



**Maintien de notre objectif d'une croissance des ventes 2006 d'environ 4 % à données comparables.
Croissance du résultat d'exploitation normalisé attendue supérieure à celle du chiffre d'affaires**

**CHIFFRE D'AFFAIRES DES 9 MOIS 2006
À TAUX DE CHANGE CONSTANTS : + 4,5 %**

GROUPE BIC En millions d'euros	3 ^{ème} trimestre		Variation
	2005	2006	2006/2005
CHIFFRE D'AFFAIRES En publié	348,4	364,0	+ 4,5 %
A taux de change constants			+ 7,1 %

GROUPE BIC En millions d'euros	9 mois		Variation
	2005	2006	2006/2005
CHIFFRE D'AFFAIRES En publié	1 021,1	1 083,6	+ 6,1 %
A taux de change constants			+ 4,5 %

12 octobre 2006 – Les ventes du 3^{ème} trimestre 2006 du Groupe BIC s'élèvent à 364,0 millions d'euros, contre 348,4 millions d'euros au 3^{ème} trimestre 2005, en hausse de 4,5 % en publié et de 7,1 % à taux de change constants.

Les ventes des 9 premiers mois 2006 totalisent 1 083,6 millions d'euros, contre 1 021,1 millions d'euros pour les 9 premiers mois 2005, en hausse de 6,1 % en publié et de 4,5 % à taux de change constants.

Commentant les ventes des 9 premiers mois 2006, Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré :
« Les ventes du 3^{ème} trimestre ont été fortes dans nos 3 activités, papeterie, briquets et rasoirs. Nous maintenons pour l'année notre objectif de croissance des ventes d'environ 4 % à données comparables et celui d'une croissance du résultat d'exploitation normalisé supérieure à celle du chiffre d'affaires. »

« Nous sommes également fiers d'annoncer l'entrée de BIC sur le marché du rasoir système. En effet, capitalisant sur notre forte expertise dans le rasage féminin, nous allons lancer aux États-Unis en mars 2007 un nouveau rasoir féminin, le BIC® Soleil® à tête rechargeable » a ajouté Mario Guevara.

Impact des devises :

Il n'y a pas de variation du périmètre au 3^{ème} trimestre. La variation des devises, notamment du dollar américain et du real brésilien, a eu un impact négatif de 2,6 points.

Sur les 9 premiers mois, la variation des devises a eu un impact positif de 1,6 point.

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

Activité papeterie : Les ventes du 3^{ème} trimestre sont en hausse de 3,9 %, reflétant une accélération de la croissance principalement due aux performances de la rentrée des classes en Europe et en Amérique du Nord. Les retards de livraisons constatés en Europe à l'occasion de la rentrée des classes ont été intégralement rattrapés au 3^{ème} trimestre. Dans la continuité du 1^{er} semestre, notre performance est restée forte en Amérique latine.

La tendance des ventes sur les 9 premiers mois illustre nos gains de parts de marché en Europe et sur le continent américain. Cependant, les pressions exercées sur les prix, à la fois par les marques de distributeurs et les autres marques, maintiennent la sensibilité du marché aux prix.

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

Ventes papeterie	3^{ème} trim. 05	3^{ème} trim. 06	9 mois 05	9 mois 06
En millions d'euros	178,0	180,3	544,6	563,4
Variation en publié		+ 1,2 %		+ 3,4 %
Variation à taux de change constants		+ 3,9 %		+ 2,3 %

Activité briquets : Les ventes du 3^{ème} trimestre sont en hausse de 8,9 %, tirées par les Amériques du Nord et latine. En Amérique du Nord, nous enregistrons une forte croissance des ventes malgré la concurrence toujours vive des produits asiatiques sur le segment du briquet multi-usages. En Europe, nos ventes de briquets sont restées stables en valeur mais baissent en volume 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.

Sur les 9 premiers mois, nous avons continué à gagner des parts de marché en Amérique du Nord et latine.

Ventes briquets	3^{ème} trim. 05	3^{ème} trim. 06	9 mois 05	9 mois 06
En millions d'euros	93,4	99,1	265,2	287,3
Variation en publié		+ 6,0 %		+ 8,3 %
Variation à taux de change constants		+ 8,9 %		+ 5,6 %

Activité rasoirs : Les ventes du 3^{ème} trimestre sont en croissance de 8,4 %. 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.

Sur les 9 premiers mois, nous continuons à croître sur le continent américain tandis que la tendance des ventes reste faible en Europe.

Nos ventes de 3-lames représentent 35 % des ventes mondiales de notre activité rasoirs, contre 28 % sur les 9 premiers mois 2005. Nos ventes de 1-lame et de 2-lames continuent à décroître.

Nous annonçons également aujourd'hui que nous allons renforcer notre portefeuille de rasoirs avec le lancement, en mars 2007 aux États-Unis, du premier rasoir système de BIC, le nouveau rasoir féminin BIC® Soleil® à tête rechargeable (voir communiqué de presse spécifique).

Ventes rasoirs	3^{ème} trim. 05	3^{ème} trim. 06	9 mois 05	9 mois 06
En millions d'euros	65,2	69,3	174,5	190,4
Variation en publié		+ 6,2 %		+ 9,1 %
Variation à taux de change constants		+ 8,4 %		+ 7,2 %

Autres produits : Au 3^{ème} trimestre, les ventes de la division sont en forte hausse à 33,4 %, reflétant la croissance des ventes dans les quelques pays où nous distribuons d'autres produits.

Ventes autres produits	3 ^{ème} trim. 05	3 ^{ème} trim. 06	9 mois 05	9 mois 06
En millions d'euros	11,7	15,4	36,8	42,5
Variation en publié		+ 31,7 %		+ 15,8 %
Variation à taux de change constants		+ 33,4 %		+ 15,8 %

Variation des ventes du Groupe BIC au 3^{ème} trimestre par zone géographique :

En millions d'euros	3 ^{ème} trim. 05	3 ^{ème} trim. 06	Variation 06/05 en publié	Variation 06/05 à taux de change constants
Europe ⁽¹⁾	105,9	110,6	+ 4,4 %	+ 4,4 %
Amérique du Nord & Océanie ⁽²⁾	168,6	173,1	+ 2,7 %	+ 6,9 %
Amérique latine ⁽³⁾	53,6	59,0	+ 10,1 %	+ 11,9 %
MOAA ⁽⁴⁾	20,3	21,3	+ 5,2 %	+ 9,7 %
Groupe BIC	348,4	364,0	+ 4,5 %	+ 7,1 %

(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 les 9 premiers mois par zone géographique :

En millions d'euros	9 mois. 05	9 mois 06	Variation 06/05 en publié	Variation 06/05 à taux de change constants
Europe ⁽¹⁾	320,7	322,1	+ 0,4 %	+ 0,4 %
Amérique du Nord & Océanie ⁽²⁾	482,1	512,9	+ 6,4 %	+ 5,1 %
Amérique latine ⁽³⁾	155,0	180,6	+ 16,6 %	+ 9,6 %
MOAA ⁽⁴⁾	63,3	68,0	+ 7,5 %	+ 7,8 %
Groupe BIC	1 021,1	1 083,6	+ 6,1 %	+ 4,5 %

Calendrier

Les ventes de l'exercice 2006 seront publiées le 18 janvier 2007.

Les résultats de l'exercice 2006 seront publiés le 8 mars 2007.



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, FTSE4Good Europe et ASPI Eurozone.



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

Contacts société : +33 1 45 19 52 26

Carole Imbert, e-mail: carole.imbert@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