

Résultats faibles au 1^{er} trimestre 2008
Chiffre d'affaires en baisse de 0,9 % à taux de change constants
Marge d'exploitation de 12,4 %, impactée par des investissements de soutien à la marque

Pour l'année 2008, compte tenu de l'environnement économique actuel, nous attendons une légère augmentation de notre chiffre d'affaires à taux de change constants et une amélioration de notre marge d'exploitation par rapport au 1^{er} trimestre 2008

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹
Groupe				
Chiffre d'affaires	330,4	308,1	- 6,7 %	- 0,9 %
Marge brute	169,5	154,7	- 8,7 %	- 5,2 %
Résultat d'exploitation	58,2	38,2	- 34,3 %	- 33,9 %
Marge d'exploitation	17,6 %	12,4 %		
Résultat net part du Groupe	41,2	25,1	- 39,0 %	
Bénéfice net par action (en euros)	0,83	0,52	- 37,3 %	
Par activité				
Papeterie				
Chiffre d'affaires	159,5	145,8	- 8,6 %	- 2,3 %
Marge d'exploitation	13,8 %	11,1 %		
Briquets				
Chiffre d'affaires	91,6	82,3	- 10,2 %	- 4,8 %
Marge d'exploitation	33,4 %	26,7 %		
Rasoirs				
Chiffre d'affaires	61,7	57,8	- 6,3 %	- 0,4 %
Marge d'exploitation	11,2 %	1,5 %		

Données non auditées

¹ Les taux de change constants sont calculés sur la base du taux de change moyen mensuel de l'année précédente.

Synthèse :

- Le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2008 s'est élevé à 308,1 millions d'euros, en baisse de - 0,9 % à taux de change constants.
 - Dans la papeterie, les réductions de stocks de nos clients distributeurs aux Etats-Unis se sont poursuivies et le ralentissement de notre activité de marquage publicitaire (BIC Graphic) s'est accéléré au 1^{er} trimestre.
 - Dans les briquets, après un bon 4^{ème} trimestre 2007, nous avons enregistré une baisse de nos ventes en Amérique du Nord ; elles sont restées stables en Europe et ont progressé en Amérique latine.
 - Dans les rasoirs, malgré l'absence de lancement de nouveaux produits comme ce fut le cas au 1^{er} trimestre 2007, notre gamme 3-lames non rechargeables a continué d'afficher une très bonne performance. En mars, nous avons lancé le BIC® Soleil® système en Europe continentale et au Canada.
- Le résultat d'exploitation s'est élevé à 38,2 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2008, en baisse de - 33,9 % à taux de change constants. Le recul de la marge d'exploitation, à 12,4 % contre 17,6 % au 1^{er} trimestre 2007, s'explique par la baisse de la marge brute ainsi que par l'augmentation des investissements de soutien à la marque dans toutes les activités.
- Le bénéfice net par action a atteint 0,52 euro, en baisse de - 37,3 % par rapport au 1^{er} trimestre 2007.

Commentant les résultats du 1^{er} trimestre 2008, Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré :
« Comme je l'ai indiqué en février dernier, 2008 est une année marquée par de nombreux défis pour le Groupe. Nos résultats du premier trimestre 2008 sont faibles. Le chiffre d'affaires est en recul de - 0,9 % à taux de change constants, impacté négativement par le ralentissement de l'économie aux Etats-Unis. L'Europe a résisté et l'Amérique latine a affiché de bonnes performances. Dans cet environnement incertain, nous avons choisi de continuer d'investir dans notre marque dans toutes les activités. Pour l'année 2008, nous attendons une légère croissance de notre chiffre d'affaires à taux de change constants et une amélioration de notre marge d'exploitation par rapport à celle du 1^{er} trimestre 2008. Nous restons déterminés à croître sur le long terme et nous continuerons d'investir pour renforcer notre Société. »

Clichy, le 17 avril 2008 - Le chiffre d'affaires du groupe BIC au 1^{er} trimestre 2008 s'est élevé à 308,1 millions d'euros, comparé à 330,4 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2007, en baisse de - 6,7 % en publié et de - 0,9 % à taux de change constants. L'effet de changement de périmètre est de + 0,9 % et les fluctuations des taux de change ont eu un impact négatif de - 5,8 %, dont - 4,5 % liés à la baisse du dollar US.

La marge brute a diminué de - 1,1 point à 50,2 % du chiffre d'affaires contre 51,3 % au 1^{er} trimestre 2007. Cette baisse s'explique par la poursuite du soutien de la marque BIC® Soleil® (remises promotionnelles) pour - 0,6 points et par l'évolution des taux de change pour - 0,5 points. Les hausses de prix ont compensé celles des matières premières.

Le résultat d'exploitation a diminué de - 34,3 % en publié pour atteindre 38,2 millions d'euros, et de - 33,9 % à taux de change constants. La marge d'exploitation s'est élevée à 12,4 % contre 17,6 % au 1^{er} trimestre 2007, en raison de :

- la poursuite générale du soutien de la marque, notamment de la marque BIC® Soleil® en Amérique du Nord ;
- l'impact spécifique de la campagne publicitaire sur la réglementation « sécurité enfants » dans l'activité briquets en Europe ;
- le poids important des investissements de soutien de la marque dans l'activité de marquage publicitaire (BIC Graphic) au 1^{er} trimestre 2008.

Le résultat avant impôt a diminué de - 39,8 % en publié, s'élevant à 37,8 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de - 5,1 millions d'euros, le 1^{er} trimestre 2007 ayant bénéficié d'un fort impact positif de la couverture de change. Le taux d'imposition du 1^{er} trimestre 2008 était comparable à celui du 1^{er} trimestre 2007 (33,6 %).

Le résultat net part du Groupe s'est élevé à 25,1 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2008, en baisse de - 39,0 %. Le bénéfice net par action (BNPA) s'est élevé à 0,52 euro au 1^{er} trimestre 2008, comparé à 0,83 euro au 1^{er} trimestre 2007, soit une baisse de - 37,3 %.

Après rachat d'actions, les liquidités de clôture se sont établies à 165,0 millions d'euros, comparés à 171,9 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2007.

Papeterie

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation
Chiffre d'affaires	159,5	145,8	
<i>Publié</i>			- 8,6 %
<i>A taux de change constants</i>			- 2,3 %
Résultat d'exploitation	22,0	16,2	- 26,5 %
Marge d'exploitation	13,8 %	11,1 %	

Le chiffre d'affaires de l'activité papeterie a diminué de - 8,6 % en publié et de - 2,3 % à taux de change constants.

Les ventes de l'activité Grand Public ont légèrement augmenté. La croissance en Europe et en Amérique latine a été compensée par une légère baisse en Amérique du Nord, où nous avons encore observé des réductions de stocks chez nos clients distributeurs.

Au 1^{er} trimestre, notre activité de marquage publicitaire (BIC Graphic) a affiché une baisse sensible. BIC Graphic USA a continué à souffrir du ralentissement du segment « instruments d'écriture » et l'activité de BIC Graphic Europe est en recul par rapport à l'an dernier.

La marge d'exploitation a diminué de - 2,7 points à 11,1 %, en raison de la forte baisse de la marge d'exploitation de BIC Graphic, liée notamment à l'impact des investissements de soutien de la marque au 1^{er} trimestre. La tendance reste favorable pour l'activité Grand Public.

Briquets

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation
Chiffre d'affaires	91,6	82,3	
<i>Publié</i>			- 10,2 %
<i>A taux de change constants</i>			- 4,8 %
Résultat d'exploitation	30,6	22,0	- 28,0 %
Marge d'exploitation	33,4 %	26,7 %	

Le chiffre d'affaires des briquets a diminué de - 4,8 % à taux de change constants. Les ventes sont restées stables en Europe et elles ont augmenté en Amérique latine.

Après la bonne performance du 4^{ème} trimestre 2007, les ventes ont diminué en Amérique du Nord. Dans le contexte économique actuel, nous avons enregistré des réductions de stocks chez des clients clés et un ralentissement des achats des consommateurs finaux.

La marge d'exploitation a diminué de - 6,7 points à 26,7 % au 1^{er} trimestre 2008. Cette baisse est notamment due à la campagne publicitaire spécifique réalisée en soutien de la mise en place de la réglementation « sécurité enfants » en Europe.

Rasoirs

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation
Chiffre d'affaires	61,7	57,8	
<i>Publié</i>			- 6,3 %
<i>A taux de change constants</i>			- 0,4 %
Résultat d'exploitation	6,9	0,9	- 87,5 %
Marge d'exploitation	11,2 %	1,5 %	

Les ventes de rasoirs ont diminué de - 0,4 % à taux de change constants. Pour mémoire, le 1^{er} trimestre 2007 avait affiché une performance très forte (+ 15,7 %), bénéficiant d'importants lancements de nouveaux produits, à la fois dans le segment du rasoir non rechargeable avec le BIC[®] Soleil[®] Pivot et dans le segment du rechargeable avec le BIC[®] Soleil[®] System.

En dépit d'une légère baisse de la croissance aux Etats-Unis, nos ventes ont été tirées par la progression continue de notre gamme de rasoirs 3-lames non rechargeables. Notre portefeuille de produits 3-lames non rechargeables représentait 43 % de nos ventes totales de rasoirs non rechargeables au 1^{er} trimestre 2008, contre 39 % au 1^{er} trimestre 2007.

En mars, nous avons lancé le BIC[®] Soleil[®] System en Europe continentale et au Canada, ainsi que le BIC[®] Soleil[®] Shimmer aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, destinés aux adolescentes et aux jeunes femmes.

Au 1^{er} trimestre 2008, la marge d'exploitation a diminué à 1,5 %, en raison du soutien continu de notre marque BIC[®] Soleil[®], principalement en Amérique du Nord, et du lancement du BIC[®] Comfort 3 Action en Amérique latine.

Autres produits

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation
Chiffre d'affaires	17,5	22,2	
<i>Publié</i>			+ 27,1 %
<i>A taux de change constants</i>			+ 30,5 %

Les ventes d'autres produits ont augmenté de + 30,5 % à taux de change constants, suite à l'intégration de Atchison Products, Inc. et à l'augmentation des ventes de cartes téléphoniques en France.

Variation des ventes du groupe BIC par zone géographique au 1^{er} trimestre 2008

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation
1 - Europe	95,0	97,2	
<i>Publié</i>			+ 2,2 %
<i>A taux de change constants</i>			+ 3,5 %
2 - Amérique du Nord & Océanie	148,3	125,3	
<i>Publié</i>			- 15,5 %
<i>A taux de change constants</i>			- 5,6 %
3 - Amérique latine	67,5	68,3	
<i>Publié</i>			+ 1,3 %
<i>A taux de change constants</i>			+ 4,7 %
4 - MEAA	19,6	17,3	
<i>Publié</i>			- 11,5 %
<i>A taux de change constants</i>			- 5,5 %
Chiffre d'affaires total du Groupe	330,4	308,1	
<i>Publié</i>			- 6,7 %
<i>A taux de change constants</i>			- 0,9 %

Compte de résultat consolidé résumé

<i>En millions d'euros</i>	T1 2007	T1 2008	Variation	Variation à taux de change constants
CHIFFRE D'AFFAIRES	330,4	308,1	- 6,7 %	- 0,9 %
Coût des ventes	160,9	153,4	- 4,6 %	
MARGE BRUTE	169,5	154,7	- 8,7 %	- 5,2 %
Charges administratives et autres charges d'exploitation	111,3	116,5	+ 4,7 %	
RESULTAT D'EXPLOITATION	58,2	38,2	- 34,3 %	- 33,9 %
Résultat financier	4,7	- 0,4		
RESULTAT AVANT IMPOT ET INTERETS MINORITAIRES	62,9	37,8	- 39,8 %	
Impôts	21,1	12,7		
Intérêts minoritaires	0,6	-		
RESULTAT NET PART DU GROUPE	41,2	25,1	- 39,0 %	
BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) (en euros)	0,83	0,52	- 37,3 %	
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	49 302 989	48 620 706		

Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>	Mars 2007	Mars 2008
ACTIF		
Actif non courant	724,5	690,0
Actif courant	927,9	923,8
TOTAL DE L'ACTIF	1 652,4	1 613,8
PASSIF		
Capitaux propres	1 149,2	1 161,6
Passif non courant	206,1	165,9
Passif courant	297,1	286,3
TOTAL DU PASSIF	1 652,4	1 613,8

Calendrier 2008

Assemblée Générale	21 mai	Siège social de BIC, Clichy
Résultats du 1 ^{er} semestre	6 août	Conférence téléphonique
Résultats du 3 ^{ème} trimestre	22 octobre	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 2007 un chiffre d'affaires de 1 456,1 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices SBF120, CAC MID100 et FTSE4Good Europe.



SHEAFFER®
The Signature Pen
SINCE 1815



ATCHISON®
by BIC

Pour plus d'informations, merci de consulter le site Internet du Groupe : www.bicworld.com

Contacts Relations Investisseurs : +33 1 45 19 52 26	Contacts Presse : +33 1 53 70 74 26 / 74 91
Sophie Palliez-Capian, sophie.palliez@bicworld.com	Florence Riu, friu@image7.fr
Carole Richon, carole.richon@bicworld.com	Flore Larger, flarger@image7.fr