



## GROUPE BIC – RÉSULTATS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2010

**CHIFFRE D'AFFAIRES DE 865,6 MILLIONS D'EUROS, EN HAUSSE DE 5,8% À BASE COMPARABLE**

**MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE<sup>1</sup> : 16,5%**

**RÉSULTAT NET PART DU GROUPE EN PROGRESSION DE 41,3% À 99,8 MILLIONS D'EUROS**

**POSITION NETTE DE TRÉSORERIE : 254,3 MILLIONS D'EUROS**

### Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 2010

#### Chiffre d'affaires

**Grand Public** : 706,7 millions d'euros (+7,1% à taux de change constants)

- **Papeterie : 286,0 millions d'euros (+5,3% à taux de change constants)**
  - Bonnes performances en Europe et en Amérique du Nord, où les produits BIC® ont mieux performé que le marché.
  - Poursuite de la forte progression des marchés en croissance, notamment de l'Amérique latine.
- **Briquets : 226,3 millions d'euros (+10,7% à taux de change constants)**
  - Hausse des volumes dans toutes les zones géographiques clés
- **Rasoirs : 145,6 millions d'euros (+6,8% à taux de change constants)**
  - Bon accueil de nos nouveaux produits en Europe et aux Etats-Unis.
  - Poursuite de la forte performance des marchés en croissance.

**Produits Publicitaires et Promotionnels (BIC APP) : 158,9 millions d'euros (-3,9% à base comparable)**

- Légère amélioration des tendances du marché des Produits Publicitaires et Promotionnels aux Etats-Unis ; l'Europe est restée faible.
- Bonne performance des instruments d'écriture promotionnels de BIC APP.

#### Résultats

- **Résultat d'exploitation normalisé : 142,4 millions d'euros (+30,5% en publié)**
- **Marge d'exploitation normalisée : 16,5% contre 15,3% au S1 2009**
  - Toutes les catégories ont contribué à la nette amélioration de la marge brute Grand Public, laquelle a plus que compensé l'impact des consolidations d'Antalis Promotional Products et de Norwood Promotional Products.
- **Résultat d'exploitation publié : 142,8 millions d'euros (+41,7% en publié)**
- **BNPA : 2,06 euros (+40,1% en publié)**
- **Position nette de trésorerie au 30 juin 2010 : 254,3 millions d'euros**
  - Amélioration de la rentabilité, investissements industriels stables et contrôle du besoin en fonds de roulement.
  - Paiement des dividendes ordinaire et exceptionnel.

**Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré** : « Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2010, nos ventes sont restées fortes sur les marchés en croissance. Dans les pays matures, l'environnement économique est resté instable, en dépit de premiers signes de reprise. Dans ce contexte, le modèle économique de BIC s'avère bien adapté à l'évolution de la demande des consommateurs parce qu'il propose aussi bien des produits classiques, de qualité et au meilleur prix, que des nouveaux produits innovants et utiles, avec une vraie valeur ajoutée. L'attention constante portée sur la rentabilité et la génération de trésorerie nous a permis d'améliorer une nouvelle fois notre position nette de trésorerie à fin juin 2010. »

### Perspectives 2010

#### Grand Public

Comparé à la très bonne performance du premier semestre, le chiffre d'affaire des briquets et des rasoirs devrait progresser à un moindre rythme au cours du second semestre. Dans la Papeterie, la performance des ventes devrait, comme chaque année, dépendre des dépenses de rentrée scolaire des consommateurs. Pour l'année 2010, nous anticipons une croissance modérée du chiffre d'affaires à base comparable (inférieure ou proche de 5%).

Par rapport au premier semestre, l'absorption des volumes sera moins favorable et les dépenses de soutien à la marque progresseront au cours du second semestre. Sur l'ensemble de l'année, nous anticipons une amélioration de la marge d'exploitation normalisée par rapport à 2009.

#### Produits Publicitaires et Promotionnels

Les chiffres publiés au 2<sup>ème</sup> semestre seront affectés par la vente de l'activité de produits funéraires. La croissance des ventes de l'année 2010 sera influencée par la reprise économique en général. Dans cet environnement encore volatile, la marge d'exploitation normalisée devrait se situer entre 7% et 9%.

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

## Chiffres clés

En millions d'euros	DEUXIEME TRIMESTRE					PREMIER SEMESTRE				
	2009	2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à base comparable <sup>1</sup>	2009	2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à base comparable <sup>1</sup>
<b>GRUPE</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>404,7</b>	<b>487,3</b>	+20,4%	<b>+12,0%</b>	<b>+3,5%</b>	<b>713,1</b>	<b>865,6</b>	+21,4%	<b>+16,2%</b>	<b>+5,8%</b>
Marge brute	188,5	228,7	+21,4%			336,4	408,2	+21,3%		
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>64,4</b>	<b>95,0</b>	+47,4%			<b>100,8</b>	<b>142,8</b>	+41,7%		
Marge d'exploitation	15,9%	19,5%				14,1%	16,5%			
<b>Résultat d'exploitation normalisé<sup>2</sup></b>	<b>72,6</b>	<b>88,7</b>	+22,2%			<b>109,1</b>	<b>142,4</b>	+30,5%		
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>17,9%</b>	<b>18,2%</b>				<b>15,3%</b>	<b>16,5%</b>			
Résultat net part du Groupe	43,8	64,3	+46,8%			70,6	99,8	+41,3%		
<b>Résultat net par action (en euros)</b>	<b>0,91</b>	<b>1,33</b>	+46,2%			<b>1,47</b>	<b>2,06</b>	+40,1%		
<b>PAR CATEGORIE</b>										
<b>Papeterie</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>158,8</b>	<b>173,4</b>	<b>+9,2%</b>	<b>+1,9%</b>	<b>+1,9%</b>	<b>258,9</b>	<b>286,0</b>	<b>+10,5%</b>	<b>+5,3%</b>	<b>+5,3%</b>
Résultat d'exploitation	20,7	28,8				24,4	36,6			
Marge d'exploitation	13,0%	16,6%				9,4%	12,8%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>14,8%</b>	<b>16,8%</b>				<b>10,6%</b>	<b>13,1%</b>			
<b>Briquets</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>97,6</b>	<b>119,3</b>	<b>+22,3%</b>	<b>+11,0%</b>	<b>+11,0%</b>	<b>192,4</b>	<b>226,3</b>	<b>+17,6%</b>	<b>+10,7%</b>	<b>+10,7%</b>
Résultat d'exploitation	28,2	45,4				57,3	86,3			
Marge d'exploitation	28,9%	38,1%				29,8%	38,1%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>36,2%</b>	<b>38,1%</b>				<b>33,5%</b>	<b>38,0%</b>			
<b>Rasoirs</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>70,9</b>	<b>79,2</b>	<b>+11,6%</b>	<b>+3,3%</b>	<b>+3,3%</b>	<b>129,8</b>	<b>145,6</b>	<b>+12,2%</b>	<b>+6,8%</b>	<b>+6,8%</b>
Résultat d'exploitation	6,7	12,3				8,3	22,8			
Marge d'exploitation	9,4%	15,5%				6,4%	15,6%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>12,3%</b>	<b>15,6%</b>				<b>8,0%</b>	<b>15,6%</b>			
<b>Autres Produits</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>25,5</b>	<b>26,3</b>	<b>+3,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>46,4</b>	<b>48,9</b>	<b>+5,3%</b>	<b>+2,4%</b>	<b>+2,4%</b>
<b>Total Grand Public</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>352,8</b>	<b>398,2</b>	<b>+12,9%</b>	<b>+4,6%</b>	<b>+4,6%</b>	<b>627,5</b>	<b>706,7</b>	<b>+12,6%</b>	<b>+7,1%</b>	<b>+7,1%</b>
Résultat d'exploitation	54,1	84,8				87,0	141,2			
Marge d'exploitation	15,3%	21,3%				13,9%	20,0%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>18,9%</b>	<b>21,4%</b>				<b>15,9%</b>	<b>20,1%</b>			
<b>BIC APP</b>										
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>51,9</b>	<b>89,1</b>	<b>+71,8%</b>	<b>+62,8%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>85,6</b>	<b>158,9</b>	<b>+85,7%</b>	<b>+83,0%</b>	<b>-3,9%</b>
Résultat d'exploitation	10,3	10,2				13,7	1,6			
Marge d'exploitation	19,9%	11,4%				16,0%	1,0%			
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>11,6%</b>	<b>3,8%</b>				<b>11,0%</b>	<b>0,3%</b>			

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

<sup>2</sup> En 2010, le résultat d'exploitation normalisé exclut les dépenses liées au plan d'intégration de Norwood PP et aux reliquats du plan de réduction des coûts de 2009, la plus-value de cession nette liée à la vente de l'activité funéraire et la plus-value immobilière réalisée en Australie. En 2009, le résultat d'exploitation normalisé exclut les dépenses liées au plan de réduction des coûts de 2009 et l'écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products.

Le chiffre d'affaires du Groupe BIC au S1 2010 s'élève à 865,6 millions d'euros, contre 713,1 millions d'euros au S1 2009, en hausse de 21,4% en publié, de +16,2% à taux de change constants et de +5,8% à base comparable. Au 2<sup>ème</sup> trimestre 2010, le chiffre d'affaires s'élève à 487,3 millions d'euros, en hausse de 20,4% en publié, de +12,0% à taux de change constants et de +3,5% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grand Public ont augmenté de +7,1% à taux de change constants au cours du S1 2010 (+4,6% au T2 2010) ; celles de l'activité Produits Publicitaires et Promotionnels ont progressé de +83,0% à taux de change constants (y compris Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products) et ont diminué de -3,9% à base comparable (respectivement +62,8% et -4,1% au T2 2010).

Au 1<sup>er</sup> semestre 2010, les fluctuations des taux de change ont eu un impact positif de +5,2% sur le chiffre d'affaires, dont +2,8% liés à l'appréciation des monnaies latino-américaines (+2,3% liés au real brésilien) et +0,6% lié à la hausse du dollar U.S..

La marge brute du S1 2010 est restée stable à 47,2% du chiffre d'affaires. Les impacts favorables (principalement l'augmentation des ventes et l'absorption des volumes) dans l'activité Grand Public ont été compensés par l'impact des consolidations de Norwood Promotional Products et d'Antalis Promotional Products (marges brutes plus faibles).

Le résultat d'exploitation du S1 2010 a augmenté de +41,7% en publié pour atteindre 142,8 millions d'euros. La marge d'exploitation publiée s'élève à 16,5% contre 14,1% au S1 2009.

Le résultat d'exploitation du S1 2010 comprend les éléments exceptionnels suivants :

- -7,6 millions d'euros de dépenses liées au plan d'intégration de Norwood Promotional Products et aux reliquats du plan de réduction des coûts de 2009 ;
- +0,7 million d'euros de plus-value immobilière en Australie ;
- +7,3 millions d'euros de plus-value nette enregistrée dans le cadre de la cession de l'activité de produits funéraires de BIC APP en juin 2010.

En excluant ces éléments exceptionnels, le résultat d'exploitation normalisé du S1 2010 est de 142,4 millions d'euros contre 109,1 millions d'euros au S1 2009. La marge d'exploitation normalisée du S1 2010 s'élève à 16,5% contre 15,3% à la même période de l'année dernière.

Le résultat avant impôt a augmenté de +39,0% en publié, atteignant 144,0 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de 1,7 million d'euros par rapport au S1 2009. Il intègre une hausse des charges d'intérêts liée aux emprunts Cello Pens et Norwood PP ainsi qu'une baisse des produits financiers (en raison de taux d'intérêts plus faibles), partiellement compensées par l'impact favorable de la réévaluation d'actifs monétaires (USD/EUR). Le taux d'imposition s'élève à 32,4% au S1 2010 contre 33,0% au S1 2009.

Le résultat net part du Groupe du S1 2010 s'élève à 99,8 millions d'euros, en hausse de 41,3% en publié. Il inclut 2,4 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens). Le bénéfice net par action (BNPA) est de 2,06 euros au S1 2010 contre 1,47 euro pour le S1 2009, en hausse de 40,1%. Le BNPA normalisé est en croissance de 30,4% à 2,06 euros au S1 2010 contre 1,58 euro au S1 2009.

A la fin du mois de juin 2010, la situation nette de trésorerie s'élevait à 254,3 millions d'euros, contre 149,2 millions d'euros au 30 juin 2009 et 305,3 millions d'euros au 31 décembre 2009. La situation nette de trésorerie a été affectée par le paiement du dividende pour 116,4 millions d'euros. La génération de trésorerie du 1<sup>er</sup> semestre 2010 a continué de bénéficier de l'amélioration de la rentabilité, d'investissements industriels stables (25 millions d'euros au S1 2010 comme au S1 2009) et d'un contrôle strict du besoin en fonds de roulement.

## Papeterie Grand Public

---

**Le chiffre d'affaires de la Papeterie au S1 2010 a augmenté de 10,5% en publié et de +5,3% à taux de change constants. Au T2 2010, le chiffre d'affaires est en hausse de 9,2% en publié et de +1,9% à taux de change constants.**

**En Europe**, le marché est resté faible (en baisse de -1,1% fin mai 2010). Dans ce contexte, les produits BIC® ont continué de mieux performer que la concurrence en Europe de l'Ouest et ont atteint de bons résultats en Europe de l'Est.

**Aux Etats-Unis**, le marché de la papeterie dans son ensemble était en hausse de 3,5% à la fin du mois de mai 2010, en amélioration par rapport à l'année dernière, tant dans le réseau des fournisseurs de bureaux que dans la grande distribution. Dans cet environnement, les produits BIC® ont continué de gagner des parts de marché. La performance du 2<sup>ème</sup> trimestre a été affectée par le décalage de livraison de certaines commandes du mois de juin au mois de juillet.

Les distributeurs ayant commencé à reconstituer leurs stocks, nous nous attendons à une meilleure saison de rentrée scolaire (sell-in) cette année qu'en 2009 dans ces deux régions. Cependant, la performance annuelle 2010 de la grande distribution dépendra des dépenses des consommateurs, encore difficiles à prévoir pour le moment.

**Progression à deux chiffres des ventes des marchés en croissance.** En Amérique latine, les tendances sont restées solides dans tous les pays. Au Moyen-Orient et en Afrique, les ventes ont bénéficié de la revalorisation du dollar U.S. et d'une légère amélioration de l'environnement économique dans certains pays d'Afrique.

**La marge d'exploitation normalisée de la Papeterie au S1 2010 s'élève à 13,1%, contre 10,6% au S1 2009**, bénéficiant de la croissance des ventes, d'une meilleure absorption des coûts fixes (augmentation des volumes de production) et de l'amélioration de la productivité.

## Briquets

---

**Le chiffre d'affaires des Briquets au S1 2010 a augmenté de 17,6% en publié et de +10,7% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires au T2 2010 est en hausse de 22,3% en publié et de +11,0% à taux de change constants.**

Les volumes de briquets vendus ont progressé dans toutes les régions clés.

**En Europe et en Amérique du Nord, les ventes sont en croissance de 5% à 9% grâce :**

- Au succès des nouveaux décors ;
- A l'impact positif de la législation sur la sécurité aux Etats-Unis (interdiction des briquets fantaisie et législation sur les cigarettes auto-extinguibles).

**Poursuite de la forte performance des ventes des marchés en croissance, qui affichent une croissance à deux chiffres.** En Amérique latine, nous avons bénéficié de gains de distribution supplémentaires - notamment dans le nord du Brésil - et du succès du lancement du briquet utilitaire BIC® en Argentine et au Brésil.

**La marge d'exploitation normalisée des Briquets au S1 2010 a progressé de 4,5 points et s'élève à 38,0%**, bénéficiant de l'augmentation des ventes et de volumes de production plus élevés.



## Rasoirs

---

**Le chiffre d'affaires des Rasoirs au S1 2010 a augmenté de 12,2% en publié et de +6,8% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du T2 2010 est en hausse de 11,6% en publié et de +3,3% à taux de change constants.**

**Marchés matures : croissance des ventes en Europe et en Amérique du Nord d'environ 5%.** En Europe, nos lignes de produits «value» - qualité au meilleur prix - (une et deux lames) ont bien performé, les consommateurs restant prudents face à leurs dépenses. Aux Etats-Unis, BIC a continué de gagner des parts de marché sur le segment du non-rechargeable au 1<sup>er</sup> semestre 2010, au détriment des deux marques concurrentes.

Dans ces deux régions, notre rasoir hybride unique BIC<sup>®</sup> Easy / Hybrid Advance<sup>™</sup> a été très bien accepté ; par ailleurs la distribution a bien accueilli nos rasoirs non-rechargeables aux 4-lames individuellement mobiles (BIC<sup>®</sup> Soleil<sup>®</sup> Bella<sup>™</sup> pour les femmes et BIC<sup>®</sup> Comfort 4 / BIC<sup>®</sup> Flex4<sup>™</sup> pour les hommes).

**Progression à deux chiffres des ventes dans les marchés en croissance.** L'Amérique latine a tiré la croissance sur le 1<sup>er</sup> semestre, tous les produits BIC<sup>®</sup> contribuant à cette bonne performance (une, deux et trois-lames).

**La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs au S1 2010 s'élève à 15,6%** contre 8,0% au S1 2009. Cette solide performance s'explique notamment par la croissance des ventes, la meilleure absorption des coûts fixes liée à l'augmentation de la production et l'amélioration de la productivité.

## Produits Publicitaires et Promotionnels

---

**Le chiffre d'affaires des Produits Publicitaires et Promotionnels au S1 2010 a augmenté de 85,7% en publié et de +83,0% à taux de change constants, et a diminué de -3,9% à base comparable.**

Aux Etats-Unis, le marché des Produits Publicitaires et Promotionnels a commencé à légèrement s'améliorer par rapport au faible niveau de 2009 mais les tendances sont restées fragiles en Europe.

Dans ce contexte, les instruments d'écriture promotionnels de BIC APP ont mieux performé que le marché grâce à des gains de parts de marché.

La marge d'exploitation publiée de BIC APP au S1 2010 (1,0%) inclut :

- - 6,2 millions d'euros de dépenses liées au plan d'intégration de Norwood PP aux Etats-Unis ;
- +7,3 millions d'euros de plus-value nette liée à la cession de l'activité de produits funéraires.

**La marge d'exploitation normalisée de BIC APP au S1 2010 (0,3%)** est affectée par l'impact négatif de la saisonnalité de l'activité Calendriers (constitution de stocks). La marge d'exploitation normalisée du T2 2010 est de 3,8%.

Le plan d'intégration de BIC APP est en cours. Il devrait générer approximativement 11 millions d'euros d'économies annuelles à partir de 2011. Les dépenses relatives à cette intégration devraient représenter environ 11 millions d'euros en 2010.

## Rappel concernant Cello

---

Le 6 janvier 2010, le Groupe BIC a fait part de la proposition de l'équipe dirigeante de Cello Pens visant à mettre fin « selon des conditions à définir d'un commun accord<sup>1</sup> » aux accords définitifs signés le 21 janvier 2009, aux termes desquels BIC acquerrait 40% de l'activité d'instruments d'écriture de Cello Pens et disposait d'une option d'achat lui permettant d'augmenter sa participation à hauteur de 55% en 2013.

Le Groupe BIC a immédiatement confirmé son intention de faire appliquer les accords signés.

Aujourd'hui, le Groupe BIC annonce engager une procédure d'arbitrage afin d'obtenir l'application totale de ces accords, à savoir l'acquisition de 40% d'une entité restante<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Traduction de l'anglais « on terms and conditions to be mutually agreed between the parties »

<sup>2</sup> Le 5 mars 2009, l'acquisition de 40% de 6 entités sur 7 a été exécutée pour 3,8 milliards de roupies indiennes (76,5 millions de dollars U.S.). Depuis le 1<sup>er</sup> avril 2009, la part correspondante du résultat net de Cello Pens est consolidée par mise en équivalence dans les comptes du Groupe BIC.

## Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T2 2009	T2 2010	Variation	S1 2009	S1 2010	Variation
<b>Chiffre d'affaires total Groupe</b>	<b>404,7</b>	<b>487,3</b>		<b>713,1</b>	<b>865,6</b>	
<i>En publié</i>			+20,4%			+21,4%
<i>A taux de change constants</i>			+12,0%			+16,2%
<i>A base comparable</i>			+3,5%			+5,8%
<b>1 – Europe</b>	149,7	<b>152,1</b>		241,4	<b>263,0</b>	
<i>En publié</i>			+1,6%			+8,9%
<i>A taux de change constants</i>			+0,6%			+7,9%
<i>A base comparable</i>			+0,6%			+2,5%
<b>2 – Amérique du Nord</b>	157,6	<b>210,8</b>		279,5	<b>359,7</b>	
<i>En publié</i>			+33,8%			+28,7%
<i>A taux de change constants</i>			+23,4%			+25,5%
<i>A base comparable</i>			+1,4%			+3,6%
<b>3 – Marchés en croissance</b>	97,4	<b>124,4</b>		192,1	<b>242,9</b>	
<i>En publié</i>			+27,7%			+26,4%
<i>A taux de change constants</i>			+11,2%			+13,0%

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

<i>En %</i>	T2 2009	T2 2010	S1 2009	S1 2010
<b>Périmètre</b>	+4,1%	+8,5%	+2,4%	+10,4%
<b>Taux de change</b>	+2,4%	+8,4%	+1,7%	+5,2%
<i>Dont dollar U.S.</i>	+4,5%	+3,3%	+4,6%	+0,6%



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

En millions d'euros	Résultat d'exploitation				Résultat d'exploitation normalisé			
	T2 2009	T2 2010	S1 2009	S1 2010	T2 2009	T2 2010	H1 2009	H1 2010
<b>Groupe</b>	<b>64,4</b>	<b>95,0</b>	<b>100,8</b>	<b>142,8</b>	<b>72,6</b>	<b>88,7</b>	<b>109,1</b>	<b>142,4</b>
<b>Grand Public</b>	<b>54,1</b>	<b>84,8</b>	<b>87,0</b>	<b>141,2</b>	<b>66,6</b>	<b>85,3</b>	<b>99,5</b>	<b>142,0</b>
Papeterie	20,7	28,8	24,4	36,6	23,6	29,1	27,3	37,4
Briquets	28,2	45,4	57,3	86,3	35,3	45,4	64,4	86,1
Rasoirs	6,7	12,3	8,3	22,8	8,7	12,4	10,4	22,8
Autres	-1,4	-1,7	-3,0	-4,4	-1,1	-1,6	-2,7	-4,3
<b>APP</b>	<b>10,3</b>	<b>10,2</b>	<b>13,7</b>	<b>1,6</b>	<b>6,0</b>	<b>3,4</b>	<b>9,4</b>	<b>0,4</b>

## Compte de résultat résumé

En millions d'euros	T2 2009	T2 2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à base comp. <sup>1</sup>	S1 2009	S1 2010	Variation en publié	Variation à taux de change constants <sup>1</sup>	Variation à base comp. <sup>1</sup>
Coût des ventes	-216,2	-258,6	+19,6%			-376,7	-457,4	+21,4%		
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>188,5</b>	<b>228,7</b>	<b>+21,4%</b>			<b>336,4</b>	<b>408,2</b>	<b>+21,3%</b>		
Charges administratives et autres charges d'exploitation	-124,1	-133,7	+7,8%			-235,6	-265,4	+12,6%		
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>64,4</b>	<b>95,0</b>	<b>+47,4%</b>			<b>100,8</b>	<b>142,8</b>	<b>+41,7%</b>		
Résultat financier	-0,8	-1,7				2,9	1,2			
<b>RESULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>63,7</b>	<b>93,3</b>	<b>+46,5%</b>			<b>103,6</b>	<b>144,0</b>	<b>+39,0%</b>		
Impôts	-21,0	-30,3	+43,8%			-34,2	-46,6	+36,4%		
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	1,2	1,3				1,2	2,4			
<b>RESULTAT NET PART DU GROUPE</b>	<b>43,8</b>	<b>64,3</b>	<b>+46,8%</b>			<b>70,6</b>	<b>99,8</b>	<b>+41,3%</b>		
<b>BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) – en euros</b>	<b>0,91</b>	<b>1,33</b>				<b>1,47</b>	<b>2,06</b>			
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	48 131 917	48 388 557				48 131 917	48 388 557			

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

## Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2009</b>	<b>S1 2010</b>
<b>ACTIF</b>		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	259	343
Clients et autres créances	393	460
Stocks et en-cours	323	351
Autres actifs courants	22	27
Autres actifs financiers courants	47	35
<b>Actif courant</b>	<b>1 044</b>	<b>1 216</b>
Immobilisations corporelles nettes	350	381
Immeubles de placement	8	3
Autres actifs non courants	181	230
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	236	274
<b>Actif non courant</b>	<b>775</b>	<b>888</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>1 819</b>	<b>2 104</b>
<b>PASSIF</b>		
Emprunts et dettes financières courants	53	115
Fournisseurs et comptes rattachés	104	154
Autres dettes courantes	156	191
<b>Passif courant</b>	<b>313</b>	<b>460</b>
Emprunts et dettes financières non courants	95	4
Autres dettes non courantes	190	278
<b>Passif non courant</b>	<b>285</b>	<b>282</b>
<b>Capitaux propres</b>	<b>1 221</b>	<b>1 362</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>1 819</b>	<b>2 104</b>



## Tableau des flux de trésorerie

<i>En millions d'euros (nombres arrondis)</i>	<b>S1 2009</b>	<b>S1 2010</b>
Résultat net	71	100
Amortissements et provisions	35	39
Variation des impôts différés	4	5
(Plus-)Moins-values de cessions d'actifs	-	(9)
Autres	9	8
<b>MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT</b>	<b>119</b>	<b>143</b>
Variation du besoin en fond de roulement	(20)	(51)
Autres	(1)	(37)
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION</b>	<b>98</b>	<b>55</b>
Prises de participations / Acquisitions de filiales	(96)	17
Autres investissements industriels	(11)	(22)
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT</b>	<b>(107)</b>	<b>(5)</b>
Dividendes payés	(65)	(116)
Emprunts / (Remboursements)	118	(126)
Acquisition d'actions d'autocontrôle	(1)	12
(Achat) / Vente d'autres actifs financiers courants	(21)	6
Autres	(1)	(1)
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT</b>	<b>30</b>	<b>(225)</b>
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE</b>	<b>21</b>	<b>(175)</b>
<b>LIQUIDITES D'OUVERTURE</b>	<b>222</b>	<b>479</b>
Différence de change	9	35
<b>LIQUIDITES DE CLOTURE</b>	<b>252</b>	<b>339</b>



## Glossaire

- **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 moyen mensuels de l'année précédente
- **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.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors coûts de restructuration, écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products, plus-value liée à la cession de l'activité funéraire de BIC APP et plus-values immobilières.

\* \*  
\*

Les comptes semestriels de SOCIETE BIC au 30 juin 2010 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 3 août dernier. Les commissaires aux comptes du groupe ont effectué leurs diligences de revue limitée sur ces comptes et les rapports de revue limitée de ces comptes sont en cours d'émission.

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 1<sup>er</sup> avril 2010.

Le Rapport Financier Semestriel 2010 sera archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) et disponible en ligne sur le site Internet de BIC ([www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)), rubrique finance, dès aujourd'hui, 4 août 2010, après bourse.

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

## Calendrier 2010

Résultats du 3 <sup>ème</sup> trimestre 2010	20 octobre 2010	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 2009 un chiffre d'affaires de 1 562,7 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID100 ; BIC fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone, Ethibel Excellence Europe et Carbon Disclosure French Leadership index 2009 (CDLI).



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 Sophie Palliez-Capian - <a href="mailto:sophie.palliez@bicworld.com">sophie.palliez@bicworld.com</a> Carole Richon - <a href="mailto:carole.richon@bicworld.com">carole.richon@bicworld.com</a>	<b>Contacts Presse</b> : +33 1 53 70 74 48 Claire Doligez - <a href="mailto:cdoligez@image7.fr">cdoligez@image7.fr</a> Priscille Reneaume- <a href="mailto:preneaume@image7.fr">preneaume@image7.fr</a>
---	---

