

# RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION POUR L'EXERCICE 2004

Mesdames, Messieurs, chers actionnaires,

Dans ce rapport, votre Conseil d'Administration présente un résumé de l'activité du Groupe durant l'exercice 2004 et évoque ses perspectives d'avenir.

BIC est l'un des leaders mondiaux sur les marchés des articles de papeterie, du briquet et du rasoir. Nos produits sont vendus à l'échelle mondiale dans plus de 160 pays. Parmi les canaux de distribution figurent les papeteries, les débits de tabac, les grandes surfaces, les magasins de proximité, les distributeurs de fournitures de bureau, les grossistes et "cash and carry".

La stratégie de développement du Groupe s'articule selon trois axes, tous destinés à répondre aux besoins des clients et des consommateurs de plus en plus internationaux :

- 1) la constante amélioration et l'expansion géographique sélective de nos produits classiques ;
- 2) le développement de nouveaux produits à plus forte valeur ajoutée ;
- 3) et les efforts soutenus pour améliorer la productivité.

Selon cette stratégie, les principaux efforts opérationnels du Groupe BIC et événements majeurs pour l'année 2004, peuvent être résumés comme suit :

- Le Groupe a réalisé deux acquisitions : Stypen en France et BIC Kosaido KK au Japon ;
- BIC a gagné des parts de marché dans les activités papeterie et briquets à travers le monde ;
- Dans un marché fortement concurrentiel, les rasoirs ont affiché une croissance, grâce notamment au lancement réussi du rasoir trois-lames pour femme BIC® Soleil™. Les ventes de trois-lames représentent aujourd'hui 20 % des ventes en valeur de cette activité ;

- Les marchés américains ont affiché de très bonnes performances avec des progressions tant en Amérique du Nord qu'en Amérique latine ;
- Les ventes européennes sont en recul, notamment dans le secteur des briquets en raison de la concurrence des produits importés d'Asie ;
- En 2004, les taux de change (US dollar / euro) ont eu un impact défavorable de 5,3 points de croissance sur le chiffre d'affaires consolidé ;
- Restructuration aux États-Unis : en avril 2004, BIC a annoncé l'arrêt de la production des stylos à bille BIC® et rasoirs BIC® de Milford, Connecticut, États-Unis, ainsi que la fermeture de son usine Sheaffer® de Fort Madison, Iowa, États-Unis, fin 2006. L'impact estimé sur le compte de résultat du Groupe BIC est d'environ 65 millions de dollars américains pour une économie annuelle attendue de 25 millions de dollars américains. Le Groupe prévoit de commencer à réaliser des économies dès 2005. Ces dépenses de restructuration ont affecté le résultat avant impôt 2004 à hauteur de 51 millions de dollars américains (40 millions d'euros).

De par le monde, BIC continue d'investir dans le développement de sa marque, de capitaliser sur cet atout précieux pour renforcer sa reconnaissance et sa notoriété auprès de ses clients et de ses consommateurs tant sur les marchés développés qu'émergents. Notre objectif est de produire efficacement à un coût réduit, soit en interne avec nos propres technologies soit, dans une moindre mesure, en faisant appel à la sous-traitance pour accroître notre flexibilité ou pour profiter de nouvelles technologies. Cette stratégie va de pair avec notre engagement d'atteindre partout dans le monde un niveau de service aux clients exceptionnel tout en augmentant la productivité et l'efficacité de nos opérations.

## Chiffre d'affaires du Groupe BIC 2002-2004 par zone géographique

en millions d'euros	2002	2003	2004	Variation 2004/2003	Sur une base comparable <sup>(1)</sup>
Europe de l'Ouest	457,1	444,5	452,4	+ 1,8 %	- 1,7 %
Amérique du Nord et Océanie	718,7	637,4	640,3	+ 0,5 %	+ 8,6 %
Amérique latine	194,5	175,5	182,1	+ 3,8 %	+ 14,1 %
Europe de l'Est, Moyen-Orient, Afrique et Asie	121,3	102,7	111,6	+ 8,7 %	+ 8,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>1 491,6</b>	<b>1 360,1</b>	<b>1 386,4</b>	<b>+ 1,9 %</b>	<b>+ 6,0 %</b>

## Comparaison des chiffres clés : 2002-2004

### GRUPE BIC

en millions d'euros	2002	2003	2004	Variation 2004/2003	Sur une base comparable <sup>(1)</sup>
Chiffre d'affaires	1 491,6	1 360,1	1 386,4	+ 1,9 %	+ 6,0 %
<b>MARGE BRUTE D'EXPLOITATION</b>	<b>830,2</b>	<b>742,6</b>	<b>741,7</b>	<b>- 0,1 %</b>	<b>+ 3,6 %</b>
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>252,5</b>	<b>209,0</b>	<b>215,1</b>	<b>+ 2,9 %</b>	<b>+ 10,3 %</b>
Résultat financier	(18,6)	(8,9)	(7,8)	- 12,4 %	- 17,8 %
Quote-part des SME	(1,1)	0,6	0	NS	NS
Autres produits/(charges)	(8,6)	(10,4)	(33,9)	x 3,3	x 3,5
Amortissement des écarts d'acquisition	(10,7)	(11,3)	(13,9)	+ 23,1 %	+ 27,5 %
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>213,5</b>	<b>179,0</b>	<b>159,5</b>	<b>- 10,9 %</b>	<b>- 4,1 %</b>
Impôt sur les bénéfices	(81,4)	(68,3)	(60,4)	- 11,6 %	- 6,2 %
Intérêts minoritaires	(5,4)	(0,4)	(0,2)	- 55,1 %	- 51,3 %
<b>RÉSULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>126,7</b>	<b>110,3</b>	<b>98,9</b>	<b>- 10,3 %</b>	<b>- 2,6 %</b>
<b>RÉSULTAT NET PAR ACTION (EN EUROS)</b>	<b>2,23</b>	<b>2,03</b>	<b>1,87</b>	<b>- 7,8 %</b>	<b>+ 0,2 %</b>
Nombre d'actions*	56 743 634	54 393 854	52 882 591		

\* Nombre d'actions moyen en circulation net des actions propres non affectées sur la période.

(1) Pour l'exercice 2004, les chiffres à données comparables ne prennent pas en compte les résultats et les ventes additionnels générés par les acquisitions de DAPE 74 Distribution en France (consolidé depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2004), de BIC Kosaido KK au Japon (consolidé depuis le 1<sup>er</sup> avril 2004) et de Styphen (consolidé depuis le 1<sup>er</sup> juin 2004). Les chiffres à données comparables sont à périmètre et à taux de change constants. Les taux de change constants sont calculés sur la base du taux de change moyen mensuel de l'année précédente.



Le chiffre d'affaires total du Groupe s'est élevé à 1,386 milliards d'euros, en hausse de 1,9 % par rapport à 2003. Le chiffre d'affaires 2004 a été pénalisé par les taux de change, notamment la baisse du dollar américain et du real brésilien, qui représentent environ 60 % du chiffre d'affaires total du Groupe. Il en a résulté un impact cumulé négatif de 5,3 points sur sa croissance au 31 décembre 2004.

Les trois principales activités du Groupe, la papeterie, le briquet et le rasoir, représentent 96 % des ventes totales du Groupe.

Le changement de périmètre (consolidation de DAPE 74 Distribution en 2004, acquisitions de BIC Kosaido KK et de Stypen ainsi que la cession de l'unité de production de Ballograf) a contribué à hauteur de 1,2 point à la croissance du chiffre d'affaires. À données comparables<sup>(1)</sup>, en excluant le chiffre d'affaires supplémentaire généré par l'intégration de ces sociétés, et à taux de change constants, le chiffre d'affaires du Groupe a augmenté de 6,0 %.

Le résultat d'exploitation consolidé a été de 215 millions d'euros, en hausse de 2,9 % par rapport à 2003. La marge d'exploitation a légèrement augmenté, passant de 15,4 % du chiffre d'affaires en 2003 à 15,5 % en 2004. Les augmentations des coûts de production ont été compensées par la maîtrise des charges opérationnelles.

Le résultat avant impôt a diminué de 10,9 %, passant de 179 millions d'euros en 2003 à 160 millions d'euros en 2004 (la marge a chuté de 1,7 point). Ceci s'explique par les coûts exceptionnels de restructuration aux États-Unis qui se sont élevés à 40 millions d'euros (7 millions d'euros au premier semestre et 33 millions d'euros au second).

En 2004, le taux effectif d'impôt du Groupe a été maintenu à 38 %.

Le résultat net part du Groupe est passé de 110 millions d'euros en 2003 à 99 millions d'euros en 2004, soit une baisse de 10,3 % par rapport à 2003 qui s'explique surtout par les restructurations aux États-Unis (26 millions d'euros après impôt). Le résultat net avant intérêts minoritaires était de 99 millions d'euros en 2004 contre 111 millions d'euros en 2003.

### Dividendes

Le Conseil d'Administration proposera un dividende net de 0,90 euro lors de l'Assemblée Générale du 19 mai 2005. Le taux de distribution sera de 47 % en 2004 contre 39 % en 2003. Un acompte sur dividende de 0,40 euro a déjà été versé le 3 novembre 2004. Par ailleurs, il est rappelé les dividendes versés au titre des trois derniers exercices :

Année	Dividende net (en euros)	Avoir fiscal (en euros)	Total (en euros)	Quote part de dividende net/ résultat net par action
2003	0,80	0,40	1,20	39 %
2002	0,80	0,40	1,20	36 %
2001	0,65	0,325	0,975	30 %

(1) cf. renvoi page 5

Le Conseil d'Administration proposera également un dividende exceptionnel de 1 euro par action lors de l'Assemblée Générale.

Le Groupe est en situation de trésorerie nette positive et profite d'un bilan solide. Ainsi, la trésorerie nette ressortait à 160 millions d'euros au 31 décembre 2004.

Il est précisé que le Conseil d'Administration n'a fait aucun usage des autorisations d'augmenter le capital social qui lui avaient été consenties par l'Assemblée Générale du 3 juin 2004.

## Commentaires sur l'activité du Groupe par zone géographique

### EUROPE DE L'OUEST

Le chiffre d'affaires en Europe de l'Ouest s'est établi à 452 millions d'euros. Il a progressé de 1,8 % par rapport à 2003 (en publié) mais a reculé de 1,7 % à données comparables (+2 % en volume). La différence est principalement liée à l'entrée dans le périmètre des activités de Stypen et de DAPE 74 Distribution.

L'activité papeterie a connu une hausse dans cette région, augmentation tirée à la fois par les produits classiques et les produits à plus forte valeur ajoutée. BIC® s'affiche comme la seule marque gagnant des parts de marché sur la concurrence. À l'inverse, le chiffre d'affaires de l'activité de marquage publicitaire a eu un impact négatif sur la croissance des ventes de la papeterie.

Le chiffre d'affaires des briquets a baissé sous l'effet de la concurrence toujours vive de produits bas de gamme à faible prix en provenance d'Asie, qui ont profité de l'essor de la distribution "discount" en Europe de l'Ouest.

Le chiffre d'affaires des rasoirs a été relativement stable. Les ventes de rasoirs à une ou deux-lames ont baissé, mais le déclin a été compensé par le succès des rasoirs BIC trois-lames, BIC Comfort 3™, lancé en mars 2003, et BIC® Soleil™, lancé en mars 2004.

L'équipe en charge de l'Europe de l'Ouest relève les défis et les opportunités de croissance dans ces trois activités grâce à une augmentation de l'activité promotionnelle et de la publicité.

Pour renforcer sa position sur le marché de la papeterie en 2004, BIC a lancé BIC® Kids en remplacement de Conté®, une ligne complète de feutres, crayons de couleurs et pastels destinés aux enfants. Fabriqués en France par BIC, les produits BIC® Kids sont créés avec le savoir-faire des équipes de Conté®.

En 2004, le Groupe BIC a également acquis 100 % de Stypen, fabricant français d'instruments d'écriture depuis 1934. Cette acquisition s'inscrit dans notre stratégie de rachats de sociétés locales sur des segments de marché clés. Elle constitue également une étape importante dans l'évolution de BIC pour devenir un fournisseur de papeterie complet de premier plan en Europe. Stypen, qui avait affiché en 2003 un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros principalement en France, apporte à BIC une part de marché de 10 % dans le segment des "stylos à plume scolaires" rechargeables, l'un des principaux segments actuels du secteur des instruments d'écriture en France. Par ailleurs, Stypen dispose d'un portefeuille intéressant de marques sous licence, ainsi que d'une activité de marquage publicitaire que BIC mettra à profit pour renforcer sa position à travers l'Europe.

Au 1<sup>er</sup> novembre 2004, le Groupe BIC a vendu son activité Ballograf® aux dirigeants de Ballograf. Les instruments d'écriture de marque Ballograf®, qui comprennent des stylos à bille à valeur ajoutée et des porte-mines, ont été lancés en 1947 en Suède. BIC continuera à distribuer les produits grand public de Ballograf en Scandinavie, en Autriche et en Suisse ainsi que les produits de marquage publicitaire de Ballograf à travers le monde.

Dans cette région, le résultat d'exploitation a baissé en raison d'une hausse des coûts de production liée principalement à l'augmentation du prix des matières.

### ➤ EUROPE DE L'EST, MOYEN-ORIENT, AFRIQUE ET ASIE

Le chiffre d'affaires de la zone EEMOA (Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique) et Asie, qui s'est élevé à 112 millions d'euros contre 103 millions d'euros en 2003, a augmenté de 8,7 % en publié et à données comparables (+5 % en volume).

La hausse de l'euro par rapport au dollar américain a eu un impact négatif sur le chiffre d'affaires du Groupe dans la région EEMOA, mais les performances dans la papeterie avec les distributeurs et dans les briquets ont été particulièrement fortes. Dans cette région, nous avons continué à optimiser notre réseau de distribution. BIC reste engagé dans un développement prudent de son activité en Asie. En mars 2004, BIC a annoncé l'acquisition de Kosaido Shoji, son distributeur depuis plus de 30 ans au Japon. La société a été renommée BIC Kosaido KK. Cette opération constitue une étape importante dans la stratégie d'expansion du Groupe BIC en Asie, étant donné que BIC distribue à présent directement ses articles de papeterie, briquets et rasoirs sur le marché japonais.

L'augmentation du chiffre d'affaires en Asie au second semestre de 2004 a reflété l'intégration positive de BIC Kosaido KK.

Le résultat d'exploitation s'est amélioré, reflétant la progression des ventes.

### ➤ AMÉRIQUE DU NORD ET OCÉANIE

La région Amérique du Nord et Océanie comprend les États-Unis, le Canada, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

La faiblesse du dollar américain par rapport à l'euro (le dollar américain s'est déprécié d'environ 9 % sur l'année) a eu une influence négative sur le chiffre d'affaires du Groupe dans la région. Ainsi, le chiffre d'affaires n'a connu qu'une légère hausse, +0,5 % en publié, alors qu'à données comparables la hausse a été de 8,6 % (et +3 % en volume). Le chiffre d'affaires des trois activités a augmenté à données comparables dans cette région.

L'activité grand public de la papeterie a continué d'afficher de belles performances, tirée par les produits classiques et à valeur ajoutée, faisant ainsi gagner à BIC des parts de marché aux États-Unis et dans tous les canaux, et stabilisant celles-ci au Canada et en Océanie. L'année 2004 a également été marquée par le re-lancement réussi de la gamme de marqueurs permanents, BIC® Mark-It™.

Le chiffre d'affaires de l'activité marquage publicitaire a lui aussi augmenté. Cette activité est liée aux dépenses de promotion et de publicité de nos clients, qui sont principalement les hôtels et les laboratoires pharmaceutiques.

Le chiffre d'affaires des briquets a connu une croissance à deux chiffres, grâce à une augmentation de la distribution et de la visibilité, à une amélioration de l'image de marque, une communication et une formation actives auprès des clients sur la réputation et la qualité historiques de BIC dans ce secteur.

Aux États-Unis, BIC a poursuivi ses efforts visant à renforcer la prise de conscience des clients et des consommateurs concernant la sécurité des briquets et les risques que présentent certains briquets importés ne répondant pas aux normes du secteur.

En tant que membre de la "Lighter Association", le syndicat professionnel américain du secteur des briquets dont les membres comprennent tous les principaux producteurs et distributeurs de briquets aux États-Unis, BIC a signé une pétition de la Commission américaine sur la sécurité des produits (CPSC : Consumer Product Safety Commission), réclamant l'instauration d'une norme obligatoire de sécurité des briquets dans le cadre de la loi sur la sécurité des produits de consommation (CPSA : Consumer Product Safety Act).

Le 1<sup>er</sup> décembre 2004, la CPSC a voté à l'unanimité la préparation d'une norme de sécurité obligatoire pour les briquets. Cette norme obligatoire pourrait s'appuyer sur l'actuelle norme volontaire "Spécifications standards de sécurité des consommateurs en matière de briquet" (ASTM F-400). C'est cette norme que tous les membres de la "Lighter Association" respectent actuellement sur la base du volontariat.

Dans l'activité rasoirs, le chiffre d'affaires des trois-lames a compensé le déclin des ventes des une-lame. La tendance du marché dans cette région a nettement montré un changement plus rapide que prévu des consommateurs vers les produits à trois lames (le segment des trois-lames représente plus de 33 %



de part de marché aux États-Unis contre environ 16 % en Europe). BIC a également connu un lancement très encourageant du rasoir trois-lames féminin BIC® Soleil™ en mars 2004.

Dans cette région, le résultat d'exploitation a augmenté grâce aux bonnes performances enregistrées dans les trois catégories.

## AMÉRIQUE LATINE

La région Amérique latine comprend le Mexique, l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud.

Au cours de l'année 2004, la devise brésilienne a perdu 4 % face à l'euro, alors que le pays connaissait une inflation de 7 % sur la même période. La devise brésilienne a gagné 5 % par rapport au dollar américain. Cela s'explique par la chute du dollar sur le plan mondial, mais aussi par les bonnes performances affichées par l'économie brésilienne qui a su attirer de nombreux investisseurs étrangers au cours de cette année. Finalement, l'effet combiné des fluctuations des devises et de la dévaluation a coûté à BIC 10,3 points de croissance.

Les chiffres d'affaires de la papeterie, des briquets et des rasoirs ont tous augmenté à données comparables dans cette région. La tendance affichée est positive dans les briquets et les rasoirs en publié. Les effets positifs de la lutte menée contre les produits contrefaits au Brésil nous ont aidés à récupérer les ventes perdues de près de 15 millions de briquets, mais à un prix de vente moyen inférieur.

La hausse du chiffre d'affaires a été de 3,8 % alors qu'il a augmenté de 14,1 % à données comparables (et de +10 % en

volume). En 2005, nous poursuivrons nos efforts pour retrouver les niveaux de prix d'avant la dévaluation.

Sur le marché de la papeterie, les stylos à bille et les crayons à mine ont enregistré de bonnes performances et nous sommes parvenus à gagner des parts de marché sur la concurrence. Les ventes de briquets ont été fortes grâce aux excellents progrès accomplis dans la lutte contre les produits contrefaits. En effet, nous continuons à collaborer avec le gouvernement au travers d'une association pour la mise en œuvre de mesures de lutte contre la contrefaçon tout en formant les employés des douanes dans toute la région. Nous avons reçu des demandes d'entreprises pour former ce type d'association au Venezuela et en Argentine au cours de l'année prochaine.

Dans les rasoirs, notre campagne de publicité a été bien accueillie par les consommateurs et a tiré les volumes vers le haut. Le rasoir BIC® Comfort Twin a poursuivi sa progression.

Nous sommes constamment à la recherche de nouvelles activités à ajouter à notre portefeuille qui puissent bénéficier de notre marque et de notre capacité de distribution. Dans cette optique, nous estimons que notre activité de piles, sous-traitée et lancée en 2003, nous aidera à atteindre cet objectif. Nous avons étendu notre distribution et vendons désormais ces produits en Argentine, au Chili, en Uruguay, au Paraguay, en Équateur, au Salvador, à Panama et dans la République Dominicaine. Nous prévoyons d'étendre nos ventes dans au moins 3 à 5 pays supplémentaires en 2005.

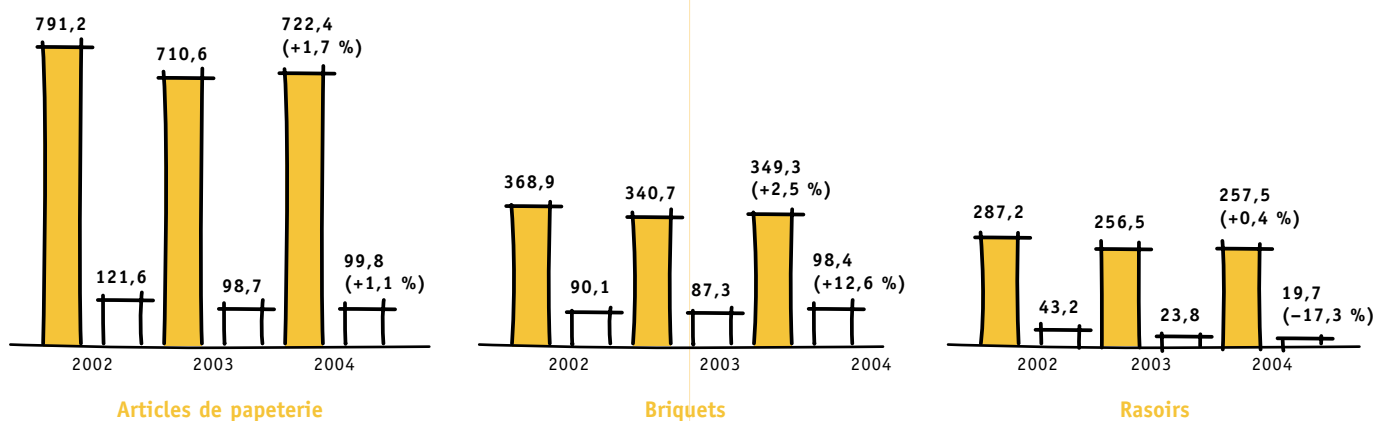
Le résultat d'exploitation de cette région en 2004 est en baisse, affecté par la hausse du prix des plastiques.

## Commentaires sur l'activité du Groupe par catégorie de produits

### Chiffre d'affaires net du Groupe BIC 2002 – 2004 par catégorie de produits

(en millions d'euros)

■ Chiffre d'affaires net  
□ Résultat d'exploitation



## ➤ PAPETERIE

Les articles de papeterie représentent un marché de plus de 7 milliards d'euros (estimations BIC - prix fabricants) qui est resté relativement stable en 2004. La part de marché de BIC à travers le monde est d'environ 9 % en valeur. BIC est la seule marque à connaître une croissance et à gagner des parts de marché sur la concurrence.

Le chiffre d'affaires a augmenté de 1,7 %, à 722 millions d'euros. À données comparables, la progression s'élève à 5,6 % en valeur (+7 % en volume). La croissance de 2004 s'explique par les gains de parts de marché, notamment en Amérique du Nord et en Europe. Hors contribution de Stypen, les ventes ont également crû.

Le périmètre de la papeterie a évolué avec l'acquisition de Stypen.

Au total, les nouveaux produits et les extensions de gamme de BIC ont représenté 21 % du chiffre d'affaires, avec d'excellentes performances lors de la rentrée scolaire en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Les articles de papeterie classiques ou à valeur ajoutée ont affiché des tendances positives, notamment les porte-mines, les produits de correction et la gamme de coloriage BIC® Disney Magic Artist.

Le chiffre d'affaires de l'activité de marquage publicitaire a augmenté en 2004 à données comparables. Aux États-Unis, l'activité de marquage publicitaire a connu une hausse grâce aux blocs-notes adhésifs repositionnables BIC® Sticky Notes™.

En 2004, nous avons poursuivi nos efforts d'introduction de nouveaux produits, alors que les segments de correction, les porte-mines et l'encre gel ont alimenté la croissance. La ligne classique d'instruments d'écriture BIC® a également crû dans un environnement très concurrentiel, grâce à des programmes promotionnels ciblés.

Le chiffre d'affaires 2004 de la ligne d'instruments d'écriture haut de gamme Sheaffer® a baissé. Cependant, l'équipe a été encouragée par le lancement réussi de Sheaffer® Prelude® MPI, un instrument d'écriture convivial, chic et raffiné qui passe du stylo à bille au surligneur en faisant simplement tourner le corps du stylo.

Dans l'ensemble la marge d'exploitation a reculé légèrement, à 13,8 % du chiffre d'affaires (contre 13,9 % en 2003). Cette baisse s'explique par des coûts additionnels liés aux matières et aux fluctuations monétaires, mais aussi par la pression sur notre activité de marquage publicitaire, très dépendante du secteur de la publicité.

## ➤ BRIQUETS

Le marché mondial des briquets non rechargeables semble être resté stable avec un volume de 7,2 milliards d'unités pour une valeur de 800 millions d'euros (estimations BIC). La part de marché de BIC à travers le monde se situe à environ 35 % en valeur.

Le chiffre d'affaires a augmenté de 2,5 % pour passer à 349 millions d'euros. À données comparables, le chiffre d'affaires a connu une croissance de 7,9 % en valeur (+6 % en volume), malgré la concurrence toujours vive des produits asiatiques bon marché, qui ne respectent pas, pour la plupart, les normes de sécurité ISO. Tout comme en 2003, le chiffre d'affaires aux États-Unis a été particulièrement bon, alors qu'il a décliné en Europe de l'Ouest, principalement en raison des importations venues d'Asie.

Pour reconquérir des parts de marché, les équipes BIC en Europe de l'Ouest lanceront en 2005 un programme de communication semblable à celui qui a été mené aux États-Unis dans le but de sensibiliser la distribution à la qualité et à la sécurité.

Le Groupe a poursuivi avec succès sa lutte contre la contrefaçon, notamment en Amérique du Sud (Brésil, Paraguay).

Le chiffre d'affaires du segment des briquets multi-usages a continué à afficher une croissance positive. Ce segment représente déjà 7 % des ventes de l'activité. En 2004, BIC a poursuivi le développement de la part de marché de ses allume-bougies innovants à trois positions.

La rentabilité totale de l'activité briquets est surtout alimentée par la performance en Amérique du Nord et en Amérique latine. Par ailleurs, les produits à plus forte valeur ajoutée (allume-bougies) ont contribué à l'augmentation de la rentabilité. Au total, la marge d'exploitation ressort à 28,2 % du chiffre d'affaires, en hausse de 2,6 points par rapport à 2003.

En Europe, l'adoption des réglementations concernant les briquets "sécurité enfant" a été reportée. BIC a déjà réalisé les investissements nécessaires concernant cette technologie et est donc parfaitement prêt pour la transition. Le Groupe vend déjà depuis plusieurs années des briquets "sécurité enfant" conformément aux normes locales en vigueur en Amérique du Nord, en Australie et en Nouvelle Zélande.

## ➤ RASOIRS

BIC a environ 20 % de part de marché en valeur dans les rasoirs non rechargeables aux États-Unis et en Europe (estimations AC Nielsen, IRI et BIC).

Comme prévu en 2004, nous avons connu une forte concurrence sur le segment des trois-lames et une augmentation agressive des dépenses promotionnelles de nos concurrents. Au total, le chiffre d'affaires des rasoirs BIC® a enregistré une légère hausse, +0,4 % à 258 millions d'euros. À données comparables, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,9 % en valeur, mais reculé de 2 % en volume.

Sur les marchés émergents, les produits une-lame et deux-lames ont enregistré de bonnes performances. Dans les pays développés, des lancements de nouveaux produits très agressifs ont eu lieu et ont su attirer l'attention des clients et des consommateurs.

Le choix des consommateurs, plus rapide que prévu pour les rasoirs trois-lames, a tiré les ventes de ce secteur, notamment en Amérique du Nord où le marché des trois-lames dépasse 33 % (contre environ 16 % en Europe). Les premiers rasoirs BIC® trois-lames, BIC Comfort 3™ pour homme, lancé en 2003,



et BIC® Soleil™ pour femme, lancé en mars 2004, ont réalisé de belles performances, faisant plus que compenser le déclin des rasoirs une et deux-lames.

La marge d'exploitation a reculé de 1,7 point, à 7,6 % des ventes, en raison principalement de la baisse des ventes des rasoirs une-lame. Mais cette baisse est également le résultat de notre ferme volonté d'investir plus dans le soutien de la marque et la recherche et développement, afin de construire notre segment trois-lames. Par ailleurs, la consolidation de nos unités de production, annoncée en avril 2004, permettra d'améliorer nos futures performances industrielles dans le rasoir à partir de 2006.

La pression concurrentielle sur ce marché restera vive sous l'influence des rapprochements opérés dans le secteur des biens de consommation.

## ➤ AUTRES PRODUITS

Le chiffre d'affaires des autres produits inclut principalement les ventes de BIC Sport, les ventes de collants en Grèce, en Autriche et en Irlande, ainsi que celles de DAPE 74 Distribution. Il inclut également les ventes de piles et d'aimants.

En 2004, BIC Sport s'impose comme la première marque mondiale de surf avec une croissance continue de ce segment de 15 % par rapport à 2003.

La catégorie Kayaks s'est développée conformément au plan avec un quasi-doublement des ventes.

Sur le marché en déclin de la planche à voile, BIC Sport s'est recentré avec succès sur des produits plus porteurs.

BIC Sport a lancé une gamme de kayaks en Europe en 2002. Jouant sur l'innovation, le design et la simplicité, BIC Sport s'est rapidement imposé en Europe comme le leader du kayak de loisirs.

BIC Sport contribue à renforcer l'image de la marque BIC® auprès des jeunes en leur fournissant le matériel sportif pour assouvir leurs passions.

Les ventes totales de BIC Sport sont restées stables en 2004, totalisant 21,9 millions d'euros. BIC Sport fabrique également des instruments d'écriture, qui représentent environ 12 % de son chiffre d'affaires.

Le résultat d'exploitation est à l'équilibre en 2004, malgré les investissements pour le lancement de l'activité aux États-Unis via la création d'une filiale en 2003.

## Gestion des risques

### ➤ GESTION DES RISQUES DE CHANGE SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

BIC est présent dans plus de 160 pays et, par conséquent, sujet aux variations économiques de marché. La politique de gestion est de couvrir le risque de transactions sur les opérations

libellées en devises par l'utilisation de couvertures optionnelles ou à terme. Le Groupe ne couvre pas les risques d'écart de conversion sur la consolidation des filiales étrangères, à l'exception des dividendes payés intra-groupe.

Les investissements, directs ou indirects, sont généralement effectués dans la devise locale.

Le Groupe n'a pas vocation à réaliser des opérations spéculatives. BIC a mis en place une gestion du risque de change dans le but d'améliorer ses performances en termes de profitabilité, de liquidité et de sécurité. Le Département Trésorerie n'est pas un centre de profit. Il reporte mensuellement à la Direction Générale l'état des couvertures de change, en distinguant les opérations échues et non échues, ainsi que le résultat de change rattaché.

Depuis 2000, le Groupe poursuit une politique de couverture de change annuelle qui permet aux filiales de ramener leur exposition sur un niveau proche de zéro et de centraliser le risque au niveau de la maison mère, à l'exception des devises non convertibles. Un processus de reporting régulier et commun à toutes les filiales identifie les positions de change pour chaque devise et leur évolution prévisionnelle au cours de l'année. SOCIÉTÉ BIC consolide le risque de change des filiales, et couvre le risque résiduel sur les marchés. Les positions sont répliquées par des contrats de garantie de change interne avec les filiales. L'objectif poursuivi est de couvrir une exposition nette par devise. Le risque de change euro contre dollar reste la principale exposition. Pour l'année 2005, cette exposition est couverte à plus de 95 %.

Tous les instruments financiers sont mis en place avec des établissements bancaires majeurs, et par conséquent le risque de contrepartie est très faible.

L'exposition, dans les pays pour lesquels il n'existe pas la possibilité de centraliser le risque de change, est gérée localement avec un suivi tout particulier du Département de Trésorerie Groupe auprès de la filiale locale.

Cette exposition se concentre sur les pays ou zones suivantes :

- **Brésil** – La filiale produit localement la plupart des produits qui seront vendus sur son marché mais doit aussi importer certains composants de produits à l'intérieur du Groupe.

Les couvertures sont mises en place localement. L'exposition 2005 est couverte à hauteur de 80 %.

- **Asie** – Les filiales asiatiques importent principalement de SOCIÉTÉ BIC et de BIC Corporation en dollar américain. Les couvertures sont mises en place localement en raison des contraintes de réglementations juridiques et fiscales. Pour 2005, l'évolution des situations politiques et économiques locales conduira le Groupe à mettre des couvertures en place au cas par cas.

L'exposition aux monnaies asiatiques reste à ce jour marginale pour le Groupe.

## GESTION DU RISQUE DE TAUX D'INTÉRÊT

L'exposition aux taux d'intérêt est très limitée. Tous les besoins de financements locaux sont directement indexés sur une base de taux variable. La survenance de positions emprunteuses est non significative et trop ponctuelle pour générer un besoin de couverture du risque de taux.

## Relations avec les investisseurs

Le service des relations avec les investisseurs a pour vocation de répondre à toutes les demandes provenant aussi bien des actionnaires individuels que des investisseurs institutionnels.

Ces dernières années, les investisseurs institutionnels ont augmenté leur participation au capital de BIC. Ce phénomène reflète clairement l'intérêt qu'ils portent à notre Société. Leur intérêt est d'ailleurs favorisé par notre politique de communication financière plus volontariste.

Tout au long de l'année, BIC organise des réunions avec des analystes et des investisseurs institutionnels lors de road-shows sur les principales places financières.

Concernant les actionnaires individuels, BIC a renforcé le dynamisme de sa communication. Conformément à notre objectif, nous avons envoyé nos deux premières lettres d'information aux actionnaires en 2004, soulignant la stratégie, les nouveaux produits et les résultats, auxquels s'ajoute un calendrier mis à jour. La première "Lettre aux Actionnaires" du Groupe BIC a été envoyée en janvier 2004 et la deuxième en octobre 2004. Il s'agit d'un document de 4 pages, de périodicité bi-annuelle, comportant les chiffres clés, le message du Président, une présentation des nouveaux produits et des informations sur l'action BIC. Les retours des actionnaires individuels sont très positifs.

BIC a également organisé sa première réunion pour ses actionnaires individuels. Le 1<sup>er</sup> octobre 2004, Bruno Bich a fait une présentation de la société devant plus de 450 personnes au "Forum de l'Investissement". En 2005, nous prévoyons d'organiser au moins deux réunions destinées aux actionnaires individuels dans deux grandes villes françaises où nos actionnaires sont concentrés.

Nous avons également lancé un service d'information téléphonique gratuit pour les actionnaires individuels à la fin 2004 : 0 800 10 12 14 (numéro vert).

## Prévisions pour 2005 et stratégie

Même s'il est toujours difficile de prédire l'avenir, notre performance en 2004 nous rassure sur le fait que nous sommes bien placés pour saisir les opportunités qui se présenteront dans nos trois activités en 2005. De nouveaux produits et des extensions de gamme continueront à soutenir notre forte part de marché dans la papeterie et les briquets. Concernant l'activité rasoirs, nous nous appuyerons sur le succès de nos nouveaux produits dans le segment en pleine croissance des trois-lames.

Forts de la croissance des ventes de la papeterie en 2004, nous poursuivrons nos efforts pour consacrer notre savoir-faire de fabricant et nos ressources en termes de design, au développement de produits et à l'extension de gammes de produits renforçant la valeur de la marque BIC®, et répondant aux besoins uniques des consommateurs des différentes parties du globe.

En tant que leader sur le marché des briquets de poche de qualité, BIC communiquera de façon plus active son message sur la qualité aux consommateurs et à ses clients, notamment dans les régions, comme l'Europe de l'Ouest, où la concurrence des importations asiatiques est toujours très forte. Cette stratégie s'est avérée payante en Amérique du Nord où nous faisons face aux mêmes pressions concurrentielles depuis ces dernières années.

Pour saisir les opportunités offertes par l'expansion du segment des rasoirs trois-lames, le rasoir masculin BIC Comfort 3™ Advance™ sera lancé, aux États-Unis dans un premier temps, au printemps 2005. Dans les pays développés, les rasoirs BIC® trois-lames sont très bien positionnés tant en termes de qualité que de prix, alors que les rasoirs une et deux-lames continuent de présenter des gisements de croissance sur les marchés émergents. Nos efforts en matière de recherche et développement comprennent l'avancement de nos programmes de développement des lames et produits pour apporter de meilleures performances de rasage, ainsi que l'offre de produits innovants et différenciés.

Les objectifs du Groupe pour l'année 2005 se fondent sur la poursuite de l'élan initié en 2004, en maintenant et en améliorant la croissance des bénéficiaires dans chacune de nos activités principales. Notre but est de maintenir la croissance du chiffre d'affaires en ligne avec 2004 (+6% à données comparables) et d'afficher un taux de croissance comparable ou supérieur aux sociétés multinationales de produits de consommation opérant sur des marchés similaires.

## Risques et opportunités

Du point de vue du Groupe, nous prévoyons que le ralentissement de la croissance européenne et les fluctuations des marchés de change, notamment la faiblesse du dollar américain, continueront à avoir une influence sur nos résultats en 2005. L'incertitude règne également sur les prix des matières premières.

Si l'on considère les risques et les opportunités présents dans chacune des trois activités, nous assistons à la croissance des marques distributeurs dans la papeterie, notamment pour les stylos à bille. Nous faisons face à ce défi avec la force de la marque BIC®, véritable atout au regard des parts de marché que nous avons encore conquises en 2004. Nos équipes marketing travaillent activement pour mieux comprendre le consommateur local, tout en maintenant et en améliorant la valeur de notre marque à travers le monde. Pour relever les défis posés par les marques distributeurs, nous continuerons à miser sur la



différenciation de nos produits et de proposer des avantages produits uniques, allant d'une meilleure ergonomie à de nouvelles encres en passant par de nouveaux systèmes d'encre.

La concurrence asiatique sur le marché des briquets représente toujours un défi à relever, notamment en Europe, mais nous estimons faire des progrès en éduquant les clients et les consommateurs sur la sécurité, la qualité et la valeur des briquets BIC®. Le segment des multi-usages continue à présenter des opportunités de croissance et d'innovation, comme le montre le succès de notre allume-bougies multi-positions.

Sur le marché fortement concurrentiel des rasoirs, nous pensons traverser une période de transition importante au cours de laquelle le défi est de parvenir à une croissance de la rentabilité de notre activité. Le chiffre d'affaires des trois-lames représente à présent 20 % de notre chiffre d'affaires total dans cette activité et nous concentrons nos efforts pour que la croissance de ces ventes de produits à plus forte valeur ajoutée compense le déclin continu des rasoirs une-lame dans les pays développés, notamment en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord.

Dans les trois activités, notre principal avantage reste la force de notre marque et la poursuite de la politique de différenciation de nos produits, et ce dans une optique de satisfaction et de fidélisation du consommateur.

## Recherche et Développement (R&D)

Chaque année, BIC investit en moyenne 2 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et le développement de nouveaux produits.

## Objectifs en termes de performance

Croissance du chiffre d'affaires, amélioration des marges, tendances positives en termes de flux de trésorerie et de besoins en fonds de roulement constituent les principaux indicateurs de la performance du Groupe. Notre objectif est d'augmenter la rentabilité plus rapidement que le chiffre d'affaires (+ 6 % à données comparables) tout en relevant les défis posés par la hausse du coût des matières premières et les fluctuations des marchés de change.

## Adoption des normes comptables internationales IFRS

### ➤ CADRE RÉGLEMENTAIRE

En application du règlement européen 1606/2002 du 19 juillet 2002, publié le 11 septembre 2002 au Journal Officiel des Communautés européennes, les sociétés cotées sur un marché

réglementé de l'un des États membres de l'Union européenne devront présenter leurs comptes consolidés en utilisant le référentiel International Financial Reporting Standards (IFRS) émis par l'International Accounting Standards Board (IASB).

Cette obligation s'applique à SOCIÉTÉ BIC, cotée sur Eurolist d'Euronext Paris, qui est la société mère du Groupe BIC.

Par conséquent, les états financiers consolidés du Groupe BIC pour 2005 seront élaborés conformément aux normes IFRS\*, qui requièrent également un comparatif avec les comptes de l'exercice 2004 selon les mêmes principes.

Les modalités envisagées par l'IASB pour l'application de son référentiel IFRS à près de sept mille groupes européens auront des conséquences potentielles sur leurs indicateurs financiers, leurs relations avec les marchés financiers et certaines décisions stratégiques.

### ➤ ORGANISATION DU PROJET DE CONVERSION IFRS

Le Groupe BIC a constitué au début de l'année 2003, et ce afin de répondre aux objectifs assignés, une équipe projet sous la responsabilité du Directeur Financier. Cette équipe reporte de façon régulière au Comité d'Audit et au Conseil d'Administration.

Le projet se déroule en trois phases :

- une première phase, déjà réalisée, d'identification et de résolution des problèmes opérationnels relatifs à la mise en œuvre pratique des normes IFRS et aux choix d'options ;
- une phase d'analyse des options et d'évaluation de leur impact sur les états financiers finalisée au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2004 ;
- une phase de mise en œuvre, achevée fin 2004, qui a couvert l'adaptation des systèmes d'information et l'organisation de la formation des équipes qui produiront les états financiers consolidés et prépareront les données pro forma 2004 conformes aux normes IFRS.

La phase de diagnostic initiale s'est appuyée sur une analyse de questionnaires détaillés complétés par les filiales et sur des groupes de travail portant sur les principales normes.

Au cours de cette phase, le Groupe s'est concentré sur :

- les impératifs comptables (modification de la présentation des états financiers et des méthodes comptables) ;
- les impératifs d'organisation interne (formation, centralisation ou non des processus) ;
- les impératifs de système d'information ;
- les impératifs de communication financière.

La phase d'analyse des options et d'évaluation de leur impact s'est appuyée sur des règles et des principes comptables définis au niveau du Groupe.

\* Dites anciennement normes IAS ("International Accounting Standards").

Un manuel des principes comptables IFRS a été réalisé et diffusé auprès des directeurs financiers des filiales. Il a servi de base aux programmes de formation réalisés pour l'ensemble des équipes financières du Groupe.

## ➤ INFORMATIONS QUALITATIVES ET QUANTITATIVES SUR LE PASSAGE AUX NORMES IFRS

### Calendrier de communication IFRS

Conformément aux recommandations de l'A.M.F. sur la transition aux normes IFRS, lettre datée du 2 juillet 2004, le Groupe BIC a décidé de présenter l'impact quantifié du changement de référentiel à la date de transition (1<sup>er</sup> janvier 2004) sous la forme d'un rapprochement des capitaux propres en normes nationales et en normes IFRS dans la mesure où l'information est suffisamment précise et fiable. (Voir page 14).

Ce bilan d'ouverture a fait l'objet d'un audit externe réalisé par nos Commissaires aux Comptes.

Les éléments suivants, relatifs à l'exercice 2004 présentés selon le référentiel IFRS, pour lesquels le processus d'audit des comptes n'est pas encore finalisé, seront présentés lors de la publication des comptes semestriels 2005 :

- le rapprochement des capitaux propres en normes nationales et en normes IFRS au 31 décembre 2004 reprenant le même format et le même niveau d'information que celui présenté à la date de transition ;
- le rapprochement du compte de résultat des périodes présentées en comparatif (30 juin 2004 et 31 décembre 2004) en normes nationales et en normes IFRS, en reprenant le même format et le même niveau d'information ;
- la note explicative des principaux retraitements du tableau des flux de trésorerie de la période.

### Options et traitements retenus

Les options suivantes ont été retenues pour l'établissement du bilan d'ouverture IFRS, et ce conformément à la norme IFRS 1, *Première adoption des normes IFRS* :

- Conversion des comptes des filiales étrangères : mise à zéro des écarts de change enregistrés en capitaux propres ;
- Regroupements d'entreprises antérieurs au 1<sup>er</sup> janvier 2004 : pas de retraitement rétrospectif ;
- Valorisation des immobilisations corporelles et incorporelles au 1<sup>er</sup> janvier 2004 : maintien du coût historique à l'exception des immobilisations corporelles des filiales espagnoles et

portugaises pour lesquelles les valeurs issues d'une réévaluation légale passée constituent les valeurs d'ouverture IFRS ;

- Avantages au personnel : imputation sur les capitaux propres au 1<sup>er</sup> janvier 2004 des écarts actuariels inclus dans le corridor au 31 décembre 2003 en normes françaises.

Les normes IAS 32 et 39 sur les instruments financiers seront appliquées sur l'exercice ouvert à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2005, sans présentation comparative.

Les normes IFRS 2, paiement sur base d'actions, et IFRS 5, actifs non courants destinés à être cédés et activités abandonnées, sont adoptées par anticipation dès l'exercice ouvert à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004.

Les principaux traitements retenus au-delà de ceux exposés précédemment pour le bilan d'ouverture, conformes aux normes IFRS, sont :

- immobilisations corporelles et incorporelles : comptabilisation selon la méthode du coût (IAS 16 et 38) ;
- immeubles de placement : comptabilisation selon le modèle du coût (IAS 40) ;
- avantages du personnel : maintien de la méthode du corridor pour les écarts actuariels (IAS 19).

Nonobstant la présentation détaillée et chiffrée du rapprochement du compte de résultat au 31 décembre 2004 selon les nouvelles normes IFRS dans les états financiers consolidés au 30 juin 2005, les principaux impacts ou reclassements attendus sont les suivants :

- présentation de certains coûts de distribution et d'escompte de règlement en réduction du chiffre d'affaires ;
- enregistrement d'une charge de personnel complémentaire liée aux programmes de stock-options ;
- suppression de l'amortissement des écarts d'acquisition ;
- reclassement des autres produits et charges nets principalement en résultat opérationnel.

Par ailleurs, suite à la reconnaissance des écarts actuariels non comptabilisés jusqu'alors, en cohérence avec l'option de la norme IFRS 1, *Première adoption des normes IFRS*, les écarts actuariels ayant un impact sur le résultat de l'exercice 2004 en normes françaises seront retraités pour être maintenus au sein du corridor IFRS et par conséquent sans effet sur le compte de résultat 2004 selon les normes IFRS.

De plus, des informations complémentaires seront présentées dans l'annexe aux comptes consolidés selon le référentiel IFRS.



## Réconciliation des capitaux propres

Les impacts suivants au niveau des capitaux propres ont été constatés au 1<sup>er</sup> janvier 2004, date de transition aux normes IFRS.

<b>CAPITAUX PROPRES AU 31/12/03 - NORMES FRANÇAISES</b>		<b>1 109 864</b>
Intérêts minoritaires reclassés au sein des capitaux propres <sup>(1)</sup>		2 057
Comptabilisation des gains/pertes actuariels anciennement inclus dans le corridor <sup>(2)</sup>		(103 947)
Réévaluation des actifs corporels en Espagne et Portugal - Valeurs d'entrée IFRS <sup>(3)</sup>		1 892
<i>Incidences fiscales des ajustements IFRS</i>		<i>30 445</i>
Gains et pertes actuariels sur les avantages du personnel	31 012	
Réévaluation des actifs corporels Espagne et Portugal	(567)	
<b>CAPITAUX PROPRES AU 01/01/04 - NORMES IFRS</b>		<b>1 040 311</b>

### Commentaires

(1) Selon les normes IFRS, les intérêts minoritaires font partie intégrante des capitaux propres du Groupe BIC, alors qu'ils étaient présentés séparément selon les normes françaises.

(2) La norme IFRS 1, *Première adoption des normes IFRS*, offre l'option de remettre à zéro les écarts actuariels qui avaient été compris dans le corridor en suspension de reconnaissance, tel que permis selon la norme IAS 19, *Avantages du personnel*. Le Groupe BIC, utilisant cette méthode pour la comptabilisation de ses engagements en normes françaises, a choisi de les reconnaître en contrepartie des capitaux propres à la date de transition IFRS.

Les impacts sur les autres éléments du bilan d'ouverture sont :

- une augmentation de la provision pour engagements de retraite de 104 755 k€ ;
- l'enregistrement d'un actif de régime de retraite à hauteur de 808 k€

Cet ajustement sur les capitaux propres est minoré d'une incidence d'imposition différée à hauteur de 31 012 k€.

(3) Comme autorisé par la norme IFRS 1, *Première adoption des normes IFRS*, les valeurs des immobilisations corporelles des filiales espagnoles et portugaise issues d'une réévaluation légale passée ont été retenues comme valeur d'ouverture IFRS ("deemed" cost). L'impact du retraitement sur les capitaux propres d'ouverture correspond donc à l'écart de réévaluation sur les immobilisations, soit 1 892 k€, minoré de l'incidence fiscale pour 567 k€.

À ces retraitements ayant un impact sur le total des capitaux propres d'ouverture, s'ajoute un reclassement du solde relatif aux écarts de conversion des comptes de filiales étrangères vers les réserves consolidées. Ce retraitement qui porte sur 181 200 k€ n'a aucune incidence sur le total des capitaux propres.

## Bilan d'ouverture IFRS

### ACTIFS

<i>en milliers d'euros</i>	Actifs au 31 décembre 2003 (normes françaises) Audités	Ajustements Audités	Notes	Reclassements Audités	Notes	Actifs au 1 <sup>er</sup> janvier 2004 (normes IFRS) Audités
Écarts d'acquisition nets	142 945			38 840	a	181 785
Immobilisations incorporelles nettes	91 186			(53 310)	a	37 876
Immobilisations corporelles nettes	417 287	1 892	1	(16 330)	a, b	402 849
Immeubles de placement	0			8 135	b	8 135
Titres MEE et autres titres	398					398
Autres valeurs immobilisées	19 963	808	2			20 771
Impôts différés	52 443	30 445	1, 2	(950)	c	81 938
<b>TOTAL DE L'ACTIF NON COURANT</b>	<b>724 222</b>	<b>33 145</b>		<b>(23 615)</b>		<b>733 752</b>
Stocks et en-cours	241 899					241 899
Autres actifs circulants	23 539					23 539
Clients et autres créances	287 160			(15 212)	d	271 948
Valeurs mobilières de placement	144 794					144 794
Disponibilités	36 305					36 305
<b>TOTAL DE L'ACTIF COURANT</b>	<b>733 697</b>	<b>0</b>		<b>(15 212)</b>		<b>718 485</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>1 457 919</b>	<b>33 145</b>		<b>(38 827)</b>		<b>1 452 237</b>

### PASSIFS

<i>en milliers d'euros</i>	Passifs au 31 décembre 2003 (normes françaises) Audités	Ajustements Audités	Notes	Reclassements Audités	Notes	Passifs au 1 <sup>er</sup> janvier 2004 (normes IFRS) Audités
Capital Social	205 953					205 953
Réserves et résultat consolidés	1 085 111	(71 610)	1, 2	(181 200)	g	832 301
Écarts de conversion	(181 200)			181 200	g	0
Intérêts minoritaires IFRS	0			2 057	f	2 057
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	<b>1 109 864</b>	<b>(71 610)</b>		<b>2 057</b>		<b>1 040 311</b>
<b>INTÉRÊTS MINORITAIRES</b>	<b>2 057</b>			<b>(2 057)</b>		<b>0</b>
Emprunts et dettes financières	3 576			1 288	g	4 864
Provisions pour retraites	14 929	104 755	2			119 684
Provisions pour risques et charges	21 408					21 408
Impôts différés	49 893			(23 615)	a, c	26 278
<b>PASSIFS NON COURANTS</b>	<b>89 806</b>	<b>104 755</b>		<b>(22 327)</b>		<b>172 234</b>
Fournisseurs et comptes rattachés	83 289					83 289
Emprunts et dettes financières à court terme	28 653			(1 288)	g	27 365
Autres dettes à court terme	144 250			(15 212)	d	129 038
<b>PASSIFS COURANTS</b>	<b>256 192</b>	<b>0</b>		<b>(16 500)</b>		<b>239 692</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>1 457 919</b>	<b>33 145</b>		<b>(38 827)</b>		<b>1 452 237</b>



## Commentaires

### Ajustements

Dans la colonne Ajustements figurent principalement les retraitements qui ont un impact sur les capitaux propres d'ouverture et qui sont expliqués dans la réconciliation des capitaux propres présentée plus haut.

- (1) Prise en compte des valeurs réévaluées pour les immobilisations corporelles des filiales espagnoles et portugaise comme valeur d'ouverture IFRS :

L'impact net de cette option est de 1 325 k€ sur les capitaux propres d'ouverture et a pour contrepartie :

- immobilisations corporelles : augmentation de la valeur nette comptable de 1 892 k€ ;
- impôt différé actif : réduction de l'actif d'impôt différé constaté dans le passé à hauteur de 567 k€.

- (2) Remise à zéro des écarts actuariels sur les engagements du personnel :

Ce retraitement au niveau des capitaux propres conduit à comptabiliser plan par plan les écarts actuariels, jusqu'alors en suspension de reconnaissance, générant ainsi :

- un complément de provisions sur engagement de retraite au passif pour 104 755 k€ ;
- un actif de régime à hauteur de 808 k€ présenté au poste Autres valeurs immobilisées ;
- un actif d'impôt différé de 31 012 k€.

### Reclassements

- (a) Malgré l'option prise par le Groupe BIC de ne pas retraiter les regroupements d'entreprises antérieurs au 1<sup>er</sup> janvier 2004, la norme IFRS 1, *Première adoption des normes IFRS*, requiert la décomptabilisation d'actifs reconnus selon le référentiel français qui ne répondent pas à la définition d'un actif en IFRS.

Lors du rachat d'intérêts minoritaires de BIC Corporation et de BIC Viorex, une partie des écarts d'acquisition avait été affectée dans les comptes de ces filiales à l'utilisation par ces sociétés de la marque et du logo BIC. Ces actifs ne répondant pas à la définition d'un actif incorporel selon les IFRS ont été reclassés en écarts d'acquisition au 1<sup>er</sup> janvier 2004.

-Reclassement des immobilisations incorporelles	61 505 k€
- Incidence sur les passifs d'impôts différés enregistrés antérieurement	- 22 665 k€
-Reclassement net sur les écarts d'acquisition :	<u>38 840 k€</u>

- (b) La norme IAS 1, *Présentation des états financiers*, requiert une présentation sur une ligne séparée à l'actif du bilan, pour les biens immobiliers, détenus pour en retirer des loyers ou pour valoriser le capital plutôt que pour l'utiliser ou le vendre dans le cadre de l'activité ordinaire. La présentation de ces actifs appelés immeubles de placement a conduit le Groupe BIC à les reclasser du poste Immobilisations corporelles à une nouvelle rubrique bilancielle Immeubles de placement pour un montant de 8 135 k€ en date de transition.

- (c) Ce reclassement concerne la possibilité visée par la norme IAS 12, *Impôts sur le résultat*, de compenser des actifs et passifs d'impôt différé dès lors qu'un droit juridiquement exécutoire existe et permet cette présentation, et dès lors que ces actifs et passifs concernent des impôts prélevés par la même autorité fiscale. La situation de BIC UK répondant à cette disposition, les actifs et passifs de valeur identique, soit 950 k€, ont donc été compensés en date de transition.

- (d) Les créances clients au bilan doivent être enregistrées à leur juste valeur, ce qui requiert la prise en compte des avoirs à établir sur créance en minoration du poste Clients et comptes rattachés. Le référentiel français demandait une présentation des ces avoirs au passif, générant ainsi une divergence de présentation avec les normes IFRS. La nouvelle présentation a donc conduit au reclassement de 15 212 k€ d'avoir à établir du poste Fournisseurs et comptes rattachés en minoration du poste Clients et comptes rattachés.

- (e) La remise à zéro des écarts de conversion des comptes des filiales étrangères, option proposée par IFRS 1, *Première adoption des normes IFRS*, et à laquelle le Groupe BIC souscrit en date de transition, conduit à reclasser la totalité de ces écarts en réserves consolidées, pour un montant de 181 200 k€, sans impact sur les capitaux propres.

- (f) Ce reclassement est la conséquence de la présentation des intérêts minoritaires au sein des capitaux propres consolidés IFRS, telle que requise par la norme IAS 1, *Présentation des états financiers*,

- (g) La présentation des dettes financières selon la distinction courant / non courant a amené à reclasser une partie de la dette financière de BIC Brasil, soit 1 288 k€, jusqu'alors présentée en passif courant, au sein des passifs non courants.

## Capital social

Au 31 décembre 2004, le capital social de SOCIÉTÉ BIC était de 198 151 330,32 euros composé de 51 872 076 actions de 3,82 euros chacune. Les actions nominatives détenues depuis plus de deux ans bénéficient d'un droit de vote double.

Par ailleurs, SOCIÉTÉ BIC détenait 607 748 de ses actions, acquises au prix moyen de 40,24 euros sur le fondement des articles L.225-208 et L.225-209 du Code de Commerce et représentant 1,17 % des actions émises.

## ACTIONS PROPRES DE SOCIÉTÉ BIC

Situation au 31 décembre 2004

Fondement de l'acquisition	Nombre d'actions	Cours moyen d'acquisition (en euros)	% du capital <sup>(1)</sup>
Couverture des plans de stock-options <sup>(3)</sup> Art L.225-208 et Art L.225-209	281 300	44,69	0,54
Gestion patrimoniale Art L.225-209	326 448	36,41	0,63
<b>TOTAL<sup>(2)</sup></b>	<b>607 748</b>	<b>40,24</b>	<b>1,17</b>

Nombre d'actions annulées au cours de l'exercice 2004	2 042 200
Actions rachetées au cours de l'exercice 2004 au titre de l'article 225-209 <sup>(4)</sup>	2 365 083

Le programme de rachat d'actions 2004 a obtenu le visa A.M.F. : 04-386

(1) Nombre d'actions composant le capital social au 31 décembre 2004 : 51 872 076 actions

(2) BIC Corporation détenait en plus, au 31 décembre 2004, 50 060 actions SOCIÉTÉ BIC en couverture de ses plans de stock-options, soit 0,10 % du capital

(3) Dont 51 300 actions relatives à des options non exerçables au 31 décembre 2004 à la suite de départs de salariés du Groupe

(4) Hors contrat de liquidité mis en place en octobre 2004

## Répartition du capital social

À la connaissance de la Société, au 31 décembre 2004, les actionnaires détenant plus des deux tiers, de la moitié, du tiers, du cinquième, du dixième ou du vingtième du capital et/ou des droits de vote de la Société étaient les suivants :

Nom	au 31 décembre 2004	
	% en actions (environ)	% en droits de vote (environ)
Famille Bich (dont MBD)	41,4	57,2
Mme Édouard Buffard	4,3	6,0
Silchester International Investors	10,1	7,0
Franklin Templeton	7,0	4,9
CDC	5,0	3,5

Silchester International a franchi à la hausse le seuil de 10 % du capital au cours de l'exercice 2004.



## Programme de rachat d'actions - annulation d'actions

L'Assemblée Générale du 3 juin 2004 a renouvelé l'autorisation consentie au Conseil d'Administration de SOCIÉTÉ BIC de procéder à des rachats d'actions. Le nouveau programme a obtenu le visa A.M.F. n° 04-386. En application de celui-ci, SOCIÉTÉ BIC a acheté 1 975 627 actions au 31 décembre 2004.

Au cours de l'exercice 2004, SOCIÉTÉ BIC a acheté un total de 2 365 083 actions au cours moyen de 36,15 euros sur le fondement de l'article L.225-209 du Code de Commerce (hors contrat de liquidité). Les actions ont été achetées en vue d'une optimisation de la gestion patrimoniale et financière de la Société.

Par ailleurs, les Conseils d'Administration du 3 juin 2004 et du 15 décembre 2004, autorisés par l'Assemblée Générale du 3 juin 2004, ont procédé à l'annulation respectivement de 389 456 actions et 1 652 744 actions. 2 042 200 actions ont donc été annulées au cours de l'exercice 2004.

Sur les 24 derniers mois, SOCIÉTÉ BIC a procédé à l'annulation de 5 331 321 actions, soit 10,28 % du capital social au 31 décembre 2004.

Usant de la faculté offerte lors de l'Assemblée Générale du 28 mai 2003, le Conseil d'Administration du 15 décembre 2004 a consenti des options de souscription portant sur 370 450 actions au bénéfice de 563 dirigeants et salariés de SOCIÉTÉ BIC ou de ses filiales, au prix de 36,76 euros. Ces options ne pourront être exercées qu'au terme de la troisième année suivant leur attribution.

## Rémunération des dirigeants

Le montant des rémunérations et avantages en nature suivants ont été versés, au titre de l'exercice 2004, aux membres des organes d'administration et de direction de SOCIÉTÉ BIC en raison de leurs fonctions dans le Groupe, au titre de leur mandat social ou d'un contrat de travail, tant par la SOCIÉTÉ BIC que par des sociétés contrôlées par elle au sens de l'article L.233-16 du Code de Commerce :

### Rémunérations brutes et avantages en nature au titre de l'exercice 2004

Membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance	SOCIÉTÉ BIC (en euros)			Filiale(s) (en USD)		
	Base	Bonus	Avantages en nature	Base	Bonus	Avantages en nature
Bruno Bich*	207 688	255 195		384 000 (309 054 €)	499 200 (401 771 €)	33 030 (26 584 €)
François Bich**	321 169	164 921				
Marie-Aimée Bich-Dufour***	190 966	84 617	3 336			
Mario Guevara****				436 965 (351 682 €)	450 000 (362 173 €)	19 700 (15 855 €)
Gilles Péliçon	19 500					
Marie-Henriette Poinot	22 000					
Olivier Poupart-Lafarge	22 000					
Antoine Treuille	23 500					
Frédéric Rostand	22 000					
Marie-Pauline Chandon-Moët	14 500					

\* Le bonus 2004 du président est calculé sur la base de cinq critères proposés par le Comité de Rémunération et autorisés par le Conseil d'Administration au début de l'année 2004 : ventes, résultat net, flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation, performance du titre versus SBF 120 et objectifs individuels. En 2004, le bonus perçu a représenté 87 % du bonus cible. En 2004, Monsieur Bruno Bich bénéficie des avantages suivants : une allocation pour voiture de fonction et une assurance vie. Il bénéficie également du régime complémentaire de retraite des cadres de direction de la Société aux États-Unis (Supplementary Executive Retirement Plan). Par ailleurs, Monsieur Bruno Bich ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'il exerce dans les sociétés du Groupe.

\*\* Le bonus 2004 est calculé sur la base des ventes, du résultat d'exploitation, résultat net et montant des stocks (pour 70 % du bonus) et sur des objectifs personnels (pour 30 % du bonus). Les objectifs personnels et les objectifs collectifs de la catégorie briquets ont été dépassés. Monsieur François Bich bénéficie du régime complémentaire de retraite des cadres de tranche C de la Société en France. Par ailleurs, il ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'il exerce dans les sociétés du Groupe.

\*\*\* Le bonus 2004 est calculé sur la base des ventes, du résultat d'exploitation, résultat net et montant des stocks (pour 70 % du bonus) et sur des objectifs personnels (pour 30 % du bonus). L'ensemble des résultats personnels et du Groupe est conforme aux attentes. Madame Marie-Aimée Bich-Dufour bénéficie d'une voiture de fonction et du régime complémentaire de retraite des cadres de tranche C de la Société en France. Par ailleurs, Madame Marie-Aimée Bich-Dufour ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'elle exerce dans les sociétés du Groupe.

\*\*\*\* Le bonus 2004 est calculé sur cinq critères : les ventes du Groupe, le résultat d'exploitation, le résultat net, les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation et des objectifs personnels. L'ensemble des résultats du Groupe et les résultats personnels sont conformes aux attentes. En 2004, Monsieur Mario Guevara bénéficie des avantages suivants : une allocation pour voiture de fonction, une assurance vie et une assistance spécialisée à la réalisation de ses déclarations fiscales. Il bénéficie également du régime complémentaire de retraite des cadres de direction de la Société aux États-Unis (Supplementary Executive Retirement Plan). Par ailleurs, Monsieur Mario Guevara ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'il exerce dans les sociétés du Groupe.

Les montants en USD ont été convertis en euros en utilisant le taux de change moyen de l'exercice 2004 (1 euro = 1,2425 USD) (voir note 1.3 des états financiers consolidés).

## Rémunérations brutes et avantages en nature au titre de l'exercice 2003

Membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance	SOCIÉTÉ BIC (en euros)			Filiale(s) (en USD)		
	Base	Bonus	Avantages en nature	Base	Bonus	Avantages en nature
Bruno Bich*	230 320	261 142		384 000 (339 538 €)	495 360 (438 003 €)	33 030 (29 206 €)
François Bich**	306 059	116 120				
Marie-Aimée Bich-Dufour***	185 338	62 036	3 067			
Mario Guevara****				369 512 (326 727 €)	212 248 (187 672 €)	20 861 (18 446 €)
Gilles Pélisson	19 000					
Marie-Henriette Poinot	24 000					
Olivier Poupart-Lafarge	24 000					
Antoine Treuille	23 000					
Frédéric Rostand	19 000					
Marie-Pauline Chandon-Moët	14 000					

\* Le bonus 2003 du président est calculé sur la base de six critères proposés par le Comité de Rémunération et autorisés par le Conseil d'Administration en début d'année 2003 : ventes, résultat d'exploitation, résultat net, cash flow disponible, montant des stocks et performance du titre versus SBF 120. En 2003, les réalisations ont été légèrement inférieures pour les 4 premiers objectifs et dépassées pour les 2 derniers. En 2003, Monsieur Bruno Bich bénéficie des avantages suivants : une allocation pour voiture de fonction et une assurance vie. Il bénéficie également du régime complémentaire de retraite des cadres de direction de la Société (Supplementary Executive Retirement Plan). Par ailleurs, Monsieur Bruno Bich ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'il exerce dans les sociétés du Groupe.

\*\* Le bonus 2003 est calculé sur la base des ventes, du résultat d'exploitation, résultat net et montant des stocks (pour 70 % du bonus) et sur des objectifs personnels (pour 30 % du bonus). Les objectifs personnels et les objectifs collectifs de la catégorie briquets ont été dépassés. Monsieur François Bich bénéficie du régime complémentaire de retraite des cadres de direction de la Société. Par ailleurs, il ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'il exerce dans les sociétés du Groupe.

\*\*\* Le bonus 2003 est calculé sur la base des ventes, du résultat d'exploitation, résultat net et montant des stocks (pour 70 % du bonus) et sur des objectifs personnels (pour 30 % du bonus). L'ensemble des résultats personnels et du Groupe est conforme aux attentes. Madame Marie-Aimée Bich-Dufour bénéficie d'une voiture de fonction et du régime complémentaire de retraite des cadres de direction de la Société. Par ailleurs, Madame Marie-Aimée Bich-Dufour ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'elle exerce dans les sociétés du Groupe.

\*\*\*\* Le bonus 2003 est calculé sur la base des ventes, du résultat d'exploitation, résultat net et montant des stocks (pour 70 % du bonus) et sur des objectifs personnels (pour 30 % du bonus). Les objectifs personnels et collectifs des Amériques Nord et Sud ont été dépassés. En 2003, Monsieur Mario Guevara bénéficie des avantages suivants : une allocation pour voiture de fonction, une assurance vie et une assistance spécialisée à la réalisation de ses déclarations fiscales. Il bénéficie également du régime complémentaire de retraite des cadres de direction de la Société (Supplementary Executive Retirement Plan). Par ailleurs, Monsieur Mario Guevara ne perçoit pas de jetons de présence à raison des mandats qu'il exerce dans les sociétés du Groupe.

Les montants en USD ont été convertis en euros en utilisant le taux de change moyen de l'exercice 2003 (1 euro = 1,13095 USD) (voir note 1.3 des états financiers consolidés).

## Mandats des mandataires sociaux

Opération sur titres des dirigeants, administrateurs, membres du Conseil d'Administration : aucune information relative à des opérations effectuées après le 14 octobre 2004, dont le montant total à fin décembre 2004 serait supérieur à 5 000 euros n'a été portée à la connaissance de la Société.

## Conseil d'Administration

### PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

#### Bruno Bich

58 ans, de nationalités française et américaine  
Président du Conseil d'Administration depuis le 27 mai 1993  
Administrateur depuis l'AG du 2 juin 1986, dernier mandat renouvelé par l'AG du 3 juin 2004 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2007 sur l'exercice 2006.

#### Autres mandats dans le Groupe :

- Représentant permanent de SOCIÉTÉ BIC dans la société BIC Services.
- Président du Conseil d'Administration des sociétés BIC Graphic Europe SA (Espagne), BIC Violex SA (Grèce)

- Chairman et Chief Executive Officer de BIC Corporation (USA)
- Chairman et President de BIC International (USA)
- Chairman of the Board de Sheaffer (Hong Kong) Co. Ltd., BIC Philippines Inc., PT Buana Inti Cakrawala ("PT BIC") (Indonésie)
- Director of the Board des sociétés BIC Iberia SA (Espagne), BIC Graphic Europe SA (Espagne), BIC Portugal SA (Portugal), BIC Corporation (USA), BIC International Co. (USA), BIC Violex SA (Grèce), BIC Australia Pty. Ltd., BIC (NZ) Ltd. (Nouvelle Zélande), BIC Stationery (Shanghai) Co. Ltd. (Chine), Shanghai Sheaffer-Wingsung Stationery Co. Ltd. (Chine), Sheaffer (Hong Kong) Company Ltd. (Hong Kong), Nihon BIC Co. Ltd. (Japon), BIC Kosaido KK (Japon), BIC GBA Sdn. Bhd. (Malaisie), BIC Product (Singapore) Pte. Ltd., BIC Product (Asia) Pte. Ltd., PT Buana Inti Cakrawala ("PT BIC") (Indonésie), BIC Philippines Inc., BIC Product (Korea) Ltd., BIC Product (Thailand) Ltd.
- Gérant des sociétés BIC GmbH (Allemagne), BIC Verwaltungs GmbH (Allemagne), BIC Beteiligungs GmbH (Allemagne)

#### Autres mandats hors du Groupe :

- Administrateur des sociétés Altadis (Espagne) et Kosaido Co. Ltd. (Japon)



## DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ ET ADMINISTRATEUR

### **François Bich**

55 ans, de nationalité française

Directeur Général Délégué depuis le 15 décembre 1988

Administrateur depuis le CA du 30 septembre 1977 ratifié par l'AG du 29 mai 1978, dernier mandat renouvelé par l'AG du 28 mai 2003 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2006 sur l'exercice 2005.

#### Autres mandats dans le Groupe :

–Président de la Société du Briquet Jetable 75 ("B.J. 75")

#### Autres mandats hors du Groupe :

–Président du Conseil de Surveillance de MBD

### **Mario Guevara**

45 ans, de nationalité mexicaine

Administrateur depuis l'AG du 22 mai 2001, dernier mandat renouvelé par l'AG du 3 juin 2004 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2007 sur l'exercice 2006.

#### Principale activité :

Directeur Général Délégué en charge des opérations de SOCIÉTÉ BIC

#### Autres mandats dans le Groupe :

- President et Chief Operating Officer de BIC Corporation (USA)
- President et Chief Executive Officer de Ergo Pen, Inc. (USA)
- Président des sociétés BIC USA Inc. (USA), Furtuna Holding Co., Ltd. (Iles Vierges Britanniques), GLNA, Inc. (USA), TRITEC International Co. (USA), Astor Blade Corp. (USA)
- Chairman of the Board de BIC Venezuela CA (Venezuela)
- Member of the Board des sociétés BIC Corporation (USA), BIC Graphic Manufacturing Co., Inc. (USA), BIC Sport USA Inc. (USA), BIC USA Inc. (USA), Ergo Pen, Inc. (USA) , Furtuna Holding Co. Ltd. (Iles Vierges Britanniques), GLNA, Inc. (USA), BIC Venezuela CA (Venezuela), BIC Chile SA (Chili), BIC Colombia SA (Colombie), Tritec International Co. (USA), BIC Kosaido KK (Japon).

## ADMINISTRATEURS

### **Marie-Pauline Chandon-Moët**

37 ans, de nationalité française

Administrateur depuis l'AG du 28 mai 2003 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2006 sur l'exercice 2005.

#### Principale activité :

Responsable du parc immobilier européen du Groupe BIC

#### Autres mandats hors du Groupe :

- Membre du Conseil de Surveillance de MBD
- Président et Directeur Général de Ferrand SA

### **Gilles Pélisson**

47 ans, de nationalité française

Administrateur indépendant

Administrateur depuis l'AG du 22 mai 2001, dernier mandat renouvelé par l'AG du 3 juin 2004 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2007 sur l'exercice 2006

Président du Comité des Rémunérations

#### Principale activité :

Président - Directeur général de Bouygues Telecom depuis 2004

De 2001 à 2004, Directeur Général de Bouygues Telecom

#### Autres mandats :

–Administrateur de Bouygues Telecom et de TPS

### **Marie-Henriette Poinot**

43 ans, de nationalité française

Administrateur depuis l'AG du 21 mai 1997, dernier mandat renouvelé par l'AG du 28 mai 2003 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2006 sur l'exercice 2005.

Membre du Comité des Rémunérations

#### Principale activité :

Directeur Stratégies du Groupe Options

#### Autres mandats hors du Groupe :

- Administrateur de Tosniop SA et Ferrand SA
- Membre du Conseil de Surveillance de Options SA

### **Olivier Poupart-Lafarge**

62 ans, de nationalité française

Administrateur indépendant

Administrateur depuis l'AG du 25 mai 2000, dernier mandat renouvelé par l'AG du 28 mai 2003 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2006 sur l'exercice 2005.

Membre du Comité d'Audit

#### Principale activité :

Directeur Général Délégué du Groupe Bouygues depuis 2002.

#### Autres mandats :

- Administrateur de Bouygues, Bouygues Telecom, Télévision Française 1 (TF1), Société d'Aménagement Urbain et Rural (SAUR), Colas
- Représentant permanent de la Société Bouygues dans les sociétés Bouygues Immobilier, Bouygues Construction

### **Frédéric Rostand**

42 ans, de nationalité française

Administrateur indépendant

Administrateur depuis l'AG du 28 mai 2003 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2006 sur l'exercice 2005.

Membre du Comité d'Audit

Membre du Comité des Rémunérations

Principale activité :

Président du Directoire de Saint Louis Sucre  
Membre du Directoire de Südzucker AG (Allemagne)

Autres mandats hors du Groupe :

- Représentant la Société Saint Louis Sucre en tant que Président des SAS dans la Société Française d'Organisation et de Participation, Saint Louis Sucre International
- Vice-Président du Conseil de Surveillance des sociétés Compagnie Financière de l'Artois, Slaska Spolka Cukrowa SA (Pologne)
- Représentant permanent de Saint Louis Sucre dans les Sucreries de Bourgogne
- Administrateur des sociétés Distilleries Ryssen, Raffinerie Tirlemontoise (Belgique) et de Eastern Sugar (Pays-Bas)

**Antoine Treuille**

56 ans, de nationalité française  
Administrateur indépendant  
Administrateur depuis l'AG du 21 mai 1997, dernier mandat renouvelé par l'AG du 28 mai 2003 jusqu'à l'AG annuelle statuant en 2006 sur l'exercice 2005.  
Président du Comité d'Audit

Principale activité :

Executive Managing Director de Mercantile Capital Partners (USA)

Autres mandats :

- Administrateur de Eramet
- Président de Charter Pacific Corporation (USA)

- Director de Eye Care Centers of America (USA), Dry Ice Corporation (USA), Partex Corporation (USA) et de Harris Interactive, Inc. (USA)

**DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ**

**Marie-Aimée Bich-Dufour**

46 ans, de nationalité française  
Directeur Général Délégué depuis 1995

Autres mandats dans le Groupe :

- Director of the Board des sociétés BIC Services (France), BIC Portugal SA (Portugal), BIC Iberia SA (Espagne), BIC Violex SA (Grèce), Sheaffer (Hong Kong) Co. Ltd., Shanghai Sheaffer-Wingsung Stationery Co. Ltd. (Chine), BIC Stationery (Shanghai) Co. Ltd. (Chine), BIC India Pte. Ltd. (Inde), BIC Products Pte. Ltd. (Inde), BWI Manufacturing India Pte. Ltd. (Inde), Nihon BIC Co. Ltd. (Japon), BIC Kosaido KK (Japon), BIC Malaysia Sdn. Bhd., Mondial Sdn. Bhd. (Malaisie), BIC-GBA Sdn. Bhd. (Malaisie), BIC Product (Singapore) Pte. Ltd., BIC Product (Asia) Pte. Ltd., BIC Product (Korea) Ltd., BIC Product (Thailand) Ltd.

## Informations sociales

**EFFECTIF**

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2004, BIC comptait au total 8 650 salariés et 942 temporaires à travers le monde. Les variations du nombre d'employés par zone géographique et par pôle d'activité se présentent comme suit :

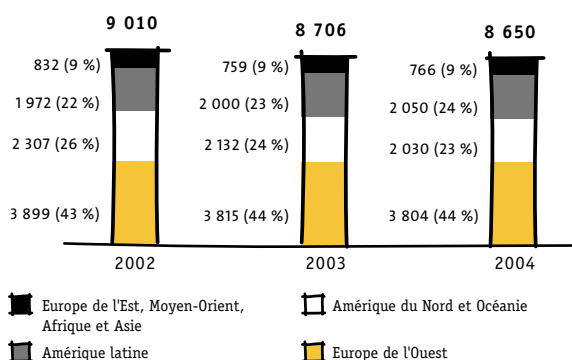
## Effectif 2004 par zone géographique

### GRUPE BIC

	2002	2003	2004	Variation 2004/2003
Europe de l'Ouest	3 899	3 815	3 804	(11)
Amérique du Nord et Océanie	2 307	2 132	2 030	(102)
Amérique latine	1 972	2 000	2 050	+ 50
Europe de l'Est, Moyen-Orient, Afrique et Asie	832	759	766	+ 7
<b>TOTAL EFFECTIFS PERMANENTS EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN</b>	<b>9 010</b>	<b>8 706</b>	<b>8 650</b>	<b>(56)</b>
Temporaires	738	687	942	+ 255
<b>TOTAL EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN</b>	<b>9 748</b>	<b>9 393</b>	<b>9 592</b>	<b>+ 199</b>



### Effectifs permanents par zone géographique



En 2004, les effectifs permanents sont en baisse de 56 alors que BIC Kosaido KK (effectif: +27) et Stypen (effectif: +114) ont intégré le Groupe BIC, tandis que le 1<sup>er</sup> novembre 2004, BIC a cédé l'activité et l'unité de production Ballograf® en Suède (effectif: -38,5) à ses dirigeants.

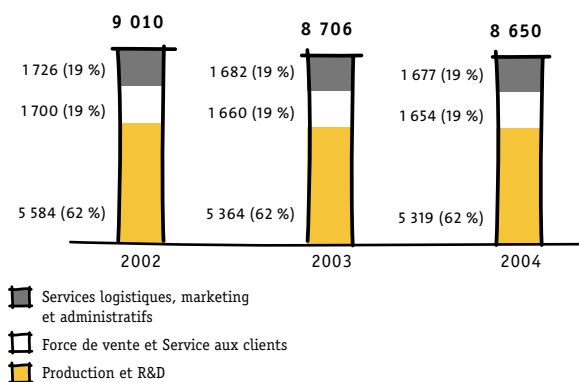
La baisse des effectifs permanents s'explique principalement par la mise en œuvre de plans de rationalisation industrielle en Amérique du Nord.

### Effectifs 2004 par pôle d'activité

#### GRUPE BIC

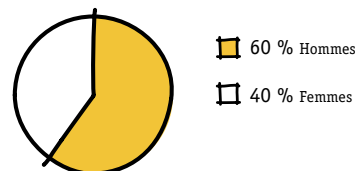
	2002	2003	2004	Variation 2004/2003
Production et R&D	5 584	5 364	5 319	(45)
Force de vente et Service aux clients	1 700	1 660	1 654	(6)
Services logistiques, marketing et administratifs	1 726	1 682	1 677	(5)
<b>TOTAL EFFECTIFS PERMANENTS</b>	<b>9 010</b>	<b>8 706</b>	<b>8 650</b>	<b>(56)</b>

### Effectifs permanents par pôle d'activité



Les travailleurs temporaires se trouvent principalement aux États-Unis, en Grèce, au Mexique et en Indonésie. Ils sont employés en production (76 % des effectifs temporaires), en support à la vente (12 %) et dans la distribution (6 %), essentiellement en raison de la forte saisonnalité des activités de BIC.

Les femmes représentent environ 40 % des effectifs permanents du Groupe en 2004 (35 % en Europe - Afrique - Moyen-Orient, 47 % en Amérique du Nord et 41 % en Amérique latine).



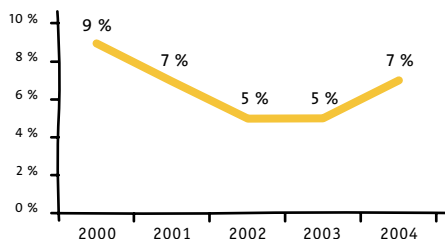
Dans les établissements concernés par une réduction d'effectifs, l'entreprise met systématiquement en place des plans spéciaux d'aide et d'accompagnement pour les salariés touchés par ces mesures : des dispositifs pour identifier des solutions en interne (analyse des offres de reclassement dans le Groupe, aides à la mobilité géographique) et des dispositifs pour identifier des solutions en externe (mesures d'accompagnement pour la recherche d'emploi des salariés licenciés : out-placement et mesures financières).

L'effectif permanent (en contrat à durée indéterminée) représente 90 % de l'effectif du Groupe, tandis que l'effectif temporaire représente 10 %, réparti entre personnel intérimaire, contrats à durée déterminée et stagiaires d'école ou d'université.

Les cadres représentent environ 20 % des effectifs permanents du Groupe et 27 % des managers sont des femmes. Pour le Groupe BIC, la caractéristique principale d'un manager est qu'il coordonne un ensemble de moyens qui lui sont confiés, avec le degré d'autonomie et de responsabilité nécessaire à la réalisation d'objectifs au moins annuels. Le management peut porter sur une équipe, sur des projets, sur un processus, une technique ou sur un portefeuille de clients ou de fournisseurs. Les managers de BIC ont en moyenne 40 ans et une ancienneté moyenne de 7 ans.

Le taux de turnover volontaire du Groupe remonte à 7 % en 2004, alors qu'il était de 5 % en 2002 et 2003, de 7 % en 2001 et de 9 % en 2000. Cette augmentation est due à un marché du travail plus actif en 2004 qu'en 2003 dans la majorité des pays et elle est également la conséquence des réductions d'effectifs dans les établissements touchés par ces mesures.

### Turnover volontaire



Pour ses recrutements, le Groupe a développé depuis plusieurs années une politique de mobilité et de promotion interne active, qui s'appuie sur des outils de gestion de carrière (Plan de Développement Individuel, Plan de Succession, accélérateurs de talents, etc.) qui sont utilisés efficacement. En 2004, pour les 3 premiers niveaux de managers, le taux de promotion interne a été de 82 % alors qu'il était de 66 % en 2003. Le développement d'un système d'annonces d'emplois interne a également permis d'encourager et d'augmenter les candidatures internes à tous niveaux.

D'autre part, le Groupe ne connaît pas de difficultés de recrutement externe, grâce à la mise en œuvre d'outils innovants et qualitatifs (adresse internet : [humanresources@bicworld.com](mailto:humanresources@bicworld.com), participation à des salons spécialisés au Mexique par exemple) qui valorisent la notoriété de l'entreprise sur le marché de l'emploi international, et à la collaboration avec des cabinets de recrutement spécialisés de renommée internationale. En interne, le Groupe a renforcé les compétences de ses managers aux techniques de recrutement et a développé une nouvelle procédure de sélection plus performante.

### ORGANISATION DU TRAVAIL

Les modes d'organisation et d'aménagement du temps de travail sont déterminés sur la base des prévisions des besoins de production de chaque site et du service à délivrer aux clients.

BIC travaille continuellement à l'amélioration de ses modes d'organisation. Par exemple, cette année en Grèce, l'usine de rasoirs a été entièrement réorganisée par centres de profits, dans l'objectif d'améliorer les conditions de travail des collaborateurs, l'efficacité de l'organisation du travail et la communication dans les ateliers.

Le niveau d'heures supplémentaires réalisées est strictement mesuré et encadré dans les établissements où cette pratique est utilisée.

Le taux d'absentéisme est légèrement en baisse en 2004 par rapport à 2003, soit en moyenne 1,9 % dans le Groupe contre 2 % en 2003. La maladie en est la cause majeure. La Direction des Ressources Humaines a sensibilisé les directions des établissements en publiant au niveau du Groupe une analyse comparative des résultats détaillés de chacun d'entre eux, et en menant des plans d'action incluant par exemple des primes de présentisme.

### TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Le nombre de travailleurs handicapés recensés en 2004, dans les sites les plus importants du Groupe est de 62 (hors emplois indirects liés à la sous-traitance), basés en Europe (27), en Amérique du Sud (16) et en Amérique du Nord (19).

### RÉMUNÉRATIONS

Dans le Groupe, le coût moyen annuel par employé (charges sociales incluses) est de 41 300 euros en 2004, soit une diminution de 1,7 % par rapport à 2003. Cette diminution s'explique par la variation du taux de change EUR/USD en 2004. À taux de change constants, on observe une augmentation de +2,6 % par rapport à 2003. Globalement cette progression est due à :

- l'augmentation du salaire moyen brut (+1,2 %) ;
- l'augmentation des charges sociales et autres avantages (+1,4 %, en raison des coûts croissants de protection sociale).

La reconnaissance de la performance individuelle et de la performance des équipes de travail est un élément essentiel de la politique de rémunération du Groupe BIC. Ainsi, pour les cadres, les augmentations de salaire sont fondées sur le mérite individuel (excepté dans certains pays ayant des obligations légales en matière d'augmentations générales). Les rémunérations variables liées à la performance représentent 15 % des salaires de base bruts en moyenne de l'ensemble des cadres du Groupe.

Les différences de rémunération entre les employés sont justifiables ; elles reflètent les responsabilités confiées, l'expérience, la performance, le potentiel et tiennent compte des spécificités des marchés locaux. En 2004, une analyse complète de la compétitivité externe des salaires de base par pays a été menée. Les résultats montrent qu'en moyenne, les collaborateurs BIC sont positionnés légèrement au-dessus de la médiane de leur marché de référence, conformément à la politique de rémunération du Groupe.

Le Groupe BIC s'enrichit des différences et proscrit formellement tout élément discriminatoire tels que la race, la religion, le sexe ou l'âge.

### RELATIONS PROFESSIONNELLES ET BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

En 2004, BIC USA a annoncé que, dans un effort de concentration de ses opérations mondiales, BIC envisageait l'arrêt de la production des stylos à bille BIC® et rasoirs BIC®



de Milford, Connecticut, États-Unis, ainsi que la fermeture de son usine Sheaffer® de Fort Madison, Iowa, États-Unis. La fermeture de ces unités de production, qui devrait être finalisée fin 2006, concernera environ 400 personnes.

Dans le cadre de ses négociations obligatoires, BIC a donc négocié un accord de fermeture avec les partenaires sociaux représentant les salariés horaires, le "United Steelworkers of America" (USWA) à Milford et le "United Auto Workers" (UAW) à Fort Madison. Dans ce contexte difficile, direction et représentants syndicaux ont travaillé ensemble pour trouver des solutions qui soient de bons compromis entre les nécessités économiques de l'entreprise et la responsabilité de BIC vis-à-vis de ses collaborateurs.

Dans les sites de Boulogne, compte tenu du déclin irréversible du crayon de bois traditionnel (graphite et couleur), les départs en retraite sur la base du volontariat sont facilités. Par ailleurs, direction et partenaires sociaux se sont accordés pour la mise en œuvre d'un plan de formation de polyvalence / poly-compétence qui vise à former les opérateurs à d'autres productions relais de croissance.

### ➤ DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES ET FORMATION

La mission de la fonction "people development" est :

- d'infuser la culture et les valeurs BIC à travers le Groupe,
- de détecter et développer les compétences et le potentiel des prochains managers de BIC,
- d'améliorer le fonctionnement opérationnel des équipes et de leurs managers.

Pour l'année 2004, les objectifs de SOCIÉTÉ BIC dans le cadre du "people development" ont été de :

- mettre en place des plans de développement individuels à tous les niveaux pour permettre à ses employés de donner le meilleur d'eux-mêmes, en leur offrant des formations pratiques et en leur proposant des missions et des attributions ambitieuses ;
- proposer des opportunités de promotion rapide aux plus performants.

Ces objectifs ont été atteints grâce aux efforts de toute l'équipe dirigeante et des directeurs généraux s'appuyant sur les processus mis en place dans toutes les entités du Groupe :

- plans de développement individuels formalisés après un entretien individuel pour tous les cadres ;
- détection et promotion accélérée des "talents", futurs managers du Groupe ;
- plans de succession (76 % des postes clés ont un ou plusieurs successeurs identifiés) ;
- volonté affichée de favoriser les promotions internes (82 % des promotions des postes des 3 premiers niveaux de dirigeants sont faites en interne) ;
- encouragement à la formation professionnelle et appliquée (plus de 10 300 journées de formations ont été dispensées).

Depuis 1998, l'Université BIC ("BIC U") forme les collaborateurs du Groupe à tous les niveaux de responsabilité.

BIC U propose sur les sites de Clichy (France), Milford (États-Unis) et Manaus (Brésil) toute une série de formations concrètes et appliquées, sur des thèmes tels que :

- la vision et les valeurs BIC,
  - les savoir-faire techniques,
  - le développement des compétences managériales,
  - le développement personnel,
  - les langues et l'informatique,
- mais aussi sur des sujets globaux affectant tous les secteurs de l'entreprise, comme le modèle économique Chinois, l'évolution du design, l'innovation, etc.

Chaque site délivre soit des formations adaptées aux pratiques opérationnelles locales (par continent, voire par usine), soit des formations Groupe permettant à tous les participants d'acquérir les mêmes savoir-faire et connaissances. Ainsi, 145 sessions de formations ont été organisées par BIC University à Clichy et en Europe en 2004, impliquant 1 673 personnes pour un taux de satisfaction post-formation de 4,5 sur 5.

En 2004, plus de 10 300 jours de formation ont été dispensés au niveau du Groupe, contre un total recensé en 2003 de 7 710 jours.

### ➤ ŒUVRES SOCIALES

Pour l'année 2004, BIC a consacré 1,5 million d'euros aux œuvres sociales de ses filiales en France, définies à l'article R432-2 du Code du Travail.

## Données environnementales

### ➤ L'ENVIRONNEMENT CHEZ BIC

Un comportement éthique envers nos salariés, consommateurs, clients, fournisseurs et actionnaires est un principe de travail fondamental et prioritaire pour le Groupe BIC. Ainsi, BIC poursuit son engagement à protéger l'environnement et à assurer la santé et le bien-être de ses salariés, de ses voisins et de ses consommateurs.

Chaque aspect d'une activité industrielle, de la production à la distribution jusqu'à la fin de vie du produit et de son emballage, génère un impact potentiel au niveau de la santé humaine, de la sécurité ou de l'environnement.

Il est de notre responsabilité de minimiser ces impacts. Le défi consiste à trouver des solutions qui protègent l'homme et l'environnement tout en maintenant la qualité de produit que le consommateur exige. BIC accepte cette responsabilité et ce défi.

Notre approche est de collaborer avec nos salariés, fournisseurs, clients et consommateurs pour identifier, mesurer et minimiser les impacts sur la santé, la sécurité et l'environnement qui proviennent de nos activités de production, de nos produits et de nos emballages.

Cette année, BIC publie un rapport développement durable qui décrira plus en détail sa politique en matière de santé, sécurité et environnement.

### ➤ PÉRIMÈTRE ET CHOIX DES INDICATEURS

SOCIÉTÉ BIC a fait le choix d'appliquer un périmètre plus large que le strict périmètre de l'article 116 de la loi sur les nouvelles régulations économiques qui précise que les informations sur les données environnementales ne s'imposent qu'aux seules sociétés cotées.

Ainsi, afin de fournir des informations pertinentes et adaptées à l'esprit de la loi, BIC fournit les données consolidées dès lors que celles-ci sont disponibles et pertinentes.

Les indicateurs ont été choisis pour permettre une meilleure lisibilité d'ensemble des données. Seuls les indicateurs représentatifs de l'activité du Groupe et de l'impact de ses activités industrielles sur l'environnement ont été sélectionnés.

Les données présentées proviennent de la consolidation des informations de l'ensemble des usines des filiales françaises et étrangères, sauf si seules les données locales sont disponibles ou si elles sont plus pertinentes que les informations consolidées. Sont visés ici tous les sites industriels du Groupe BIC fabriquant des produits finis ou semi-finis à destination de la vente au grand public, ainsi que nos sociétés d'ingénierie et les principaux entrepôts de BIC.

L'activité Ballograf a été cédée dans le courant de l'année 2004. Les données du site n'apparaîtront pas dans le rapport 2004.

### ➤ EXISTENCE AU SEIN DE L'ACTIVITÉ DE STRUCTURES INTERNES DE GESTION DE L'ENVIRONNEMENT. MOYENS CONSACRÉS À LA RÉDUCTION DES RISQUES POUR L'ENVIRONNEMENT

BIC s'est doté d'une nouvelle politique globale concernant la santé, la sécurité et l'environnement. Cette politique se complète d'une série d'objectifs et de directives servant à orienter le travail au niveau de la conception des produits, des chaînes de production et d'approvisionnement dans une logique d'amélioration permanente. Pour mener à bien cette politique et atteindre nos objectifs, nous mettons en place ou nous mettons à jour des systèmes de management spécifiques sur chaque site de production.

Nous sommes convaincus que des systèmes de management conçus localement répondent mieux aux spécificités régionales de nos sites de production : produits, risques, réglementation, culture. Des indicateurs locaux et globaux nous permettent de mesurer nos résultats face à nos objectifs.

La mise en place de l'ensemble du système de management environnemental Groupe devrait être achevée fin 2007.

### ➤ DÉMARCHES D'ÉVALUATION OU DE CERTIFICATION ENTREPRISES EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

Chaque site a la liberté de choisir comment mettre en place son propre système de management à partir du moment où il reste dans le cadre des systèmes de management du Groupe en santé, sécurité et environnement et qu'il remplit les objectifs fixés.

La certification ISO 14 000 n'est pas mise en place dans l'ensemble du Groupe mais seulement pour certaines usines qui ont choisi cette voie pour progresser. Cependant, nous n'imposons ni n'interdisons le recours à cette certification.

Par exemple, notre usine mexicaine a obtenu la certification : "Industrie propre" (certification nationale).

### ➤ MESURES PRISES, LE CAS ÉCHÉANT, POUR ASSURER LA CONFORMITÉ DE L'ACTIVITÉ AUX DISPOSITIONS LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES APPLICABLES EN CETTE MATIÈRE

Les sites planifient et réalisent des contrôles quotidiens et périodiques, afin de répondre aux dispositions réglementaires locales. Selon le besoin, ces contrôles sont réalisés en interne ou avec l'assistance de prestataires extérieurs. Si une non-conformité est mise en évidence lors du contrôle, un plan d'actions est mis en place pour y remédier.

### ➤ ORGANISATION MISE EN PLACE POUR FAIRE FACE AUX ACCIDENTS DE POLLUTION AYANT DES CONSÉQUENCES AU-DELÀ DES ÉTABLISSEMENTS

Dans le cas où des risques d'accidents pourraient avoir des conséquences à l'extérieur de nos usines, des plans d'organisation ont été mis en œuvre.

En particulier, nos sites SEVESO disposent de Plan d'Opération Interne. Hors de France, certains de nos sites possèdent des plans d'urgence équivalents. À titre d'exemple, tous nos sites des États-Unis ont un "Emergency Response Plan", notre site de Nouvelle-Zélande a un "Emergency Management Plan".

Dans le cas de notre site SEVESO seuil haut, nous avons défini une politique de prévention des risques majeurs et mis en place un système de gestion de la sécurité pour la prévention des accidents majeurs, conformément à l'arrêté ministériel du 10 mai 2000, transposition en droit français de la directive européenne 96/82/CE.

### ➤ FORMATION ET INFORMATION SUR L'ENVIRONNEMENT ET LA SÉCURITÉ

Les programmes d'information et de formation du personnel sont définis et mis en place localement afin de répondre aux besoins spécifiques d'information sur chaque site.

Les programmes de formation couvrent une large gamme de sujets, comme la gestion des déchets, les procédures d'urgence,



la prévention des accidents, la sécurité des employés, ainsi que les consignes au poste de travail.

#### ➤ DÉPENSES ENGAGÉES POUR PRÉVENIR LES CONSÉQUENCES DE L'ACTIVITÉ SUR L'ENVIRONNEMENT

Les budgets d'investissements liés à l'environnement font partie intégrante des budgets des usines.

#### ➤ MONTANT DES PROVISIONS ET GARANTIES POUR RISQUES EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

La Société est assurée pour la responsabilité civile, au titre de ses installations. La Société est assurée au titre de sa responsabilité environnementale et de sa responsabilité civile, pour les préjudices causés aux tiers. En outre, la Société a souscrit les assurances obligatoires couvrant ses salariés ainsi que des assurances couvrant les dommages aux biens et l'interruption d'activité pour ses biens immobiliers et mobiliers.

En particulier, notre site SEVESO a constitué des garanties financières avec acte de cautionnement bancaire, selon les dispositions réglementaires.

#### ➤ MONTANT DES INDEMNITÉS VERSÉES AU COURS DE L'EXERCICE EN EXÉCUTION D'UNE DÉCISION JUDICIAIRE

Aucun.

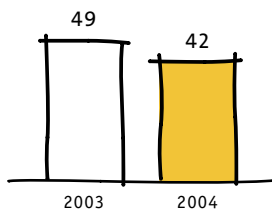
#### ➤ ACTIONS MENÉES EN RÉPARATION DES DOMMAGES CAUSÉS À L'ENVIRONNEMENT

Aucune action significative n'a été nécessaire en 2004.

#### ➤ CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU

La consommation et l'origine des ressources en eau du Groupe BIC varient selon les sites en fonction de leurs activités, de leur situation géographique et de leurs sources d'approvisionnement en eau.

#### Consommation annuelle d'eau rapportée à la production - Groupe BIC (mètres cubes / tonne)



La consommation totale d'eau du Groupe BIC n'a pas augmenté entre 2003 et 2004 malgré une augmentation significative de la production. La consommation d'eau rapportée à la tonne de produits a été améliorée cette année de 13 %.

Dans nos usines, la majeure partie de l'eau est employée seulement pour les systèmes de refroidissement. L'impact environnemental reste faible. À l'analyse, deux sites représentent 86 % de la consommation totale en eau du Groupe BIC. Ces deux sites sont des cibles privilégiées pour obtenir des réductions significatives de la consommation d'eau dans les années à venir.

La plupart des sites BIC ont réalisé des améliorations significatives de leur consommation d'eau rapportée à la tonne de produits, grâce à la mise en place d'actions locales de réduction de la consommation d'eau dans les sites. Exemples d'actions : installation de nouveaux débitmètres pour contrôler et gérer la consommation, amélioration de l'efficacité du système de recyclage de l'eau, amélioration du système existant de tour de refroidissement et récupération des eaux de pluie pour l'arrosage des jardins.

#### ➤ CONSOMMATION DES RESSOURCES EN MATIÈRES PREMIÈRES

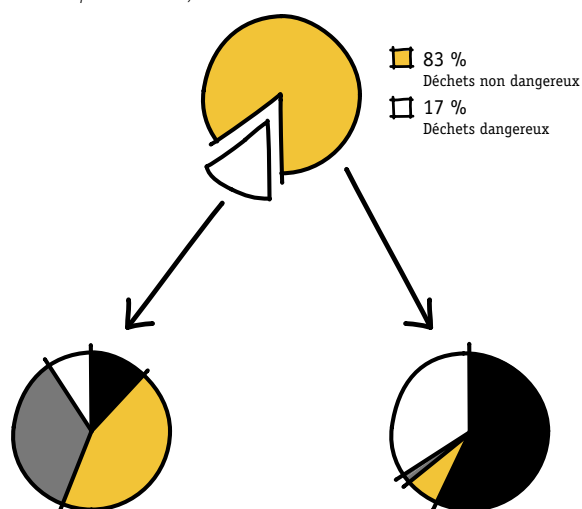
Les principales matières premières utilisées dans notre industrie sont les plastiques, les métaux ainsi que le carton pour les emballages. Nous nous attachons à optimiser la quantité de matières premières nécessaires à la fabrication de nos produits et à leur distribution.

Nous veillons non seulement à garantir la qualité de nos produits mais aussi l'innocuité de nos matières premières pour l'homme et l'environnement. Notre programme global de sécurité des produits intègre des exigences relatives à l'environnement, en particulier la limitation des métaux lourds totaux tels que le plomb et le cadmium dans nos produits. Cette démarche systématique s'applique aussi aux emballages du Groupe.

## ➤ DÉCHETS

### Production de déchets en 2004 Groupe BIC

(% du total exprimé en tonne)



#### Traitement des déchets dangereux en 2004

- 12 % Recyclage
- 44 % Incinération avec récupération d'énergie
- 35 % Autres traitements/ Destructions
- 9 % Mise en décharge

#### Traitement des déchets non dangereux en 2004

- 57 % Recyclage
- 7 % Incinération avec récupération d'énergie
- 1 % Autres traitements/ Destructions
- 35 % Mise en décharge

Note : Pour améliorer la compréhension, la catégorie "Autres traitements/destructions" regroupe les autres techniques de traitement des déchets, comme l'incinération sans récupération d'énergie.

Nous n'observons pas de modifications significatives de la répartition des différents traitements des déchets entre 2003 et 2004 dans le Groupe BIC.

La réduction des déchets a toujours été et continue d'être un critère indispensable de performance pour tous les sites de productions BIC. Lorsqu'une réduction supplémentaire des déchets n'est pas envisageable, le recyclage externe ou la valorisation des déchets sont les voies que nous poursuivons. Bien que nous ayons atteint, au niveau mondial, un taux de recyclage respectable de 57% en ce qui concerne les déchets non dangereux, nous souhaitons faire encore mieux. Cependant, nous sommes parfois dépendants de la présence d'entreprises locales et de marchés pour les matériaux recyclés.

En 2004, BIC a mis en application un nouveau standard interne permettant l'identification des déchets générés dans le Groupe BIC qui pourraient être dangereux pour la santé de l'homme et l'environnement, indépendamment du pays d'origine. Ce système de classification est suivi de manière rigoureuse, si bien que certains déchets y sont inclus alors qu'ils sont localement classés comme non dangereux. Ce nouveau standard va nous aider à identifier clairement les opportunités globales de réduction des impacts environnementaux dus aux matériaux dangereux.

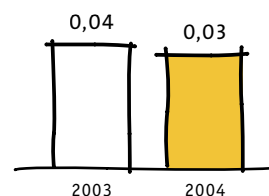
Plus de 91% de nos déchets dangereux sont recyclés, transformés en énergie ou subissent un traitement. Les 9% restants sont principalement des déchets finaux qui ne peuvent plus subir d'autres traitements et dont la mise en décharge est la dernière option possible.

Dans chacun des pays européens, nous contribuons à la valorisation des emballages mis sur le marché par BIC en participant aux programmes nationaux de valorisation des emballages en place en Europe.

Nos emballages sont conçus avec des propriétés physico-chimiques permettant leur incinération avec récupération d'énergie ou leur recyclage.

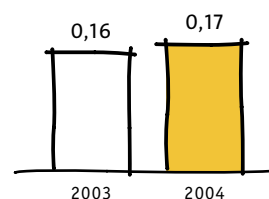
À titre d'exemple, les emballages de transport (outer packaging) utilisés en Europe contiennent en moyenne 80% (en poids) de carton recyclé.

### Production annuelle de déchets dangereux rapportée à la production - Groupe BIC (tonne / tonne)



Bien que la production ait augmenté en 2004, la quantité de déchets dangereux produite par rapport au tonnage de production a diminué d'approximativement 9% pour l'ensemble du Groupe BIC.

### Production annuelle de déchets non dangereux rapportée à la production - Groupe BIC (tonne / tonne)

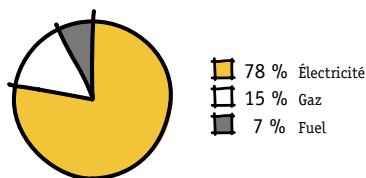


Nous avons connu une légère augmentation de notre production de déchets non dangereux rapportée à la production en 2004. La production de déchets dus à des activités exceptionnelles en 2004, comme la démolition de bâtiments obsolètes et le démantèlement d'ateliers, ainsi que la mise en route de nouvelles activités, a masqué nos efforts pour réduire la production de déchets provenant de nos sites.



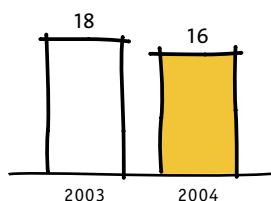
➤ **CONSOMMATION DE RESSOURCES EN ÉNERGIE AVEC, LE CAS ÉCHÉANT, LES MESURES PRISES POUR AMÉLIORER L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE, ET LE RECOURS AUX ÉNERGIES RENOUVELABLES**

**Consommation totale d'énergie par source en 2004**  
Groupe BIC (% du total exprimé en gigajoule/tonne)



L'électricité fournie par le réseau public (mesurée en gigajoule) est la plus grande source d'énergie consommée. L'électricité est utilisée pour le fonctionnement des machines, les bâtiments et les fonctions support. Elle est complétée par le gaz et le fuel, principalement utilisés pour le chauffage des bâtiments et de la fabrication. La proportion d'électricité, de gaz et de fuel varie pour chaque site selon les besoins opérationnels, les sources d'approvisionnement existantes et les restrictions environnementales locales.

**Consommation annuelle d'énergie rapportée à la production - Groupe BIC** (gigajoule / tonne)



Malgré une augmentation significative de la production, le Groupe BIC a observé une réduction de 11% de l'énergie consommée par tonne de production par rapport à 2003.

L'efficacité énergétique est un sujet important pour tous les sites de BIC dans le monde entier. Par exemple, en 2004, certains sites ont réussi à améliorer l'efficacité du système de chauffage des bâtiments et des systèmes de génération d'air comprimé.

➤ **CONDITIONS D'UTILISATION DES SOLS**

En Europe, dans le cadre de la restructuration industrielle entraînant des fermetures d'usines, BIC a veillé à la remise en état des sites.

Entre 1999 et 2003, BIC a réalisé des études de sols et sous-sols, alors même que la plupart des sites n'étaient soumis à aucune obligation de diagnostics.

Les études pollution effectuées sur des sites européens longtemps exploités montrent que notre activité n'a pas généré un impact important sur les sols et sous-sols.

Pour les sites français assujettis à des exigences réglementaires spécifiques, la politique de prévention des risques de pollution des sols est intégrée dans la démarche.

➤ **REJETS DANS L'AIR, L'EAU, LE SOL AFFECTANT GRAVEMENT L'ENVIRONNEMENT. LES MESURES PRISES POUR LIMITER LES ATTEINTES À L'ÉQUILIBRE BIOLOGIQUE, AUX MILIEUX NATURELS, AUX ESPÈCES ANIMALES ET VÉGÉTALES PROTÉGÉES**

En France, certains de nos établissements sont soumis à des arrêtés préfectoraux dans lesquels est précisée la liste des valeurs à analyser et contrôler de façon périodique, limitant les rejets affectant gravement l'environnement.

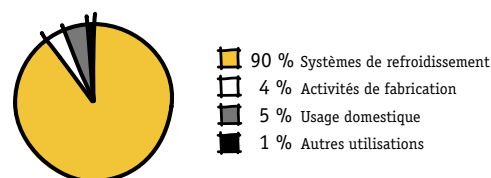
Pour l'ensemble des sites hors de France, les données ne peuvent être transposées dans l'état. Les informations ne sont pas compilables, chaque site effectuant un suivi des polluants spécifiques, adapté à son activité et aux exigences des réglementations locales.

Néanmoins, plus de 90% de l'eau consommée par le Groupe BIC est utilisée pour les systèmes de refroidissement. Cet usage est reconnu pour poser un faible risque environnemental. L'utilisation directe pour la fabrication représente seulement 4% de la consommation.

Les effluents liquides issus de la production et les eaux usées liées aux sanitaires sont soit collectés et traités par le réseau urbain, soit traités localement par les stations d'épuration des usines.

**Répartition de la consommation en eau entre les principales activités des sites du Groupe BIC**

(% du total exprimé en mètres cubes)



## ➤ NUISANCES OLFACTIVES ET SONORES

Les nuisances olfactives ne sont pas considérées comme significatives dans notre activité.

Concernant les nuisances sonores, des mesures sont faites en limite de propriété dans le cadre de l'instruction des dossiers administratifs, compte tenu de la réglementation locale.

Dans l'hypothèse où des nuisances seraient portées à notre connaissance, nous effectuerions des études et mettrions en place des actions correctives adaptées.

## ➤ SOUS-TRAITANCE ET MANIÈRE DONT LA SOCIÉTÉ PROMEUT AUPRÈS DE SES SOUS-TRAITANTS ET S'ASSURE DU RESPECT PAR SES FILIALES DES DISPOSITIONS DES CONVENTIONS FONDAMENTALES DE L'ORGANISATION DU TRAVAIL

89 % des ventes de BIC proviennent des produits fabriqués dans ses propres usines.

En tant que société leader dans la fabrication de produits de consommation, BIC s'est engagée à avoir un comportement socialement responsable dans le cadre de ses activités professionnelles, de la fabrication à la vente, en passant par le marketing. Le Code de Conduite du Groupe BIC est constitué d'un ensemble de principes professionnels et sociaux que l'on retrouve dans notre engagement à travailler avec des fabricants sous contrat également respectueux de ces principes.

Les principaux sites BIC sont implantés en Afrique du Sud, au Brésil, en Espagne, aux États-Unis, en France, en Grèce et au Mexique.

Tous les sites BIC gèrent leurs activités dans le respect des principes professionnels et sociaux énoncés dans le Code de Conduite BIC. Leur engagement est contrôlé dans le cadre d'une procédure d'auto-évaluation appliquée dans nos usines.

BIC attend de ses fabricants sous contrat qu'ils respectent le même Code de Conduite. Bien que 11 % seulement des ventes de BIC concernent des produits sous-traités, en papeterie essentiellement, BIC a mis en place un programme spécifique de contrôle du respect de son Code de Conduite par les fabricants sous contrat.

Depuis 2000, BIC applique un Programme de Responsabilité Sociale qui fait partie intégrante du processus de qualification des nouveaux produits fabriqués sous contrat. La participation au Programme de Responsabilité Sociale de BIC — qui implique le respect du Code de Conduite BIC par les fabricants sous contrat et un audit de leurs usines par un organisme de contrôle externe indépendant — est obligatoire pour tous les fabricants sous contrat de BIC.

BIC conçoit la Responsabilité Sociale comme un partenariat, au service de valeurs communes, conclu avec ses fabricants sous contrat. Nous avons mis ce partenariat en place en favorisant l'amélioration, en définissant des objectifs et en recherchant

l'engagement en faveur de l'amélioration plutôt que de l'interruption de la relation. BIC souhaite travailler avec ceux, parmi les fabricants sous contrat, qui manifestent leur engagement en réagissant rapidement et en fournissant un programme d'amélioration détaillé et honnête.

### Les principes du Code de Conduite BIC

- Un environnement de travail sûr et sain
- Des salaires équitables et une durée de travail raisonnable
- L'interdiction du travail des enfants
- L'interdiction du travail obligatoire ou forcé
- L'interdiction des discriminations
- La liberté d'association
- La conformité légale
- L'interdiction des tests sur les animaux
- La responsabilité environnementale
- La publication

## ➤ PRISE EN COMPTE PAR LES FILIALES DE L'ENTREPRISE, DE L'IMPACT DE LEUR ACTIVITÉ SUR LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL ET LES POPULATIONS LOCALES

Des actions sont menées dans nos filiales, en vue d'améliorer les conditions de vie des populations locales. Elles sont de trois ordres :

### 1 - Les actions de BIC destinées à ses employés et à leurs familles

À titre d'exemple, depuis 1999, dans un pays particulièrement touché par l'épidémie du Sida, notre filiale d'Afrique du Sud a mis en place gratuitement pour le personnel un programme ("BIC SA HIV/AIDS program") d'accès à l'éducation, à la prévention du Sida et aux soins médicaux comprenant une assistance pour les collaborateurs de BIC atteints du virus.

### 2 - Les actions de volontariat entreprises par les salariés BIC

À Tampa, (Floride), BIC Graphic USA soutient certaines écoles locales dans leur programme d'éducation. Six cadres de BIC Graphic USA ont récemment dispensé de l'enseignement dans le programme "Junior Achievement" et l'entreprise effectue des donations.

Chaque année, BIC Graphic USA effectue des donations financières et envoie des équipes de collaborateurs pour participer aux journées d'action de "Women Race for the Cure" (lutte contre le cancer du sein), de "Juvenile Diabetes Research Foundation" (recherche sur le diabète juvénile) et de "Paint Your Heart Out" (peinture extérieures des maisons de personnes handicapées ou âgées). De plus, BIC Graphic USA envoie des volontaires pour participer à l'organisation de "Special Olympics" (un journée pour les enfants handicapés) et offre le déjeuner à tous les volontaires.

Au Mexique, BIC continue de mener à bien son programme "Support to the Community". En 2004, 160 employés de BIC et leurs familles ont participé à la rénovation d'un centre pour enfants handicapés. Une collecte a également été organisée.



Au Brésil, à Cabreuva, dans le cadre de "Hope for Christsmas", BIC organise des collectes de nourriture, de vêtements et de jouets pour les familles en difficulté et cette année, l'objectif est de récolter 20 tonnes. À Manaus (Amazonie), BIC a participé à la journée mondiale de l'environnement en envoyant des volontaires pour nettoyer les bords d'une rivière et pour éduquer les riverains à un meilleur respect de l'environnement.

### 3 - Les actions de solidarité conduites par BIC pour les populations de son voisinage ou d'ailleurs

BIC (South Africa) Pte. Ltd. a créé l'opération "Pen for Africa" dont le but est d'améliorer la vie scolaire de 135 000 enfants âgés de 5 à 6 ans et issus de familles défavorisées dans tout le pays.

Dans le programme "Educators in industry"; BIC Graphic USA organise deux ou trois sessions par an pour former les éducateurs du Pinellas County school. BIC Graphic USA sponsorise également le programme "Enterprise Village" dont l'objectif est de faire découvrir les principes de la libre entreprise.

BIC, au Canada, effectue des donations à des organisations caritatives s'occupant d'enfants ou de recherche médicale.

Au Brésil, à Cabreuva (Sao Paolo), BIC effectue des donations d'équipement à l'hôpital Santa Casa de Misericordia où près d'un quart de la population de la ville est née : cette année, BIC a équipé une chambre complète et a offert une table d'accouchement. BIC Brasil sponsorise également l'institution "Students in Free Enterprise" (projets d'étudiants pour soutenir la communauté). Dans les autres pays d'Amérique du Sud, BIC a distribué en 2004 plus de 7 000 produits à différentes institutions (écoles, hôpitaux, fondations et institutions autochtones).

En France, BIC est partenaire et sponsor d'écoles, pour ouvriers qualifiés, jeunes directeurs, cadres moyens et supérieurs. Ces écoles sont choisies pour aider la communauté : elles sont proches de nos unités de travail et nous permettent de favoriser leurs programmes d'éducation. En novembre, 80 cadres en séminaire au Maroc ont consacré un après-midi pour distribuer plus de 60 000 produits BIC à des enfants et enseignants dans des écoles situées dans des zones reculées.

## Annexe au rapport de gestion du conseil d'administration

### AUTORISATIONS FINANCIÈRES À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE 2004

SOCIÉTÉ BIC dispose, au 31 décembre 2004, des autorisations suivantes qui lui ont été accordées par les Assemblées Générales des actionnaires des 28 mai 2002, 28 mai 2003 et 3 juin 2004 :

#### AUTORISATIONS D'AUGMENTATION DE CAPITAL

	Montant maximal	Date de l'autorisation	Durée et Date limite de validité	Utilisation de l'autorisation
<i>en millions d'euros</i>				
<b>I. AUTORISATION AVEC DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION</b>				
Actions ou valeurs mobilières diverses ou bons de souscription d'actions	50	3 juin 2004	26 mois 2 août 2006	Non utilisée
<b>II. AUTORISATION SANS DROIT PRÉFÉRENTIEL DE SOUSCRIPTION</b>				
Actions ou valeurs mobilières diverses ou bons de souscription d'actions	50	3 juin 2004	26 mois 2 août 2006	Non utilisée
<b>III. AUTORISATIONS EN FAVEUR DES SALARIÉS</b>				
Émission d'actions réservées aux salariés adhérents d'un plan d'épargne entreprise	3% du capital social	3 juin 2004	5 ans 2 juin 2009	Non utilisée
Options de souscription ou d'achat d'actions	Limitations légales	28 mai 2003	38 mois 27 juillet 2006	Non utilisée
<b>IV. OBLIGATIONS CLASSIQUES</b>				
	1 500	28 mai 2002	5 ans 27 mai 2007	Non utilisée