



RÉSULTATS DU SECOND TRIMESTRE ET DU PREMIER SEMESTRE 2022

Croissance rentable dans les trois divisions grâce à la bonne exécution du Plan Horizon
Perspectives de Chiffre d'Affaires pour l'exercice 2022 revues à la hausse

Poursuite de la forte dynamique de croissance dans toutes les divisions –Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2022 en hausse de +15,5% à taux de change constants.

- **Human Expression** : croissance de 23% de nos ventes de rentrées scolaires dans l'Hémisphère Nord (Europe, Amérique du Nord et Mexique) et progression à deux chiffres au Brésil et en Inde.
- **Flame for Life** : hausse de 17% des produits à valeur ajoutée et croissance à deux chiffres dans tous nos pays-clés grâce à des gains de distribution et à nos innovations.
- **Blade Excellence** : hausse de 13% des rasoirs non-rechargeables et hybrides à valeur ajoutée et contribution croissante de l'activité B2B BIC Blade Tech (31% de la croissance du chiffre d'affaires de la division au 1^{er} semestre).
- **Part de marché maintenue ou en progression** dans 80 % des pays où nous opérons grâce à une solide exécution commerciale et l'attention sans faille portée au consommateur.

Résilience face à l'inflation des coûts grâce à un impact prix favorable et à un effet de levier opérationnel.

Maintien de la marge brute d'autofinancement (275,6 millions d'euros) : Besoin en fonds de roulement impacté par la saisonnalité des créances clients (ventes de rentrée scolaire) et l'impact négatif sur les inventaires de l'augmentation des coûts (40 millions d'euros à fin juin).

Chiffre d'affaires du S1 2022 1 127,2 M€ +15,5% à taux de change constants	Résultat d'exploitation du S1 2022 197,7 M€ Résultat d'exploitation ajusté du S1 2022 202,9 M€	Marge d'exploitation ajustée du S1 2022 18,0%
BNPA du S1 2022 3,15€/ -38,5% BNPA ajusté du S1 2022 3,39€/ +35,1%	Flux nets de trésorerie disponible au S1 2022 +22,4M€	Situation nette de trésorerie (à fin juin) 229,9M€

« Les bons résultats du premier semestre et notre capacité à résister aux vents contraires témoignent de la réussite de nos équipes à travers le monde. Nous avons atteint des parts de marché records dans la plupart des régions et enregistré une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires dans nos trois divisions.» a déclaré **Gonzalve Bich, Directeur Général**. « Le consommateur et l'excellence commerciale sont l'essence de notre plan Horizon et au centre de toutes nos décisions stratégiques. Nous continuons à investir dans des marques dans lesquelles les consommateurs ont confiance et dans la conception et la fabrication de produits ingénieusement simples, qui répondent à la demande croissante de solutions plus performantes et plus respectueuses de la planète. Quels que soient les défis à venir, nous y répondrons, avec agilité et détermination en poursuivant la mise en œuvre de nos priorités stratégiques, et ce afin d'accélérer la croissance rentable et de créer durablement de la valeur pour toutes nos parties prenantes. »

Mise à jour des Perspectives 2022 (sur la base des hypothèses actuelles de marché¹)

Nous révisons à la hausse nos perspectives pour l'exercice 2022 et anticipons une croissance du chiffre d'affaires comprise entre 10% et 12% à taux de change constants (précédemment 7%-9%), tirée par une croissance des volumes et un impact prix favorable. Toutes les divisions contribueront à la croissance organique au second semestre 2022.

L'inflation des coûts devrait avoir un impact d'environ 100 millions d'euros sur l'année. En dépit des vents contraires liés à l'inflation, et à la hausse des investissements de soutien à la marque et des dépenses opérationnelles destinée à soutenir la croissance, nous prévoyons une augmentation en valeur absolue du résultat d'exploitation ajusté 2022, grâce à la hausse des volumes, à un impact favorable des prix et à des économies supplémentaires. Nous maintenons notre objectif de plus de 200 millions d'euros de Free Cash Flow.

¹ Voir hypothèses de marché p.9

FORTE DYNAMIQUE DE CROISSANCE DANS TOUTES LES DIVISIONS

Le chiffre d'affaires du 1^{er} semestre a augmenté de 13,7% à base comparable, de 15,5% à taux de change constants et de 10,7% sur 12 mois glissants². La croissance est due à l'augmentation des volumes, un mix favorable et la mise en œuvre réussie des augmentations de prix dans toutes les régions. Toutes les divisions et régions ont contribué à la performance du premier semestre. Nous avons gagné ou maintenu des parts de marché dans 80% des pays où nous sommes présents, y compris dans les trois divisions en Europe et aux Etats-Unis.

La croissance organique du premier semestre 2022 de la division **Human Expression** a été tirée par les instruments d'écriture classiques et le coloriage, soutenue par les livraisons de rentrée scolaire et une excellente exécution. Dans l'hémisphère nord (Europe, Amérique du Nord et Mexique), les ventes de rentrée scolaire ont augmenté de près de 20% en volume et de 23% en valeur comparé à la même période de l'année dernière. Les pays les plus durement touchés par la pandémie, comme le Brésil, l'Afrique du Sud, le Nigéria et l'Inde, ont continué à se redresser au deuxième trimestre, avec une croissance élevée à deux chiffres à base comparable. Tous ont retrouvé les niveaux de 2019.

Nos produits à valeur ajoutée (briquets décorés et briquets utilitaires, EZ Reach et Djeep) ont progressé de 17% en valeur et représentaient 38% du chiffre d'affaires de la division **Flame for Life** au premier semestre. Les briquets aux Etats-Unis ont contribué à hauteur de 51% à la croissance organique de la division, portés par des gains de distribution, de l'innovation, des effets de prix et mix favorables (le tout contribuant pour environ 4,5 points à la croissance du chiffre d'affaires des briquets aux Etats-Unis), et à un rattrapage des commandes au 1^{er} trimestre. BIC EZ Reach a atteint 5,5% de part de marché en valeur, porté par une augmentation de la distribution, principalement dans les magasins de proximité.

Dans la division **Blade Excellence**, les produits à valeur ajoutée ont continué de stimuler les performances de nos segments non-rechargeables et hybrides et ont enregistré une croissance de 13% au 1^{er} semestre, bénéficiant du succès de notre rasoir 4 lames BIC Soleil Escape aux Etats-Unis, qui a atteint 2% de part de marché du segment des rasoirs féminins non-rechargeables en moins de 6 mois. Notre activité B2B BIC Blade-Tech poursuit son développement et a représenté 31% de la croissance du chiffre d'affaires de la division Blade Excellence au S1.

RESILIENCE FACE AUX VENTS CONTRAIRES LIES A L'INFLATION DES COÛTS, GRACE A UNE BONNE POLITIQUE DE PRIX ET A UN EFFET DE LEVIER OPERATIONNEL

La marge brute du S1 2022 a baissé de 2,0 points à 49,7%. L'impact de l'inflation des coûts des matières premières, du fret aérien et maritime, de l'électricité (-5,3 points comparé au 1^{er} semestre 2021) et un effet devises défavorable principalement dû à la couverture Euro/ US Dollar (-0,7 pt) ont été partiellement compensés par une meilleure absorption des coûts fixes (+2,0 pts), un effet prix favorable (+1,4 pt), et la contribution d'Inkbox (+0,3 pt). **Le Résultat d'Exploitation ajusté du S1 2022 a augmenté de 22,2%** ; la marge d'exploitation ajustée est restée quasiment stable à 18,0%, comparé à l'année dernière. L'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires (+4,6 pts) a plus que compensé la hausse des dépenses de soutien à la marque (-1,1 pt), des dépenses opérationnelles (-0,6 pt) ainsi que l'impact d'Inkbox (-0,9 pts).

L'impact de l'inflation des coûts sur le résultat d'exploitation ajusté du S1 2022 est de 48 millions d'euros. Il devrait être d'environ 100 millions d'euros sur l'exercice 2022, qui devraient être plus que compensés par une croissance des volumes, des ajustements de prix et des économies supplémentaires, ce qui nous permettra de faire croître notre résultat d'exploitation 2022 ajusté en valeur absolue.

La marge brute d'autofinancement s'est élevée à 275,6 millions d'euros, stimulée par les bonnes performances commerciales. La variation de -175,3 millions d'euros du besoin en fonds de roulement net s'explique par une augmentation des créances clients et autres créances (-138,8M€, liés à la forte croissance du chiffre d'affaires), et une augmentation du niveau des inventaires (-102,1M€, dont 40 millions d'euros liés à l'inflation des coûts des matières premières, du fret et de l'électricité).

Les flux nets de trésorerie disponibles avant cessions et acquisitions se sont élevés à +22,4 millions d'euros. A fin juin 2022, la position nette de trésorerie était de 229,9 millions d'euros et incluait les 58,2 millions d'euros payés pour l'acquisition d'Inkbox.

² Voir glossaire

PLAN STRATEGIQUE HORIZON

La bonne performance de ce semestre s'explique par l'exécution sans relâche de notre plan Horizon tandis que nous poursuivons notre trajectoire vers une croissance rentable et accélérée.

INNOVATION OUVERTE ET CENTREE SUR LE CONSOMMATEUR

Grâce à un portefeuille d'innovations et de R&D rajeuni, nous accélérons les lancements de produits, soutenus par des investissements dans la marque dans toutes les divisions. Dans la division *Human Expression*, **Intensity Color Change**, notre nouveau feutre qui transforme l'écriture quotidienne en une opportunité d'expression créative, a été lancé dans la plupart des pays. Nous continuons à accroître la distribution de notre briquet utilitaire de poche **BIC EZ Reach** sur tous les réseaux, démontrant qu'une innovation pertinente et adaptée peut générer de la croissance et créer de la valeur. Nous avons lancé notre briquet **BIC Ecolutions** en juillet aux États-Unis et en France. Ce briquet a un impact environnemental réduit de 16% comparé au briquet **BIC Maxi** classique. Il sera progressivement déployé dans le reste de l'Europe à partir de septembre. **BIC Soleil Escape**, notre nouveau rasoir féminin offrant une expérience sensorielle, a été l'un des principaux moteurs de la performance de *Blade Excellence* aux États-Unis depuis le début de l'année. Le rasoir **BIC Bamboo**, avec un manche en bambou, a atteint 2,6 % de part de marché en volume en Suède en moins de 10 mois, démontrant la pertinence pour le consommateur de produits présentant des avantages environnementaux.

E-COMMERCE

Le chiffre d'affaires du e-commerce a augmenté de 14% au premier semestre, tiré par le circuit des *Omniretailers* et la performance des marchés en développement, avec une croissance élevée à deux chiffres en Inde et au Brésil. Nos activités rasoirs et briquets ont enregistré une croissance à deux chiffres grâce à l'Amérique du Nord et au Brésil. En papeterie, nous prévoyons une solide saison de rentrée scolaire grâce à des investissements de soutien à la marque ciblés.

REVENUE GROWTH MANAGEMENT

Nous avons augmenté de 25% notre chiffre d'affaires par référence (SKUs) durant le premier semestre grâce notamment aux divisions *Human Expression* et *Flame For Life* et continué de réduire la complexité de notre portefeuille avec une réduction de 9% du nombre de références de produits.

NOUVELLES ACTIVITES ET CROISSANCE EXTERNE

Une base de clients élargie pour BIC Blade-Tech

Apportant croissance et rentabilité à la division *Blade Excellence* et, plus généralement, au Groupe, notre activité B2B, BIC Blade-Tech, monte rapidement en puissance, grâce à des commandes supplémentaires de nos clients existants. Nous avons récemment signé un troisième contrat avec une marque asiatique. Les livraisons devraient commencer avant la fin de cette année.

Renforcement du segment Skin Creative

Conformément à la stratégie Horizon visant à faire pivoter notre activité Papeterie vers *Human Expression* et à élargir nos marchés cibles au segment dynamique de l'Expression créative, nous avons acquis [Tattly](#), une petite entreprise américaine de décalcomanies de qualité qui durent entre 2 à 4 jours. **Tattly** vient compléter notre offre sur le segment du *Skin Creative*, en ajoutant une marque reconnue de décalcomanie aux marqueurs temporaires BIC **BodyMark** et aux tatouages semi-permanents **Inkbox**. Le segment des décalcomanies est le plus important du marché du *Skin Creative* non-permanent, qui devrait atteindre 1,5 milliard de dollars en 2030, en croissance de 13% par an.

DEVELOPPEMENT DURABLE

En mai 2022, nous avons annoncé nos objectifs de réduction des gaz à effets de serre (GES) à horizon 2030³, témoignant de l'accélération de notre engagement historique en matière de développement durable tout en faisant de la réduction des émissions de GES un élément clé de notre stratégie à long terme. Conformément aux objectifs de l'Accord de Paris, nous nous sommes engagés à réduire de 50 % nos émissions de GES pour le scope 1 et de 100 % pour le scope 2 d'ici 2030. Pour le scope 3, notre objectif est de réduire de 5% nos émissions d'ici 2030, dont -30% pour la division *Flame for Life*. A fin juin 2022, nous avons atteint plus de 70% de plastique réutilisable, recyclable ou compostable, dans nos emballages consommateurs, en bonne voie pour atteindre notre objectif de 100% en 2025.

En juin 2022, le siège social de Clichy a déménagé dans un tout nouveau bâtiment certifié BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*), qui répond aux exigences les plus élevées en matière de performance environnementale et d'efficacité de consommation énergétique.

3: Année de référence : 2019

CHIFFRES CLÉS

GROUPE

<i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Chiffre d'affaires	505,7	611,4	916,7	1 127,2
Variation en publié	+20,7%	+20,9%	+18,2%	+23,0%
Variation à base comparable	+23,9%	+9,6%	+22,5%	+13,7%
Variation à taux de change constants	+26,8%	+11,6%	+26,2%	+15,5%
Marge d'exploitation	20,8%	16,3%	36,3%	17,5%
Marge d'exploitation ajustée	20,9%	16,5%	18,1%	18,0%
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,53	1,62	5,12	3,15
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	1,55	1,78	2,51	3,39
Flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions	67,7	24,3	103,7	22,4
Position Nette de Trésorerie	366,7	229,9	366,7	229,9

HUMAN EXPRESSION

<i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Volumes en millions d'unités	-	-	2 742,7	3 519,5
% Variation	-	-	+11,6%	+28,3%
Chiffre d'affaires	202,2	269,7	333,3	438,0
Variation en publié	+21,2%	+33,4%	+13,4%	+31,4%
Variation à base comparable	+20,1%	+21,9%	+12,1%	+21,7%
Variation à taux de change constants	+25,1%	+25,4%	+19,1%	+25,4%
Résultat d'exploitation ajusté	24,2	24,1	27,6	35,6
Marge d'exploitation ajustée	12,0%	9,0%	8,3%	8,1%

FLAME FOR LIFE

<i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Volumes en millions d'unités	-	-	799,3	850,1
% Variation	-	-	+35,0%	+6,4%
Chiffre d'affaires	192,9	209,7	367,4	436,0
Variation en publié	+31,0%	+8,7%	+37,0%	+18,7%
Variation à base comparable	+36,9%	(2,5)%	+44,7%	+9,3%
Variation à taux de change constants	+39,4%	(1,4)%	+47,7%	+10,1%
Résultat d'exploitation ajusté	80,5	79,8	145,7	166,9
Marge d'exploitation ajustée	41,7%	38,0%	39,6%	38,3%

BLADE EXCELLENCE

<i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Volumes en millions d'unités	-	-	1 193,0	1 212,4
% Variation	-	-	0,7%	+1,6%
Chiffre d'affaires	104,0	126,8	200,4	240,3
Variation en publié	+5,4%	+22,0%	(0,1)%	+19,9%
Variation à base comparable	+11,6%	+10,0%	+8,0%	+11,0%
Variation à taux de change constants	+11,9%	+11,1%	+8,4%	+11,8%
Résultat d'exploitation ajusté	20,2	17,9	32,4	43,3
Marge d'exploitation ajustée	19,4%	14,1%	16,2%	18,0%

CHIFFRE D'AFFAIRES, RÉSULTAT D'EXPLOITATION (EBIT) ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ

en millions d'euros	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Chiffre d'affaires	505,7	611,4	916,7	1 127,2
Marge brute	261,8	292,6	473,9	559,8
Taux de marge brute	51,8%	47,9%	51,7%	49,7%
Capacité d'autofinancement (EBITDA)	131,6	124,0	382,1	247,5
Résultat d'exploitation (EBIT)	105,2	99,8	332,6	197,7
Marge d'exploitation	20,8%	16,3%	36,3%	17,5%
Eléments non-récurrents	0,3	1,3	(166,5)	5,3
Résultat d'exploitation ajusté	105,6	101,1	166,1	202,9
Marge d'exploitation ajustée	20,9%	16,5%	18,1%	18,0%

Le **marge brute du 1^{er} semestre 2022** a baissé de 2,0 points à 49,7%. L'impact de l'augmentation des coûts des matières (-5,3 pts par rapport au S1 2021) et les effets défavorables des devises, principalement lié à la couverture Euro/ US Dollar (-0,7 pt) ont été partiellement compensés par une meilleure absorption des coûts fixes (+2,0 pts), l'impact favorable des prix (+1,4 pt) et la contribution d'Inkbox (+0,3 pt). L'évolution de la **marge brute du T2 2022** a suivi la même tendance.

Le **résultat d'exploitation ajusté du S1 2022 a augmenté de 22,2%, avec une marge d'exploitation ajustée de 18,0%, quasiment stable par rapport au S1 2021**. L'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires (+4,6 pts) a plus que compensé l'augmentation des dépenses de soutien à la marque (-1,1 pt), des dépenses opérationnelles (-0,6 pt), et l'impact lié à l'acquisition d'Inkbox (-0,9 pt).

- **La marge d'exploitation ajustée du 1^{er} semestre 2022 de la division *Human Expression*** était de 8,1% contre 8,3% au S1 2021. Cette légère baisse s'explique par une augmentation des coûts des matières premières et du fret, et par les investissements dans Inkbox, en partie neutralisés par l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et l'absorption favorable des coûts fixes.
- **La marge d'exploitation ajustée du 1^{er} semestre 2022 de la division *Flame for Life*** était de 38,3% comparée à 39,6% au S1 2021, en raison de l'augmentation des coûts des matières premières, du fret aérien et maritime et d'investissements plus importants dans le soutien à la marque liés notamment, à la campagne publicitaire de BIC EZ Reach aux Etats-Unis. Cela a été partiellement compensé par un effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et par une absorption favorable des coûts fixes. La **marge d'exploitation ajustée de *Flame for Life* au T2 2022 s'est élevée à 38,0% contre 41,7% au T2 2021**, le deuxième trimestre n'ayant pas bénéficié d'un effet de levier opérationnel favorable.
- **La marge d'exploitation ajustée de *Blade Excellence* au S1 2022 s'est élevée à 18,0% contre 16,2% au S1 2021**, tirée par un effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires, par l'absorption favorable des coûts fixes ainsi que par la contribution de notre activité B2B, BIC Blade-Tech. Cette performance a été en partie neutralisée par une hausse des coûts de production (Electricité & fret) et plus d'investissements dans le soutien à la marque. **La marge d'exploitation ajustée de *Blade Excellence* au T2 2022 était de 14,1% comparé à 19,4% au T2 2021**. Cette baisse est due à la hausse des coûts des matières premières et des coûts de production (electricité & fret) en partie neutralisée par un effet de levier opérationnel favorable.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION (en points)	T1 2022 vs. T1 2021	T2 2022 vs. T2 2021	S1 2022 vs. S1 2021
• Variation de la marge brute	+0,2	(3,9)	(2,0)
• Soutien à la marque	(0,5)	(1,8)	(1,1)
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses ⁴	+5,4	+1,3	+3,0
Variation de la marge d'exploitation ajustée	+5,1	(4,4)	(0,1)

⁴ Autres dépenses incluent le fret, la distribution et la R&D

RÉSULTAT NET ET RESULTAT NET PAR ACTION

en millions d'euros	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Résultat d'exploitation (EBIT)	105,2	99,8	332,6	197,7
Résultat financier	(4,9)	(1,4)	(4,0)	(4,1)
Résultat avant impôts	100,3	98,3	328,5	193,6
Résultat Net Part du Groupe	68,6	71,8	230,2	139,4
Résultat Net Part du Groupe Ajusté⁵	69,6	78,7	112,7	149,7
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	1,55	1,78	2,51	3,39
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,53	1,62	5,12	3,15

SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE en millions d'euros	2021	2022
Situation nette de trésorerie (début de période - décembre)	183,9	400,1
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+134,0	+62,8
• Dont Marge brute d'autofinancement	+230,3	+275,6
• Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres	(96,3)	(212,8)
Investissements industriels ⁶	(30,3)	(40,4)
Paievements des Dividendes	(80,9)	(94,7)
Programme de rachat d'actions	(15,7)	(28,8)
Flux net liés au contrat de liquidité	+1,2	+0,4
Produit de la vente du siège de Clichy	+173,9	-
Produit de la cession de Pimaco	+3,4	+1,1
Acquisitions ⁷	(7,2)	(67,8)
Autres éléments	+4,4	(2,8)
Situation nette de trésorerie (fin de période - juin)	366,7	229,9

A fin juin 2022, la position nette de trésorerie était de 229,9 millions d'euros. Les flux nets liés à l'activité d'exploitation ont été affectés par une croissance du besoin en fonds de roulement dû à l'augmentation des créances clients liées au chiffre d'affaires élevé du deuxième trimestre. A cela s'ajoute la hausse des niveaux des inventaires liée notamment à la hausse du coût des matières à hauteur de 40 millions d'euros (matières premières, fret et électricité). L'acquisition d'Inkbox a également impacté la Position Nette de Trésorerie.

RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

Conformément à notre politique d'allocation du capital rigoureuse, nous avons poursuivi notre engagement de rémunération attractive de nos actionnaires, équilibrée entre le versement de dividendes et les rachats d'actions.

- **Dividende ordinaire de 2,15 euros par action**, payé en juin 2022
- **28,8 millions d'euros de rachat d'actions par SOCIÉTÉ BIC** à fin juin 2022. 573 501 actions ont été achetées à un prix moyen de 50.28 euros.

⁵ Voir Glossaire

⁶ Ceci inclut respectivement -7,3 millions d'euros et +0,8 millions d'euros pour 2022 et 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

⁷ Haco Industries Ltd, Rocketbook & Djeep en 2021, Inkbox, Rocketbook & Djeep en 2022

HUMAN EXPRESSION

Le chiffre d'affaires de la division *Human Expression* a augmenté de 25,4% à taux de change constants et de 21,7% à base comparable au 1^{er} semestre 2022. Cette forte performance est due à une solide exécution commerciale dans toutes les zones géographiques, avec une croissance à deux chiffres en Europe, en Amérique latine, au Moyen-Orient, en Afrique et en Inde, soutenue par des hausses de prix. En ligne avec les objectifs du plan Horizon visant à renforcer notre présence dans le domaine de l'Expression Créative, nous avons surperformé le segment stratégique du coloriage dans les 5 pays clés que sont les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Afrique du Sud, le Brésil et le Mexique.

En Europe, la performance du premier semestre a été tirée par l'Europe de l'Ouest (Royaume-Uni, France, Italie) et l'Europe de l'Est (Pologne, Turquie). Les ventes de rentrée scolaire ont été stimulées par une croissance d'environ 5% des produits d'écriture classiques comme le BIC Cristal et l'emblématique BIC 4-Couleurs, et des produits à valeur ajoutée comme les feutres et les crayons de couleur. Soutenus par une solide exécution commerciale, nous prévoyons une progression d'environ 5% des achats des consommateurs pendant la saison de rentrée scolaire. En France, nous avons plus que doublé les activités promotionnelles par rapport à la précédente rentrée scolaire, ce qui nous met dans une position de force pour surperformer le marché pour la 16^{ème} année consécutive sur l'un de nos pays clés en papeterie.

Aux États-Unis, le marché de la papeterie a progressé de 3 % en valeur⁸, tiré par les produits à valeur ajoutée comme le Gel. BIC a gagné +0,7 point de part de marché en valeur, grâce aux produits de papeterie classiques (y compris le porte-mine et la correction). Nous avons surperformé le marché dans des segments stratégiques clés comme le coloriage et le gel. La rentrée scolaire 2022 devrait être solide, alors que 70% des consommateurs américains prévoient de faire leurs achats en magasin, et recherchent de plus en plus des produits de qualité à un prix juste face à une inflation croissante.

Au Brésil, le marché a continué de rebondir, avec une croissance à deux chiffres, et nous avons consolidé notre position de leader, gagnant +1,9 point de part de marché en valeur par rapport à 2020 (avant la pandémie) pour atteindre 55,5%, grâce à une solide exécution en magasin. Le chiffre d'affaires a plus que doublé, grâce à la solide performance de la rentrée des classes, que ce soient les ventes aux distributeurs ou aux consommateurs, et à un effet prix favorable.

Au Mexique, le marché a crû de plus de 40% en valeur⁹, grâce à la réouverture des écoles et des bureaux. La performance a été alimentée par les ventes de rentrée des classes, avec une croissance à deux chiffres dans les segments classiques et à valeur ajoutée comme le Coloriage. Le chiffre d'affaires de Cello **en Inde** a enregistré une croissance à deux chiffres, tirée par une reprise continue du marché et à une solide croissance à deux chiffres du e-commerce.

FLAME FOR LIFE

Le chiffre d'affaires de la division *Flame for Life* a augmenté de 10,1% à taux de change constants et de 9,3% à base comparable au 1^{er} semestre 2022, avec une croissance supérieure à 5% (high-single) voire à deux chiffres dans la plupart de nos régions. Les ventes aux consommateurs ont été solides, BIC surperformant le marché dans plusieurs pays clés comme les États-Unis, la France, l'Allemagne et le Brésil.

Aux États-Unis, le marché des briquets de poche a baissé de 11,6% en volume et de 4,7% en valeur¹⁰, et BIC a continué de surperformer, gagnant des parts de marché en volume (+ 2,4 pts) et en valeur (+ 1,1 pt). Le succès de notre briquet utilitaire de poche BIC EZ Reach se poursuit, avec une part de marché de 5,5% en valeur (sur le marché total des briquets de poche), en croissance de +1,5 point depuis le début de l'année. La croissance d'EZ Reach a été stimulée par une distribution accélérée (plus de 50 % de distribution dans les 8 premiers mois qui ont suivi son lancement) et une forte notoriété (plus de 10 milliards d'impressions pour notre campagne sur les médias sociaux), contribuant à la croissance du marché des briquets dans son ensemble en sensibilisant les consommateurs au segment des briquets utilitaires. Le chiffre d'affaires du premier semestre a été stimulé par de nouveaux gains de distribution et des ajustements de prix. Après un excellent début d'année, la performance a été plus faible au deuxième trimestre. Les briquets à valeur ajoutée représentent désormais 49 % des ventes aux États-Unis, soit une hausse de 4,5 points par rapport à l'année dernière.

⁸ A fin juin 2022 – données NPD

⁹ A fin mai 2022 – Nielsen, environ 24% de couverture de marché

¹⁰ Fin de période au 2 juillet 2022 – source IRI, environ 70% de couverture du marché

En Europe, la reprise dans les circuits traditionnels, les augmentations de prix et le succès des produits à valeur ajoutée tels que Djeep et les briquets décorés ont entraîné une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires. Les pays où nous investissons dans la croissance, notamment l'Allemagne et la Turquie, ont enregistré une progression à deux voire trois chiffres grâce à une politique de prix et à des actions promotionnelles efficaces.

En Amérique latine, le marché du briquet au **Brésil** a progressé de +0.8% en valeur, et nous continuons à gagner des parts de marché. La croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires de BIC a été portée par la poursuite d'une forte demande d'utilisation de flammes, par les barrières importantes à l'importation de briquets et par une augmentation des prix.

BLADE EXCELLENCE

Au premier semestre 2022, **le chiffre d'affaires de Blade Excellence** a augmenté de 11,8% à taux de change constants et de 11,0% à base comparable, tiré par les produits à valeur ajoutée et par les nouveaux produits en Europe, en Amérique latine et en Amérique du Nord. A ceci s'ajoute la contribution de notre activité BIC Blade-Tech. Nous avons atteint des parts de marché record sur cinq de nos marchés clés (Mexique, Brésil, Pologne, Portugal et Royaume-Uni).

En Europe, BIC a gagné des parts de marché en France (+1,8 point en valeur) et au Royaume-Uni (+1,3 point en valeur)¹¹ grâce au succès des produits 3 lames sur les segments féminin et masculin. Le chiffre d'affaires a notamment bénéficié d'une bonne performance et d'activités promotionnelles au Royaume-Uni, en Pologne et en Turquie. Les produits à valeur ajoutée, tels que les gammes Flex et Soleil, ont contribué avec succès à la croissance.

Aux États-Unis, le marché a progressé de 0,8 % en valeur, et BIC a maintenu ses positions. La performance de la gamme Soleil a été soutenue par le succès de notre nouveau rasoir BIC Soleil Escape lancé en début d'année, qui a déjà atteint 2,0 % de part de marché¹². Conformément au plan Horizon qui prévoit une montée en gamme grâce à des lancements innovants, BIC Soleil Escape est l'un des lancements les plus réussis de la gamme Soleil. Les rasoirs BIC Soleil Escape 4 et 3 lames ont été les premier et deuxième nouveaux produits les plus vendus dans la catégorie des rasoirs non-rechargeables depuis le début de l'année, attirant de nouveaux consommateurs et contribuant au développement de la catégorie.

Au Brésil et au Mexique, nous avons poursuivi notre stratégie de montée en gamme vers des produits trois lames et enregistrons une solide croissance à deux chiffres dans les deux pays. Au Brésil, après quatre années de gain de parts de marché, nous avons continué à surperformer le marché (+1,0 point en valeur)¹³, atteignant un record historique de 24% de part de marché en valeur, grâce aux produits haut de gamme pour hommes et femmes (Comfort 3 et Simply Soleil). Au Mexique, le marché était en croissance d'environ 5% en valeur, et nous avons maintenu nos positions, grâce à la solide performance des gammes Flex et Soleil dans les circuits traditionnels.

¹¹ A fin mai 2022 – Données Nielsen

¹² A fin juin 2022 - POS

¹³ A fin mai 2022 – Données Nielsen – estimation couverture de marché 62%

HYPOTHESES DE TENDANCES DE MARCHES EN 2022

Nos perspectives 2022 sont fondées sur les hypothèses de marché suivantes¹⁴:

Tendances de marchés (en valeur) :

- **Europe** : Papeterie : Baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*) ; Briquets : stable à légère baisse (*flat to low single-digit*) ; Rasoirs : stable à légère baisse (*flat to low-single-digit*)
- **Amérique du Nord** :
 - Papeterie aux Etats-Unis : Baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Briquets de poche aux Etats-Unis : Baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Rasoirs aux Etats-Unis : légère baisse des rasoirs non-rechargeables (*Slight decrease*)
- **Amérique latine** : Forte croissance (*double-digit*) de la papeterie, baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*) des briquets, croissance légère à modérée (*low to mid-single-digit*) dans les rasoirs
- **Inde** : Croissance soutenue (*double digit*) de la Papeterie

Résultat d'Exploitation :

- Marge Brute
 - Augmentation des volumes et des prix
 - Hausse des coûts des matières premières et du fret aérien et maritime
 - Léger impact défavorable des devises (impact négatif de la couverture de l'USD par rapport à l'Euro et impact positif de l'USD par rapport au MXN)
 - Contribution positive d'Inkbox
- Résultat d'exploitation (EBIT) ajusté
 - Augmentation des investissements de soutien à la marque en soutien de la croissance du chiffre d'affaires. Augmentation de la R&D et des dépenses opérationnelles en soutien de la croissance à long terme du chiffre d'affaires et de l'innovation
 - Economies supplémentaires
 - Impact défavorable d'Inkbox sur le résultat d'exploitation 2022

Flux de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions :

- Environ 100 millions d'euros d'investissements industriels

Devises : Taux de couverture USD-EUR 2022 : 1,1750

¹⁴ Euromonitor et Estimations BIC

CHIFFRES D'AFFAIRES DU T2 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE en millions d'euros	T2 2021	T2 2022	% En publié	% A taux de change constants	% A base comparable
Groupe	505,7	611,4	+20,9 %	+11,6 %	+9,6 %
Europe	166,8	190,4	+14,2 %	+13,3 %	+13,3 %
Amérique du Nord	222,3	265,5	+19,4 %	+5,7 %	+3,2 %
Amérique Latine	67,7	95,5	+41,1 %	+24,6 %	+18,2 %
Moyen-Orient et Afrique	29,1	28,7	(1,5) %	(8,0) %	(8,0) %
Asie et Océanie (Inde incluse)	19,8	31,3	+58,2 %	+48,9 %	+48,9 %

CHIFFRES D'AFFAIRES DU S1 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE en millions d'euros	S1 2021	S1 2022	% En publié	% A taux de change constants	% A base comparable
Groupe	916,7	1 127,2	+23,0 %	+15,5 %	+13,7 %
Europe	292,0	336,9	+15,4 %	+15,7 %	+15,7 %
Amérique du Nord	406,4	499,0	+22,8 %	+11,3 %	+9,2 %
Amérique Latine	125,9	179,7	+42,8 %	+29,6 %	+24,0 %
Moyen-Orient et Afrique	51,1	57,1	+11,7 %	+5,4 %	+5,4 %
Asie et Océanie (Inde incluse)	41,3	54,4	+31,8 %	+26,0 %	+26,0 %

CHIFFRES D'AFFAIRES DU T2 PAR DIVISION en millions d'euros	T2 2021	T2 2022	% En publié	Impact de change ¹⁵ (en points)	Changement de Périmètre ¹⁶ (en points)	Impact de l'Argentine ¹⁷ (en points)	% À base comparable
Groupe	505,7	611,4	+20,9 %	+9,5	+1,2	+0,6	+9,6 %
Human Expression - Papeterie	202,2	269,7	+33,4 %	+8,2	+2,7	+0,6	+21,9 %
Flame for Life - Briquets	192,9	209,7	+8,7 %	+10,3	-	+0,9	(2,5) %
Blade Excellence - Rasoirs	104,0	126,8	+22,0 %	+11,3	-	+0,7	+10,0 %
Autres Produits	6,6	5,2	(21,1) %	-	-	-	(21,1) %

CHIFFRES D'AFFAIRES DU S1 PAR DIVISION en millions d'euros	S1 2021	S1 2022	% En publié	Impact de change (en points)	Changement de Périmètre (en points)	Impact de l'Argentine (en points)	% À base comparable
Groupe	916,7	1 127,2	+23,0 %	+7,8	+0,9	+0,6	+13,7 %
Human Expression - Papeterie	333,3	438,0	+31,4 %	+6,3	+2,5	+0,9	+21,7 %
Flame for Life - Briquets	367,4	436,0	+18,7 %	+8,8	-	+0,6	+9,3 %
Blade Excellence - Rasoirs	200,4	240,3	+19,9 %	+8,4	-	+0,5	+11,0 %
Autres Produits	15,7	12,8	(18,4) %	-	-	-	(18,4) %

¹⁵ Impact des devises excluant le Peso argentin (ARS)

¹⁶ Principalement acquisition d'Inkbox

¹⁷ Voir Glossaire

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) (en %)	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Périmètre	+2,2	+1,2	+3,0	+0,9
Devises	(5,5)	+9,5	(7,2)	+7,8
Dont USD	(5,2)	+6,1	(4,8)	+5,2
Dont BRL	(0,4)	+1,3	(1,4)	+1,2
Dont MXN	+0,4	+0,8	(0,1)	+0,6
Dont AUD	+0,2	+0,1	+0,2	+0,1
Dont ZAR	+0,2	+0,0	+0,0	+0,1
Dont INR	(0,1)	+0,2	(0,2)	+0,2
Dont RUB et UAH	(0,3)	+0,7	(0,4)	+0,3

SENSIBILITÉ AUX CHIFFRE D'AFFAIRES ET AU RÉSULTAT AVANT IMPÔTS DE LA FLUCTUATION USD-EUR	S1 2021	S1 2022
Variation de +/- 5% de l'impact de l'USD sur le chiffre d'affaires	2,2%	2,2%
Variation de +/- 5% de l'impact de l'USD sur le résultat avant impôts	0,8%	1,3%

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR DIVISION <i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Groupe	105,2	99,8	332,6	197,7
Marge en %	20,8%	16,3 %	36,3%	17,5 %
Human Expression - Papeterie	23,9	23,3	29,1	33,5
Marge en %	11,8%	8,6 %	8,7%	7,7 %
Flame for Life - Briquets	80,5	79,3	143,8	165,9
Marge en %	41,7%	37,8 %	39,2%	38,0 %
Blade Excellence - Rasoirs	20,1	17,9	32,3	41,1
Marge en %	19,3%	14,1 %	16,1%	17,1 %
Autres produits	(2,8)	(1,9)	(3,0)	(3,8)
Coûts non alloués	(16,5)	(18,8)	130,3	(39,1)

RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ PAR DIVISION <i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Groupe	105,6	101,1	166,1	202,9
Marge en %	20,9%	16,5 %	18,1%	18,0 %
Human Expression - Papeterie	24,2	24,1	27,6	35,6
Marge en %	12,0%	9,0 %	8,3%	8,1 %
Flame for Life - Briquets	80,5	79,8	145,7	166,9
Marge en %	41,7%	38,0 %	39,6%	38,3 %
Blade Excellence - Rasoirs	20,2	17,9	32,4	43,3
Marge en %	19,4%	14,1 %	16,2%	18,0 %
Autres produits	(2,8)	(1,9)	(3,0)	(3,8)
Coûts non alloués	(16,5)	(18,8)	(36,5)	(39,1)

ÉLÉMENTS NON RÉCURRENTS <i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	167,7	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	3,0	-
Coûts de restructuration (plan de transformation)	(0,3)	-	(4,2)	-
Coûts d'acquisition relatifs à Inkbox (Janvier 2022) et Rocketbook/Djeep	-	(1,3)	-	(2,3)
Dépréciation des opérations en Ukraine	-	-	-	(3,0)

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ <i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Chiffre d'affaires	505,7	611,4	916,7	1 127,2
Coût des ventes	243,9	318,8	442,8	567,4
Marge brute	261,8	292,6	473,9	559,8
<i>Charges administratives et autres charges d'exploitations</i>	156,6	192,8	141,3	362,1
Résultat d'exploitation (EBIT)	105,2	99,8	332,6	197,7
Résultat financier	(4,9)	(1,4)	(4,0)	(4,1)
Résultat avant impôts	100,3	98,3	328,5	193,6
Impôts	(31,7)	(26,6)	(98,4)	(54,2)
Résultat Net Part du Groupe	68,6	71,8	230,2	139,4
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,53	1,62	5,12	3,15
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	44 967 216	44 210 401	44 967 216	44 210 401

BILAN <i>en million d'euros</i>	30 Juin 2021	31 Décembre 2021	30 Juin 2022
ACTIFS			
• Immobilisations corporelles nettes	590,7	588,8	617,6
• Immeubles de placement	1,9	1,9	1,9
• Goodwill et immobilisations incorporelles nets	312,2	322,1	416,4
• Autres actifs non courants	148,5	157,3	167,7
Actif non courant	1 053,3	1 070,1	1 203,6
• Stock et en-cours	443,0	490,2	625,5
• Clients et autres créances	531,0	418,2	577,2
• Autres actifs courants	29,2	46,7	46,5
• Autres actifs financiers courants et instruments dérivés	8,2	1,7	2,6
• Trésorerie et équivalents de trésorerie	450,0	468,9	320,5
Actif courant	1 461,4	1 425,7	1 572,3
TOTAL DE L'ACTIF	2 514,7	2 495,8	2 775,9
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES			
Capitaux propres	1 641,5	1 456,4	1 839,0
• Emprunts et dettes financières non courants	24,8	28,0	49,3
• Autres dettes non courantes	199,3	222,2	136,4
Passif non courant	224,1	250,2	185,7
• Fournisseurs et comptes rattachés	167,2	99,5	203,7
• Emprunts et dettes financières courants	90,9	90,0	101,9
• Autres dettes courantes	391,0	273,4	445,6
Passif courant	649,1	462,8	751,2
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	2 514,7	2 169,4	2 775,9

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT <i>en millions d'euros</i>	S1 2021	S1 2022
Besoin de fond de roulement	535,6	706,2
Dont stocks	443,0	625,5
Dont créances clients	531,0	577,2
Dont fournisseurs et comptes rattachés	(167,3)	(203,7)

TABLEAUX DES FLUX DE TRÉSORERIE <i>en millions d'euros</i>	S1 2021	S1 2022
Résultat net part du groupe	230,2	139,4
- Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine	1,4	4,2
- Amortissements et provisions	60,2	63,2
- (Plus)/moins-values de cessions d'actifs	(170,0)	(0,6)
- Autres	108,6	69,4
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION	230,3	275,6
- (Augmentation) / diminution du fonds de roulement net courant	(62,6)	(175,3)
- Autres	(33,7)	(37,5)
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION (A)	134,0	62,8
- Investissements ¹⁸	(30,3)	(40,4)
- Achat/Vente d'autres actifs financiers courants	-	-
- Plus-value de la vente du siège de Clichy	+173,9	-
- Plus-value de cession de Pimaco	+3,4	+1,1
- Acquisitions	(7,2)	(67,8)
- Autres	1,8	0,5
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT (B)	141,7	(106,6)
- Dividendes payés	(80,9)	(94,7)
- Emprunts/(Remboursements)/ (Prêts)	0,9	21,3
- Rachat d'actions	(14,5)	(28,4)
- Autres	(8,7)	(8,2)
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT (C)	(103,3)	(110,0)
FLUX NET DE TRESORERIE NET DES DECOUVERTS BANCAIRES (A+B+C)	172,5	(153,8)
TRESORERIE ET EQUIVALENT DE TRESORERIE A L'OUVERTURE, NET DES DECOUVERTS BANCAIRES	264,7	468,4
- Flux net de trésorerie nets des découverts bancaires (A+B+C)	172,5	(153,8)
- Différence de change	11,3	4,8
TRESORERIE ET EQUIVALENT DE TRESORERIE A LA CLOTURE, NET DES DECOUVERTS BANCAIRES	448,5	319,4

¹⁸ Ceci inclut respectivement -7,3 millions d'euros et +0,8 millions d'euros pour 2022 et 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ <i>en millions d'euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Résultat d'exploitation (EBIT)	105,2	99,8	332,6	197,7
Coûts de restructuration (plan de transformation)	0,3	-	4,2	-
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	(167,7)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	(3,0)	-
Coûts d'acquisition	-	0,6		1,5
Rocketbook & Djeep		0,7	-	0,7
Dépréciations liées à la perte de valeur sur les opérations en Ukraine	-	-	-	3,0
Résultat d'exploitation ajusté	105,6	101,1	166,1	202,9

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION AJUSTÉ <i>en euros</i>	T2 2021	T2 2022	S1 2021	S1 2022
Résultat net Part du Groupe par action	1,53	1,62	5,12	3,15
Coûts de restructuration (plan de transformation)	+0,01	-	+0,07	-
Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine	+0,01	+0,09	+0,03	+0,1
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	(2,67)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	(0,04)	-
Coûts d'acquisition	-	+0,01	-	+0,02
Rocketbook & Djeep		+0,06	-	+0,06
Dépréciations liées à la perte de valeur sur les opérations en Ukraine	-	-	-	+0,06
Résultat net Part du Groupe par action ajusté	1,55	1,78	2,51	3,39

RÉCONCILIATION DE LA POSITION NETTE DE TRÉSORERIE <i>en millions d'euros – nombres arrondis</i>	31 Décembre 2021	30 Juin 2022
Trésorerie et équivalents de trésorerie (1)	+468,9	+320,5
Emprunts et dettes financières courants (2) ¹⁹	(63,9)	(87,9)
Emprunts et dettes financières non courants (3)	(4,9)	(2,7)
POSITION NETTE DE TRÉSORERIE (1) - (2) - (3)	400,1	229,9

RÉCONCILIATION DE LA GÉNÉRATION DE FLUX NETS DE TRÉSORERIE DISPONIBLE <i>en millions d'euros – nombres arrondis</i>	31 Décembre 2021	30 Juin 2022
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation (1)	280,6	62,8
Investissements industriels (2)	(74,9)	(40,4)
Génération de flux nets de trésorerie disponible hors acquisitions et cessions (1) - (2)	205,7	22,4

¹⁹ A l'exception des dettes financières sous IFRS 16

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

SOCIÉTÉ BIC	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré (en euros)	Montant (en millions d'euros)
Janvier 2022	23 100	50,19	1,2
Février 2022	113 568	47,70	5,4
Mars 2022	140 897	46,48	6,5
Avril 2022	75 550	47,85	3,6
Mai 2022	126 028	56,52	7,1
Juin 2022	94 358	52,72	5,0
Total	573 501	50,28	28,8

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 30 juin 2022 le capital social de SOCIETE BIC est composé de 44 677 929 actions, représentant :

- 65 721 660 droits de vote,
- 65 005 053 droits de vote nets des actions privées de droits de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin juin 2022 est de : 716 607.

GLOSSAIRE

- **À taux de change constants** : les montants à taux de change constants sont calculés en convertissant les montants de l'année encours aux taux de change moyens mensuels de l'année précédente
- **Croissance organique ou Base comparable** : signifie à taux de change constants et constants. Les montants à périmètre 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 les ventes de l'Argentine pour 2021 et 2022
- **Sur 12 mois glissants à taux de change constants** : variation du chiffre d'affaires sur le total des 12 derniers mois par rapport au total des 12 derniers mois de l'année précédente, à taux de change constant
- **EBITDA** : Capacité d'autofinancement, avant dépréciations et amortissements (hors amortissements des droits d'utilisation selon la norme IFRS 16) et avant *impairments*
- **Résultat d'exploitation ajusté ou EBIT ajusté** : ajusté signifie hors éléments ajustés
- **Marge d'exploitation ajustée** : Résultat d'exploitation ajusté divisé par le chiffre d'affaires.
- **Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation** : trésorerie générée par les principales activités et autres activités hors activités d'investissement ou de financement.
- **Génération de flux nets de trésorerie disponible (Free Cash Flow)** : le Free Cash Flow se définit comme la variation nette de la trésorerie liée à l'exploitation, moins les dépenses d'investissement. La génération de flux nets de trésorerie disponible n'inclut pas les acquisitions et les produits des cessions d'activité
- **Situation 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 de SOCIETE BIC au 30 juin 2022, ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 2 aout 2022. Les procédures d'examen limité des commissaires aux comptes sont terminées. Leur rapport est en cours d'émission. Une présentation relative à cette annonce est également disponible sur le site web de BIC (www.bic.com). Le présent document contient des prévisions. Bien que BIC estime que ses attentes sont fondées sur des hypothèses raisonnables, ces déclarations sont soumises à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques supportés par BIC apparaît dans la section « Gestion des risques » du Document de référence universel 2021 de BIC déposé auprès de l'Autorité française des marchés financiers (AMF) le 25 mars 2022. Le Rapport Financier Semestriel sera publié auprès de l'AMF le 4 aout 2022.

À PROPOS DE BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC enchante et simplifie le quotidien des consommateurs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits essentiels, de grande qualité et 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. Aujourd'hui, les produits BIC® sont vendus dans plus de 160 pays et le Groupe possède aussi des marques emblématiques telles que BIC® Kids, BIC Flex™, BodyMark by BIC™, Cello®, Djee, Lucky Stationery, Rocketbook, Soleil®, Tipp-Ex®, Us.™, Wite-Out®, Inkbox et plus encore. En 2021, le chiffre d'affaires de BIC était de 1 831,9 millions d'euros. Cotée sur « Euronext Paris », BIC fait partie des indices SBF120 et CAC Mid 60 et est reconnue pour son engagement en faveur du développement durable et de l'éducation. Le Groupe a reçu la note de "A-" dans le classement du CDP. Pour en savoir plus, visitez https://fr.bic.com/fr/le_groupe_bic ou suivez-nous sur LinkedIn, Instagram, Twitter ou YouTube.

Plus d'information sur le plan stratégique Horizon sont disponibles dans les *Investor Insight Newsletters*, nos [newsletters investisseurs](#), notamment sur les sujets suivants : Matières premières, stratégie *Flame For Life*, le segment du *Skin Creative*, et les réseaux de distribution.

Gonzalve Bich, Directeur Général et Chad Spooner, Directeur Financier commenteront **les résultats du 1er semestre et du second trimestre 2022** lors d'une conférence téléphonique et un webcast le **mercredi 3 août à 08h30 CET** :

- Pour participer au webcast: https://channel.royalcast.com/landingpage/bic/20220803_1/
- Pour se connecter à la conférence téléphonique:

Depuis la France: +33 (0) 1 70 37 71 66
Depuis le Royaume-Uni: +44 (0) 33 0551 0200
Depuis les Etats-Unis: +1 212 999 6659
Code d'accès: « BIC »

CONTACTS

Sophie Palliez-Capian
Engagement des Parties Prenantes
+33 1 45 19 55 28
+ 33 87 89 3351
Sophie.palliez@bicworld.com

Michèle Ventura
Senior Manager, Relations Investisseurs
+ 33 1 45 19 52 98
Michele.ventura@bicworld.com

Albane de La Tour d'Artaise
Senior Manager, Relations Presse Institutionnelles
+ 33 1 45 19 51 51
+ 33 7 85 88 19 48
Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com

Isabelle de Segonzac
Image 7
+ 33 6 89 87 61 39
isegonzac@image7.fr

AGENDA 2022/2023

TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER

Résultats du T3 2022	27 octobre 2022
Résultats du T4 2022 et de l'année 2022	14 février 2023
Résultats du T1 2023	25 avril 2023