



### Croissance des ventes 2006 de 4,6 % à données comparables<sup>1</sup> Objectif de croissance du résultat d'exploitation normalisé confirmé

<b>CHIFFRE D'AFFAIRES 2006</b>	<b>EN PUBLIE :</b>	<b>+ 4.9 %</b>
	<b>A TAUX DE CHANGE CONSTANTS :</b>	<b>+ 5.0 %</b>
	<b>A DONNEES COMPARABLES :</b>	<b>+ 4.6 %</b>

GRUPE BIC En millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre		Variation
	2005	2006	2006/2005
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b> En publié	359,7	364,5	+ 1,3 %
<b>A taux de change constants</b>			+ 6,6 %
<b>A données comparables<sup>1</sup></b>			+ 5,0 %

GRUPE BIC En millions d'euros	Exercice		Variation
	2005	2006	2006/2005
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b> En publié	1 380,8	1 448,1	+ 4,9 %
<b>A taux de change constants</b>			+ 5,0 %
<b>A données comparables<sup>1</sup></b>			+ 4,6 %

**18 janvier 2007** – Les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre 2006 du Groupe BIC s'élèvent à 364,5 millions d'euros, contre 359,7 millions d'euros au 4<sup>ème</sup> trimestre 2005, en hausse de 1,3 % en publié et de 5,0 % à données comparables.

L'acquisition de Pimaco a eu un impact positif de 1,6 point sur la croissance des ventes au 4<sup>ème</sup> trimestre. Sur l'ensemble de l'exercice 2006, les ventes s'établissent à 1 448,1 millions d'euros, contre 1 380,8 millions d'euros en 2005, en croissance de 4,9 % en publié et de 4,6 % à données comparables. L'acquisition de Pimaco a eu un impact positif de 0,4 point sur la croissance des ventes 2006.

Commentant les ventes de l'exercice 2006, Mario Guevara, Directeur Général a déclaré : **«Au 4<sup>ème</sup> trimestre, nous avons réalisé une forte croissance de nos ventes et avons gagné des parts de marché dans nos trois activités. La tendance des ventes a été particulièrement forte au 4<sup>ème</sup> trimestre pour la papeterie et les briquets. Sur l'exercice 2006, nous avons réalisé une croissance des ventes de 4,6 % à données comparables<sup>1</sup>, supérieure à notre objectif. Nous confirmons également que la croissance du résultat d'exploitation normalisé sur l'exercice sera supérieure à celle du chiffre d'affaires à données comparables».**

#### **Impact des devises :**

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2006, les variations des devises, notamment celles du dollar américain et du real brésilien, ont eu un impact négatif de 5,3 points.

Pour l'exercice 2006, les variations des devises ont eu un impact négatif de 0,1 point.

<sup>1</sup> A données comparables signifie à taux de change et à périmètre constants. Sur le 4<sup>ème</sup> trimestre et l'exercice 2006, les chiffres à données comparables ne prennent pas en compte les ventes additionnelles générées par la récente acquisition de la société Pimaco (consolidée depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2006). Il n'y a pas eu de changement de périmètre dans les activités Briquets et Rasoirs. Les taux de change constants sont calculés sur la base du taux de change moyen mensuel de l'année précédente.

**Les commentaires par activité sont à taux de change constants**

**Activité Papeterie** : Les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre sont en hausse de 6,0 %, à un rythme plus soutenu que sur les 9 premiers mois 2006. La croissance de nos ventes a été forte en Amérique du Nord, tandis qu'en Europe les ventes restent quasi stables par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2005. L'Amérique latine enregistre une accélération de sa croissance due à l'intégration de l'activité étiquettes grand public de Pimaco au Brésil et à de bonnes performances dans d'autres pays de cette zone géographique.

Sur l'ensemble de l'exercice 2006, les ventes sont en progression dans presque toutes les zones géographiques, avec une performance particulièrement forte en Amérique latine. Les ventes en Europe et en Amérique du Nord sont en hausse, ce que reflètent nos gains de part de marché dans un marché en léger recul où les pressions sur les prix exercées par les marques de distributeurs et les autres marques restent une préoccupation.

La croissance des ventes a été dynamisée par les stylos à bille classiques et à valeur ajoutée, les porte-mines, les marqueurs permanents, ainsi que les rubans de correction BIC® Wite-Out® et Tipp-Ex® et les blocs-notes repositionnables BIC® Sticky Notes™.

<b>Papeterie</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>En millions d'euros</b>	173,7	174,2	718,3	737,6
Variation en publié		+ 0,3 %		+ 2,7 %
Variation à taux de change constants		+ 6,0 %		+ 3,2 %
Variation à données comparables <sup>1</sup>		+ 3,5 %		+ 2,6 %
Variation en volume				+ 2 %

**Activité Briquets** : Les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre sont en hausse de 5,5 %, tirées par l'Amérique du Nord et l'Amérique latine. Notre performance en Amérique latine est particulièrement forte avec un taux de croissance à deux chiffres tandis qu'en Amérique du Nord, les ventes augmentent plus lentement en raison de la concurrence des produits asiatiques dans le segment du briquet multi-usages. En Europe, nos ventes de briquets sont en légère hausse malgré la pression continue des briquets asiatiques sans marque et à bas prix, dont la plupart ne respectent pas les normes de sécurité ISO 9994.

Sur l'ensemble de l'exercice, la performance a été tirée par les Amériques du Nord et latine où notre part de marché continue à croître.

<b>Briquets</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>En millions d'euros</b>	107,5	107,3	372,7	394,6
Variation en publié		- 0,2 %		+ 5,9 %
Variation à taux de change constants		+ 5,5 %		+ 5,6 %
Variation en volume				+ 3 %

**Activité Rasoirs** : Les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre sont en hausse de 3,3 %, mais dans une moindre mesure qu'aux 9 premiers mois 2006. Les ventes de l'activité rasoirs continuent d'être tirées par notre gamme de rasoirs 3-lames, notamment en Amérique du Nord où le marché continue à s'orienter vers les rasoirs 3-lames.

Sur l'ensemble de l'exercice, toutes les zones géographiques sont en croissance, excepté l'Europe où la tendance des ventes reste stable.

Nos ventes de rasoirs 3-lames représentent 35% de nos ventes mondiales de rasoirs en 2006 contre 28% en 2005. Nos ventes de 1-lame et de 2-lames continuent à décroître à un chiffre.

<b>Rasoirs</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>En millions d'euros</b>	64,2	63,4	238,7	253,8
Variation en publié		- 1,2 %		+ 6,3 %
Variation à taux de change constants		+ 3,3 %		+ 6,2 %
Variation en volume				+ 5 %

**Autres produits :** Les ventes sont en progression de 38,3 % au 4<sup>ème</sup> trimestre et de 22,1 % sur l'exercice 2006 à taux de change constants. Cette croissance des ventes s'explique à la fois par une base de comparaison favorable due à l'arrêt de la vente de certains produits en 2005 et par l'introduction de nouveaux produits en France et en Europe en 2006. L'intégration en Amérique latine des divisions de Pimaco, Bic Label Technologies (ex-Rotus, étiquettes adhésives pour l'emballage de produits de grande consommation) et Gumtac (matières premières pour papiers adhésifs pour les clients industriels), a également eu un impact positif sur les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre et de l'année 2006 (respectivement + 10,6 points et + 3,0 points).

<b>Autres produits</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>En millions d'euros</b>	14,3	19,6	51,1	62,1
Variation en publié		+ 36,4 %		+ 21,6 %
Variation à taux de change constants		+ 38,3 %		+ 22,1 %
Variation à données comparables <sup>1</sup>		+ 27,7 %		+ 19,1 %

**Variation du chiffre d'affaires du Groupe BIC au 4<sup>ème</sup> trimestre 2006 par zone géographique :**

<b>En millions d'euros</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>Variation 06/05 en publié</b>	<b>Variation 06/05 à taux de change constants</b>
Europe <sup>(1)</sup>	104,6	109,6	+ 4,8 %	+ 4,8 %
Amérique du Nord et Océanie <sup>(2)</sup>	162,1	157,4	- 2,9 %	+ 5,0 %
Amérique latine <sup>(3)</sup>	64,9	73,0	+ 12,6 %	+ 19,6 %
MOAA <sup>(4)</sup>	28,1	24,5	- 12,9 %	- 6,7 %
Groupe BIC	359,7	364,5	+ 1,3 %	+ 6,6 %

(1) Europe de l'Ouest et Europe de l'Est

(2) États-Unis, Canada, Australie et Nouvelle Zélande

(3) Mexique, Amérique Centrale et Amérique du Sud

(4) Moyen-Orient, Afrique et Asie

**Variation du chiffre d'affaires du Groupe BIC pour l'exercice 2006 par zone géographique :**

<b>En millions d'euros</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Variation 06/05 en publié</b>	<b>Variation 06/05 à taux de change constants</b>
Europe <sup>(1)</sup>	425,3	431,7	+ 1,5 %	+1,5 %
Amérique du Nord et Océanie <sup>(2)</sup>	644,2	670,2	+ 4,0 %	+ 5,1 %
Amérique latine <sup>(3)</sup>	219,8	253,6	+ 15,4 %	+ 12,5 %
MOAA <sup>(4)</sup>	91,5	92,6	+ 1,2 %	+ 3,3 %
Groupe BIC	1 380,8	1 448,1	+ 4,9 %	+ 5,0 %

## Calendrier

Les résultats de l'exercice 2006 seront publiés le 8 mars 2007.  
Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2007 sera publié le 19 avril 2007.  
L'Assemblée Générale des actionnaires se tiendra le 23 mai 2007.

## A propos de BIC

*Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC fabrique depuis plus de 50 ans des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe d'être aujourd'hui l'une des marques les plus reconnues à travers le monde. BIC commercialise ses produits dans plus de 160 pays et a réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de 1 448 millions d'euros. Coté à l'Eurolist d'Euronext Paris, BIC fait partie des indices SBF120, CAC MID100, FTSE4Good Europe et ASPI Eurozone.*



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

**Contacts société** : +33 1 45 19 52 26

Sandra Cadiou, e-mail: [sandra.cadiou@bicworld.com](mailto:sandra.cadiou@bicworld.com)

**Contacts presse** : +33 1 53 70 74 26  
+33 1 53 70 74 91

Florence Riu, e-mail: [friu@image7.fr](mailto:friu@image7.fr)

Flore Larger, e-mail: [flarger@image7.fr](mailto:flarger@image7.fr)