



Communiqué GROUPE BIC



**Chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2007 en hausse de 1,4 %
à données comparables**
**Croissance de + 3,0 % à taux de change constants,
tenant compte de l'intégration de Pimaco**
**Objectifs de croissance du chiffre d'affaires et du résultat
d'exploitation normalisé 2007 confirmés**

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2007 EN PUBLIÉ :	- 3,1 %
À TAUX DE CHANGE CONSTANTS :	+ 3,0 %
À DONNEES COMPARABLES :	+ 1,4 %

GROUPE BIC <i>En millions d'euros</i>	1^{er} trimestre		Variation
	2006	2007	2007/2006
CHIFFRE D'AFFAIRES <i>En publié</i>	341,0	330,4	- 3,1 %
A taux de change constants			+ 3,0 %
A données comparables¹			+ 1,4 %

Clichy, le 19 avril 2007 – Les ventes du 1^{er} trimestre 2007 du Groupe BIC s'élèvent à 330,4 millions d'euros, contre 341,0 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2006, en baisse de - 3,1 % en publié et en hausse de + 3,0 % à taux de change constants.

Commentant les ventes du 1^{er} trimestre 2007, Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « *Après un 4^{ème} trimestre 2006 fort, nous avons fait face à un effet de saisonnalité dans la papeterie mais nous restons confiants quant à la réalisation de nos objectifs 2007. Notre performance dans les rasoirs a été soutenue, confirmant la croissance de notre gamme de rasoirs 3-lames non-rechargeables ainsi que le succès initial de la commercialisation auprès des distributeurs du BIC® Soleil® à tête rechargeable, notre premier rasoir système pour femme. Nous confirmons notre objectif annuel de croissance de ventes de 4 à 5 % à données comparables et de croissance du résultat d'exploitation normalisé moins rapide que celle du chiffre d'affaires.* »

Changement de périmètre et impact des devises :

L'acquisition de Pimaco a eu un impact positif de 1,6 point sur les ventes du 1^{er} trimestre 2007.

Au 1^{er} trimestre 2007, les variations des devises ont eu un impact négatif de 6,1 points dont 3,4 points liés à la baisse du dollar américain.

¹ A données comparables signifie à taux de change et à périmètre constants. Sur le 1^{er} trimestre 2007, les chiffres à données comparables ne prennent pas en compte les ventes additionnelles générées par la récente acquisition de Pimaco (consolidée depuis le 1^{er} octobre 2006). Il n'y a pas eu de changement de périmètre dans les activités Briquets et Rasoirs. Les taux de change constants sont calculés sur la base du taux de change moyen mensuel de l'année précédente.

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

Activité papeterie : Les ventes du 1^{er} trimestre sont en baisse de - 2,4 % à taux de change constants contre une hausse de + 5,1 % au 1^{er} trimestre 2006 et de + 6,0 % au 4^{ème} trimestre 2006. A données comparables, sans tenir compte de l'intégration de Pimaco, les ventes sont en baisse de - 4,6 % (+ 3,5 % au 4^{ème} trimestre 2006).

La performance du 1^{er} trimestre s'explique principalement par un effet de saisonnalité dans notre région la plus importante, l'Amérique du Nord. Une partie de l'activité habituellement enregistrée au 1^{er} trimestre sera décalée au 2^{ème} trimestre 2007, avec un impact sur les ventes du premier trimestre. Nos programmes pour la rentrée des classes ont été bien reçus par la distribution et devraient nous permettre de compenser ce recul au cours du 2^{ème} trimestre alors que nous commençons à livrer nos commandes pour la rentrée. Nous anticipons une bonne rentrée des classes en Amérique du Nord et en Europe et demeurons confiants quant à notre capacité à atteindre nos objectifs dans la papeterie sur l'ensemble de l'exercice.

Ventes papeterie	1^{er} trimestre 06	1^{er} trimestre 07
En millions d'euros	173,9	159,5
Variation en publié		- 8,3 %
Variation à taux de change constants		- 2,4 %
Variation à données comparables ¹		- 4,6 %

Activité briquets : Le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre reste stable (+ 0,4 % contre + 5,3 % au 1^{er} trimestre 2006 et + 5,5 % au 4^{ème} trimestre 2006). Les ventes ont augmenté en Europe en dépit de la forte concurrence des briquets asiatiques sans marque et à bas prix dont trop ne respectent pas les normes de sécurité ISO 9994. La croissance a été plus lente sur le continent américain. L'Amérique du Nord a été stable comparé au fort 1^{er} trimestre 2006. Le chiffre d'affaires de l'Amérique latine a cru pour sa part à un rythme plus modéré au cours du premier trimestre, après la bonne performance du 4^{ème} trimestre 2006.

Ventes briquets	1^{er} trimestre 06	1^{er} trimestre 07
En millions d'euros	97,9	91,6
Variation en publié		- 6,4 %
Variation à taux de change constants		+ 0,4 %

Activité rasoirs : Le 1^{er} trimestre a enregistré une forte augmentation du chiffre d'affaires, en hausse de 15,7 % (+ 3,1 % au 1^{er} trimestre 2006 et + 3,3 % au 4^{ème} trimestre 2006). Les ventes ont été tirées par l'Amérique du Nord et l'Europe avec une croissance à deux chiffres. Cette performance est principalement due à deux facteurs :

- D'abord, la croissance continue de notre gamme de rasoirs 3-lames non-rechargeables, notamment BIC® Soleil®. Les 3-lames ont représenté 39 % de nos ventes de rasoirs non-rechargeables au 1^{er} trimestre 2007, contre 34 % au 1^{er} trimestre 2006.
- Le deuxième facteur qui explique notre croissance est le lancement, au Royaume-Uni et aux États-Unis, de notre premier rasoir système, BIC® Soleil® à tête rechargeable. Les performances de ce nouveau produit sont en ligne avec nos attentes : celui-ci a été bien accueilli et acheté par nos clients distributeurs. Il est cependant trop tôt pour mesurer la réponse du consommateur final, les actions de marketing, dont la publicité télévisée et le « couponing », n'ayant pas encore commencé.



Communiqué GROUPE BIC

Ventes rasoirs	1^{er} trimestre 06	1^{er} trimestre 07
En millions d'euros	56,5	61,7
Variation en publié		+ 9,2 %
Variation à taux de change constants		+ 15,7 %

Autres produits : Les ventes du 1^{er} trimestre 2007 sont en hausse de 40,1 %. Cette bonne performance s'explique par l'introduction de nouveaux produits en France et dans d'autres pays européens au 2^{ème} semestre 2006. L'intégration des divisions de Pimaco en Amérique latine a également eu un impact positif de 12,7 points sur les ventes du 1^{er} trimestre.

Ventes autres produits	1^{er} trimestre 06	1^{er} trimestre 07
En millions d'euros	12,7	17,5
Variation en publié		+ 37,5 %
Variation à taux de change constants		+ 40,1%
Variation à données comparables ¹		+ 27,4 %

Variation des ventes du Groupe BIC au 1^{er} trimestre par zone géographique :

En millions d'euros	1^{er} trim. 06	1^{er} trim. 07	Variation 07/06 en publié	Variation 07/06 à taux de change constants
Europe ⁽¹⁾	90,3	95,0	+ 5,3 %	+ 5,1 %
Amérique du Nord & Océanie ⁽²⁾	159,5	148,3	- 7,0 %	+ 1,2 %
Amérique latine ⁽³⁾	67,1	67,5	+ 0,5 %	+ 9,6 %
MOAA ⁽⁴⁾	24,1	19,6	- 18,6 %	- 11,3 %
Groupe BIC	341,0	330,4	- 3,1 %	+ 3,0 %

(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

Calendrier

L'Assemblée Générale des actionnaires se tiendra le 23 mai 2007.

Les chiffres d'affaires du deuxième trimestre et du premier semestre 2007 du Groupe BIC seront publiés le 19 juillet 2007.

Les résultats du premier semestre 2007 du Groupe BIC seront publiés le 30 août 2007.

Communiqué GROUPE BIC

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 2006 un chiffre d'affaires de 1 448 millions d'euros. Coté à l'Eurolist d'Euronext Paris, BIC fait partie des indices SBF120, CAC MID100 et FTSE4Good Europe.



Pour plus d'informations, merci de consulter le site Internet du Groupe : www.bicworld.com

Contacts Société : +33 1 45 19 52 26

Sophie Palliez-Capian, e-mail: sophie.palliez@bicworld.com
Sandra Cadiou, e-mail: sandra.cadiou@bicworld.com

Contacts presse : +33 1 53 70 74 26
+33 1 53 70 74 91

Florence Riu, e-mail: friu@image7.fr
Flore Larger, e-mail: flarger@image7.fr