



## GROUPE BIC - RESULTATS DU 2<sup>EME</sup> TRIMESTRE ET DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2009

**CHIFFRE D'AFFAIRES S1 2009 : 713,1 MILLIONS D'EUROS, EN HAUSSE DE 0,1% A TAUX DE CHANGE CONSTANTS**

**MARGE D'EXPLOITATION NORMALISEE<sup>1</sup> DU S1 2009 : 15,3%**

**RESULTAT NET PART DU GROUPE DU S1 2009 EN HAUSSE DE 0,1% A 70,6 MILLIONS D'EUROS**

**POSITION NETTE DE TRESORERIE FIN JUIN 2009 : 149,2 MILLIONS D'EUROS**

### Faits marquants

- **Chiffre d'affaires Papeterie au S1 2009 : 319,9 millions d'euros (-9,6% à taux de change constants)**  
**Activité Grande distribution & fournisseurs de bureau** en baisse de 5,4%
  - En Europe et en Amérique du Nord, recul plus important dans le réseau des fournisseurs de bureau, plus fortement touché par le retournement économique que la grande distribution.
  - Livraisons de rentrée scolaire retardées par beaucoup de distributeurs dans le cadre de leurs efforts continus de gestion des stocks.
  - Maintien de la solide performance de l'Amérique du Sud, en partie compensée par une baisse au Mexique où la crise économique s'est révélée particulièrement sévère.**Activité Produits Promotionnels – BIC Graphic** en baisse de 24,7%
  - Poursuite de la baisse des ventes sur l'ensemble des régions.
- **Chiffre d'affaires Briquets au S1 2009 : 192,4 millions d'euros (+5,8% à taux de change constants)**
  - Comme anticipé, 2<sup>ème</sup> trimestre stable après un très bon 1<sup>er</sup> trimestre.
  - Poursuite des gains de parts de marchés aux Etats-Unis et en Amérique latine.
- **Chiffre d'affaires Rasoirs au S1 2009 : 129,8 millions d'euros (+2,8% à taux de change constants)**
  - Bon deuxième trimestre. Tendance positive de nos rasoirs non rechargeables 3-lames, notamment en Amérique latine.
- **Résultat d'exploitation normalisé du S1 2009 : 109,1 millions d'euros (+4,1%)**
- **Marge d'exploitation normalisée du S1 2009 : 15,3% contre 14,9% au S1 2008**
  - Marge brute affectée par la baisse des volumes de production.
  - La baisse des dépenses de soutien de la marque par rapport à l'an dernier ainsi que le contrôle des dépenses d'exploitation ont compensé le recul de la marge brute.
- **Résultat d'exploitation publié du S1 2009 : 100,8 millions d'euros (-0,3%)**
  - -18,6 millions d'euros de dépenses liées au plan de réduction des coûts lancé en avril 2009
  - +10,3 millions d'euros d'écart d'acquisition négatif lié à l'acquisition d'APP (Antalis Promotional Products).
- **BNPA normalisé du S1 2009 en hausse de 4,6% à 1,58 euro**
- **Position nette de trésorerie fin S1 2009 : 149,2 millions d'euros**
  - Amélioration par rapport au S1 2008 due à la réduction des stocks, à des investissements industriels inférieurs et à la baisse des créances clients.

### Perspectives 2009

Pour le reste de l'année, notre objectif demeure de tirer profit de nos différents atouts afin d'accroître nos parts de marché dans toutes les catégories. Nous continuerons à nous concentrer sur le contrôle des coûts et l'amélioration de notre besoin en fond de roulement afin de protéger notre génération de trésorerie.

**Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré :** « En dépit du ralentissement de nos marchés clés, nos ventes ont bien résisté au cours du premier semestre et nous avons maintenu ou augmenté nos parts de marché dans la plupart de nos activités et zones géographiques. Après un 1<sup>er</sup> trimestre faible, notre rentabilité s'est améliorée au cours du 2<sup>ème</sup> trimestre grâce à nos efforts permanents pour réduire les coûts et pour gérer notre entreprise afin de saisir toute opportunité de créer, de manière pérenne, de la valeur à long-terme. »

<sup>1</sup> Se reporter au glossaire page 10

## Chiffres clés

En millions d'euros	2ème TRIMESTRE					1er SEMESTRE				
	2008	2009	En publié	A taux de change constants	A base comparable	2008	2009	En publié	A taux de change constants	A base comparable
<b>Chiffre d'affaires</b>	392,4	<b>404,7</b>	+3,1%	<b>+0,7%</b>	<b>-3,4%</b>	700,5	<b>713,1</b>	+1,8%	<b>+0,1%</b>	<b>-2,3%</b>
Marge brute	188,3	188,5	+0,1%			342,9	336,4	-1,9%		
<b>Résultat d'exploitation</b>	62,9	<b>64,4</b>	+2,5%			101,1	<b>100,8</b>	-0,3%		
Marge d'exploitation	16,0%	15,9%				14,4%	14,1%			
<b>Résultat d'exploitation normalisé<sup>2</sup></b>	66,6	<b>72,6</b>	+8,9%			104,8	<b>109,1</b>	+4,1%		
Marge d'exploitation normalisée	16,9%	<b>17,9%</b>				14,9%	<b>15,3%</b>			
Résultat net part du Groupe	45,5	43,8	-3,6%			70,6	70,6	+0,1%		
<b>Bénéfice net par action (en euros)</b>	0,94	<b>0,91</b>	-3,2%			1,45	<b>1,47</b>	+1,4%		

### PAR ACTIVITE

<b>Papeterie</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	202,6	<b>189,6</b>	-6,4%	<b>-8,7%</b>	<b>-8,7%</b>	348,4	<b>319,9</b>	-8,2%	<b>-9,6%</b>	<b>-9,6%</b>
Résultat d'exploitation	32,1	21,0	-34,5%			48,3	28,5	-41,0%		
Marge d'exploitation	15,8%	<b>11,1%</b>				13,8%	<b>8,9%</b>			
Marge d'exploitation normalisée	17,7%	<b>15,5%</b>				14,9%	<b>11,6%</b>			
<b>Briquets</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	94,4	<b>97,6</b>	+3,4%	<b>-0,5%</b>	<b>-0,5%</b>	176,7	<b>192,4</b>	+8,9%	<b>+5,8%</b>	<b>+5,8%</b>
Résultat d'exploitation	30,4	28,2	-7,5%			52,4	57,3	+9,3%		
Marge d'exploitation	32,3%	<b>28,9%</b>				29,7%	<b>29,8%</b>			
Marge d'exploitation normalisée	32,3%	<b>36,2%</b>				29,7%	<b>33,5%</b>			
<b>Rasoirs</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	66,9	<b>70,9</b>	+6,1%	<b>+4,6%</b>	<b>+4,6%</b>	124,7	<b>129,8</b>	+4,1%	<b>+2,8%</b>	<b>+2,8%</b>
Résultat d'exploitation	-0,8	6,7	NA			0,1	8,3	NA		
Marge d'exploitation	-1,1%	<b>9,4%</b>				0,1%	<b>6,4%</b>			
Marge d'exploitation normalisée	-1,1%	<b>12,3%</b>				0,1%	<b>8,0%</b>			
<b>Chiffre d'affaires Autres Produits</b>	28,5	<b>46,6</b>	+63,8%	<b>+62,8%</b>	<b>+5,6%</b>	50,7	<b>71,0</b>	+40,2%	<b>+39,4%</b>	<b>+7,3%</b>

### CHIFFRES D'AFFAIRES GRANDE DISTRIBUTION & FOURNITURISTES DE BUREAU / PRODUITS PROMOTIONNELS

Chiffre d'affaires Grande distribution & fournisseurs de bureau	340,9	348,3	+2,2%	+0,3%	+0,3%	603,1	617,2	+2,3%	+1,3%	+1,3%
Chiffre d'affaires Produits Promotionnels (BIC Graphic, Atchison, Antalis Promotional Products)	51,5	56,4	+9,5%	+3,4%	-28,2%	97,4	95,9	-1,6%	-7,8%	-24,5%

<sup>2</sup> Le résultat d'exploitation normalisé exclut les coûts de restructuration liés à la fermeture de Styphen au S1 2008 et les coûts liés au plan de restructuration annoncé en avril dernier et à l'écart d'acquisition négatif d'APP (Antalis Promotional Products) au S1 2009.

## Chiffres clés du Groupe

---

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC au 1<sup>er</sup> semestre 2009 s'élève à 713,1 millions d'euros, contre 700,5 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2008, en hausse de 1,8% en publié, de 0,1% à taux de change constants et en baisse de 2,3% à base comparable. Au 2<sup>ème</sup> trimestre, le chiffre d'affaires s'élève à 404,7 millions d'euros, en hausse de 3,1% en publié, de 0,7% à taux de change constants et en baisse de 3,4% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grande distribution & fournisseurs de bureau ont augmenté de 1,3% à taux de change constants au 1<sup>er</sup> semestre 2009 alors que celles de l'activité de marquage publicitaire ont diminué de 24,5% à base comparable et de 7,8% à taux de change constants (y compris Antalis Promotional Products).

Les fluctuations des taux de change ont eu un impact positif de 1,7% au 1<sup>er</sup> semestre 2009, dont +4,6% liés à la hausse du dollar U.S., compensée par la baisse des devises latino américaines, de la livre sterling et de certaines devises d'Europe de l'Est.

La marge brute du 1<sup>er</sup> semestre 2009 a diminué de 1,8 point et atteint 47,2% des ventes contre 49,0% au 1<sup>er</sup> semestre 2008 ; elle est affectée par des coûts de production plus élevés liés à la baisse des volumes de ventes et à la poursuite des réductions de stocks.

Le résultat d'exploitation a diminué de 0,3% en publié au 1<sup>er</sup> semestre 2009 pour atteindre 100,8 millions d'euros. La marge d'exploitation publiée du 1<sup>er</sup> semestre 2009 s'élève à 14,1% contre 14,4% au 1<sup>er</sup> semestre 2008.

Le résultat d'exploitation du 1<sup>er</sup> semestre 2009 comprend des éléments exceptionnels :

- -18,6 millions d'euros de dépenses liées au plan de réduction des coûts lancé en avril 2009 ;
- +10,3 millions d'euros d'écart d'acquisition négatif lié à l'acquisition d'APP (Antalis Promotional Products).

En excluant ces éléments exceptionnels, le résultat d'exploitation normalisé du 1<sup>er</sup> semestre 2009 serait de 109,1 millions d'euros, contre 104,8 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2008. La marge d'exploitation normalisée du 1<sup>er</sup> semestre 2009 s'élève à 15,3% contre 14,9% sur la même période de l'année dernière. La baisse des dépenses de soutien de la marque et le contrôle des dépenses d'exploitation ont compensé le recul de la marge brute.

Le résultat avant impôt a diminué de 2,5% en publié, atteignant 103,6 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de 2,3 millions d'euros par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2008 en raison de revenus financiers nets inférieurs et d'un impact des fluctuations des taux de change moins favorable que sur la même période de l'année précédente. Le taux d'imposition s'élève à 33,0% contre 33,6% au 1<sup>er</sup> semestre 2008.

Le résultat net part du Groupe du 1<sup>er</sup> semestre 2009 s'élève à 70,6 millions d'euros, en hausse de 0,1% en publié. Le résultat net part du Groupe du 1<sup>er</sup> semestre 2009 inclut 1,2 million d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 1,47 euro au 1<sup>er</sup> semestre 2009 contre 1,45 euro au 1<sup>er</sup> semestre 2008, en hausse de 1,4%. Le BNPA normalisé est en croissance de 4,6% à 1,58 euros, contre 1,51 euro au 1<sup>er</sup> semestre 2008.

A la fin du mois de juin 2009, la trésorerie nette disponible s'élevait à 149,2 millions d'euros, contre 61,5 millions d'euros au 30 juin 2008 et 210,6 millions d'euros au 31 décembre 2008.

La génération de trésorerie du 1<sup>er</sup> semestre 2009 a bénéficié d'une forte amélioration du besoin en fonds de roulement (Stocks : -31 millions d'euros par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2008 et Clients et autres créances : -15 millions d'euros par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2008) et d'investissements industriels inférieurs (25 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2009 contre 42 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2008).

La position nette de trésorerie tient compte des investissements liés au partenariat avec Cello pour 63,1 millions d'euros, à Antalis Promotional Products (APP) pour 32,4 millions d'euros et au paiement du dividende pour 65 millions d'euros.



## Papeterie

---

**Le chiffre d'affaires Papeterie a diminué de 8,2% en publié et de 9,6% à taux de change constants au 1<sup>er</sup> semestre 2009. Le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2009 a diminué de 6,4% en publié et de 8,7% à taux de change constants.**

### **Grande distribution & fournisseurs de bureau :**

Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2009, le chiffre d'affaires Grande distribution & fournisseurs de bureau a diminué de 5,4% à taux de change constants (-4,7% au 2<sup>ème</sup> trimestre 2009).

En Europe et en Amérique du Nord, les ventes ont continué d'être affectées par le ralentissement de l'activité des fournisseurs de bureau. La performance de la grande distribution a été meilleure. Cependant, certaines livraisons de rentrée scolaire sont retardées dans la grande distribution, les distributeurs se montrant prudents face à l'incertitude liée aux estimations des dépenses des consommateurs.

Pour l'année 2009, la performance de la grande distribution dépendra des dépenses des consommateurs pendant la saison de rentrée scolaire ; l'activité du réseau des fournisseurs de bureau, quant à elle, ne devrait pas se redresser avant 2010.

La performance de l'Amérique latine au 1<sup>er</sup> semestre 2009 est bonne en dépit d'un ralentissement au 2<sup>ème</sup> trimestre par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre. Le Mexique a continué d'être affecté par la crise économique aux Etats-Unis, intensifiée par l'impact de l'épidémie de grippe A.

### **BIC Graphic – Produits Promotionnels :**

Notre activité de marquage publicitaire (BIC Graphic) a encore souffert de la réduction des dépenses promotionnelles des sociétés et du déclin du segment « instruments d'écriture » dans l'industrie du marquage publicitaire aux Etats-Unis. Le chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2009 a diminué de 24,7% à taux de change constants, en ligne avec les tendances du secteur.

La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie s'élève à 11,6% au 1<sup>er</sup> semestre 2009, contre 14,9% au 1<sup>er</sup> semestre 2008. La marge brute a été affectée par :

- La baisse des ventes, tant dans l'activité Grande distribution & fournisseurs de bureau que dans l'activité Produits Promotionnels ;
- Le recul des volumes de production et la poursuite de la réduction des stocks dans l'activité Grande distribution & fournisseurs de bureau.

## Briquets

---

**Le chiffre d'affaires Briquets a progressé de 8,9% en publié et de 5,8% à taux de change constants au 1<sup>er</sup> semestre 2009. Le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2009 a cru de 3,4% en publié et a diminué de 0,5% à taux de change constants.**

En Europe, les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2009 ont légèrement augmenté, tirées par des volumes élevés au 1<sup>er</sup> trimestre.

Les ventes en Amérique du Nord suivent une croissance autour de 5% grâce à l'augmentation de nos parts de marché.

En Amérique latine, les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2009 ont bénéficié de la poursuite de nos gains de parts de marché et de la performance des pays situés dans l'hémisphère sud. Les ventes du Mexique ont continué d'être affectées par la crise économique aux Etats-Unis.

La marge d'exploitation normalisée des Briquets a augmenté de 3,8 points au 1<sup>er</sup> semestre 2009 et s'élève à 33,5%, bénéficiant de la baisse des dépenses de soutien de la marque (campagne publicitaire liée à la mise en place de la réglementation « sécurité enfants ») et d'une meilleure absorption des charges d'exploitation.



## Rasoirs

---

**Le chiffre d'affaires Rasoirs a progressé de 4,1% en publié et de 2,8% à taux de change constants au 1<sup>er</sup> semestre 2009. Le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2009 a augmenté de 6,1% en publié et de 4,6% à taux de change constants.**

Le marché du rasoir mécanique dans son ensemble est en légère baisse depuis le début de l'année 2009. Les ventes de rasoirs non rechargeables sont stables alors que celles de rasoirs rechargeables sont en légère baisse.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2009, les ventes de rasoirs BIC<sup>®</sup> ont été tirées par un bon 2<sup>ème</sup> trimestre.

Les ventes en Europe ont légèrement diminué.

En Amérique du Nord, dans un environnement économique difficile, les ventes sont également en légère baisse. En dépit de l'environnement difficile, les premiers retours sur notre nouveau rasoir 4-lames Soleil<sup>®</sup> Bella sont positifs.

L'Amérique latine est la région qui a affiché la meilleure performance grâce à la croissance continue de nos rasoirs non rechargeables 3-lames.

La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs est de 8,0% au 1<sup>er</sup> semestre 2009 contre 0,1% au 1<sup>er</sup> semestre 2008. Cette amélioration est principalement due à la hausse des ventes et à des dépenses publicitaires inférieures à celles de l'année dernière.

## Autres produits

---

**Au 1<sup>er</sup> semestre 2009, le chiffre d'affaires « Autres Produits » a progressé de 40,2% en publié, de 39,4% à taux de change constants et de 7,3% à base comparable. Le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2009 a augmenté de 63,8% en publié, de 62,8% à taux de change constants et de 5,6% à base comparable.**

### **Grande distribution :**

Les ventes « Autres produits » - Grande distribution ont progressé de 13,6% à base comparable au 1<sup>er</sup> semestre 2009, tirées par la distribution de cartes téléphoniques en France.

### **Produits Promotionnels :**

L'activité « Autres produits » - Produits Promotionnels a continué de souffrir du ralentissement de l'industrie en Europe et aux Etats-Unis et a diminué de 16,5% à base comparable.

## Perspectives annuelles 2009 et tendances opérationnelles

---

Pour l'année 2009, nous confirmons nos objectifs de gains de parts de marchés dans toutes nos activités et continuons de nous concentrer sur la protection de notre génération de trésorerie.

Par catégorie, nous anticipons les tendances opérationnelles suivantes :

- Dans la Papeterie Grande distribution & fournisseurs de bureau, l'activité du réseau des fournisseurs de bureau ne devrait pas se redresser avant 2010 ; les ventes de la grande distribution dépendront des dépenses des consommateurs en Amérique du Nord et en Europe pendant la saison de rentrée scolaire, lesquelles devraient impacter les renouvellements de commandes de fin d'année.
- La performance des Produits Promotionnels de Papeterie devrait être en ligne avec les tendances du 1<sup>er</sup> semestre 2009.
- Dans les Briquets, le chiffre d'affaires du 2<sup>nd</sup> semestre 2009 devrait être stable à taux de change constants par rapport à l'an dernier.
- Dans les Rasoirs, la croissance du chiffre d'affaires 2009 à taux de change constants devrait être en ligne avec celle du 1<sup>er</sup> semestre 2009.

\* \*  
\*



## Variation des ventes du Groupe BIC par zones géographiques

<i>En millions d'euros</i>	T2 2008	<b>T2 2009</b>	Variation	S1 2008	<b>S1 2009</b>	Variation
<b>Chiffre d'affaires total du Groupe</b>	392,4	<b>404,7</b>		700,5	<b>713,1</b>	
<i>En publié</i>			+3,1%			+1,8%
<i>A taux de change constants</i>			+0,7%			+0,1%
<i>A base comparable</i>			-3,4%			-2,3%
<b>1 - Europe</b>	143,2	<b>149,7</b>		240,4	<b>241,4</b>	
<i>En publié</i>			+4,5%			+0,4%
<i>A taux de change constants</i>			+6,7%			+2,9%
<i>A base comparable</i>			-4,7%			-3,9%
<b>2 – Amérique du Nord et Océanie</b>	160,7	<b>167,1</b>		286,0	<b>296,9</b>	
<i>En publié</i>			+4,0%			+3,8%
<i>A taux de change constants</i>			-6,7%			-6,5%
<b>3 – Amérique latine</b>	69,9	<b>66,3</b>		138,2	<b>137,3</b>	
<i>En publié</i>			-5,1%			-0,6%
<i>A taux de change constants</i>			+2,3%			+8,1%
<b>4 - MOAA</b>	18,6	<b>21,6</b>		35,9	<b>37,4</b>	
<i>En publié</i>			+16,3%			+4,1%
<i>A taux de change constants</i>			+12,6%			+2,6%

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

<i>En %</i>	T2 2008	<b>T2 2009</b>	S1 2008	<b>S1 2009</b>
<b>Périmètre</b>	+1,3%	<b>+4,1%</b>	+1,1%	<b>+2,4%</b>
<b>Taux de change</b>	-7,4%	<b>+2,4%</b>	-6,6%	<b>+1,7%</b>
<b>Dont Dollar U.S.</b>	-5,5%	<b>+4,5%</b>	-5,0%	<b>+4,6%</b>



## Résultat d'exploitation et résultat d'exploitation normalisé par catégories

En millions d'euros	Résultat d'exploitation		Résultat d'exploitation normalisé	
	S1 2008	S1 2009	S1 2008	S1 2009
<b>Groupe</b>	<b>101,1</b>	<b>100,8</b>	<b>104,8</b>	<b>109,1</b>
Papeterie	48,3	28,5	52,0	37,1
Briquets	52,4	57,3	52,4	64,4
Rasoirs	0,1	8,3	0,1	10,4
Autres	0,3	6,7	0,3	-2,8

## Compte de résultat résumé

En millions d'euros	T2 2008	T2 2009	Variation	Variation à taux de change constants	S1 2008	S1 2009	Variation	Variation à taux de change constants
	<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	392,4	<b>404,7</b>	<b>+3,1%</b>	<b>+0,7%</b>	700,5	<b>713,1</b>	<b>+1,8%</b>
Coût des ventes	-204,1	-216,2	+5,9%		-357,6	-376,7	+5,4%	
<b>MARGE BRUTE</b>	188,3	<b>188,5</b>	<b>+0,1%</b>		342,9	<b>336,4</b>	<b>-1,9%</b>	
Charges administratives et autres charges d'exploitation	-125,4	-124,1	-1,1%		-241,8	-235,6	-2,6%	
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	62,9	<b>64,4</b>	<b>+2,5%</b>		101,1	<b>100,8</b>	<b>-0,3%</b>	
Résultat financier	5,5	-0,8			5,2	2,9	-44,3%	
<b>RESULTAT AVANT IMPOT ET INTERETS MINORITAIRES</b>	68,4	<b>63,7</b>	<b>-7,0%</b>		106,3	<b>103,6</b>	<b>-2,5%</b>	
Impôts	-23,0	-21,0	-8,6%		-35,7	-34,2	-4,2%	
Intérêts minoritaires	-0,0				-0,0			
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence		1,2				1,2		
<b>RESULTAT NET PART DU GROUPE</b>	45,5	<b>43,8</b>	<b>-3,6%</b>		70,6	<b>70,6</b>	<b>+0,1%</b>	
<b>BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) (en euros)</b>	0,94	<b>0,91</b>	<b>-3,2%</b>		1,45	<b>1,47</b>	<b>+1,4%</b>	
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 531 424	48 131 917			48 531 424	48 131 917		



## Bilan résumé

En millions d'euros

<b>ACTIF</b>	<b>S1 2008</b>	<b>S1 2009</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie	114	259
Clients et autres créances	408	393
Stocks et en-cours	355	323
Autres actifs courants	30	22
Autres actifs financiers courants	23	47
<b>Actif courant</b>	<b>930</b>	<b>1 044</b>
Immobilisations corporelles nettes	353	350
Immeubles de placement	8	8
Autres actifs non courants	112	181
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	228	236
<b>Actif non courant</b>	<b>701</b>	<b>775</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>1 631</b>	<b>1 819</b>
<b>PASSIF</b>	<b>S1 2008</b>	<b>S1 2009</b>
Emprunts et dettes financières courants	57	53
Fournisseurs et comptes rattachés	99	104
Autres dettes courantes	151	156
<b>Passif courant</b>	<b>307</b>	<b>313</b>
Emprunts et dettes financières non courants	17	95
Autres dettes non courantes	155	190
<b>Passif non courant</b>	<b>172</b>	<b>285</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>1 152</b>	<b>1 221</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>1 631</b>	<b>1 819</b>



## Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros (nombres arrondis)</i>	<b>S1 2008</b>	<b>S1 2009</b>
Résultat net	71	71
Amortissements et provisions	37	35
Variation des impôts différés	4	4
(Plus-)Moins-values de cessions d'actifs	-	-
Autres	2	9
<b>MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>114</b>	<b>119</b>
Variation du besoin en fond de roulement	-78	-20
Autres	-24	-1
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION</b>	<b>12</b>	<b>98</b>
Prises de participations / Acquisitions de filiales	-	-96
Autres investissements industriels	-40	-11
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT</b>	<b>-40</b>	<b>-107</b>
Dividendes payés	-65	-65
Emprunts / (Remboursements)	-9	118
Acquisition d'actions d'autocontrôle	-17	-1
(Achat) / Vente d'autres actifs financiers courants	1	-21
Autres	-1	-1
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT</b>	<b>-91</b>	<b>30</b>
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE</b>	<b>-119</b>	<b>21</b>
<b>LIQUIDITES D'OUVERTURE</b>	<b>198</b>	<b>222</b>
Différence de change	-	9
<b>LIQUIDITES DE CLOTURE</b>	<b>79</b>	<b>252</b>



## Glossaire

- **A taux de change constants** : les données à taux de change constants sont calculées sur la base des taux de change moyens mensuels de l'année précédente.
- **A base comparable** : à taux de change constants et à périmètre constant.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors coûts de restructuration, plus valeurs immobilières et écart d'acquisition négatif d'APP (Antalis Promotional Products).

\* \*  
\*

*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 31 mars 2009.*

*Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site Internet de BIC : [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com), section Relations Investisseurs.*

## Calendrier 2009

Résultats du 3 <sup>ème</sup> trimestre 2009	21 octobre 2009	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 2008 un chiffre d'affaires de 1 420,9 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID100, et des indices ISR FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone et Ethibel Excellence Europe.*



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

<b>Contacts Relations Investisseurs</b> : +33 1 45 19 52 26	<b>Contacts Presse</b> : +33 1 53 70 74 48
Sophie Palliez-Capian - <a href="mailto:sophie.palliez@bicworld.com">sophie.palliez@bicworld.com</a>	Claire Doligez - <a href="mailto:cdoligez@image7.fr">cdoligez@image7.fr</a>
Carole Richon - <a href="mailto:carole.richon@bicworld.com">carole.richon@bicworld.com</a>	Flore Larger - <a href="mailto:flarger@image7.fr">flarger@image7.fr</a>

