



GROUPE BIC – RESULTATS DES 9 PREMIERS MOIS 2011

CHIFFRE D'AFFAIRES DE 1 354,3 MILLIONS D'EUROS, EN HAUSSE DE 3,8% A BASE COMPARABLE¹

MARGE D'EXPLOITATION NORMALISEE¹ : 20,4 %

RESULTAT NET EN HAUSSE DE 14,3% A 183,9 MILLIONS D'EUROS – BNPA EN HAUSSE DE 16,0% A 3,85 EUROS

- **Grand Public - chiffre d'affaires : 1 150,4 millions d'euros (+6,8% à base comparable), marge d'exploitation normalisée : 23,5%**
 - Progression des pays matures en dépit de conditions de marché difficiles.
 - Forte hausse des pays en croissance depuis le début de l'année.

9 mois	Chiffre d'affaires	Marge d'exploitation normalisée	
Papeterie	458,8 M€	16,2%	Bonne rentrée scolaire en Europe, résultats modérés en Amérique du Nord
Briquets	372,0 M€	40,4%	Forte performance sur toutes les zones géographiques
Rasoirs	246,4 M€	19,9%	

- **Produits publicitaires et promotionnels - chiffre d'affaires : 203,9 millions d'euros (-10,1% à base comparable), marge d'exploitation normalisée : 2,8%**
 - Un environnement de plus en plus concurrentiel.
 - Une importante baisse du chiffre d'affaires en partie compensée par les économies prévues liées aux plans d'intégration.

Perspectives 2011 confirmées

Grand Public

Pour l'année 2011, nous prévoyons une croissance du chiffre d'affaires à base comparable supérieure à 5% (« *to exceed mid-single digit growth* »). La marge d'exploitation normalisée 2011 progressera par rapport à celle de 2010, l'augmentation de la productivité et des ajustements de prix ciblés compensant les hausses de prix des matières premières et des investissements de soutien à la marque plus importants.

Produits publicitaires et promotionnels

Nous prévoyons un recul du chiffre d'affaires 2011 à base comparable légèrement inférieur à 10% (« *high single digit decrease* »). La marge d'exploitation normalisée devrait être proche de celle de 2010 grâce aux réductions de coûts liées au plan d'intégration qui compensent l'impact négatif des volumes.

Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « Les résultats du groupe BIC pour les 9 premiers mois 2011 sont solides. Les activités Grand Public restent bien orientées malgré un environnement économique difficile et, plus important, la rentabilité du groupe demeure supérieure à ses niveaux historiques.

Grâce à des innovations produits, au travail accompli par les équipes de ventes, à un soutien à la marque accru et ciblé et à notre positionnement « plus pour votre argent », la croissance des ventes des activités Grand Public s'est poursuivie au cours du 3^{ème} trimestre, sans toutefois atteindre le rythme élevé du premier semestre.

En revanche, le chiffre d'affaires des Produits Publicitaires et Promotionnels (APP) a continué de baisser au cours du 3^{ème} trimestre. La poursuite du ralentissement économique ainsi que les enjeux de l'intégration de cette activité ont retardé, plus que nous ne l'avions initialement anticipé, son retour à la croissance. Nous restons cependant attachés au business plan à long terme de BIC APP, tout en initiant les ajustements nécessaires.»

Chiffres non audités

¹ Se reporter au glossaire page 9.



Chiffres clés

En millions d'euros Voir glossaire page 9	TROISIEME TRIMESTRE					9 PREMIERS MOIS				
	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable	2010	2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable
GROUPE										
Chiffre d'affaires	492,6	468,2	-5,0%	+0,2%	+0,8%	1 358,2	1 354,3	-0,3%	+2,7%	+3,8%
Marge brute	234,1	221,5	-5,4%			642,2	665,0	+3,5%		
Résultat d'exploitation normalisé	92,2	91,0	-1,3%			234,6	276,3	+17,7%		
Marge d'exploitation normalisée	18,7%	19,4%				17,3%	20,4%			
Résultat d'exploitation	90,1	89,8	-0,4%			232,9	264,6	+13,6%		
Marge d'exploitation	18,3%	19,2%				17,1%	19,5%			
Résultat net part du Groupe	61,1	65,4	+7,0%			160,9	183,9	+14,3%		
Résultat net par action (en euros)	1,26	1,37	+8,7%			3,32	3,85	+16,0%		
PAR CATEGORIES										
<i>Papeterie</i>										
Chiffre d'affaires	166,8	160,8	-3,6%	+1,5%	+1,5%	452,8	458,8	+1,3%	+4,2%	+4,2%
Résultat d'exploitation	27,6	21,3	-22,7%			64,1	74,2	+15,7%		
Marge d'exploitation	16,5%	13,3%				14,2%	16,2%			
Marge d'exploitation normalisée	16,6%	13,3%				14,4%	16,2%			
<i>Briquets</i>										
Chiffre d'affaires	123,5	124,0	+0,4%	+5,7%	+5,7%	349,7	372,0	+6,4%	+9,3%	+9,3%
Résultat d'exploitation	45,3	48,1	+6,1%			131,6	150,4	+14,2%		
Marge d'exploitation	36,7%	38,8%				37,6%	40,4%			
Marge d'exploitation normalisée	36,7%	38,8%				37,6%	40,4%			
<i>Rasoirs</i>										
Chiffre d'affaires	84,3	84,4	+0,1%	+5,1%	+5,1%	229,9	246,4	+7,2%	+10,0%	+10,0%
Résultat d'exploitation	11,2	16,7	+49,1%			34,0	49,0	+44,2%		
Marge d'exploitation	13,3%	19,8%				14,8%	19,9%			
Marge d'exploitation normalisée	13,4%	19,8%				14,8%	19,9%			
<i>Autres produits</i>										
Chiffre d'affaires	25,3	22,4	-11,6%	-10,8%	-2,5%	74,2	73,3	-1,2%	-1,1%	+1,8%
<i>Total Grand Public</i>										
Chiffre d'affaires	399,9	391,6	-2,1%	+2,8%	+3,3%	1 106,7	1 150,4	+4,0%	+6,6%	+6,8%
Résultat d'exploitation	81,3	83,6	+2,8%			222,5	262,0	+17,7%		
Marge d'exploitation	20,3%	21,4%				20,1%	22,8%			
Marge d'exploitation normalisée	20,4%	21,4%				20,2%	23,5%			
<i>BIC APP</i>										
Chiffre d'affaires	92,7	76,6	-17,4%	-10,9%	-10,0%	251,5	203,9	-18,9%	-14,5%	-10,1%
Résultat d'exploitation	8,8	6,1	-30,1%			10,3	2,6	-74,5%		
Marge d'exploitation	9,5%	8,0%				4,1%	1,3%			
Marge d'exploitation normalisée	11,4%	9,7%				4,4%	2,8%			



Groupe

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC sur les 9 premiers mois 2011 s'élève à 1 354,3 millions d'euros contre 1 358,2 millions d'euros sur les 9 premiers mois 2010, en baisse de 0,3% en publié, en croissance de 2,7% à taux de change constants et de 3,8% à base comparable. Au 3^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires s'élève à 468,2 millions d'euros, en baisse de 5,0% en publié, en croissance de 0,2% à taux de change constants et de +0,8% à base comparable.

Sur les 9 premiers mois 2011, les fluctuations des taux de change ont un impact négatif de 3,0% sur le chiffre d'affaires (dont +0,3% liés au real brésilien et -3,1% liés à la baisse du dollar U.S).

Malgré un effet de base défavorable impactant les 3 catégories sur le 3^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires des activités Grand Public a augmenté de 6,6% à taux de change constants et de +6,8% à base comparable au cours des 9 premiers mois 2011 (respectivement +2,8% et +3,3% au troisième trimestre). L'activité Produits Publicitaires & Promotionnels a diminué de 14,5% à taux de change constants et de -10,1% à base comparable (respectivement en recul de 10,9% et de -10,0% au troisième trimestre).

Les marchés matures (Europe et Amérique du Nord) continuent d'afficher une bonne résistance malgré la détérioration de l'environnement économique. Sur les marchés en croissance, la forte progression enregistrée au cours du premier semestre s'est ralentie au troisième trimestre qui enregistre une croissance à base comparable de +4,6%. En Amérique latine, le fort rythme de croissance de la Papeterie au premier semestre 2011 s'est ralenti et le chiffre d'affaires des briquets au troisième trimestre a été affecté par des ajustements de stocks chez nos clients distributeurs. La performance des Rasoirs continue d'être solide. Au Moyen-Orient et en Afrique, l'environnement peu sécurisant lié aux bouleversements politiques affecte la visibilité à court terme et impacte la performance du chiffre d'affaires.

La marge brute des 9 premiers mois 2011 a progressé de +1,8 point à 49,1% du chiffre d'affaires. Les principaux facteurs d'amélioration de la marge brute ont été la croissance des ventes de l'activité Grand Public, une meilleure absorption des coûts fixes liée à la progression des volumes et l'amélioration de la productivité, y compris les bénéfices des plans de restructuration et d'intégration.

Le résultat d'exploitation des 9 premiers mois 2011 a augmenté de 13,6% en publié à 264,6 millions d'euros. La marge d'exploitation s'élève à 19,5% contre 17,1% en 2010.

Le résultat d'exploitation des 9 premiers mois 2011 comprend -11,6 millions d'euros d'éléments non-récurrents liés à :

- la réorganisation de l'activité BIC APP (-3,1 million d'euros) ;
- les pertes de valeur du *goodwill* et des marques commerciales liées à la cession des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil (-9,1 millions d'euros) et les dépenses de restructuration afférentes (-0,3 million d'euros) ;
- le gain lié à la cession de REVA, activité de pinces à linge en Australie (+1,0 million d'euros).

Hors éléments non-récurrents, le résultat d'exploitation normalisé des 9 premiers mois 2011 s'établit à 276,3 millions d'euros comparé à 234,6 millions d'euros en 2010. La marge d'exploitation normalisée atteint 20,4% comparée à 17,3% sur la même période de l'année dernière. Les principaux moteurs de l'évolution du résultat d'exploitation normalisé sont :

- la croissance de la marge brute (+1,8 point) ;
- des charges d'exploitation contrôlées et des économies de coûts liées au programme de restructuration de 2009 et au plan d'intégration de BIC APP (+1,7 point) ;
- une augmentation du soutien à la marque par rapport aux 9 premiers mois 2010, principalement dans la papeterie et les briquets (-0,4 point).

Le résultat avant impôt a augmenté de 15,6% en publié, atteignant 268,9 millions d'euros. Le résultat financier a progressé de 4,6 millions d'euros comparé aux 9 premiers mois 2010. Il intègre une baisse des charges d'intérêts liée au remboursement anticipé des emprunts contractés pour les acquisitions de Cello Pens et Norwood Promotional Products en 2010. Le résultat financier du troisième trimestre 2011 intègre l'impact favorable de la réévaluation d'actifs monétaires (USD vs. EUR). Le taux d'imposition s'élève à 33,1% sur les 9 premiers 2011 comparé à 32,4% sur les 9 premiers mois 2010.

Le résultat net part du Groupe des 9 premiers mois 2011 s'élève à 183,9 millions d'euros, en hausse de 14,3% en publié. Il inclut 4,1 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 3,85 euros pour les 9 premiers mois 2011 contre 3,32 euros pour les 9 premiers mois 2010, en hausse de 16,0%. Le BNPA des 9 premiers mois 2011 normalisé est en croissance de 19,7% à 4,01 euros contre 3,35 euros sur les 9 premiers mois 2010.



A fin septembre 2011, la situation nette de trésorerie s'élève à 321,0 millions d'euros, contre 326,3 millions d'euros au 30 septembre 2010 et 397,1 millions d'euros au 31 décembre 2010. La génération de trésorerie des 9 premiers mois 2011 a continué de bénéficier de l'amélioration de la rentabilité. Les investissements des 9 premiers mois 2011 s'élèvent à 57,9 millions d'euros contre 35,4 millions d'euros sur les 9 premiers mois 2010. La génération de trésorerie intègre le paiement du dividende pour 90,6 millions d'euros ainsi que 66,3 millions d'euros de rachats d'actions nets des sommes reçues dans le cadre de l'exercice de stock-options.

Papeterie Grand Public

Le chiffre d'affaires de la Papeterie sur les 9 premiers mois 2011 a augmenté de +1,3% en publié et de +4,2% à taux de change constants. Au troisième trimestre 2011, le chiffre d'affaires est en baisse de 3,6% en publié et en hausse de 1,5% à taux de change constants.

Marchés matures

Le chiffre d'affaires a enregistré une légère croissance (« *low single digit* ») en Europe et est resté stable en Amérique du Nord.

En Europe, les ventes de rentrée scolaire aux consommateurs (*sell-through*) ont été bonnes, notamment en France et en Espagne (nos 2 plus importants pays en Europe pour la Papeterie) où nous avons gagné des parts de marché.

La rentrée scolaire a été plus mitigée en Amérique du Nord avec des résultats modestes liés notamment à un environnement plus concurrentiel.

Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires a affiché une croissance légèrement inférieure à 10% (« *high single digit* »).

Après la croissance à deux chiffres du premier semestre 2011, les taux de croissance ont ralenti dans certains pays alors que la performance reste solide dans d'autres.

La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie sur les 9 premiers mois 2011 s'élève à 16,2%, contre 14,4% en 2010, bénéficiant de la croissance des ventes, d'une meilleure absorption des coûts fixes liée à des volumes de production plus élevés et de l'amélioration de la productivité. Au troisième trimestre 2011, la baisse de la marge d'exploitation normalisée est due à une absorption moins favorable des volumes et à des dépenses publicitaires plus élevées qu'au troisième trimestre 2010.

Briquets

Le chiffre d'affaires des Briquets sur les 9 premiers mois 2011 a progressé de 6,4% en publié et de +9,3% à taux de change constants. Au troisième trimestre 2011, le chiffre d'affaires est en hausse de 0,4% en publié et de +5,7% à taux de change constants.

Les volumes de briquets ont continué à croître dans toutes les régions clés.

Marchés matures

En Europe, les ventes sont en légère croissance (« *low single digit* »), la faible performance des pays de sud de l'Europe ayant été compensée par des gains de distribution dans les pays de l'Europe du Nord.

En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires des 9 premiers mois 2011 enregistre une progression légèrement inférieure à 10% (« *high single digit* »). Comme prévu, après un très fort premier semestre, la performance du chiffre d'affaires s'est ralentie au cours du troisième trimestre.

Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires a affiché une croissance à deux chiffres (« *double digit* »). La croissance a continué d'être forte au Moyen-Orient, en Afrique et en Asie, notamment au Japon où nous avons tiré profit de la mise en place de la réglementation sur la sécurité. En Amérique latine, après un premier semestre 2011 en très forte croissance liée à des gains de distribution, la croissance du chiffre d'affaires a été ralentie au troisième trimestre, certains clients distributeurs ayant ajusté le niveau de leurs stocks, particulièrement au Brésil.



La marge d'exploitation normalisée des Biquets sur les 9 premiers mois 2011 a progressé de 2,8 points et s'élève à 40,4% bénéficiant de l'augmentation des ventes et de volumes de production plus élevés.

Rasoirs

Le chiffre d'affaires des Rasoirs sur les 9 premiers mois 2011 a augmenté de 7,2% en publié et de +10,0% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2011 est en hausse de 0,1% en publié et de +5,1% à taux de change constants.

Marchés matures

Le chiffre d'affaires a affiché une croissance légèrement inférieure à 10% (« *high single digit* ») **en Europe et en Amérique du Nord**. Dans ces deux régions, nous avons continué de tirer profit du succès des nouveaux produits à valeur ajoutée (4-lames BIC® Comfort 4 et BIC® Flex 4 pour homme; BIC® Soleil® Bella™ pour femme). En Europe, la demande pour nos rasoirs 3-lames classiques (notamment les gammes BIC 3 et Pure 3) a continué d'être forte, ainsi que pour le nouveau BIC® Flex 3. Aux Etats-Unis, où BIC® est la seule marque à gagner des parts de marché, la croissance a été tirée par nos rasoirs 3-lames classiques (comme la gamme BIC® Soleil pour femme) et le rasoir innovant BIC® Hybrid Advance™.

Marchés en croissance

Le chiffre d'affaires a affiché une croissance à deux chiffres (« *double digit* »). En Amérique latine, la performance a continué d'être portée par tous les produits BIC® (une, deux et particulièrement 3-lames).

La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs sur les 9 premiers mois 2011 s'élève à 19,9% contre 14,8% en 2010, tirée par la croissance des ventes, une meilleure absorption des coûts fixes et l'amélioration de la productivité, qui a permis de compenser l'impact négatif des matières premières.

Produits Publicitaires & Promotionnels

Le chiffre d'affaires des Produits Publicitaires et Promotionnels sur les 9 premiers mois 2011 a diminué de 18,9% en publié, de -14,5% à taux de change constants, et de -10,1% à base comparable. Au troisième trimestre 2011, le chiffre d'affaires est en baisse de 17,4% en publié, de -10,9% à taux de change constants et -10,0% à base comparable.

Dans son ensemble, le marché des produits publicitaires et promotionnels reste faible, avec un environnement de plus en plus concurrentiel impactant la performance des ventes de BIC APP, alors même que la qualité du service clients est revenue à des niveaux habituels.

Le résultat d'exploitation de BIC APP sur les 9 premiers mois 2011 comprend -3,1 millions d'euros d'éléments non-récurrents liés à la réorganisation de l'activité en Italie, suite à la cession de l'activité de vente directe d'Antalis Promotional Products ainsi qu'à des restructurations permettant de réduire la base de coûts en Europe et en Amérique du Nord.

La marge d'exploitation normalisée de BIC APP sur les 9 premiers mois 2011 est de 2,8% contre 4,4% en 2010. La forte baisse du chiffre d'affaires a été partiellement compensée par les économies prévues dans le cadre du plan d'intégration. La marge d'exploitation normalisée du troisième trimestre 2011 est de 9,7% contre 11,4% en 2010.



Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T3 2010	T3 2011	Variation	9M 2010	9M 2011	Variation
Chiffre d'affaires total Groupe	492,6	468,2		1 358,2	1 354,3	
<i>En publié</i>			-5,0%			-0,3%
<i>A taux de change constants</i>			+0,2%			+2,7%
<i>A base comparable</i>			+0,8%			+3,8%
1 – Europe	134,3	133,9		397,4	398,6	
<i>En publié</i>			-0,3%			+0,3%
<i>A taux de change constants</i>			+0,2%			+0,3%
<i>A base comparable</i>			+1,0%			+1,2%
2 – Amérique du Nord	225,4	201,9		585,1	538,3	
<i>En publié</i>			-10,4%			-8,0%
<i>A taux de change constants</i>			-1,4%			-0,9%
<i>A base comparable</i>			-1,4%			+0,6%
3 – Marchés en croissance	132,9	132,3		375,8	417,5	
<i>En publié</i>			-0,4%			+11,1%
<i>A taux de change constants</i>			+2,9%			+10,9%
<i>A base comparable</i>			+4,6%			+11,5%

Impact des changements de périmètre et des fluctuations des taux de change

<i>En %</i>	T3 2010	T3 2011	9M 2010	9M 2011
Périmètre	-0,9	-0,6	+6,2	-1,1
Taux de change	+10,0	-5,2	+7,0	-3,0
<i>Dont dollar U.S.</i>	+5,0	-4,1	+2,3	-3,1
<i>Dont réal brésilien</i>	+2,1	-0,3	+2,2	+0,3



Résultat d'exploitation et résultat d'exploitation normalisé par catégorie

En millions d'euros	Résultat d'exploitation				Résultat d'exploitation normalisé			
	T3 2010	T3 2011	9M 2010	9M 2011	T3 2010	T3 2011	9M 2010	9M 2011
Groupe	90,1	89,7	232,9	264,6	92,2	91,0	234,6	276,3
Grand Public	81,3	83,6	222,5	262,0	81,6	83,6	223,6	270,5
Papeterie	27,6	21,3	64,1	74,2	27,7	21,3	65,2	74,2
Briquets	45,3	48,1	131,6	150,4	45,4	48,1	131,5	150,4
Rasoirs	11,2	16,7	34,0	49,0	11,3	16,7	34,0	49,0
Autres	-2,8	-2,5	-7,2	-11,5	-2,8	-2,5	-7,0	-3,0
APP	8,8	6,1	10,3	2,6	10,6	7,4	11,0	5,8

Compte de résultat résumé

En millions d'euros	T3 2010	T3 2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹	Variation à base comp. ¹	9M 2010	9M 2011	Variation en publié	Variation à taux de change constants ¹	Variation à base comp. ¹
Coût des ventes	258,5	246,7				716,0	689,3			
MARGE BRUTE	234,1	221,5				642,2	665,0			
Charges administratives et autres charges d'exploitation	144,0	131,7				409,3	400,4			
RESULTAT D'EXPLOITATION	90,1	89,8				232,9	264,6			
Résultat financier	-1,5	6,3				-0,3	4,3			
RESULTAT AVANT IMPÔT	88,6	96,0				232,6	268,9			
Impôts	28,6	31,8				75,3	89,2			
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1,2	1,2				3,6	4,1			
RESULTAT NET PART DU GROUPE	61,1	65,4				160,9	183,9			
BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) – en euros	1,26	1,37	+8,7%			3,32	3,85	+16,0%		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 403 786	47 761 438				48 403 786	47 761 438			

¹ Se reporter au glossaire page 9.

Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>		
ACTIF	Sept. 2010	Sept. 2011
Actif non courant	851,8	831,7
Actif courant	1 116,5	1 178,0
<i>Dont Trésorerie et équivalents de trésorerie</i>	302,4	303,0
TOTAL DE L'ACTIF	1 968,3	2 009,7
PASSIF	Sept. 2010	Sept. 2011
Capitaux propres	1 366,2	1 432,0
Passif non courant	264,1	224,6
Passif courant	338,0	353,1
TOTAL DU PASSIF	1 968,3	2 009,7

Programme de rachat d'actions

<i>Année 2011</i>	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré en €	Montant en M€
Janvier	-	-	-
Février	108 841	61,66	6,7
Mars	341 038	62,41	21,3
Avril	69 898	64,87	4,5
Mai	189 537	65,29	12,4
Juin	99 634	63,53	6,3
Août	409 170	61,96	25,4
Septembre	86,718	63,30	5,5
Total 9M 2011	1 304 836	62,90	82,1



- **A taux de change constants** : Les montants à taux de change constants sont calculés en convertissant les montants de l'année en cours aux taux de change moyens mensuels de l'année précédente. Tous les commentaires sur le chiffre d'affaires des catégories sont faits à taux de change constants ou à base comparable.
- **A base comparable** : signifie à taux de change constants et à périmètre constant. Les montants à périmètre constant excluent les impacts des acquisitions et/ou des cessions intervenues sur l'exercice en cours et/ou sur l'exercice précédent et ce jusqu'à leur date anniversaire. Les données à base comparable n'intègrent pas, pour les 9 premiers mois 2010, le chiffre d'affaires de l'activité funéraire de BIC APP, cédée en juin 2010, le chiffre d'affaires de vente directe en Italie de BIC APP, cédée en janvier 2011 et le chiffre d'affaires des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil et l'activité de pinces à linge REVA en Australie, cédées au T2 2011.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors restructuration, dépenses liées au plan d'intégration de BIC APP, plus-values immobilières et hors résultats des cessions de l'activité de pinces à linge REVA en Australie et des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil.

*
*
*

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 « Facteurs de risques » du Document de Référence 2010 du Groupe BIC archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2011.

Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site internet de BIC (www.bicworld.com), rubrique Finance.

Calendrier 2011 -2012 (dates à confirmer)

Résultats 2011	15 février 2012	Réunion (siège de BIC)
Résultats du 1 ^{er} trimestre 2011	25 avril 2012	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2011	10 mai 2012	Siège de BIC

A propos de BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC fabrique depuis plus de 60 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 2010 un chiffre d'affaires de 1 831,5 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 ; BIC fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone, Ethibel Excellence Europe et Carbon Disclosure French Leadership index 2010 (CDLI).



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 48
Sophie Palliez-Capian - sophie.palliez@bicworld.com	Claire Doligez - cdoligez@image7.fr
Katy Montecatine – katy.montecatine@bicworld.com	Priscille Reneaume - preneaume@image7.fr