



PRESENTATION DE L'ACTIVITE PRODUITS PUBLICITAIRES ET PROMOTIONNELS DE BIC (BIC APP)

Le groupe BIC a organisé aujourd'hui à Tampa, en Floride, pour les analystes et les investisseurs, une présentation de BIC APP, son activité de Produits Publicitaires et Promotionnels.

• L'industrie des Produits Publicitaires et Promotionnels

Les Produits Publicitaires et Promotionnels sont des objets tels que des stylos, des vêtements, des sacs, des trophées ou des nécessaires à boire, imprimés avec un logo ou un message publicitaire d'une entreprise. Fragmentée, tant au niveau des fournisseurs que des distributeurs, l'industrie des Produits Publicitaires et Promotionnels est un des principaux supports média et requiert peu d'investissements industriels. C'est un marché rentable et en croissance.

• BIC Advertising and Promotional Products (BIC APP)

L'activité Produits Publicitaires et Promotionnels du groupe BIC (BIC APP) fait l'objet d'une 4^{ème} catégorie depuis 2010 et a représenté environ 23%¹ du chiffre d'affaires consolidé de BIC en 2009. Le Groupe BIC est présent dans les Produits Publicitaires et Promotionnels depuis la fin des années 60 au travers de BIC Graphic, principalement dans les instruments d'écriture, et il est reconnu depuis toujours pour la qualité de son marquage et l'excellence de ses services client et livraison. Les acquisitions d'Antalis Promotional Products et de Norwood Promotional Products en 2009 ont fortement renforcé ses positions de leader mondial². BIC est désormais N°1 aux Etats-Unis, N°2 en Europe, et est très présent en Amérique latine, en Australie, en Afrique et en Asie (au travers de ses capacités d'approvisionnement).

• Renforcement du profil opérationnel du groupe BIC

Les synergies entre Antalis Promotional Products, Norwood Promotional Products et BIC Graphic en Europe et aux Etats-Unis vont renforcer le profil opérationnel du Groupe BIC. La consolidation du réseau de production et d'approvisionnement de BIC APP permettra de réduire les coûts et d'améliorer l'efficacité des opérations partout dans le monde. Le plan d'intégration lancé en Europe fin 2009 et aux Etats-Unis début 2010 devrait générer environ 11 millions d'euros d'économies annuelles à partir de 2011. Les dépenses relatives à cette intégration représenteront environ 11 millions d'euros additionnels en 2010.

Dans les 2 à 5 prochaines années, en fonction du timing de la reprise de l'industrie des Produits Publicitaires et Promotionnels, nous anticipons une hausse du chiffre d'affaires de BIC APP de l'ordre de 5% à 10% par an et une marge opérationnelle normalisée de légèrement en dessous à légèrement au dessus de 10%. A plus long terme, la marge opérationnelle normalisée de BIC APP sera en ligne avec celle du groupe BIC.

Bruno Bich, Président du Conseil d'Administration a déclaré: « Nous sommes présents depuis plus de 40 ans dans cette industrie où nous avons un véritable savoir-faire. Notre équipe de direction expérimentée, les relations de long terme que nous avons construites avec les distributeurs et notre solide connaissance de la demande des clients finaux seront les fondements de notre réussite. »

Mario Guevara, Directeur Général a ajouté: « Les Produits Publicitaires et Promotionnels sont l'un des supports publicitaires les plus efficaces et les plus rentables. C'est un marché important et solide dans les pays matures et qui, dans les pays émergents, bénéficie d'un fort potentiel à long terme. Nous avons confiance dans la réussite de notre plan d'intégration et notre objectif est de devenir le premier fournisseur de produits publicitaires et promotionnels en termes de relation client, d'efficacité opérationnelle et de retour sur capitaux employés. »

Les documents présentés lors de la réunion de Tampa sont téléchargeables sur le site Internet du Groupe BIC (www.bicworld.com). La transmission en différé des présentations sera disponible sur ce même site à partir du 2 Avril 2010.

¹ : sur la base de l'hypothèse d'une consolidation sur l'ensemble de l'année d'Antalis PP et de Norwood PP – chiffre estimé non audité

² : Hors textile

* *

*

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.

Calendrier 2010

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 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 2009 un chiffre d'affaires de 1 562,7 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID100 ; BIC fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone, Ethibel Excellence Europe et Carbon Disclosure French Leadership index 2009 (CDLI).



SHEAFFER

ATCHISON
by BIC

NORWOOD
Innovation & Service, Delivered



Tipp-Ex



PIMACO
BIC



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	Priscille Reneaume - preneaume@image7.fr

