



## Communiqué de presse Groupe BIC

### Croissance des ventes 2005 de 6,5 % à données comparables Objectif de croissance du résultat d'exploitation normalisé confirmé

**CHIFFRE D'AFFAIRES 2005 À DONNÉES COMPARABLES <sup>(1)</sup> EN NORMES IFRS <sup>(2)</sup> : + 6,5 %**

GROUPE BIC En millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre			Variation
	2004 (normes françaises)	2004 (IFRS)	2005 (IFRS)	2005/2004 (IFRS)
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES En publié</b>	340,9	313,2	359,7	+14,8 %
<b>A données comparables</b>				+6,4 % <sup>(3)</sup>

GROUPE BIC En millions d'euros	Exercice			Variation
	2004 (normes françaises)	2004 (IFRS)	2005 (IFRS)	2005/2004 (IFRS)
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES En publié</b>	1 386,4	1 264,9	1 380,8	+9,2 %
<b>A données comparables</b>				+6,5 %

**19 janvier 2006** – Les ventes du Groupe BIC au 4<sup>ème</sup> trimestre 2005 s'élèvent à 359,7 millions d'euros **selon les normes IFRS**, contre 313,2 millions d'euros au 4<sup>ème</sup> trimestre 2004, en progression de 14,8 % en publié et de 6,4 % à données comparables.

Sur l'ensemble de l'exercice 2005, les ventes s'établissent à 1 380,8 millions d'euros **selon les normes IFRS**, contre 1 264,9 millions d'euros en 2004, en croissance de 9,2 % en publié et 6,5 % à données comparables.

**Commentant les ventes de l'exercice 2005, Bruno Bich, Président-Directeur Général a déclaré : « Nous avons réalisé une croissance des ventes de 6,5 % à données comparables, en ligne avec notre objectif. Nous avons gagné des parts de marché dans nos trois activités principales. Nous confirmons que la croissance de notre résultat d'exploitation normalisé <sup>(4)</sup> sera supérieure à celle des ventes. »**

#### **Changement de périmètre et variations monétaires :**

Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2005, il n'y a pas de variation de périmètre. Les variations monétaires, notamment celles du Dollar américain et du Real brésilien, ont un impact positif de 8,4 points, reflétant l'appréciation de ces devises.

Pour l'exercice 2005, l'impact de la variation de périmètre est positif à hauteur de 0,5 point de croissance et celui des variations monétaires est positif de 2,2 points de croissance.

(1) Sur l'exercice 2005, les chiffres à données comparables ne prennent pas en compte les ventes additionnelles générées par les récentes acquisitions de BIC Kosaido KK au Japon (consolidé depuis le 1<sup>er</sup> avril 2004) et de Styphen (consolidé depuis le 1<sup>er</sup> juin 2004). Les chiffres à données comparables sont à périmètre et à taux de change constants. Les taux de change constants sont calculés sur la base du taux de change moyen mensuel de l'année précédente.

(2) Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2005, BIC a adopté les normes IFRS (International Financial Reporting Standards), obligatoires pour les sociétés cotées de l'Union Européenne. Auparavant, BIC publiait ses résultats selon les normes françaises.

(3) Au 4<sup>ème</sup> trimestre 2005, à données comparables signifie à devises constantes.

(4) Résultat d'exploitation normalisé : hors restructuration aux États-Unis et plus-values immobilières.

**Les commentaires par activité sont à données comparables**

**Activité Papeterie** : les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre sont en hausse de 1,5 %, mais dans une moindre mesure qu'aux 9 premiers mois 2005. Les ventes progressent dans toutes les zones géographiques, excepté en Europe. L'activité devient de plus en plus sensible aux prix. Ceci est dû à la montée en puissance des marques de distributeurs et à la pression sur les prix exercée par les autres marques. L'Amérique latine, principalement le Brésil, a connu une bonne période de rentrée des classes au 4<sup>ème</sup> trimestre. Sur l'ensemble de l'exercice, toutes les zones géographiques, à l'exception de l'Europe, progressent, avec une performance particulièrement forte en Amérique latine. BIC continue à gagner des parts de marché, avec une croissance des ventes de 3,9 %, dans un marché que nous estimons stable ou en léger recul.

La croissance des ventes a été dynamisée par : les stylos à bille classiques et à valeur ajoutée, ainsi que les marqueurs permanents, les rubans de correction BIC® Wite-Out® et Tipp-Ex® et les blocs-notes repositionnables BIC® Sticky Notes™.

<b>Papeterie</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 04 (IFRS)</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05 (IFRS)</b>	<b>2004 (IFRS)</b>	<b>2005 (IFRS)</b>
<b>En millions d'euros</b>	158,3	173,7	674,5	718,3
Variation en publié		+9,7 %		+6,5 %
Variation à données comparables		+1,5 %		+3,9 %
Variation en volume				+5 %

**Activité Briquets** : les ventes du 4<sup>ème</sup> trimestre restent très soutenues au niveau mondial.

Sur l'ensemble de l'exercice, la performance a été tirée par le continent américain où les ventes affichent des taux de croissance à deux chiffres.

<b>Briquets</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 04 (IFRS)</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05 (IFRS)</b>	<b>2004 (IFRS)</b>	<b>2005 (IFRS)</b>
<b>En millions d'euros</b>	86,7	107,5	322,1	372,7
Variation en publié		+24,0 %		+15,7 %
Variation à données comparables		+14,2 %		+12,5 %
Variation en volume				+12 %

**Activité Rasoirs** : le 4<sup>ème</sup> trimestre affiche une croissance des ventes de 9,3 %, en ligne avec les 9 premiers mois. La performance de notre activité rasoirs a été à nouveau tirée par la forte croissance de notre gamme de rasoirs 3-lames, alors que la part des 3-lames continue de croître sur le marché des rasoirs. BIC® Soleil™ a été soutenu par les lancements au 1<sup>er</sup> semestre de BIC® Soleil™ Scents™ / Twilight™ en Europe et aux États-Unis. BIC 3™ en Europe et BIC Comfort 3™ Advance™ aux États-Unis, conjugués aux ventes de BIC Comfort 3™, ont également contribué favorablement à cette croissance.

Notre gamme de rasoirs 3-lames représente 28 % de nos ventes de rasoirs à travers le monde sur l'exercice 2005 contre 20 % en 2004. Nos ventes de 2-lames connaissent une légère baisse en 2005, mais dans une moindre mesure qu'en 2004, et nos ventes de 1-lame continuent à décroître, en ligne avec l'évolution de ces deux segments de marché.

<b>Rasoirs</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 04 (IFRS)</b>	<b>4<sup>ème</sup> trim. 05 (IFRS)</b>	<b>2004 (IFRS)</b>	<b>2005 (IFRS)</b>
<b>En millions d'euros</b>	54,4	64,2	213,7	238,7
Variation en publié		+18,1 %		+11,7 %
Variation à données comparables		+ 9,3 %		+ 9,2 %
Variation en volume				+1 %

**Autres produits** : la tendance pour les autres produits est positive au 4<sup>ème</sup> trimestre après avoir été en baisse sur les 9 premiers mois de l'année 2005.

Les ventes de cette division sont en recul sur l'exercice en raison de la faible performance du 1<sup>er</sup> semestre (-12,3 % à données comparables).



Autres produits	4 <sup>ème</sup> trim. 04 (IFRS)	4 <sup>ème</sup> trim. 05 (IFRS)	2004 (IFRS)	2005 (IFRS)
En millions d'euros	13,8	14,3	54,6	51,1
Variation en publié		+3,7 %		-6,3 %
Variation à données comparables		+1,8 %		-6,9 %
Variation en volume				-5 %

**Variation du chiffre d'affaires du Groupe BIC au 4<sup>ème</sup> trimestre par zone géographique :**

En millions d'euros	4 <sup>ème</sup> trimestre 04 (IFRS)	4 <sup>ème</sup> trimestre 05 (IFRS)	Variation 05/04 en publié	Variation 05/04 à données comparables
Europe <sup>(1)</sup>	104,3	104,6	+ 0,2 %	- 0,3 %
Amérique du Nord et Océanie <sup>(2)</sup>	137,0	162,1	+18,3 %	+ 9,0 %
Amérique latine <sup>(3)</sup>	48,0	64,9	+35,1 %	+ 8,7 %
MOAA <sup>(4)</sup>	23,9	28,1	+18,0 %	+16,5 %
Groupe BIC	313,2	359,7	+14,8 %	+ 6,4 %

(1) Europe de l'Ouest et Europe de l'Est

(2) États-Unis, Canada, Australie et Nouvelle Zélande

(3) Mexique, Amérique Centrale et Amérique du Sud

(4) Moyen-Orient, Afrique et Asie

**Variation du chiffre d'affaires du Groupe BIC pour l'exercice 2005 par zone géographique :**

En millions d'euros	2004 (IFRS)	2005 (IFRS)	Variation 05/04 en publié	Variation 05/04 à données comparables
Europe <sup>(1)</sup>	427,4	425,3	- 0,5 %	- 1,9 %
Amérique du Nord et Océanie <sup>(2)</sup>	580,7	644,2	+10,9 %	+10,2 %
Amérique latine <sup>(3)</sup>	173,4	219,8	+26,7 %	+14,3 %
MOAA <sup>(4)</sup>	83,4	91,5	+ 9,7 %	+ 8,3 %
Groupe BIC	1 264,9	1 380,8	+ 9,2 %	+ 6,5 %

**Calendrier**

Les résultats de l'exercice 2005 seront publiés le 1<sup>er</sup> mars 2006.

Les ventes du 1<sup>er</sup> trimestre 2006 seront publiées le 13 avril 2006.

L'Assemblée Générale des actionnaires se tiendra le 24 mai 2006.

**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 les plus reconnues à travers le monde. BIC commercialise ses produits dans plus de 160 pays et a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 1,381 milliards d'euros selon les normes IFRS. Coté à l'Eurolist d'Euronext Paris, BIC fait partie des indices SBF120, CAC MID100, FTSE4 Good Europe et ASPI Eurozone.

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

**Contacts société** : +33 1 45 19 52 26

Carole Imbert, e-mail : [carole.imbert@bicworld.com](mailto:carole.imbert@bicworld.com)

Sandra Cadiou, e-mail : [sandra.cadiou@bicworld.com](mailto:sandra.cadiou@bicworld.com)

**Contacts presse** : +33 1 53 70 74 66

Florence Riu, e-mail : [frriu@image7.fr](mailto:frriu@image7.fr)

Flore Larger, e-mail : [flarger@image7.fr](mailto:flarger@image7.fr)