



RÉSULTATS DU 4ÈME TRIMESTRE ET DE L'EXERCICE 2022

Le plan Horizon accélère la croissance globale dans toutes les divisions.
Nouvelle performance exceptionnelle du chiffre d'affaires en 2022.

La croissance du chiffre d'affaires en 2022 de +13,8 % à taux de change constants surpasse les objectifs, avec une progression à deux chiffres dans les trois divisions et sur l'ensemble de nos principaux marchés :

- **Human Expression** : forte progression du chiffre d'affaires portée par l'excellence commerciale en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique latine. Solide reprise sur les marchés en croissance (Brésil et Inde).
- **Flame for Life** : gains de distribution et innovations soutenant une croissance robuste dans tous les pays clés, avec notamment une progression de +17 % des produits à valeur ajoutée, en ligne avec la stratégie du plan Horizon.
- **Blade Excellence** : gains de parts de marché dans toutes les régions grâce aux produits à valeur ajoutée et aux nouveaux produits. Succès du développement de l'activité BIC Blade-Tech, contribuant à hauteur de 15 % à la croissance du chiffre d'affaires de l'ensemble de la division.
- **Hausse ou maintien de nos parts de marché dans presque tous les principaux pays** grâce à une solide exécution commerciale et un renforcement de la priorité donnée aux consommateurs.

Résultat d'exploitation ajusté en hausse de 11,4 %, preuve de la résilience du Groupe face aux vents contraires – L'impact de l'inflation des coûts a été plus que compensé par les augmentations de volume, les ajustements de prix et les économies de coûts.

Marge brute d'autofinancement solide (+428,0 millions d'euros) et nouvelle atteinte de l'objectif de flux nets de trésorerie disponible supérieur à 200 millions d'euros

Nouvelle performance remarquable pour la croissance du BNPA ajusté, à 5,12 euros, en hausse de +19,3 % par rapport à 2021

Rémunération des actionnaires maintenue et conforme à la politique d'utilisation de la trésorerie du plan Horizon

- 111 millions d'euros de Dividende Ordinaire proposé au titre de l'exercice 2022, versé en mai 2023¹ - 2,56 euros par action, (+ 19,1 % vs. 2021)
- Jusqu'à 100 millions d'euros alloués au programme de rachat d'actions, prévu en 2023

Chiffre d'affaires 2022 2 233,9 M€ +13,8 % à taux de change constants	Résultat d'exploitation 2022 303,5 M€ Résultat d'exploitation ajusté 2022 311,7 M€	Marge d'exploitation ajustée 2022 14,0 %
Résultat Net 2022 208,9 M€ BNPA 2022 4,75 €	Flux nets de trésorerie disponible 2022 203,7 M€	Situation nette de trésorerie (à fin décembre) 359,9 M€

« Portés par notre plan stratégique Horizon et la forte progression du chiffre d'affaires dans toutes les divisions, nous avons réalisé une nouvelle année de croissance exceptionnelle et atteint notre objectif de Free cash flow. Les gains de parts de marché obtenus dans les régions clés, ainsi que les lancements soutenus de produits innovants à valeur ajoutée démontrent notre capacité à maintenir notre excellence commerciale malgré une inflation soutenue et des tendances de récession. Cette dynamique renforce notre positionnement et notre légitimité en tant que marque de qualité et de valeur pour le consommateur. En 2022, nous avons également accompli des progrès par rapport à nos objectifs de développement durable, principalement dans l'emballage de nos produits plus respectueux de l'environnement et l'utilisation de plastique recyclé. Je suis confiant dans la résilience de notre performance en 2023, avec une croissance du chiffre d'affaires comprise entre +5 % et +7 % à taux de change constants, couplée à une augmentation de notre marge ce qui devrait nous permettre de poursuivre nos objectifs d'accélération de la croissance rentable à long terme », a déclaré **Gonzalve Bich, Directeur Général de BIC**.

Perspectives 2023 (sur la base des hypothèses actuelles de marché²)

La croissance du **chiffre d'affaires de l'exercice 2023** devrait être comprise entre +5% et +7% à taux de change constants, grâce à l'effet combiné de hausses de prix, du mix et des volumes. Nous prévoyons d'améliorer **le résultat d'exploitation ajusté et la marge d'exploitation ajustée au cours de l'exercice 2023**, avec une augmentation de la marge brute, partiellement neutralisée par la poursuite des investissements opérationnels et du soutien à la marque, pour mener à bien notre ambition Horizon et soutenir une croissance rentable à long terme. La génération de flux nets de trésorerie disponible devrait être supérieure à 200 millions d'euros, pour la cinquième année consécutive.

¹ Payable au 31 mai 2023, soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale du 16 mai 2023 – Sur la base de 43 535 621 actions

² Voir hypothèses de marché en Annexe

ÉVÉNEMENTS CLÉS DE L'EXERCICE 2022

<p>Innovation et nouveaux produits</p>	<p>[Janvier] Lancement de l'Intensity Color Change dans des zones géographiques clés, un nouveau feutre d'écriture qui transforme le simple fait d'écrire en une opportunité d'expression de soi créative. [Février] Lancement aux États-Unis de BIC Soleil Escape, nouveau rasoir pour femmes offrant une expérience sensorielle unique et s'inscrivant dans la croissance des soins personnels. [Avril] Lancement du rasoir BIC Click Soleil 5 pour femmes doté d'un nouveau manche, développé par Avient, composé à plus de 40 % de matériaux recyclés. [Juillet] Lancement du briquet BIC Ecolutions aux États-Unis et en France, conçu et fabriqué avec un impact environnemental réduit de 16 % comparé au briquet BIC Maxi classique. [Novembre] Lancement de BIC EasyRinse, un nouveau rasoir inédit pour hommes et femmes, avec un design unique de lame et une technologie anti-obstruction brevetée, disponible en ligne aux États-Unis.</p>
<p>Acquisitions et cessions</p>	<p>[Janvier] Acquisition d'Inkbox, la marque leader du tatouage semi-permanent de haute qualité. [Août] Acquisition de Tattly, un leader de décalcomanies de qualité, qui diversifie ainsi l'offre de BIC sur le marché en plein essor de l'expression artistique sur la peau. [Septembre] Acquisition d'AMI (Advanced Magnetic Interaction), qui renforce les capacités en R&D de BIC dans le domaine de l'Expression numérique.</p>
<p>Responsabilité sociale et environnementale</p>	<p>[Mai] Annonce des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) à l'horizon 2030. [Juin] Déménagement du siège social de Clichy (France) dans un bâtiment certifié BREEAM (<i>Building Research Establishment Environmental Assessment Method</i>). [Décembre] Confirmation de la Note CDP Leadership A- sur le changement climatique. [Décembre] Finalisation du deuxième Programme de rachat d'actions à composante ESG de BIC, dont une partie des fonds est allouée à J-PAL et à la Fondation d'entreprise BIC. [Décembre] BIC parvient à utiliser plus de 70 % de plastique réutilisable, compostable ou recyclable dans ses emballages. BIC est en bonne voie pour atteindre son objectif de 100 % d'ici la fin 2025.</p>
<p>Gouvernance</p>	<p>[Mai] Élection de Nikos Koumettis au Conseil d'Administration de BIC et en tant que Président non exécutif du Conseil d'Administration. Renouvellement du mandat de Gonzalve Bich en qualité d'Administrateur et de Directeur Général.</p>

CROISSANCE SOLIDE DANS TOUTES LES DIVISIONS

Le chiffre d'affaires 2022 du Groupe a augmenté de 11,0 % à base comparable, de 13,8 % à taux de change constants, toutes les divisions et les régions ayant contribué à cette progression. Cette croissance est principalement portée par l'augmentation des volumes, par un mix favorable et par la mise en œuvre des augmentations de prix dans la majorité des régions, comme prévu.

- Le chiffre d'affaires de la division **Human Expression** a augmenté de 16,9 % à taux de change constants, grâce à une croissance élevée à un ou deux chiffres dans toutes les régions clés, portée par les gammes de produits classiques et premium, notamment les stylos à bille, les stylos gel et la gamme Intensity. Le chiffre d'affaires provenant des segments de la Créativité et de l'Expression Digitale a augmenté de plus de 40 % par rapport à 2019, année qui a précédé le lancement du plan Horizon. Une solide exécution commerciale, à la fois en magasins et en ligne dans le monde entier, a permis de réaliser une bonne saison de rentrée scolaire dans les deux hémisphères, avec l'appui d'une meilleure visibilité des produits en magasins et de promotions ciblées consommateurs. Nous avons gagné des parts de marché dans des pays clés (notamment en France avec +1,6 pts, au Royaume-Uni avec +2,1 pts et aux États-Unis avec +0,6 pt) en capitalisant sur notre positionnement rapport qualité/prix, une preuve de la confiance des consommateurs, qu'il s'agisse des instruments d'écriture classiques ou des produits à valeur ajoutée. Les ventes de stylos gel ont plus que doublé au cours des cinq dernières années. Nous avons surperformé le marché, devançant nos concurrents aux États-Unis en 2022. Le Brésil, l'Inde et les pays d'Afrique sont parvenus à dépasser leur niveau d'avant la pandémie, enregistrant une croissance élevée à deux chiffres et de bonnes performances en e-commerce.
- Le chiffre d'affaires de la division **Flame for Life** a progressé de 11,2 % à taux de change constants. Preuve de notre capacité à répondre à la demande des consommateurs et à chaque occasion d'allumer une flamme, nos produits innovants et à valeur ajoutée tels que BIC EZ Reach aux États-Unis, Djeep en Europe et les briquets décorés et utilitaires en Amérique latine ont tous contribué à la croissance du chiffre d'affaires. Les briquets à valeur ajoutée ont ainsi représenté 38 % du chiffre d'affaires 2022 de la division, soit une progression de 2 points d'une année sur l'autre. La croissance dans l'ensemble des régions clés a été portée par i) des gains de distribution tant sur les réseaux de vente traditionnels que dans la grande distribution, ii) des efforts soutenus en promotion, iii) un rapport mix / prix favorable, ouvrant la voie vers un modèle davantage centré sur la valeur. Aux États-Unis, le briquet utilitaire de poche BIC EZ Reach a continué de contribuer à la dynamique de la catégorie, atteignant 5,4 % de parts de marché des briquets de poche, grâce à une distribution accrue sur l'ensemble des réseaux de

distribution et l'effet positif des campagnes de publicité qui se poursuivront en 2023. Le briquet BIC EZ Reach est en bonne voie pour atteindre son objectif de 10 % de parts de marché en valeur en 2025.

- Dans la division **Blade Excellence**, BIC a surperformé sur l'ensemble de ses marchés clés (États-Unis, Europe et Amérique latine), grâce à une solide exécution commerciale et au succès de nos gammes de rasoirs 3 à 5 lames et des rasoirs hybrides. Ces réussites confortent notre objectif de tendre vers une montée en gamme de l'offre BIC. Le chiffre d'affaires de la division a augmenté de 14,6 % à taux de change constants, tiré par de nouveaux produits à valeur ajoutée et innovants dans le monde entier, comme le BIC Soleil Escape aux États-Unis, le BIC Click Soleil 5 en Europe et le BIC Hybrid Comfort 3 au Brésil. Les produits à valeur ajoutée (rasoirs 3 à 5 lames et rasoirs hybrides) ont progressé de +17 % au cours des cinq dernières années. Avec la poursuite de sa montée en puissance tout au long de l'année, l'activité B2B BIC Blade-Tech a contribué à hauteur de 15 % à la croissance totale du chiffre d'affaires de Blade Excellence.

INFLATION DES COUTS ET INVESTISSEMENTS DANS LA CROISSANCE, PARTIELLEMENT COMPENSES PAR UN IMPACT PRIX FAVORABLE ET L'EFFET DE LEVIER OPERATIONNEL LIE A LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

La **marge brute 2022** a baissé de 2,5 points à 48,3 % en publié et de 2,8 points hors acquisition de Inkbox. L'impact négatif résultant de l'inflation des coûts (-5,7 pts) et de l'évolution défavorable des devises (-0,8 pt), principalement lié à la couverture euro/dollar US (-1,1 pt) a été partiellement compensé par i) une meilleure absorption des coûts fixes (+1,5 pt), ii) un effet prix favorable (+2,1 pts) iii) et la contribution positive liée à l'acquisition d'Inkbox (+0,3 pt). La **marge d'exploitation ajustée 2022** s'est élevée à 14,0 %, en baisse de 1,3 pt comparée à celle de 2021 en publié et de 0,6 pt hors impact des acquisitions en 2022. L'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires (+4,3 pts) a été plus que neutralisé par i) la baisse de la marge brute (-2,8 pts), ii) la hausse des dépenses de soutien à la marque (-0,8 pt), et des dépenses d'exploitation et autres (-1,3 pt), iii) ainsi que par l'impact négatif lié aux acquisitions en 2022 (-0,7 pt).

L'**impact de l'inflation des coûts (coûts des matières premières, transport maritime et aérien et électricité)** a pesé à hauteur de 105 millions d'euros sur le résultat d'exploitation ajusté de l'exercice 2022. L'impact a été plus que compensé par l'augmentation des volumes, les ajustements de prix et les économies réalisées. En conséquence, le **résultat d'exploitation ajusté 2022** s'est élevé à 311,7 millions d'euros, en hausse de 11,4 % par rapport à 2021.

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation de l'exercice 2022 ont atteint 300,0 millions d'euros, soutenus par de bonnes performances commerciales. La variation de -29,2 millions d'euros du fonds de roulement s'explique par une augmentation des niveaux d'inventaires (-74,7 M€, dont 45 M€ d'inflation des coûts), en partie compensée par une politique efficace de recouvrement des créances clients et une augmentation des dettes fournisseurs.

Les flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions en 2022 se sont élevés à 203,7 millions d'euros. À fin décembre, la **situation nette de trésorerie** s'est établie à 359,9 millions d'euros et incluait 73,8 millions d'euros payés pour les acquisitions, principalement celle d'Inkbox.

LE PLAN HORIZON EN PLEIN DEPLOIEMENT

La bonne performance sur l'ensemble de l'exercice 2022 s'explique en grande partie par l'exécution de notre plan Horizon.

INNOVATION OUVERTE ET CENTREE SUR LE CONSOMMATEUR

En 2022, BIC a étoffé son portefeuille dans chaque catégorie avec des produits innovants, centrés sur le consommateur et respectueux de l'environnement, conformément aux ambitions du plan Horizon. Dans la division Human Expression, le nouveau feutre d'écriture **BIC Intensity Color Change** a été lancé dans la plupart des zones géographiques, contribuant à la croissance du chiffre d'affaires en Europe et en Amérique latine. Après BIC EZ Reach, le portefeuille de briquets s'est étoffé en 2022, avec le lancement du briquet **BIC Ecolutions** aux États-Unis et en France. Ce briquet unique est conçu avec une baisse de 30 % des émissions de CO₂³ comparé au briquet classique BIC Maxi. Dans la division **Blade Excellence**, le nouveau rasoir pour femmes **BIC Soleil Escape**, qui offre une expérience

³ Le BIC J26 Ecolutions offre une amélioration de 16 % en termes d'impact environnemental (grâce à des matériaux recyclés et biosourcés + l'utilisation d'électricité verte) par rapport aux meilleurs briquets actuels de BIC (J26 Maxi) et bénéficie de programmes de compensation des émissions de CO₂ de 14 %.

sensorielle, a été lancé aux États-Unis. Ce rasoir a rencontré un succès immédiat dès la première année, en devenant n°1 de la catégorie des rasoirs non-rechargeables pour femmes. S'en est suivi le lancement du **BIC Click Soleil 5** en avril, un rasoir pour femmes dont le manche contient 40 % de matériau recyclé et développé par Avient. Enfin, le **BIC EasyRinse** est un nouveau rasoir pour hommes et femmes dont la conception est unique avec inversion de lame et une technologie anti-obstruction brevetée. Commercialisé en ligne au quatrième trimestre 2022 aux États-Unis, il affiche déjà des résultats prometteurs et une excellente notation moyenne de 4,7 sur 5. Le BIC EasyRinse sera progressivement déployé en magasin tout au long de l'année 2023.

E-COMMERCE

L'accent mis sur la progression du e-commerce avec un contenu optimal et une amélioration de l'expérience omnicanale a permis de faire augmenter les ventes en ligne de 10,2 % en 2022, avec une croissance à deux chiffres, toutes régions et divisions confondues. Les ventes ont été tirées par le circuit des *Omniretailers* (près de +30 % de croissance) et les marchés en croissance, avec une performance remarquable enregistrée au Moyen-Orient et en Afrique, ainsi qu'en Amérique latine. BIC a surperformé sur ses principaux marchés en ligne aux États-Unis (Papeterie +1,1 pt en valeur et Rasoirs +1,4 pt en valeur) et en Europe dans la catégorie Papeterie (Royaume-Uni +2,9 pts en valeur et Allemagne +1,0 pt en valeur). L'activité de vente directe au consommateur (www.bic.com) a également affiché une croissance prometteuse, notamment en France, alimentée par le succès des collections de l'emblématique BIC 4-Couleur et de ses éditions limitées.

REVENUE GROWTH MANAGEMENT (RGM)

De solides résultats ont été réalisés dans le domaine du RGM en 2022. Porté par notre profonde détermination à simplifier l'ensemble du portefeuille de produits, le chiffre d'affaires par référence (SKU) a augmenté de 28 %, avec des progrès enregistrés dans les trois divisions et tout en réduisant de 11,7 % le nombre de références, ramené à un nombre total de 4 796 SKUs en 2022. Ces résultats sont le fruit d'efforts conduits sur les marchés clés, France et États-Unis, pour simplifier la division Human Expression et améliorer l'expérience d'achat en magasin.

NOUVELLES ACTIVITES ET CROISSANCE EXTERNE

L'activité B2B **BIC Blade-Tech** a connu une montée en puissance réussie tout au long de l'exercice, avec la signature de trois contrats. Elle a contribué à hauteur de 15 % à la croissance de la division Blade Excellence. Conformément à la stratégie du plan Horizon visant à faire pivoter notre activité Papeterie vers Human Expression et à élargir nos marchés cibles, BIC a acquis **Tattly** en août, une entreprise américaine de décalcomanies de qualité. Tattly vient compléter notre offre sur le segment de l'Expression artistique sur la peau, en ajoutant une marque reconnue de décalcomanies aux marqueurs temporaires BIC BodyMark et aux tatouages semi-permanents Inkbox. Enfin, BIC a acquis **AMI** (Advanced Magnetic Interaction) en septembre, renforçant ainsi ses capacités en R&D dans l'Expression Numérique et accélérant le déploiement de la technologie brevetée d'AMI, notamment par l'activité B2B dans des applications de création numérique et d'électronique grand public.

AVANCEES EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

En 2022, BIC a maintenu le cap vers la création d'un avenir plus durable, qui constitue un pilier fondamental du plan Horizon. En mai 2022, des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) à l'horizon 2030⁴ ont été annoncés, faisant de la réduction des émissions une composante incontournable de la stratégie à long terme de BIC. De même, plusieurs produits centrés sur le consommateur, plus innovants et durables ont été lancés, notamment le rasoir BIC Click Soleil 5 et le briquet BIC Ecolutions. À fin décembre 2022, BIC a réussi à atteindre, dans ses emballages, le taux de 70 % de plastique réutilisable, compostable ou recyclable. BIC est en bonne voie pour atteindre en 2025 son objectif de 100 %.

REMUNERATION DES ACTIONNAIRES CONFORME A LA POLITIQUE D'UTILISATION DE LA TRESORERIE DU PLAN HORIZON

Conformément à la politique d'allocation du capital du plan Horizon, le Conseil d'Administration proposera à la prochaine Assemblée Générale un dividende ordinaire de 2,56 euros par action, soit un ratio de distribution de 50 % et une augmentation de 19,1 % par rapport au dividende versé au titre de l'année 2021. En plus du versement du dividende ordinaire, un programme de rachat d'actions pour un montant maximum de 100 millions d'euros sera exécuté en 2023.

GOVERNANCE

En mai 2022, le Conseil d'Administration a nommé Nikos Koumettis en tant que Président non exécutif du Conseil d'Administration et a renouvelé le mandat de Directeur Général de Gonzalve Bich.

⁴ Niveau de référence de 2019

CHIFFRES CLÉS

GROUPE

<i>en millions d'euros</i>	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Chiffre d'affaires	436,8	526,7	1 831,9	2 233,9
Variation en publié	+6,5%	+20,6%	+12,5%	+21,9%
Variation à base comparable	+0,5%	+9,1%	+12,2%	+11,0%
Variation à taux de change constants	+4,1%	+13,7%	+15,9%	+13,8%
Marge d'exploitation	8,5%	7,9%	24,7%	13,6%
Marge d'exploitation ajustée	7,1%	8,2%	15,3%	14,0%
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,60	0,52	7,02	4,75
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	0,48	0,57	4,29	5,12
Flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions	(26,6)	53,0	205,7	203,7
Position Nette de Trésorerie	400,1	359,9	400,1	359,9

CHIFFRES CLES EXTRA-FINANCIERS

	2021	2022
Émissions de GES (Scope 1, 2 - éq. tCO ₂) - base du marché	35 310	40,244
Émissions de GES (Scope 3 - éq. tCO ₂)	805 000	800,075
% d'électricité renouvelable	79 %	76%
% de matière recyclée ou alternative dans les produits BIC®	4,0 %	5,70 %
% de plastique recyclable, réutilisable ou compostable dans les emballages	59,6 %	70 %
Accidents du travail	58 accidents 40 sites sans aucun accident	70 accidents 50 sites sans aucun accident
Amélioration des conditions d'apprentissage des enfants	158 millions (cumulés)	187 millions (cumulés)

HUMAN EXPRESSION

<i>en millions d'euros</i>	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Volumes en millions d'unités	-	-	5 839,3	6 523,9
% Variation	-	-	+19,5%	+11,7%
Chiffre d'affaires	153,1	175,6	683,8	838,8
Variation en publié	+27,0%	+14,7%	+18,8%	+22,7%
Variation à base comparable	+14,2%	+2,5%	+13,6%	+11,8%
Variation à taux de change constants	+24,5%	+11,4%	+21,3%	+16,9%
Résultat d'exploitation ajusté	(3,5)	(8,9)	36,8	25,4
Marge d'exploitation ajustée	(2,3) %	(5,1) %	5,4%	3,0%

FLAME FOR LIFE

en millions d'euros	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Volumes en millions d'unités	-	-	1 570,8	1 647,4
% Variation	-	-	+12,7%	+4,9%
Chiffre d'affaires	180,4	219,6	718,5	871,6
Variation en publié	+0,9%	+21,7%	+16,2%	+21,3%
Variation à base comparable	(2,3) %	+10,9%	+18,2%	+10,1%
Variation à taux de change constants	(1,6) %	+12,3%	+20,3%	+11,2%
Résultat d'exploitation ajusté	56,0	63,8	270,2	305,5
Marge d'exploitation ajustée	31,0%	29,1%	37,6%	35,0%

BLADE EXCELLENCE

en millions d'euros	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Volumes en millions d'unités	-	-	2 320,3	2 350,9
% Variation	-	-	+2,8%	+1,3%
Chiffre d'affaires	96,2	124,0	401,2	497,0
Variation en publié	(4,4) %	+28,9%	(0,7) %	+23,9%
Variation à base comparable	(7,3) %	+16,4%	+2,5%	+12,7%
Variation à taux de change constants	(6,6) %	+20,6%	+3,0%	+14,6%
Résultat d'exploitation ajusté	6,5	10,1	57,4	66,6
Marge d'exploitation ajustée	6,8%	8,1%	14,3%	13,4%

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

en millions d'euros	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Chiffre d'affaires	436,8	526,7	1 831,9	2 233,9
Marge brute	214,0	243,2	930,8	1 078,0
Taux de marge brute	49,0%	46,2%	50,8%	48,3%
Capacité d'autofinancement (EBITDA)	79,1	72,4	549,3	404,5
Résultat d'exploitation (EBIT)	36,9	41,6	452,0	303,5
Marge d'exploitation	8,5%	7,9%	24,7%	13,6%
Eléments non-récurrents (voir détails en annexe)	(5,7)	1,6	(172,2)	8,2
Résultat d'exploitation ajusté	31,2	43,2	279,8	311,7
Marge d'exploitation ajustée	7,1%	8,2%	15,3%	14,0%

La **marge brute 2022** a baissé de 2,5 points à 48,3 % en publié et de 2,8 points hors Inkbox. L'impact défavorable de l'inflation des coûts (-5,7 pts) et des devises (-0,8 pt), principalement dû à la couverture euro/dollar US (-1,1 pts) a été partiellement neutralisé par i) une meilleure absorption des coûts fixes (+1,5 pts), ii) un effet prix favorable (+2,1 pts), iii) la contribution positive d'Inkbox (+0,3 pt). La **marge d'exploitation ajustée 2022** s'est élevée à 14,0 %, soit une baisse de 1,3 points comparée à celle de 2021 en publié et de 0,6 pt hors impact des acquisitions de 2022. L'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires (+4,3 pts) a été plus que compensé par la hausse des dépenses de soutien à la marque (-0,8 pt), des dépenses d'exploitation et autres (-1,3 pts), ainsi que par l'impact négatif des acquisitions de 2022 (-0,7 pt).

La **marge brute du T4** a diminué de 2,8 pts à 46,2 % en publié et de 2,9 pts hors Inkbox, notamment sous l'effet de l'impact de l'inflation des coûts de production (26 millions d'euros) en partie compensé par les hausses de prix.

La marge d'exploitation ajustée du T4 a augmenté de 1,1 points, notamment par l'effet de levier opérationnel lié à la croissance des ventes et l'impact positif lié à la diminution des coûts de distribution.

L'impact de l'inflation des coûts (coûts des matières premières, transport maritime et aérien et électricité) a pesé à hauteur de 105 millions d'euros sur le résultat d'exploitation ajusté de l'exercice. L'impact a été plus que compensé par l'augmentation des volumes, les ajustements de prix et les économies réalisées. En conséquence, le résultat d'exploitation ajusté 2022 s'est élevé à 311,7 millions d'euros, en hausse de 11,4 % par rapport au précédent exercice.

- La marge d'exploitation ajustée en 2022 de la division Human Expression s'est établie à 3,0 % contre 5,4 % en 2021. Cette baisse s'explique par i) l'inflation des coûts, ii) l'impact des récentes acquisitions et des investissements dans le soutien à la marque, en partie compensés 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 au T4 s'est établie à -5,1 %, contre -2,3 %, en raison de la hausse des coûts de production et des investissements dans le soutien à la marque.
- La marge d'exploitation ajustée en 2022 de la division Flame for Life s'est établie à 35,0 % contre 37,6 % en 2021, sous l'effet de la hausse de l'inflation des coûts et d'investissements plus importants dans le soutien à la marque, avec la campagne publicitaire de BIC EZ Reach aux États-Unis. Cette baisse a été en partie compensée 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 T4 s'est élevée à 29,1 % contre 31,0 % pour le T4 2021 en raison de l'inflation des coûts de production et d'une absorption moins favorable des coûts fixes, en partie compensées par la baisse des investissements dans le soutien à la marque.
- La marge d'exploitation ajustée en 2022 de la division Blade Excellence s'est établie à 13,4 % contre 14,3 % en 2021. L'impact négatif de l'inflation des coûts a été partiellement compensé par l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et par la contribution positive de l'activité B2B BIC Blade-Tech. La marge d'exploitation ajustée du T4 s'est établie à 8,1 % contre 6,8 % au T4 2021. L'amélioration s'explique par le fort impact de l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et par la réduction du soutien à la marque, tous deux en partie compensés par la hausse des coûts de matières premières et d'électricité et par l'absorption défavorable des coûts fixes.

Principaux composants de la variation de la marge d'exploitation (en points)	T1 2022 vs. T1 2021	T2 2022 vs. T2 2021	T3 2022 vs. T3 2021	T4 2022 vs. T4 2021	2022 vs. 2021
• Variation de la marge brute	+0,2	(3,9)	(3,4)	(2,8)	(2,5)
• Soutien à la marque ⁵	(0,5)	(1,8)	(0,8)	+0,2	(0,7)
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses ⁵	+5,4	+1,3	(1,7)	+3,7	+1,9
Variation de la marge d'exploitation ajustée	+5,1	(4,4)	(5,9)	+1,1	(1,3)

RÉSULTAT NET ET RÉSULTAT NET PAR ACTION

en millions d'euros	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Résultat d'exploitation (EBIT)	36,9	41,6	452,0	303,5
Résultat financier	0,5	(9,5)	(4,2)	(12,9)
Résultat avant impôts	37,4	32,1	447,8	290,6
Résultat net part du Groupe	26,7	22,7	314,2	208,9
Résultat net part du Groupe Ajusté⁶	21,5	25,1	191,7	225,2
Résultat net part du Groupe par action ajusté (en euros)	0,48	0,57	4,29	5,12
Résultat net part du Groupe par action (en euros)	0,60	0,52	7,02	4,75

⁵ Soutien à la marque, dépenses d'exploitation et autres dépenses incluent l'impact du levier opérationnel lié au chiffre d'affaires. Les autres dépenses comprennent notamment le transport, la distribution et la R&D

⁶ Cf tableau des Eléments non récurrents en annexe

La baisse du résultat financier de l'exercice 2022 est essentiellement attribuable à l'impact de l'hyperinflation en Argentine enregistrée au T4 2022. Le résultat net part du Groupe s'est établi à 208,9 millions d'euros contre 314,2 millions d'euros en 2021. Le résultat net part du Groupe 2021 bénéficiait de l'impact lié au produit de la vente du siège de BIC à Clichy. Le taux d'imposition effectif de l'exercice 2022 était de 28,1 % contre 29,8 % pour l'année 2021.

SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE en millions d'euros	2021	2022
Situation nette de trésorerie (- 1er janvier)	183,9	400,1
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+280,6	+300,0
• Dont Marge brute d'autofinancement	+410,3	+428,0
• Dont variation du besoin en fonds de roulement	(19,9)	(29,2)
• Autres ⁷	(109,8)	(98,8)
Investissements Industriels ⁸	(74,9)	(96,3)
Dividendes versés	(80,9)	(94,7)
Programme de rachats d'actions	(39,2)	(54,5)
Flux net liés au contrat de liquidité	+0,4	+0,7
Produit de la vente du siège de Clichy	+127,9	-
Produit de la cession de Pimaco	+4,6	1,1
Acquisitions ⁹	(7,2)	(73,8)
Autres éléments	+4,9	(22,7)
Situation nette de trésorerie (- 31 décembre)	400,1	359,9

À fin décembre 2022, la situation nette de trésorerie du Groupe s'élevait à 359,9 millions d'euros. Les flux nets de trésorerie liés à l'exploitation ont été impactés positivement par une marge brute d'autofinancement solide. La hausse du besoin en fonds de roulement s'explique par le montant élevé des inventaires, dont 45 millions d'euros sont imputables à l'inflation des coûts en partie compensée par un recouvrement efficace des créances clients et par la hausse des dettes fournisseurs. La situation nette de trésorerie a également été impactée par les acquisitions d'Inkbox (janvier 2022), Tattly (août 2022) et AMI (septembre 2022).

RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

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

- **Dividende de 2,15 euros par action**, payé en juin 2022
- **54,5 millions d'euros de rachat d'actions** par SOCIÉTÉ BIC à fin décembre 2022, soit **1 005 093** actions rachetées à un prix moyen de 54,23 euros.

TENDANCES OPÉRATIONNELLES PAR DIVISION

HUMAN EXPRESSION (PAPETERIE)

Le chiffre d'affaires 2022 de la division Human Expression a progressé de 16,9 % à taux de change constants et de 11,8 % à base comparable. Au T4, le chiffre d'affaires a augmenté de 11,4 % à taux de change constants et de 2,5 % à base comparable. La croissance a été portée par la performance soutenue de nos marchés clés dont l'Europe, l'Amérique du Nord, l'Inde et tout particulièrement l'Amérique latine.

En Europe, le chiffre d'affaires a progressé de près de 10 %, portée à la fois par les pays d'Europe de l'Ouest (France, Royaume-Uni, Espagne et Italie) et d'Europe de l'Est (Pologne, Roumanie), grâce aux bonnes performances des segments Instruments d'écriture (4 Couleurs) et Créativité (coloriage et gamme Intensity). La croissance a été tirée par i) la reprise des ventes de produits promotionnels par BIC Graphic, ii) les bonnes saisons de rentrée scolaire, iii) et la

⁷ Impôt décaissé et versement au titre des avantages du personnel

⁸ Dont -2,1 millions d'euros en 2022 et +6,0 millions d'euros en 2021 relatif à la variation des dettes fournisseurs d'investissements industriels

⁹ Haco Industries Ltd, Rocketbook et Djeep en 2021, Inkbox, Tattly, AMI, Rocketbook et Djeep en 2022

solide performance des ventes en e-commerce, en hausse à deux chiffres. A l'occasion de la rentrée scolaire en France, nous avons conforté notre position de leader en surperformant le marché pour la 16^e année consécutive. Grâce à notre offre de produits de plus en plus centrée sur les besoins du consommateur, nous avons gagné des parts de marché en 2022 sur les segments de produits classiques et à valeur ajoutée dans tous les pays clés, notamment au Royaume-Uni (+2,1 pts) et en France (+1,6 pts).¹⁰

Aux **États-Unis**, le marché de la papeterie a gagné 0,5 % en valeur¹¹ et BIC s'est imposé comme le gagnant de 2022 en part de marché en valeur, soit +0,6 pt par rapport à ses pairs. Cette surperformance est attribuable aux gains de parts de marché à la fois sur les produits de papeterie classique (porte-mines et stylo à bille) et les produits à valeur ajoutée tels que les stylos gel, qui représentent désormais un quart de la catégorie Papeterie. Le chiffre d'affaires a enregistré une légère hausse à deux chiffres, dynamisé par une bonne saison de rentrée scolaire (ventes aux distributeurs et aux consommateurs) et par la performance de nos produits phares pour la rentrée scolaire, notamment les stylos à bille et les correcteurs. Comparé à un T4 2021 solide marqué par la forte demande des consommateurs après les restrictions liées à l'épidémie de Covid-19, la performance du chiffre d'affaires du T4 2022 a été faible. Nous avons toutefois gagné des parts de marché sur le segment du Gel, avec un gain de 1.3 pt de part de marché chez l'un de nos principaux clients grâce au succès d'un nouvel emballage de stylos dans cette gamme.

L'**Amérique latine** fut le plus grand contributeur à la croissance du chiffre d'affaires total de la division. Le chiffre d'affaires au **Brésil** a enregistré une progression à deux chiffres, tirée par une très bonne saison de rentrée scolaire (vente aux distributeurs), avec une croissance dans tous les segments, des stylos à bille au coloriage. Les segments de l'expression créative comme les marqueurs et le coloriage ont vu leur chiffre d'affaires plus que doubler par rapport à 2021. La performance a également été soutenue par des prix favorables et un contexte de reprise du marché de la papeterie, en croissance à deux chiffres¹². Au **Mexique**, avec la réouverture des écoles, le marché a enregistré une hausse à deux chiffres en valeur. BIC a gagné des parts de marché sur tous les segments clés parmi lesquels les correcteurs, le coloriage et les marqueurs, tirant partie de la reprise de ce marché. Les produits à valeur ajoutée, comme la gamme Intensity et les surligneurs pastel, ont soutenu le chiffre d'affaires avec une croissance de plus de 50 %. De même, la bonne saison de rentrée scolaire avec des campagnes de communication ciblées et de solides performances en e-commerce ont également contribué à la hausse du chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires de **Cello en Inde**, en hausse à deux chiffres, a été tiré par la contribution de l'ensemble des segments de produits, dont notre gamme à valeur ajoutée Butterflow. Cette performance résulte des investissements efficaces dans le soutien à la marque. La croissance a également été dynamisée par la poursuite du rebond du marché de la papeterie (en hausse de 45 % en valeur¹³) et par la solide croissance à deux chiffres de nos ventes en e-commerce, obtenue par un rapport mix/prix favorable.

Dans la **région Moyen-Orient et Afrique**, la progression à deux chiffres du chiffre d'affaires a été portée par une très bonne période de la rentrée scolaire en Afrique du Sud qui n'y avait pas rencontré un tel succès depuis six ans. Le Kenya, le Maroc et la Tunisie ont aussi contribué à la croissance, tirée notamment par les ventes du stylo iconique BIC Cristal.

FLAME FOR LIFE (BRIQUETS)

Le **chiffre d'affaires 2022 de la division Flame for Life** a progressé de 11,2 % à taux de change constants et de 10,1 % à base comparable. Au T4, le chiffre d'affaires a progressé de 12,3 % à taux de change constants et 10,9 % à base comparable. La performance a été portée par l'ensemble des régions clés grâce à la mise en œuvre de hausses de prix, de gains de distribution et le lancement de campagnes publicitaires marquantes.

En **Europe**, le chiffre d'affaires a enregistré une légère croissance à deux chiffres, tirée par la performance soutenue enregistrée dans les pays d'Europe de l'Ouest (France, Belgique, Italie) et les pays d'Europe à stratégie de croissance (Pologne, Allemagne et Turquie) et portée par la reprise dans les circuits traditionnels, les augmentations de prix et l'efficacité des activités promotionnelles. Dans la lignée de notre stratégie visant à évoluer vers un modèle davantage axé sur la valeur, nos produits à valeur ajoutée comme les briquets décorés, les briquets utilitaires et les briquets Djeep ont fortement contribué à la croissance. Le briquet innovant BIC EZ Reach est en cours de lancement en Europe.

Les **États-Unis** ont signé la plus forte contribution à la croissance du chiffre d'affaires en 2022. BIC a maintenu son leadership et a réussi à surperformer le marché total des briquets (en baisse de 9,5 % en volume et de 2,9 % en valeur¹⁴), avec un gain à la fois en volume (+ 2,3 pts) et en valeur (+ 1,0 pt). Les briquets à valeur ajoutée ont gagné 21 % par rapport à l'année précédente et représentent désormais près de 50 % du chiffre d'affaires total des briquets

¹⁰ IRI à fin décembre 2022

¹¹ À fin décembre 2022 - NPD

¹² À fin novembre 2022 - Nielsen, grande distribution seulement 16 % de couverture du marché

¹³ Markt Pulse à fin novembre 2022

¹⁴ À fin décembre 2022 - IRI, couverture du marché estimée à 70 %

aux États-Unis. Notre briquet utilitaire de poche, **BIC EZ Reach**, a rencontré un fort succès tout au long de l'année pour atteindre 5,4 % de part de marché en valeur (+ 1,1 pt par rapport à l'année dernière) grâce à l'essor de sa distribution qui atteint 100 % de sa capacité auprès de certains détaillants clés. Les campagnes de publicité avec Martha Stewart et Snoop Dogg ont continué à dynamiser la performance et les plans médias prometteurs avec le légendaire Willie Nelson en 2023 devraient encore accroître la visibilité et l'usage de ce produit. Fidèles à l'objectif du plan Horizon d'être présent à toute occasion d'allumer une flamme, nous avons également réussi à gagner des parts de marché sur le segment des briquets utilitaires, avec une hausse de 4,6 points en valeur par rapport à il y a trois ans avant la pandémie.

Les résultats solides de l'**Amérique latine**, affichant une hausse à deux chiffres du chiffre d'affaires, ont sensiblement contribué à la croissance de la division. **Au Brésil**, nous avons surperformé le marché avec un gain de part de marché de 1,8 points en valeur par rapport à 2019 (avant la pandémie)¹⁵, grâce aux gains de distribution, à une visibilité accrue et à des plans médias efficaces, comme la campagne pour le briquet iconique J6 Maxi dans les régions qui utilisent encore beaucoup les allumettes. La demande de briquets décorés a gagné 50 % en valeur et les briquets utilitaires, désormais fabriqués localement sur le site de Manaus, ont connu une belle progression, illustrée par un TCAC¹⁶ de + 21 % sur les trois dernières années (croissance du chiffre d'affaires 2022 / 2019), surpassant les niveaux d'avant la pandémie. La croissance du chiffre d'affaires a été portée par la forte demande d'utilisation de flammes, par les barrières importantes à l'importation de briquets et par une augmentation réussie des prix.

BLADE EXCELLENCE (RASOIRS)

Le **chiffre d'affaires 2022 de la division Blade Excellence** a progressé de 14,6 % à taux de change constants et de 12,7 % à base comparable. Au T4, le chiffre d'affaires a gagné 20,6 % à taux de change constants et 16,4 % à base comparable. La performance globale a été portée par les segments à valeur ajoutée dont les résultats ont été particulièrement soutenus en Europe, mais aussi en Amérique latine et aux États-Unis. Notre segment 5 lames a connu à lui seul une progression solide au cours des cinq dernières années, affichant un TCAC de 14,2 % (entre 2017 et 2022).

En **Europe**, BIC a gagné des parts de marché en France (+1,9 pts en valeur) et au Royaume-Uni (+0,2 pt en valeur)¹⁷ grâce au succès des produits 3 lames sur les segments féminin et masculin. Le chiffre d'affaires a enregistré une progression à deux chiffres, portée par l'ensemble des segments (gammes Flex et Soleil). Les ventes des produits 5 lames (Flex 5) ont notamment augmenté de près de 30 %. Nous avons poursuivi l'effort de gains de distribution, en particulier dans les pays de l'Est (Roumanie, Pologne, Grèce) où nous avons gagné des parts de marché de manière significative, grâce à des opérations promotionnelles efficaces. Nos produits à valeur ajoutée les plus récents, tels BIC Soleil Click 5 et BIC Bamboo, ont tiré la croissance.

Aux **États-Unis**, BIC a surperformé le marché des rasoirs non-rechargeables (+0,3 pt en valeur)¹⁸ porté par le segment féminin sur lequel nous sommes devenus la marque n°1 auprès de l'un de nos principaux clients, avec une part de 36 % en valeur; grâce à nos rasoirs à valeur ajoutée tels que BIC Simply Soleil (3 lames) et BIC Soleil Sensitive Advanced (5 lames), qui ont été choisis par les consommateurs pour leur bon rapport qualité/prix. Notre nouveau rasoir innovant, **BIC Soleil Escape**, a déjà atteint 2,7 % du segment féminin ; il est devenu l'article phare de l'ensemble de la catégorie des rasoirs non-rechargeables, succès remarquable après une année de lancement. Les projets visant à étendre la gamme parfumée Soleil Escape sur les segments 4 et 5 lames, répondent à la tendance des consommateurs de prendre soin d'eux-mêmes et à leur préférence pour des produits à valeur ajoutée. Le pré-lancement en ligne du rasoir **BIC EasyRinse** au T4 a donné des premiers résultats prometteurs, avec pour preuve une notation moyenne de 4,7/5.

Le chiffre d'affaires de l'**Amérique latine**, en progression à deux chiffres, a contribué de manière significative à la croissance de la division. Notre stratégie de montée en gamme **au Brésil et au Mexique** a porté ses fruits et notre offre de produits 3 lames a enregistré une solide croissance à deux chiffres dans ces deux pays. Au **Brésil**, après quatre ans de gains de parts de marché, nous avons une nouvelle fois surpassé le marché (+1,2 pt en valeur)¹⁹ grâce aux produits à valeur ajoutée féminins et masculins. Sur le segment féminin notamment, BIC a tiré la croissance, gagnant 1,6 points grâce au succès des campagnes publicitaires comme *BIC Soleil Summer Plan*. Au **Mexique**, nous avons également gagné des parts de marché (+0,4 pt en valeur) dans un marché en hausse d'environ 5% en valeur. Le chiffre d'affaires a été tiré par des gains de distribution sur les circuits traditionnels pour BIC Comfort 3 et par des campagnes promotionnelles efficaces pour les gammes hybrides et Soleil dans la grande distribution. Ainsi, le rasoir BIC Comfort 3 Hybrid est n°1 dans la grande distribution, suivi par BIC Simply Soleil.

¹⁵ À fin décembre 2022 - Nielsen

¹⁶ Taux de Croissance Annuel Composé

¹⁷ À fin décembre 2022, Nielsen

¹⁸ À fin décembre 2022 - IRI

¹⁹ À fin décembre 2022 pour le Brésil et le Mexique - Nielsen, couverture estimée à 62 %

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE BIC - MISE À JOUR CONCERNANT LES ENGAGEMENTS À HORIZON 2025 DE WRITING THE FUTURE, TOGETHER

CREER DE LA VALEUR A LONG TERME POUR TOUTES LES PARTIES PRENANTES.

	Objectifs 2025	Réalisations 2022
FAVORISER L'INNOVATION DURABLE DANS LES PRODUITS BIC®	100 % des emballages en plastique réutilisable, recyclable ou compostable 20 % de plastique recyclé ou alternatif utilisé dans les produits BIC®	70 % de plastique recyclable, réutilisable ou compostable dans les emballages 5,70 % de matière recyclée ou alternative dans les produits BIC®
AGIR CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE	100% d'électricité renouvelable	76% d'électricité renouvelable
S'ENGAGER POUR LA SECURITE AU TRAVAIL	zéro accident sur l'ensemble des sites	70 déclarations d'accidents ²⁰ 50 sites sans aucun accident
IMPLIQUER DE MANIERE PROACTIVE LES FOURNISSEURS	BIC continuera à travailler de manière responsable avec ses fournisseurs stratégiques pour un approvisionnement le plus sûr, le plus innovant et efficace possible	65,5 % des fournisseurs stratégiques ont intégré le programme d'achats responsables
AMELIORER LES CONDITIONS DE VIE PAR L'EDUCATION	BIC améliorera les conditions d'apprentissage de 250 millions d'enfants dans le monde	187 millions d'enfants dans le monde (en cumulé)

Conformément à notre démarche de développement durable, nous avons lancé tout au long de l'année 2022 plusieurs produits innovants avec des bénéfices environnementaux et avons franchi une étape supplémentaire vers la réduction de notre empreinte carbone :

- En avril, BIC a rejoint le projet ABSolEU aux côtés d'acteurs de la recherche et de l'industrie. Ce projet a pour objet d'améliorer la connaissance du recyclage du plastique ABS21 et d'engager une révolution du recyclage de ce plastique au sein de l'Union européenne.
- En mai, nous avons annoncé nos objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) pour 2030²², accélérant ainsi notre engagement en faveur du développement durable dont la réduction des GES est devenue une composante clé de la stratégie à long terme de BIC. Dans la lignée des obligations 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 consiste à réduire de 5 % nos émissions de GES d'ici 2030, dont -30 % pour la division Flame for Life.
- En juin :
 - BIC a obtenu le statut « Prime » d'ISS ESG pour l'évaluation de la réalité ESG de l'entreprise qui répond aux exigences de performance holistiques en matière de développement durable, sur la base d'une analyse de plus de 100 facteurs ESG spécifiques au secteur et évalués par référence aux pairs du secteur. Par ailleurs, BIC a été intégré à l'indice Vérité 40 d'Axylia pour 2022, attestant de la capacité de l'entreprise à couvrir sa « facture CO2 » et à continuer à créer une valeur durable.
 - BIC a atteint plus de 70 % de plastique recyclable, réutilisable ou compostable dans ses emballages et est en bonne voie pour honorer son objectif de 100 % en 2025.
 - Le siège social de BIC (Clichy) est certifié BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*).
- En novembre, BIC a organisé sa Semaine Mondiale de l'Éducation. Pour la cinquième année, cette initiative caritative a été marquée par un don de trois millions d'instruments d'écriture et autres fournitures scolaires essentielles à des écoles dans le besoin et ce, dans le monde entier.
- En décembre :
 - BIC a confirmé sa note CDP Leadership A 2022 sur le changement climatique
 - BIC a réalisé son deuxième programme de rachat d'actions à composante ESG pour un montant de 39,2 millions d'euros. Une partie des fonds a été allouée à J-PAL et l'autre partie à la Fondation d'entreprise BIC.
- Fin 2022, grâce à notre partenariat avec TerraCycle®, nous avons collecté plus de 73,3 millions de stylos usagés et donné 854 000 euros en dons.
- Les notations extra-financières de 2022 étaient les suivantes : « AAA » MSCI ; « Prime » d'ISS pour la gouvernance ESG ; et « ISS ESG 1 Quality » dans la catégorie environnement.

²⁰ Salariés BIC et temporaires

²¹ Acrylonitrile butadiène styrène

²² Base 2019

HYPOTHÈSES DE MARCHÉ 2023

Nos perspectives 2023 sont fondées sur les **hypothèses de marché suivantes** ²³: **Tendances de marchés (en valeur)** :

- **Europe** :
 - Papeterie : stabilité ou légère baisse (*flat to low*)
 - Briquets : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Rasoirs : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
- **États-Unis** :
 - Papeterie : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Briquets de poche : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Rasoirs non-rechargeables : baisse légère à modérée (*Low to mid-single-digit*)
- **Amérique latine** :
 - Papeterie : hausse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Briquets : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Rasoirs : stabilité ou légère hausse (*flat to low*)
- **Inde** : Papeterie : hausse modérée à élevée (*mid to high-single-digit*)

Résultat d'exploitation :

- **Marge brute** :
 - Augmentation des volumes, des prix et du mix
 - Hausse des coûts des matières premières et du transport aérien et maritime
 - Effet de change favorable
 - Optimisation du processus de production
- **Résultat d'exploitation (EBIT) ajusté**
 - Expansion de la marge brute
 - 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 et de l'innovation

Flux de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions :

- Environ 110 à 120 millions d'euros d'investissements industriels

Devise : Taux de couverture USD-EUR 2023 : 1,08

ÉVÈNEMENTS MARQUANTS ET GOUVERNANCE 2022

21 janvier : Lancement du programme de rachat d'actions à composante ESG de BIC (39 millions d'euros)

1^{er} février : Clôture de l'acquisition d'Inkbox, marque leader de tatouage semi-permanent de haute qualité

18 mai : Nomination de Nikos Koumettis au Conseil d'Administration de BIC puis Président non-exécutif.

Renouvellement du mandat de Directeur Général de Gonzalve Bich. Renouvellement des mandats d'Elizabeth Bastoni comme Présidente du Comité des Rémunérations et des Nominations, Présidente du Comité de la Gouvernance et de la RSE, ainsi que de Maëlys Castella comme Présidente du Comité d'Audit

19 mai : BIC annonce ses objectifs de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES)

21 juin : BIC salué pour son engagement sur la voie d'un avenir plus durable

2 août : Acquisition de Tattly, marque de décalcomanies de premier plan, pour diversifier l'offre de BIC sur le marché en plein essor de l'expression artistique sur la peau.

6 septembre : Clôture de l'acquisition de la société AMI, (Advanced Magnetic Interaction) renforçant ainsi les capacités R&D de BIC dans l'Expression Numérique.

23 décembre : finalisation du programme de rachat d'actions à composante ESG.

²³ Euromonitor et estimations BIC

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

CHIFFRE D'AFFAIRES DU T4 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE	T4 2021	T4 2022	% En publié	% A taux de change constants	% A base comparable
<i>En millions d'euros</i>					
Groupe	436,8	526,7	+20,6%	+13,7%	+9,1%
Europe	123,1	139,1	+13,0%	+11,5%	+10,5%
Amérique du Nord	177,9	219,1	+23,2%	+10,2%	+7,5%
Amérique latine	77,4	102,4	+32,3%	+27,1%	+8,9%
Moyen-Orient et Afrique	29,2	34,4	+17,6%	+14,5%	+14,5%
Asie et Océanie (Inde inclue)	29,2	31,8	+8,7%	+8,5%	+8,5%

CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE	2021	2022	% En publié	% A taux de change constants	% A base comparable
<i>En millions d'euros</i>					
Groupe	1 831,9	2 233,9	+21,9%	+13,8%	+11,0%
Europe	570,6	636,7	+11,6%	+11,1%	+10,9%
Amérique du Nord	779,0	954,9	+22,6%	+9,2%	+6,7%
Amérique latine	275,9	390,6	+41,6%	+30,1%	+20,1%
Moyen-Orient et Afrique	111,7	136,4	+22,1%	+16,6%	+16,6%
Asie et Océanie (Inde inclue)	94,8	115,3	+21,7%	+17,0%	+17,0%

CHIFFRE D'AFFAIRES DU T4 PAR DIVISION	T4 2021	T4 2022	% En publié	Impact de change ²⁴ (en points)	Changement de Périmètre ²⁵ (en points)	Impact de l'Argentine ²⁶ (en points)	% À base comparable
<i>En millions d'euros</i>							
Groupe	436,8	526,7	+20,6%	+8,9	+1,5	+1,1	+9,1%
Human Expression - Papeterie	153,1	175,6	+14,7%	+6,0	+4,2	+2,0	+2,5%
Flame for Life - Briquets	180,4	219,6	+21,7%	+10,6	(0,0)	+0,2	+10,9%
Blade Excellence - Rasoirs	96,2	124,0	+28,9%	+10,6	(0,0)	+1,9	+16,4%
Autres Produits	7,1	7,5	+5,9%	(0,5)	(0,0)	(0,0)	+6,4%

CHIFFRE D'AFFAIRES 2022 PAR DIVISION	2021	2022	% En publié	Impact de change (en points)	Changement de Périmètre (en points)	Impact de l'Argentine (en points)	% À base comparable
<i>En millions d'euros</i>							
Groupe	1 831,9	2 233,9	+21,9%	+8,8	+1,4	+0,7	+11,0%
Human Expression - Papeterie	683,8	838,8	+22,7%	+6,7	+3,0	+1,2	+11,8%
Flame for Life - Briquets	718,5	871,6	+21,3%	+10,6	(0,0)	+0,6	+10,1%
Blade Excellence - Rasoirs	401,2	497,0	+23,9%	+10,2	(0,0)	+1,0	+12,7%
Autres Produits	28,4	26,6	(6,4)%	(0,2)	(0,0)	(0,0)	(6,2)%

²⁴ Impact des devises excluant le Peso argentin (ARS)

²⁵ Principalement acquisition d'Inkbox

²⁶ Voir Glossaire

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR DIVISION				
	T4 2021	T4 2022	2021	2022
<i>En millions d'euros</i>				
Groupe	36,9	41,6	452,0	303,5
Marge en %	8,5%	7,9%	24,7%	13,6%
Human Expression – Papeterie	(0,9)	(9,7)	41,0	21,3
Marge en %	(0,6) %	(5,5) %	6,0%	2,5%
Flame for Life – Briquets	56,1	63,3	268,5	304,0
Marge en %	31,1%	28,8%	37,4%	34,9%
Blade Excellence – Rasoirs	5,4	9,8	56,2	64,1
Marge en %	5,6%	7,9%	14,0%	12,9%
Autres produits	(1,3)	1,0	(5,2)	(2,8)
Coûts non alloués	(22,4)	(22,8)	91,6	(83,0)

Les coûts non alloués de l'exercice 2022 sont principalement liés aux coûts centraux. Les coûts non alloués de l'exercice 2021 comprennent une plus-value de vente du siège social de Clichy s'élevant à 167,7 millions d'euros.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR DIVISION AJUSTE				
	T4 2021	T4 2022	2021	2022
<i>En millions d'euros</i>				
Groupe	31,2	43,2	279,8	311,7
Marge en %	7,1%	8,2%	15,3%	14,0%
Human Expression – Papeterie	(3,5)	(8,9)	36,8	25,4
Marge en %	(2,3) %	(5,1) %	5,4%	3,0%
Flame for Life – Briquets	56,0	63,8	270,2	305,5
Marge en %	31,0%	29,1%	37,6%	35,0%
Blade Excellence – Rasoirs	6,5	10,1	57,4	66,6
Marge en %	6,8%	8,1%	14,3%	13,4%
Autres produits	(1,5)	1,0	(5,5)	(2,8)
Coûts non alloués	(26,2)	(22,8)	(79,1)	(83,0)

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) (en %)				
	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Périmètre	+2,6	+1,5	+2,9	+1,4
Devises	+2,9	+8,9	(2,8)	+8,8
Dont USD	+1,6	+5,5	(2,1)	+5,7
Dont BRL	+0,1	+1,6	(0,7)	+1,3
Dont MXN	+0,2	+1,0	+0,1	+0,7
Dont CAD	+0,2	+0,1	+0,1	+0,3
Dont ZAR	+0,2	(0,0)	+0,1	+0,0
Dont INR	+0,1	+0,0	(0,1)	+0,2
Dont RUB et UAH	+0,2	+0,7	(0,2)	+0,6

Sensibilité USD-EUR sur le chiffre d'affaires et le résultat avant impôts		
	2021	2022
Variation de +/- 5% de l'impact de l'USD sur le chiffre d'affaires	2.1	2.1
Variation de +/- 5% de l'impact de l'USD sur le résultat avant impôts	0.8	1.2

Éléments non récurrents	T4 2021	T4 2022	2021	2022
<i>en millions d'euros</i>				
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	(167,7)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	(3,0)	-
Coûts de restructuration liés au plan de transformation	-	-	+4,2	-
Ajustement favorable des pensions en France, Royaume-Uni et défavorable en Grèce	(6,9)	-	(6,9)	-
Coûts d'acquisition et ajustement de prix Rocketbook/Djeep	+1,2	+1,6	+1,2	+5,2
Dépréciation des opérations en Ukraine	-	-	-	+3,0

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ	T4 2021	T4 2022	2021	2022
<i>en millions d'euros</i>				
Chiffre d'affaires	436,8	526,7	1 831,9	2 233,9
Coût des ventes	222,8	283,5	901,1	1 155,9
Marge brute	214,0	243,2	930,8	1 078,0
Charges administratives et autres charges d'exploitations	177,1	201,6	478,8	774,5
Résultat d'exploitation (EBIT)	36,9	41,6	452,0	303,5
Résultat financier	0,5	(9,5)	(4,2)	(12,9)
Résultat avant impôts	37,4	32,1	447,8	290,6
Impôts	(10,7)	(9,3)	(133,6)	(81,7)
Résultat net part du Groupe	26,7	22,7	314,2	208,9
Résultat net part du Groupe par action (en euros)	0,60	0,52	7,02	4,75
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	44 778 191	43 974 525	44 778 191	43 974 525

BILAN RÉSUMÉ en millions d'euros	31 décembre 2021	31 décembre 2022
ACTIF		
Immobilisations corporelles nettes	588,8	612,6
Immeubles de placement	1,9	1,6
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	322,1	407,4
Autres actifs non courants	157,3	162,9
Actif non courant	1 070,1	1 184,5
Stocks et en-cours	490,2	588,3
Clients et autres créances	418,2	414,7
Autres actifs courants	46,7	62,4
Autres actifs financiers courants et instruments dérivés	1,7	17,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie	468,9	416,3
Actif courant	1 425,7	1 499,0
TOTAL DE L'ACTIF	2 495,8	2 683,5
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES		
Capitaux propres	1 723,8	1 876,3
Emprunts et dettes financières non courants	23,8	42,8
Autres dettes non courantes	181,9	159,3
Passif non courant	205,7	202,1
Fournisseurs et comptes rattachés	149,1	181,1
Emprunts et dettes financières courants	76,3	76,5
Autres dettes courantes	340,9	347,4
Passif courant	566,3	605,1
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	2 495,8	2 683,5

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT en millions d'euros	2021	2022
Besoin de fonds de roulement	488,3	562,6
Dont stocks	490,2	588,3
Dont clients et autres créances	418,2	414,7
Dont fournisseurs et comptes rattachés	(149,1)	(181,1)

TABLEAUX DES FLUX DE TRÉSORERIE		
<i>en millions d'euros</i>	2021	2022
Résultat net de l'ensemble consolidé	314,2	208,9
- Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine	1,9	8,0
- Amortissements et provisions	113,3	128,2
- (Plus)/moins-values de cessions d'actifs	(170,6)	(1,4)
- Autres	151,4	84,3
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION	410,3	428,0
(Augmentation) / diminution du fonds de roulement net courant	(20,0)	(29,2)
- Autres	(109,7)	(98,8)
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION (A)	280,6	300,0
- Investissements ²⁷ industriels	(74,9)	(96,3)
- Achat/Vente d'autres actifs financiers courants	-	-
- Vente du site de Clichy	127,9	-
- Cession de Pimaco	4,6	1,1
- Acquisitions	(7,2)	(73,8)
- Autres	7,0	(3,5)
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT (B)	57,6	(172,5)
- Dividendes payés	(80,9)	(94,7)
- Emprunts/(Remboursements) / (Prêts)	(12,0)	(5,0)
- Rachat d'actions net des exercices de stock-options	(38,8)	(53,8)
- Autres	(16,6)	(21,6)
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT (C)	(148,3)	(175,2)
VARIATION DES FLUX NETS DE TRESORERIE, NETTE DES DECOUVERTS BANCAIRES (A+B+C)	189,9	(47,6)
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)	189,9	(47,6)
- Différence de change	13,8	(5,6)
TRESORERIE ET EQUIVALENT DE TRESORERIE A LA FERMETURE, NET DES DECOUVERTS BANCAIRES	468,4	415,2

RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ				
<i>en millions d'euros</i>	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Résultat d'exploitation	36,9	41,6	452,0	303,5
Coûts de restructuration liés au plan de transformation	-	-	+4,2	-
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	(167,7)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	(3,0)	-
Coûts d'acquisition et ajustement de prix Rocketbook/Djeep	+1,2	+1,6	+1,2	+5,2
Ajustement favorable des pensions en France, Royaume-Uni et défavorable en Grèce	(6,9)	-	(6,9)	-
Dépréciation des opérations en Ukraine	-	-	-	+3,0
Résultat d'exploitation ajusté	31,2	43,2	279,8	311,7

²⁷ Dont -2,1 millions d'euros en 2022 et +6.0 millions d'euros en 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION AJUSTÉ en millions d'euros	T4 2021	T4 2022	2021	2022
Résultat net part du Groupe par action	0,60	0,52	7,02	4,75
Coûts de restructuration (plan de transformation)	-	-	+0,07	-
Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine	-	+0,03	+0,04	+0,18
Plus-value de la vente du siège de Clichy	(0,04)	-	(2,72)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	(0,04)	-
Coûts d'acquisition	+0,03	+0,02	+0,03	+0,13
Rocketbook & Djeep	(0,11)	-	(0,11)	-
Dépréciations des opérations en Ukraine	-	-	-	+0,06
Résultat net part du Groupe par action ajusté	0,48	0,57	4,29	5,12

RÉCONCILIATION DE LA POSITION NETTE DE TRÉSORERIE	31 décembre 2021	31 décembre 2022
<i>en millions d'euros - nombres arrondis</i>		
Trésorerie et équivalents de trésorerie ⁽¹⁾	+468,9	+422,9
Emprunts et dettes financières courants (2) ^[1]	(63,9)	(63,0)
Emprunts et dettes financières non courants (3)	(4,9)	-
POSITION NETTE DE TRÉSORERIE (1) - (2) - (3)	400,1	359,9

[1] A l'exception des dettes financières sous IFRS 16

RÉCONCILIATION DE LA GÉNÉRATION DE FLUX NETS DE TRÉSORERIE DISPONIBLE	31 décembre 2021	31 décembre 2022
<i>en millions d'euros - nombres arrondis</i>		
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation (1)	280,6	300,0
Investissements industriels (2)	(74,9)	(96,3)
Génération de flux nets de trésorerie disponible hors acquisitions et cessions (1) - (2)	205,7	203,7

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
Juillet 2022	57 250	55,95	3,1
Août 2022	111 305	58,07	6,5
Septembre 2022	91 350	57,58	5,3
Octobre 2022	46 918	65,45	3,1
Novembre 2022	64 035	60,10	3,8
Décembre 2022	60 734	63,87	3,9
Total	1 005 093	54,23	54,5

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 31 décembre 2022, le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 43 952 226 actions, représentant :

- 64 927 313 droits de vote,
- 64 510 708 droits de vote nets des actions privées de droits de vote

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle au 31 décembre 2022 est de 416 605.

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
- **Croissance organique ou Base comparable** : signifie à taux de change et périmètre constants. Les montants à périmètre constant excluent l'impact 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
- **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.
- **Flux nets de trésorerie disponible (Free Cash Flow)** : variation nette de la trésorerie liée à l'exploitation, moins les dépenses d'investissement. Les flux nets de trésorerie disponible n'incluent 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 SOCIÉTÉ BIC au 31 décembre 2022 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 14 février 2023. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site web www.bic.com. Les Commissaires aux comptes du Groupe ont en grande partie achevé leurs diligences d'audit sur ces comptes consolidés et le rapport d'audit relatif à la certification de ces comptes sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins du dépôt du document d'enregistrement universel. 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.

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®, Djeep, Lucky Stationery, Rocketbook, Soleil®, Tipp-Ex®, Us.™, Wite-Out®, Inkbox et plus encore. En 2022, le chiffre d'affaires de BIC était de 2 233,9 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://corporate.bic.com> ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#), or [YouTube](#).

Plus d'informations sur le plan stratégique Horizon sont disponibles dans nos newsletters investisseurs

Gonzalve Bich, Directeur Général et Chad Spooner, Directeur Financier commenteront **les résultats annuels et du T4 2022** lors d'une conférence téléphonique et d'un webcast **mercredi 15 février 2023, à 8h30 heure de Paris :**

- Pour participer au webcast : https://channel.royalcast.com/bic/#!/bic/20230215_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

Investor Relations team
investors.info@bicworld.com

Michèle Ventura
Investor Relations Senior Manager
michele.ventura@bicworld.com

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

AGENDA 2023

TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER

Résultats du T1 2023	25 avril 2023 (après clôture du marché)
Assemblée Générale 2022	16 mai 2023
Résultats du T2 et S1 2023	26 juillet 2023 (après clôture du marché)
Résultats du T3 et 9M 2023	26 octobre 2023 (après clôture du marché)