

CORRECTION: LIRE PAGE 3 "APPRECIATION DU DOLLAR AMERICAIN PAR RAPPORT A L'EURO"

RESULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2019¹

DES PARTS DE MARCHES STABLES OU EN CROISSANCE DANS DES MARCHES FRAGILES
PLAN "BIC-2022 INVENT THE FUTURE" SUR LA BONNE VOIE

- **Chiffre d'affaires en baisse de 2,0% à base comparable**
- **Marge d'exploitation normalisée à 13,1%, en baisse de 3,6 points.**
 - Impact négatif de la baisse des volumes de vente, de taux de change défavorables et de la hausse du prix des matières premières sur les coûts de production
 - Investissements ciblés dans le soutien à la marque
- **Progrès du plan "BIC 2022-Invent the Future"**
 - Nouvelle organisation commerciale et création de deux nouveaux centres d'expertise "e-Retail and Digital" et "Commercial Strategy & Analytics"
 - Augmentation de 27% de nos ventes en ligne comparé à l'année dernière
 - Mise en place d'une organisation globale pour les achats stratégiques

« Après un solide quatrième trimestre 2018 et dans un environnement de marché qui demeure difficile, nous avons débuté l'année avec des résultats faibles, affectés par la Papeterie en Inde et les Briquets aux Etats-Unis. Nous avons cependant maintenu ou augmenté nos parts de marché dans nos trois catégories et retrouvé une dynamique dans les Rasoirs. Alors que les vents contraires du premier trimestre devraient s'atténuer d'ici la fin de l'année, je suis confiant dans notre capacité à atteindre nos objectifs 2019, qui restent inchangés.

Partout dans le monde, nos équipes s'attachent à améliorer l'efficacité au quotidien et à fournir des produits de qualité qui répondent aux besoins de nos consommateurs. Notre plan de transformation BIC 2022 – Invent the Future est sur la bonne voie. Une étape importante a été franchie au cours du premier trimestre avec le déploiement de notre nouvelle organisation commerciale et la mise en place d'une organisation globale pour les achats stratégiques. Au cours des prochains mois, tandis que nous continuerons à nous transformer, ces initiatives, ainsi que d'autres, contribueront à maintenir une croissance rentable à long terme. »

Gonzalve Bich, Directeur Général.

CHIFFRES CLES DU T1 2019²

En millions d'euros	T1 2019
Chiffre d'affaires	415,4
Variation du chiffre d'affaires à base comparable³	(2,0) %
Résultat d'exploitation normalisé	54,6
Marge d'exploitation normalisée	13,1%
Résultat net Part du Groupe	39,3
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,87
Résultat net Part du Groupe par action normalisé (en euros)	0,89
Position Nette de Trésorerie	135,0

PERSPECTIVES 2019

En 2019, nous prévoyons une légère croissance du chiffre d'affaires à base comparable³ et une marge d'exploitation normalisée comprise entre 16,5% et 18%. Dans un environnement de marché toujours difficile, notre performance pourrait être affectée par des incertitudes macro-économiques et par la poursuite de la pression concurrentielle dans les rasoirs aux Etats-Unis. Les gains de distribution et le succès de nos produits à valeur ajoutée constituent les moteurs de la croissance.

¹ Chiffres non-audités

² Voir Glossaire page 10

³ Pour 2019, le chiffre d'affaires à base comparable exclut le chiffre d'affaires de BIC Sport pour 2018 ainsi que le chiffre d'affaires supplémentaire de Haco Industries Ltd pour 2019.

La hausse du coût des matières premières, l'évolution défavorable des taux de change et l'impact potentiel des volumes de vente sur les coûts de production affecteront la marge brute. Le résultat d'exploitation normalisé sera également impacté par des investissements supplémentaires dans le soutien à la marque.

CHIFFRES CLES (en millions d'euros)	T1 2018	T1 2019	En publié	Impact de change⁴ (en points)	Changement de Périmètre⁵ (en points)	Impact de l'Argentine⁶ (en points)	À base comparable
GRUPE							
Chiffre d'affaires	415,4	415,4	0,0%	+2,6	(0,4)	(0,2)	(2,0)%
Marge brute	223,5	211,3					
Résultat d'exploitation normalisé	69,6	54,6					
Marge d'exploitation normalisée	16,7%	13,1%					
Résultat d'exploitation	69,6	54,6					
Marge d'exploitation	16,7%	13,1%					
Résultat net Part du Groupe	48,6	39,3					
Résultat net Part du Groupe par action normalisé (en euros)	1,06	0,89					
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,06	0,87					
PAPETERIE							
Chiffre d'affaires	151,8	148,3	(2,3)%	+1,9	+1,9	(0,3)	(5,8)%
Résultat d'exploitation normalisé	9,6	1,8					
Marge d'exploitation normalisée	6,3%	1,2%					
Résultat d'exploitation	9,6	1,8					
Marge d'exploitation	6,3%	1,2%					
BRIQUETS							
Chiffre d'affaires	152,7	149,7	(2,0)%	+3,6	+0,0	(0,1)	(5,5)%
Résultat d'exploitation normalisé	54,5	46,6					
Marge d'exploitation normalisée	35,7%	31,1%					
Résultat d'exploitation	54,5	46,6					
Marge d'exploitation	35,7%	31,1%					
RASOIRS							
Chiffre d'affaires	97,0	109,0	+12,4%	+2,6	+0,2	(0,4)	+10%
Résultat d'exploitation normalisé	7,7	7,7					
Marge d'exploitation normalisée	7,9%	7,1%					
Résultat d'exploitation	7,7	7,7					
Marge d'exploitation	7,9%	7,1%					
AUTRES PRODUITS							
Chiffre d'affaires	13,8	8,3	(40,0)%	(0,2)	(34,4)	-	(5,4)%
Résultat d'exploitation normalisé	(2,2)	(1,6)					
Résultat d'exploitation	(2,2)	(1,6)					

⁴ L'impact de change exclut le peso argentin (ARS)

⁵ Haco Industries Ltd et BIC Sport

⁶ Voir glossaire page 10

CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2019 s'est élevé à 415,4 millions d'euros, stable en publié et en baisse de 2,0% à base comparable. L'impact favorable de la variation des devises (+ 2,6 %) s'explique principalement par l'appréciation du dollar américain par rapport à l'euro⁷. A base comparable⁸, le chiffre d'affaires de l'Europe était en hausse de 2,4%, celui de l'Amérique du Nord en baisse de 2,2 %, et celui des marchés en croissance en recul de 5,8%.

RESULTAT D'EXPLOITATION ET RESULTAT D'EXPLOITATION NORMALISEE

Le **taux de marge brute du premier trimestre 2019** s'est établi à 50,9%, comparé à 53,8% au premier trimestre 2018, en raison de l'impact défavorable des taux de change par rapport à l'année dernière (essentiellement Real brésilien et Peso mexicain) et de l'augmentation du coût des matières premières.

Le **résultat d'exploitation normalisé du premier trimestre 2019** était de 54,6 millions d'euros (13,1% du chiffre d'affaires), comparé à 69,6 millions d'euros au T1 2018 (16,7% du chiffre d'affaires). La baisse de la marge opérationnelle résulte du recul de la marge brute et de la hausse du soutien à la marque, principalement dans les briquets.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION NORMALISEE (en points)	T1 2018 vs. T1 2017	T1 2019 vs. T1 2018
○ Variation de la marge brute (coûts de production)	+1,0	(2,9)
○ Soutien à la marque	+0,4	(1,4)
○ Dépenses d'exploitation et autres dépenses	(1,8)	+0,7
Variation de la marge d'exploitation normalisée	(0,4)	(3,6)

ÉLÉMENTS NON RECURRENTS (en millions d'euros)	T1 2018	T1 2019
Résultat d'exploitation	69,6	54,6
En % du chiffre d'affaires	16,7%	13,1%
Résultat d'exploitation normalisé	69,6	54,6
En % du chiffre d'affaires	16,7%	13,1%

RESULTAT NET ET BENEFICE NET PAR ACTION

Le **résultat avant impôt** s'est élevé à 55,4 millions d'euros comparé à 67,6 millions d'euros au premier trimestre 2018. Le résultat financier a atteint 0,8 million d'euros comparé à - 0,2 million d'euros au premier trimestre 2018. Le premier trimestre 2019 a été impacté positivement par la réévaluation d'actifs financiers libellés en dollars U.S, comparé à décembre 2018, alors que ce fut le contraire l'année précédente.

Le **résultat net part du Groupe** s'est élevé à 39,3 millions d'euros, en baisse de 19,0 % en publié. Le taux effectif d'imposition était de 29,0 %.

Le **bénéfice net Part du Groupe par action** s'est élevé à 0,87 euro, comparé à 1,06 euro au premier trimestre 2018. Le bénéfice net Part du Groupe par action normalisé a reculé de 16,0 % à 0,89 euro, comparé à 1,06 euro au premier trimestre 2018.

⁷ Ceci exclut le peso argentin

⁸ Ceci exclut l'Argentine

SITUATION NETTE DE TRESORERIE

À fin mars 2019, la situation nette de trésorerie du Groupe s'est élevée à 135,0 millions d'euros.

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRESORERIE (en millions d'euros)	2018	2019
SITUATION NETTE DE TRESORERIE (DEBUT DE PERIODE - DECEMBRE)	204,9	161,5
• Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+37,0	+30,2
○ Dont Marge brute d'autofinancement	+75,2	+62,9
○ Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres	(38,2)	(32,7)
• Investissements industriels	(27,4)	(20,1)
• Programme de rachat d'actions	(21,2)	(33,1)
• Acquisition d'Haco Industries Ltd	-	(1,8)
• Autres éléments ⁹	(8,7)	(1,7)
SITUATION NETTE DE TRESORERIE (FIN DE PERIODE - MARS)	184,6	135,0

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation se sont élevés à 30,2 millions d'euros, avec une marge d'autofinancement de 62,9 millions d'euros. La variation négative du besoin en fonds de roulement de 32,7 millions d'euros était principalement liée à la progression du niveau des stocks. La trésorerie a été également impactée par une augmentation des investissements industriels ainsi que par des rachats d'actions.

REMUNERATION DES ACTIONNAIRES

- Dividende ordinaire de 3,45 euros par action proposé à l'Assemblée Générale du 22 mai 2019¹⁰.
- 33,1 millions d'euros de rachats d'actions à fin mars 2019 (398 796 actions achetées à un prix moyen de 82,98 euros).

⁹ Inclut Trésorerie nette du contrat de liquidité

¹⁰ Dividende payable à partir du 5 juin 2019

PAPETERIE

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2019 de la Papeterie a reculé de 2,3% en publié, de 1,8 % à taux de change constant et de 5,8 % à base comparable.

- **En Europe**, le chiffre d'affaires a légèrement augmenté (« *grew slightly* »). BIC a surperformé sur un marché en baisse et affiché une forte croissance des ventes en ligne. En France, nous avons gagné 1,6 point de part de marché en valeur¹¹ grâce aux bonnes performances du nouveau stylo BIC® Gelocity Full Grip.
- **En Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a légèrement augmenté (« *low-single digit* »). Sur un marché stable, notre performance a été tirée par une croissance continue dans le segment du gel et dans les ventes en ligne.
- **En Amérique latine**, le chiffre d'affaires a diminué d'environ 10%. Au Brésil et au Mexique, la croissance du chiffre d'affaires était d'environ 5% (« *mid-single digit* »). Au Brésil, nous avons surperformé sur un marché en recul pendant la saison de rentrée scolaire. Au Mexique, nous avons enregistré de bonnes performances grâce à la croissance des segments Marquage et Coloriage. Le chiffre d'affaires de la région a été négativement impacté par la baisse des ventes de Pimaco (notre fabricant et distributeur d'étiquettes adhésives) et une faible performance en Équateur, en raison d'une concurrence accrue.
- **Au Moyen-Orient et en Afrique**, conformément à notre stratégie de proximité visant à poursuivre notre croissance en Afrique, nous avons commencé à bénéficier du transfert des sites de production et de l'activité de distribution de Haco Industries LTD au Kenya.
- **En Inde**, les ventes de Cello Pens sur le marché domestique étaient en forte baisse (« *double-digit* ») à base comparable. Ce recul s'explique par la décision de réduire nos ventes auprès des « *superstockists* » et ce afin d'accompagner les évolutions de notre stratégie commerciale.

La marge d'exploitation normalisée du premier trimestre 2019 de la Papeterie s'élève à 1,2% contre 6,3% au premier trimestre 2018. La diminution est principalement due à la hausse du coût des matières premières et à l'augmentation des investissements dans le soutien à la marque.

BRIQUETS

Le chiffre d'affaires des Briquets du premier trimestre 2019 était en baisse de 2,0 % en publié, de 4,7% à taux de change constants et de 5,5 % à base comparable.

- **En Europe**, le chiffre d'affaires est resté stable. Après les achats anticipés de nos clients au quatrième trimestre de l'année dernière, en prévision de la hausse des prix de 2019, la performance du premier trimestre était faible.
- **En Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a diminué d'environ 10%. Alors que le premier trimestre 2018 avait bénéficié de l'anticipation par nos clients-distributeurs de la hausse des prix d'avril 2018, notre performance au premier trimestre 2019 a été affectée par un ajustement d'inventaires chez les grossistes dans un marché en baisse (- 3,2 % en valeur)¹².
- **En Amérique latine**, le chiffre d'affaires a légèrement augmenté (« *low-single digit* »). Au Brésil, après de fortes ventes aux consommateurs au quatrième trimestre, la performance du premier trimestre a été solide. Les volumes ont également été soutenus par l'anticipation de la prochaine hausse de prix en avril 2019.

La marge d'exploitation normalisée du premier trimestre 2019 des Briquets s'est élevée à 31,1%, contre 35,7% au premier trimestre 2018. Cette baisse est principalement due à une absorption défavorable des coûts fixes, aux tendances défavorables des taux de change et aux investissements dans le soutien à la marque, notamment avec la campagne publicitaire du briquet en Europe.

¹¹ GfK: données à fin février 2019, en valeur

¹² IRI : données à fin mars 2019, en valeur

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2019 des Rasoirs a augmenté de 12,4% en publié, de 11,3% à taux de change constant, et de 10, 0% à base comparable.

- **En Europe**, les ventes ont progressé d'environ 10%, grâce à la bonne performance en Europe de l'Est et notamment en Russie. Nous avons continué à surperformer le marché en Russie, gagnant 0,5 point¹³ grâce au succès continu du BIC® Flex 3 Hybrid et du BIC® Flex 5 Hybrid, et aux gains de distribution dans le commerce traditionnel. En Europe de l'Ouest, la performance a été tirée par le succès de nos produits à valeur ajoutée : croissance accélérée pour le BIC® Flex 3 et BIC® Miss Soleil, augmentation de la distribution de BIC® Flex 5 et premiers impacts positifs de nouveaux produits tels que BIC® Miss Soleil Sensitive.
- Le chiffre d'affaires a enregistré une croissance à deux chiffres (« *low double-digit* ») **en Amérique du Nord**. Malgré la persistance de la pression concurrentielle, BIC a surperformé sur le marché du rasoir non-rechargeable en baisse (-6,9 % en valeur), gagnant 0,9 point¹⁴. Cette bonne performance a été soutenue par notre croissance dans le segment féminin, où nous avons gagné 1,7 point en valeur, grâce au dynamisme continu de BIC® Soleil® Balance et aux premiers signes positifs du lancement de BIC® Soleil® Click 5.
- **En Amérique latine**, nos ventes ont légèrement augmenté (« *low-single digit* ») et notre part de marché sur l'ensemble de la région a progressé. Au Mexique, nous avons surperformé, gagnant 0,4 point en valeur¹⁵, grâce à la progression de la distribution dans les magasins de proximité et à l'élargissement de notre offre dans les trois lames hommes (BIC® Comfort 3 et BIC® Flex 3). Au Brésil, nous avons surperformé sur un marché en reprise, gagnant 0,3 point de part de marché en valeur, grâce à de nouveaux gains de distribution et à notre stratégie de montée en gamme sur le segment du trois lames non-rechargeable, masculin et féminin.

La marge d'exploitation normalisée du premier trimestre 2019 des Rasoirs s'est élevée à 7,1%, contre 7,9% au premier trimestre 2018. L'augmentation des ventes a été neutralisée par la hausse des coûts de production dont l'augmentation du coût des matières premières et les tendances défavorables des taux de change.

AUTRES PRODUITS

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2019 des Autres Produits a reculé de 40,0% en publié et de 5,4% à base comparable.

Le résultat d'exploitation normalisé du premier trimestre 2019 des Autres Produits s'élève à - 1,6 millions d'euros, contre - 2,2 millions d'euros au premier trimestre 2018, incluant BIC Sport pour - 0.2 million d'euros.

¹³ Nielsen : données à fin février 2019, en valeur

¹⁴ IRI : données des 13 dernières semaines, au 31 mars 2019, en valeur

¹⁵ Nielsen : données à fin février 2019, en valeur

PLAN « BIC 2022- INVENT THE FUTURE »

Au cours du premier trimestre, nous avons progressé dans notre plan de transformation et mis en œuvre plusieurs initiatives sur chacun de nos quatre piliers stratégiques :

- **Efficacité** - améliorer l'efficacité de l'ensemble de nos activités de production, tout en préservant la sécurité, la qualité et l'accessibilité des produits :
 - Mise en place d'une organisation globale pour les achats stratégiques (Papeterie, Briquets et Rasoirs)
 - Mise en place d'une solution centralisée pour les processus HSE (Santé, Sécurité et Environnement)
- **Innovation** - améliorer notre connaissance des consommateurs et accélérer le rythme des lancements de nouveaux produits. Parmi les nouveaux produits lancés au premier trimestre :
 - BIC® BodyMark, notre feutre de tatouage éphémère est en vente sur Amazon et progressivement disponible en magasin
 - BIC® Intensity Medium nous permet d'étendre notre offre de feutres d'écriture à tous les besoins des consommateurs, des pointe fines aux pointes moyennes
 - BIC® Soleil® Click 5, en course pour égaler le succès du lancement du BIC® Soleil Balance, innovation n°1 de l'année dernière sur le segment féminin des rasoirs non-rechargeables.
- **Des marques adaptées et orientées vers le consommateur** : interagir et créer des liens plus efficacement avec les consommateurs :
 - Diverses campagnes marketing innovantes ont été réalisées dans toutes les catégories et dans toutes les zones géographiques afin de susciter l'engagement et la fidélité des consommateurs. A noter notamment :
 - Le repositionnement de notre gamme de rasoirs BIC Flex aux États-Unis avec un graphisme moderne et plus percutant et des slogans soulignant notre technologie de pointe
 - Le concours de coloriage BIC Evolution « Drawing your city » en Amérique latine.
- **Distribution omnicanale** : renforcer nos opérations commerciales pour devenir un véritable spécialiste omnicanal :
 - Déploiement de notre nouvelle organisation commerciale, avec la création de deux centres d'expertise mondiaux :
 - Le pôle "E-Retail and Digital" qui concentrera l'expertise de BIC en matière de e-commerce, de données, de contenu et de marketing digital
 - Le pôle "Commercial Strategy & Analytics", composé d'une équipe d'experts spécialisés dans des domaines tels que le « *Sales Channels* », le « *Category Management* » et « *Advanced Analytics* » et destiné à soutenir la croissance du chiffre d'affaires de BIC (Revenue Growth Management).
 - Forte croissance du chiffre d'affaires de nos ventes en ligne comparé à l'an dernier : + 49% aux États-Unis et + 20% en Europe
 - Notre site de vente en ligne, BIC.com est désormais déployé en France.

ANNEXES

VARIATION DES VENTES DU GROUPE BIC PAR ZONE GEOGRAPHIQUE (en millions d'euros)	T1 2019 vs T1 2018			
	T1 2018	T1 2019	En publié	À base comparable
GROUPE				
Chiffre d'affaires	415,4	415,4	-	(2,0)%
EUROPE				
Chiffre d'affaires	124,3	122,8	(1,2)%	+2,4%
AMERIQUE DU NORD				
Chiffre d'affaires	154,9	161,8	+4,4%	(2,2)%
MARCHES EN CROISSANCE				
Chiffre d'affaires	136,2	130,8	(4,0)%	(5,8)%

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PERIMETRE ET DES FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (EXCLUT L'ARS) (en %)	T1 2018	T1 2019
Périmètre	(1,5)	(0,4)
Devises	(9,2)	+2,6
<i>Dont USD</i>	(5,0)	+3,0
<i>Dont BRL</i>	(1,3)	(0,5)
<i>Dont INR</i>	(0,4)	-
<i>Dont MXN</i>	(0,4)	+0,3
<i>Dont ZAR</i>	(0,1)	(0,1)
<i>Dont Russia et Ukraine</i>	(0,2)	(0,1)

RESULTAT D'EXPLOITATION ET RESULTAT D'EXPLOITATION NORMALISE PAR CATEGORIE (en millions d'euros)	T1 2018	T1 2019
GROUPE		
Résultat d'exploitation	69,6	54,6
Résultat d'exploitation normalisé	69,6	54,6
PAPETERIE		
Résultat d'exploitation	9,6	1,8
Résultat d'exploitation normalisé	9,6	1,8
BRIQUETS		
Résultat d'exploitation	54,5	46,6
Résultat d'exploitation normalisé	54,5	46,6
RASOIRS		
Résultat d'exploitation	7,7	7,7
Résultat d'exploitation normalisé	7,7	7,7
AUTRES PRODUITS		
Résultat d'exploitation	-2,2	-1,6
Résultat d'exploitation normalisé	-2,2	-1,6

COMPTE DE RESULTAT RESUME <i>(En millions d'euros)</i>	T1 2018	T1 2019	En publié	A base comparable
Chiffre d'affaires	415,4	415,4	-	(2,0)%
Coût des ventes	191,9	204,1		
Marge brute	223,5	211,3		
Charges administratives et autres charges d'exploitation	153,9	156,7		
Résultat d'exploitation	69,6	54,6		
Résultat financier	(2,0)	0,8		
Résultat avant impôts	67,6	55,4		
Impôts	(19,0)	(16,1)		
Résultat Net Part du Groupe	48,6	39,3		
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,06	0,87		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	45 794 745	45 222 669		

BILAN RESUME <i>(En millions d'euros)</i>	31 mars 2018	1 janvier 2019¹⁶	31 mars 2019
ACTIF			
Actif non courant	1 172,4	1 158,0	1 159,9
Actif courant	1 195,5	1 209,0	1 242,3
○ Dont trésorerie et équivalents de trésorerie	206,8	157,5	160,5
TOTAL DE L'ACTIF	2,367,9	2,367,0	2,402,1
PASSIF			
Capitaux propres	1 703,2	1 624,7	1 643,0
Passif non courant	277,1	295,5	297,0
Passif courant	387,6	446,7	462,1
TOTAL DU PASSIF	2 367,9	2 367,0	2 402,1

RECONCILIATION DU BNPA NORMALISÉ	T1 2018	T1 2019
BNPA	1,06	0,87
Hyperinflation Argentine (norme IAS29)	-	0,2
BNPA NORMALISÉ	1,06	0,89

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré (en euros)	Montant (en millions d'euros)
février 2019	272 388	83,24	22,7
mars 2019	126 408	82,41	10,4
Total	398 796	82,98	33,1

CAPITAL ET DROITS DE VOTE AU 31 MARS 2019

Au 31 mars 2019, le capital social de SOCIETE BIC est composé de 46 010 907 actions, représentant :

- 67 361 767 droits de vote;
- 66 413 250 droits de vote nets des actions privées de droit de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin mars 2019 est de 948 517.

¹⁶ IFRIC 23 : première application

GLOSSAIRE

- **À 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.
- **À 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. Tous les commentaires sur le chiffre d'affaires des catégories sont faits à base comparable. Ceci exclut également le chiffre d'affaire d'Argentine pour 2018 et 2019.
- **Marge brute** : Marge du Groupe générée après déduction du coût des ventes.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors éléments non récurrents détaillés à la page 3.
- **Marge d'exploitation normalisée** : Résultat d'exploitation normalisé divisé par le chiffre d'affaires.
- **Flux de trésorerie lié à l'activité d'exploitation** : principales activités génératrices de revenus et autres activités qui ne sont pas des activités d'investissements ou de financement.
- **Position nette de trésorerie** : Liquidités/découverts + autres actifs financiers courants - emprunts courants - emprunts non-courants. (sauf les passifs financiers après application de la norme IFRS 16).

* *
*

Les comptes consolidés et sociaux de SOCIETE BIC au 31 mars 2019 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 24 avril 2019. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site Internet de BIC (www.bicworld.com).

Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section « Facteurs de risques » du Document de Référence 2018 du Groupe BIC déposé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 20 mars 2019.

CONTACTS

Sophie Palliez-Capian – Engagement des Parties Prenantes - sophie.palliez@bicworld.com

Relations Investisseurs: +33 1 45 19 52 00

Michèle Ventura

michele.ventura@bicworld.com

Contacts Presse

Albane de La Tour d'Artaise

Albane.DeLaTourD'Artaise@bicworld.com

Romain Grière: +33 1 53 70 74 70

rgriere@image7.fr

Pour plus d'informations, consulter le site : www.bicworld.com

AGENDA 2019

Assemblée Générale 2019	22 mai 2019	Réunion (siège de BIC)
Résultats du premier semestre 2019	31 juillet 2019	Conférence téléphonique
Résultats du troisième trimestre 2019	23 octobre 2019	Conférence téléphonique

À PROPOS DE BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC fabrique depuis plus de 70 ans des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des plus reconnues dans plus de 160 pays. BIC a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires de 1 949, 8 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 : CDP « A List » et « Supplier Engagement Rating leader board » du CDP, Euronext Vigeo – Eurozone 120, Euronext Vigeo – Europe 120, FTSE4Good indexes, Ethibel Pioneer et Ethibel Excellence Investment Registers, Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe, Stoxx Global ESG Leaders Index.

