



GROUPE BIC – RÉSULTATS ANNUELS 2010

2010 : UNE TRÈS BONNE ANNÉE

CHIFFRE D'AFFAIRES DE 1 831,5 MILLIONS D'EUROS, EN HAUSSE DE 5,9% A BASE COMPARABLE¹

- Les marchés en croissance (29% du chiffre d'affaires 2010) ont progressé de 13,8% à taux de change constants
- Succès de nos produits classiques et des nouveaux produits sur toutes les zones géographiques

RESULTAT D'EXPLOITATION NORMALISE: 314,9 MILLIONS D'EUROS, EN FORTE CROISSANCE DE 31,4% ; MARGE D'EXPLOITATION NORMALISEE¹ DE 17,2%

- Meilleure absorption des coûts fixes liée à l'augmentation des ventes
- Impact positif du plan de restructuration de 2009
- Plan d'intégration de BIC APP en bonne voie par rapport au plan initial

RESULTAT NET EN HAUSSE DE 36,7% A 207,5 MILLIONS D'EUROS ET BNPA EN PROGRESSION DE 36,2% A 4,29 EUROS

SITUATION NETTE DE TRESORERIE : 397,1 MILLIONS D'EUROS

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION PROPOSERA LE PAIEMENT D'UN DIVIDENDE DE 1,90 EURO PAR ACTION

- en croissance de 35,7% comparé à un dividende ordinaire de 1,40 euro en 2009, en ligne avec la progression du BNPA ; taux de distribution ("pay-out") de 44%

Mario Guevara, Directeur Général a déclaré : « Dans un environnement difficile, en particulier dans les pays développés, notre bonne performance 2010 témoigne de la force des valeurs de BIC et de son modèle économique. Nous continuons à renforcer nos positions concurrentielles grâce à des gains de distribution et de parts de marché, tout en améliorant notre rentabilité sur l'ensemble des zones géographiques sur lesquelles nous sommes présents.

En 2011, l'activité Grand Public tirera profit de ces gains de parts de marché et continuera à se renforcer sur les marchés en forte croissance. Dans les Produits Publicitaires et Promotionnels, la priorité sera donnée à la finalisation du plan d'intégration ainsi qu'à l'amélioration de la marge d'exploitation normalisée en dépit d'une faible croissance des ventes ».

Chiffres audités

¹ Se reporter au glossaire page 11.



Chiffres clés

En millions d'euros	QUATRIEME TRIMESTRE					EXERCICE				
	2009	2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹	Variation à base Comp. ¹	2009	2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹	Variation à base Comp. ¹
GROUPE										
Chiffre d'affaires	434,6	473,3	+8,9%	+1,6%	+2,6%	1 562,7	1 831,5	+17,2%	+10,1%	+5,9%
Marge brute	192,6	228,4	+18,6%			719,7	870,6	+21,0%		
Résultat d'exploitation normalisé²	58,6	80,3	+37,0%			239,6	314,9	+31,4%		
Marge d'exploitation normalisée	13,5%	17,0%				15,3%	17,2%			
Résultat d'exploitation	45,0	71,7	+59,2%			216,0	304,6	+41,0%		
Marge d'exploitation	10,4%	15,2%				13,8%	16,6%			
Résultat Net part du Groupe	32,4	46,6	+43,7%			151,7	207,5	+36,7%		
Résultat net par action (en euros)	0,67	0,96	+43,3%			3,15	4,29	+36,2%		
PAR CATEGORIE										
Papeterie										
Chiffre d'affaires	116,4	128,0	+9,9%	+1,1%	+1,1%	509,6	580,7	+14,0%	+6,7%	+6,7%
Résultat d'exploitation	2,6	5,2	+95,1%			43,3	69,3	+59,9%		
Marge d'exploitation	2,3%	4,0%				8,5%	11,9%			
Marge d'exploitation normalisée	3,8%	4,0%				9,6%	12,1%			
Briquets										
Chiffre d'affaires	108,7	131,1	+20,6%	+11,4%	+11,4%	398,9	480,8	+20,5%	+11,6%	+11,6%
Résultat d'exploitation	34,2	42,0	+22,8%			127,9	173,6	+35,8%		
Marge d'exploitation	31,4%	32,0%				32,1%	36,1%			
Marge d'exploitation normalisée	32,0%	32,5%				34,0%	36,2%			
Rasoirs										
Chiffre d'affaires	68,1	77,8	+14,3%	+7,7%	+7,7%	268,8	307,8	+14,5%	+7,6%	+7,6%
Résultat d'exploitation	9,5	7,9	-16,4%			30,3	41,9	+38,4%		
Marge d'exploitation	13,9%	10,2%				11,3%	13,6%			
Marge d'exploitation normalisée	15,3%	12,3%				12,5%	14,2%			
Autres produits										
Chiffre d'affaires	27,2	25,5	-6,4%	-8,3%	-8,3%	97,0	99,7	+2,7%	+0,1%	+0,1%
Total Grand Public										
Chiffre d'affaires	320,4	362,3	+13,1%	+5,2%	+5,2%	1 274,3	1 469,0	+15,3%	+7,9%	+7,9%
Résultat d'exploitation	41,4	54,6	+31,7%			192,1	277,2	+44,3%		
Marge d'exploitation	12,9%	15,1%				15,1%	18,9%			
Marge d'exploitation normalisée	14,1%	16,0%				16,4%	19,2%			
BIC APP										
Chiffre d'affaires	114,2	111,0	-2,8%	-8,7%	-5,1%	288,4	362,6	+25,7%	+19,8%	-3,3%
Résultat d'exploitation	3,6	17,1				23,9	27,4	+14,6%		
Marge d'exploitation	3,1%	15,4%				8,3%	7,6%			
Marge d'exploitation normalisée	11,7%	20,2%				10,4%	9,2%			

² En 2010, le résultat d'exploitation normalisé exclut les dépenses liées au plan d'intégration de BIC APP, les dépenses de restructuration, intégrant les reliquats du plan de réduction des coûts de 2009, la plus-value de cession nette liée à la vente de l'activité funéraire de BIC APP, les plus-values immobilières et d'autres éléments non-récurents. En 2009, le résultat d'exploitation normalisé exclut les dépenses liées au plan de réduction des coûts de 2009, l'écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products et les plus-values immobilières.

Groupe

En 2010, le chiffre d'affaires du Groupe BIC s'élève à 1 831,5 millions d'euros, contre 1 562,7 millions d'euros en 2009, en hausse de 17,2% en publié, de 10,1% à taux de change constants et de 5,9% à base comparable. Au 4^{ème} trimestre 2010, le chiffre d'affaires s'élève à 473,3 millions d'euros, en hausse de 8,9% en publié, de 1,6% à taux de change constants et de 2,6% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grand Public ont augmenté de 7,9% à taux de change constants en 2010 ; celles des Produits Publicitaires & Promotionnels ont diminué de 3,3% à base comparable et sont en progression de 19,8% à taux de change constants (y compris Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products).

Sur l'année 2010, les fluctuations des taux de change ont eu un impact positif de +7,1% sur le chiffre d'affaires, dont +2,6% liés aux monnaies latino-américaines (+2,0% liés au Real Brésilien) et +2,5% liés à la hausse du dollar américain.

La marge brute 2010 a progressé de 1,4 point et atteint 47,5% du chiffre d'affaires contre 46,1% en 2009. Les éléments favorables qui ont bénéficié à l'activité Grand Public (hausse des ventes, absorption des volumes et impact légèrement positif des matières premières) ont été partiellement compensés par l'effet des consolidations de Norwood Promotional Products et d'Antalis Promotional Products (marges brutes plus faibles). Les activités Grand Public et Produits Publicitaires & Promotionnels ont toutes deux montré une amélioration au second semestre 2010 par rapport à 2009.

Le résultat d'exploitation 2010 a augmenté de 41,0% en publié pour atteindre 304,6 millions d'euros. La marge d'exploitation s'élève à 16,6% en publié contre 13,8% en 2009.

Le résultat d'exploitation 2010 comprend -10,3 millions d'euros d'éléments non récurrents :

- -13,3 millions d'euros liés au plan d'intégration de BIC APP ;
- -5,6 millions d'euros liés à des dépenses de restructuration (principalement en Europe), y compris les reliquats du plan de réduction des coûts de 2009 ;
- +1,3 millions d'euros de plus-value immobilière en France, aux Etats-Unis et en Australie et d'autres éléments non-récurrents ;
- +7,3 millions d'euros de plus-value nette enregistrée dans le cadre de la cession de l'activité de produits funéraires de BIC APP en juin 2010.

En excluant ces éléments, le résultat d'exploitation normalisé serait de 314,9 millions d'euros comparé à 239,6 millions d'euros en 2009. La marge d'exploitation normalisée ressort à 17,2% en 2010 contre 15,3% sur la même période de l'année dernière grâce à la poursuite du contrôle des dépenses d'exploitation. Au quatrième trimestre 2010, le résultat d'exploitation normalisé s'élève à 80,3 millions d'euros (17,0% de marge d'exploitation normalisée). La marge d'exploitation normalisée de l'activité Grand Public est de 16,0% au T4 2010 et intègre une augmentation des dépenses de soutien à la marque par rapport à l'année dernière, notamment en Papeterie et en Rasoirs. La marge d'exploitation normalisée de BIC APP est en hausse de 8,5 points à 20,2% (impact de la saisonnalité de l'activité des calendriers promotionnels).

Le résultat avant impôt a augmenté de 38,4% en publié, pour atteindre 302,8 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de 4,5 millions d'euros par rapport à 2009. Ceci s'explique par la baisse des produits financiers (en raison de taux d'intérêts plus faibles) combinée à une hausse des charges d'intérêts (coût du remboursement anticipé des emprunts Cello Pens et Norwood Promotional Products) ainsi qu'à un effet moins favorable des réévaluations des couvertures. Le taux d'imposition s'élève à 33,1% contre 32,4% en 2009. La hausse du taux d'imposition est due au reclassement en dépenses d'exploitation du Crédit d'Impôt Recherche en France.

Le résultat net part du Groupe de 2010 s'élève à 207,5 millions d'euros, en hausse de 36,7% en publié. Il comprend 5,0 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 4,29 euros en 2010 contre 3,15 euros en 2009, en hausse de 36,2%. Le BNPA normalisé est en croissance de 27,6% à 4,44 euros contre 3,48 euros en 2009.

A fin 2010, la situation nette de trésorerie s'élève à 397,1 millions d'euros, contre 305,3 millions d'euros au 31 décembre 2009.

La génération de trésorerie en 2010 intègre le paiement du dividende pour -116,4 millions d'euros, l'encaissement de 17,3 millions d'euros liés à la cession de l'activité de produits funéraires de BIC APP et -18 millions d'euros de rachats d'actions nets des sommes reçues dans le cadre de l'exercice de stock-options. La génération de trésorerie de 2010 a continué de bénéficier de l'amélioration de la rentabilité, d'investissements sous contrôle et d'une maîtrise du besoin en fonds de roulement.



Papeterie Grand Public

Le chiffre d'affaires 2010 de la Papeterie a augmenté de 14,0% en publié et de 6,7% à taux de change constants. Au T4 2010, le chiffre d'affaires est en hausse de 9,9% en publié et de 1,1% à taux de change constants. Les volumes de vente 2010 ont progressé de 7%.

Marchés développés

Les chiffres d'affaires 2010 de l'Europe et de l'Amérique du Nord ont rebondi par rapport à 2009 et progressé entre 1% et 5% (« *low to mid single digit* »). Ces deux régions ont continué d'être touchées par le ralentissement économique, notamment le maintien de taux de chômage élevés. Les hausses des ventes et les gains de parts de marché de BIC peuvent être attribués au succès des nouveaux produits innovants (Stylos à encre liquide et gels rétractables Triumph, marqueurs permanents de poche ultrafins). Nos produits classiques ont également contribué à la croissance des ventes, ces produits répondant aux besoins des consommateurs en termes de « qualité au meilleur prix » (BIC® Cristal, BIC® 4 couleurs, BIC® Matic porte-mines).

- En Europe, le marché de la papeterie dans son ensemble est en légère croissance en 2010, avec la grande distribution en hausse d'environ 5% tandis que le réseau des fournisseurs de bureaux est resté stable. Les produits BIC® ont gagné des parts de marché sur l'ensemble des réseaux de distribution malgré la pression des marques distributeurs et l'augmentation des opérations promotionnelles des autres marques.
- Aux Etats-Unis, le marché de la papeterie est en hausse de 2,2% en 2010. La Grande Distribution est en légère augmentation (+0,3%) et le réseau des fournisseurs de bureaux en progression de 2,8%. La marque BIC a surperformé le marché, grâce, notamment, à une forte progression dans les magasins spécialisés et chez les fournisseurs de bureaux.

En termes de saisonnalité, la rentrée scolaire 2010 a été particulièrement importante pour BIC et c'est à cette occasion que nous avons gagné la plupart de nos parts de marché. Nous avons cependant noté un ralentissement au cours du quatrième trimestre dans les marchés développés, lié à l'extrême prudence des distributeurs quant à la gestion de leurs stocks de fin d'année et de leurs prévisions de ventes du début d'année.

Marchés en croissance

En 2010, le chiffre d'affaires a affiché une forte croissance, toutes les régions progressant par rapport à l'année dernière, et en particulier l'Amérique latine. Plusieurs facteurs expliquent cette solide performance : 1/ un bon-mix produit ; 2/ le succès du lancement de nouveaux produits ; 3/ l'efficacité de la politique de vente.

La performance du chiffre d'affaires au T4 2010 a été forte en Amérique latine, grâce à une bonne rentrée scolaire dans l'hémisphère sud, notamment au Brésil et en Argentine.

La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie s'élève à 12,1% en 2010 contre 9,6% en 2009, elle bénéficie de la forte croissance des ventes et d'une meilleure absorption des coûts fixes liée à des volumes de production plus élevés.

Briquets

Le chiffre d'affaires des briquets en 2010 a augmenté de 20,5% en publié et de +11,6% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du T4 2010 est en hausse de 20,6% en publié et de +11,4% à taux de change constants. Les volumes de vente de briquets ont progressé de 10%.

Marchés développés

En Europe, où le marché est resté stable, les ventes de briquets BIC® sont en légère croissance (« *low single digit* ») malgré un ralentissement au second semestre, en particulier en Europe du Sud. Le marché européen est resté affecté par les importations de produits asiatiques de moindre qualité. Le 8 septembre 2010, BIC a porté plainte auprès de la Commission Européenne pour la non-application par les Pays-Bas des règles de sécurité européennes.

En Amérique du Nord, les ventes 2010 ont progressé d'un peu plus de 10% (« *low double digit* ») Le marché du briquet de poche a continué d'être affecté par l'évolution de la consommation et de la réglementation du Tabac (cigarettes auto-extinguibles, interdiction des briquets fantaisie). BIC continue de renforcer sa position de leader sur le marché des briquets grâce à des programmes efficaces portant sur la sécurité et la qualité, au succès des briquets décorés ainsi qu'à une amélioration de la distribution des briquets de poches et des briquets utilitaires.

Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires 2010 a affiché une forte croissance. En Amérique latine, où tous les pays ont contribué à cette forte performance, nous avons continué à améliorer notre distribution et avons bénéficié du succès de nouveaux décors. En Asie, nous avons tiré profit de la mise en place de la loi sur la sécurité enfants au Japon (1^{er} semestre 2011), où les distributeurs ont commencé à constituer leurs stocks de briquets sécurité enfant.

La marge d'exploitation normalisée 2010 des Briquets a progressé de 2,2 points à 36,2% bénéficiant de l'augmentation des ventes et de volumes de production plus élevés.



Rasoirs

Le chiffre d'affaires des rasoirs en 2010 a augmenté de 14,5% en publié et de 7,6% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du T4 2010 est en hausse de 14,3% en publié et 7,7% à taux de change constants. Les volumes de vente de rasoirs ont progressé de 7%.

Marchés développés

Les marchés matures ont affiché une belle performance grâce à notre positionnement « qualité ET prix » et aux succès des nouveaux produits :

- Le BIC® Flex 4 est déjà N°1 des 4-lames non-rechargeables pour Homme aux Etats-Unis ;
- Le BIC® Soleil® Bella 4-lames pour Femme (lancé en 2009) continue d'afficher une croissance solide en Europe et aux Etats-Unis ;
- Le 3-lames BIC® Easy/Hybrid Advance a été lancé avec succès aux Etats-Unis en 2010 et continue d'enregistrer de bonnes performances en Europe.

En Europe, les ventes ont légèrement progressé (« *low single digit* »). Le marché du rasoir, rechargeable et non-rechargeable, est resté stable en 2010. Malgré un ralentissement dans les pays, comme la Grèce, fortement touchés par la crise économique, les produits BIC ont surperformé le marché.

En Amérique du Nord, où les ventes sont en légère augmentation (« *low single digit* ») les marchés du rechargeable et du non-rechargeable ont affiché une croissance de 5,6% tirée par de nouveaux produits innovants. Dans ce contexte, BIC a surperformé le marché et s'est imposé, sur cette zone, comme le numéro deux des rasoirs de marques non-rechargeables avec 21,7% de parts de marché.

Marchés en croissance

Sur les marchés en croissance, les ventes ont enregistré une croissance à deux chiffres (« *double digit* »). Nous avons enregistré une solide performance en Amérique latine, au Moyen-Orient et en Afrique, en particulier grâce au positionnement « Plus pour votre argent » de chacun de nos produits non-rechargeables, depuis les rasoirs une-lame jusqu'aux trois-lames.

La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs est de 14,2% en 2010, comparé à 12,5% en 2009 ; tirée par la croissance du chiffre d'affaires, par une meilleure absorption des coûts fixes liée à l'augmentation de la production et par l'amélioration de la productivité.

Produits Publicitaires & Promotionnels

Le chiffre d'affaires 2010 des Produits Publicitaires & Promotionnels a progressé de 25,7% en publié et de +19,8% à taux de change constants ; il a diminué de 3,3% à base comparable. Le chiffre d'affaires du T4 2010 est en recul de 2,8% en publié, de 8,7% à taux de change constants et de 5,1% à base comparable.

La baisse du chiffre d'affaires 2010 est principalement due à une mauvaise performance des biens durables (« *hard goods* »), en particulier en Europe. Dans les pays en croissance (Amérique latine, Moyen-Orient, Afrique et Océanie), BIC APP a enregistré une croissance encourageante d'environ 5% (mid-single digit).

Le résultat d'exploitation normalisé 2010 de BIC APP atteint 33,4 millions d'euros, soit une marge de 9,2%. La marge d'exploitation normalisée du T4 2010 est en croissance de 8,4 points à 20,2% (22,4 millions d'euros).

Fin 2009, BIC APP a lancé un plan d'intégration afin de consolider ses réseaux de production et d'approvisionnement, de réduire les coûts et d'augmenter l'efficacité de ses activités à travers le monde. Fin 2010, le plan se déroule comme prévu :

- En Europe, la consolidation des activités autour d'une plateforme logistique unique à Tarragone (Espagne) est achevée.
- Aux Etats-Unis, nos centres de production sont en ordre de marche :
 - L'impression des instruments d'écriture a été transférée vers Tampa (Floride)
 - L'impression des sacs et des nécessaires à boire a été transférée vers l'usine de Red Wing (Minnesota) qui centralisera toutes nos activités des biens durables (« *hard goods* »).
 - Toutes les activités « papier » ont été centralisées à Sleepy Eye (Minnesota)
- En Asie, les équipes de BIC, Norwood PP et Antalis PP ont été regroupées à Hong-Kong. Le nombre de fournisseurs a été réduit de moitié.
- Les sièges sociaux ont été centralisés en Europe et aux Etats-Unis.



Au cours du quatrième trimestre, nous avons annoncé le transfert des activités « trophées » de Janesville dans le Wisconsin vers l'usine de Red Wing dans le Minnesota. Ce transfert devrait être achevé pour la fin avril 2011 et devrait améliorer l'efficacité opérationnelle.

En conséquence, les dépenses relatives au plan d'intégration ont atteint 13,3 millions d'euros en 2010. Les économies annuelles générées par ce plan devraient désormais être d'environ 15 millions d'euros.

Le résultat d'exploitation 2010 inclut également 7,3 millions d'euros de plus-value nette liée à la cession de l'activité de produits funéraires.

Les tendances 2011

Grâce au renforcement de nos positions concurrentielles, nous avons commencé 2011 plus forts que nous avons terminé 2010. Tout au long de l'année, nous continuerons à nous concentrer sur l'efficacité opérationnelle et à investir dans l'innovation et le soutien à la marque.

Activité Grand Public:

Papeterie

- Dans les pays développés, nous n'attendons pas d'amélioration significative sur les marchés de la papeterie. Le réseau des fournisseurs de bureaux devrait en particulier continuer d'être affecté par le niveau élevé des taux de chômage. Dans ce contexte, nous nous attendons à ce que les produits BIC® surperforment leurs marchés grâce à notre positionnement « Plus pour votre argent ». Nous devrions également bénéficier de référencements produits supplémentaires auprès de gros clients.
- Dans les pays en croissance, nous devrions continuer à afficher une forte progression grâce à la bonne tendance des marchés, à nos positions solides et aux programmes mis en place afin d'augmenter nos parts de marché.

Briquets

- Grâce à notre gamme complète de briquets à valeur ajoutée, alliant le meilleur de la sécurité et de la qualité, nous poursuivrons notre politique de gains de distribution et de parts de marché afin de surperformer nos marchés, en particulier en Europe.
- Les marchés en croissance devraient continuer à afficher une croissance durable, mais à un rythme plus faible qu'en 2010.

Rasoirs

- Les marchés développés devraient afficher une légère croissance (« *low single digit* »). Les opérations de soutien à la marque devraient être encore importantes, et notamment dans le rechargeable (soutien des ventes des produits lancés en 2010) ; la pression promotionnelle devrait se poursuivre sur les produits non-rechargeables, peut-être renforcée par la récente évolution du paysage concurrentiel.
- Les pays en croissance, notamment l'Amérique latine, devraient afficher une forte progression, avec l'augmentation de la demande des consommateurs pour les produits haut de gamme 3-lames.
- Dans toutes les zones géographiques, BIC tirera profit de son positionnement « Plus pour votre argent » afin de consolider ses parts de marché.

Produits Publicitaires & Promotionnels

Comme en 2010, la performance des ventes de nos produits Publicitaires et Promotionnels sera affectée par le niveau de visibilité que les sociétés auront sur l'évolution de l'environnement économique. Nous finaliserons l'intégration de Norwood PP et Antalis PP, nous commencerons la mise en place d'une nouvelle stratégie de marque commerciale avec des catalogues rationalisés et restructurés pour BIC Graphic et Norwood et mettrons en place un nouvel ERP. Nous attendons une amélioration de la marge d'exploitation normalisée en dépit d'une faible croissance des ventes.



Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T4 2009	T4 2010	Variation	2009	2010	Variation
Chiffre d'affaires total Groupe	434,6	473,3		1 562,7	1 831,5	
<i>En publié</i>			+8,9%			+17,2%
<i>A taux de change constants</i>			+1,6%			+10,1%
<i>A base comparable</i>			+2,6%			+5,9%
1 – Europe	130,4	127,5		503,6	524,9	
<i>En publié</i>			-2,2%			+4,2%
<i>A taux de change constants</i>			-3,3%			+3,1%
<i>A base comparable</i>			-3,3%			+0,5%
2 – Amérique du Nord	181,0	188,7		641,0	773,8	
<i>En publié</i>			+4,3%			+20,7%
<i>A taux de change constants</i>			-4,3%			+13,2%
<i>A base comparable</i>			-2,0%			+5,0%
3 – Marchés en croissance	123,2	157,1		418,1	532,8	
<i>En publié</i>			+27,5%			+27,4%
<i>A taux de change constants</i>			+15,3%			+13,8%

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

<i>En %</i>	T4 2009	T4 2010	2009	2010
Périmètre	+23,5	-1,0	+10,7	+4,2
Taux de change	-3,7	+7,3	-0,1	+7,1
<i>Dont dollar U.S.</i>	-15,9	+3,2	+4,4	+2,5
<i>Dont Réal Brésilien</i>	+18,4	+1,6	-1,9	+2,0

Sensibilité des variations des principaux taux de change sur le chiffre d'affaires

<i>En %</i>	2009	2010
+/- 5% variation du USD	+/- 1,9%	+/- 1,9%
+/- 5% variation du BRL	+/- 0,5%	+/- 0,6%
+/- 5% variation du MXN	+/- 0,2%	+/- 0,2%



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

En millions d'euros	Résultat d'exploitation				Résultat d'exploitation normalisé			
	T4 2009	T4 2010	2009	2010	T4 2009	T4 2010	2009	2010
Groupe	45,0	71,7	216,0	304,6	58,6	80,3	239,6	314,9
Grand Public	41,4	54,6	192,1	277,2	45,2	57,9	209,5	281,5
Papeterie	2,6	5,2	43,3	69,3	4,4	5,1	48,9	70,3
Briquets	34,2	42,0	127,9	173,6	34,8	42,6	135,7	174,0
Rasoirs	9,5	7,9	30,3	41,9	10,4	9,6	33,5	43,6
Autres	-4,9	-0,5	-9,4	-7,6	-4,5	0,6	-8,5	-6,4
APP	3,6	17,1	23,9	27,4	13,4	22,4	30,1	33,4

Compte de résultats résumé

En millions d'euros	T4 2009	T4 2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹	Variation à base comp. ¹	2009	2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹	Variation à base comp. ¹
CHIFFRE D'AFFAIRES	434,6	473,3	+8,9%	+1,6%	+2,6%	1 562,7	1 831,5	+17,2%	+10,1%	+5,9%
Coût des ventes	242,0	244,9	+1,2%			843,0	960,9	+14,0%		
MARGE BRUTE	192,6	228,4	+18,6%			719,7	870,6	+21,0%		
Charges administratives et autres charges d'exploitation	147,6	156,7	+6,2%			503,7	566,0	+12,4%		
RESULTAT D'EXPLOITATION	45,0	71,7	+59,2%			216,0	304,6	+41,0%		
Résultat financier	-1,0	-1,5	+36,5%			2,7	-1,8	NA		
RESULTAT AVANT IMPÔT	44,0	70,2	+59,5%			218,7	302,8	+38,4%		
Impôts	-13,2	-25,0				-70,8	-100,3			
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1,6	1,4	-12,6%			3,8	5,0	+30,9%		
RESULTAT NET PART DU GROUPE	32,4	46,6	+43,7%			151,7	207,5	+36,7%		
BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) – en euros	0,67	0,96	+43,3%			3,15	4,29	+36,2%		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 151 691	48 341 785				48 151 691	48 341 785			



Bilan résumé

<i>En millions d'euros (chiffres arrondis)</i>		
ACTIF	Dec. 2009	Dec. 2010
Trésorerie et équivalents de trésorerie	480,3	371,2
Clients et autres créances	361,2	389,3
Stock et en-cours	301,0	344,0
Autres actifs courants	18,1	30,5
Autres actifs financiers courants et instruments dérivés	47,9	45,9
Actif courant	1 208,5	1 180,9
Immobilisations corporelles nettes	372,5	358,2
Immeubles de placement	2,5	2,3
Autres actifs non courants	190,4	224,8
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	255,2	258,0
Actif non courant	820,6	843,3
TOTAL DE L'ACTIF	2 029,1	2 024,2
PASSIF	2009	2010
Emprunts et dettes financières courants	53,7	11,7
Fournisseurs et comptes rattachés	120,4	130,3
Autres dettes courantes	178,7	195,0
Passif courant	352,8	337,0
Emprunts et dettes financières non courants	161,5	2,8
Autres dettes non courantes	210,5	239,8
Passif non courant	372,0	242,6
Capitaux propres	1 304,3	1 444,6
TOTAL DU PASSIF	2 029,1	2 024,2



Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros (chiffres arrondis)</i>	2009	2010
Résultat net	151,7	207,5
Amortissements et provisions	110,9	109,2
Variation des impôts différés	-6,6	-11,6
(Plus)/moins values de cessions d'actifs	-0,6	-11,1
Autres	-7,7	8,7
MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT	247,7	302,7
Variation du besoin en fond de roulement	92,0	-1,3
Autres	3,4	-41,2
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION	343,1	260,2
Investissements nets	-45,9	-55,7
Cessions / (acquisition) de filiales	-182,1	17,4
Autres investissements	11,1	0,5
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT	-216,9	-37,8
Dividendes payés	-65,0	-116,4
Emprunts / (Remboursements)	190,3	-226,9
Rachat d'actions net des exercices de stock options	3,2	-18,0
(Achat) / Vente d'autres actifs financiers courants	-19,4	-0,3
Autres	0,9	-0,5
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT	110,0	-362,1
FLUX NETS DE TRESORERIE	236,2	-139,6
LIQUIDITES /(DECOUVERTS) D'OUVERTURE	222,5	478,9
Différence de change	20,2	28,7
LIQUIDITES /(DECOUVERTS) DE CLOTURE	478,9	368,0

Annulation d'actions

Le 15 février 2011, le Conseil d'Administration de SOCIÉTÉ BIC, faisant usage de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale du 12 mai 2010, a décidé de procéder à l'annulation de 197 675 actions détenues en autocontrôle.

A l'issue de cette opération, le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 48 558 863 actions,



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, écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products, plus-value liée à la cession de l'activité funéraire de BIC APP et plus-values immobilières.

* *

*

Les comptes consolidés et sociaux de SOCIETE BIC au 31 décembre 2010 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 15 février 2011. Les commissaires aux comptes du groupe ont effectué leurs diligences d'audit sur ces comptes et les rapports d'audit relatifs à la certification de ces comptes consolidés et sociaux sont en cours d'émission. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site internet de BIC (www.bicworld.com).

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^{er} avril 2010.

Calendrier 2011

Résultats du 1 ^{er} trimestre 2011	20 avril 2011	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2010	11 mai 2011	Réunion (siège de BIC)
Résultats du 2 ^{ème} trimestre et du 1 ^{er} semestre 2011	3 août 2011	Conférence téléphonique
Résultats du 3 ^{ème} trimestre et des 9 premiers mois 2011	19 octobre 2011	Conférence téléphonique

A propos de BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets, des rasoirs et des produits promotionnels, BIC fabrique depuis plus de 60 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 2010 un chiffre d'affaires de 1 831,5 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

Contacts Relations Investisseurs : +33 1 45 19 52 26

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

Katy Montecatine – katy.montecatine@bicworld.com

Contacts Presse : +33 1 53 70 74 48

Claire Doligez - cdoligez@image7.fr

Priscille Reneaume - preneaume@image7.fr

