

9 septembre 2004



Groupe BIC **Résultats du** **1^{er} semestre 2004**

« Se fonder sur nos valeurs, ...Inventer notre futur »

Département Relations Investisseurs

+33 (0)1 45 19 52 26

carole.imbert@bicworld.com

lucile.jestin@bicworld.com

www.bicworld.com



Faits marquants du 1^{er} semestre 2004

- Chiffre d'affaires : **+ 5,8 %** à données comparables*, grâce à la bonne performance des trois catégories
 - **Papeterie** : produits grand public en hausse dans toutes les régions, et activité «marquage publicitaire» toujours en progression
 - **Briquets** : le continent américain continue à tirer la croissance. Bonne performance des briquets multi-usages.
 - **Rasoirs** : le succès du segment des 3-lames (**BIC Comfort 3™** + **BIC® Soleil™**) a compensé largement la baisse des 1-lame et 2-lames en valeur
- Marge opérationnelle en hausse de 0,7 point par rapport au 1^{er} semestre 2003, à 15,3%
 - Marge **Papeterie** ↗ à 14,4%
 - Marge **Briquets** ↗ à 26,9%
 - Marge **Rasoirs** ↘ à 7,6%

* A données comparables signifie à taux de change et périmètre constants



Faits marquants du 1^{er} semestre 2004

- La fluctuation des devises a continué à avoir un impact négatif sur nos ventes et nos résultats (6 à 7 points), mais dans une moindre mesure
- Rachat et annulation d'actions :
au 1^{er} semestre 2004, BIC a racheté 971 456 actions (1 770 683 actions à ce jour) et a annulé 389 456 actions.
- Acquisition de Kosaido et de Stypen



Chiffres clés

Groupe BIC en millions d'euros	1^{er} sem. 2003	1^{er} sem. 2004	Variation	Variation à données comparables*
Chiffre d'affaires	676	683	+ 1,0 %	+ 5,8 %
Marge brute	366	366	- 0,2 %	+ 4,3 %
Résultat d'exploitation	99	105	+ 6,0 %	+14,6 %
Résultat avant impôts	97	90	- 7,2 %	+ 1,3 %
Impôts sur les bénéfices	37	34	- 7,8 %	+ 0,6 %
Résultat net part du Groupe	60	56	- 6,7 %	+ 1,9 %
Taux d'imposition	38 %	38 %		
BPA	1,09	1,04	- 4,7%	+ 4,0 %
Survaleur / action	0,10	0,09	- 10,4%	
Nombre d'actions**	54 882 455	53 735 904		

* A données comparables signifie à taux de change et périmètre constants. Les chiffres à taux de change constants sont calculés par conversion des chiffres de l'année en cours au taux moyen mensuel de l'année précédente

** Nombre moyen d'actions, net des actions propres non affectées sur la période



Effet des taux de change et de la variation de périmètre sur les ventes

Groupe BIC	Publié		A données comparables
Europe de l'Ouest	+ 1,2 %		- 1,3 %
Amérique du Nord et Océanie	- 0,3 %		+ 8,4 %
Amérique Latine	+ 1,3 %		+ 12,0%
EEMOA* et Asie	+ 9,2 %		+ 10,8 %
Total Groupe	+ 1,0 %		+ 5,8 %

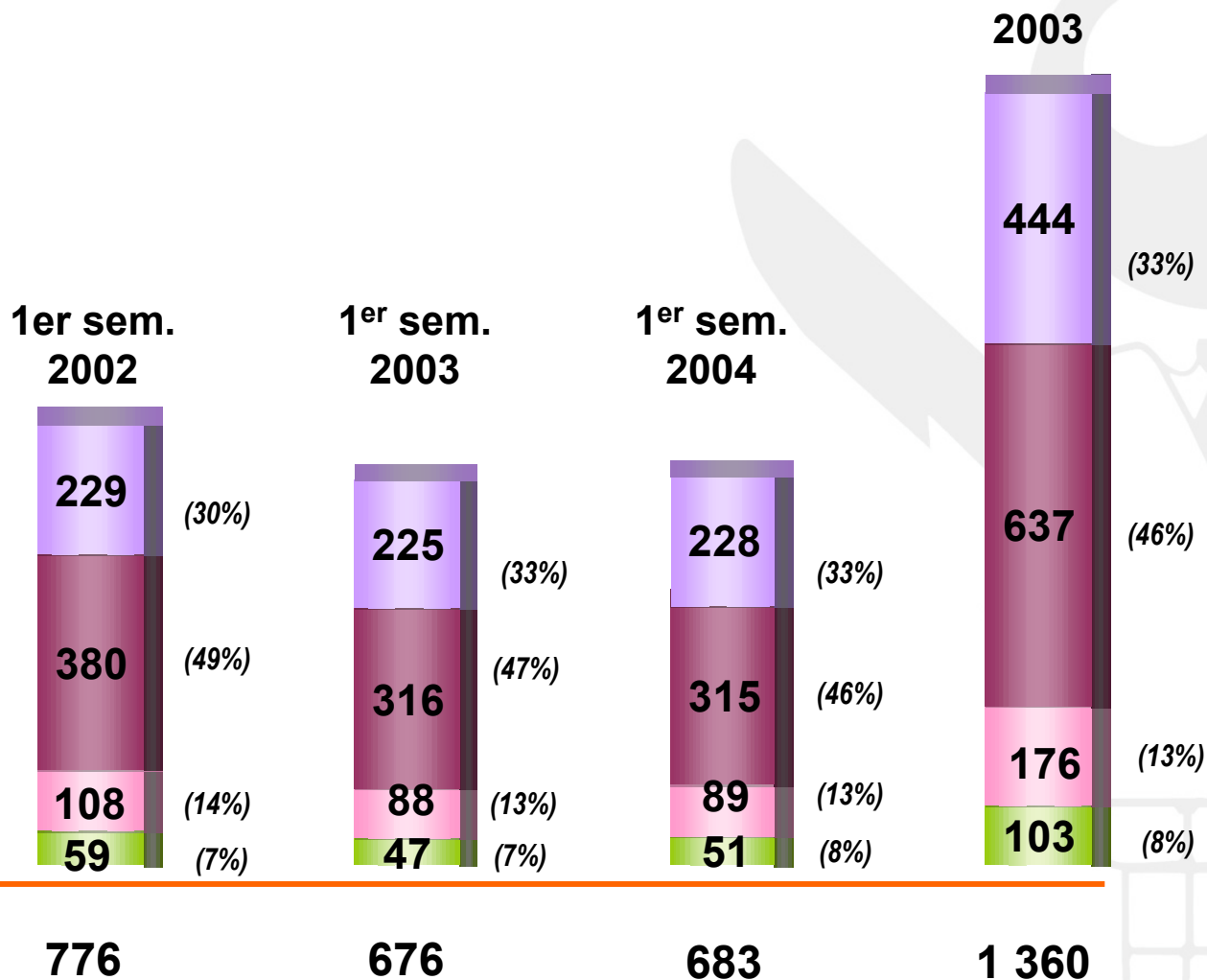
* Europe de l'Est, Moyen-Orient et Afrique



Chiffre d'affaires par zone géographique

En millions d'euros

- Europe de l'Ouest
- Amérique du Nord et Océanie*
- Amérique Latine
- Europe de l'Est, Moyen-Orient, Afrique et Asie



* Mexique, Amérique Centrale et Amérique du Sud



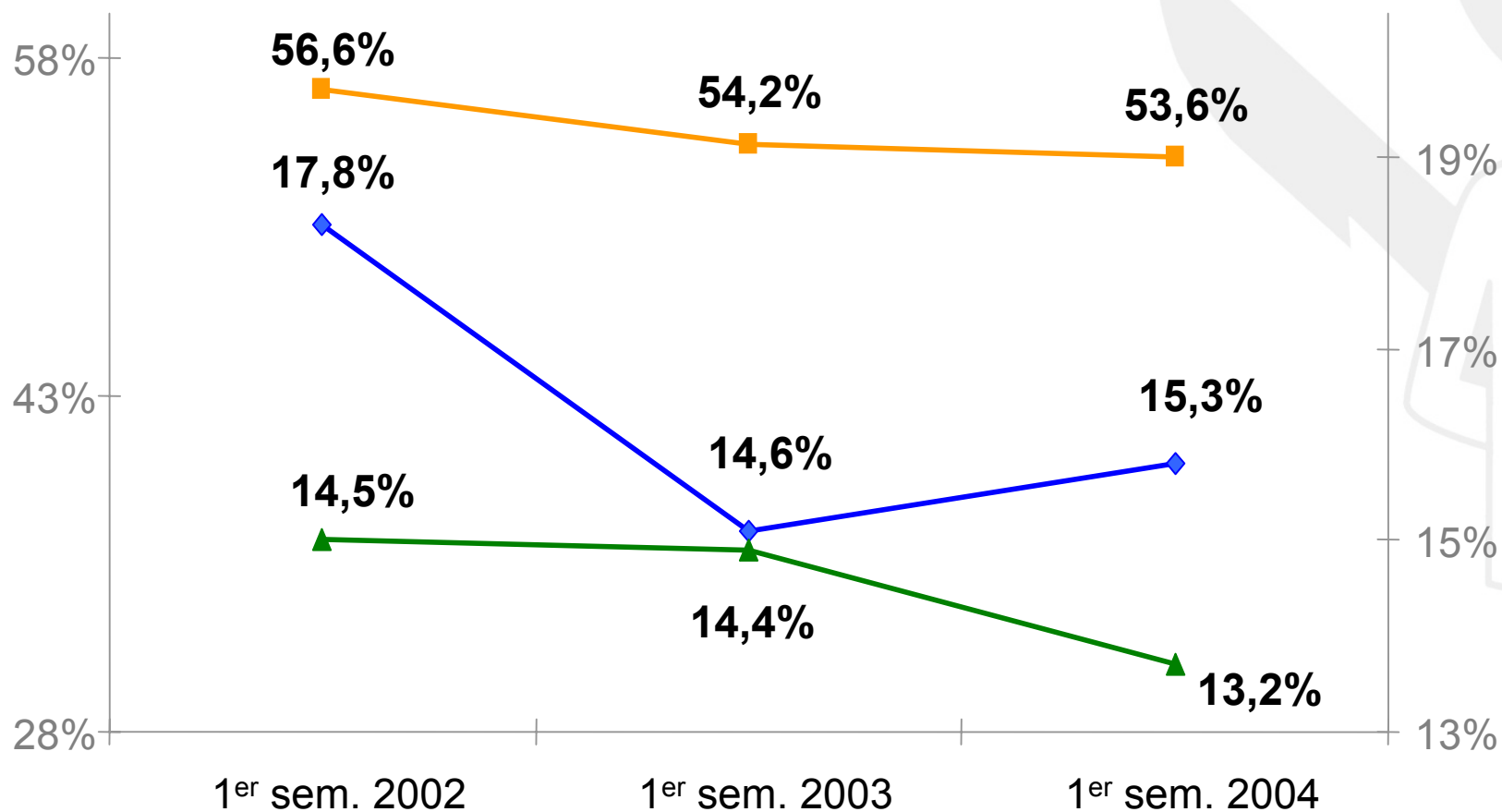
Évolution des marges

En % des ventes

■ Marge brute

◆ Marge d'exploitation

▲ Marge avant impôts





Marge brute d'exploitation

Marge brute 1^{er} semestre 2003 **54,2 %**

Variations vs. 2003

Impact devises sur les coûts des produits - 0,4 point

Effet volume - 0,1 point

Autres - 0,1 point

Variation totale **- 0,6 point**

Marge brute 1^{er} semestre 2004 **53,6 %**



Marge opérationnelle 1^{er} semestre 2003 14,6 %

Variations vs. 2003

Baisse de la marge brute	- 0,6 point
Coûts de transport et de distribution	+ 0,2 point
Soutien de la marque	- 0,1 point
Autres charges d'exploitation	+ 1,2 point
Variation totale	+ 0,7 point

Marge opérationnelle 1^{er} semestre 2004 15,3 %



Du résultat d'exploitation au résultat avant impôts

Groupe BIC <i>En millions d'euros</i>	1^{er} sem. 2003	1^{er} sem. 2004	Variation
Résultat d'exploitation	99	105	+ 6 %
Résultat financier	(1)	(3)	
Autres produits / (charges)	4	(7)	
Amortissement de la survalueur	(5)	(5)	
Résultat avant impôts	97	90	- 7,2 %



En millions d'euros

● 1^{er} sem. 2003

Gains de change 5
Remises accordées
et frais financiers (6)

Impact au 1^{er} sem. 2003 (1)

● 1^{er} sem. 2004

Gains de change 3
Remises accordées
et frais financiers (6)

Impact au 1^{er} sem. 2004 (3)

**Variation 04/03
(2) M€**



Autres produits / (charges)

En millions d'euros

● 1^{er} sem. 2003

Plus-values immobilières	13
Rationalisation Papeterie	(5)
Autres éléments non récurrents	(4)

Impact au 1^{er} sem. 2003 **4**

● 1^{er} sem. 2004

Restructuration aux États-Unis	(7)

Impact au 1^{er} sem. 2004 **(7)**

**Variation 04/03
(11) M€**



- 2003 Taux d'imposition effectif **38 %**
- 1^{er} sem. 2004 Taux d'imposition effectif **38 %**
- 2004 Taux attendu **38 - 39 %**



Bilan résumé

<i>En millions d'euros</i>	30 juin 2003	31 déc. 2003	30 juin 2004	Variation vs déc	Variation vs juin
Actif immobilisé	792	724	715	(9)	(77)
Actif circulant	647	553	667	114	20
Disponibilités	74	181	106	(75)	32
Total de l'actif	1 513	1 458	1 488	30	(25)
Capitaux propres	1 116	1 110	1 106	(4)	(10)
Intérêts minoritaires	2	2	2	-	-
Passif à long-terme	110	90	95	5	(15)
Passif à court-terme	285	256	285	29	-
Total du passif	1 513	1 458	1 488	30	(25)



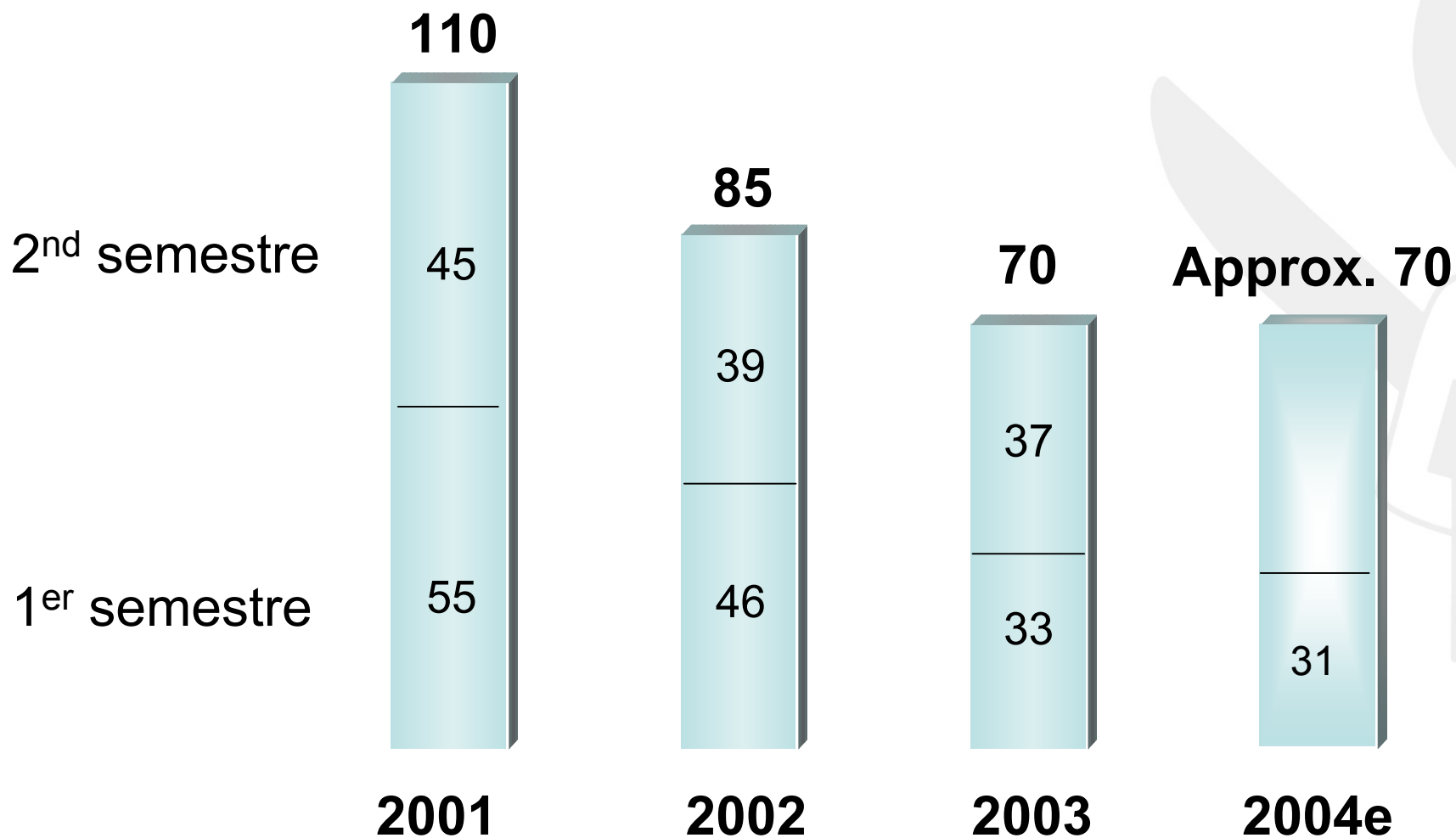
Besoin en Fonds de Roulement

- Légère augmentation du Besoin en Fonds de Roulement de **5%**, à **408 M€**
- Les stocks sont restés **inchangés** à taux de change constants, alors que les ventes ont augmenté



Investissements

En millions d'euros





Restructuration aux États-Unis

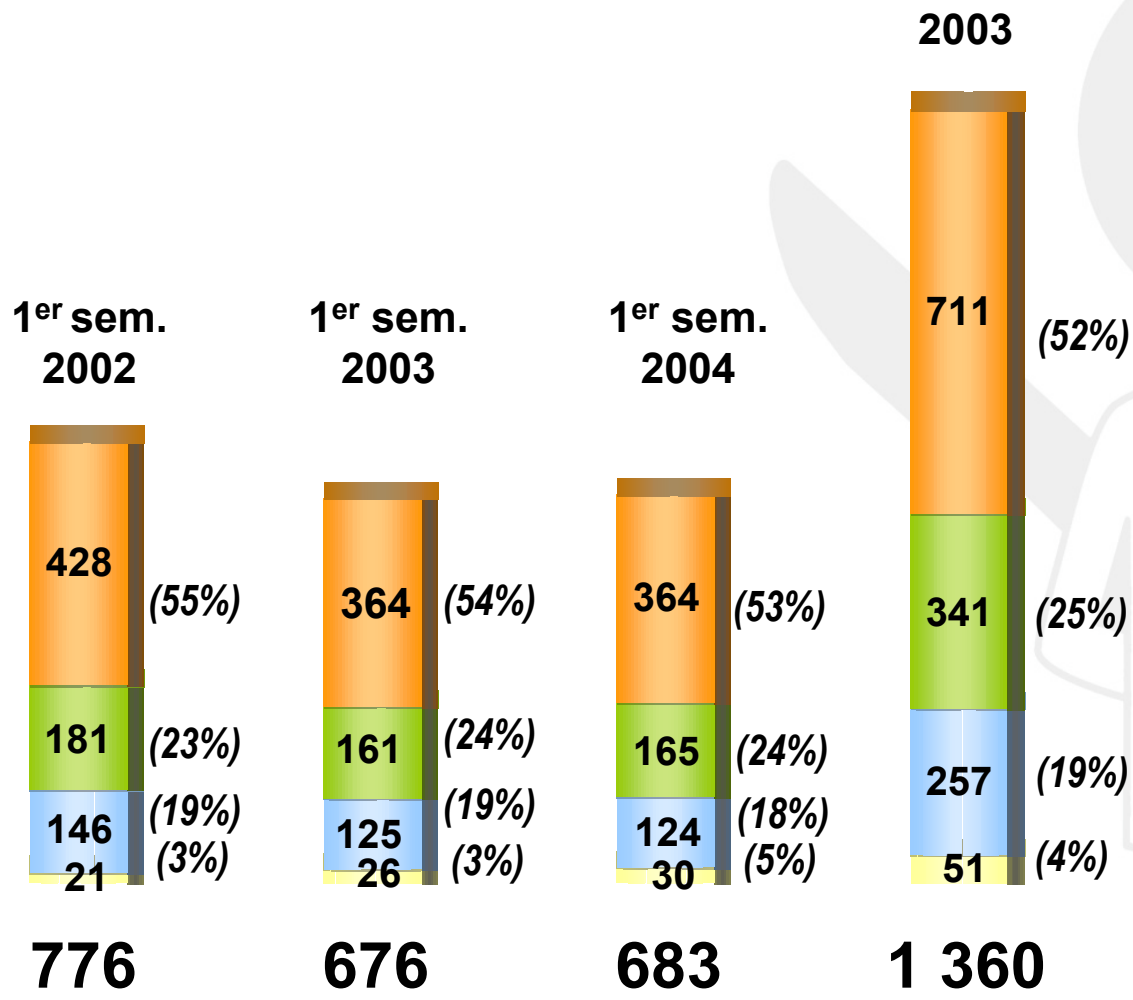
- Impact estimé : 90 M\$
- 25 M\$, relatifs aux provisions pour retraites, comptabilisés en ajustement des fonds propres
- Impact sur le compte de résultat : 65 M\$, dont 35 M\$ non-cash
- 1^{er} semestre 2004 : 8 M\$
 - Exercice 2004 : 45 à 55 M\$
 - Exercice 2005 : 5 à 10 M\$
 - Exercice 2006 : 5 à 10 M\$
- Économies attendues : 25 M\$ en année pleine (à partir de 2007). Premières économies attendues dès le 2nd semestre 2005
- Payback : environ 3,5 ans et un peu moins de 2 ans sur une base cash



Chiffre d'affaires par activité

En millions d'euros

- Papeterie
- Briquets
- Rasoirs
- Autres produits

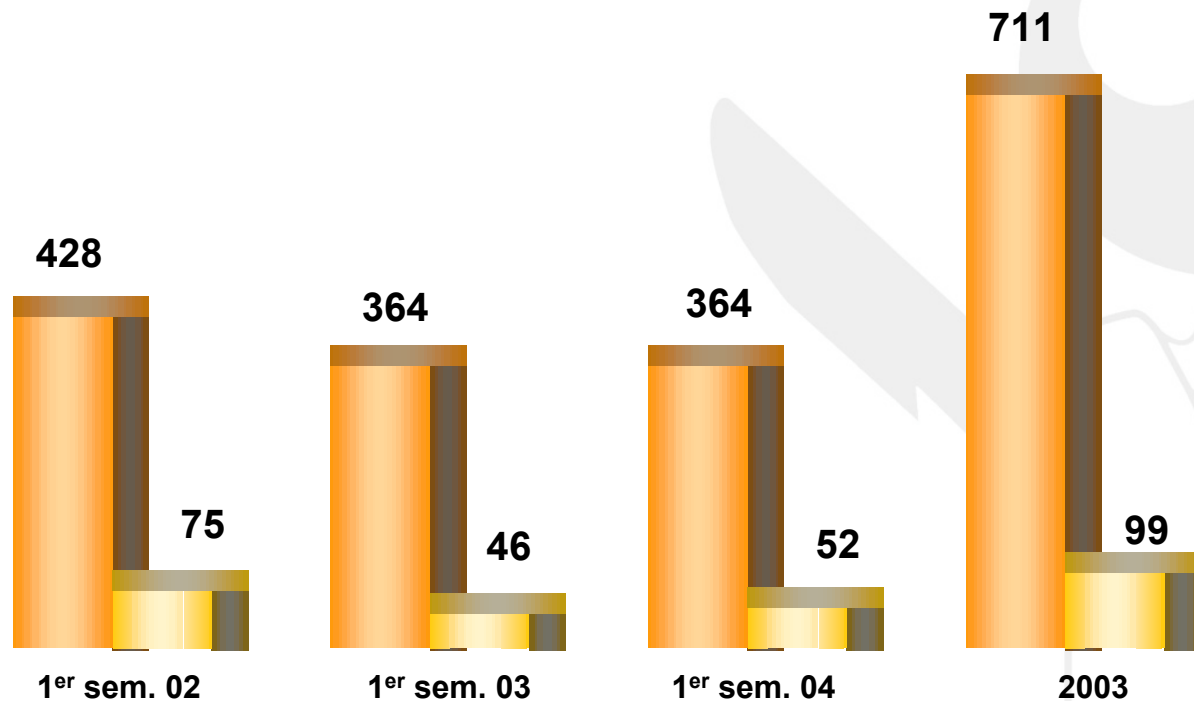


Total Groupe



En millions d'euros

- Chiffre d'affaires
- Résultat d'exploitation



Variation du CA	+ 4,8%	- 14,8%	- 0,1%	- 10,2%
Variation à données comparables	+ 7,5%	- 0,2%	+ 4,9%	+ 1,4%
Marge opérationnelle	17,6%	12,7%	14,4%	13,9%



Nouveaux produits



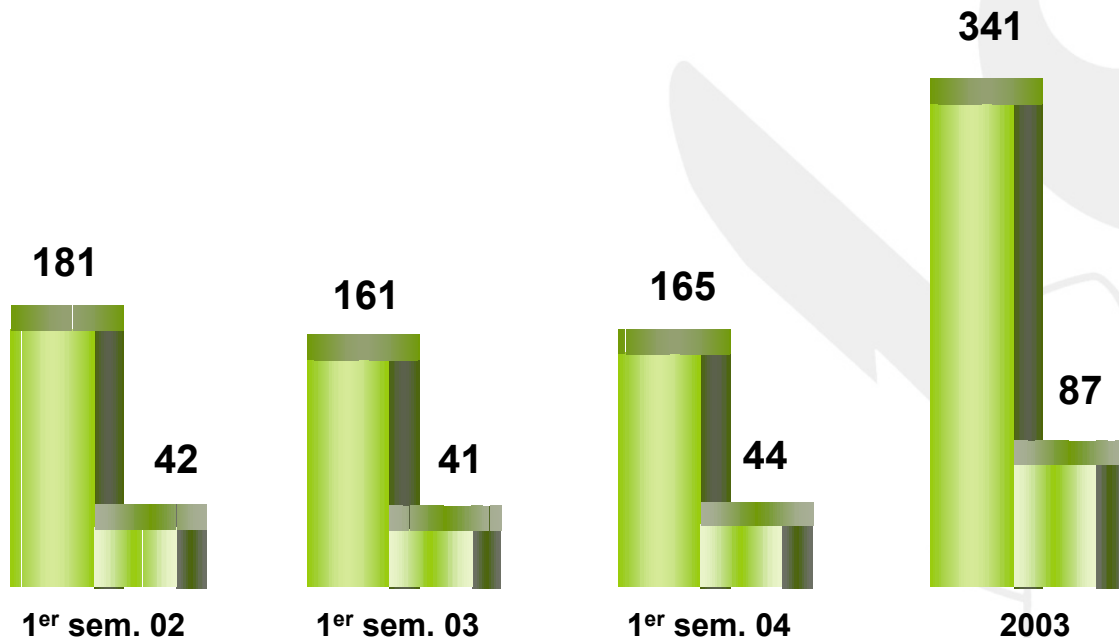
BIC Graphic





En millions d'euros

- Chiffre d'affaires
- Résultat d'exploitation



Variation du CA

+ 2,1%

- 11,2%

+ 2,6%

- 7,6%

Variation à données comparables

+ 3,7%

+ 4,7%

+ 8,6%

+ 4,5%

Marge opérationnelle

23,5%

25,2%

26,9%

25,6%



Points clés briquets

5 Points of Difference

- Market Leadership
- Quality & Value
- Consumer Preference
- Customer Support
- Education

All lighters are not created equal.

Lighter

Flick Your BIC®

www.bicworld.com

©2004 BIC USA Inc., Milford, CT 06455

Express your lighter side

With dozens to choose from, it's easy to pick the BIC® that expresses the real you.

flick your

KEEP AWAY FROM CHILDREN
NO LIGHTER IS CHILD-PROOF. THERE IS NO SUBSTITUTE FOR PROPER ADULT SUPERVISION.
READ ALL WARNINGS BEFORE USING LIGHTER.

© 2004 BIC USA Inc., Milford, CT 06455 All Rights Reserved
www.bicworld.com



Nouveau produit

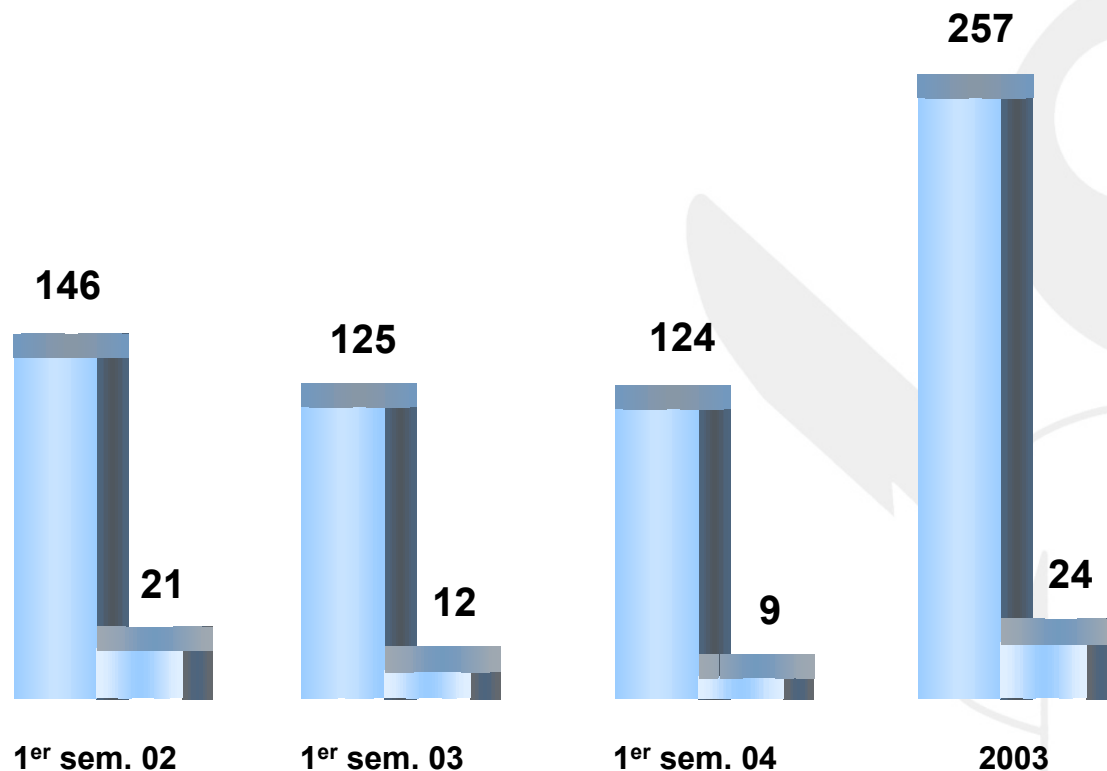


BIC® C2 Metal™



En millions d'euros

- Chiffre d'affaires
- Résultat d'exploitation



Variation du CA

+ 1,0%

- 14,0%

- 1,4%

- 10,7%

Variation à données comparables

+ 6,1%

+ 0,5%

+ 3,4%

+ 0,3%

Marge opérationnelle

14,4%

9,7%

7,6%

9,3%



- Lancement prometteur de **BIC® Soleil™**
- Les parts de marché de **BIC Comfort 3™** continuent à croître en Amérique du Nord et en Europe
- Les segments des 1 et 2-lames continuent à baisser en valeur, mais plus lentement
- Légère amélioration de la marge au 2nd semestre



Nouveau produit



- Un lancement majeur par an
2003 : **BIC Comfort 3™**
2004 : **BIC® Soleil™**
2005 : **BIC Comfort 3™ Advance™**

- **BIC Comfort 3™ Advance™** =
la réponse aux attentes
des consommateurs

Un rasoir 1-pièce au prix BIC avec

- une tête pivotante
- un manche plus lourd
pour un meilleur contrôle

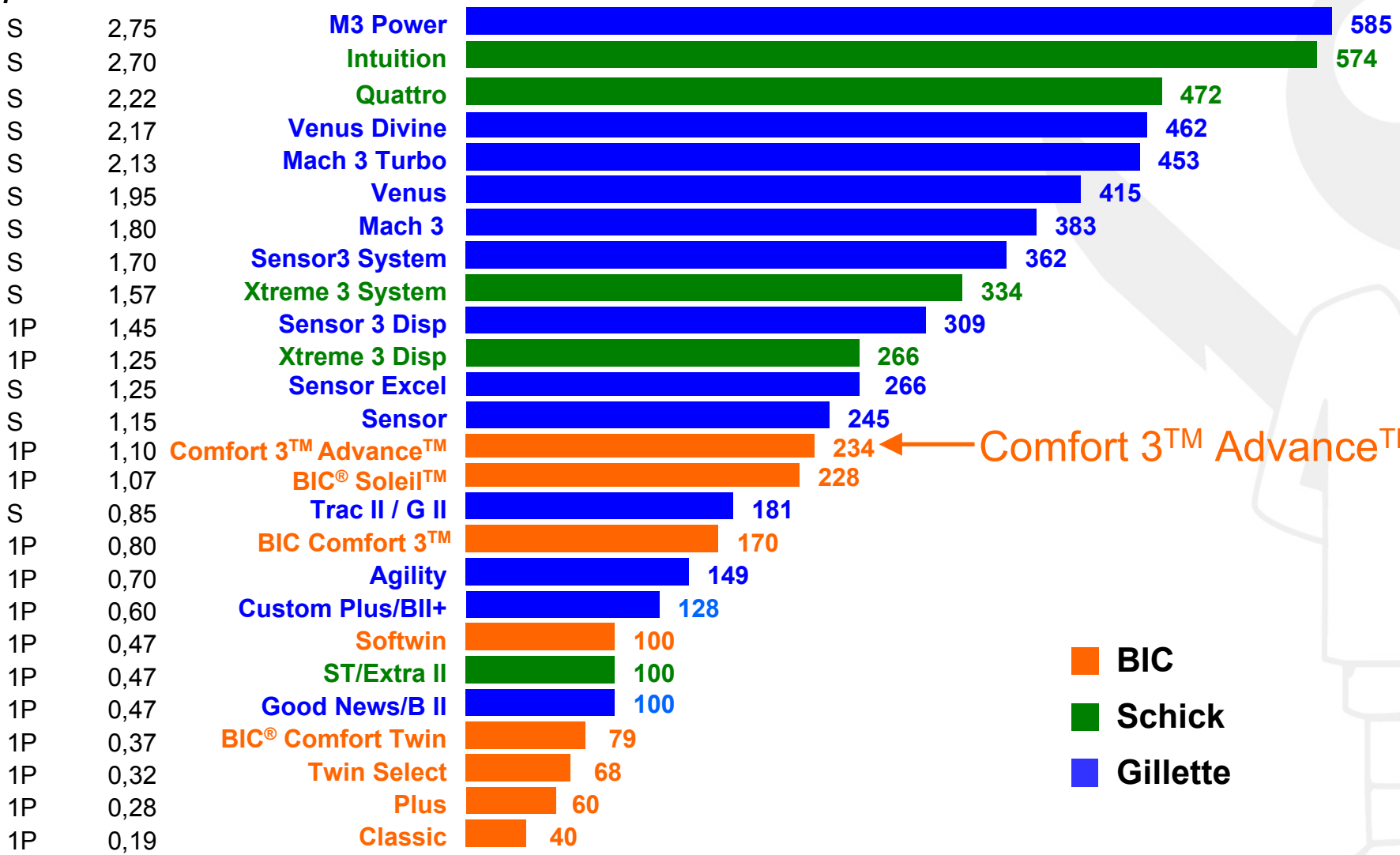
Rasage
amélioré



Positionnement prix

**Système Prix moyen
ou 1-pièce en euros**

Indice des prix



Source: BIC category information



- Ventes 2004 : le Groupe confirme l'objectif de croissance d'environ **+5%** à données comparables
 - **Papeterie** : les produits classiques et les nouveaux produits devraient bien se vendre
 - **Briquets** : les importations asiatiques en Europe restent notre préoccupation, mais nous devrions continuer à croître sur le continent américain et sur le segment des briquets multi-usages
 - **Rasoirs** : croissance continue pour **BIC Comfort 3™** et pour **BIC® Soleil™**



- **Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2004** **14 octobre 2004**
- **Chiffre d'affaires 2004** **20 janvier 2005**
- **Résultats 2004** **3 mars 2005**