



GROUPE BIC – RESULTATS DU 3^{EME} TRIMESTRE ET DES 9 PREMIERS MOIS 2009

**CHIFFRE D'AFFAIRES DES 9 PREMIERS MOIS 2009 : 1 128,1 MILLIONS D'EUROS,
EN HAUSSE DE 4,9% A TAUX DE CHANGE CONSTANTS**

MARGE D'EXPLOITATION NORMALISEE¹ DES 9 PREMIERS MOIS 2009 : 16,0%

RESULTAT NET PART DU GROUPE DES 9 PREMIERS MOIS 2009 EN HAUSSE DE 5,6% A 119,3 MILLIONS D'EUROS

SITUATION NETTE DE TRESORERIE AU 30 SEPTEMBRE 2009 : 192,8 MILLIONS D'EUROS

Faits marquants des 9 premiers mois 2009

Chiffre d'affaires Grand Public :

- 938,7 millions d'euros (+1,8% à taux de change constants)

Chiffre d'affaires Produits Publicitaires & Promotionnels :

- 189,4 millions d'euros (+25% à taux de change constants et -22,7% à base comparable)

■ **Chiffre d'affaires Papeterie : 485 millions d'euros (-7,6% à taux de change constants)**

Activité Grande distribution & fournisseurs de bureau en baisse de 3,6% à taux de change constants

- Achats de rentrée scolaire tardifs en Europe et en Amérique du Nord. Maintien des parts de marché de BIC.
- Croissance soutenue en Amérique latine.

Activité Instruments d'écriture Promotionnels en baisse de 22,4% à taux de change constants

- Baisse des ventes dans toutes les zones géographiques, en ligne avec les tendances de marché.

■ **Chiffre d'affaires Briquets : 290 millions d'euros (+4,6% à taux de change constants)**

- Gains de parts de marché en Amérique du Nord.
- Poursuite de la forte performance de l'Amérique latine.

■ **Chiffre d'affaires Rasoirs : 201 millions d'euros (+2,5% à taux de change constants)**

- Bonne tenue en Europe et en Amérique du Nord
- Poursuite de la croissance de nos rasoirs non rechargeables 3-lames en Amérique latine.

■ **Résultat d'exploitation normalisé : 181,0 millions d'euros (+7,5% en publié)**

■ **Marge d'exploitation normalisée : 16,0% contre 15,8% au cours des 9 premiers mois 2008**

- La diminution des dépenses de soutien de la marque, l'impact favorable des fluctuations des taux de change et le contrôle des dépenses d'exploitation ont compensé la baisse des volumes de production qui a affecté la marge brute.

■ **Résultat d'exploitation publié : 171,0 millions d'euros (+4,8% en publié)**

- -20,9 millions d'euros de dépenses liées au plan de réduction des coûts lancé en avril 2009 ;
- +10,3 millions d'euros d'écart d'acquisition négatif lié à l'acquisition d'Antalis Promotional Products
- +0,6 million d'euros de plus-value immobilière en Allemagne.

■ **BNPA : 2,48 euros (+6,4% en publié)**

■ **Situation nette de trésorerie au 30 septembre 2009 : 192,8 millions d'euros**

- Poursuite de l'amélioration du besoin en fonds de roulement ;
- Investissements industriels inférieurs à ceux des 9 premiers mois 2008.

Perspectives 2009

Pour le reste de l'année, notre objectif demeure de tirer parti de nos différents atouts afin de maintenir ou d'accroître nos parts de marché dans toutes les catégories. Nous restons concentrés sur le contrôle des coûts et l'amélioration de notre besoin en fonds de roulement afin de protéger notre génération de trésorerie. La marge d'exploitation normalisée de l'année 2009 devrait être proche de celle de 2008.

Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « Sur des marchés en baisse, notre activité Grand Public résiste bien et nous avons maintenu ou fait croître nos parts de marché dans la plupart de nos activités et zones géographiques tandis que nos ventes de Produits Publicitaires et Promotionnels ont continué de baisser, comme l'ensemble du secteur. Nous avons poursuivi au cours du 3^{ème} trimestre la dynamique initiée au 2^{ème} trimestre. Cette bonne performance confirme notre capacité à réduire les coûts sans pour autant compromettre la création de valeur sur le long terme. »

¹ Se reporter au glossaire page 9
Chiffres non audités

Chiffres clés

En millions d'euros	3ème TRIMESTRE					9 PREMIERS MOIS				
	2008	2009	En publié	A taux de change constants	A base comparable	2008	2009	En publié	A taux de change constants	A base comparable
GROUPE										
Chiffre d'affaires	363,9	415,0	+14,0%	+14,3%	-0,2%	1 064,4	1 128,1	+6,0%	+4,9%	-1,6%
Marge brute	168,7	190,8	+13,1%			511,6	527,2	+3,0%		
Résultat d'exploitation	62,0	70,2	+13,2%			163,1	171,0	+4,8%		
Marge d'exploitation	17,0%	16,9%				15,3%	15,2%			
Résultat d'exploitation normalisé²	63,5	71,9	+13,1%			168,4	181,0	+7,5%		
Marge d'exploitation normalisée	17,5%	17,3%				15,8%	16,0%			
Résultat Net Part du Groupe	42,5	48,7	+14,7%			113,0	119,3	+5,6%		
Bénéfice net par action (en euros)	0,88	1,01	+14,8%			2,33	2,48	+6,4%		

PAR CATEGORIE

Papeterie										
Chiffre d'affaires	172,2	164,6	-4,4%	-3,7%	-3,7%	520,6	484,5	-6,9%	-7,6%	-7,6%
Résultat d'exploitation	25,5	22,9	-10,5%			73,8	51,3	-30,4%		
Marge d'exploitation	14,8%	13,9%				14,2%	10,6%			
Marge d'exploitation normalisée	15,7%	14,4%				15,2%	12,6%			
Briquets										
Chiffre d'affaires	95,6	97,8	+2,3%	+2,4%	+2,4%	272,3	290,2	+6,6%	+4,6%	+4,6%
Résultat d'exploitation	29,0	36,4	+25,3%			81,5	93,7	+15,0%		
Marge d'exploitation	30,4%	37,2%				29,9%	32,3%			
Marge d'exploitation normalisée	30,4%	37,2%				29,9%	34,8%			
Rasoirs										
Chiffre d'affaires	70,6	70,8	+0,4%	+2,1%	+2,1%	195,3	200,7	+2,8%	+2,5%	+2,5%
Résultat d'exploitation	8,3	12,5	+50,9%			8,4	20,8	+147,4%		
Marge d'exploitation	11,7%	17,6%				4,3%	10,4%			
Marge d'exploitation normalisée	11,7%	17,9%				4,3%	11,5%			
Chiffre d'affaires Autres Produits	25,5	81,7	+219,7%	+213,9%	+7,5%	76,2	152,7	+100,3%	+97,9%	+7,3%

CHIFFRE D'AFFAIRES GRAND PUBLIC / PRODUITS PROMOTIONNELS

CA Grand Public	316,5	321,4	+1,5%	+2,6%	+2,6%	919,6	938,7	+2,1%	+1,8%	+1,8%
CA Produits Promotionnels (BIC Graphic, Atchison, Antalis, Norwood)	47,3	93,5	+97,6%	+92,4%	-19,1%	144,8	189,4	+30,8%	+25,0%	-22,7%

² Sur les 9 premiers mois 2008, le résultat d'exploitation normalisé exclut les coûts de restructuration liés aux fermetures des usines Stypen en France et Fountain Inn aux Etats-Unis et des plus values immobilières. Sur les 9 premiers mois 2009, le résultat d'exploitation normalisé exclut les coûts liés au plan de restructuration annoncé en avril dernier, l'écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products et des plus values immobilières.

Groupe

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC sur les 9 premiers mois 2009 s'élève à 1 128,1 millions d'euros, contre 1 064,4 millions d'euros sur les 9 premiers mois 2008, en hausse de 6,0% en publié, de 4,9% à taux de change constants et en baisse de 1,6% à base comparable. Au 3^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires s'élève à 415,0 millions d'euros, en hausse de 14,0% en publié, de 14,3% à taux de change constants et en baisse de 0,2% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grand Public ont augmenté de 1,8% à taux de change constants au cours des 9 premiers mois 2009 ; celles de l'activité Produits Publicitaires & Promotionnels ont diminué de 22,7% à base comparable et ont augmenté de 25,0% à taux de change constants (en incluant Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products).

Sur les 9 premiers mois 2009, les fluctuations des taux de change ont eu un impact positif de 1,1%, dont +4,0% liés à l'appréciation du dollar U.S. compensée par la baisse des devises latino américaines, de la livre sterling et de certaines devises d'Europe de l'Est.

La marge brute des 9 premiers mois 2009 a diminué de 1,4 point et atteint 46,7% des ventes contre 48,1% sur les 9 premiers mois 2008 ; elle est affectée par des coûts de production plus élevés liés à la baisse des volumes, à la poursuite des réductions de stocks et à l'impact de la consolidation d'Antalis et de Norwood Promotional Products. Au cours du 3^{ème} trimestre, notre activité Grand Public a bénéficié d'un impact positif lié au coût des matières premières.

Le résultat d'exploitation des 9 premiers mois 2009 a augmenté de 4,8% en publié pour atteindre 171,0 millions d'euros. La marge d'exploitation publiée des 9 premiers mois 2009 s'élève à 15,2% contre 15,3% sur les 9 premiers mois 2008.

Le résultat d'exploitation des 9 premiers mois 2009 comprend des éléments exceptionnels :

- -20,9 millions d'euros de dépenses liées au plan de réduction des coûts lancé en avril 2009 ;
- +10,3 millions d'euros d'écart d'acquisition négatif lié à l'acquisition d'Antalis Promotional Products et enregistré au 2^{ème} trimestre 2009 ;
- +0,6 million d'euros de plus-value immobilière en Allemagne enregistrée au 3^{ème} trimestre.

En excluant ces éléments exceptionnels, le résultat d'exploitation normalisé des 9 premiers mois 2009 serait de 181,0 millions d'euros, contre 168,4 millions d'euros sur les 9 premiers mois 2008. La marge d'exploitation normalisée des 9 premiers mois 2009 s'élève à 16,0% contre 15,8% sur la même période de l'année dernière. La diminution des dépenses de soutien de la marque et le contrôle des dépenses d'exploitation ont compensé le recul de la marge brute.

Le résultat avant impôt a augmenté de 2,7% en publié, atteignant 174,8 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de 3,3 millions d'euros par rapport aux 9 premiers mois 2008, en raison d'une baisse des revenus financiers nets et d'un impact des fluctuations des taux de change moins favorable que sur la même période de l'année dernière. Le taux d'imposition s'élève à 33,0% contre 33,6% sur les 9 premiers mois 2008.

Le résultat net part du Groupe des 9 premiers mois 2009 s'élève à 119,3 millions d'euros, en hausse de 5,6% en publié. Il inclut 2,2 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 2,48 euros pour les 9 premiers mois 2009 contre 2,33 euros pour les 9 premiers mois 2008, en hausse de 6,4%. Le BNPA normalisé est en croissance de 8,7% à 2,62 euros contre 2,41 euros sur les 9 premiers mois 2008.

A la fin du mois de septembre 2009, la situation nette de trésorerie s'élevait à 192,8 millions d'euros, contre 121,3 millions d'euros au 30 septembre 2008 et 210,6 millions d'euros au 31 décembre 2008.

La génération de trésorerie des 9 premiers mois 2009 a bénéficié de la poursuite de l'amélioration du besoin en fonds de roulement et d'une baisse des investissements industriels (35 millions d'euros sur les 9 premiers mois 2009 contre 57 millions d'euros sur les 9 premiers mois 2008).

La situation nette de trésorerie des 9 premiers mois 2009 tient compte des investissements liés au partenariat avec Cello Pens pour 63,2 millions d'euros³, aux acquisitions d'Antalis Promotional Products (APP) pour 32,4 millions d'euros et de Norwood Promotional Products pour 86,0 millions d'euros ainsi qu'au paiement du dividende pour 65 millions d'euros.

³ 63,2 millions d'euros liés à l'acquisition de Cello Pens ont été décaissés pendant les 9 premiers mois 2009, le solde devant être payé dans le courant du 4^{ème} trimestre 2009.



Papeterie

Le chiffre d'affaires Papeterie a diminué de 6,9% en publié et de 7,6% à taux de change constants sur les 9 premiers mois 2009. Le chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2009 est en baisse de 4,4% en publié et de 3,7% à taux de change constants.

Grande distribution & fournisseurs de bureau :

Le chiffre d'affaires Grande distribution & fournisseurs de bureau des 9 premiers mois 2009 a diminué de 3,6% à taux de change constants (+0,1% au 3^{ème} trimestre 2009). En Europe et en Amérique du Nord, les achats de rentrée scolaire ont été plus tardifs que l'année dernière. De manière générale, les consommateurs ont réduit leurs achats de 0 à -5%. Dans cet environnement, BIC a cependant maintenu ses parts de marché. La performance du réseau des fournisseurs de bureau a continué d'être faible. L'Amérique latine a bien performé pendant les 9 premiers mois 2009, tirée par la croissance soutenue de l'Amérique du Sud et par une bonne rentrée scolaire au Mexique.

BIC Graphic – Activité d'Instruments d'écriture Publicitaires et Promotionnels :

En dépit d'une légère amélioration au 3^{ème} trimestre 2009 par rapport au trimestre précédent, notre activité de marquage publicitaire (BIC Graphic) a continué à souffrir de la réduction des dépenses publicitaires et promotionnelles des sociétés et du déclin du segment « instruments d'écriture » au sein de l'industrie du marquage publicitaire aux Etats-Unis. Le chiffre d'affaires des 9 premiers mois 2009 a diminué de 22,4% à taux de change constants, en ligne avec les tendances du secteur.

La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie s'élève à 12,6% sur les 9 premiers mois 2009, contre 15,2% sur les 9 premiers mois 2008. La marge brute Grande distribution et fournisseurs de bureau a été affectée par la baisse des volumes de vente et par la poursuite de la réduction des stocks. Le recul de la rentabilité de BIC Graphic (Produits Publicitaires et Promotionnels) est dû à la baisse du chiffre d'affaires.

Briquets

Le chiffre d'affaires Briquets a progressé de 6,6% en publié et de 4,6% à taux de change constants sur les 9 premiers mois 2009. Le chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2009 a cru de 2,3% en publié et de 2,4% à taux de change constants.

En Europe, les ventes des 9 premiers mois 2009 ont légèrement progressé, tirées par des hausses de volumes réalisées au 1^{er} trimestre. En Amérique du Nord, les ventes ont progressé d'environ 5% grâce à l'amélioration de nos parts de marché. En Amérique latine, la forte performance du chiffre d'affaires s'est traduite par des gains de parts de marché.

La marge d'exploitation normalisée des Briquets a augmenté de 4,9 points sur les 9 premiers mois 2009 et s'élève à 34,8% des ventes. Elle bénéficie des impacts positifs liés au coût des matières premières et à l'absorption des volumes pendant le 3^{ème} trimestre, de la baisse des dépenses de soutien de la marque (campagne publicitaire liée à la mise en place de la réglementation « sécurité enfants » au 1^{er} trimestre 2008) et d'une meilleure absorption des dépenses d'exploitation.



Rasoirs

Le chiffre d'affaires Rasoirs a augmenté de 2,8% en publié et de 2,5% à taux de change constants sur les 9 premiers mois 2009. Le chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2009 est en hausse de 0,4% en publié et de 2,1% à taux de change constants.

Le marché du rasoir non électrique a continué de diminuer au cours du 3^{ème} trimestre. Depuis le début de l'année 2009, les ventes de rasoirs non rechargeables sont restées stables, alors que celles des rasoirs rechargeables ont légèrement diminué.

Au cours des 9 premiers mois, les ventes de rasoirs BIC[®] ont été stables en Europe et ont légèrement diminué en Amérique du Nord. Dans un environnement difficile, BIC[®] est la seule marque qui ait gagné des parts de marché sur le marché américain du rasoir mécanique.

L'Amérique latine est restée notre meilleure région en termes de performance, avec une croissance continue des ventes de nos rasoirs non rechargeables 3-lames.

La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs s'élève à 11,5% sur les 9 premiers mois 2009 contre 4,3% sur les 9 premiers mois 2008. Cette amélioration est due à l'augmentation des ventes, à l'impact favorable des fluctuations des taux de change ainsi qu'à des dépenses publicitaires inférieures à celles de la même période de l'année précédente.

Autres produits

Sur les 9 premiers mois 2009, le chiffre d'affaires Autres Produits a augmenté de 100,3% en publié, de 97,9% à taux de change constants et de 7,3% à base comparable. Le chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2009 est en hausse de 219,7% en publié, de 213,9% à taux de change constants et de 7,5% à base comparable. Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products sont respectivement consolidés depuis le 2^{ème} et le 3^{ème} trimestre 2009.

Grand Public :

Les ventes Autres Produits – Grand Public ont augmenté de 14,6% à taux de change constants sur les 9 premiers mois 2009, tirées par la distribution de cartes téléphoniques en France.

Produits Promotionnels :

L'Activité Autres Produits – Produits Promotionnels a continué de souffrir du ralentissement de l'industrie en Europe et aux Etats-Unis et a diminué de 19,4% à base comparable.



Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T3 2008	T3 2009	Variation	9M 2008	9M 2009	Variation
Chiffre d'affaires total du Groupe	363,9	415,0		1 064,4	1 128,1	
<i>En publié</i>			+14,0%			+6,0%
<i>A taux de change constants</i>			+14,3%			+4,9%
<i>A base comparable</i>			-0,2%			-1,6%
1 – Europe	123,0	131,7		363,4	373,2	
<i>En publié</i>			+7,1%			+2,7%
<i>A taux de change constants</i>			+9,8%			+5,2%
<i>A base comparable</i>			-0,4%			-2,7%
2 – Amérique du Nord et Océanie	150,9	190,6		436,9	487,5	
<i>En publié</i>			+ 26,3%			+11,6%
<i>A taux de change constants</i>			+20,8%			+2,9%
<i>A base comparable</i>			-5,8%			-6,3%
3 – Amérique latine	70,9	74,2		209,1	211,5	
<i>En publié</i>			+4,6%			+1,2%
<i>A taux de change constants</i>			+13,7%			+10,0%
4 - MOAA	19,1	18,5		55,0	55,9	
<i>En publié</i>			-3,1%			+1,6%
<i>A taux de change constants</i>			-5,7%			-0,3%

Impact des changements de périmètre et des fluctuations des taux de change

<i>En %</i>	T3 2008	T3 2009	9M 2008	9M 2009
Périmètre	+1,2%	+14,5	+1,1	+6,5
Taux de change	-4,8	-0,3	-6,0	+1,1
<i>Dont Dollar U.S.</i>	-3,6	+2,7	-4,5	+4,0



Résultat d'exploitation et résultat d'exploitation normalisé par catégorie

<i>En millions d'euros</i>	Résultat d'exploitation		Résultat d'exploitation normalisé	
	9M 2008	9M 2009	9M 2008	9M 2009
Groupe	163,1	171,0	168,4	181,0
Papeterie	73,8	51,3	79,1	60,9
Briquets	81,5	93,7	81,5	100,8
Rasoirs	8,4	20,8	8,4	23,1
Autres	-0,6	5,2	-0,6	-3,8

Compte de résultat résumé

<i>En million d'euros</i>	T3 2008	T3 2009	Variation	Variation à taux de change constants	9M 2008	9M 2009	Variation	Variation à taux de change constants
CHIFFRE D'AFFAIRES	363,9	415,0	+14,0%	+14,3%	1 064,4	1 128,1	+6,0%	+4,9%
Coût des ventes	195,2	224,2	+14,9%		552,8	600,9	+8,7%	
MARGE BRUTE	168,7	190,8	+13,1%		511,6	527,2	+3,0%	
Charges administratives et autres charges d'exploitation	106,7	120,6			348,5	356,2		
RESULTAT D'EXPLOITATION	62,0	70,2	+13,2%		163,1	171,0	+4,8%	
Résultat financier	1,9	0,9			7,1	3,8		
RESULTAT AVANT IMPÔT ET INTERETS MINORITAIRES	63,9	71,2			170,2	174,8		
Impôts	21,4	23,5			57,2	57,7		
Intérêts minoritaires								
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	1,0			-	2,2		
RESULTAT NET PART DU GROUPE	42,5	48,7			113,0	119,3		
BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) (en euros)	0,88	1,01			2,33	2,48		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 429 501	48 130 404			48 429 501	48 130 404		



Bilan résumé

<i>En million d'euros</i>		
ACTIF	Sept. 2008	Sept. 2009
Actif non courant	709,9	801,3
Actif courant	932,4	1 163,2
<i>Dont trésorerie et équivalents de trésorerie</i>	140,7	359,0
TOTAL DE L'ACTIF	1 642,3	1 964,5
PASSIF	Sept. 2008	Sept. 2009
Capitaux propres	1 202,7	1 265,6
Passif non courant	168,4	345,4
Passif courant	271,2	353,5
TOTAL DU PASSIF	1 642,3	1 964,5



Glossaire

- **A taux de change constants** : les données à taux de change constants sont calculées sur la base des taux de change moyens mensuels de l'année précédente.
- **A base comparable** : à taux de change constants et à périmètre constant.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors coûts de restructuration, plus values immobilières et écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products.

* *
*

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 2010

Résultats annuels 2009	17 février 2010	Réunion (au siège de BIC)
Résultats du 1 ^{er} trimestre 2010	21 avril 2010	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2009	12 mai 2010	Réunion (au siège de BIC)
Résultats du 2 ^{ème} trimestre 2010	4 août 2010	Conférence téléphonique
Résultats du 3 ^{ème} trimestre 2010	20 octobre 2010	Conférence téléphonique

A propos de BIC

Un des leaders mondiaux d'articles de papeterie, de briquets et de 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

Sophie Palliez-Capian - sophie.palliez@bicworld.com

Carole Richon - carole.richon@bicworld.com

Contacts Presse : +33 1 53 70 74 48

Claire Doligez - cdoligez@image7.fr

Flore Larger - flarger@image7.fr

