



- **Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2007 : 729,0 millions d'euros, en hausse de 4,5 % à données comparables et de 6,0 % à taux de change constants**
- **Chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre : 398,6 millions d'euros en hausse de 7,3 % à données comparables et de 8,7 % à taux de change constants**
- **Objectifs de croissance du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation normalisé 2007 confirmés**

En millions d'euros

	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Ventes Groupe</b>	<b>341,0</b>	<b>330,4</b>	<b>378,5</b>	<b>398,6</b>	<b>719,5</b>	<b>729,0</b>
Variation en publié		- 3,1%		+ 5,3%		+ 1,3%
Variation à taux de change constants (1)		+ 3,0%		+ 8,7%		+ 6,0%
Variation à données comparables (1)		+ 1,4%		+ 7,3%		+ 4,5%
<b>Activités</b>						
<b>Ventes Papeterie</b>	<b>173,9</b>	<b>159,5</b>	<b>209,2</b>	<b>208,6</b>	<b>383,1</b>	<b>368,2</b>
Variation en publié		- 8,3%		- 0,3%		- 3,9%
Variation à taux de change constants		- 2,4%		+ 3,0%		+ 0,6%
Variation à données comparables		- 4,6%		+ 1,3%		- 1,4%
<b>Ventes Briquets</b>	<b>97,9</b>	<b>91,6</b>	<b>90,3</b>	<b>97,2</b>	<b>188,2</b>	<b>188,8</b>
Variation en publié		- 6,4%		+ 7,6%		+ 0,3%
Variation à taux de change constants		+ 0,4%		+ 11,8%		+ 5,9%
<b>Ventes Rasoirs</b>	<b>56,5</b>	<b>61,7</b>	<b>64,6</b>	<b>71,2</b>	<b>121,1</b>	<b>132,9</b>
Variation en publié		+ 9,2%		+ 10,2%		+ 9,7%
Variation à taux de change constants		+ 15,7%		+ 13,2%		+ 14,4%
<b>Ventes Autres Produits</b>	<b>12,7</b>	<b>17,5</b>	<b>14,4</b>	<b>21,6</b>	<b>27,1</b>	<b>39,1</b>
Variation en publié		+ 37,5%		+ 49,7%		+ 44,0%
Variation à taux de change constants		+ 40,1%		+ 51,3%		+ 46,1%
Variation à données comparables		+ 27,4%		+ 40,5%		+ 34,4%

**Clichy, le 19 juillet 2007** – Les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2007 du groupe BIC s'élèvent à 729,0 millions d'euros, contre 719,5 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2006, en hausse de 1,3 % en publié et de 6,0 % à taux de change constants. Les ventes du 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 s'établissent à 398,6 millions d'euros, contre 378,5 millions d'euros au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006, en hausse de 5,3 % en publié et de 8,7 % à taux de change constants.

**Commentant les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2007, Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « Grâce à un bon 2<sup>ème</sup> trimestre, les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2007 sont en ligne avec nos objectifs annuels. Dans la papeterie, nous avons partiellement rattrapé notre niveau de ventes en Amérique du Nord. Dans les briquets, la transition en Europe vers la réglementation « sécurité enfants » se déroule jusqu'à présent sans perturbation majeure du marché. Dans les rasoirs, nous continuons à bénéficier de la forte croissance de notre gamme de 3-lames. Notre premier rasoir « système » pour femme, le BIC® Soleil® à tête rechargeable est bien accueilli par nos clients distributeurs ainsi que par les consommateurs finaux, bien qu'il soit encore trop tôt pour anticiper les ventes de recharges. Pour l'ensemble de l'exercice, nous maintenons nos objectifs d'augmentation du chiffre d'affaires entre + 4 % et + 5 % à données comparables avec une croissance du résultat d'exploitation normalisé inférieure à celle du chiffre d'affaires. »**

<sup>1</sup> A données comparables signifie à taux de change et à périmètre constants. Sur le 1<sup>er</sup> semestre 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.

## Changement de périmètre et impact des devises

En points de %	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Périmètre</b>						
<b>Pimaco</b> <i>Impact sur les ventes</i>		+ 1,6		+ 1,4		+ 1,5
<b>Devises</b>						
<b>Total</b> <i>dont dollar américain</i>	+ 8,4 + 3,8	- 6,1 - 3,4	+ 0,3 - 0,3	- 3,4 - 2,9	+ 3,9 + 1,6	- 4,7 - 3,2

L'acquisition de Pimaco a eu un impact positif de 1,5 point sur les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2007, tandis que les variations des devises ont eu un impact négatif de - 4,7 points sur cette même période, dont - 3,2 points liés à la baisse du dollar américain.

## Catégories

Remarque : les commentaires par activité sont à taux de change constants.

## Papeterie

En millions d'euros	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Ventes Papeterie</b>	173,9	159,5	209,2	208,6	383,1	368,2
<i>Variation en publié</i>		- 8,3%		- 0,3%		- 3,9%
<i>Variation à taux de change constants</i>		- 2,4%		+ 3,0%		+ 0,6%
<i>Variation à données comparables</i>		- 4,6%		+ 1,3%		- 1,4%

Au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre 2007, l'activité papeterie a enregistré une croissance modeste, avec des ventes en hausse de 3,0 % à taux de change constants et de 1,3 % à données comparables. Sur l'ensemble du semestre, le chiffre d'affaires est stable (+ 0,6 %) à taux de change constants et en recul de - 1,4 % à données comparables.

Nous avons réalisé un bon 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 en Europe et, en Amérique du Nord, nous avons partiellement rattrapé le retard des ventes du 1<sup>er</sup> trimestre. Au Brésil, l'intégration de Pimaco se déroule comme prévu.

Au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre, nous avons fait face à des retards de livraisons. Cependant, les ventes attendues pour la rentrée scolaire nous permettront d'accroître nos parts de marché.

## Briquets

En millions d'euros

	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Ventes Briquets</b>	<b>97,9</b>	<b>91,6</b>	<b>90,3</b>	<b>97,2</b>	<b>188,2</b>	<b>188,8</b>
<i>Variation en publié</i>		- 6,4%		+ 7,6%		+ 0,3%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 0,4%		+ 11,8%		+ 5,9%

Dans l'activité briquets, les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2007 ont augmenté de + 5,9 % et celles du 2<sup>ème</sup> trimestre de + 11,8 %, contre + 0,4 % au 1<sup>er</sup> trimestre 2007.

En Europe, malgré la pression continue des importations asiatiques sans marque et à bas prix, les ventes de briquets progressent pour le quatrième trimestre consécutif. La transition vers la réglementation « sécurité enfants » se déroule jusqu'à présent sans perturbation majeure du marché. À fin juin, les ventes de briquets « sécurité enfants » représentaient 32 % de l'ensemble des ventes européennes à la distribution, contre 8 % à fin mars 2007.

La performance de l'activité a été principalement tirée par l'Amérique du Nord qui a enregistré une croissance à deux chiffres au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre.

## Rasoirs

En millions d'euros

	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Ventes Rasoirs</b>	<b>56,5</b>	<b>61,7</b>	<b>64,6</b>	<b>71,2</b>	<b>121,1</b>	<b>132,9</b>
<i>Variation en publié</i>		+ 9,2%		+ 10,2%		+ 9,7%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 15,7%		+ 13,2%		+ 14,4%

Les ventes de rasoirs ont augmenté de 14,4 % au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2007 et de 13,2 % au 2<sup>ème</sup> trimestre. Cette forte performance est tirée par la croissance, au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre, de l'Europe et l'Amérique du Nord (comme pour le 1<sup>er</sup> trimestre) ainsi que par l'Amérique latine.

Cette performance est due à deux facteurs principaux :

- D'abord, le succès continu de nos rasoirs 3-lames non-rechargeables. Cette gamme a représenté 41 % des ventes totales de rasoirs non-rechargeables au 1<sup>er</sup> semestre 2007 contre 35 % au 1<sup>er</sup> semestre 2006.
- En second lieu, le lancement, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, de notre premier rasoir « système » pour femme, le BIC® Soleil® à tête rechargeable. Les performances de ce nouveau produit sont conformes à nos attentes. Il continue d'être bien accueilli et acheté par nos clients distributeurs. Les achats de manches de ce rasoir par les consommateurs sont également en ligne avec nos prévisions, soutenus par des actions de publicité et de promotion. En revanche, il est encore trop tôt pour préjuger du niveau des ventes des recharges auprès des consommateurs.

## Autres Produits

En millions d'euros

	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Ventes Autres Produits</b>	12,7	17,5	14,4	21,6	27,1	39,1
<i>Variation en publié</i>		+ 37,5%		+ 49,7%		+ 44,0%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 40,1%		+ 51,3%		+ 46,1%
<i>Variation à données comparables</i>		+ 27,4%		+ 40,5%		+ 34,4%

Les ventes de la catégorie Autres Produits sont en hausse de 46,1 % au 1<sup>er</sup> semestre 2007 à taux de change constants et de 34,4 % à données comparables. L'intégration des divisions de Pimaco en Amérique latine a également eu un impact positif de 10,8 points au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 (11,7 points au 1<sup>er</sup> semestre).

Tout comme au 1<sup>er</sup> trimestre 2007, 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.

## Variation des ventes du Groupe BIC au 1<sup>er</sup> semestre par zone géographique

En millions d'euros

	1er Trimestre		2ème Trimestre		1er Semestre	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
<b>Zones géographiques</b>						
<b>1 - Europe</b>	90,3	95,0	121,2	133,4	211,5	228,4
<i>Variation en publié</i>		+ 5,3%		+ 10,0%		+ 8,0%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 5,1%		+ 9,9%		+ 7,8%
<b>2 - Amérique du Nord et Océanie</b>	159,5	148,3	180,2	182,0	339,7	330,3
<i>Variation en publié</i>		- 7,0%		+ 1,0%		- 2,8%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 1,2%		+ 7,2%		+ 4,3%
<b>3 - Amérique latine</b>	67,1	67,5	54,5	61,8	121,6	129,3
<i>Variation en publié</i>		+ 0,5%		+ 13,4%		+ 6,3%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 9,6%		+ 14,9%		+ 11,9%
<b>4 - MOAA</b>	24,1	19,6	22,6	21,4	46,7	41,0
<i>Variation en publié</i>		- 18,6%		- 5,4%		- 12,2%
<i>Variation à taux de change constants</i>		- 11,3%		- 0,1%		- 5,9%
<b>Total Ventes Groupe</b>	341,0	330,4	378,5	398,6	719,5	729,0
<i>Variation en publié</i>		- 3,1%		+ 5,3%		+ 1,3%
<i>Variation à taux de change constants</i>		+ 3,0%		+ 8,7%		+ 6,0%
<i>Variation à données comparables</i>		+ 1,4%		+ 7,3%		+ 4,5%

1- Europe de l'Ouest et Europe de l'Est

2 - États-Unis, Canada, Australie et Nouvelle Zélande

3 - Mexique, Amérique Centrale et Amérique du Sud

4 - Moyen-Orient, Afrique et Asie

## Calendrier 2007

---

Résultats du 1 <sup>er</sup> semestre 2007 du Groupe	30 août 2007	Conférence téléphonique + Web cast
Chiffres du 3 <sup>ème</sup> trimestre 2007 du Groupe	30 octobre 2007	Conférence téléphonique

## 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

**Contacts presse :** +33 1 53 70 74 26  
+33 1 53 70 74 91

Sophie Palliez-Capian, e-mail: [sophie.palliez@bicworld.com](mailto:sophie.palliez@bicworld.com)  
Sandra Cadiou, e-mail: [sandra.cadiou@bicworld.com](mailto:sandra.cadiou@bicworld.com)

Florence Riu, e-mail: [friu@image7.fr](mailto:friu@image7.fr)  
Flore Larger, e-mail: [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.*