



**GROUPE BIC – RESULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2011**

**CHIFFRE D’AFFAIRES DE 409,9 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 6,6% A BASE COMPARABLE\***

**RESULTAT D’EXPLOITATION NORMALISE DE 83,1 MILLIONS D’EUROS, EN CROISSANCE DE 54,7%**

**MARGE D’EXPLOITATION NORMALISEE\* : 20,3%**

**RESULTAT NET EN HAUSSE DE 52,3% A 53,9 MILLIONS D’EUROS**

**BNPA EN CROISSANCE DE 53,4% A 1,12 EUROS**

• **Grand Public : 351,0 millions d’euros de chiffre d’affaires (+9,8% à base comparable)**

Poursuite de la bonne performance, avec une croissance à deux chiffres sur les marchés en croissance et une progression d’environ 5% en Europe et en Amérique du Nord.

Papeterie	127,7 M€	+ 9,4% (à base comparable)	Très bonne rentrée scolaire en Amérique du Sud
Briquets	122,9 M€	+ 10,3% (à base comparable)	Poursuite de la forte croissance dans les pays en croissance
Rasoirs	76,7 M€	+ 11,9% (à base comparable)	Progression de tous les produits sur toutes les zones géographiques

• **Produits publicitaires et promotionnels : 58,9 millions d’euros de chiffre d’affaires (-8,8% à base comparable)**

La mise en place du plan d’intégration se révèle plus difficile qu’anticipé, avec un impact négatif sur la performance des ventes, alors que le marché est en légère croissance.

**Perspectives 2011**

**Grand Public**

Après la bonne performance du premier trimestre, nous devrions afficher une croissance d’environ 5% (« *mid-single digit* ») du chiffre d’affaires à base comparable sur l’ensemble de l’année 2011. La marge d’exploitation normalisée devrait rester stable comparée à l’année 2010.

**Produits publicitaires et promotionnels**

Au vu de la contre performance du premier trimestre, nous prévoyons désormais une baisse d’environ 5% (« *mid-single digit* ») à base comparable du chiffre d’affaires 2011. La marge d’exploitation normalisée devrait être proche de celle de 2010.

**Mario Guevara, Directeur Général a déclaré:** « Nos résultats du premier trimestre sont bons, avec une poursuite de la forte progression des marchés en croissance. Sur l’ensemble des zones géographiques, nos activités Grand Public ont bénéficié des gains de distribution et de parts de marché réalisés en 2010. Le premier trimestre a été difficile pour les ventes de BIC APP mais nous commençons à voir les effets positifs du plan d’intégration et nous sommes confiants quant au retour à la croissance des ventes pour 2012. Sur l’ensemble de l’année, les performances du Groupe pourraient être affectées par la volatilité des devises et l’augmentation des prix des matières premières. Alors que nous continuerons à nous concentrer sur la protection de la marge brute à travers l’amélioration de la productivité et des ajustements de prix ciblés, nous prévoyons un niveau de marge d’exploitation normalisée 2011 inférieur à celui du premier trimestre 2011. »

**Chiffres non audités**

\* Se reporter au glossaire page 9



## Chiffres clés

En million d'euros	PREMIER TRIMESTRE				
	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base Comp. <sup>1</sup>
<b>GROUPE</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>378,3</b>	<b>409,9</b>	<b>+8,4%</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+6,6%</b>
Marge brute	179,4	211,2	+17,7%		
<b>Résultat d'exploitation normalisé<sup>2</sup></b>	<b>53,7</b>	<b>83,1</b>	<b>+54,7%</b>		
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>14,2%</b>	<b>20,3%</b>			
Résultat d'exploitation	47,8	82,0	+71,4%		
Marge d'exploitation	12,6%	20,0%			
Résultat Net part du Groupe	35,4	53,9			
<b>Résultat net par action (en euros)</b>	<b>0,73</b>	<b>1,12</b>			
<b>PAR CATEGORIE</b>					
<b>Papeterie</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>112,6</b>	<b>127,7</b>	<b>+13,4%</b>	<b>+9,4%</b>	<b>+9,4%</b>
Résultat d'exploitation	7,7	22,1			
Marge d'exploitation	6,9%	17,3%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>7,4%</b>	<b>17,3%</b>			
<b>Briquets</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>107,0</b>	<b>122,9</b>	<b>+14,9%</b>	<b>+10,3%</b>	<b>+10,3%</b>
Résultat d'exploitation	40,9	50,2			
Marge d'exploitation	38,2%	40,8%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>38,0%</b>	<b>40,8%</b>			
<b>Rasoirs</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>66,4</b>	<b>76,7</b>	<b>+15,6%</b>	<b>+11,9%</b>	<b>+11,9%</b>
Résultat d'exploitation	10,5	15,5			
Marge d'exploitation	15,8%	20,3%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>15,7%</b>	<b>20,3%</b>			
<b>Autres produits</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>22,6</b>	<b>23,7</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+3,3%</b>	<b>+3,3%</b>
<b>Total Grand Public</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>308,6</b>	<b>351,0</b>	<b>+13,8%</b>	<b>+9,8%</b>	<b>+9,8%</b>
Résultat d'exploitation	56,4	85,9			
Marge d'exploitation	18,3%	24,5%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>18,4%</b>	<b>24,5%</b>			
<b>BIC APP</b>					
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>69,7</b>	<b>58,9</b>	<b>-15,5%</b>	<b>-16,6%</b>	<b>-8,8%</b>
Résultat d'exploitation	-8,6	-3,9			
Marge d'exploitation	-12,3%	-6,7%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-4,9%</b>			

\* Se reporter au glossaire page 9

<sup>1</sup> Les chiffres à base comparable excluent, au T1 2010, le chiffre d'affaires de l'activité des produits funéraires de BIC APP, cédée en juin 2010 et le chiffre d'affaires de l'activité de vente directe de BIC APP en Italie, cédée en janvier 2011.

<sup>2</sup> En 2011, le résultat d'exploitation normalisé exclut les dépenses liées au plan d'intégration de BIC APP. 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, et les plus-values immobilières.



Le chiffre d'affaires du Groupe BIC a atteint 409,9 millions d'euros au T1 2011, comparé à 378,3 millions d'euros en 2010, en croissance de 8,4% en publié, de 4,9% à taux de change constants et de 6,6% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grand Public ont augmenté de 9,8% à taux de change constants au T1 2011, alors que l'activité des Produits Publicitaires et Promotionnels est en baisse de 8,8% à base comparable.

Au T1 2011, les fluctuations de taux de change ont eu un impact positif de 3,5%, dont 1,8% liés aux monnaies latino-américaines (+1,4% pour le réal brésilien) et +0,4% liés à la hausse du dollar américain.

La marge brute du T1 2011 a progressé de 4,1 points et atteint 51,5% du chiffre d'affaires contre 47,4% en 2010. Les principaux facteurs de l'amélioration de la marge brute ont été la forte croissance des ventes dans les activités Grand Public, une meilleure absorption des coûts fixes liée à la progression des volumes et la poursuite de l'amélioration de la productivité, comprenant les bénéfices des plans de restructuration et d'intégration.

Le résultat d'exploitation du T1 2011 a augmenté de 71,4% en publié pour atteindre 82,0 millions d'euros. La marge d'exploitation s'élève à 20,0% en publié contre 12,6% en 2010.

Le résultat d'exploitation du T1 2011 comprend un total de -1,1 million d'euros d'éléments non récurrents essentiellement liés à la réorganisation de l'activité BIC APP en Italie.

Hors éléments non récurrents, le résultat d'exploitation normalisé du T1 2011 s'est établi à 83,1 millions d'euros comparé à 53,7 millions d'euros en 2010. La marge d'exploitation normalisée du T1 2011 atteint 20,3%, comparée à 14,2% sur la même période de l'année précédente, grâce à l'augmentation de la marge brute, à des charges d'exploitation contrôlées, aux économies liées au programme de restructuration de 2009 et au plan d'intégration de BIC APP, alors que le soutien à la marque a encore augmenté par rapport au T1 2010. La marge d'exploitation normalisée de l'activité Grand Public s'établit à 24,5% au T1 2011 et comprend une augmentation du soutien à la marque par rapport à la même période de l'année dernière, notamment dans la Papeterie et les Rasoirs. La marge d'exploitation normalisée de BIC APP est en baisse de 0,7 point à -4,9%.

Le résultat avant impôt a progressé de 54,2% en publié à 78,3 millions d'euros. Le résultat financier du T1 2011 s'établit à -3,7 millions d'euros, principalement dû à -4,7 millions d'euros d'effet défavorable de la réévaluation d'actifs monétaires (USD vs. EUR). Le taux d'imposition s'élève à 33,1% au T1 2011 vs. 32,4% au T1 2010, en ligne avec celui de l'année 2010.

Le résultat net du Groupe au T1 2011 s'élève à 53,9 millions d'euros, en hausse de 52,3% en publié. Il comprend 1,6 million d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 1,12 euros, comparé à 0,73 euros en 2010, en croissance de 53,4%. Le BNPA normalisé est en croissance de 37,8% à 1,13 euros comparé à 0,82 euros en 2010.

A fin mars 2011, la situation nette de trésorerie s'élève à 377,1 millions d'euros, contre 397,1 millions d'euros au 31 décembre 2010 et 347,6 millions d'euros à fin mars 2010. Comparée à fin décembre 2010, la génération de trésorerie du T1 2011 a bénéficié de l'amélioration de la rentabilité plus que compensée par les investissements (15 millions d'euros) et le programme de rachat d'actions, net des stock-options exercées (18 millions d'euros).

BIC a signé trois accords de cessions concernant des activités non stratégiques :

- Les divisions « *business to business* » de PIMACO au Brésil ;
- REVA, une activité de pinces à linge en Australie.

Ces activités sont consolidées dans l'activité « autres produits Grand Public ». Ces cessions devraient être finalisées au cours du second trimestre 2011 et devraient générer environ 7 millions d'euros d'impact négatif non récurrent sur le résultat d'exploitation du Groupe du T2 2011. Cet impact négatif est dû aux pertes de valeur du *goodwill* et des marques commerciales et sera normalisé.

## Papeterie Grand Public

---

Le chiffre d'affaires de la Papeterie au T1 2011 a augmenté de 13,4% en publié à 127,7 millions d'euros et de 9,4% à taux de change constants.

### Marchés développés

Les marchés développés ont affiché une bonne performance.

**Le chiffre d'affaires a progressé d'environ 5% en Europe** (« *mid-single digit* »). Le léger redressement du marché de la Papeterie en Europe constaté en 2010 s'est poursuivi au cours du premier trimestre 2011 qui a affiché une légère croissance (« *low-single digit* »).

Le redressement du marché américain est plus lent, avec un marché globalement stable par rapport à l'année dernière. BIC a été néanmoins capable de dégager une **croissance d'environ 5% en Amérique du Nord** (« *mid-single digit* ») sur le premier trimestre, en dépit de la stabilité du marché.

### Marchés en croissance

Les pays en croissance continuent de tirer la croissance de l'activité Papeterie, enregistrant une **progression à deux chiffres sur le premier trimestre**.

Les régions du Moyen-Orient et de l'Afrique ont enregistré la plus importante croissance des ventes. Bien qu'elles ne représentent pas encore une part significative de notre activité, la croissance de leur chiffre d'affaires a contribué aux performances globales du premier trimestre. L'Amérique du Sud, région à forte croissance dont le poids est plus significatif pour BIC, a fortement progressé (croissance à deux chiffres) grâce aux bons résultats de la rentrée scolaire, en particulier au Brésil.

**La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie** s'élève à 17,3% au T1 2011 contre 7,4% en 2010, bénéficiant de la forte croissance des ventes (en particulier dans les marchés en croissance), d'une meilleure absorption des coûts fixes ainsi que de l'amélioration de la productivité.

## Briquets

---

Le chiffre d'affaires des Briquets au T1 2011 a augmenté de 14,9% en publié à 122,9 millions d'euros et de +10,3% à taux de change constants. Les volumes ont progressé sur toutes les zones géographiques majeures.

### Marchés développés

**En Europe**, où la principale problématique demeure l'importation de briquets asiatiques à bas prix et de moindre qualité, **le chiffre d'affaires a affiché une légère croissance** (« *low-single digit* »). Faisant suite à la plainte déposée par BIC en septembre 2010, la Commission européenne a décidé fin janvier de donner dix semaines à l'Autorité de surveillance des denrées et marchandises (VWA) aux Pays-Bas pour expliquer sa position sur la surveillance des briquets potentiellement dangereux.

**En Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires au T1 2011 a enregistré une **bonne croissance** (« *high-single digit* ») grâce à des gains de distribution et de parts de marché.

### Marchés en croissance

La performance du chiffre d'affaires au T1 2011 a continué d'être solide avec notamment **une croissance à deux chiffres en Amérique latine** grâce à des gains de distribution.

**La marge d'exploitation normalisée du T1 2011 des Briquets** a atteint 40,8% comparé à 38,0% en 2010, bénéficiant de l'augmentation des ventes (notamment dans les marchés en croissance), de volumes de production plus élevés et de l'amélioration de la productivité.

## Rasoirs

---

Le chiffre d'affaires des Rasoirs au T1 2011 a atteint 76,7 millions d'euros, en croissance de 15,6% en publié et de 11,9% à taux de change constants.

La tendance positive de 2010 s'est poursuivie en 2011, avec une forte croissance des ventes et des résultats sur le premier trimestre sur l'ensemble des segments de produits et à travers la plupart des régions du monde.

### Marchés développés

**Le chiffre d'affaires a enregistré une croissance d'environ 5% en Europe et en Amérique du Nord** (« *mid-single digit* »). Les ventes du T1 2011 ont progressé dans la plupart des pays et sur tous les segments de produits (une, deux, trois et quatre lames).



En Europe, notre croissance ne vient pas seulement de nos nouveaux produits à forte valeur ajoutée, mais également de nos produits historiques, qui offrent un bon rapport qualité/prix sur des marchés où les consommateurs continuent d'être confrontés à un environnement économique difficile.

En Amérique du Nord, la marque BIC® a continué de gagner des parts de marché dans le secteur des rasoirs non-rechargeables comparé à l'année dernière. Nos produits à forte valeur ajoutée ont tiré la croissance sur cette région, avec des produits comme le BIC® Hybrid Advance™, le BIC® Soleil® Bella™ et le BIC® Flex4™ qui ont tous enregistré une croissance à deux chiffres des ventes par rapport à l'année dernière.

### **Marchés en croissance**

**Le chiffre d'affaires a affiché une forte croissance**, enregistrant une **progression à deux chiffres** sur toute la région.

La croissance a été particulièrement forte au Moyen-Orient et en Afrique dans les lames double tranchant, les rasoirs une lame et les rasoirs deux lames.

En Amérique latine, la croissance à deux chiffres s'est encore poursuivie sur le T1 2011. Ce résultat a été réalisé dans la plupart des pays et sur tous les segments de produits.

**La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs** est de 20,3% au T1 2011, comparé à 15,7% en 2010. Cette amélioration a été tirée par la croissance du chiffre d'affaires, une meilleure absorption des coûts fixes et une amélioration de la productivité.

### **Produits Publicitaires et Promotionnels**

---

Le chiffre d'affaires du T1 2011 des Produits Publicitaires et Promotionnels a diminué de 15,5% en publié, de 16,6% à taux de change constants et de 8,8% à base comparable.

La mise en place du plan d'intégration se révèle plus difficile qu'anticipé avec un impact négatif sur la performance des ventes, avec pour conséquence des problématiques de service clients (notamment délais de livraison).

Le résultat d'exploitation de BIC APP s'élève à -3,9 millions d'euros (-6,7% de marge) et comprend -1,1 million d'euros d'éléments non-récurrents essentiellement liés à la réorganisation de notre activité en Italie, suite à la cession de l'activité de vente directe d'Antalis Promotional Products.

**La marge d'exploitation normalisée de BIC APP au T1 2011** s'élève à -4,9% comparé à -4,2% au T1 2010. La baisse du chiffre d'affaires est en partie compensée par les économies liées au plan d'intégration.



## Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T1 2010	T1 2011	Variation
<b>Chiffre d'affaires total Groupe</b>	378,3	<b>409,9</b>	
<i>En publié</i>			+8,4%
<i>A taux de change constants</i>			+4,9%
<i>A base comparable</i>			+6,6%
<b>1 – Europe</b>	110,9	<b>112,3</b>	
<i>En publié</i>			+1,3%
<i>A taux de change constants</i>			+0,5%
<i>A base comparable</i>			+2,0%
<b>2 – Amérique du Nord</b>	148,8	<b>149,8</b>	
<i>En publié</i>			+0,6%
<i>A taux de change constants</i>			-1,0%
<i>A base comparable</i>			+1,9%
<b>3 – Marchés en croissance</b>	118,5	<b>147,8</b>	
<i>En publié</i>			+24,7%
<i>A taux de change constants</i>			+16,6%

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

<i>En %</i>	T1 2010	T1 2011
<b>Périmètre</b>	<b>+12,8</b>	<b>-1,3</b>
<b>Taux de change</b>	<b>+1,1</b>	<b>+3,5</b>
<i>Dont dollar U.S.</i>	<b>-2,8</b>	<b>+0,4</b>
<i>Dont Réal Brésilien</i>		<b>+1,4</b>

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

<i>En millions d'euros</i>	Résultat d'exploitation		Résultat d'exploitation normalisé	
	T1 2010	T1 2011	T1 2010	T1 2011
<b>Groupe</b>	<b>47,8</b>	<b>82,0</b>	<b>53,7</b>	<b>83,1</b>
<b>Grand Public</b>	<b>56,4</b>	<b>85,9</b>	<b>56,7</b>	<b>85,9</b>
Papeterie	7,7	22,1	8,3	22,1
Briquets	40,9	50,2	40,7	50,2
Rasoirs	10,5	15,5	10,4	15,5
Autres	-2,6	-1,9	-2,7	-1,9
<b>APP</b>	<b>-8,6</b>	<b>-3,9</b>	<b>-2,9</b>	<b>-2,9</b>



## Compte de résultat résumé

<i>En millions d'euros</i>	T1 2010	T1 2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants*	Variation à base comp.
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	378,3	<b>409,9</b>	<b>+8,4%</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+6,6%</b>
Coût des ventes	198,9	198,7			
<b>MARGE BRUTE</b>	179,4	<b>211,2</b>	<b>+17,7%</b>		
Charges administratives et autres charges d'exploitation	131,6	129,2			
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	47,8	<b>82,0</b>	<b>+71,4%</b>		
Résultat financier	2,9	-3,7			
<b>RESULTAT AVANT IMPÔT</b>	50,7	<b>78,3</b>			
Impôts	-16,4	-26,0			
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1,1	1,6			
<b>RESULTAT NET PART DU GROUPE</b>	35,4	<b>53,9</b>			
<b>BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) – en euros</b>	0,73	<b>1,12</b>			
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 283 563	48 181 386			

\* Se reporter au glossaire page 9



## Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>		
<b>ACTIF</b>	<b>Mar. 2010</b>	<b>Mar. 2011</b>
Actif non courant	839,0	820,2
Actif courant	1 233,2	1 228,6
<i>Dont Trésorerie et équivalents de trésorerie</i>	461,5	355,3
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>2 072,2</b>	<b>2 048,8</b>
<b>PASSIF</b>	<b>Mar. 2010</b>	<b>Mar. 2011</b>
Capitaux propres	<b>1 377,8</b>	<b>1 446,9</b>
Passif non courant	326,7	237,3
Passif courant	367,7	364,6
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>2 072,2</b>	<b>2 048,8</b>

## Programme de rachat d'actions

	<b>Nombre d'actions achetées</b>	<b>Prix moyen pondéré en €</b>	<b>Montant en M€</b>
Janvier 2011	-	-	-
Février 2011	108 841	61,66	6,7
Mars 2011	341 038	62,41	21,3
<b>Total T1 2011</b>	<b>449 879</b>		<b>28,0</b>





- **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. Les commentaires des chiffres d'affaires des catégories sont à taux de change constants ou à base comparable,
- **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 restructuration, dépenses liées au plan d'intégration de BIC APP, et plus-values immobilières.

\* \*  
\*

Les comptes consolidés et sociaux de SOCIETE BIC au 31 mars 2011 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 19 avril 2011. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site internet de BIC ([www.bicworld.com](http://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 2010 du Groupe BIC archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2011.

### Calendrier 2011

Assemblée Générale 2010	11 mai 2011	Réunion (siège de BIC)
Résultats du 2 <sup>ème</sup> trimestre et du 1 <sup>er</sup> semestre 2011	3 août 2011	Conférence téléphonique
Résultats du 3 <sup>ème</sup> 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 et des rasoirs, 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 2010 (CDLI).



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

<b>Contacts Relations Investisseurs</b> : +33 1 45 19 52 26	<b>Contacts Presse</b> : +33 1 53 70 74 48
Sophie Palliez-Capian - <a href="mailto:sophie.palliez@bicworld.com">sophie.palliez@bicworld.com</a>	Claire Doligez - <a href="mailto:cdoligez@image7.fr">cdoligez@image7.fr</a>
Katy Montecatine – <a href="mailto:katy.montecatine@bicworld.com">katy.montecatine@bicworld.com</a>	Priscille Reneaume - <a href="mailto:preneaume@image7.fr">preneaume@image7.fr</a>