



**LE GROUPE BIC ANNONCE L'ACQUISITION DES ACTIVITES DE
NORWOOD PROMOTIONAL PRODUCTS, LE DEUXIEME FOURNISSEUR, AUX ETATS-
UNIS, DE PRODUITS PROMOTIONNELS PERSONNALISES (HORS TEXTILE)**

Le Groupe BIC annonce l'acquisition, par l'une des filiales de BIC USA, de la quasi-totalité des actifs de la société Norwood Promotional Products, aux termes d'une vente aux enchères menée dans le cadre de la procédure du Chapter 11 américain.

Le prix total de l'acquisition est de 125 millions de dollars U.S. auxquels s'ajoutent environ 37,5 millions de dollars U.S. de dettes.

Le 5 mai 2009, Norwood Promotional Products s'était volontairement placée sous le bénéfice du Chapitre 11 du Code des faillites des Etats-Unis et le juge des faillites du Delaware l'avait autorisée à vendre ses actifs au plus offrant ou au mieux disant. C'est cette enchère que l'une des filiales de BIC USA a remportée le 18 juin 2009.

Cette acquisition devrait être finalisée d'ici le 15 juillet 2009 sous réserve de l'autorisation des autorités américaines de concurrence compétentes.

Norwood Promotional Products est le deuxième fournisseur aux Etats-Unis de produits promotionnels non vestimentaires

Norwood Promotional Products est un leader dans les calendriers, les sacs, les trophées, les nécessaires à boire et les autres produits promotionnels. L'entreprise bénéficie aux Etats-Unis d'un large taux de pénétration dans le réseau de distribution des Produits Promotionnels. Le chiffre d'affaires de Norwood Promotional Products s'est élevé à plus de 300 millions de dollars U.S. en 2008.

Le marché des Produits Publicitaires et Promotionnels

Bien que cyclique, l'industrie des Produits Promotionnels est une activité de croissance rentable qui demande peu d'investissements. Les Produits Promotionnels constituent l'un des principaux supports publicitaires. C'est un marché très fragmenté à tous les niveaux, avec un nombre important de fournisseurs, de distributeurs et de clients finaux. Il offre des produits très divers sur environ 20 segments, la plupart d'entre eux représentant moins de 10% du marché total.

Aux Etats-Unis, qui représentent environ 60% du marché mondial, le secteur a enregistré une croissance significative avec, depuis 1988, un taux de croissance moyen annuel de +8 %. L'industrie des Produits Promotionnels est aujourd'hui fortement affectée par le retournement économique mais bénéficiera du redémarrage de l'économie.

Renforcement significatif de l'activité historique Produits Promotionnels du Groupe BIC

A travers BIC Graphic, BIC est présent sur le marché des Produits Promotionnels depuis 1969, principalement dans les instruments d'écriture. La société est reconnue pour la qualité de son marquage et pour l'excellence de ses services client et livraison. Après le rachat d'Antalis Promotional Products (APP) en Europe en mars 2009, l'acquisition de Norwood Promotional Products renforcerait BIC comme l'un des leader mondiaux des fournisseurs de Produits Promotionnels (hors textile), avec des positions de N°1 aux Etats-Unis et N°2 en Europe ; elle devrait permettre de réaliser des synergies entre Norwood Promotional Products, BIC Graphic et Antalis Promotional Products (APP) en Europe.

Avec l'acquisition de Norwood, l'activité Produits Promotionnels devrait représenter à la fin 2009 environ 25 % des ventes du Groupe BIC. En 2010, elle devrait être présentée comme une activité à part entière, au même titre que la Papeterie, les Briquets et les Rasoirs. Cette acquisition devrait être relative sur le résultat net par action (BNPA) à partir de 2011.

Bruno Bich, Président du Conseil d'Administration, a déclaré : « Nous investissons dans une industrie dans laquelle nous sommes présents avec succès depuis 40 ans et que nous connaissons en profondeur. Nos managers sont expérimentés, nous avons avec nos distributeurs des relations fortes et de confiance et nous comprenons la demande des clients finaux. »

Mario Guevara, Directeur Général, a ajouté : « Les complémentarités entre BIC Graphic, Antalis Promotional Products et Norwood nous donnerons, au-delà de la taille, l'opportunité de tirer la croissance de cette industrie lorsque celle-ci se redressera et elles créeront de la valeur pour nos actionnaires. »

* *
*

Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes.

Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section «Risques et opportunités » du « Document de Référence du Groupe BIC» archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2009.

Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site Internet de BIC : www.bicworld.com, section relations investisseurs.



Calendrier 2009

| | | |
|--|-----------------|-------------------------|
| Résultats du 2 ^{ème} trimestre 2009 | 5 août 2009 | Conférence téléphonique |
| Résultats du 3 ^{ème} trimestre 2009 | 21 octobre 2009 | Conférence téléphonique |

A propos de BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC fabrique depuis plus de 50 ans des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe d'être aujourd'hui l'une des marques mondiales les plus reconnues. BIC commercialise ses produits dans plus de 160 pays et a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 1 420,9 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID100, et des indices ISR FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone et Ethibel Excellence Europe.



Pour plus d'informations, merci de consulter le site Internet du Groupe : www.bicworld.com

| | |
|--|---|
| Contacts Relations Investisseurs : +33 1 45 19 52 26 | Contacts Presse : +33 1 53 70 74 48 |
| Sophie Palliez-Capian - sophie.palliez@bicworld.com | Claire Doligez - cdoligez@image7.fr |
| Carole Richon - carole.richon@bicworld.com | Flore Larger - flarger@image7.fr |

