



## GROUPE BIC – RESULTATS DU 1<sup>ER</sup> TRIMESTRE 2010

**CHIFFRE D'AFFAIRES DE 378,3 MILLIONS D'EUROS, EN HAUSSE DE 8,8% A BASE COMPARABLE**

**MARGE D'EXPLOITATION NORMALISEE<sup>1</sup> : 14,2%**

**RESULTAT NET PART DU GROUPE EN PROGRESSION DE 32,3% A 35,4 MILLIONS D'EUROS**

**POSITION NETTE DE TRESORERIE : 347,6 MILLIONS D'EUROS**

### Faits marquants du 1<sup>er</sup> Trimestre 2010

#### Chiffre d'affaires

**Grand Public** : 308,6 millions d'euros (+10,3% à taux de change constants)

- **Papeterie : 112,6 millions d'euros (+10,7% à taux de change constants)**
  - Légère amélioration en Europe et bonne performance en Amérique du Nord
  - Forte croissance en Amérique latine
- **Briquets : 107,0 millions d'euros (+10,4% à taux de change constants)**
  - Augmentation des volumes sur toutes les zones géographiques clés
  - Bonne performance en Amérique du Nord et sur les marchés en croissance (principalement en Amérique latine)
- **Rasoirs : 66,4 millions d'euros (+10,9% à taux de change constants)**
  - Progression liée à la bonne performance des marchés en croissance
  - Les marchés matures contribuent également à la croissance du T1, mais plus modestement.

**Produits Publicitaires & Promotionnels (BIC APP) : 69,7 millions d'euros (-3,6% à base comparable)**

- Légère amélioration des tendances du marché des Produits Publicitaires & Promotionnels, même si la performance reste négative par rapport à l'an dernier
- Gains de parts de marché de BIC Graphic
- Performances de Norwood en ligne avec les tendances de l'industrie.

#### Résultats

- **Résultat d'exploitation normalisé : 53,7 millions d'euros (+46,9% en publié)**
- **Marge d'exploitation normalisée : 14,2% contre 11,8% au T1 2009**
  - L'augmentation de la marge d'exploitation normalisée Grand Public a plus que compensé l'impact négatif de la consolidation d'Antalis Promotional Products et de Norwood Promotional Products
- **Résultat d'exploitation publié : 47,8 millions d'euros (+31,7% en publié)**
  - -5,9 millions d'euros de dépenses exceptionnelles, principalement liées au plan d'intégration de Norwood.
- **BNPA : 0,73 euro (+30,4% en publié)**
- **Position nette de trésorerie au 31 mars 2010 : 347,6 millions d'euros**
  - Amélioration de la rentabilité, stabilité des investissements industriels et contrôle du besoin en fonds de roulement

### Perspectives 2010

#### Activité Grand Public

Pour l'ensemble de l'année 2010, nous anticipons, sur cette partie de notre activité, une croissance modérée du chiffre d'affaires à base comparable et une légère amélioration de la marge d'exploitation normalisée, par rapport à l'année 2009.

#### Activité Produits Promotionnels et Publicitaires

2010 est pour nous une année de transition dans cette activité. Dans un environnement qui demeure instable, le plan d'intégration est en bonne voie et la marge d'exploitation normalisée de BIC APP devrait être proche du niveau publié l'an dernier.

**Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré:** « Nos résultats pour le 1<sup>er</sup> Trimestre 2010 sont bons et le Groupe commence l'année 2010 plus fort qu'il ne l'était l'an dernier pour saisir toutes les opportunités et faire face aux défis de nos marchés. Nous allons continuer à nous concentrer sur la croissance de nos ventes et de notre rentabilité tout en maintenant notre discipline financière. Nous continuons également à investir pour le long terme dans la recherche et le développement, dans le soutien à la marque et le développement durable. »

<sup>1</sup> Se reporter au glossaire page 8



## Chiffres clés

<i>En millions d'euros</i>	T1 2009	T1 2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>2</sup>	Variation à base comparable <sup>2</sup>
<b>GROUPE</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>308,4</b>	<b>378,3</b>	<b>+22,7%</b>	<b>+21,6%</b>	<b>+8,8%</b>
Marge brute	147,9	179,4	+21,3%		
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>36,3</b>	<b>47,8</b>	<b>+31,7%</b>		
<i>Marge d'exploitation</i>	11,8%	12,6%			
<b>Résultat d'exploitation normalisé</b>	<b>36,3</b>	<b>53,7</b>	<b>+47,9%</b>		
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>11,8%</b>	<b>14,2%</b>			
Résultat net part du Groupe	26,8	35,4	+32,3%		
<b>Résultat net par action (en euro)</b>	<b>0,56</b>	<b>0,73</b>	<b>+30,4%</b>		
<b>PAR CATEGORIE</b>					
<i>Papeterie</i>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>100,1</b>	<b>112,6</b>	<b>+12,5%</b>	<b>+10,7%</b>	<b>+10,7%</b>
Résultat d'exploitation	3,7	7,7			
<i>Marge d'exploitation</i>	3,7%	<b>6,9%</b>			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>3,7%</b>	<b>7,4%</b>			
<i>Briquets</i>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>94,8</b>	<b>107,0</b>	<b>+12,8%</b>	<b>+10,4%</b>	<b>+10,4%</b>
Résultat d'exploitation	29,1	40,9			
<i>Marge d'exploitation</i>	30,7%	<b>38,2%</b>			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>30,7%</b>	<b>38,0%</b>			
<i>Rasoirs</i>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>58,9</b>	<b>66,4</b>	<b>+12,8%</b>	<b>+10,9%</b>	<b>+10,9%</b>
Résultat d'exploitation	1,7	10,5			
<i>Marge d'exploitation</i>	2,8%	<b>15,8%</b>			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>2,8%</b>	<b>15,7%</b>			
<i>Autres Produits</i>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>20,9</b>	<b>22,6</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+5,4%</b>	<b>+5,4%</b>
<i>Total Grand Public</i>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>274,7</b>	<b>308,6</b>	<b>+12,3%</b>	<b>+10,3%</b>	<b>+10,3%</b>
Résultat d'exploitation	<b>32,9</b>	<b>56,4</b>			
<i>Marge d'exploitation</i>	12,0%	18,3%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>12,0%</b>	<b>18,4%</b>			
<i>BIC APP</i>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>33,7</b>	<b>69,7</b>	<b>+107,0%</b>	<b>+114,1%</b>	<b>-3,6%</b>
Résultat d'exploitation	3,4	-8,6			
<i>Marge d'exploitation</i>	10,1%	-12,3%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>10,1%</b>	<b>-4,2%</b>			

<sup>2</sup> Se reporter au glossaire

## Groupe

---

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC au T1 2010 s'élève à 378,3 millions d'euros, contre 308,4 millions d'euros au T1 2009, en hausse de +22,7% en publié, de +21,6% à taux de change constants et de +8,8% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grand Public ont augmenté de +10,3% à taux de change constants pendant le T1 2010 ; celles de l'activité Produits Publicitaires & Promotionnels ont augmenté de 114,1% à taux de change constants (y compris Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products) et ont diminué de -3,6% à base comparable.

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2010, les fluctuations des taux de change ont eu un impact positif de +1,1% sur le chiffre d'affaires. La dépréciation du dollar U.S. (impact de -2,8%) a été compensée par la hausse des devises latino américaines et de certaines devises de l'Océanie.

La marge brute du T1 2010 a diminué de 0,6 point et atteint 47,4% des ventes contre 48,0% au T1 2009. Les impacts positifs, notamment des volumes de vente plus élevés dans l'activité Grand Public, ont été plus que compensés par l'impact négatif des consolidations d'Antalis Promotional Products et de Norwood Promotional Products (marge brute plus faible).

Le résultat d'exploitation du T1 2010 a augmenté de 31,7% en publié pour atteindre 47,8 millions d'euros. La marge d'exploitation publiée du T1 2010 s'élève à 12,6% contre 11,8% au T1 2009.

Le résultat d'exploitation du T1 2010 comprend des éléments exceptionnels pour -5,9 millions d'euros :

- - 6,6 millions d'euros de dépenses liées au plan d'intégration de Norwood Promotional Products et aux reliquats du plan de réduction des coûts de 2009
- + 0,7 million d'euros de plus-value immobilière en Australie.

En excluant ces éléments exceptionnels, le résultat d'exploitation normalisé du T1 2010 serait de 53,7 millions d'euros, contre 36,3 millions d'euros au T1 2009. La marge d'exploitation normalisée du T1 2010 s'élève à 14,2% contre 11,8% à la même période de l'année dernière.

Le résultat avant impôt a augmenté de 27,0% en publié, atteignant 50,7 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de 0,8 million d'euros par rapport au T1 2009. L'impact globalement favorable de la réévaluation du dollar U.S. par rapport à l'euro a été compensé par les dépenses nettes d'intérêts (niveau de trésorerie investie supérieur mais à des taux d'intérêts inférieurs et augmentation des charges d'intérêts liée aux emprunts Cello et Norwood). Le taux d'imposition s'élève à 32,4% au T1 2010 contre 33,0% au T1 2009.

Le résultat net part du Groupe du T1 2010 s'élève à 35,4 millions d'euros, en hausse de 32,3% en publié. Il inclut 1,1 million d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 0,73 euro au T1 2010 contre 0,56 euro pour le T1 2009, en hausse de 30,4%. Le BNPA normalisé est en croissance de 46,4% à 0,82 euro contre 0,56 euro au T1 2009.

A la fin du mois de mars 2010, la situation nette de trésorerie s'élevait à 347,6 millions d'euros, contre 209,8 millions d'euros au 31 mars 2009 et 305,3 millions d'euros au 31 décembre 2009. La génération de trésorerie du 1<sup>er</sup> trimestre 2010 a continué de bénéficier de l'amélioration de la rentabilité combinée à des investissements industriels stables (9 millions d'euros au T1 2010 vs. 10 millions d'euros au T1 2009) et un contrôle strict du besoin en fonds de roulement.

## Papeterie (Grand Public)

---

**Le chiffre d'affaires de la Papeterie au T1 2010 a augmenté de 12,5% en publié et de +10,7% à taux de change constants.**

Sur les marchés matures, nous commençons à observer une légère amélioration de l'activité Grand Public (grande distribution et magasins spécialisés aux Etats-Unis). Dans ce contexte, l'Europe est en légère croissance et la performance de l'Amérique du Nord est bonne.

Sur les marchés en croissance, la performance de BIC est solide avec une progression à deux chiffres en Amérique latine (bonne rentrée scolaire au Brésil et en Argentine) et une augmentation des ventes au Moyen-Orient et en Afrique.

**La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie au T1 2010 s'élève à 7,4%, contre 3,7% au T1 2009, bénéficiant de l'impact positif de la croissance des volumes sur l'absorption des coûts.**



## Briquets

---

**Le chiffre d'affaires des Briquets au T1 2010 a augmenté de 12,8% en publié et de +10,4% à taux de change constants.**

Sur toutes les zones géographiques clés, les volumes de vente des Briquets ont augmenté. Les ventes en Europe sont en légère croissance, après un solide T1 2009. La bonne performance de l'Amérique du Nord est notamment due à l'impact positif de la législation sur la sécurité (briquets fantaisie interdits dans 11 états) et à l'augmentation de la part de marché des briquets de poche par rapport aux produits haut de gamme. Nous avons également gagné des parts de marché dans les magasins de proximité.

Les ventes ont fortement augmenté dans les pays en croissance, avec notamment une croissance à deux chiffres en Amérique latine, région qui continue de bénéficier des gains de distribution dans l'hémisphère sud.

**La marge d'exploitation normalisée des Briquets au T1 2010 a progressé de 7,3 points et s'élève à 38,0%. La marge brute a bénéficié de l'augmentation des volumes de production.**

## Rasoirs

---

**Le chiffre d'affaires des Rasoirs au T1 2010 a augmenté de 12,8% en publié et de +10,9% à taux de change constants.**

L'Amérique latine, le Moyen-Orient et l'Afrique ont tiré la croissance des ventes au T1, les rasoirs deux-lames et trois-lames contribuant tous deux à la bonne performance de ces régions.

La croissance en Europe a également été solide, ce qui s'explique principalement par une base de comparaison favorable par rapport au T1 2009, liée à des reports d'opérations promotionnelles.

Bien que modestement par rapport aux autres régions, les ventes et les parts de marché ont augmenté en Amérique du Nord au T1 2010. Les nouveaux produits ont contribué à cette croissance, notamment le rasoir BIC® Flex 4™ 4-lames et le rasoir BIC® Hybrid Advance™ 3-lames.

**La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs au T1 2010 s'élève à 15,7% contre 2,8% au T1 2009. Cette amélioration est due à l'augmentation des ventes et à l'amélioration de la productivité.**

## Produits Publicitaires & Promotionnels

---

**Le chiffre d'affaires des Produits Publicitaires et Promotionnels au T1 2010 a augmenté de +107,0% en publié, de +114,1% à taux de change constants et diminué de -3,6% à base comparable.**

Bien que toujours négatives par rapport à la même période de l'année dernière (en particulier dans les biens d'équipement), les tendances du marché des Produits Publicitaires et Promotionnels se sont légèrement améliorées au T1 2010.

BIC Graphic a nettement surpassé le marché grâce à des gains de parts de marché tandis que la performance de Norwood est en ligne avec celle de l'industrie.

La marge d'exploitation publiée de BIC APP (-12,3%) inclut les charges anticipées relatives aux fermetures, en fin d'année, du siège social et d'une usine Norwood aux Etats-Unis.

La marge d'exploitation normalisée de BIC APP (-4,2%) est affectée par la saisonnalité de l'activité Calendriers (constitution des stocks).

Le plan d'intégration de BIC APP est en bonne voie avec la centralisation des entrepôts en Europe et la consolidation de la production par centres d'excellence aux Etats-Unis, chaque usine se spécialisant dans son domaine d'expertise. Ce plan 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.



## Variation des ventes du Groupe par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T1 2009	T1 2010	Variation
<b>Chiffre d'affaires total Groupe</b>	308,4	<b>378,3</b>	
<i>En publié</i>			+22,7%
<i>A taux de change constants</i>			+21,6%
<i>A base comparable</i>			+8,8%
<b>1 – Europe</b>	91,8	<b>110,9</b>	
<i>En publié</i>			+20,9%
<i>A taux de change constants</i>			+19,9%
<i>A base comparable</i>			+5,6%
<b>2 – Amérique du Nord</b>	121,9	<b>148,8</b>	
<i>En publié</i>			+22,1%
<i>A taux de change constants</i>			+28,2%
<i>A base comparable</i>			+6,4%
<b>3 – Marchés en croissance</b>	94,7	<b>118,5</b>	
<i>En publié</i>			+25,1%
<i>A taux de change constants</i>			+14,8%

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

<i>En %</i>	T1 2009	T1 2010
<b>Périmètre</b>	0	<b>12,8</b>
<b>Taux de change</b>	+0,9	<b>+1,1</b>
<i>Dont Dollar U.S.</i>	+4,9	<b>-2,8</b>



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

En millions d'euros	Résultat d'exploitation		Résultat d'exploitation normalisé	
	T1 2009	T1 2010	T1 2009	T1 2010
<b>Groupe</b>	<b>36,3</b>	<b>47,8</b>	<b>36,3</b>	<b>53,7</b>
<b>Grand Public</b>	<b>32,9</b>	<b>56,4</b>	<b>32,9</b>	<b>56,7</b>
Papeterie	3,7	7,7	3,7	8,3
Briquets	29,1	40,9	29,1	40,7
Rasoirs	1,7	10,5	1,7	10,4
Autres	-1,6	-2,6	-1,6	-2,7
<b>APP</b>	<b>3,4</b>	<b>-8,6</b>	<b>3,4</b>	<b>-2,9</b>

## Compte de résultat résumé

En millions d'euros	T1 2009	T1 2010	Variation	Variation à taux de change constants
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	308,4	<b>378,3</b>	<b>+22,7%</b>	<b>+21,6%</b>
Coût des ventes	160,5	198,9	+23,9%	
<b>MARGE BRUTE</b>	147,9	<b>179,4</b>	<b>+21,3%</b>	
Charges administratives et autres charges d'exploitation	111,6	131,6		
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	36,3	<b>47,8</b>	<b>+31,7%</b>	
Résultat financier	3,7	2,9		
<b>RESULTAT AVANT IMPÔT ET INTERETS MINORITAIRES</b>	40,0	<b>50,7</b>		
Impôts	13,2	16,4		
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	1,1		
<b>RESULTAT NET PART DU GROUPE</b>	26,8	<b>35,4</b>		
<b>BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) (en euros)</b>	0,56	<b>0,73</b>		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 134 632	48 283 563		



## Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>		
<b>ACTIF</b>	<b>Mar. 2009</b>	<b>Mar. 2010</b>
Actif non courant	802,1	839,0
Actif courant	1 017,7	1 233,2
<i>Dont Trésorerie et équivalents de trésorerie</i>	333,2	461,5
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>1 819,8</b>	<b>2 072,2</b>
<b>PASSIF</b>	<b>Mar. 2009</b>	<b>Mar. 2010</b>
Capitaux propres	<b>1 222,7</b>	<b>1 377,8</b>
Passif non courant	312,4	326,7
Passif courant	284,7	367,7
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>1 819,8</b>	<b>2 072,2</b>



## Glossaire

- **A taux de change constants** : Les montants à taux de change constants sont calculés en convertissant les montants de l'année en cours aux taux de change moyen mensuels de l'année précédente
- **A base comparable** : signifie à taux de change constants et à périmètre constant. Les montants à périmètre constant excluent les impacts des acquisitions et/ou des cessions intervenues sur l'exercice en cours et/ou sur l'exercice précédent et ce jusqu'à leur date anniversaire.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors coûts de restructuration et plus values immobilières.

\* \*  
\*

*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 1<sup>er</sup> avril 2010.*

*Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site internet de BIC ([www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)), rubrique Finance.*

## Calendrier 2010

Assemblée Générale 2009	12 mai 2010	Réunion (au siège de BIC)
Résultats du 2 <sup>ème</sup> trimestre 2010	4 août 2010	Conférence téléphonique
Résultats du 3 <sup>ème</sup> 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).*



Pour plus d'informations, merci de consulter le site Internet du Groupe : [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)

**Contacts Relations Investisseurs** : +33 1 45 19 52 26

Sophie Palliez-Capian - [sophie.palliez@bicworld.com](mailto:sophie.palliez@bicworld.com)

Carole Richon - [carole.richon@bicworld.com](mailto:carole.richon@bicworld.com)

**Contacts Presse** : +33 1 53 70 74 48

Claire Doligez - [cdoligez@image7.fr](mailto:cdoligez@image7.fr)

Priscille Preneaume – [preneaume@image7.fr](mailto:preneaume@image7.fr)

