



**GROUPE BIC – RESULTATS ANNUELS 2011**

- **CHIFFRE D’AFFAIRES : 1 824,1 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 3,1% A BASE COMPARABLE**
- **RESULTAT D’EXPLOITATION NORMALISE : 362,4 MILLIONS D’EUROS, EN CROISSANCE DE 15,1%**
- **MARGE D’EXPLOITATION NORMALISEE : 19,9%**
- **RESULTAT NET : 237,9 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 14,7%**
- **BNPA : 5,00 EUROS, EN PROGRESSION DE 16,6%**
- **REMUNERATION DES ACTIONNAIRES PROPOSEE POUR 2011**
  - **DIVIDENDE<sup>1</sup> ORDINAIRE DE 2,20 EUROS PAR ACTION, EN CROISSANCE DE 15,8%**
  - **DIVIDENDE<sup>1</sup> EXCEPTIONNEL DE 1,80 EURO PAR ACTION**

**Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré :**

« Nos résultats 2011 confirment la solidité des fondations du modèle économique de BIC, offrant qualité, prix et innovation à tous les consommateurs à travers le monde.

S'appuyant sur ces forces, nous prévoyons une marge opérationnelle normalisée du Groupe en 2012 proche du niveau historiquement élevé atteint en 2011, tout en continuant à accélérer le rythme des investissements dans le soutien à la marque, l'innovation produit et le développement des piles à combustibles portables afin de tracer la voie pour une croissance future rentable.

Au regard de nos résultats 2011, des prévisions à court et moyen terme et de notre bilan solide, le Conseil d'Administration a décidé de recommander 2,20 euros de dividende ordinaire (44% de taux de distribution) et 1,80 euro de dividende exceptionnel par action. Nous avons également décidé, comme ce fût le cas en 2009, de verser une prime exceptionnelle à tous les employés de BIC à travers le monde qui ne bénéficient pas des plans d'attribution gratuite d'actions soumis à des conditions de performance.»

<sup>1</sup> Mis en paiement le 24 mai 2012 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 10 mai 2012



## Chiffres clés

En millions d'euros	QUATRIEME TRIMESTRE					EXERCICE				
	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>2</sup>	Variation à base Comp. <sup>2</sup>	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>2</sup>	Variation à base Comp. <sup>2</sup>
<b>GRUPE</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>473,3</b>	<b>469,8</b>	-0,7%	<b>+0,3%</b>	<b>+0,6%</b>	<b>1 831,5</b>	<b>1 824,1</b>	-0,4%	<b>+2,1%</b>	<b>+3,1%</b>
Marge brute	228,4	233,5	+2,2%			870,6	898,5	+3,2%		
<b>Résultat d'exploitation normalisé<sup>2</sup></b>	<b>80,3</b>	<b>86,2</b>	+7,3%			<b>314,9</b>	<b>362,4</b>	+15,1%		
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>17,0%</b>	<b>18,3%</b>				<b>17,2%</b>	<b>19,9%</b>			
Résultat d'exploitation	71,7	75,0	+4,7%			304,6	339,7	+11,5%		
Marge d'exploitation	15,2%	16,0%				16,6%	18,6%			
Résultat Net part du Groupe	46,6	54,0	+15,9%			207,5	237,9	+14,7%		
<b>Résultat net par action (en euros)</b>	<b>0,96</b>	<b>1,13</b>	+17,7%			<b>4,29</b>	<b>5,00</b>	+16,6%		
<b>PAR CATEGORIE</b>										
<i>Papeterie</i>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>128,0</b>	<b>129,7</b>	<b>+1,4%</b>	<b>+4,0%</b>	<b>+4,0%</b>	<b>580,7</b>	<b>588,5</b>	<b>+1,3%</b>	<b>+4,1%</b>	<b>+4,1%</b>
Résultat d'exploitation	5,2	9,3	+80,9%			69,3	83,5	+20,5%		
Marge d'exploitation	4,0%	7,2%				11,9%	14,2%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>4,0%</b>	<b>7,2%</b>				<b>12,1%</b>	<b>14,2%</b>			
<i>Briquets</i>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>131,1</b>	<b>138,9</b>	<b>+6,0%</b>	<b>+6,7%</b>	<b>+6,7%</b>	<b>480,8</b>	<b>510,8</b>	<b>+6,2%</b>	<b>+8,6%</b>	<b>+8,6%</b>
Résultat d'exploitation	42,0	49,5	17,8%			173,6	199,8	+15,1%		
Marge d'exploitation	32,0%	35,6%				36,1%	39,1%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>32,5%</b>	<b>35,7%</b>				<b>36,2%</b>	<b>39,1%</b>			
<i>Rasoirs</i>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>77,8</b>	<b>81,8</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+6,5%</b>	<b>+6,5%</b>	<b>307,8</b>	<b>328,2</b>	<b>+6,6%</b>	<b>+9,1%</b>	<b>+9,1%</b>
Résultat d'exploitation	7,9	10,9	+36,6%			41,9	59,8	+42,7%		
Marge d'exploitation	10,2%	13,3%				13,6%	18,2%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>12,3%</b>	<b>13,3%</b>				<b>14,2%</b>	<b>18,2%</b>			
<i>Autres produits</i>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>25,5</b>	<b>21,2</b>	<b>-16,6%</b>	<b>-16,2%</b>	<b>-7,8%</b>	<b>99,7</b>	<b>94,5</b>	<b>-5,1%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-0,5%</b>
<i>Total Grand Public</i>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>362,3</b>	<b>371,7</b>	<b>+2,6%</b>	<b>+4,1%</b>	<b>+4,8%</b>	<b>1 469,0</b>	<b>1 522,1</b>	<b>+3,6%</b>	<b>+6,0%</b>	<b>+6,3%</b>
Résultat d'exploitation	54,6	58,3	+6,8%			277,2	320,3	+15,6%		
Marge d'exploitation	15,1%	15,7%				18,9%	21,0%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>16,0%</b>	<b>18,2%</b>				<b>19,2%</b>	<b>22,2%</b>			
<i>BIC APP</i>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>111,0</b>	<b>98,1</b>	<b>-11,6%</b>	<b>-11,9%</b>	<b>-10,8%</b>	<b>362,6</b>	<b>302,0</b>	<b>-16,7%</b>	<b>-13,7%</b>	<b>-10,4%</b>
Résultat d'exploitation	17,1	16,7	-2,3%			27,4	19,3	-29,5%		
Marge d'exploitation	15,4%	17,0%				7,6%	6,4%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>20,2%</b>	<b>18,9%</b>				<b>9,2%</b>	<b>8,1%</b>			

<sup>2</sup> Voir glossaire page 14



## Groupe

### Chiffre d'affaires

**Le chiffre d'affaires 2011 du Groupe BIC** s'élève à 1 824,1 millions d'euros, comparé à 1 831,5 millions d'euros en 2010, en baisse de 0,4% en publié, en croissance de 2,1% à taux de change constants et de 3,1% à base comparable. Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, le chiffre d'affaires s'élève à 469,8 millions d'euros, en baisse de 0,7% en publié, en croissance de 0,3% à taux de change constants et de 0,6% à base comparable.

- Conformément à nos prévisions sur l'année, notre **activité Grand Public** est en croissance de 6,3% à base comparable. En 2011, le chiffre d'affaires de BIC dans les pays matures a bien résisté, avec une croissance de 2,6% en Europe et de 5,3% en Amérique du Nord, et ce, malgré un environnement économique difficile dans ces deux zones, en particulier en Europe du Sud. Le chiffre d'affaires des marchés en croissance a progressé de 10,6% grâce à une solide performance de l'ensemble des catégories en Amérique latine, au Moyen-Orient, en Afrique et en Asie. Au 4<sup>ème</sup> trimestre, l'activité Grand public a augmenté de 4,8% à base comparable, avec une légère progression dans les pays matures (« *low single digit* ») et une croissance légèrement inférieure à 10% (« *high single digit* ») dans les marchés en croissance.
- Le chiffre d'affaires de l'**activité Produits Publicitaires et Promotionnels** est en baisse de 13,7% à taux de change constants et de 10,4% à base comparable. Au 4<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires de l'activité Produits Publicitaires et Promotionnels est en recul de 10,8%, avec une forte baisse du segment « Hard Goods » en Europe (notamment en Espagne et en Italie en raison d'un environnement économique particulièrement difficile).

### Marge brute

**La marge brute 2011** est en croissance de 1,8 point à 49,3% du chiffre d'affaires comparé à 47,5% en 2010. Les principaux éléments de l'amélioration de la marge brute sont la croissance du chiffre d'affaires dans l'activité Grand Public, une meilleure absorption des coûts fixes liée à la progression des volumes et l'amélioration de la productivité, y compris les bénéfices des plans de restructuration et d'intégration.

### Résultat d'exploitation

**Le résultat d'exploitation 2011** est en croissance de 11,5% en publié à 339,7 millions d'euros. La marge d'exploitation 2011 s'élève à 18,6% comparé à 16,6% en 2010.

Le résultat d'exploitation 2011 comprend des éléments non-récurrents pour un total de -22,8 millions d'euros :

- -5,1 millions d'euros sont liés à la réorganisation de l'activité BIC APP,
- -9,9 millions d'euros sont dus aux pertes de valeurs du *goodwill* et des marques commerciales liées à la cession des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil (-9,6 millions d'euros) et aux dépenses de restructuration afférentes (-0,3 million d'euros),
- -8,7 millions d'euros sont liés à la perte de valeur du *goodwill* enregistrée dans les « Autres Produits Grand Public », qui reflètent des conditions de marché difficiles en Grèce affectant certaines activités non stratégiques,
- +1,0 million d'euros est dû au gain lié à la cession de REVA, activité de pinces à linge en Australie.

Hors éléments non-récurrents, le **résultat d'exploitation normalisé 2011** s'élève à 362,4 millions d'euros comparé à 314,9 millions d'euros en 2010 (+15,1%). La marge d'exploitation normalisée atteint 19,9% comparé à 17,2% sur la même période de l'année précédente. Les principaux moteurs de l'évolution du résultat d'exploitation normalisé sont :

- la croissance de la marge brute (+1,8 point);
- des économies de coûts liées au programme de restructuration de 2009 et au plan d'intégration de BIC APP (+0,2 point);
- une augmentation du soutien à la marque (-0,2 point) ;
- un impact favorable des taux de change, y compris la couverture des flux commerciaux EUR/USD 2011.

La marge d'exploitation normalisée 2011 atteint 22,2% comparé à 19,2% en 2010 pour l'activité Grand Public et 8,1% comparé à 9,2% pour BIC APP.

**Le résultat d'exploitation normalisé du 4<sup>ème</sup> trimestre 2011** s'élève à 86,2 millions d'euros (18,3% de marge d'exploitation normalisée). La marge d'exploitation normalisée de l'activité Grand Public est de 18,2%, en amélioration de 2,2 points. Cette amélioration est notamment liée à un moindre soutien à la marque comparé au niveau élevé de l'année dernière (en particulier dans la papeterie et les rasoirs). La marge d'exploitation normalisée du 4<sup>ème</sup> trimestre de BIC APP est en baisse de 1,3 point à 18,9%. L'amélioration constatée au 4<sup>ème</sup> trimestre comparée aux 9 premiers mois est due à la saisonnalité de l'activité calendrier.

## Résultat net et BNPA

Le résultat avant impôt a augmenté de 15,2% en publié à 348,8 millions d'euros. Le résultat financier a augmenté de 11,0 millions d'euros comparé à 2010, en raison d'une baisse des charges d'intérêts (remboursement des emprunts contractés pour les acquisitions de Cello et Norwood) et des impacts favorables de la réévaluation annuelle de la couverture de devises. Le taux d'imposition est de 33,0% stable par rapport au niveau de 2010.

Le résultat net part du Groupe 2011 s'établit à 237,9 millions d'euros, en croissance de 14,7% en publié. Le résultat net part du Groupe 2011 comprend 4,1 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens).

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence était plus faible de 1,4 million d'euros par rapport à l'année dernière. Ceci est dû à un ajustement lié à des remises commerciales sur l'exercice 2010-2011 de Cello Pens (Mars 2010 – Mars 2011) ainsi qu'au ralentissement du chiffre d'affaires et une baisse de la marge au 4<sup>ème</sup> trimestre (des pressions sur les prix ayant empêché de compenser la hausse des coûts).

Le bénéfice net par action (BNPA) est de 5,00 euros en 2011, comparé à 4,29 euros en 2010, en croissance de 16,6%. Le BNPA normalisé a augmenté de 21,2% à 5,38 euros comparé à 4,44 euros en 2010.

## Situation nette de trésorerie

A fin 2011, la situation nette de trésorerie s'élève à 329,5 millions d'euros, comparé à 397,1 millions d'euros au 31 décembre 2010.

### Evolution de la situation nette de trésorerie 2011 (en millions d'euros)

<b>Situation nette de trésorerie à fin 2010</b>	<b>397,1</b>
• Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+200,8
o dont variation du besoin en fond de roulement	-114,8
o dont autres flux opérationnels	+315,6
• Investissements	-89,0
• Paiement du dividende 2010	-90,6
• Programme de rachat d'actions 2011	-101,4
• Trésorerie reçue de l'exercice des stock-options et du contrat de liquidité	+17,4
• Cessions	+7,6
• Acquisitions	-14,5
• Autres	+2,1
<b>Situation nette de trésorerie à fin 2011</b>	<b>329,5</b>

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation 2011 s'élèvent à 200,8 millions d'euros et ont été impactés par l'augmentation du besoin en fonds de roulement (+114,8 millions d'euros). Les stocks ont augmenté de presque 70,0 millions d'euros. Les 3 principales raisons de cette progression sont :

- des commandes de réapprovisionnement plus faibles que prévu au 4<sup>ème</sup> trimestre dans la papeterie en Amérique du Nord,
- une augmentation des stocks stratégiques (matières premières),
- une augmentation des stocks de rasoirs liée à l'activité commerciale prévue en 2012.

Les investissements s'élèvent à 89,0 millions d'euros, la majorité étant liée à l'augmentation des capacités et à des nouveaux produits.



## Rémunération des actionnaires

En 2011, la rémunération des actionnaires était de 192,0 millions d'euros :

- 90,6 millions d'euros liés au paiement du dividende ordinaire de l'exercice 2010,
- 101,4 millions d'euros lié au programme de rachat d'actions (1,6 million d'actions achetées à un prix moyen de 63,01 euros par action). Le montant total payé pour le rachat d'actions net des sommes reçues dans le cadre de l'exercice de stock-options est de 84,0 millions d'euros.

## Activité Grand Public

---

### Papeterie

Le chiffre d'affaires 2011 de la Papeterie a augmenté de 1,3% en publié et de 4,1% à taux de change constants. Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, le chiffre d'affaires est en hausse de 1,4% en publié et de 4,0% à taux de change constants. Les volumes 2011 ont augmenté de 6%.

#### Marchés matures

- **En Europe**, le chiffre d'affaires de BIC a affiché une légère croissance (« *low single digit* ») dans un marché stable. Nous avons gagné des parts de marché dans presque tous les pays avec d'importants gains en valeur en France, au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie. Dans son ensemble, l'environnement est resté très concurrentiel, à la fois de la part des produits de marques et des marques de distributeurs. Les produits BIC<sup>®</sup> ont bénéficié d'une très bonne rentrée scolaire, en particulier en France, grâce notamment au succès renouvelé de notre programme de fidélité "Econobic".
- **En Amérique du Nord**, le chiffre d'affaire est resté presque stable. Après la forte performance enregistrée en 2010, BIC a légèrement sous-performé le marché, qui a affiché une légère croissance (« *low single digit* »). La performance la plus faible se situe dans le réseau des grandes surfaces spécialisées aux Etats-Unis où la catégorie a dû faire face à des promotions agressives. BIC a continué de croître auprès des fournisseurs de bureau. Les ventes de rentrée scolaire sont restées stables. Globalement, les résultats ont bénéficié du succès auprès des consommateurs de la technologie de l'encre BIC<sup>®</sup> Easy-Glide System<sup>®</sup> ainsi que de l'introduction de nouveaux produits, dont le BIC<sup>®</sup> For Her<sup>™</sup>, la première ligne d'instruments d'écriture spécialement conçue pour les femmes.

#### Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires 2011 a enregistré une croissance légèrement inférieure à 10% (« *high single digit* »), avec une progression dans toutes les régions. Nous avons renforcé notre solide position de n°1 en Amérique latine, où nous avons progressé fortement dans les segments du marquage, des produits de coloriage et de la correction et nous avons enregistré une bonne performance au Moyen-Orient et en Afrique grâce à une forte reprise au 4<sup>ème</sup> trimestre.

**La marge d'exploitation normalisée 2011 de la Papeterie** s'élève à 14,2%, contre 12,1% en 2010, bénéficiant de la croissance des ventes et d'une meilleure absorption des coûts fixes liée à des volumes de production plus élevés.

**Le chiffre d'affaires de la Papeterie du 4<sup>ème</sup> trimestre 2011 a augmenté de 4,0% à taux de change constant.** Les tendances en Europe ont été conformes aux performances sur l'ensemble de l'année en dépit d'un ralentissement dans les pays du Sud. En Amérique du Nord, les ventes ont ralenti, affectées par des commandes de réapprovisionnement plus faibles après une rentrée scolaire elle-même stable. Dans l'hémisphère sud, les premiers résultats de la rentrée scolaire sont bons, en particulier en Amérique du Sud et en Afrique du Sud. La marge d'exploitation normalisée du 4<sup>ème</sup> trimestre s'élève à 7,2%, contre 4,0% en 2010.



## Briquets

Le chiffre d'affaires des Briquets en 2011 a augmenté de 6,2% en publié et de 8,6% à taux de change constants. Au quatrième trimestre 2011, le chiffre d'affaires est en hausse de 6,0% en publié et de 6,7% à taux de change constants. Les volumes 2011 ont augmenté de 8%.

### Marchés matures

- **En Europe**, nous avons enregistré une croissance proche de 5% (« *mid-single digit* ») avec notamment de bons résultats en France, au Benelux, en Allemagne et en Russie, grâce à une offre plus segmentée et ceci, malgré la poursuite des importations de produits asiatiques à bas prix, de moindre qualité et pour la plupart non conformes.
- **En Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a affiché une progression légèrement inférieure à 10% (« *high single digit* ») et a significativement surperformé le marché des briquets de poche. Cette croissance a été tirée par nos produits, dont la sécurité est prouvée et l'excellente qualité reconnue, par l'innovation constante dans les décors à forte valeur ajoutée et par l'amélioration de notre réseau de distribution tant pour les briquets de poche que pour les briquets utilitaires.

### Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires 2011 a affiché une croissance à deux chiffres, notamment tirée par la forte performance de l'Asie et en particulier du Japon, où nous avons presque doublé nos ventes après la mise en place des réglementations ISO 9994 et sécurité-enfants. Nous avons aussi enregistré une forte croissance en Amérique latine, au Moyen-Orient et en Afrique où nous avons continué à améliorer notre distribution.

**La marge d'exploitation normalisée 2011 des Briquets** a augmenté de 2,9 points à 39,1%, bénéficiant de la croissance des ventes et de volumes de production plus élevés. Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011, la marge d'exploitation normalisée s'élève à 35,7%, contre 32,5% en 2010.

## Rasoirs

Le chiffre d'affaires 2011 des Rasoirs a augmenté de 6,6% en publié et de 9,1% à taux de change constants. Au 4<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires est en hausse de 5,1% en publié et de 6,5% à taux de change constants. Les volumes 2011 ont augmenté de 3%.

### Marchés matures

En 2011, nous avons continué de bénéficier du succès de nos nouveaux produits à valeur ajoutée (les rasoirs 4-lames BIC<sup>®</sup> Comfort 4 et BIC<sup>®</sup> Flex 4 pour homme et le BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> Bella<sup>™</sup> pour femme) et nous avons gagné des parts de marché dans les segments masculins et féminins.

- **En Europe**, le chiffre d'affaires a affiché une croissance d'environ 5% (« *mid-single digit* »). Dans un marché en légère croissance nous avons progressé dans la plupart des régions (notamment en France, en Italie et en Europe de l'Est) et nous avons gagné des parts de marché. Le lancement de notre technologie de lames mobiles ainsi que le développement de nos positions en Europe de l'Est ont été les éléments clés de la croissance.
- **En Amérique du Nord**, le chiffre d'affaire a affiché une croissance proche de 10% (« *high single digit* »). Aux Etats-Unis, BIC a été la seule marque à gagner des parts de marché dans le non-rechargeable en 2011, y renforçant sa position de numéro 2 avec 23% de part de marché en valeur et 27% en volume et progressant 2 fois plus vite que la catégorie. Notre performance a été tirée par la croissance dans le segment des femmes avec la gamme BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> et par des gains dans le segment des hommes, tirés notamment par la très bonne deuxième année de BIC<sup>®</sup> Hybrid Advance<sup>™</sup>.

### Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires 2011 a affiché une croissance à deux chiffres. En Amérique latine, la performance a continué sur toutes les gammes de produits BIC<sup>®</sup> (une, deux et trois-lames).

**La marge d'exploitation normalisée 2011 des Rasoirs** s'élève à 18,2% comparé à 14,2% en 2010. Cette progression est due à la croissance des ventes et à la baisse des coûts de production (volumes de production plus élevés liés à la hausse des ventes et amélioration de la productivité) qui ont plus que compensé l'augmentation des frais de publicité que nous avons engagés afin de soutenir nos nouveaux produits et notre marque.



## Autres produits Grand Public

Le chiffre d'affaires 2011 des autres produits Grand Public a baissé de 5,1% en publié, de -5,0% à taux de change constants et de -0,5% à base comparable. Le chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre est en baisse de 16,6% en publié, de -16,2% à taux de change constants et de -7,8% à base comparable.

Le chiffre d'affaires de BIC Sport (18,7% de la catégorie) a atteint 17,7 millions d'euros, en croissance de 5,9% en publié et de 8,2% à taux de change constants. Le désengagement de l'activité de « kite-surf » a été compensé par la forte croissance du segment des planches de surf « *Stand Up paddling* », en particulier en Amérique du Nord.

En 2011, BIC a cédé l'activité « *business to business* » de PIMACO au Brésil et l'activité de pinces à linge REVA en Australie.

**Le résultat d'exploitation 2011** s'élève à -22,8 millions d'euros, impacté négativement par :

- -9,9 millions d'euros relatifs aux pertes de valeur du *goodwill* et des marques commerciales liées à la cession des divisions « *business to business* » de PIMACO au Brésil et aux dépenses de restructuration afférentes ;
- -8,7 millions d'euros liés à la perte de valeur du *goodwill* enregistrée dans les « Autres Produits Grand Public », qui reconnaissent des conditions de marché difficiles en Grèce affectant certaines activités non stratégiques.

Le résultat d'exploitation 2011 comprend également +1,0 million d'euros de gain non-récurrent lié à la cession de l'activité de pinces à linge REVA en Australie. Hors éléments non-récurrents, le résultat d'exploitation normalisé des Autres Produits Grand Public s'établit à -5,2 millions d'euros comparé à -6,4 millions d'euros en 2010.

## Produits Publicitaires et Promotionnels

Le chiffre d'affaires 2011 des Produits Publicitaires et Promotionnels a baissé de 16,7% en publié, de -13,7% à taux de change constants et de -10,4% à base comparable. Le chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre est en baisse de 11,6% en publié, de -11,9% à taux de change constants et de -10,8% à base comparable.

En Amérique du Nord, dans un environnement économique incertain, le marché a progressé d'environ 5%<sup>3</sup> (« *mid-single digit* »), avec une différence significative d'un segment à un autre. La croissance a été tirée par le textile (32% du marché total), principalement à travers des augmentations de prix. Les instruments d'écriture (9% du marché total) et les calendriers (8% du marché total) ont affiché une légère baisse alors que les « *Hard Goods* » (51% du marché total) sont restés stables. En Europe, les pays du Sud comme l'Espagne, la Grèce et l'Italie ont fortement baissé. Les marchés en croissance ont continué de progresser.

En 2011, les tendances des ventes de BIC APP ont évolué de manière significativement différente d'un segment à un autre tandis que nous nous sommes concentrés sur l'achèvement du plan d'intégration, lancé en 2010 et sur la rationalisation de notre offre produits, avec des avancées importantes dans le rajeunissement du portefeuille.

- Dans la Papeterie (47% du chiffre d'affaires de BIC APP), les produits de la marque BIC Graphic ont bien résisté et nous avons maintenu nos parts de marché. Le chiffre d'affaires a progressé d'environ 5% (« *mid-single digit* ») dans les pays en croissance.
- Dans les « *Hard Goods* » (35% du chiffre d'affaires de BIC APP), Norwood a perdu des parts de marché. Le chiffre d'affaires a été négativement impacté par les problématiques de service clients au cours du premier semestre, avec des améliorations au second semestre.
- Dans les calendriers (18% du chiffre d'affaires de BIC APP), BIC APP a maintenu sa position de leader et sa part de marché aux Etats-Unis dans un marché faible.

En 2011, la marge d'exploitation de BIC APP est de 6,4% comparé à 7,6% en 2010. Ceci intègre 5,1 millions d'euros d'éléments non-récurrents liés au plan d'intégration. La marge d'exploitation normalisée 2011 atteint 8,1% comparé à 9,2% en 2010. Les économies 2011 liées au plan d'intégration s'élèvent à 15,7 millions d'euros.

## Acquisitions et cessions 2011

**1<sup>er</sup> semestre 2011**: cession de l'activité « *business to business* » de PIMACO au Brésil et de l'activité de pinces à linge REVA en Australie pour 7,6 millions d'euros.

<sup>3</sup> Estimations internes du marché en 2011 sur la base des rapports PPAI et ASI du 3<sup>ème</sup> trimestre 2011



**Avril 2011:** acquisition pour 1,0 million d'euros de SOLOGEAR LLC, fabricant de FlameDisk<sup>®</sup>, un système de cuisson pour les barbecues, transportable et qui n'utilise pas de charbon de bois. Le produit FlameDisk<sup>®</sup> complète l'activité de briquets multi-usage.

**Novembre 2011:** acquisition, pour 13,5 millions d'euros, des actifs d'ANGSTROM Power Incorporated, société spécialisée dans le développement de la technologie des piles à combustible portables. Un chargeur portable à pile à combustible est alimenté par une cartouche; il permet de recharger les batteries des appareils électroniques et d'alimenter directement en électricité des appareils autonomes. Au cours des 10 dernières années, BIC a développé la technologie des cartouches à hydrogène et Angstrom des chargeurs portables à pile à combustible. La technologie des cartouches à hydrogène de BIC et celle des chargeurs à pile à combustible d'Angstrom sont complémentaires. Leurs prototypes respectifs ont montré de hauts niveaux de performance et d'efficacité. BIC prévoit de commercialiser un chargeur de pile à combustible et une cartouche dans les 2 à 5 prochaines années.

## PREVISIONS A COURT ET MOYEN TERME

### Prévisions opérationnelles 2012

En 2012, nous continuerons à tirer profit des solides positions concurrentielles acquises ces 2 dernières années et à investir dans le soutien à la marque, dans l'innovation et la recherche afin d'assurer la croissance rentable du Groupe dans le futur.

Les marchés en croissance seront l'un des postes clés d'investissement, que ce soit pour renforcer notre production ou pour soutenir le lancement de nouveaux produits. Suite à l'acquisition d'Angstrom, nous augmenterons nos investissements dans la pile à combustible portable.

#### Grand Public

##### Papeterie

- Dans les marchés matures, 2012 sera une année difficile caractérisée par la poursuite de la pression concurrentielle à laquelle s'ajoute celle des distributeurs, bataillant pour générer de la croissance. Dans ce contexte, nous allons continuer à nous concentrer sur les besoins des consommateurs avec notre message « Plus pour votre argent... Toujours » et à renforcer notre distribution.
- Dans les marchés en croissance, nous allons bénéficier de nos positions actuelles de leader et continuer à investir dans les capacités de production, le développement de la marque et l'expansion géographique.

##### Briquets

- Dans toutes les régions, nous allons continuer à capitaliser sur la sécurité prouvée et l'excellente qualité reconnue de nos briquets afin de renforcer la distribution et de gagner des parts de marché. Nous devrions continuer de bénéficier de notre offre innovante et segmentée de décors à valeur ajoutée telles que les gammes "Miss BIC" pour femmes en Europe et « Tatoos » aux Etats-Unis. Les marchés en croissance devraient afficher une progression comprise en 5% et 10% (« *mid-to-high-single digit* ») et nous allons continuer à renforcer notre présence au Moyen-Orient, en Afrique et en Asie à travers l'amélioration de notre distribution.

##### Rasoirs

- Dans toutes les zones géographiques, nous allons continuer à tirer profit de notre proposition "Plus pour votre argent... Toujours" pour renforcer nos parts de marché. Dans les pays matures nous devrions continuer à surperformer la catégorie et croître à un rythme compris entre 5% et 10%. Dans les marchés en croissance, particulièrement en Amérique latine, nous anticipons des taux de croissance proches de 10%, comme l'année dernière.

#### Produits Publicitaires et Promotionnels

2012 devrait rester volatile compte tenu de l'environnement macro-économique. Alors que le marché publicitaire et promotionnel devrait croître légèrement aux Etats-Unis et régresser légèrement en Europe, le chiffre d'affaires de BIC APP devrait être stable ou en légère baisse. 2012 sera caractérisée par de nouvelles initiatives de développement produits et par une attention renouvelée au service client qui est redevenu conforme aux standards de l'industrie.





## Prévisions du Groupe à moyen terme

---

### Grand Public

Pour l'activité Grand Public, notre objectif reste de croître plus rapidement que nos marchés, grâce à notre positionnement qualité et prix, et de continuer à améliorer l'efficacité opérationnelle. En conséquence, nous prévoyons de faire progresser le chiffre d'affaires de +2% à +4%<sup>4</sup> par an, avec une croissance proche de 10% (« *high-single digit* ») dans les marchés en croissance. La marge d'exploitation normalisée devrait se situer entre 15% et 20%.

### Produits Publicitaires et Promotionnels

Pour BIC APP, le retour de la croissance du chiffre d'affaires dépendra de la reprise économique des pays matures mais surtout de notre capacité à regagner des parts de marché. En conséquence, nous prévoyons d'atteindre une croissance comprise entre 1% et 5% (« *low-to-mid single* ») par an dans les 3 à 5 prochaines années. Grâce aux bénéfices du plan d'intégration, nous pourrions maintenir une marge d'exploitation normalisée comprise entre 8% et 12%, en dépit d'une croissance du chiffre d'affaires plus faible qu'anticipée.

## Evènements récents

---

### Cession de l'activité de cartes téléphoniques en France

En février, DAPE 74, filiale de BIC spécialisée dans la vente aux bureaux de tabac en France et consolidée dans la catégorie « Autres produits Grand Public », a cédé son activité de distribution de cartes téléphoniques à SPR pour 0,8 million d'euros.

---

<sup>4</sup> Hors effet devises et acquisitions complémentaires



## Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T4 2010	T4 2011	Variation	2010	2011	Variation
<b>Chiffre d'affaires total Groupe</b>	473,3	<b>469,8</b>		1 831,5	<b>1 824,1</b>	
<i>En publié</i>			-0,7%			-0,4%
<i>A taux de change constants</i>			+0,3%			+2,1%
<i>A base comparable</i>			+0,6%			+3,1%
<b>1 – Europe</b>	127,5	<b>119,1</b>		524,9	<b>517,7</b>	
<i>En publié</i>			-6,6%			-1,4%
<i>A taux de change constants</i>			-6,6%			-1,4%
<i>A base comparable</i>			-5,6%			-0,4%
<b>2 – Amérique du Nord</b>	188,7	<b>189,7</b>		773,8	<b>728,0</b>	
<i>En publié</i>			+0,5%			-5,9%
<i>A taux de change constants</i>			-0,1%			-0,7%
<i>A base comparable</i>			-0,1%			+0,4%
<b>3 – Marchés en croissance</b>	157,1	<b>161,0</b>		532,8	<b>578,4</b>	
<i>En publié</i>			+2,5%			+8,6%
<i>A taux de change constants</i>			+6,5%			+9,6%
<i>A base comparable</i>			+8,1%			+10,5%

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

<i>En %</i>	T4 2010	T4 2011	2010	2011
<b>Périmètre</b>	-1,0	<b>-0,3</b>	+4,2	<b>-1,0</b>
<b>Taux de change</b>	+7,3	<b>-1,0</b>	+7,1	<b>-2,5</b>
<i>Dont dollar U.S.</i>	+3,2	<b>+0,3</b>	+2,5	<b>-2,2</b>
<i>Dont Réal Brésilien</i>	+1,6	<b>-0,8</b>	+2,0	-

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

<i>En %</i>	2010	2011
<b>+/- 5% variation du USD</b>	+/- 1,9	<b>+/- 1,8</b>
<b>+/- 5% variation du BRL</b>	+/- 0,6	<b>+/-0,6</b>
<b>+/- 5% variation du MXN</b>	+/- 0,2	<b>+/- 0,2</b>



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

En millions d'euros	Résultat d'exploitation				Résultat d'exploitation normalisé			
	T4 2010	T4 2011	2010	2011	T4 2010	T4 2011	2010	2011
<b>Groupe</b>	<b>71,7</b>	<b>75,0</b>	<b>304,6</b>	<b>339,7</b>	<b>80,3</b>	<b>86,2</b>	<b>314,9</b>	<b>362,4</b>
<b>Grand Public</b>	<b>54,6</b>	<b>58,3</b>	<b>277,2</b>	<b>320,3</b>	<b>57,9</b>	<b>67,6</b>	<b>281,5</b>	<b>338,1</b>
Papeterie	5,2	9,3	69,3	83,5	5,1	9,3	70,3	83,5
Briquets	42,0	49,5	173,6	199,8	42,6	49,6	174,0	199,9
Rasoirs	7,9	10,9	41,9	59,8	9,6	10,9	43,6	59,8
Autres	-0,5	-11,3	-7,6	-22,8	0,6	-2,1	-6,4	-5,2
<b>APP</b>	<b>17,1</b>	<b>16,7</b>	<b>27,4</b>	<b>19,3</b>	<b>22,4</b>	<b>18,5</b>	<b>33,4</b>	<b>24,3</b>

## Compte de résultat résumé

En millions d'euros	T4 2010	T4 2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comp.	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comp.
Coût des ventes	244,9	236,3	-3,5%			960,9	925,6	-3,7%		
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>228,4</b>	<b>233,5</b>	<b>+2,2%</b>			<b>870,6</b>	<b>898,5</b>	<b>+3,2%</b>		
Charges administratives et autres charges d'exploitation	156,7	158,5	+1,1%			566,0	558,8	-1,3%		
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>71,7</b>	<b>75,0</b>	<b>+4,7%</b>			<b>304,6</b>	<b>339,7</b>	<b>+11,5%</b>		
Résultat financier	-1,5	+4,8				-1,8	9,2			
<b>RESULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>70,2</b>	<b>79,9</b>	<b>+13,7%</b>			<b>302,8</b>	<b>348,8</b>	<b>+15,2%</b>		
Impôts	-25,0	-25,9	+3,3%			-100,3	-115,1	+14,6%		
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1,4	-				5,0	4,1			
<b>RESULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>46,6</b>	<b>54,0</b>	<b>+15,9%</b>			<b>207,5</b>	<b>237,9</b>	<b>+14,7%</b>		
<b>BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) – en euros</b>	<b>0,96</b>	<b>1,13</b>	<b>+17,7%</b>			<b>4,29</b>	<b>5,00</b>	<b>+16,6%</b>		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 341 785	47 565 299				48 341 785	47 565 299			



## Bilan résumé

<i>En millions d'euros (chiffres arrondis)</i>		
<b>ACTIF</b>	<b>Dec. 2010</b>	<b>Dec. 2011</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie	371,2	300,7
Clients et autres créances	389,3	416,9
Stock et en-cours	344,0	411,3
Autres actifs courants	30,5	38,1
Autres actifs financiers courants et instruments dérivés	45,9	40,2
<b>Actif courant</b>	<b>1 180,9</b>	<b>1 207,2</b>
Immobilisations corporelles nettes	358,2	360,2
Immeubles de placement	2,3	2,3
Autres actifs non courants	224,8	248,2
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	258,0	262,6
<b>Actif non courant</b>	<b>843,3</b>	<b>873,3</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>2 024,2</b>	<b>2 080,5</b>
<b>PASSIF</b>	<b>Dec. 2010</b>	<b>Dec. 2011</b>
Emprunts et dettes financières courants	11,7	8,8
Fournisseurs et comptes rattachés	130,3	110,8
Autres dettes courantes	195,0	212,5
<b>Passif courant</b>	<b>337,0</b>	<b>332,1</b>
Emprunts et dettes financières non courants	2,8	1,6
Autres dettes non courantes	239,8	279,7
<b>Passif non courant</b>	<b>242,6</b>	<b>281,3</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>1 444,6</b>	<b>1 467,1</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>2 024,2</b>	<b>2 080,5</b>



## Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros (chiffres arrondis)</i>		
	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Résultat net	207,5	237,9
Amortissements et provisions	109,2	88,0
Variation des impôts différés	-11,6	-1,7
(Plus)/moins-values de cessions d'actifs	-11,1	9,0
Autres	8,7	7,6
<b>MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>302,7</b>	<b>340,8</b>
Variation du besoin en fond de roulement	-1,3	-114,8
Autres	-41,2	-25,2
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION</b>	<b>260,2</b>	<b>200,8</b>
Investissements nets	-55,7	-85,2
Cessions / (acquisition) de filiales	17,4	-6,8
Autres investissements	0,5	0,1
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT</b>	<b>-37,8</b>	<b>-91,9</b>
Dividendes payés	-116,4	-90,6
Emprunts / (Remboursements)	-226,9	-1,7
Rachat d'actions net des exercices de stock-options	-18,0	-84,0
(Achat) / Vente d'autres actifs financiers courants	-0,3	0,2
Autres	-0,5	-0,7
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT</b>	<b>-362,1</b>	<b>-176,8</b>
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE</b>	<b>-139,6</b>	<b>-68,0</b>
<b>LIQUIDITES /(DECOUVERTS) D'OUVERTURE</b>	<b>478,9</b>	<b>368,0</b>
Différence de change	28,7	-0,6
<b>LIQUIDITES /(DECOUVERTS) DE CLOTURE</b>	<b>368,0</b>	<b>299,4</b>

## Programme de rachat d'actions

2011	Nombre d'actions achetées	Prix moyen en €	Montant en M€
Janvier	-	-	-
Février	108 841	61,66	6,7
Mars	341 038	62,41	21,3
Avril	69 898	64,87	4,5
Mai	189 537	65,29	12,4
Juin	99 634	63,53	6,3
Juillet	-	-	-
Août	409 170	61,96	25,4
Septembre	86 718	63,30	5,5
Octobre	123 474	63,41	7,8
Novembre	180 638	63,51	11,5
Decembre	-	-	-
<b>Total 2011</b>	<b>1 608 948</b>	<b>63,01</b>	<b>101,4</b>



## Capital et droits de vote au 31 décembre 2011

---

Au 31 décembre 2011, le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 47 890 420 actions, représentant :

- 69 426 087 droits de vote,
- 68 572 849 droits de vote nets des actions privées de droits de vote

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin décembre est de 853 238.

## 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, plus-value liée à la cession de l'activité funéraire de BIC APP, plus-values immobilières pour 2010 et hors restructuration, pertes de valeur du *goodwill* et des marques commerciales liées à la cession des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil, pertes de valeur du *goodwill* de la division Autres produits en Grèce et gain lié à la cession de l'activité de pinces à linge REVA pour 2011.

\* \*  
\*

*Les comptes consolidés et sociaux de SOCIÉTÉ BIC au 31 décembre 2011 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 14 février 2012. 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](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 du Groupe BIC » archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2011.*

## Contacts

---

**Contacts relations investisseurs:** +33 1 45 19 52 26

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

Katy Montecatine – [katy.montecatine@bicworld.com](mailto:katy.montecatine@bicworld.com)

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

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

Priscille Reneaume- [preneaume@image7.fr](mailto:preneaume@image7.fr)

Pour plus d'information, consulter le site: [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)



## Calendrier 2012

---

Résultats du 1 <sup>er</sup> trimestre 2012	25 avril 2012	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2011	10 mai 2012	Siège de BIC
Résultats du 2 <sup>ème</sup> trimestre et du 1 <sup>er</sup> semestre 2012	2 août 2012	Conférence téléphonique
Résultats du 3 <sup>ème</sup> trimestre et des 9 premiers mois 2012	24 octobre 2012	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 2011 un chiffre d'affaires de 1 824,1 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 et Ethibel Excellence Europe.*

