



## Communiqué de presse Groupe BIC

### Maintien de notre objectif d'une croissance des ventes 2006 d'environ 4 % à données comparables

**CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2006  
À TAUX DE CHANGE CONSTANTS :** **+ 3,1 %**

GROUPE BIC En millions d'euros	2 <sup>ème</sup> trimestre		Variation
	2005	2006	2006/2005
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES En publié</b>	372,0	378,5	+ 1,8 %
<b>A taux de change constants</b>			+ 1,5 %

GROUPE BIC En millions d'euros	1 <sup>er</sup> semestre		Variation
	2005	2006	2006/2005
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES En publié</b>	672,6	719,5	+ 7,0 %
<b>A taux de change constants</b>			+ 3,1 %

**20 juillet 2006** – Les ventes du 2<sup>ème</sup> trimestre 2006 du Groupe BIC s'élèvent à 378,5 millions d'euros, contre 372,0 millions d'euros au 2<sup>ème</sup> trimestre 2005, en hausse de 1,8 % en publié et de 1,5 % à taux de change constants.

Les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2006 totalisent 719,5 millions d'euros, contre 672,6 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre 2005, en hausse de 7,0 % en publié et de 3,1 % à taux de change constants.

**Commentant les ventes du 1<sup>er</sup> semestre 2006, Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « Nous avons connu un ralentissement des ventes de l'activité papeterie au 2<sup>ème</sup> trimestre en raison d'une sensibilité aux prix toujours vive. Nous maintenons toutefois notre objectif de croissance annuelle des ventes d'environ 4 % à données comparables. »**

#### **Impact des devises :**

Il n'y a pas de variation du périmètre au 2<sup>ème</sup> trimestre. Les variations des devises, notamment du dollar américain et du real brésilien, ont eu un impact légèrement positif de 0,3 point.

Au 1<sup>er</sup> semestre, les variations des devises ont eu un impact positif de 3,9 points.

**Remarque : les commentaires par activité sont à taux de change constants**

**Activité papeterie :** Les ventes du 1<sup>er</sup> semestre sont en hausse de 1,4 %. La tendance des ventes est restée forte en Amérique latine. Les performances du 2<sup>ème</sup> trimestre ont été affectées par la sensibilité aux prix. Les pressions exercées sur les prix, à la fois par les marques de distributeurs et les autres marques, se sont traduites par une baisse de nos ventes de 1,2 %.

La croissance des ventes est restée dynamisée par les stylos à bille classiques et à valeur ajoutée, les porte-mines et les marqueurs permanents.

<b>Ventes papeterie</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 05</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 06</b>
<b>En millions d'euros</b>	212,4	209,2	366,6	383,1
Variation en publié		- 1,5 %		+ 4,5 %
Variation à taux de change constants		- 1,2 %		+ 1,4 %

**Activité briquets :** Les ventes du 1<sup>er</sup> semestre sont en hausse de 3,9 %, tirées par les Amériques du Nord et latine qui enregistrent une croissance à un chiffre. En Amérique du Nord, les ventes connaissent un ralentissement, dû en partie à la concurrence des produits asiatiques sur le segment du briquet multi-usages. En Europe, nos ventes de briquets baissent en volume et en valeur en raison de la pression des briquets asiatiques sans marque et à bas prix, dont la plupart ne respecte pas la norme de sécurité ISO 9994.

<b>Ventes briquets</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 05</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 06</b>
<b>En millions d'euros</b>	87,2	90,3	171,7	188,2
Variation en publié		+ 3,6 %		+ 9,6 %
Variation à taux de change constants		+ 2,5 %		+ 3,9 %

**Activité rasoirs :** Les ventes du 1<sup>er</sup> semestre sont en croissance de 6,6 %, reflétant une accélération de notre croissance au 2<sup>ème</sup> trimestre. Les ventes de notre activité rasoirs sont toujours tirées par notre gamme de rasoirs 3-lames, surtout en Amérique du Nord où le marché continue à s'orienter vers le 3-lames.

Nos ventes de 3-lames représentent 35 % des ventes mondiales de notre activité rasoirs, contre 29 % au 1<sup>er</sup> semestre 2005. Nos ventes de 1-lame et de 2-lames continuent à décroître.

<b>Ventes rasoirs</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 05</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 06</b>
<b>En millions d'euros</b>	58,4	64,6	109,3	121,1
Variation en publié		+ 10,6 %		+ 10,8 %
Variation à taux de change constants		+ 9,6 %		+ 6,6 %

**Autres produits :** Au 1<sup>er</sup> semestre, les ventes de la division sont en hausse de 7,6 %. Cette tendance est le reflet de la croissance des ventes dans les quelques pays où nous distribuons d'autres produits. La tendance des ventes reste positive au 2<sup>ème</sup> trimestre.

<b>Ventes autres produits</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 05</b>	<b>2<sup>ème</sup> trim. 06</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 05</b>	<b>1<sup>er</sup> sem. 06</b>
<b>En millions d'euros</b>	14,1	14,4	25,1	27,1
Variation en publié		+ 2,7 %		+ 8,4 %
Variation à taux de change constants		+ 3,1 %		+ 7,6 %

**Variation des ventes du Groupe BIC au 2<sup>ème</sup> trimestre par zone géographique :**

En millions d'euros	2 <sup>ème</sup> trim. 05	2 <sup>ème</sup> trim. 06	Variation 06/05 en publié	Variation 06/05 à taux de change constants
Europe <sup>(1)</sup>	126,0	121,2	- 3,8 %	- 3,8 %
Amérique du Nord & Océanie <sup>(2)</sup>	175,5	180,2	+ 2,7 %	+ 2,8 %
Amérique latine <sup>(3)</sup>	49,4	54,5	+ 10,3 %	+ 8,1 %
MOAA <sup>(4)</sup>	21,1	22,6	+ 7,0 %	+ 7,1 %
Groupe BIC	372,0	378,5	+ 1,8 %	+ 1,5 %

(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 des ventes du Groupe BIC au 1<sup>er</sup> semestre par zone géographique :**

En millions d'euros	1 <sup>er</sup> sem. 05	1 <sup>er</sup> sem. 06	Variation 06/05 en publié	Variation 06/05 à taux de change constants
Europe <sup>(1)</sup>	214,7	211,5	- 1,5 %	- 1,6 %
Amérique du Nord & Océanie <sup>(2)</sup>	313,5	339,7	+ 8,4 %	+ 4,2 %
Amérique latine <sup>(3)</sup>	101,3	121,6	+ 20,0 %	+ 8,4 %
MOAA <sup>(4)</sup>	43,1	46,7	+ 8,5 %	+ 6,8 %
Groupe BIC	672,6	719,5	+ 7,0 %	+ 3,1 %

**Calendrier**Les résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2006 seront publiés le 6 septembre 2006.

Une Assemblée Générale Extraordinaire aura lieu le 6 septembre 2006 en vue de modifier les statuts de SOCIÉTÉ BIC (répartition du droit de vote entre usufruitier et nu-propiétaire).

Les ventes du 3<sup>ème</sup> trimestre 2006 seront publiées le 12 octobre 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 millions 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 26Carole 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 66Florence Riu, e-mail: [friu@image7.fr](mailto:friu@image7.fr)Flore Larger, e-mail: [flarger@image7.fr](mailto:flarger@image7.fr)