



GROUPE BIC – RESULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2011

CHIFFRE D’AFFAIRES DE 886,1 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 5,5% A BASE COMPARABLE*

RESULTAT D’EXPLOITATION NORMALISE* DE 185,2 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 30,1 %

MARGE D’EXPLOITATION NORMALISEE*: 20,9%

BNPA EN CROISSANCE DE 19,9% A 2,47 EUROS

• Grand Public : Poursuite de la forte performance dans toutes les catégories

- 758,8 millions d’euros de chiffre d’affaires (+8,8% à base comparable), avec une croissance à deux chiffres (« *double digit* ») dans les marchés en croissance et une progression d’environ 5% (« *mid-single digit* ») en Europe et en Amérique du Nord.

Papeterie	297,9 M€	+ 5,7% (à base comparable)	Performance tirée par les marchés en croissance
Briquets	248,0 M€	+ 11,2% (à base comparable)	Poursuite de la forte performance dans les marchés en croissance et en Amérique du Nord
Rasoirs	162,0 M€	+ 12,8% (à base comparable)	Succès des nouveaux produits sur l’ensemble des zones géographiques

• Produits publicitaires et promotionnels : 127,3 millions d’euros de chiffre d’affaires (-10,2% à base comparable)

- Performance des ventes du premier semestre affectée par des problématiques de service clients.

Perspectives 2011

Grand Public

Pour le reste de l’année, la croissance du chiffre d’affaires devrait se poursuivre mais à un rythme plus faible comparé à la forte performance du premier semestre. Sur l’ensemble de l’année, nous prévoyons désormais une croissance du chiffre d’affaires à base comparable supérieure à 5% (« *to exceed mid-single digit growth* »). La marge d’exploitation normalisée devrait s’améliorer par rapport à 2010, l’augmentation de la productivité et des ajustements de prix ciblés compensant les hausses de prix des matières premières et des investissements de soutien à la marque plus importants.

Produits publicitaires et promotionnels

Au vu de la faible performance du premier semestre, le recul du chiffre d’affaires 2011 à base comparable devrait être légèrement inférieur à 10% (« *high single digit decrease* »). La marge d’exploitation normalisée devrait être proche de celle de 2010 grâce aux réductions de coûts liées au plan d’intégration qui compensent l’impact négatif des volumes.

Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « Confirmant la tendance du premier trimestre, nos résultats du premier semestre 2011 demeurent solides, en particulier dans les activités Grand Public, soutenues par le dynamisme des marchés en croissance qui affichent une progression à deux chiffres comparé à la même période de l’année dernière. Les marchés développés ont progressé d’environ 5%. La performance des ventes de BIC APP reste faible. Nous sommes cependant confiants quant au succès du plan d’intégration et au retour à la croissance en 2012.

Sur le reste de l’année, le positionnement commercial “Plus pour votre argent” de BIC devrait continuer à soutenir la croissance du chiffre d’affaires et à maintenir le niveau de profitabilité du Groupe au-dessus de sa moyenne historique. »

* Se reporter au glossaire page 10

Chiffres clés

<i>En millions d'euros</i> Se reporter au glossaire page 10	DEUXIEME TRIMESTRE					PREMIER SEMESTRE				
	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable
GROUPE										
Chiffre d'affaires	487,3	476,2	-2,3%	+3,5%	+4,7%	865,6	886,1	+2,4%	+4,2%	+5,5%
Marge brute	228,7	232,3	+1,6%			408,2	443,5	+8,7%		
Résultat d'exploitation normalisé	88,7	102,1	+15,2%			142,4	185,2	+30,1%		
Marge d'exploitation normalisée	18,2%	21,5%				16,5%	20,9%			
Résultat d'exploitation	95,0	92,9	-2,2%			142,8	174,9	+22,4%		
Marge d'exploitation	19,5%	19,5%				16,5%	19,7%			
Résultat net part du Groupe	64,3	64,6	+0,4%			99,8	118,5	+18,8%		
Résultat net par action (en euros)	1,33	1,35	+1,5%			2,06	2,47	+19,9%		
PAR CATEGORIE										
Papeterie										
Chiffre d'affaires	173,4	170,2	-1,8%	+3,4%	+3,4%	286,0	297,9	+4,2%	+5,7%	+5,7%
Résultat d'exploitation	28,8	30,7	+6,4%			36,6	52,8	+44,6%		
Marge d'exploitation	16,6%	18,0%				12,8%	17,7%			
Marge d'exploitation normalisée	16,8%	18,0%				13,1%	17,7%			
Briquets										
Chiffre d'affaires	119,3	125,1	+4,9%	+12,0%	+12,0%	226,3	248,0	+9,6%	+11,2%	+11,2%
Résultat d'exploitation	45,4	52,1	+14,8%			86,3	102,3	+18,5%		
Marge d'exploitation	38,1%	41,7%				38,1%	41,2%			
Marge d'exploitation normalisée	38,1%	41,7%				38,0%	41,2%			
Rasoirs										
Chiffre d'affaires	79,2	85,2	+7,6%	+13,5%	+13,5%	145,6	162,0	+11,2%	+12,8%	+12,8%
Résultat d'exploitation	12,3	16,7	+35,9%			22,8	32,3	+41,8%		
Marge d'exploitation	15,5%	19,6%				15,6%	19,9%			
Marge d'exploitation normalisée	15,6%	19,6%				15,6%	19,9%			
Autres Produits										
Chiffre d'affaires	26,3	27,2	+3,5%	+4,3%	+4,3%	48,9	50,9	+4,1%	+3,8%	+3,8%
Total Grand Public										
Chiffre d'affaires	398,2	407,7	+2,4%	+8,0%	+8,0%	706,7	758,8	+7,4%	+8,8%	+8,8%
Résultat d'exploitation	84,8	92,4	+9,0%			141,2	178,4	+26,3%		
Marge d'exploitation	21,3%	22,7%				20,0%	23,5%			
Marge d'exploitation normalisée	21,4%	24,7%				20,1%	24,6%			
BIC APP										
Chiffre d'affaires	89,1	68,4	-23,3%	-16,5%	-11,3%	158,9	127,3	-19,9%	-16,6%	-10,2%
Résultat d'exploitation	10,2	0,4	-95,7%			1,6	-3,5	NA		
Marge d'exploitation	11,4%	0,6%				1,0%	-2,7%			
Marge d'exploitation normalisée	3,8%	1,8%				0,3%	-1,3%			

Groupe

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC au premier semestre 2011 atteint 886,1 millions d'euros, comparé à 865,6 millions d'euros au premier semestre 2010, en croissance de 2,4% en publié, de 4,2% à taux de change constants et de 5,5% à base comparable. Sur le second trimestre, le chiffre d'affaires s'élève à 476,2 millions d'euros, en baisse de 2,3% en publié, en croissance de 3,5% à taux de change constants et de 4,7% à base comparable.

Au cours du premier semestre, les fluctuations de taux de change ont eu un impact négatif de -1,8% sur le chiffre d'affaires, dont +0,4% liés aux monnaies latino-américaines (+0,6% pour le real brésilien) et -2,5% liés à la baisse du dollar américain.

Les ventes de l'activité Grand Public sont en croissance de 8,8% à taux de change constants au premier semestre 2011 (+8,0% sur le deuxième trimestre) tandis que l'activité Produits Publicitaires et Promotionnels est en baisse de 16,6% à taux de change constants (y compris l'activité de produits funéraires) et de -10,2% à base comparable (respectivement -16,5% et -11,3% au deuxième trimestre).

La marge brute du premier semestre a progressé de 2,9 points et atteint 50,1% du chiffre d'affaires contre 47,2% pour la même période de l'année dernière. 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 à l'amélioration de la productivité, y compris les bénéfices des plans de restructuration et d'intégration.

Le résultat d'exploitation du premier semestre 2011 a augmenté de 22,4% en publié pour atteindre 174,9 millions d'euros. La marge d'exploitation s'élève à 19,7% en publié contre 16,5% en 2010.

Le résultat d'exploitation du premier semestre 2011 comprend un total de -10,3 millions d'euros d'éléments non-récurrents liés à :

- la réorganisation de l'activité BIC APP (-1,9 million d'euros) ;
- les pertes de valeurs du *goodwill* et des marques commerciales liées à la cession des divisions « *business to business* » de PIMACO au Brésil (-9,1 millions d'euros) et les dépenses de restructuration afférentes (-0,3 million d'euros) ;
- le gain lié à la cession de REVA, activité de pinces à linge en Australie (+1,0 million d'euros).

Hors éléments non-récurrents, le résultat d'exploitation normalisé du premier semestre s'établit à 185,2 millions d'euros comparé à 142,4 millions d'euros en 2010. La marge d'exploitation normalisée atteint 20,9% comparé à 16,5% sur la même période de l'année dernière. Les principaux moteurs de l'évolution du résultat d'exploitation normalisé sont :

- la croissance de la marge brute (+2,9 points) ;
- des charges d'exploitation contrôlées et des économies de coûts liées au programme de restructuration de 2009 et au plan d'intégration de BIC APP (+1,8 point) ;
- une augmentation du soutien à la marque par rapport au premier semestre 2010, principalement dans les briquets et les rasoirs (-0,3 point).

La marge d'exploitation normalisée des activités Grand Public s'élève à 24,6% au premier semestre, en croissance de 4,5 points comparé à la même période de l'année dernière. La marge d'exploitation normalisée de BIC APP est en baisse de 1,6 point à -1,3%.

Le résultat avant impôt a progressé de 20,1% en publié et atteint 172,9 millions d'euros. Le résultat financier du premier semestre 2011 s'établit à -1,9 million d'euros, principalement dû à -4,9 millions d'euros d'impact défavorable de la réévaluation d'actifs monétaires (essentiellement USD vs. EUR). Le taux d'imposition s'élève à 33,1%, en ligne avec celui de l'année 2010 (vs. 32,4% au premier semestre 2010).

Le résultat net part du Groupe du premier semestre s'élève à 118,5 millions d'euros, en croissance de 18,8% en publié. Il comprend 2,9 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action du premier semestre (BNPA) est de 2,47 euros, comparé à 2,06 euros en 2010, en hausse de 19,9%. Le BNPA normalisé est en croissance de 27,2% à 2,62 euros comparé à 2,06 euros en 2010.



A fin juin 2011, la situation nette de trésorerie s'élève à 271,8 millions d'euros, comparé à 397,1 millions d'euros au 31 décembre 2010 et 254,3 millions d'euros à fin juin 2010. Comparée à fin décembre 2010, la génération de trésorerie du premier semestre a bénéficié de l'amélioration de la profitabilité plus que compensée par la croissance du besoin en fond de roulement, principalement dû à l'augmentation des stocks Papeterie, aux investissements (-37,8 millions d'euros), au paiement du dividende (-90,7 millions d'euros) et au programme de rachat d'actions, net de l'exercice des stock-options (-37,5 millions d'euros).

Papeterie Grand Public

Le chiffre d'affaires de la Papeterie du premier semestre 2011 a augmenté de 4,2% en publié et de 5,7% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre est en baisse de 1,8% en publié et en hausse de 3,4% à taux de change constants.

Marchés développés

Au total, les marchés de la papeterie restent faibles (+1,6% en Europe et +1,1% en Amérique du Nord).

En Europe, le chiffre d'affaires du premier semestre a enregistré une légère croissance (« low single digit ») tandis que l'Amérique du Nord est stable. Dans ces deux régions, la performance du deuxième trimestre a été affectée par des décalages de livraison des commandes de la rentrée des classes. Les distributeurs retardent jusqu'au dernier moment la réception des marchandises de rentrée scolaire avec pour conséquence un décalage de notre activité du deuxième vers le troisième trimestre. La rentrée des classes 2011 devrait être meilleure qu'en 2010 pour les produits BIC®, même si la performance de la grande distribution dépendra du comportement des consommateurs dans un environnement économique encore volatile.

Marchés en croissance

Les marchés en croissance continuent d'afficher une très bonne performance, avec une croissance à deux chiffres enregistrée en Amérique latine au deuxième trimestre et au premier semestre.

La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie s'élève à 17,7% au premier semestre 2011 comparé à 13,1% en 2010, bénéficiant de la croissance du chiffre d'affaires, d'une meilleure absorption des coûts fixes, de l'amélioration de la productivité et de charges d'exploitation contrôlées.

Briquets

Le chiffre d'affaires des Briquets du premier semestre est en croissance de 9,6% en publié et de 11,2% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre est en hausse de 4,9% en publié et de 12,0% à taux de change constants.

Marchés développés

Le chiffre d'affaires est resté stable en Europe. Les pays d'Europe du Sud restent sous pression, avec pour conséquence des ventes stables ou en baisse.

La principale difficulté sur cette zone demeure les importations asiatiques à bas prix. La plainte déposée par BIC contre les Pays-Bas en septembre 2010 est toujours en cours d'examen par la Commission Européenne.

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires du premier semestre 2011 affiche une croissance légèrement supérieure à 10% (« low double digit »).

Après une croissance proche de 10% en 2010 liée à la mise en place de la réglementation sur les cigarettes auto-extinguibles, le marché des briquets de poche aux Etats-Unis a continué de légèrement progresser au cours des premiers mois de 2011. Dans cet environnement, les briquets BIC® ont poursuivi leurs gains de distribution et de parts de marché, bénéficiant de leur forte notoriété de marque (83% de notoriété spontanée auprès des fumeurs) et de leur positionnement unique : sécurité, qualité et prix.

Marchés en croissance

Le premier semestre a été caractérisé par une solide performance du chiffre d'affaires avec une croissance à deux chiffres en Amérique latine (« double-digit »), liée à la poursuite des gains de distribution. La performance a été soutenue en Asie, notamment au Japon, grâce au plan marketing offensif et efficace qui a accompagné la mise en place de la réglementation sur la Sécurité Enfants.



La marge d'exploitation normalisée des Biquets atteint 41,2% comparé à 38,0% en 2010. L'augmentation du chiffre d'affaires, des volumes de production plus élevés, l'amélioration de la productivité ainsi que des charges d'exploitation maîtrisées ont financé les investissements de soutien à la marque.

Rasoirs

Le chiffre d'affaires des Rasoirs au premier semestre a affiché une croissance de 11,2% en publié et de 12,8% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre est en hausse de 7,6% en publié et de 13,5% à taux de change constants.

Les tendances positives de 2010 se sont poursuivies sur le premier semestre 2011. Les ventes ont progressé dans la plupart des régions et sur l'ensemble des produits.

Marchés développés

Le chiffre d'affaires a affiché une croissance légèrement inférieure à 10% (« high-single digit ») en Europe et en Amérique du Nord.

En Europe, notre croissance continue d'être tirée par les nouveaux produits à valeur ajoutée (BIC® Flex4 ; BIC® Soleil® Bella™) et par les produits historiques (BIC® Comfort Twin) qui offrent le meilleur rapport qualité-prix sur des marchés encore affectés par un environnement économique difficile.

En Amérique du Nord, la marque BIC® continue de gagner des parts de marché. La croissance est tirée par le succès des produits à valeur ajoutée.

- Grâce aux succès de BIC® Hybrid Advance™ et de BIC® Flex4, BIC est maintenant la marque n°2 sur le segment des rasoirs non rechargeables pour homme.
- Nous avons également renforcé notre position de n°2 aux Etats-Unis sur le segment des rasoirs non rechargeables pour femme, grâce au dynamisme de BIC® Soleil® Twilight, de BIC® Silky Touch et de BIC® Soleil® Bella™.

Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires a affiché une progression à deux chiffres (« double-digit »). Le Moyen-Orient et l'Afrique ont continué d'enregistrer une forte croissance. En Amérique latine, la croissance à deux chiffres enregistrée au premier trimestre 2011 s'est poursuivie au second trimestre, tirée notamment par le rasoir 3-lames BIC® Comfort 3® Advance.

La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs a atteint 19,9% comparé à 15,6% au premier semestre 2010. Cette amélioration est liée à la croissance du chiffre d'affaires, à une meilleure absorption des coûts fixes, à l'amélioration de la productivité ainsi qu'à des charges d'exploitation maîtrisées qui ont financé des investissements publicitaires plus importants.

Produits Publicitaires et Promotionnels

Le chiffre d'affaires des Produits Publicitaires et Promotionnels au premier semestre est en baisse de 19,9% en publié, de 16,6% à taux de change constants et de 10,2% à base comparable. Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre est en baisse de 23,3% en publié, de 16,5% à taux de change constants et de 11,3% à base comparable.

Aux Etats-Unis, le marché des produits publicitaires et promotionnels a commencé à se redresser lentement, mais il continue d'être volatil dans l'environnement économique actuel.

Au cours du premier semestre, le chiffre d'affaires de BIC APP a été affecté par des problématiques de service clients (notamment les délais de livraison).

Le résultat d'exploitation de BIC APP comprend -1,9 million d'euros d'éléments non-récurrents principalement 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 premier semestre 2011 s'établit à -1,3% comparé à 0,3% au premier semestre 2010. La forte baisse du chiffre d'affaires a été en partie compensée par les économies liées au plan d'intégration. La marge d'exploitation normalisée du deuxième trimestre 2011 s'établit à 1,8% comparée à 3,8% en 2010.



Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i> <i>Se reporter au glossaire page 10</i>	T2 2010	T2 2011	Variation	S1 2010	S1 2011	Variation
Chiffre d'affaires total Groupe	487,3	476,2		865,6	886,1	
<i>En publié</i>			-2,3%			+2,4%
<i>A taux de change constants</i>			+3,5%			+4,2%
<i>A base comparable</i>			+4,7%			+5,5%
1 – Europe	152,1	152,3		263,0	264,6	
<i>En publié</i>			+0,1%			+0,6%
<i>A taux de change constants</i>			+0,2%			+0,4%
<i>A base comparable</i>			+0,9%			+1,4%
2 – Amérique du Nord	210,8	186,6		359,7	336,4	
<i>En publié</i>			-11,5%			-6,5%
<i>A taux de change constants</i>			-0,3%			-0,6%
<i>A base comparable</i>			+1,7%			+1,8%
3 – Marchés en croissance	124,4	137,3		242,9	285,1	
<i>En publié</i>			+10,4%			+17,4%
<i>A taux de change constants</i>			+14,0%			+15,3%

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

<i>En %</i>	T2 2010	T2 2011	S1 2010	S1 2011
Périmètre	+8,5%	-1,2%	+10,4%	-1,3%
Taux de change	+8,4%	-5,8%	+5,2%	-1,8%
<i>Dont dollar U.S.</i>	+3,3%	-4,8%	+0,6%	-2,5%

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

<i>En millions d'euros</i> <i>Se reporter au glossaire page 10</i>	Résultat d'exploitation				Résultat d'exploitation normalisé			
	T2 2010	T2 2011	S1 2010	S1 2011	T2 2010	T2 2011	S1 2010	S1 2011
Groupe	95,0	92,9	142,8	174,9	88,7	102,1	142,4	185,2
Grand Public	84,8	92,4	141,2	178,4	85,3	100,9	142,0	186,8
Papeterie	28,8	30,7	36,6	52,8	29,1	30,7	37,4	52,8
Briquets	45,4	52,1	86,3	102,3	45,4	52,1	86,1	102,3
Rasoirs	12,3	16,7	22,8	32,3	12,4	16,7	22,8	32,3
Autres	-1,7	-7,1	-4,4	-9,0	-1,6	1,4	-4,3	-0,5
APP	10,2	0,4	1,6	-3,5	3,4	1,2	0,4	-1,6



Compte de résultat résumé

<i>En millions d'euros</i> <i>Se reporter au glossaire page 10</i>	T2 2010	T2 2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comp	S1 2010	S1 2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comp.
CHIFFRE D'AFFAIRES	487,3	476,2	-2,3%	+3,5%	+4,7%	865,6	886,1	+2,4%	+4,2%	+5,5%
Coût des ventes	-258,6	-243,9				-457,4	-442,6			
MARGE BRUTE	228,7	232,3	+1,6%			408,2	443,5	+8,7%		
Charges administratives et autres charges d'exploitation	-133,7	-139,4				-265,4	-268,6			
RESULTAT D'EXPLOITATION	95,0	92,9	-2,2%			142,8	174,9	+22,4%		
Résultat financier	-1,7	1,8	NA			1,2	-1,9	NA		
RESULTAT AVANT IMPÔT	93,3	94,7	+1,5%			144,0	172,9	+20,1%		
Impôts	-30,3	-31,4				-46,6	-57,3			
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1,3	1,3				2,4	2,9			
RESULTAT NET PART DU GROUPE	64,3	64,6	+0,4%			99,8	118,5	+18,8%		
BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) – en euros	1,33	1,35	+1,5%			2,06	2,47	+19,9%		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 388 557	47 952 714				48 388 557	47 952 714			



Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>	Jun 2010	Jun 2011
ACTIF		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	343	302
Clients et autres créances	460	465
Stocks et en-cours	351	391
Autres actifs courants	27	26
Autres actifs financiers courants	35	28
Actif courant	1 216	1 212
Immobilisations corporelles nettes	381	346
Immeubles de placement	3	2
Autres actifs non courants	230	228
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	274	244
Actif non courant	888	820
TOTAL DE L'ACTIF	2 104	2 032
PASSIF		
Emprunts et dettes financières courants	115	48
Fournisseurs et comptes rattachés	154	146
Autres dettes courantes	191	209
Passif courant	460	403
Emprunts et dettes financières non courants	4	2
Autres dettes non courantes	278	221
Passif non courant	282	223
Capitaux propres	1 362	1 406
TOTAL DU PASSIF	2 104	2 032



Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros (nombres arrondis)</i>	S1 2010	S1 2011
Résultat net	100	119
Amortissements et provisions	39	35
Variation des impôts différés	5	(3)
(Plus-)Moins-values de cessions d'actifs	(9)	8
Autres	8	(3)
MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT	143	156
Variation du besoin en fond de roulement	(51)	(120)
Autres	(37)	3
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION	55	39
Prises de participations / Acquisitions de filiales	17	7
Autres investissements industriels	(22)	(37)
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT	(5)	(30)
Dividendes payés	(116)	(91)
Emprunts / (Remboursements)	(126)	29
Acquisition d'actions d'autocontrôle	12	(37)
(Achat) / Vente d'autres actifs financiers courants	6	20
Autres	(1)	0
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT	(225)	(79)
FLUX NETS DE TRESORERIE	(175)	(70)
LIQUIDITES D'OUVERTURE	479	368
Différence de change	35	(6)
LIQUIDITES DE CLOTURE	339	292

Programme de rachat d'actions

	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré en €	Montant en M€
Janvier 2011	-	-	-
Février 2011	108 841	61,66	6,7
Mars 2011	341 038	62,41	21,3
Avril 2011	69 898	64,87	4,5
Mai 2011	189 537	65,29	12,4
Juin 2011	99 634	63,53	6,3
Total S1 2011	808 948	63,33	51,2



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 moyens mensuels de l'année précédente. Tous les commentaires sur le chiffre d'affaires des catégories sont faits à taux de change constants et 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, plus-values immobilières et hors résultats des cessions de l'activité de pinces à linge REVA en Australie et des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil.

* *
*

Les comptes semestriels de SOCIETE BIC au 30 Juin 2011 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 2 Août 2011. Les commissaires aux comptes ont effectué leurs diligences de revue limitée sur ces comptes et les rapports de revue limitée de ces comptes sont en cours d'émission.

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 « Facteurs de risques » du Document de Référence 2010 du Groupe BIC archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2011.

Le Rapport Financier Semestriel 2011 sera archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) et disponible en ligne sur le site Internet de BIC (www.bicworld.com), rubrique finance, dès aujourd'hui, 3 août 2011, après bourse. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site internet de BIC (www.bicworld.com), rubrique Finance.

Calendrier 2011 -2012 (dates à confirmer)

Résultats du 3 ^{ème} trimestre et des 9 premiers mois 2011	19 octobre 2011	Conférence téléphonique
Résultats 2011	15 février 2012	Réunion (siège de BIC)
Résultats du 1 ^{er} trimestre 2011	25 avril 2012	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2011	10 mai 2012	Siège de BIC

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 MID 60 ; 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

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
Katy Montecatine - katy.montecatine@bicworld.com	Priscille Reneaume - preneaume@image7.fr

