



RÉSULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2021¹

Clichy, France, le 27 avril 2021

- Résultats solides portés par une exceptionnelle croissance des briquets aux Etats-Unis au 1er trimestre, soutenue par un changement de la dynamique du marché dans les briquets de poche et les briquets utilitaires
- Tendances sous-jacentes défavorables dans les instruments d'écriture, aggravées par la pandémie dans les marchés en croissance
- Bonne performance de Rocketbook dans l'écriture numérique
- Poursuite de la croissance dans le e-commerce sur l'ensemble des réseaux de distribution et gains de parts de marché sur les marchés-clés.
- Amélioration des coûts de production grâce à des gains d'efficacité en matière d'approvisionnement
- Robuste génération de flux de trésorerie disponible et solide position nette de trésorerie

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	357,0	411,0
Variation en publié	(14,1) %	15,1%
Variation à base comparable	(13,8) %	20,9%
Variation à taux de change constants	(12,9) %	25,6%
Marge d'exploitation	6,4%	55,3% ²
Marge d'exploitation ajustée	7,1%	14,7%
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,56	3,59
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	0,60	0,96
Flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions	19,2	36,0
Position Nette de Trésorerie	143,2	393,6

"Les résultats du 1er trimestre ont été portés par l'excellente performance réalisée dans les briquets aux Etats-Unis. Les ventes de Rocketbook, notre activité d'écriture numérique, ont doublé par rapport au 1^{er} trimestre de l'année dernière, avec d'excellents résultats sur tous les réseaux de distribution en ligne. Le chiffre d'affaires des Rasoirs a progressé dans les produits à valeur ajoutée ainsi qu'en e-commerce et ce, malgré des tendances de marché sous-jacentes qui restent défavorables. Nous continuons à évoluer dans un environnement de marché difficile et restons prudents pour le reste de l'année en raison des incertitudes liées à la pandémie notamment en Amérique latine et en Inde. Fort de la mise en œuvre de notre plan Horizon, je suis convaincu que les choix que nous faisons aujourd'hui et les compétences que nous développons dans l'ensemble de notre organisation sont de nature à accélérer la croissance rentable de notre Groupe. »

Gonzalve Bich, Directeur Général

Perspectives 2021 (sur la base des hypothèses de marché actuelles)³

En dépit de résultats meilleurs que prévu en ce début d'année et de la très bonne performance des briquets, nous maintenons une prévision de croissance du chiffre d'affaires pour l'exercice 2021, comprise entre +5% et +7% à taux de change constants, tout en visant désormais le haut de la fourchette. L'environnement reste incertain, notamment en Amérique latine, en Afrique et en Inde, et la visibilité sur la rentrée des classes à venir est faible en raison de l'évolution des habitudes d'achats des consommateurs. Le Groupe actualisera les tendances générales de ses marchés lors de la publication de ses résultats semestriels en juillet. Les marges d'exploitation devraient s'améliorer en 2021 grâce à une gestion rigoureuse du coût des matières et à plus d'efficacité industrielle. La génération de flux de trésorerie disponible pour l'exercice 2021 devrait être supérieure à 200 millions d'euros, grâce à un contrôle strict des investissements industriels et du fonds de roulement.

¹ Chiffres non audités

² Dont plus-value sur la vente du siège de Clichy

³ Voir p. 8 pour les principales hypothèses de marché

T1 2021 : TENDANCES OPÉRATIONNELLES

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021	En publié	% À taux de change constants	% À base comparable
Groupe	357,0	411,0	15,1%	25,6%	20,9%
Europe	119,1	125,2	5,2%	8,0%	4,9%
Amérique du Nord	140,4	184,1	31,1%	42,4%	33,4%
Amérique latine	54,6	58,2	6,6%	36,0%	34,0%
Moyen-Orient et Afrique	20,1	22,0	9,7%	18,7%	18,7%
Asie et Océanie (dont l'Inde)	22,8	21,5	(5,8) %	(4,8) %	0,8%

Le chiffre d'affaires du T1 2021 a augmenté de 25,6% à taux de change constants. L'impact défavorable de la variation des devises (-9,5 points) s'explique principalement par la baisse du dollar américain et du BRL par rapport à l'euro⁴. A base comparable, la croissance a été de 20,9%, hors impact des acquisitions et cessions.

La croissance du premier trimestre a été tirée par la division **Flame For Life**, sur une base de comparaison favorable. Le chiffre d'affaires réalisé par les Briquets aux Etats-Unis a contribué d'environ 13,5 points à la croissance du chiffre d'affaires total du Groupe à base comparable. Cette performance exceptionnelle a été portée par une évolution des tendances de marchés (le marché des briquets aux Etats-Unis a augmenté de 11,1% en valeur à fin mars⁵), et par le réajustement des commandes des clients, destiné à répondre à la demande inattendue des consommateurs. La croissance a également bénéficié d'un effet prix favorable comparé au T1 2020, de gains de distribution et d'achats anticipés de la part de certains clients en prévision de l'augmentation de prix prévue en mai 2021. Notre nouveau briquet utilitaire de poche E.Z. Reach continue d'être un succès, et a atteint 3,2% du marché total des briquets de poche à la fin du mois de mars.

Pour la division **Human Expression**, le chiffre d'affaires de Rocketbook a plus que doublé par rapport au T1 2020 ; il est en croissance sur tous les réseaux de distribution en ligne, tiré par l'efficacité des campagnes promotionnelles sur Amazon. Pour autant, la catégorie Papeterie dans son ensemble reste difficile et les d'instruments d'écriture continuent d'être durement touchés par l'enseignement à domicile et les évolutions des comportements d'achat des consommateurs.

La performance de la division **Blade Excellence** a été portée par nos gammes à valeur ajoutée 5 lames et Hybrid Flex. Alors que le marché des rasoirs est resté faible aux États-Unis, nous avons globalement maintenu nos parts de marché en magasin et surperformé en ligne, gagnant 2,2 points de part de marché à fin mars⁶.

Le e-commerce (hors Rocketbook) a enregistré une solide croissance de +42% par rapport à l'année dernière, grâce à l'excellente performance réalisée via les Pure Players (+82% vs T1 2020) et le rebond des ventes auprès des Omniretailers (+20%). Le chiffre d'affaires a progressé dans la plupart des régions et nous avons gagné ou conservé nos parts de marché sur les marchés clés, soutenus par davantage de soutien à la marque en digital.

Conformément à la feuille de route de "**Invent the future**", nous avons réalisé 7,0 millions d'euros d'économies supplémentaires au premier trimestre, dont 2,3 millions d'euros générés par des gains sur les achats directs et indirects. Nous avons continué à adapter notre organisation et notre outil industriel via la fermeture d'une usine de Papeterie en Inde, passant ainsi de cinq à quatre usines.

L'impact des hausses de prix des matières premières a été peu significatif au 1^{er} trimestre (-0,1 point sur la marge brute). Cependant malgré l'amélioration de l'efficacité de l'approvisionnement et des mesures d'atténuation efficaces telles que le recours à des sources d'approvisionnement alternatives et l'utilisation de matières recyclées, nous nous attendons à ce que les conditions difficiles du marché des matières premières persistent au T2 et pèsent sur la marge brute de l'exercice 2021.

La génération de flux nets de trésorerie disponible du premier trimestre 2021 (avant acquisitions et cessions) s'est élevée à 36,0 millions d'euros, incluant 15,9 millions d'euros d'investissements industriels. La position nette de trésorerie était de 393,6 millions d'euros, positivement impactée par le produit de la vente de notre siège social pour 173,9 millions d'euros.

⁴ Ceci exclut le peso argentin

⁵ IRI à fin mars 2021

⁶ Amazon OCR Marché total du rasoir 27-Mar-2021, 1P uniquement

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	357,0	411,0
Marge brute	182,4	212,1
Taux de marge brute	51,1%	51,6 %
Capacité d'autofinancement (EBITA)	47,8	250,9
Résultat d'exploitation (EBIT)	23,0	227,3
Marge d'exploitation	6,4%	55,3 %
Eléments non-récurrents	2,3	(166,8)
Résultat d'exploitation ajusté	25,3	60,5
Marge d'exploitation ajustée	7,1%	14,7 %

L'amélioration de la marge brute s'explique par la forte augmentation des ventes de briquets en Amérique du Nord, une baisse des dépenses de promotion en soutien du développement de l'activité et des économies de coûts de production. Cette amélioration a été partiellement neutralisée par un effet de change défavorable des devises d'Amérique latine par rapport au dollar américain. **Le résultat d'exploitation ajusté a bénéficié de la forte augmentation du chiffre d'affaires.**

Les éléments non récurrents du premier trimestre 2021 comprennent 167,7 millions d'euros de plus-value de la vente du siège de Clichy, 3,0 millions d'euros de plus-value de la cession de Pimaco et 3,9 millions d'euros de coûts de restructuration liés au plan de transformation.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION AJUSTÉE	T1 2020 vs. T1 2019	T1 2021 vs. T1 2020
<i>En points</i>		
• Variation de la marge brute (coûts de production)	+0,2	+0,5
• Soutien à la marque	(0,2)	+1,2
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses	(6,0)	+5,9
Variation de la marge d'exploitation ajustée	(6,0)	+7,6

RÉSULTAT NET ET RESULTAT NET PAR ACTION

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021
Résultat d'exploitation (EBIT)	23,0	227,3
Résultat financier	11,8	0,8
Résultat avant impôts	34,8	228,2
Résultat Net Part du Groupe	25,0	161,6
Résultat Net Part du Groupe Ajusté⁷	26,9	43,0
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	0,60	0,96
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,56	3,59

La baisse du résultat financier au T1 2021 s'explique par l'impact favorable en 2020 de la réévaluation d'actifs financiers libellés en USD (par rapport au BRL et au MXN).

Le taux d'imposition au T1 2021 était de 29,2% contre 31,2% en 2020 (hors dépréciation de Cello). Cette baisse s'explique principalement par la baisse du taux d'imposition en France en 2021⁸.

⁷ Hors plus-value nette de la vente du siège de Clichy, de la cession de Pimaco, des coûts de restructuration et de l'application de la norme d'hyperinflation en Argentine en 2020 et 2021

⁸ 28,41% en 2021 versus 32,02% en 2020

SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRESORERIE En millions d'euros	2020	2021
SITUATION NETTE DE TRESORERIE (DEBUT DE PERIODE - DECEMBRE)	146,9	183,9
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+35,1	+51,9
• Dont Marge brute d'autofinancement	+46,1	+91,1
• Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres	(11,0)	(39,2)
Investissements industriels	(15,9)	(15,9)
Programme de rachat d'actions	(7,4)	(3,2)
Flux net liés au contrat de liquidité	(0,4)	+0,5
Produit de la vente du siège de Clichy	-	+173,9
Produit de la cession de Pimaco	-	+3,4
Acquisitions ⁹	(2,7)	(4,2)
Autres	(12,4)	+3,3
SITUATION NETTE DE TRESORERIE (FIN DE PERIODE - MARS)	143,2	393,6

A fin mars 2021, la position nette de trésorerie était de 393,6 millions d'euros, et incluait l'impact des cessions du siège de Clichy et de Pimaco. L'impôt lié à la vente du siège social (46 millions d'euros) sera payé plus tard dans l'année. Les flux nets de trésorerie liés à l'exploitation ont été affectés par une augmentation du besoin en fonds de roulement due à l'augmentation des créances clients liée au chiffre d'affaires élevé du premier trimestre et par la constitution de stocks en prévision de la rentrée des classes dans l'Hémisphère Nord. Les dépenses d'investissements industriels et les rachats d'actions ont également eu un impact négatif sur la position nette de trésorerie.

RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

- **Dividende ordinaire de 1,80 euro par action** qui sera payé en juin 2021, sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale des Actionnaires du 19 mai 2021.
- **3,2 millions d'euros de rachats d'actions** par SOCIETE BIC à fin mars 2021 (62 600 actions achetées à un prix moyen de 50,46 euros).

⁹ Haco Industries Ltd en 2020 & 2021, Rocketbook en 2021

TENDANCES OPÉRATIONNELLES PAR DIVISION

HUMAN EXPRESSION (PAPETERIE)

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	126,9	131,1
Variation en publié (vs. année précédente)	(14,4) %	3,3%
Variation à base comparable (vs. année précédente)	(14,8) %	1,3%
Variation à taux de change constants (vs. année précédente)	(12,9) %	11,2%
Résultat d'exploitation ajusté	0,8	3,4
Marge d'exploitation ajustée	0,7%	2,6%
Résultat d'exploitation (EBIT)	0,8	5,2%
Marge d'exploitation	0,6%	4,0%

La catégorie Papeterie continue d'être fortement affectée par les fermetures d'écoles et de bureaux et par les évolutions des habitudes d'achats des consommateurs. Avec un réseau traditionnel très impacté par la pandémie, l'Amérique latine, l'Afrique et l'Inde ont été les plus touchés.

En Europe et en Amérique du Nord, les ventes ont été affectées par le déclin des instruments d'écriture classiques comme le stylo à bille, que n'ont pas compensé les tendances plus positives sur le coloriage. **En Europe**, bien que nous ayons perdu des parts de marché en valeur en raison du poids de ces segments classiques dans notre portefeuille, nous avons gagné 0,5 point de part de marché en France¹⁰ et 2,1 points au Royaume-Uni¹¹ dans le coloriage. Le chiffre d'affaires a bénéficié du rebond de la demande des fournisseurs de bureau en France et en Italie, ainsi que de la forte croissance du e-commerce. **En Amérique du Nord**, après un faible début d'année, le marché a rebondi en mars pour enregistrer une croissance de 6,2%¹² au 1^{er} trimestre, tirée par les segments du gel et du coloriage. Nous avons perdu 1,1 point de part de marché en valeur sur le marché total de la papeterie, tout en continuant à croître dans les marqueurs de coloriage et les crayons de couleurs¹². Conformément à notre stratégie **Horizon**, nous avons continué de tracer notre route dans l'écriture numérique grâce à l'intégration de Rocketbook, dont la performance a été remarquable au premier trimestre, son chiffre d'affaires ayant plus que doublé par rapport à la même période l'année dernière.

La rentrée des classes dans l'hémisphère sud a été fortement perturbée dans la plupart des pays. **En Amérique latine**, le marché brésilien a baissé de 49,3 %¹³ en valeur en raison des mesures de confinement. Nous avons toutefois gagné 2,3 points de part de marché en valeur, grâce aux segments des stylos à bille et des marqueurs de coloriage¹³. **En Afrique du Sud**, où l'ensemble du marché était également difficile, en baisse de 9,8%, nous avons augmenté notre part de marché de 1,6 point en valeur dans le coloriage¹⁴. Au Nigeria, les ventes ont plus que doublé, grâce à l'acquisition réussie de Lucky Stationery et la mise en œuvre d'une stratégie commerciale efficace dans la région. **En Inde**, le chiffre d'affaires de Cello a enregistré une croissance à deux chiffres grâce à l'amélioration des conditions du marché domestique au cours du 1^{er} trimestre et à la croissance du e-commerce.

La marge d'exploitation ajustée du premier trimestre 2021 de la division Human Expression s'est élevée à 2,6 %, contre 0,7 % en 2020. La hausse est due à la croissance du chiffre d'affaires (notamment grâce à Rocketbook), à la baisse des investissements de soutien à la marque et aux économies de coûts de production générées par l'efficacité des achats, qui ont plus que compensé les effets de change défavorables (des devises d'Amérique latine par rapport au dollar américain).

FLAME FOR LIFE (BRIQUETS)

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	121,0	174,5
Variation en publié (vs. année précédente)	(19,2) %	44,2%
Variation à base comparable (vs. année précédente)	(18,7) %	54,2%
Variation à taux de change constants (vs. année précédente)	(18,6) %	57,8%
Résultat d'exploitation ajusté	34,7	65,1
Marge d'exploitation ajustée	28,7%	37,3%
Résultat d'exploitation	34,5	63,4
Marge d'exploitation	28,5%	36,3%

¹⁰ IRI 28-Mars-21 : coloriage

¹¹ IRI 20-Mars-21 : coloriage

¹² NPDP 03-Avril- 21 yc coloriage

¹³ NIELSEN à fin février 2021

¹⁴ IRI à fin février 2021

La croissance du chiffre d'affaires est due à l'excellente performance réalisée aux Etats-Unis et par de bons résultats en Amérique latine. L'intégration de Djeep est en bonne voie.

En Europe, la progression du chiffre d'affaires s'explique par de bonnes performances en France, Espagne et Italie, et à des gains de distribution en Russie.

Aux États-Unis, le marché des briquets de poche est resté stable en volume et a progressé de 8,5 % en valeur¹⁵. Le marché des briquets utilitaires a augmenté de 23,4 % en volume et de 28,9 % en valeur, tiré par l'augmentation des usages non liés au tabac, dont l'allumage des bougies, un marché en croissance de plus de 40 %¹⁶ en valeur. BIC a continué à surperformer à la fois le marché des briquets de poche, avec une croissance de +3,5 % en volume et de +10,5 % en valeur (+1,7 point en valeur) et sur le segment des briquets utilitaires (+0,7 point en valeur¹⁵). Le chiffre d'affaires des Briquets aux Etats-Unis a enregistré une croissance de plus de 75%. L'évolution des tendances de marché et le réajustement des commandes de nos clients pour répondre à la demande des consommateurs ont contribué pour environ 50 points à la croissance. La croissance du premier trimestre a également été stimulée par un effet prix favorable (environ 8 points de croissance vs T1 2020), des gains de distribution, notamment grâce à EZ Reach, notre nouveau briquet utilitaire de poche qui rencontre un grand succès (environ 12 points de croissance), ainsi que par d'autres facteurs, dont les pré-commandes de certains clients en anticipation de la hausse de prix prévue en mai 2021 (environ 7 points). Les performances de ce 1^{er} trimestre nous conduisent à ajuster nos hypothèses de marché pour 2021 aux États-Unis. Nous prévoyons désormais un marché stable ou en légère croissance en valeur en 2021 (vs. stable).

En Amérique latine, le chiffre d'affaires du Brésil a été tiré par le faible niveau de stock des clients à la fin 2020 et par un accroissement de la demande résultant des usages liés ou non au tabac, associé à une baisse des importations de briquets suite à la dévaluation du real brésilien.

La marge d'exploitation ajustée du premier trimestre 2021 de la division Flame For Life s'est élevée à 37,3 %, contre 28,7 % en 2020, en raison de la forte augmentation du chiffre d'affaires et de l'impact favorable de l'ajustement des prix de juin 2020 aux Etats-Unis. Ceci a été partiellement neutralisé par un effet de change défavorable (BRL contre USD) ainsi que par des investissements de soutien à la marque plus élevés par rapport à la même période l'année dernière.

BLADE EXCELLENCE (RASOIRS)

En millions d'euros	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	102,0	96,4
<i>Variation en publié (vs année précédente)</i>	(6,4) %	(5,5) %
Variation à base comparable (vs année précédente)	(5,9) %	4,5%
Variation à taux de change constants (vs année précédente)	(5,0) %	5,0%
Résultat d'exploitation ajusté	7,7	12,2
Marge d'exploitation ajustée	7,5%	12,7%
Résultat d'exploitation (EBIT)	7,5	12,2
Marge d'exploitation	7,3%	12,7%

Malgré des tendances de marché difficiles dans la plupart des zones géographiques, la performance a été portée par le succès de nos produits à valeur ajoutée et par la solide croissance dans le e-commerce.

En Europe, les ventes ont été affectées par une baisse des marchés proche de 10% en valeur (notamment en France, au Royaume-Uni et en Italie), en partie compensée par des gains de parts de marché en Russie.

Aux États-Unis, le marché des rasoirs non-rechargeables a diminué de 10,1 % en valeur¹⁶ en magasin. Nous avons sous-performé de -0,9 point en raison d'une concurrence intense sur le segment féminin, mais néanmoins gagné +0,3 point¹⁶ de part de marché dans le segment masculin grâce au succès des gammes Flex 5 et Hybrid Flex, et surperformé dans le e-commerce, gagnant 2,2 points de part de marché à fin mars¹⁷.

En Amérique latine, le marché brésilien a progressé de +3,9 points en valeur, et nous avons gagné +0,3 point de part de marché, grâce au segment féminin et aux produits hybrides masculins¹⁸. Au Mexique, le marché a continué à être impacté par les restrictions liées à la pandémie et a baissé de 4,4% en valeur. Nous avons perdu 0,7 point de part de marché, mais progressé de manière significative sur le segment féminin avec la gamme BIC Soleil, avec une part de marché en hausse de +3,9 points¹⁸.

La marge d'exploitation ajustée du premier trimestre 2021 de la division Blade Excellence s'est élevée à 12,7 %, contre 7,5 % en 2020, grâce à la baisse des investissements de soutien à la marque, et des dépenses d'exploitation, et aux économies de coûts de production générées par l'efficacité des achats, qui ont plus que compensé les effets de change défavorables.

¹⁵ IRI 28-Mars-21

¹⁶ IRI, année 2020

¹⁷ IRI 28-Mars-21

¹⁸ Nielsen à fin février 2021

AUTRES PRODUITS

<i>En millions d'euros</i>	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	7,0	9,0
<i>Variation en publié</i>	(15,7) %	29,4%
Variation à base comparable	(15,2) %	29,7%
Variation à taux de change constants	(15,2) %	29,7%
Résultat d'exploitation ajusté	(0,9)	(0,2)
Résultat d'exploitation (EBIT)	(0,9)	(0,2)

COÛTS NON ALLOUÉS

<i>En millions d'euros</i>	T1 2020	T1 2021
Résultat d'exploitation ajusté	(17,0)	(20,0)
<i>Résultat d'exploitation (EBIT)</i>	(18,8)	146,8

Les coûts non alloués du premier trimestre 2021 sont liés principalement aux coûts du siège social et à la plus-value de la vente du siège social de Clichy pour 167,7 millions d'euros. **La baisse du résultat d'exploitation ajusté** est due aux coûts de la mise en œuvre du plan de transformation.

ANNEXES

HYPOTHÈSES DE TENDANCES DE MARCHÉS EN 2021

Nos perspectives 2021 sont fondées sur les hypothèses de marché suivantes¹⁹ :

Tendances de marchés (en valeur) :

- **Europe** : Stable ou légère augmentation (*flat to slight increase*) dans la Papeterie et les Briquets. Stable pour les Rasoirs (vs. stable à faible augmentation)
- **Amérique du Nord** :
 - o Croissance légère à modérée (*low to mid single digit*) du marché américain de la Papeterie
 - o Stabilité ou légère croissance (*flat to low single digit*) du marché américain des Briquets de poche (vs. stable)
 - o Baisse légère à modérée (*low to mid single digit*) du marché américain des Rasoirs non rechargeables,
- **Amérique latine** : baisse légère à modérée (*low to mid single digit*) dans la Papeterie (vs augmentation légère à modérée), hausse légère à modérée (*low to mid single digit*) dans les Briquets et les Rasoirs
- **Inde** : croissance à deux chiffres de la Papeterie

Résultat d'exploitation et flux nets de trésorerie disponible impactés par :

- Stabilité de la marge brute. L'augmentation des volumes et l'impact prix positif seront compensés par un coût des matières premières plus élevé, des effets de change défavorables des devises latino-américaines et indienne et un effet mix négatif lié à la croissance du chiffre d'affaires en Inde
- Une augmentation des dépenses de soutien à la marque, de R&D et d'innovation pour soutenir la croissance du chiffre d'affaires
- Une réduction des dépenses d'exploitation en pourcentage du chiffre d'affaires
- Environ 100 millions d'euros d'investissements industriels
- Une amélioration du besoin en fonds de roulement

Devise : taux de couverture USD-Euro 2021 : 1,13

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIE <i>En million d'euros</i>	T1 2020	T1 2021	En publié	Impact de change ²⁰ (en points)	Changement de Périmètre ²¹ (en points)	Impact de l'Argentine ²² (en points)	À base comparable
Groupe	357,0	411,0	15,1%	(9,5) %	4,0%	(0,3) %	20,9%
<i>Human Expression - Papeterie</i>	126,9	131,1	3,3%	(6,7) %	9,3%	(0,6) %	1,3%
<i>Flame for Life - Briquets</i>	121,0	174,5	44,2%	(12,7) %	2,4%	0,3%	54,2%
<i>Blade Excellence - Rasoirs</i>	102,0	96,4	(5,5) %	(9,6) %	(0,4) %	(0,1) %	4,5%
Autres Produits	7,0	9,0	29,4%	(0,3) %	-	-	29,7%

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) <i>en %</i>	T1 2020	T1 2021
Périmètre	+0,1	4,0
Devises	(0,4)	(9,5)
<i>Dont USD</i>	+0,9	(4,5)
<i>Dont BRL</i>	(1,0)	(2,7)
<i>Dont MXN</i>	(0,1)	(0,6)
<i>Dont AUD</i>	(0,1)	+0,2
<i>Dont ZAR</i>	(0,1)	(0,1)
<i>Dont RUB et UAH</i>	+0,1	(0,6)

¹⁹ Euromonitor et Estimations BIC

²⁰ Impact des devises excluant le Peso argentin (ARS)

²¹ Principalement acquisition de Djeep et de Rocketbook

²² Voir Glossaire

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR CATÉGORIE <i>En million d'euros</i>	T1 2020 Résultat d'exploitation (EBIT)	T1 2021 Résultat d'exploitation (EBIT)	T1 2020 Résultat d'exploitation ajusté	T1 2021 Résultat d'exploitation ajusté
Groupe	23,0	227,3	25,3	60,5
<i>Marge en %</i>	6,4%	55,3%	7,1%	14,7%
Human Expression - Papeterie	0,8	5,2	0,8	3,4
<i>Marge en %</i>	0,6%	4,0%	0,7%	2,6%
Flame for Life - Briquets	34,5	63,4	34,7	65,1
<i>Marge en %</i>	28,5%	36,3%	28,7%	37,3%
Blade Excellence - Rasoirs	7,5	12,2	7,7	12,2
<i>Marge en %</i>	7,3%	12,7%	7,5%	12,7%
Autres produits	(0,9)	(0,2)	(0,9)	(0,2)
Coûts non alloués	(18,8)	146,8	(17,0)	(20,0)

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ <i>En millions d'euros</i>	T1 2020	T1 2021
Chiffre d'affaires	357,0	411,0
Coût des ventes	174,6	198,9
Marge brute	182,4	212,1
<i>Charges administratives et autres charges d'exploitation</i>	159,4	(15,2)
Résultat d'exploitation (EBIT)	23,0	227,3
Résultat financier	11,8	0,8
Résultat avant impôts	34,8	228,2
Impôts	(9,7)	(66,6)
Résultat Net Part du Groupe	25,0	161,6
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,56	3,59
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	44 967 372	44 994 288

BILAN RÉSUMÉ <i>En millions d'euros</i>	31 mars 2020	31 mars 2021
ACTIF		
Actif non courant	1 120,5	1 062,1
Actif courant	1 295,0	1 370,7
<i>Dont trésorerie et équivalents de trésorerie</i>	268,3	464,7
TOTAL DE L'ACTIF	2 415,5	2 432,8
PASSIF ET CAPITAUX PROPRES		
Capitaux propres	1 547,5	1 622,7
Passif non courant	283,2	249,3
Passif courant	584,8	560,8
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	2 415,5	2 432,8

RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ <i>En millions d'euros</i>	T1 2020	T1 2021
Résultat d'exploitation (EBIT)	23,0	227,3
<i>Plus-value de la vente du siège de Clichy</i>	-	(167,7)
<i>Plus-value de cession de Pimaco</i>	-	(3,0)
<i>Coûts de restructuration (plan de transformation)</i>	2,3	3,9
Résultat d'exploitation ajusté	25,3	60,5

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION AJUSTÉ <i>En euros</i>	T1 2020	T1 2021
Résultat net Part du Groupe par action	0,56	3,59
<i>Plus-value nette de la vente du siège de Clichy</i>	-	(2,67)
<i>Plus-value nette de cession de Pimaco</i>	-	(0,04)
<i>Coûts de restructuration (plan de transformation)</i>	0,03	0,06
<i>Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine</i>	0,01	0,02
Résultat net Part du Groupe par action ajusté	0,60	0,96

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

SOCIÉTÉ BIC	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré (en euros)	Montant (en millions d'euros)
Mars 2021	62 600	50,46	3,2
Total	62 600	50,46	3,2

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 31 mars 2021, le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 45 395 857 actions, représentant :

- 66 790 746 droits de vote
- 66 395 723 droits de vote nets des actions privées de droit de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin mars 2021 est de 395 023

GLOSSAIRE

- **À taux de change constants** : les montants à taux de change constants sont calculés en convertissant les montants de l'année en cours aux taux de change moyens mensuels de l'année précédente.
- **À base comparable** : signifie à taux de change constants et à périmètre constant. Les montants à périmètre constant excluent les impacts des acquisitions et/ou des cessions intervenues sur l'exercice en cours et/ou sur l'exercice précédent et ce jusqu'à leur date anniversaire. Tous les commentaires sur le chiffre d'affaires des catégories sont faits à base comparable. Ceci exclut également les ventes de l'Argentine pour 2019 et 2020.
- **EBITDA**: Capacité d'autofinancement
- **Résultat d'exploitation ajusté** : ajusté signifie hors éléments normalisés.
- **Marge d'exploitation ajusté** : Résultat d'exploitation normalisé divisé par le chiffre d'affaires.
- **Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation** : trésorerie générée par les principales activités et autres activités hors activités d'investissement ou de financement.
- **Génération de flux nets de trésorerie disponible (Free Cash Flow)** : le Free Cash flow se définit comme la variation nette de la trésorerie liée à l'exploitation, moins les dépenses d'investissement. La génération de flux nets de trésorerie disponible n'inclut pas les acquisitions et les produits des cessions d'activité.
- **Position nette de trésorerie** : Liquidités/découverts + autres actifs financiers courants - emprunts courants - emprunts non-courants, (sauf les passifs financiers après application de la norme IFRS 16)

Les comptes consolidés de SOCIÉTÉ BIC au 31 mars 2021 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 27 avril 2021. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site Internet de BIC (www.bic.com).

Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section « Risques » du Document d'Enregistrement Universel 2020 du Groupe BIC déposé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 1^{er} avril 2021.

À PROPOS DE BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC enchante et simplifie le quotidien des consommateurs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits essentiels, de grande qualité et accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des plus reconnues. Aujourd'hui, les produits BIC sont vendus dans plus de 160 pays et le Groupe possède aussi des marques emblématiques telles que BIC® Kids, BIC Flex™, BodyMark by BIC™, Cello®, Djeeep, Lucky Stationery, Rocketbook, Soleil®, Tipp-Ex®, Us.™ et Wite-Out®. BIC a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 1 627,9 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et également d'indices reconnaissant son engagement dans le développement durable et l'éducation. Le Groupe a reçu la note 'A-' dans le classement du CDP. Pour en savoir plus, visitez https://fr.bic.com/fr/le_groupe_bic ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) ou [YouTube](#).

CONTACT

Sophie Palliez-Capian,
Engagement des Parties Prenantes
+33 1 45 19 55 28
+ 33 87 89 3351
Sophie.palliez@bicworld.com

Michèle Ventura
Relations Investisseurs
+ 33 1 45 19 52 98
Michele.ventura@bicworld.com

Albane de La Tour d'Artaise
Relations Presse
+ 33 1 45 19 51 51
+ 33 7 85 88 19 48
Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com

Isabelle de Segonzac
Image 7
+ 33 6 89 87 61 39
isegonzac@image7.fr

AGENDA 2021 (TOUTES LES DATES SONT A CONFIRMER)

Assemblée Générale 2021	19 mai 2021
Résultats du S1 2021	28 juillet 2021
Résultats du T3 2021	26 octobre 2021