne).

3. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

3.1 Décomposition sectorielle

	Valeur Nette	Valeur Brute	Amortissements et provisions pour dépréciation	Valeur Nette
(En milliers d'euros)	30 juin 2020		30 juin 2021	
Sociétés françaises	2 495	18 655	-16 143	2 512
Sociétés étrangères	2 898	5 805	-3 320	2 485
Total	5 394	24 460	-19 463	4 997

3.2 Variation de l'exercice par nature

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Acquisitions	Cessions/ Mises au rebut	Autres variations (a)	30 juin 2021
Terrains	513	0	0	-30	484
Constructions	3 519	38	0	-245	3 312
Installations, matériel et outillage industriel	1 383	20	-22	-111	1 269
Autres immobilisations corporelles	20 177	1 217	-1 027	-971	19 395
Valeurs brutes	25 592	1 275	-1 049	-1 357	24 460

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Dotations	Reprises	Autres variations (a)	30 juin 2021
Amortissements et provisions	-20 198	-1 309	1 013	1 031	-19 463
Valeurs nettes	5 394	-34	-36	-326	4 997

(a) Variations de change et reclassement de poste à poste

Les autres immobilisations corporelles sont constituées principalement d'agencements et installations, ainsi que de matériel informatique.

Les cessions des autres immobilisations corporelles concernent notamment du matériel informatique de Bayard Presse SA, totalement amorti.

4. IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

4.1 Décomposition sectorielle

	Valeur Nette	Valeur Brute	Amortissements et provisions pour dépréciation	Valeur Nette
(En milliers d'euros)	30 juin 2020		30 juin 2021	
Sociétés françaises	1 613	4 899	-3 126	1 773
Sociétés étrangères	198	89	0	89
Total	1 810	4 988	-3 126	1 862

4.2 Variation de l'exercice par nature

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Augmentations	Diminutions	Autres variations	30 juin 2021
Titres de participation non consolidés	2 650	172	0	80	2 902
Créances rattachées à des participations	0	0	0	0	0
Prêts et Autres immobilisations financières	2 075	104	-46	-48	2 086
Valeurs brutes	4 725	276	-46	32	4 988

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Dotations	Reprises	Autres variations	30 juin 2021
Provisions	-2 915	-172	0	-39	-3 126
Valeurs nettes	1 810	104	-46	-7	1 862

4.3 Échéancier des prêts et des créances immobilisées

	1 an au plus	2 à 5 ans	supérieur à 5 ans	Total répartition
(En milliers d'euros)	30 juin 2021			
Créances rattachées à des participations	0	0	0	0
Prêts et Autres immobilisations financières	16	79	1 991	2 086
Total	16	79	1 991	2 086

5. TITRES MIS EN ÉQUIVALENCE

(En milliers d'euros)	Valeur des titres mis en équivalence		Contribution résultat	
	30 juin 2020	30 juin 2021	30 juin 2020	30 juin 2021
Bayard Presse Canada	5 037	3 232	388	-1 935
Bretagne Publications	-64	19	-107	30
La Chouette Radio	0	1 275	0	-117
Adveniat	101	0	0	0
Total	5 075	4 527	281	-2 022

Bayard presse SA a créé en mars 2021 une société *La chouette Radio* avec deux partenaires, dont l'objet est la commercialisation d'une enceinte contenant du contenu audio à destination des enfants.

Les données significatives des comptes de Bayard Presse Canada sont présentées ci-après :

Bayard Presse Canada Principaux agrégats (a)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
(En milliers d'euros)		
Immobilisations incorporelles (b)	3 525	509
Capitaux propres retraités (b)	5 037	3 232
Chiffre d'affaires social	9 812	9 802
Marge opérationnelle sociale	1 965	1 288
Dotation aux amortissements des incorporels et survaleurs	-1 552	-3 050
Impôts	-473	-357
Contribution au résultat net du groupe	388	-1 935

(a) Ces chiffres incluent la division Novalis presse et excluent les sociétés Editions Novalis, Bayard Canada Livres et Owl Kids Books.

(b) Données incluant les retraitements de consolidation.

6. STOCKS ET EN-COURS

	Valeur Nette	Valeur Brute	Provisions pour dépréciation	Valeur Nette
(En milliers d'euros)	30 juin 2020		30 juin 2021	
Matières premières et autres approvisionnements	4 125	5 072	-881	4 191
En-cours de production de biens	1 691	1 228	0	1 228
Produits intermédiaires et finis (livres essentiellement)	11 623	17 761	-5 887	11 875
Marchandises	1 000	758	-346	412
Total	18 439	24 820	-7 114	17 706

7. CLIENTS ET COMPTES RATTACHÉS

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
<i>Sociétés françaises</i>		
Valeurs brutes	34 061	45 343
Provisions	-2 456	-3 662
Total France	31 605	41 681
<i>Sociétés étrangères</i>		
Valeurs brutes	3 517	2 651
Provisions	-851	-907
Total International	2 666	1 744
Valeurs brutes	37 578	47 993
Provisions	-3 307	-4 569
Total	34 271	43 424

Les créances clients ont une échéance inférieure à un an.

La hausse significative des comptes clients est liée d'une part à la hausse d'activité et d'autre part au montant plus normatif des créances clients messagerie. En effet, le solde des créances clients au 30 juin 2020 était impacté significativement par la constatation en pertes de la créance irrécouvrable détenue sur Presstalis (non encore échue au 30 Juin 2020).

8. AUTRES CRÉANCES ET COMPTES DE RÉGULARISATION

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Avances et acomptes versés sur commande	22 377	23 549
Autres créances	19 995	15 796
Comptes de régularisation	4 491	5 351
Valeurs brutes	46 863	44 696
Provisions	-22 478	-23 562
Valeurs nettes	24 384	21 134

Les autres créances incluent notamment :

- Les à-valoir versés aux auteurs,
- Les créances fiscales et sociales,
- L'avance consentie à Presstalis dans le cadre du plan de sauvegarde, dépréciée,
- Les comptes courants avec des sociétés extérieures au groupe ou non consolidées en intégration globale,
- Les créances liées aux échanges publicitaires, aux subventions à recevoir.

9. TRÉSORERIE BRUTE

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Bayard Presse SA	16 926	75 321
Autres sociétés	313	0
Valeurs mobilières de placement	17 239	75 321
Bayard Presse SA	62 195	21 680
Autres sociétés	14 460	16 706
Disponibilités	76 655	38 386
Total trésorerie brute	93 894	113 706

Les valeurs mobilières de placement sont principalement composées de comptes à terme.

L'augmentation de la trésorerie nette provient essentiellement du haut niveau d'activité 2020-21 ainsi que de la cession en mars 2021 à Roularta des JV Europe.

10. VARIATION DES CAPITAUX PROPRES ET AUTRES FONDS PROPRES

(En milliers d'euros)	Capitaux propres consolidés (part du groupe)				Autres fonds propres (a)
	Capital	Réserves consolidées	Réserves de conversion et autres variations	Total	
Au 30 juin 2019	16 500	37 898	-2 088	52 309	10 000
Résultat de l'exercice		-7 262		-7 262	
Variations de change et autres		19	-93	-74	
Au 30 juin 2020	16 500	30 655	-2 181	44 973	10 000
Résultat de l'exercice		20 389		20 389	
Variations de change et autres		4	-211	-207	
Au 30 juin 2021	16 500	51 048	-2 392	65 155	10 000

(a) Obligations Remboursables en Actions

11. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Dotations	Reprise provision utilisée	Reprise provision non utilisée et autres variations	30 juin 2021
Provisions pour retours d'invendus	2 803		879	0	3 682
Ecart d'acquisition passif	180	0	-103	-77	0
Autres provisions	10 505	1 553	-2 817	-1 792	7 449
Total	13 489	1 553	-2 041	-1 869	11 131

Les autres provisions sont essentiellement composées de provisions pour charges et pour litiges sociaux, incluant notamment les provisions pour médailles du travail, et indemnités de départ en retraite dans le cadre du contrat de génération.

Au 30 Juin 2020, elles incluaient également une provision pour risques et charges correspondant au montant estimé de contribution du groupe au financement de la nouvelle structure de distribution France messagerie. Cette provision a été reprise sur l'exercice 2020-21 suite à la réévaluation de l'estimation faite au 30 juin 2021.

12. EMPRUNTS ET DETTES ASSIMILÉES

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Concours bancaires courants	719	643
Emprunts à moins de 1 an	5 103	90
Emprunts entre 1 et 5 ans	1 063	282
Emprunts à plus de 5 ans	6	131
Sous-total emprunts	6 173	504
Total	6 892	1 147

Les emprunts à moins d'un an sont essentiellement composés d'une annuité des emprunts du groupe.

BMII a contracté en décembre 2014 un emprunt de 2.2 M€, amortissable en 20 échéances trimestrielles à partir de mars 2017.

Par ailleurs, Bayard Presse SA dispose de deux lignes de crédit auprès de deux banques pour un montant total de 25 M€. Aucun tirage n'a été effectué en 2020-21.

13. FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHÉS

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Sociétés françaises	28 704	31 621
Sociétés étrangères	5 192	3 873
Total	33 895	35 494

Les dettes fournisseurs ont une échéance inférieure à un an.

14. IMPÔTS DIFFÉRÉS

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Impôts différés actifs	3 441	3 437
Impôts différés passifs	9 490	8 479
Position nette IDP, IDA	6 049	5 042

Les impôts différés passifs concernent essentiellement les immobilisations incorporelles identifiées lors de l'acquisition de Milan Presse et Editions Milan en 2004.

Au bilan, les impôts différés sont présentés en position nette au sein de chaque groupe d'intégration fiscale, soit 612 K€ à l'actif et 5 654 K€ au passif.

La diminution des impôts différés passifs provient essentiellement de l'amortissement annuel des immobilisations incorporelles auxquelles ils sont attachés.

Variation des actifs et passifs d'impôts différés par nature :

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Différences temporaires	1 791	1 660
Evaluation des incorporels	723	1 113
Impôts différés locaux	575	608
Activation déficits reportables	268	0
Autres	83	55
Total Impôts différés actifs	3 441	3 437
Evaluation des incorporels	9 442	8 427
Impôts différés locaux	49	51
Total impôts différés passifs	9 490	8 479
Position nette IDP-IDA	6 049	5 042

15. AUTRES DETTES ET COMPTES DE RÉGULARISATION

(En milliers d'euros)	30 juin 2020	30 juin 2021
Avances et acomptes reçus sur commande	732	917
Autres dettes	46 938	47 631
Comptes de régularisation	3 347	3 355
Total	51 016	51 903

Les autres dettes concernent notamment :

- Les dettes fiscales et sociales pour 31.5 M€ (vs 33.0 M€ au 30 Juin 2020).
- Les comptes courants avec des sociétés extérieures au groupe pour 1 M€.

16. ABONNEMENTS À SERVIR

(En milliers d'euros)	1er juillet 2020	Variation économique	Autres variations (a)	30 juin 2021
Sociétés françaises	58 975	3 094	0	62 069
Sociétés étrangères	12 094	-53	-3 412	8 628
Total	71 068	3 041	-3 412	70 697

(a) Variations de change et de périmètre

Le poste abonnements à servir s'élève à 70.7 M€ au 30 juin 2021 vs 71.1 M€ au 30 juin 2020. Il est en recul apparent de -0.4 M€ du fait des sorties de périmètre pour - 3.2 M€. A périmètre et change constants, il progresse de 3.0 M€.

A CHANGE ET PÉRIMÈTRE CONSTANTS :

- Le chiffre d'affaires du groupe est en hausse de 9.3% :
- Le chiffre d'affaires diffusion presse augmente de 5.2%, sous l'effet notamment d'une augmentation des ventes au numéro (+12.7%), qui s'explique majoritairement par la reprise d'une activité normale après une année de crise Presstalis.
- Les revenus publicitaires du groupe (5.3% du chiffre d'affaires total) affichent un repli de -4.4%, en France comme à l'international. Ils ont été particulièrement impactés par la crise sanitaire.
- Les ventes de livres du groupe sont en forte hausse de 37 %, et représentent 21% du chiffre d'affaires consolidé.
- Le chiffre d'affaires numérique (hors publicité) est en hausse de 12.5%. Il inclut des recettes audiovisuelles en recul, et des ventes d'abonnements numériques de La Croix et de BayaM en croissance.

F Notes sur le compte de résultat consolidé

1. CHIFFRE D'AFFAIRES

1.1 Chiffre d'affaires par zone géographique

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	274 335	307 421
Sociétés étrangères	55 449	41 094
Total	329 784	348 516

1.2 Chiffre d'affaires par activité

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Diffusion	225 634	229 244
Publicité	20 525	18 415
Edition	53 612	73 128
Autres (a)	30 013	27 729
Total	329 784	348 516

(a) Le chiffre d'affaires « Autres » inclut notamment les éditions délégués, les ventes de produits et services dérivés, les ventes de contenu numérique et les échanges.

2. CHARGES DE PERSONNEL

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	-102 618	-105 220
Sociétés étrangères	-15 589	-12 348
Total	-118 206	-117 568

Les variations de périmètre expliquent une baisse des charges de personnel de 2.2 M€ entre les deux exercices.

3. RÉSULTAT D'EXPLOITATION

Marge opérationnelle		
(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	9 310	29 192
Sociétés étrangères	3 395	2 331
Total	12 706	31 523

Coûts de restructurations, de R&D et amort. des incorporels		
(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	-6 532	-4 439
Sociétés étrangères	-829	-1 045
Total	-7 361	-5 484

Résultat exploitation		
(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	2 778	24 753
Sociétés étrangères	2 567	1 287
Total	5 345	26 039

4. RÉSULTAT FINANCIER

4.1 Résultat financier par zone géographique

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	-370	-106
Sociétés étrangères	-82	-27
Total	-452	-133

4.2 Résultat financier par nature

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Résultat sur prêts et emprunts	-290	-222
Résultat sur trésorerie placée	117	330
Résultat sur participations	-282	-162
Résultat de change	2	-79
Total	-452	-133

5. ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS

5.1 Éléments exceptionnels par zone géographique

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	-9 232	1 545
Sociétés étrangères	963	7 515
Total	-8 269	9 060

5.2 Éléments exceptionnels par nature

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Subvention Caisse de Retraite	-1 015	-1 019
Presstalis	-8 290	666
Résultat sur cession d'actifs	969	7 564
Autres éléments exceptionnels	67	1 849
Éléments exceptionnels (Hors amortissements et dépréciations des incorporels)	-8 269	9 060

Le résultat de cession est constitué de la plus-value de cession des sociétés détenues aux Pays-Bas, en Belgique et en Allemagne.

En 2019-20, la perte de Presstalis incluait la perte sur créance irrécouvrable détenue le jour du redressement judiciaire ainsi que l'estimation de la contribution du groupe au financement de la nouvelle structure France messagerie. Le résultat 2020-21 est impacté par la réévaluation de l'estimation faite au 30 juin 2021 des coûts liés au dépôt de bilan Presstalis.

6. AMORTISSEMENTS DES GOODWILL ET DEPRECIATION EXCEPTIONNELLES DES INCORPORELS

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Amortissements des écarts d'acquisition et goodwill	-1 774	-1 945
Dépréciations exceptionnelles des incorporels	-4 007	-4 118
Total	-5 780	-6 063

Le montant présenté concerne les dotations aux amortissements des écarts d'acquisitions et goodwill et les dépréciations exceptionnelles des actifs incorporels.

7. IMPOTS SUR LES BÉNÉFICES

7.1 Impôts sur les bénéfices par zone géographique

Le groupe constate en 2020-21 une charge d'impôt de -6.5 M€ liée aux bénéfices fiscaux générés par l'activité, contre un produit de 1.6 M€ en 2019-20. Le produit 2019-20 était généré par une faible base imposable ainsi que par des reprises d'impôts différés passifs liées à des dépréciations des incorporels.

Le groupe d'intégration fiscale de Bayard Presse inclut toutes les sociétés françaises répondant aux critères de l'intégration.

La charge d'impôt constatée sur l'exercice se ventile comme suit :

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sociétés françaises	1 469	-6 447
Sociétés étrangères	160	-45
Total	1 630	-6 492

7.2 Impôts sur les bénéfices par nature

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Impôts exigibles	-751	-7 160
Impôts différés	2 380	668
Total	1 630	-6 492

7.3 Analyse de la charge réelle d'impôt sur les bénéfices (hors amortissements et dépréciation des écarts d'acquisition) :

(En milliers d'euros)	Résultat	30 juin 2021	
		Impôt	Taux
Résultat des sociétés intégrées	20 389		
Résultat consolidé avant impôt	26 998	-8 370	31,0%
<i>Explications :</i>			
Différences permanentes		2 047	-7,6%
Imputation de déficits antérieurs		698	-2,6%
Crédits d'impôts		224	-0,8%
Intégration fiscale		183	-0,7%
Effet en impôt du résultat des sociétés mises en équivalence		-598	2,2%
Autres différences locales (impôts forfaitaires, taux réduits...)		-288	1,1%
Effet de changement de taux d'impôt consolidation		-279	1,0%
Différence de taux d'impôt social		-110	0,4%
Total		-6 492	24,1%

8. DOTATIONS NETTES AUX AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS

(En milliers d'euros)	Exercice 2019-20	Exercice 2020-21
Sur incorporels acquis et écarts d'acquisition	-7 818	-8 421
Sur autres actifs immobilisés	-6 179	-3 676
Sur actifs circulant	-2 968	-660
Sur risques et charges	-3 909	2 170
Total	-20 874	-10 588

La dotation totale aux amortissements des immobilisations incorporelles (hors logiciels et productions audiovisuelles) et écarts d'acquisition s'élève à - 8 421 K€ sur l'exercice et se décompose ainsi :

- Les amortissements linéaires des immobilisations incorporelles acquises pour -2 359 K€,
- Les amortissements linéaires des écarts d'acquisition pour -1 945 K€,
- Les dépréciations et amortissements exceptionnels des immobilisations incorporelles acquises et des écarts d'acquisition pour -4 117 K€.



Autres informations

1. RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS

Au 30 juin 2021, les membres du Conseil de Surveillance ont perçu des jetons de présence pour un montant de 72 K€.

Il n'est pas alloué de jetons de présence aux membres du Directoire ayant des mandats sociaux dans les filiales du groupe Bayard.

Les rémunérations versées aux membres du Directoire s'élèvent à 1 019 K€.

Il n'y a pas d'engagements d'indemnités de départ en retraite spécifiques pour les membres salariés du Directoire ; leurs droits sont calculés selon la même méthode que pour l'ensemble des salariés.

2. EFFECTIFS

	30 juin 2020	30 juin 2021
Cadres	505	514
Journalistes	484	484
Agents de maîtrise - techniciens	159	160
Employés	279	270
VRP	207	213
Ouvriers	1	1
Total effectifs en Intégration Globale	1 635	1 642
Effectifs en Intégration Proportionnelle (au prorata de la participation)	110	12
Total	1 744	1 653

3. OBLIGATIONS CONTRACTUELLES ET ENGAGEMENTS COMMERCIAUX

3.1 Engagements reçus

Néant.

3.2 Engagements donnés

- Gage sur stock

Dans le cadre de son contrat de diffusion établi le 1er janvier 2011 et prorogé au 1er janvier 2016, les Editions Milan sont tenues de garantir au diffuseur, en forme de gage, un niveau de stock minimum sur la durée du contrat.

- Caution sur loyer

La BRED a donné sa garantie à première demande à hauteur de 1.225 K€ au propriétaire des locaux de Montrouge, au titre de caution pour les loyers. En contre garantie, BPSA a conclu un nantissement de 4 748,42 parts de OCTYS FCP 2DEC pour 756 K€ et 43 030 parts sociales pour 448 K€ au cours du 30 juin 2021, auprès de la BRED.

- Dettes garanties

Bayard Presse SA dispose de lignes de crédit auprès de deux banques pour un montant total de 25 M €. Aucun tirage n'a été effectué au 30.06.21. La plupart des contrats de financement conclus contiennent les clauses habituelles de maintien de ratios financiers, en vertu duquel l'exigibilité d'une partie ou de la totalité de ses lignes peut être réclamée. Au 30 juin 2021, ces ratios sont respectés.

- Cessions de créances professionnelles

Au 30 juin 2021, le groupe n'a pas de créances professionnelles.

- Engagements de retraite

La méthode d'évaluation des engagements d'indemnités de départ en retraite consiste à actualiser les droits à terme en fonction d'hypothèses de progression des salaires, de taux de rotation des effectifs, et de table de mortalité. La méthode d'évaluation prend en compte les dispositions de la loi de financement de la sécurité sociale pour 2008. Le montant des droits acquis par les salariés au 30 juin 2021 s'élève dans ces conditions à 7 660 K€ hors cotisations sociales, soit 11 489 K€ avec un taux de charges de 50%, dont 779 K€ ont fait l'objet d'une provision pour charge dans les comptes au 30 juin 2021 dans le cadre du contrat génération.

Dans le cadre de l'externalisation auprès de la compagnie d'assurance Arial de la dette actuarielle de Bayard Presse SA au titre de son régime de retraite additionnelle, deux contrats ont été mis en place : l'un représentant les engagements repris par Arial et le second financé à compter du 1er janvier 2009 par des dotations annuelles de Bayard Presse SA à Arial pour assurer le paiement des droits non transférés. La charge constatée dans les comptes de Bayard Presse SA au titre de ce second contrat est de 1 019 K€ pour l'exercice 2020-21. Le montant total résiduel de l'engagement de Bayard Presse SA se monte à 25 980 K€ au 30 juin 2021.

4. INSTRUMENTS FINANCIERS

L'exposition au risque de change du groupe, essentiellement liée aux actifs libellés en dollar US, fait l'objet de couvertures partielles de change par des options et des ventes à terme.

La valeur de ces instruments financiers a été déterminée au bilan sur la base des cours de marché au 30 juin 2021.

5. HONORAIRES DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Le montant des honoraires des commissaires aux comptes versés au titre de l'audit légal de Bayard Presse SA et de ses filiales consolidées au 30 juin 2021 s'élève à 0.5 M€.

6. EVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Néant.



RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Exercice clos le 30 juin 2021

Bayard Presse S.A.

18 rue Barbès - 92210 Montrouge

BAYARD PRESSE S.A.A

Siège social : 18 rue Barbès

92210 Montrouge

Capital social : €.16 500 000

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Exercice clos le 30 juin 2021

A l'attention de l'Assemblée Générale de la société
Bayard Presse S.A.,

OPINION

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de la société Bayard Presse S.A. relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2021 tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine, à la fin de l'exercice, de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

FONDEMENT DE L'OPINION

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes, sur la période du 1er juillet 2020 à la date d'émission de notre rapport.

JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

La crise mondiale liée à la pandémie de Covid-19 crée des conditions particulières pour la préparation et l'audit des comptes de cet exercice. En effet, cette crise et les mesures exceptionnelles prises dans le cadre de l'état d'urgence sanitaire induisent de multiples conséquences pour les entreprises, particulièrement sur leur activité et leur financement, ainsi que des incertitudes accrues sur leurs perspectives d'avenir. Certaines de ces mesures, telles que les restrictions de déplacement et le travail à distance, ont également eu une incidence sur l'organisation interne des entreprises et sur les modalités de mise en œuvre des audits.

C'est dans ce contexte complexe et évolutif que, en application des dispositions des articles L.823-9 et R.823-7 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les appréciations suivantes qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importantes pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes consolidés pris isolément.

Les notes D-4 « Appréciation de la valeur des actifs incorporels », E-1 « Ecart d'acquisition et goodwill », E-2 « Immobilisations incorporelles », et F-6 « Amortissements des goodwill et dépréciations exceptionnelles des incorporels » de l'annexe exposent les règles et méthodes comptables relatives à l'évaluation des immobilisations

incorporelles. Nous avons examiné les modalités d'appréciation de la valeur économique de ces actifs incorporels et des écarts d'acquisition ainsi que les hypothèses retenues, et nous avons vérifié que les notes de l'annexe donnent une information appropriée.

VÉRIFICATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion du directoire.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Nous attestons que la déclaration consolidée de performance extra-financière prévue par l'article L. 225-102-1 du code de commerce figure dans le rapport de gestion du groupe, étant précisé que, conformément aux dispositions de l'article L. 823-10 de ce code, les informations contenues dans cette déclaration n'ont pas fait l'objet de notre part de vérifications de sincérité ou de concordance avec les comptes consolidés et doivent faire l'objet d'un rapport par un organisme tiers indépendant.

RESPONSABILITÉS DE LA DIRECTION ET DES PERSONNES CONSTITUANT LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE RELATIVES AUX COMPTES CONSOLIDÉS

Il appartient à la direction d'établir des comptes consolidés présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes consolidés, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le directoire.

RESPONSABILITÉS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES RELATIVES À L'AUDIT DES COMPTES CONSOLIDÉS

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes consolidés. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.823-10-1 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes consolidés ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention

comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes consolidés au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;

- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes consolidés et évalue si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle ;

- concernant l'information financière des personnes ou entités comprises dans le périmètre de consolidation, il collecte des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Il est responsable de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés ainsi que de l'opinion exprimée sur ces comptes.

LES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Paris La Défense et Paris, le 9 novembre 2021

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

ADVOLIS

Eric LEFEBVRE
Associé

Patrick IWEINS
Associé

Hugues DE NORAY
Associé



SOCIÉTÉ ANONYME À DIRECTOIRE ET CONSEIL DE SURVEILLANCE

Au capital de 16 500 000 euros
RCS Nanterre B 542 042 486
18, rue Barbès
92128 Montrouge Cedex
Tél. : 01 74 31 60 60

DIRECTOIRE

Pascal RUFFENACH
Directeur général,
Président du Directoire

André ANTONI
Directeur général

Florence GUÉMY
Directrice générale

Jean-Marie MONTEL
Directeur général

MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Hubert CHICOU
Président

Milad YACOUB
Vice-président,
religieux assomptionniste

CONGRÉGATION DES
AUGUSTINS DE L'ASSOMPTION
Représentée par Benoît Bigard,
Provincial d'Europe

Vincent CABANAC
Religieux assomptionniste

Christian LAMOLINERIE
Conseil auprès de dirigeants d'entreprises

Dominique QUINIO
Présidente des Semaines Sociales de France

Véronique FAYET
Ancienne Présidente du Secours Catholique -
Caritas France

Thérèse LEBRUN
Président, Recteur délégué
Université Catholique de Lille

Zoé VANDERMERSH
Religieuse Oblate de l'Assomption

François MORINIÈRE
Président du Directoire Groupe Labruyère

Véronique BOUSCAYROL
Économe du diocèse de Lyon

PRÉSIDENT D'HONNEUR
Bruno FRAPPAT

COMMISSAIRES AUX COMPTES
Advolis/KMPG Audit IS

REPRÉSENTANTS DU COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE

Frédérique THIOILLIER
Journalistes - CFDT

Florence DENIS
VRP - SNAREP CFE - CGC

Myriam BEAUDET
Employés/ouvriers - CGT

Pascal MOLINARO
Journalistes - SNJ

Julie-Marie MACAIRE
Cadre - CFTC

