



**Résultats du Groupe BIC**  
**3<sup>ème</sup> trimestre et 9 premiers mois 2007**

- **Le chiffre d'affaires des 9 premiers mois est en augmentation de 3,7% à données comparables à 1 094,9 millions d'euros et de 5,2% à taux de change constants grâce à l'intégration de PIMACO.**
- **La marge d'exploitation normalisée des 9 premiers mois s'élève à 17,6%.**
- **Révision de l'objectif de croissance annuelle du chiffre d'affaires. La croissance désormais attendue sur l'année est de +3,5% à +4,0% à données comparables.**
- **Maintien de l'objectif de résultat d'exploitation normalisé : croissance inférieure à celle du chiffre d'affaires.**

En millions d'euros

	3 <sup>ème</sup> Trimestre			9 Mois		
	2006	2007	Variation en %	2006	2007	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>364,0</b>	<b>365,9</b>		<b>1 083,6</b>	<b>1 094,9</b>	
<i>En publié</i>			+0,5%			+1,0%
<i>A taux de change constants (1)</i>			+3,6%			+5,2%
<i>A données comparables (1)</i>			+2,0%			+3,7%
<b>Marge Brute</b>	<b>181,3</b>	<b>179,9</b>	-0,8%	<b>532,9</b>	<b>539,3</b>	+1,2%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>73,7</b>	<b>67,5</b>	<b>-8,4%</b>	<b>195,9</b>	<b>193,2</b>	<b>-1,4%</b>
Résultat d'exploitation normalisé (2)	74,9	67,5	-9,9%	200,7	193,2	-3,7%
<b>Marge d'exploitation normalisée (2)</b>	<b>20,5%</b>	<b>18,4%</b>		<b>18,5%</b>	<b>17,6%</b>	
Résultat net part du groupe	48,6	41,4	-14,9%	129,0	128,0	-0,8%
Bénéfice net par action (en euros)	0,98	0,84	-14,2%	2,59	2,60	+0,2%
Nombre moyen d'actions net des actions propres	49 810 451	49 300 858		49 810 451	49 300 858	
<b>Position nette de trésorerie fin de période (3)</b>				<b>118,3</b>	<b>145,6</b>	
<b>Par secteur d'activité</b>						
<b>Papeterie</b>						
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>180,3</b>	<b>183,7</b>		<b>563,4</b>	<b>551,9</b>	
<i>En publié</i>			+1,9%			-2,0%
<i>A taux de change constants (1)</i>			+5,2%			+2,0%
<i>A données comparables (1)</i>			+3,0%			+0,0%
Résultat d'exploitation	28,5	31,5	+10,6%	82,7	89,5	+8,2%
<b>Marge d'exploitation normalisée (2)</b>	<b>16,5%</b>	<b>17,2%</b>		<b>15,5%</b>	<b>16,2%</b>	
<b>Briquets</b>						
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>99,1</b>	<b>96,6</b>		<b>287,3</b>	<b>285,5</b>	
<i>En publié</i>			-2,5%			-0,6%
<i>A taux de change constants (1)</i>			+0,9%			+4,1%
Résultat d'exploitation	35,3	30,4	-13,9%	95,5	92,2	-3,4%
<b>Marge d'exploitation normalisée (2)</b>	<b>35,6%</b>	<b>31,4%</b>		<b>33,2%</b>	<b>32,3%</b>	
<b>Rasoirs</b>						
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>69,3</b>	<b>66,4</b>		<b>190,4</b>	<b>199,2</b>	
<i>En publié</i>			-4,2%			+4,7%
<i>A taux de change constants (1)</i>			-1,5%			+8,6%
Résultat d'exploitation	11,1	6,9	-37,4%	19,1	13,7	-28,0%
<b>Marge d'exploitation normalisée (2)</b>	<b>16,1%</b>	<b>10,5%</b>		<b>10,5%</b>	<b>6,9%</b>	

(1) A données comparables signifie à taux de change et à périmètre constants. Sur les 9 premiers mois 2007, les chiffres à données comparables ne prennent pas en compte les ventes additionnelles générées par la récente acquisition de Pimaco (consolidée depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2006). Il n'y a pas eu de changement de périmètre dans les activités Briquets et Rasoirs. Les taux de change constants sont calculés sur la base du taux de change moyen mensuel de l'année précédente.

(2) : Normalisé : hors restructuration aux États-Unis et plus-values immobilières.

(3) Position nette de trésorerie: autres actifs financiers courant + trésorerie et équivalent de trésorerie – emprunts non courants – emprunts courants

**Chiffres non audités**

Clichy, 30 octobre 2007 – Commentant les résultats des 9 premiers mois de 2007, Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré :

**“Avec une hausse de + 3,7% à données comparables, la croissance du chiffre d'affaires des 9 premiers mois est inférieure à nos objectifs annuels initiaux, tandis que la marge d'exploitation normalisée s'établit à 17,6%.**

**Dans la papeterie, en dépit d'une bonne rentrée scolaire, les ventes ont été affectées par le ralentissement de l'activité de BIC Graphic (marquage publicitaire) aux Etats-Unis. Dans les briquets, les ventes des 9 premiers mois sont en ligne avec nos objectifs annuels ; la mise en place de la nouvelle réglementation « sécurité enfants » en Europe continue de progresser de manière régulière. Dans les rasoirs, nous continuons à enregistrer une forte croissance de notre gamme de rasoirs 3 lames non rechargeables. Le 3<sup>ème</sup> trimestre a cependant été affecté par l'accélération de la baisse des ventes de rasoirs une-lame alors que, confrontées à une forte pression concurrentielle, les ventes du rasoir BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> à tête rechargeable n'ont pas répondu à nos attentes.**

**Compte tenu de la performance des 9 premiers mois et en prenant compte de nos prévisions dans tous les secteurs d'activité pour le 4<sup>ème</sup> trimestre, nous avons revu notre objectif annuel de chiffre d'affaires. Nous attendons désormais pour 2007 une hausse de +3,5% à +4% de notre chiffre d'affaires à données comparables. Nous maintenons notre objectif d'une croissance du résultat d'exploitation normalisé inférieure à celle du chiffre d'affaires. »**

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC s'établit à 1 094,9 millions d'euros pour les 9 premiers mois 2007, contre 1 083,6 millions d'euros pour les 9 premiers mois 2006, en hausse de +1% en publié, de +5,2% à taux de change constants et de +3,7% à données comparables.

La marge brute a augmenté de 0,1 point à 49,3% des ventes contre 49,2% pour les 9 premiers mois 2006, continuant de bénéficier du programme de restructuration aux Etats-Unis. L'évolution favorable des volumes a compensé le lancement de notre rasoir BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> à tête rechargeable et le recul de la marge brute des autres produits<sup>1</sup>. Les hausses des coûts des matières ont de nouveau été compensées par des ajustements de prix.

Le résultat d'exploitation normalisé de 193,2 millions d'euros a baissé de 3.7% comparé aux 200,7 millions euros pour les 9 premiers mois 2006. La marge d'exploitation normalisée a baissé de 0,9 point à 17,6% en raison d'un soutien accru à la marque lié au lancement du rasoir BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> à tête rechargeable.

Le résultat net part du Groupe publié est presque stable à 128,0 millions d'euros. Le bénéfice net par action (BNPA) ressort à 2,60 euros sur les 9 premiers mois comparé à 2,59 euros pour les 9 premiers mois 2006, soit une hausse de 0,2% en publié.

## Variation de périmètre et impact (sur les ventes) des devises

En points de %	3 <sup>ème</sup> Trimestre		9 Mois	
	2006	2007	2006	2007
<b>Périmètre</b>				
<b>Pimaco</b> <i>Impact sur les ventes</i>		+1,6		+1,5
<b>Devises</b>				
<b>Total</b>	- 2,6	-3,1	+ 1,6	-4,2
<i>Dont Dollar américain</i>	- 1,9	-2,9	+ 0,4	-3,1

L'acquisition de PIMACO a eu un impact positif de 1,5 point sur le chiffre d'affaires des 9 premiers mois de l'année 2007. Sur cette même période les fluctuations des devises étrangères ont eu un impact de -4,2 points dont -3,1 points sont directement attribués à la baisse du Dollar américain.

<sup>1</sup> : Hors les trois activités principales

## Résultat par secteur d'activité

Remarque : Les commentaires sur les résultats par secteur d'activité sont à taux de change constants.

### Papeterie

En millions d'euros	3ème Trimestre			9 Mois		
	2006	2007	Variation en %	2006	2007	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>180,3</b>	<b>183,7</b>		<b>563,4</b>	<b>551,9</b>	
<i>En publié</i>			+1,9%			-2,0%
<i>A taux de change constants (1)</i>			+5,2%			+2,0%
<i>A données comparables (1)</i>			+3,0%			+0,0%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>28,5</b>	<b>31,5</b>	<b>+10,6%</b>	<b>82,7</b>	<b>89,5</b>	<b>+8,2%</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée<sup>2</sup></b>	16,5%	17,2%		15,5%	16,2%	

Les ventes des 9 premiers mois 2007 dans la papeterie sont stables à données comparables (contre une baisse de 1,4% à fin juin 2007) et en hausse de 3% au 3ème trimestre, toujours à données comparables. Les ventes ont augmenté de 2% à taux de change constants, bénéficiant de l'intégration de PIMACO.

Comme prévu, le 3ème trimestre a été positif pour l'activité « Grand Public » grâce à la croissance en Europe et en Amérique du Nord, où nous avons gagné des parts de marché par rapport à l'année dernière. La croissance a été tirée par les nouveaux produits à valeur ajoutée tels que la gamme d'instruments d'écriture BIC Reaction™, la gamme de coloriage, les stylos plume (EasyClic™) ainsi que les produits de correction. L'intégration de Pimaco a été achevée avec succès.

L'activité de marquage publicitaire « BIC Graphic » est resté faible, affectée par la poursuite du ralentissement du segment « instruments d'écriture » au sein du marché de produits promotionnels aux Etats-Unis. Ce marché continuant à se déplacer vers des produits autres que les instruments d'écriture, la récente acquisition de Atchison Products Inc., spécialisé dans la distribution de sacs imprimés, permettra de compenser le recul des instruments d'écriture et apportera de nouvelles opportunités de croissance à notre activité de marquage publicitaire.

Le résultat d'exploitation a augmenté de 8,2% sur les 9 premiers mois, avec une marge d'exploitation normalisée en progression de 0,7 point comparée à fin septembre 2006. Cette performance est due à la hausse des volumes, l'amélioration de la productivité ainsi qu'à l'impact favorable du programme de restructuration aux Etats-Unis et à l'intégration de Pimaco.

### Briquets

En millions d'euros	3ème Trimestre			9 Mois		
	2006	2007	Variation en %	2006	2007	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>99,1</b>	<b>96,6</b>		<b>287,3</b>	<b>285,5</b>	
<i>En publié</i>			-2,5%			-0,6%
<i>A taux de change constants (1)</i>			+0,9%			+4,1%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>35,3</b>	<b>30,4</b>	<b>-13,9%</b>	<b>95,5</b>	<b>92,2</b>	<b>-3,4%</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée<sup>2</sup></b>	35,6%	31,4%		33,2%	32,3%	

Dans l'activité briquet, les ventes ont progressé de +4,1% sur les 9 premiers mois 2007. Elles sont presque stables (+0,9%) au 3<sup>ème</sup> trimestre, après une forte hausse au cours du deuxième trimestre 2007 (+11,8%).

Les ventes continuent de progresser en Europe où nous enregistrons une forte hausse des produits à valeur ajoutée (nouvelles séries décorées telle que la licence « Rugby » en France) et un franc succès de notre nouveau briquet utilitaire BIC® Megalighter™.

La transition vers la réglementation « sécurité enfants » continue de se dérouler sans perturbation majeure du marché à ce jour. A fin septembre, nos ventes de briquets « sécurité enfants » représentaient 61% de nos volumes de ventes à la distribution en Europe, contre 32% à fin juin 2007.

Les ventes de la catégorie ont également bénéficié de la croissance à deux chiffres de l'Amérique latine.

La marge d'exploitation normalisée sur les 9 premiers mois atteint 32,3% en recul de 0,9 point en raison d'un impact de saisonnalité sur les dépenses du 3<sup>ème</sup> trimestre.

## Rasoirs

<i>En millions d'euros</i>	3ème Trimestre			9 Mois		
	2006	2007	Variation en %	2006	2007	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>69,3</b>	<b>66,4</b>		<b>190,4</b>	<b>199,2</b>	
<i>En publié</i>			-4,2%			+4,7%
<i>A taux de change constants (1)</i>			-1,5%			+8,6%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>11,1</b>	<b>6,9</b>	<b>-37,4%</b>	<b>19,1</b>	<b>13,7</b>	<b>-28,0%</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée<sup>2</sup></b>	<b>16,1%</b>	<b>10,5%</b>		<b>10,5%</b>	<b>6,9%</b>	

Sur les 9 premiers mois 2007, les ventes ont augmenté de 8,6%. Les ventes du 3<sup>ème</sup> trimestre sont en recul de 1,5%.

La faible performance du 3<sup>ème</sup> trimestre est due à deux principaux facteurs :

- l'accélération de la baisse des ventes de rasoirs une lame. Cette baisse a été partiellement compensée par la croissance de nos ventes de rasoirs trois-lames, qui est conforme à nos attentes. Les 3 lames représentaient 42% des ventes des rasoirs non rechargeables à fin septembre 2007, comparé à 36% à fin septembre 2006.
- Les ventes de rasoir BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> à tête rechargeable sont confrontées à une forte pression concurrentielle, aussi bien au Royaume-Uni qu'aux Etats-Unis et n'ont pas répondu à nos attentes au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre.

La marge d'exploitation normalisée a reculé à 6,9% des ventes contre 10,5% à fin septembre 2006 en raison des dépenses de publicité et de promotion liées au lancement de BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> à tête rechargeable. A fin septembre, nous avons quasiment investi 100% des 15 millions d'euros de dépenses annuelles supplémentaires annoncés pour 2007.

## Autres produits

<i>En millions d'euros</i>	3ème Trimestre			9 Mois		
	2006	2007	Variation en %	2006	2007	Variation en %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>15,4</b>	<b>19,2</b>		<b>42,5</b>	<b>58,3</b>	
<i>En publié</i>			+24,4%			+36,9%
<i>A taux de change constants (1)</i>			+24,8%			+38,4%
<i>A données comparables (1)</i>			+14,3%			+27,1%

Les ventes des 9 premiers mois 2007 des autres produits progressent de 38,4% et à 27,1% à données comparables. L'intégration de Pimaco en Amérique latine a eu un impact positif de 10,5 points au 3<sup>ème</sup> trimestre 2007 (11,3 points pour les 9 premiers mois).

La forte performance de cette activité est due à l'introduction de nouveaux produits en France et dans d'autres pays européens au cours du 2<sup>ème</sup> semestre 2006.

Atchison Product Inc. sera consolidé à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2007.

## Perspectives pour la fin 2007

---

Les objectifs révisés pour l'année 2007 (croissance des ventes de +3,5% à +4% à données comparables, croissance du résultat d'exploitation normalisé, comme prévu, à un rythme plus faible) sont fondés sur les hypothèses suivantes :

- Papeterie
  - Sur l'ensemble de l'année 2007, le chiffre d'affaires à données comparables ainsi que le résultat d'exploitation normalisé devraient être stables comparé à 2006. Nous constatons des signes précoces de réduction des stocks de la distribution en Amérique du Nord tandis que les ventes de BIC Graphic (marquage publicitaire) aux Etats-Unis devraient rester faibles.
- Briquets
  - Sur l'ensemble de l'année, la croissance des ventes et la marge d'exploitation devraient être proches de la performance des 9 premiers mois de l'année. Nous prévoyons de réaliser en Europe à fin 2007, près de 100% de nos ventes à la distribution en briquets « sécurité enfants ».
- Rasoirs
  - Le chiffre d'affaires du 4<sup>ème</sup> trimestre devrait être conforme aux tendances des 9 premiers mois de l'année (croissance soutenue à un chiffre). La marge d'exploitation normalisée du 4<sup>ème</sup> trimestre sera supérieure à celle constatée au cours des 9 premiers mois, la quasi-totalité des investissements de publicité et de promotion liés au lancement de BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> à tête rechargeable ayant été réalisée. Nous nous attendons au maintien d'une forte pression de la part de nos principaux concurrents sur le marché des rasoirs rechargeables.

## Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique au 3<sup>ème</sup> trimestre et pour les 9 premiers mois 2007

En millions d'euros	3 <sup>ème</sup> Trimestre		9 Mois	
	2006	2007	2006	2007
<b>Zones géographiques</b>				
<b>1 - Europe</b>	<b>110,6</b>	<b>123,7</b>	<b>322,1</b>	<b>352,1</b>
<i>Variation en publié</i>	+ 4,4%	+11,9%	+ 0,4%	+9,3%
<i>Variation à taux de change constants</i>	+ 4,4%	+11,6%	+ 0,4%	+9,1%
<b>2 – Amérique du Nord et Océanie</b>	<b>173,1</b>	<b>157,6</b>	<b>512,9</b>	<b>487,9</b>
<i>Variation en publié</i>	+ 2,7%	-9,0%	+ 6,4%	-4,9%
<i>Variation à taux de change constants</i>	+ 6,9%	-3,2%	+ 5,1%	+1,8%
<b>3 – Amérique Latine</b>	<b>59,0</b>	<b>64,0</b>	<b>180,6</b>	<b>193,2</b>
<i>Variation en publié</i>	+ 10,1%	+8,4%	+ 16,6%	+7,0%
<i>Variation à taux de change constants</i>	+ 11,9%	+9,7%	+ 9,6%	+11,2%
<b>4 - MOAA</b>	<b>21,3</b>	<b>20,6</b>	<b>68,0</b>	<b>61,7</b>
<i>Variation en publié</i>	+ 5,2%	-3,1%	+ 7,5%	-9,3%
<i>Variation à taux de change constants</i>	+ 9,7%	-0,3%	+ 7,8%	-4,1%
<b>Total Ventes Groupe</b>	<b>364,0</b>	<b>365,9</b>	<b>1 083,6</b>	<b>1 094,9</b>
<i>Variation en publié</i>	+ 4,5%	+0,5%	+ 6,1%	+1,0%
<i>Variation à taux de change constants</i>	+ 7.1%	+3.6%	+ 4.5%	+5.2%
<i>Variation à données comparables</i>	+ 7.1%	+2.0%	+ 4.5%	+3.7%

## Bilan

<b>En millions d'euros</b>			
<b>ACTIF</b>			
		Sept. 06	Sept. 07
Actifs non courants		720,5	712,1
Actifs courants		823,5	929,9
Dont Trésorerie et équivalents de Trésorerie		110,5	163,1
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>		<b>1 544,0</b>	<b>1 642,0</b>
<b>PASSIF</b>			
		Sept. 06	Sept. 07
Capitaux propres		1 070,9	1 165,6
Passifs non courants		210,3	185,3
Passifs courants		262,8	291,1
<b>TOTAL DU PASSIF</b>		<b>1 544,0</b>	<b>1 642,0</b>

## 2007 - 2008 Agenda

---

Chiffres du 4ème Trimestre 2007	16 janvier 2008	Conférence téléphonique
Résultats de l'année 2007	27 février 2008	Réunion

## A propos de BIC

---

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



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

**Contacts Société** : +33 1 45 19 52 26  
Sophie Palliez-Capian,  
email: [sophie.palliez@bicworld.com](mailto:sophie.palliez@bicworld.com)

**Contacts presse** : +33 1 53 70 74 26 / +33 1 53 70 74 91  
Florence Riu -email: [friu@image7.fr](mailto:friu@image7.fr)  
Flore Larger - email: [flarger@image7.fr](mailto:flarger@image7.fr)

\* \*  
\*

*Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes.*

Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section « Risques et opportunités » du « Document de Référence du Groupe BIC » archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 4 avril 2007.