



Assemblée
Générale 2008

14 mai 2009



Notre philosophie



Se fonder sur nos valeurs,
inventer le futur



Résultats annuels 2008
et
du 1^{er} trimestre 2009

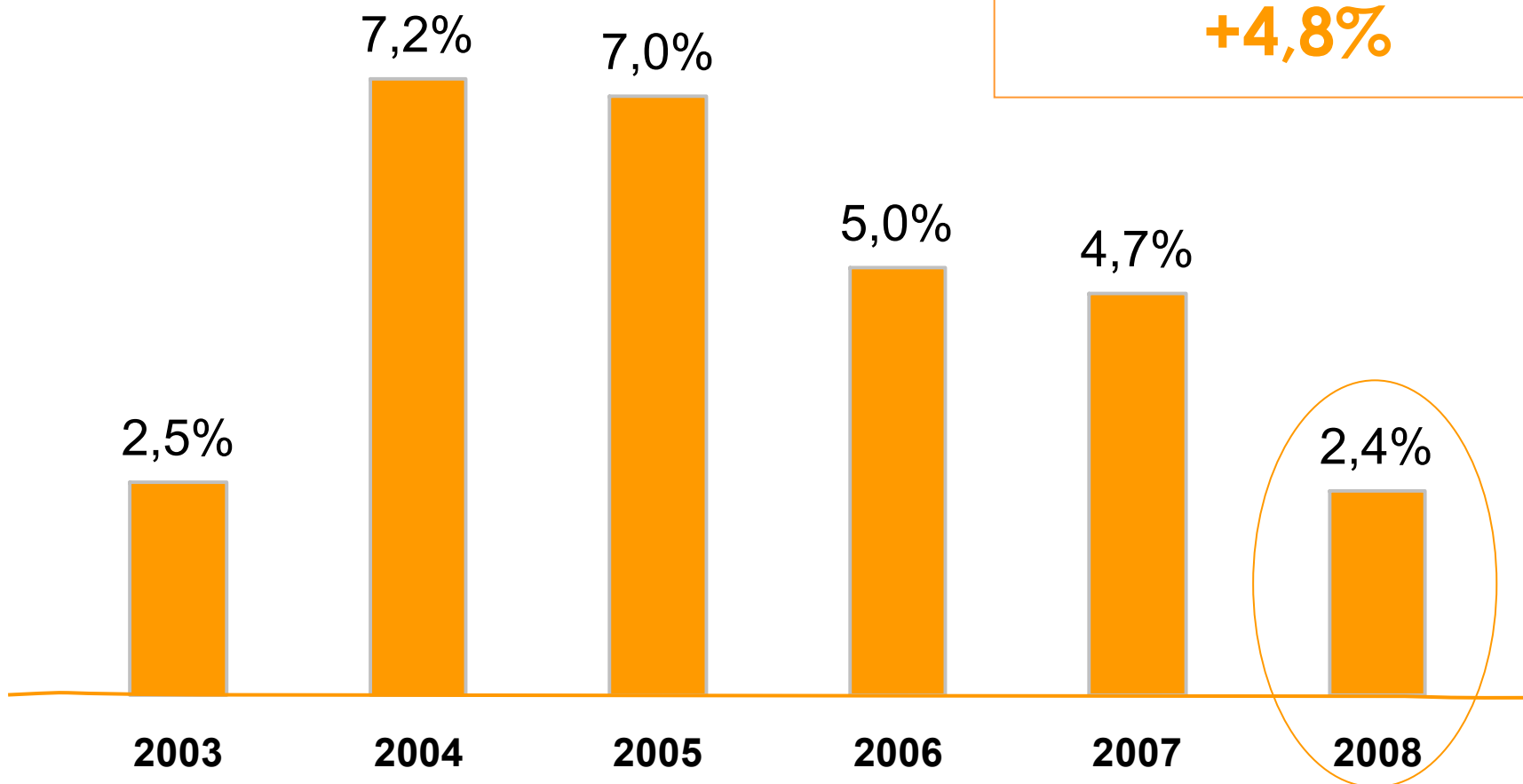
Chiffre d'affaires 2008



CHIFFRE
D'AFFAIRES

**1 420,9 millions
d'euros**

Croissance moyenne
2003 – 2008 à taux de
change constants :
+4,8%



Variation du chiffre d'affaires à taux de change constants

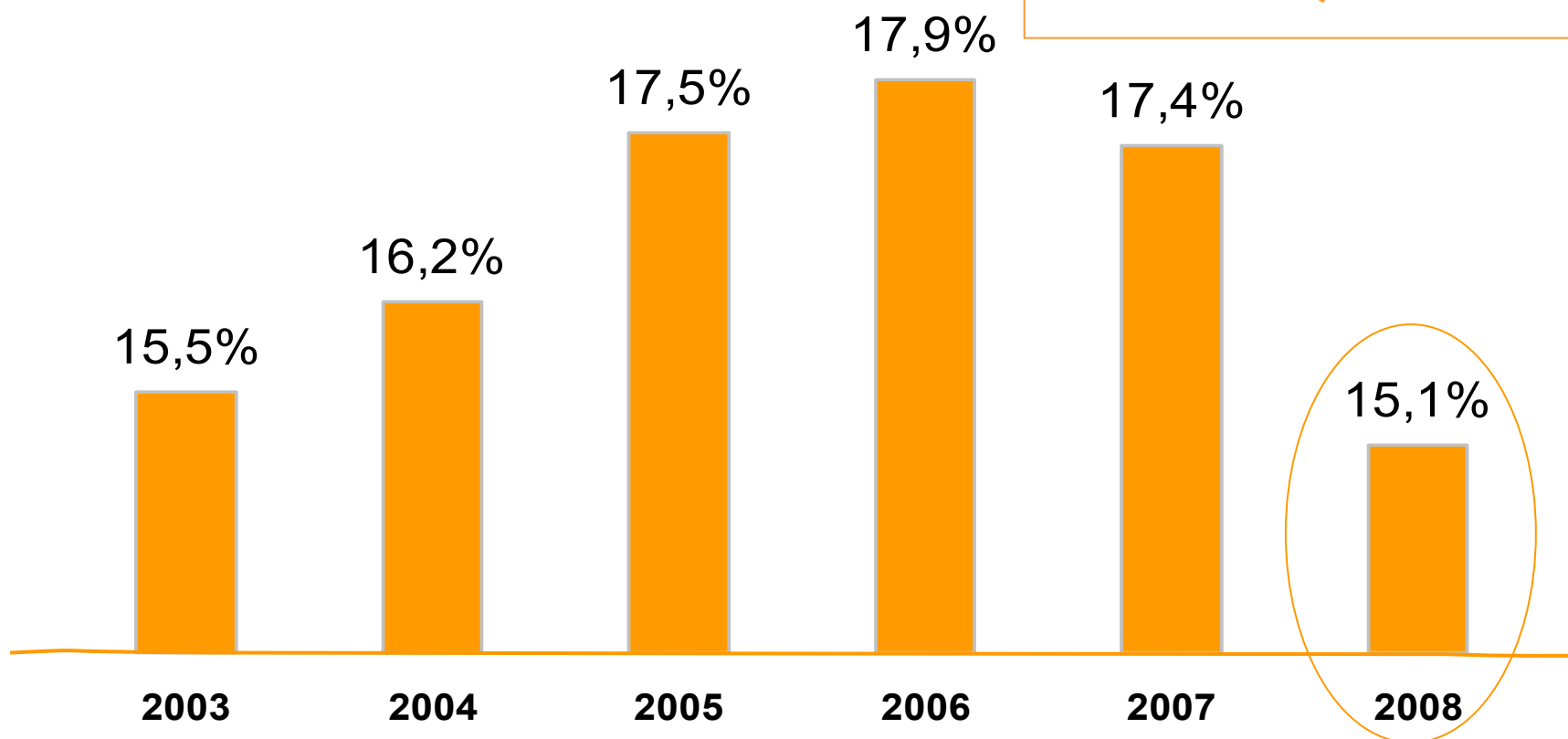
Marge d'exploitation 2008



RESULTAT
D'EXPLOITATION
NORMALISE

**214,3 millions
d'euros**

Marge d'exploitation
normalisée* moyenne
2003 – 2008 :
16,6%



* Marge d'exploitation normalisée (hors éléments exceptionnels et plus-value de cession) en publié

Chiffres et messages clés 2008 par catégorie



	Croissance du chiffre d'affaires ¹	Croissance du Résultat d'exploitation normalisé* ¹	Marge d'exploitation normalisée*	
PAPERIE	-0,4 %	-3,8 %	14,1 %	<ul style="list-style-type: none">• Parts de marché maintenues en Europe et en Amérique du Nord, sur des marchés en baisse• Bonne performance de l'Amérique latine• Accélération de la baisse des ventes de notre activité de marquage publicitaire au 4^{ème} trimestre
BRIQUETS	+0,8 %	-9,5 %	29,2 %	<ul style="list-style-type: none">• Bonne performance en Europe grâce à des augmentations de prix• Amérique du Nord affectée par ralentissement économique• Poursuite de la bonne performance en Amérique latine
RASOIRS	+3,9 %	-47,0 %	4,1 %	<ul style="list-style-type: none">• Les rasoirs 3-lames non rechargeables BIC® continuent d'être un moteur de croissance clé• La performance du BIC® Soleil® System est dans le bas de fourchette de notre estimation initiale de part de marché.

1: à taux de change constants

*: hors éléments exceptionnels et plus-value de cession

2008 : du Résultat d'exploitation au Résultat net



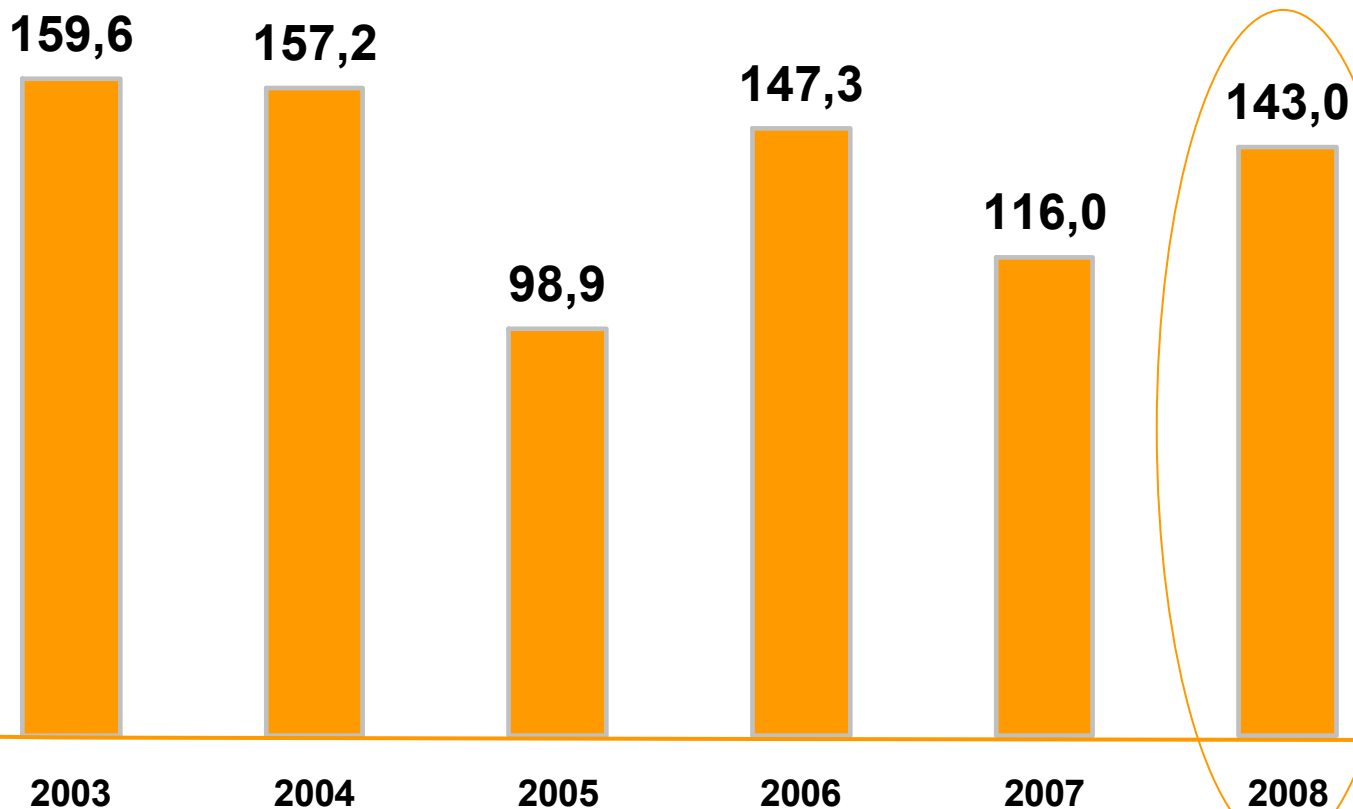
Groupe BIC <i>En millions d'euros</i>	2007	2008	
Résultat d'exploitation	255,8	209,6	} → + 1,3 million d'euros
<i>Produits financiers</i>	11,2	10,0	
<i>Charges financières</i>	- 5,8	-3,3	
Résultat avant impôt	261,2	216,3	
<i>Impôts</i>	- 87,7	- 71,4	
<i>Taux d'imposition</i>	33,6 %	33,0 %	
Résultat net	172,9	144,9	
BNPA	3,51	3,00	

Génération de trésorerie



En millions d'euros

Génération moyenne
de trésorerie 2003 – 2008 :
137 millions d'euros

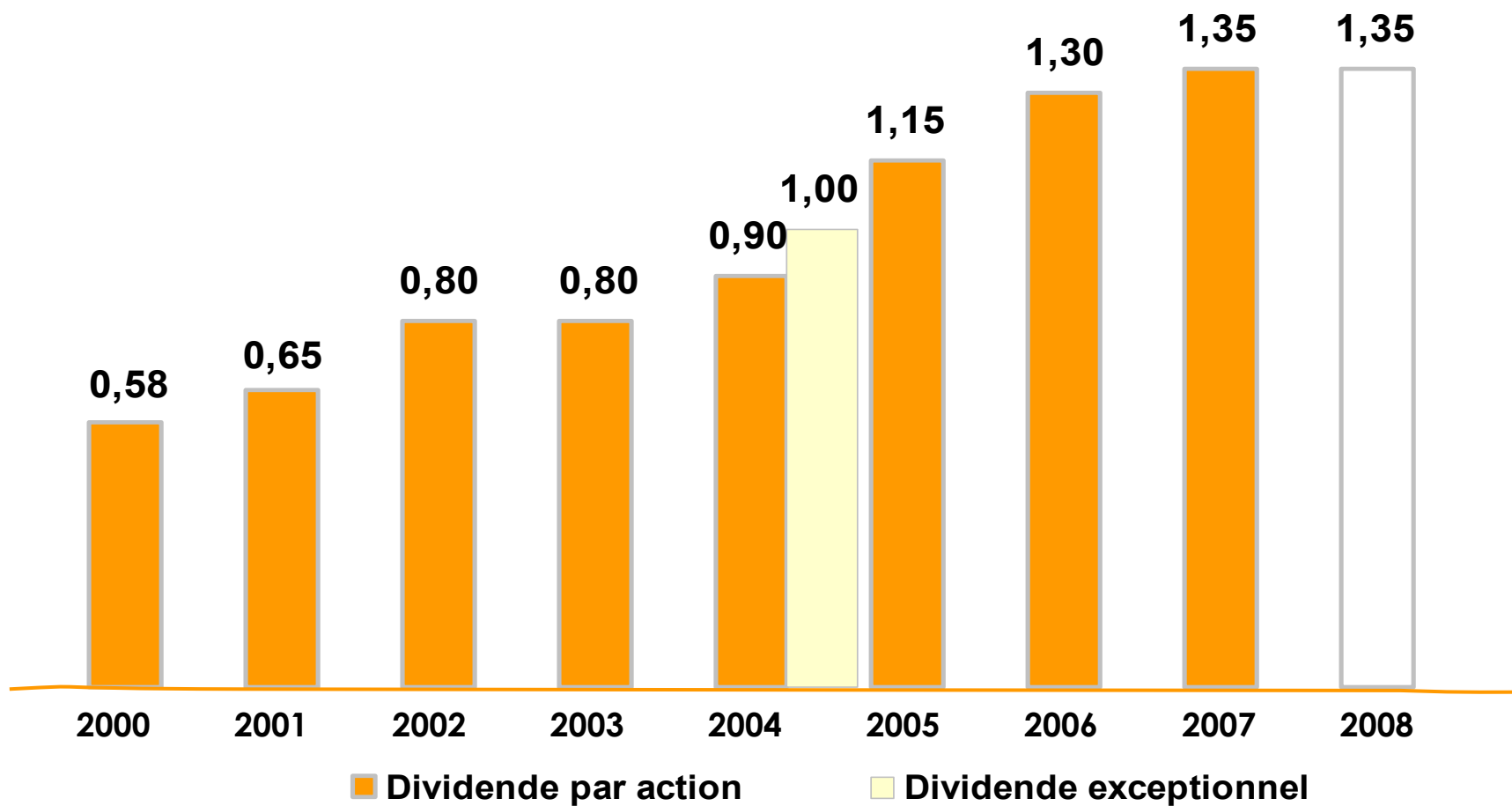


Flux de trésorerie liés à l'activité d'exploitation – flux de trésorerie lié aux activités d'investissement / après acquisitions

Rémunération des actionnaires



En euros

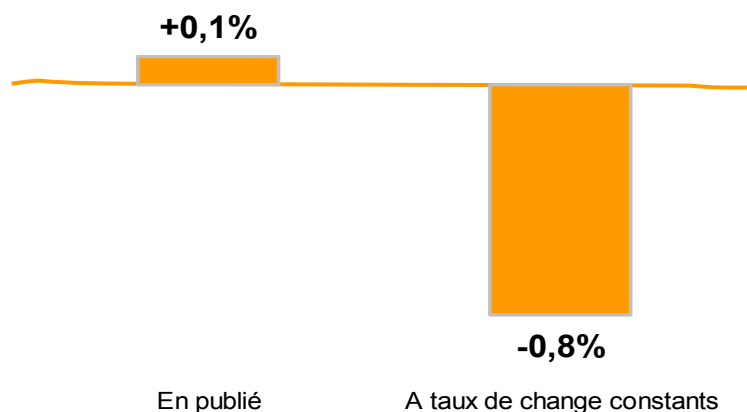


Chiffres clés du Groupe au T1 2009



Chiffre d'affaires : 308,4 millions d'euros

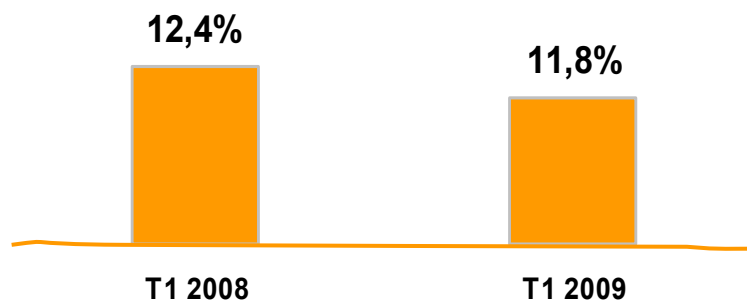
Variation en %



Important **ralentissement en Europe** et poursuite de la croissance en Amérique latine

Résultat d'exploitation : 36,3 millions d'euros

Marge



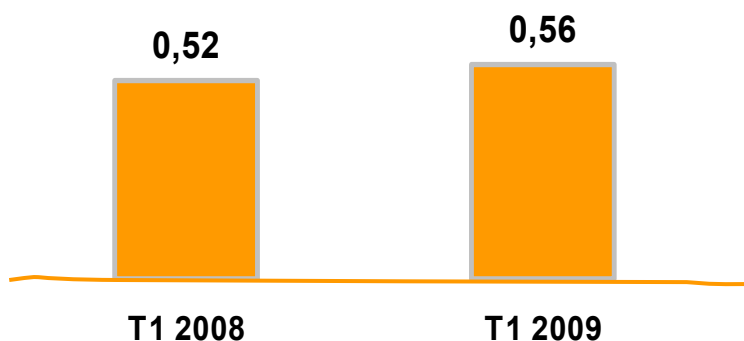
Marge brute affectée par des **coûts de production plus élevés**
Poursuite du **contrôle** des charges d'exploitation

Chiffres clés du Groupe au T1 2009



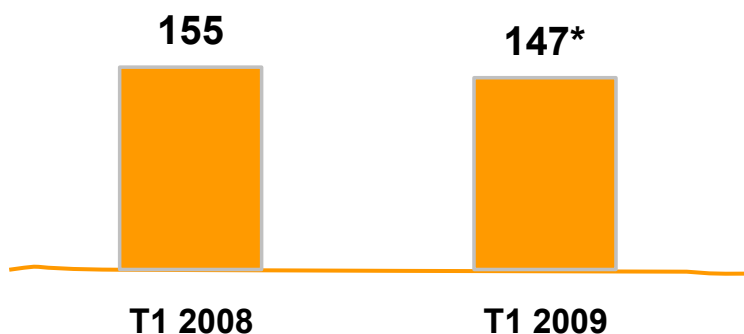
BNPA : en croissance de +7,7%

En euros



Trésorerie nette disponible

En millions d'euros



Forte génération de trésorerie liée au suivi des investissements et à l'amélioration du **besoin en fond de roulement**

*: hors impact du décalage de paiement lié à l'acquisition de Cello



Notre vision

Nous offrons des produits simples,

inventifs et fiables,

pour tous,



partout dans le monde.



Une équipe
managériale internationale
&
expérimentée



Produits

Marque

Positions
mondiales

Bilan
solide



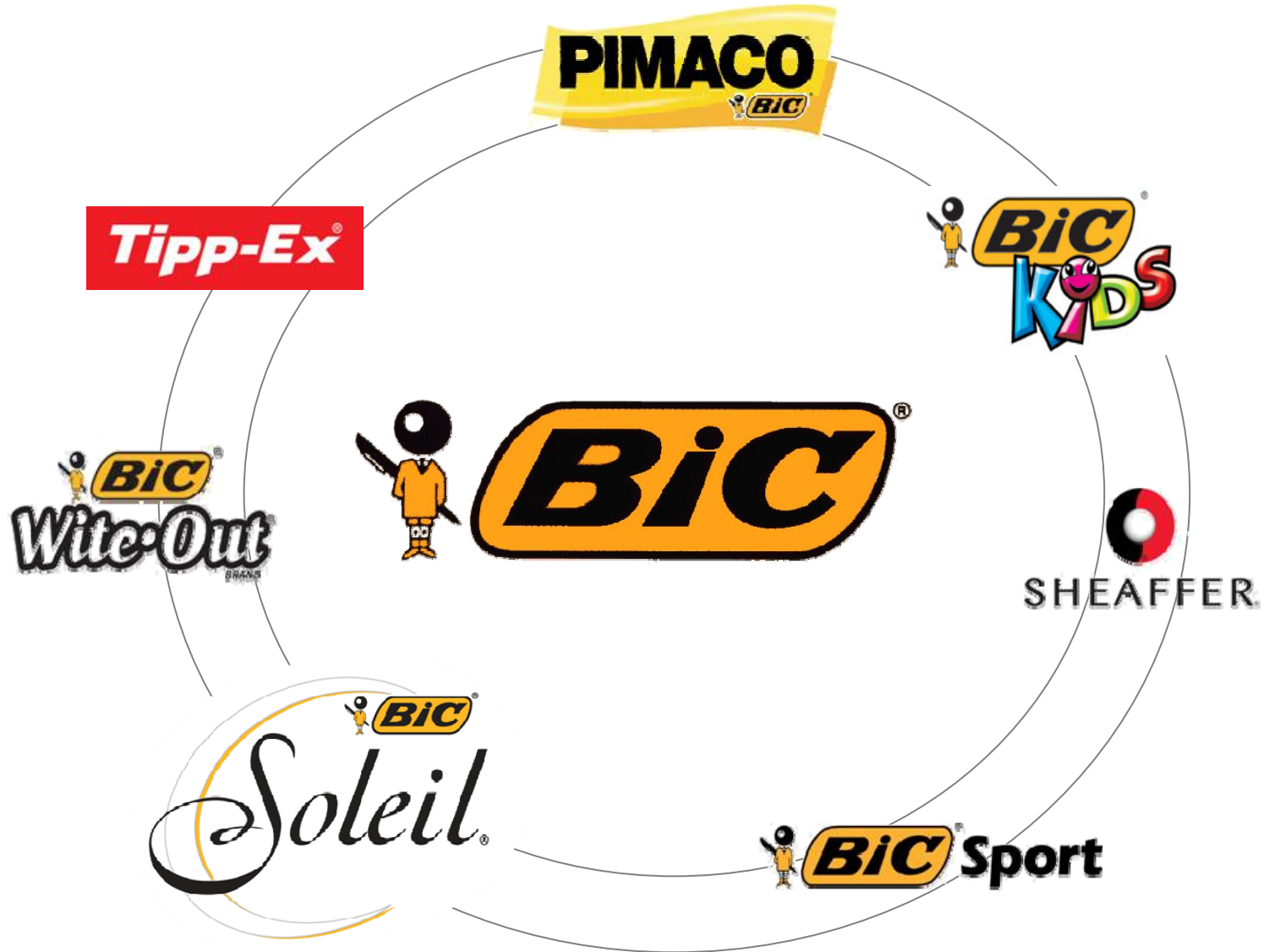
- Des réponses simples à des besoins quotidiens
- La qualité et la sécurité pour les 40 millions de produits BIC que les consommateurs choisissent d'acheter tous les jours, du plus simple au plus sophistiqué



ek

Qualité ~~OU~~
Prix

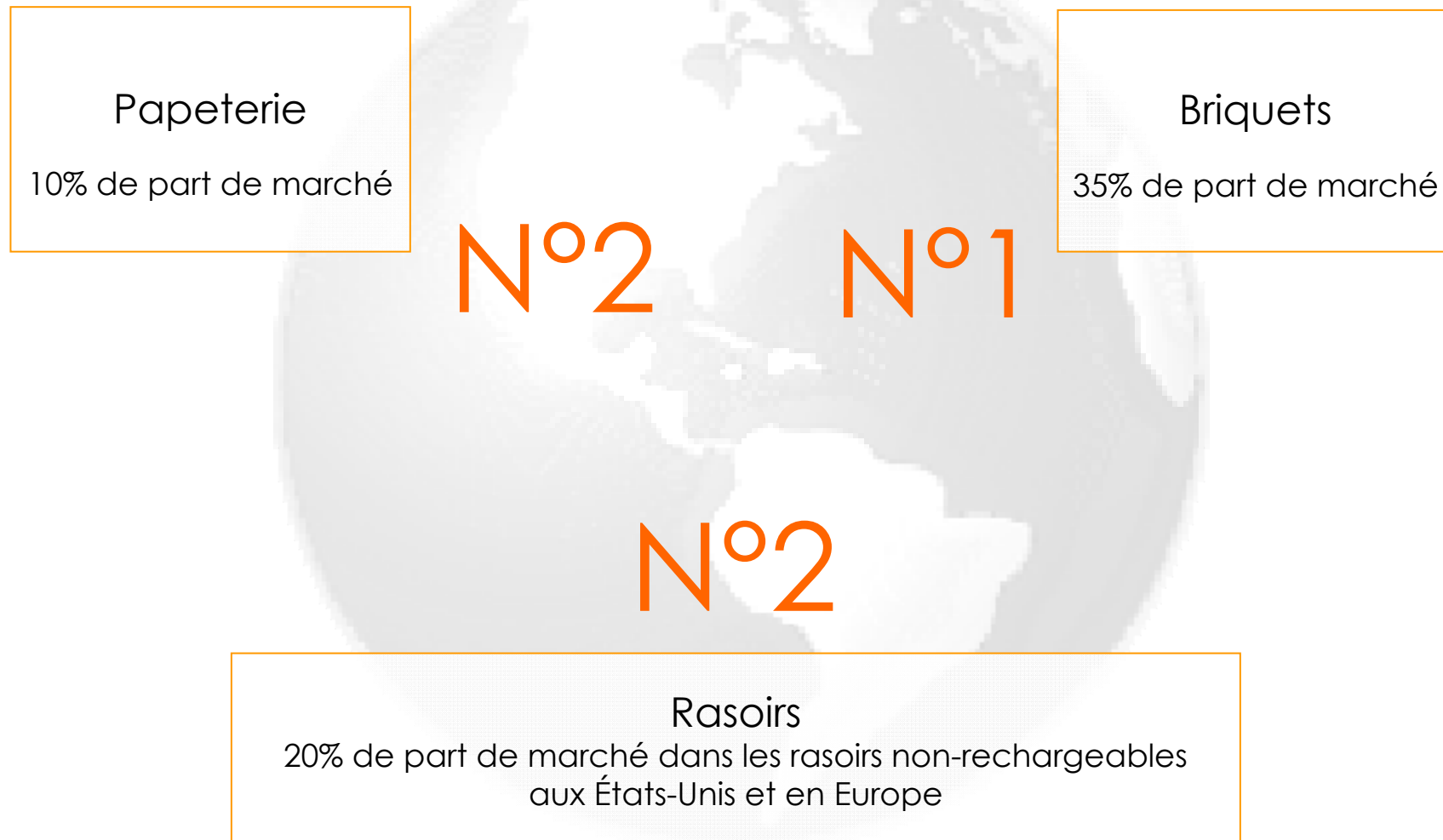
De grandes marque...S



De grandes marque...S



Des positions mondiales





- 1,4 milliard d'euros d'**actifs**
- 1,2 milliard d'euros de **capitaux propres**
- **Trésorerie nette disponible** : € 211 millions

Au 31 Décembre 2008



BIC
aujourd'hui

Nos forces

Papeterie : la qualité au prix BIC



Plus de 3 millions
de points
de vente dans
le monde

Des relations
fortes et
historiques avec
la distribution

Des produits
icônes



Des positions
de leader mondial

Des marques
fortes



Des positions fortes
sur les principaux
segments

La confiance des
consommateurs depuis
plus de 50 ans

De
l'innovation



Papeterie : des produits icônes



1959



1969



Papeterie : des produits icônes



50 ans pour **Tipp-Ex**

40 ans pour le **4 couleurs**



Papeterie : dernières innovations



Stylo à bille - BIC® Cristal® Large



Roller - BIC® Triumph™



Porte-mines rechargeable – BIC® AI™



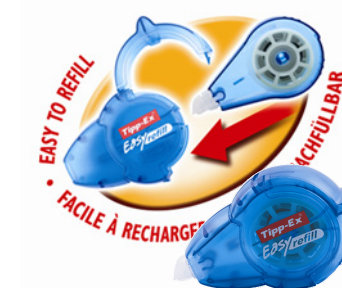
Feutres de coloriage
BIC® Kids Colorie et efface



Distributeur d'index



Ruban correcteur - Tipp-Ex® Easy Refill

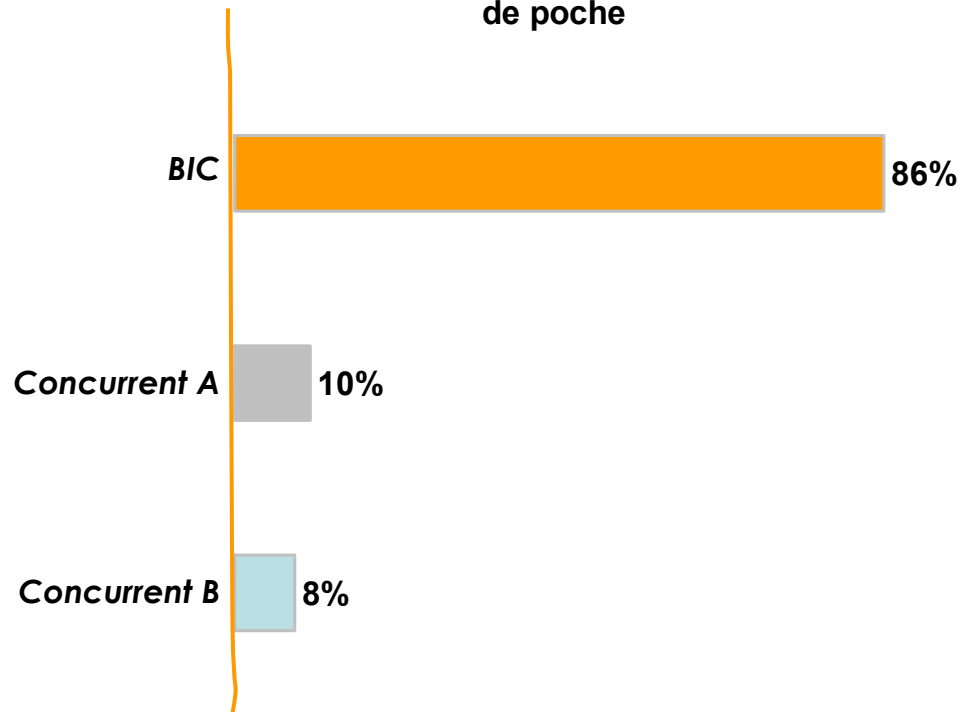


Briquets : BIC, seul fabricant mondial de briquets de marque



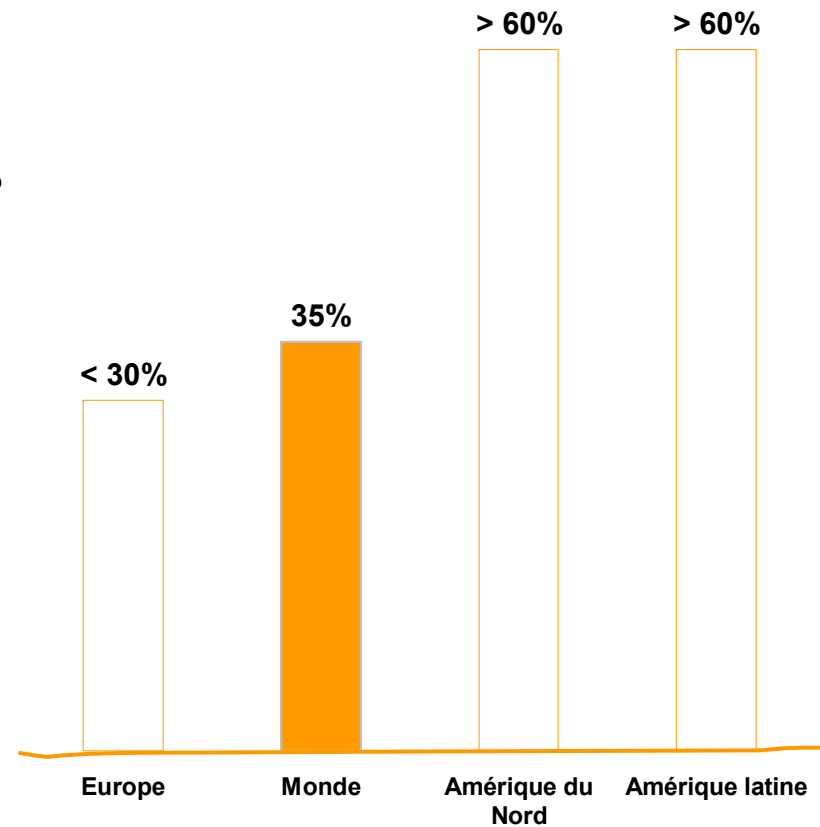
Choix des consommateurs

Notoriété de la marque
Marché américain des briquets
de poche



Leader du marché

Parts de marché estimées
(en valeur)



Marchés des briquets de poche sur lesquels BIC est présent

Briquets : BIC, seul fabriquant mondial de briquets de marque



Sécurité



Prévention
et éducation



up to
2X
TWICE THE
LIGHTS



Qualité

Briquets : continuer d'offrir plus de produits à valeur ajoutée



Amérique du Nord



Europe



Monde



Europe



Amérique latine

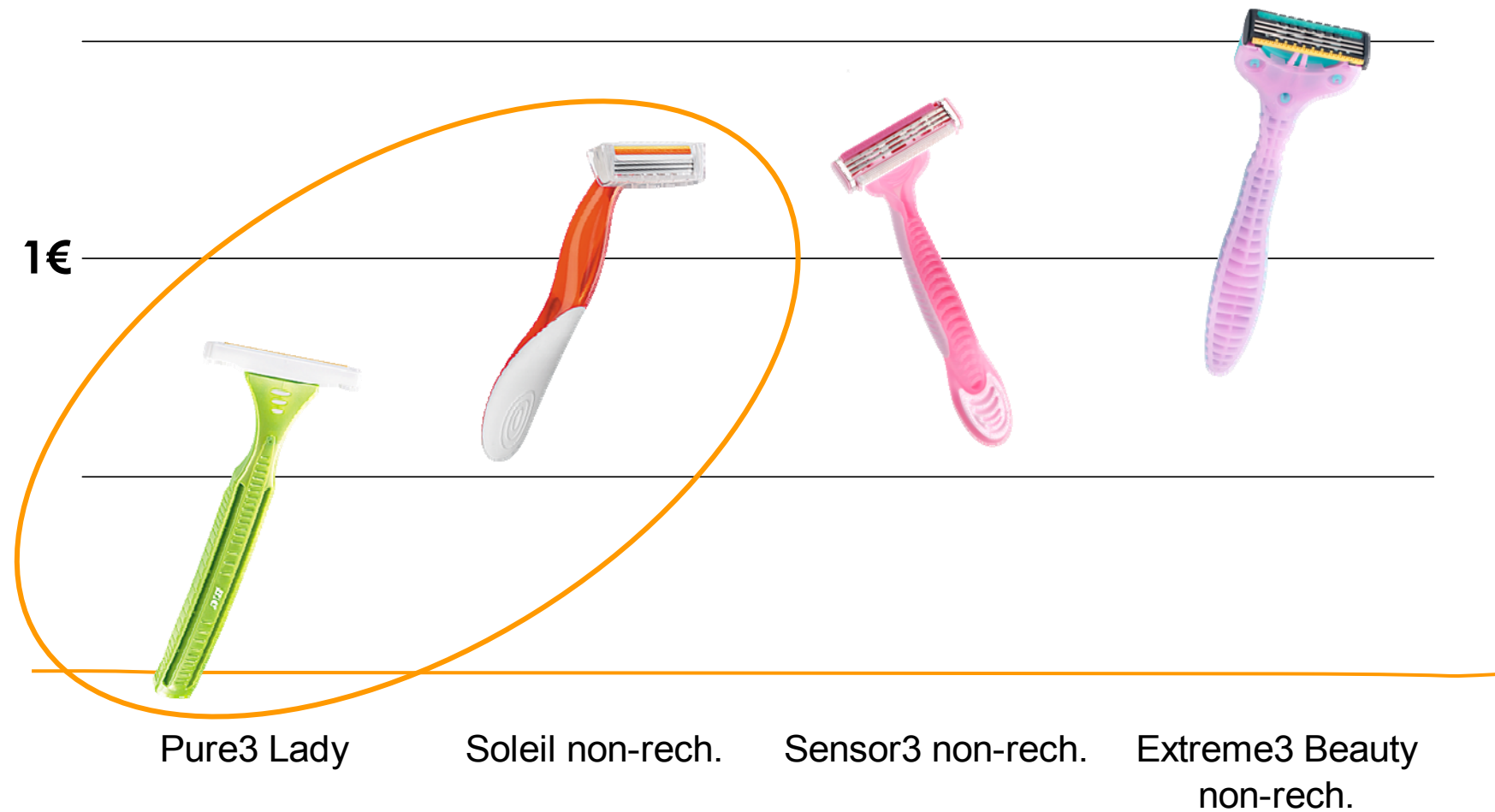
Rasoirs : qualité et innovation à un prix raisonnable

Rasoirs **non-rechargeables 3-lames masculins** – France (en euros)



Rasoirs : qualité et innovation à un prix raisonnable

Rasoirs **non-rechargeables 3 - lames féminins** – France (en euros)



Les rasoirs aujourd'hui : des produits phares sur chacun de nos marchés



BIC 3™ et BIC Comfort 3™ Advance
pour les hommes

La gamme BIC® Soleil
pour les femmes

BIC Comfort 3™ Action
en Amérique latine



Rasoirs : qualité et innovation à un prix raisonnable



**Nouvelle technologie,
4 lames individuellement flottantes
pour rasoirs rechargeables et non - rechargeables**



**Nouveau
BIC® Eco Evolutions™ :
le 1^{er} rasoir BIC® avec
un manche en bioplastique**



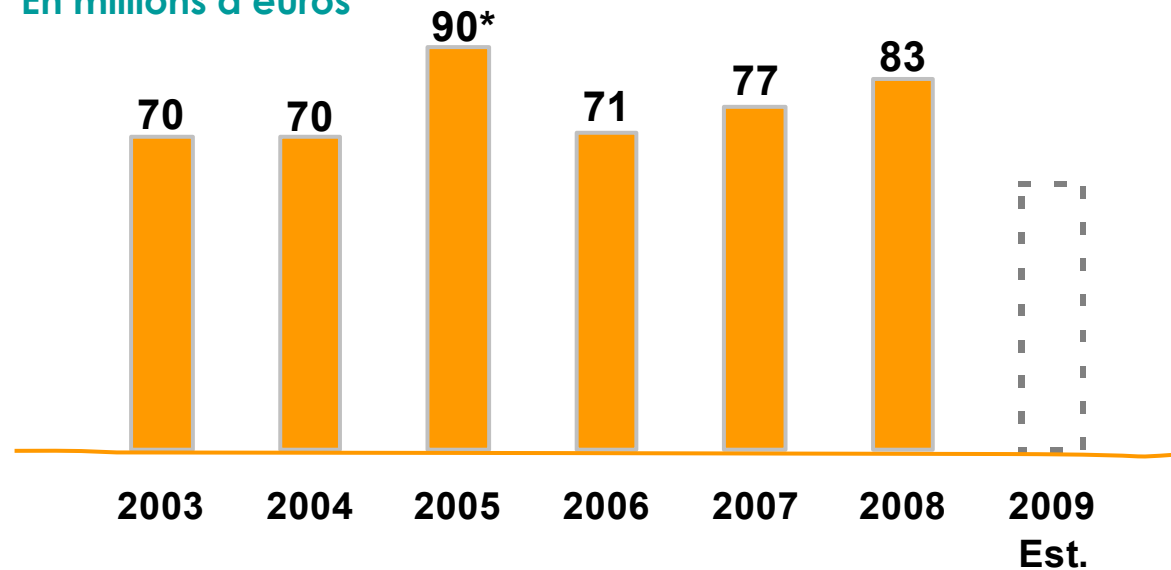
**Nouveau
BIC® Easy :
le 1^{er} rasoir "tout en un",
1 manche et 6 recharges**

Amélioration permanente de la génération de trésorerie



Investissements

En millions d'euros



Besoin en fond de roulement

Ratio de rotation des stocks en nombre de jours



*: y-compris bureaux de Shelton pour 10 millions d'euros

Plan 2009 de réduction des coûts afin de s'adapter à l'évolution récente de nos marchés clés

Coûts

Environ 50 millions d'euros partiellement compensés par l'écart d'acquisition négatif constaté à l'occasion de l'acquisition d'APP

→ **Impact net : environ 35 millions d'euros, en totalité sur les comptes de 2009**

Economies

Environ 30 millions d'euros sur une base annuelle dès 2010 avec un effet plein à partir de 2011

Une approche “de bon sens” du développement durable



Une gamme de papeterie en matériaux recyclés

Un rasoir en bioplastique





BIC
demain

Deux acquisitions récentes



L'activité Produits Promotionnels d'Antalis

- Acquisition de 100% de l'activité Produits Promotionnels d'Antalis (APP) pour 33,5 millions d'euros



Partenariat stratégique avec Cello® Pens

- Acquisition de 40% de l'activité instruments d'écriture de Cello® Pens pour soit 124 millions d'euros* avec une option d'achat permettant à BIC d'augmenter sa participation à hauteur de 55% dans 5 ans

* 63,6 roupies indiennes (INR) = 1 EURO (au 20/01/2009)

Pourquoi l'industrie des Produits Promotionnels ?



Un important marché en croissance sur le long-terme

**12 milliards
d'euros**

données fabricants (estimation)

13%

des dépenses totales de communication
des entreprises

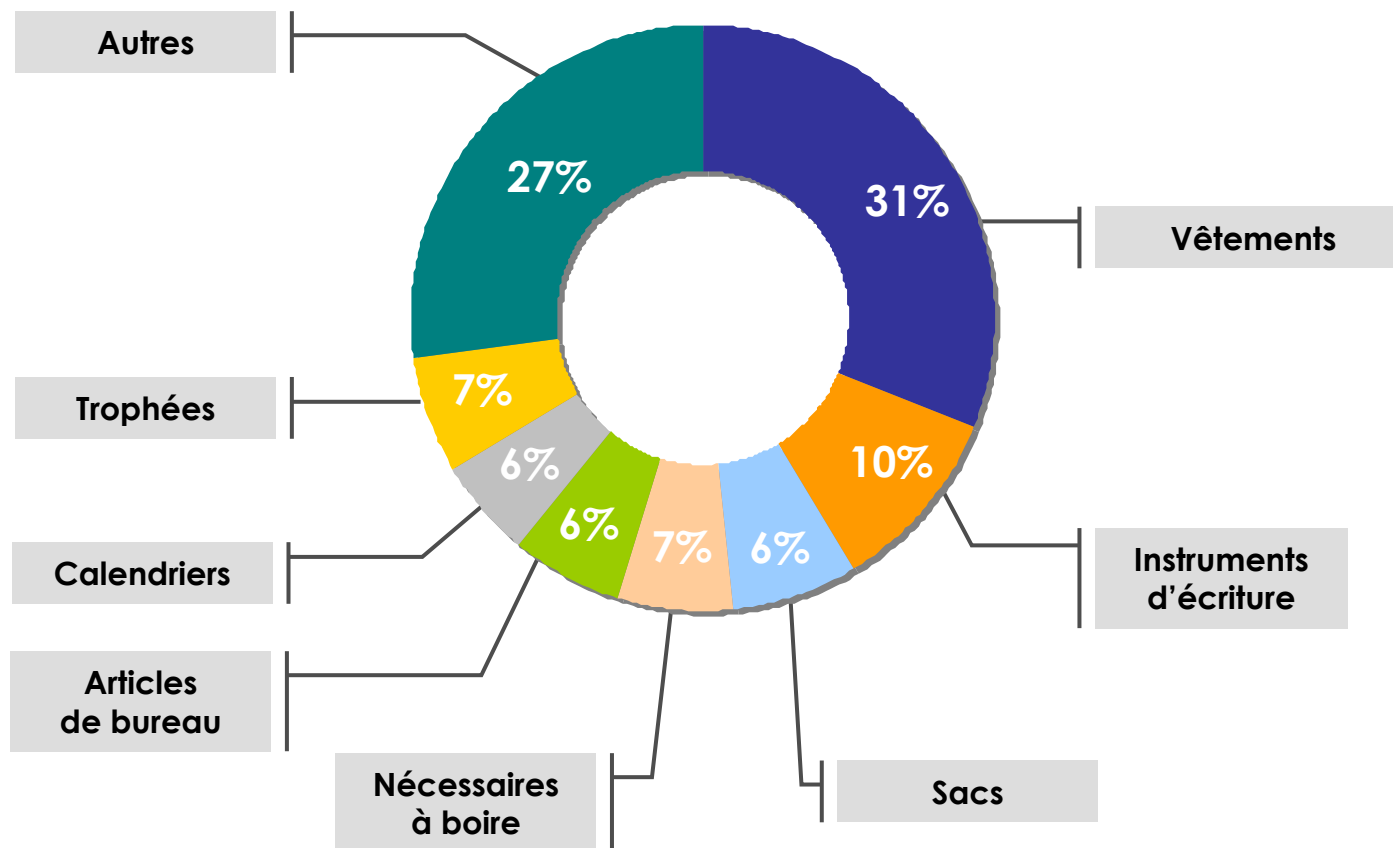
4%

de croissance annuelle moyenne
sur les 20 dernières années

Pourquoi l'industrie des Produits Promotionnels ?



Une offre de produits très diversifiée et fragmentée



Pourquoi l'industrie des Produits Promotionnels ?



Une légitimité historique de BIC dans cette activité



Fournisseur N°1 des instruments d'écriture promotionnels et des briquets de marque

Des positions fortes sur ses marchés (Europe, États-Unis, Amérique latine)



2 modèles économiques complémentaires



Intégration verticale

- Excellence dans la gestion des commandes et l'impression
- Perçu comme un acteur spécialisé



Intégration horizontale

- Acteur européen avec un large réseau de distributeurs
- Une large gamme de produits non imprimés
- Savoir faire reconnu dans l'approvisionnement

Pourquoi APP ?

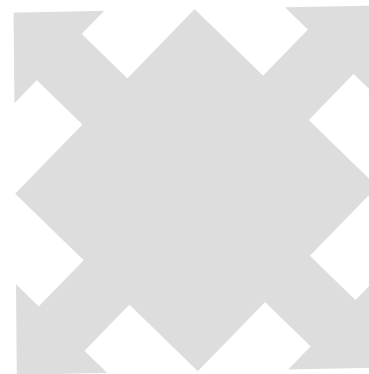


Renforcer les positions de leader de BIC



**Une gamme complète
de produits et services**

**Des capacités
mondiales
d'approvisionnement**

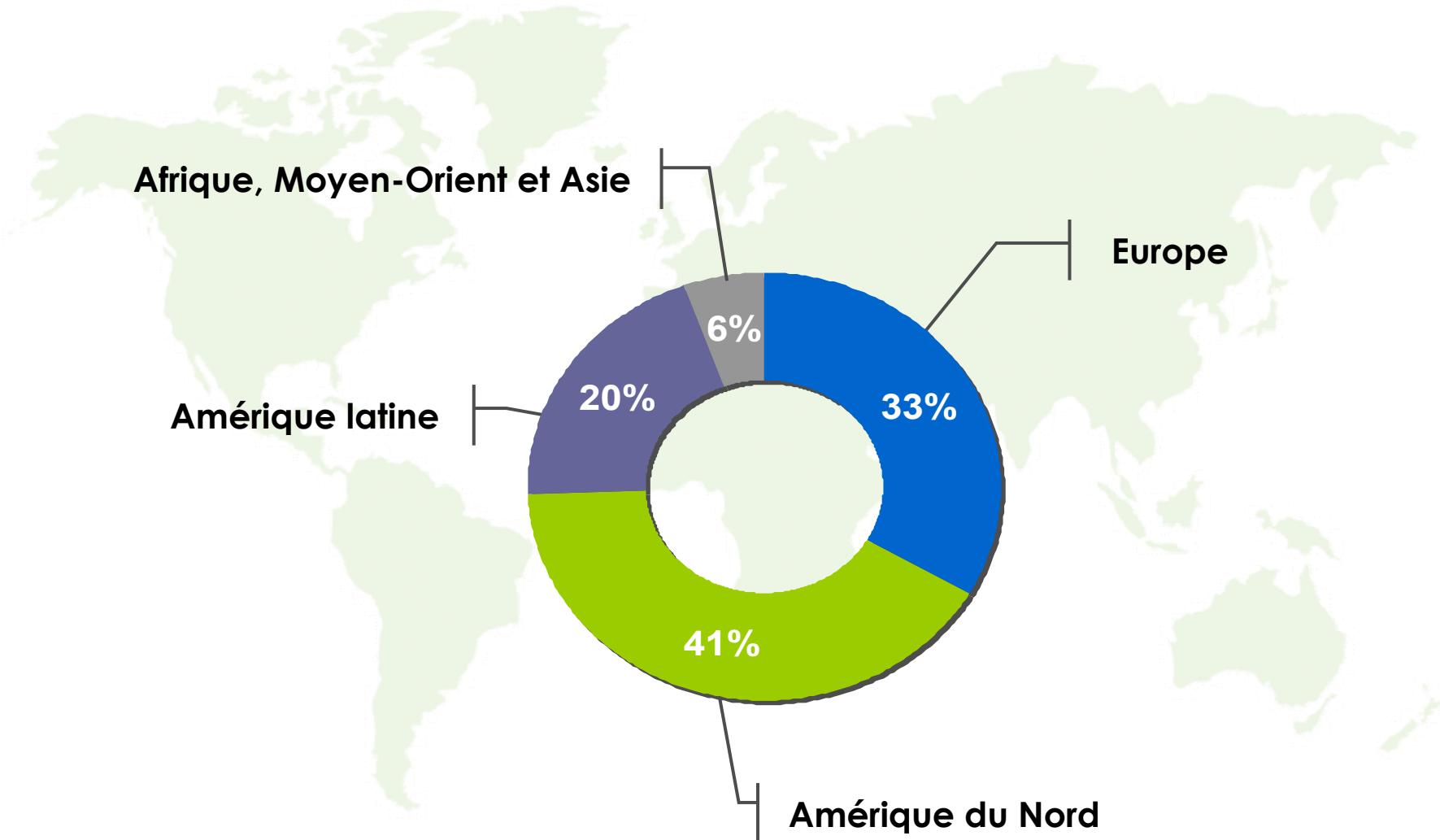


**Une offre de produits
imprimés et non
imprimés par deux
entités différentes**

**Un effet de levier
potentiel en Amérique
du Nord et en
Amérique latine**

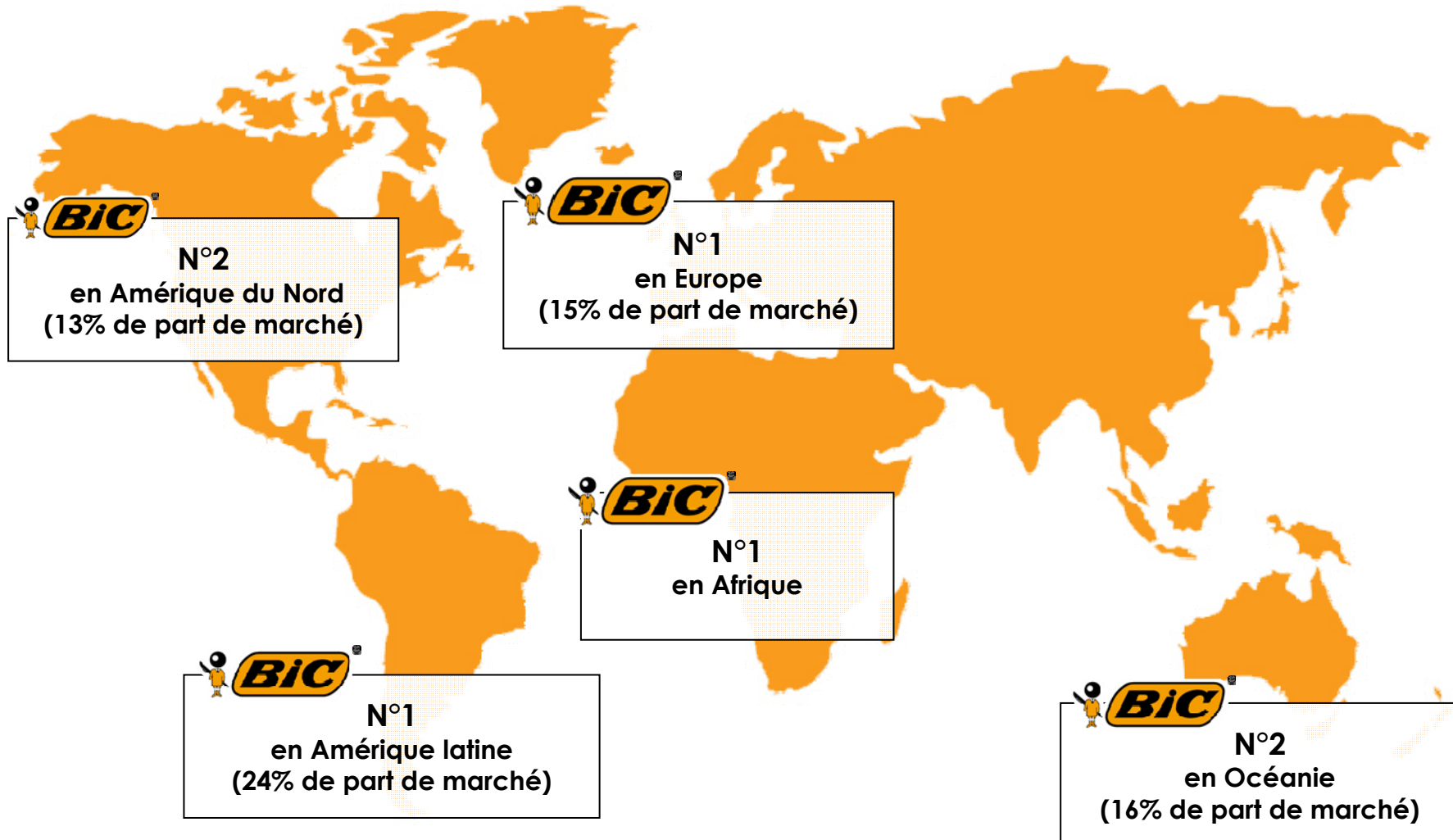


Chiffre d'affaires 2008 par zone géographique





Part de marché dans les instruments d'écriture

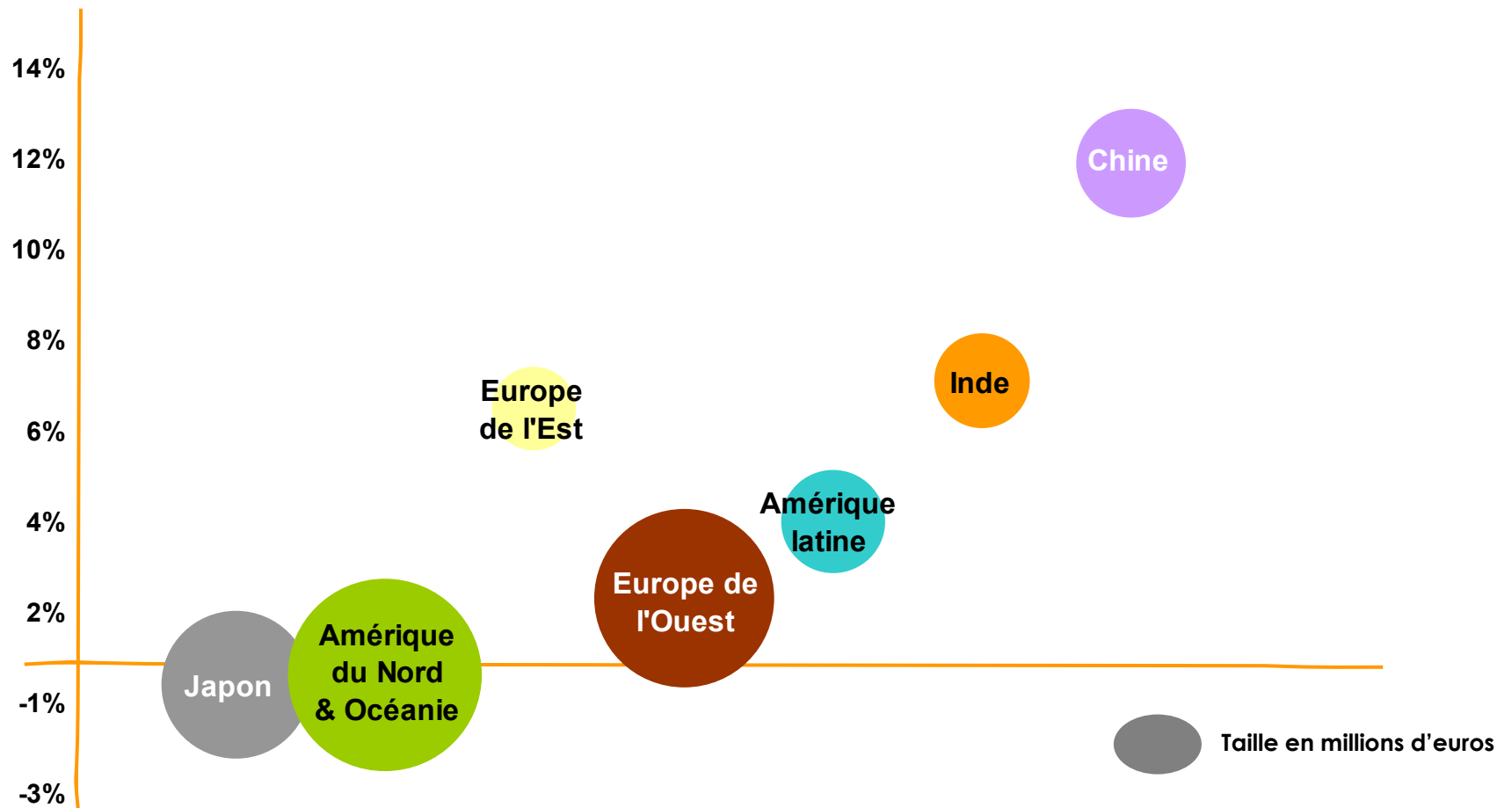


Papeterie – D'où viendra la croissance ?



Croissance du marché 2006-2007 par zone géographique (en valeur)

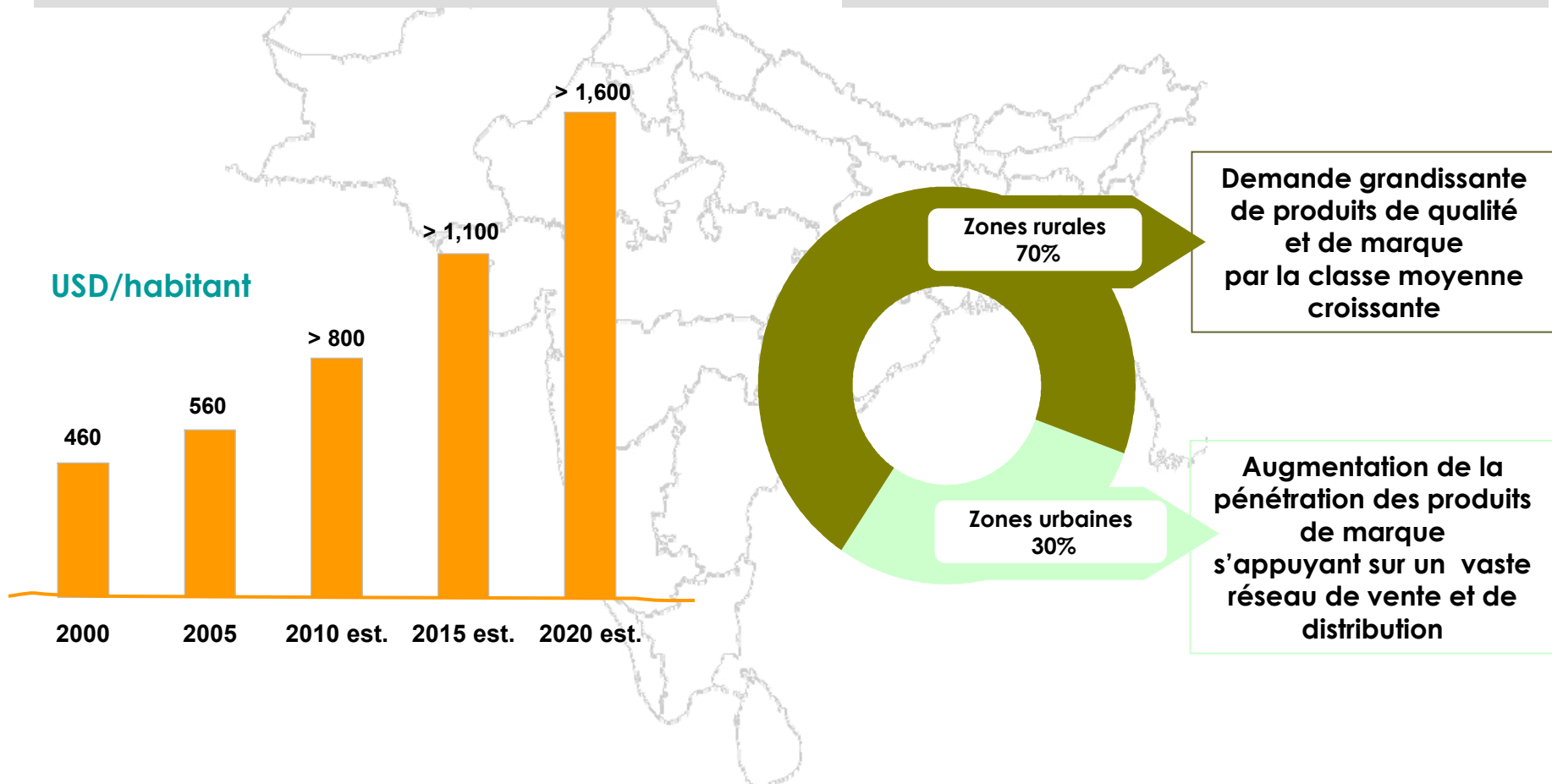
Croissance du marché



Un potentiel fort du PIB par habitant pour les 10 prochaines années



Un secteur privé dynamique et compétitif représentant plus de 75% du PIB total



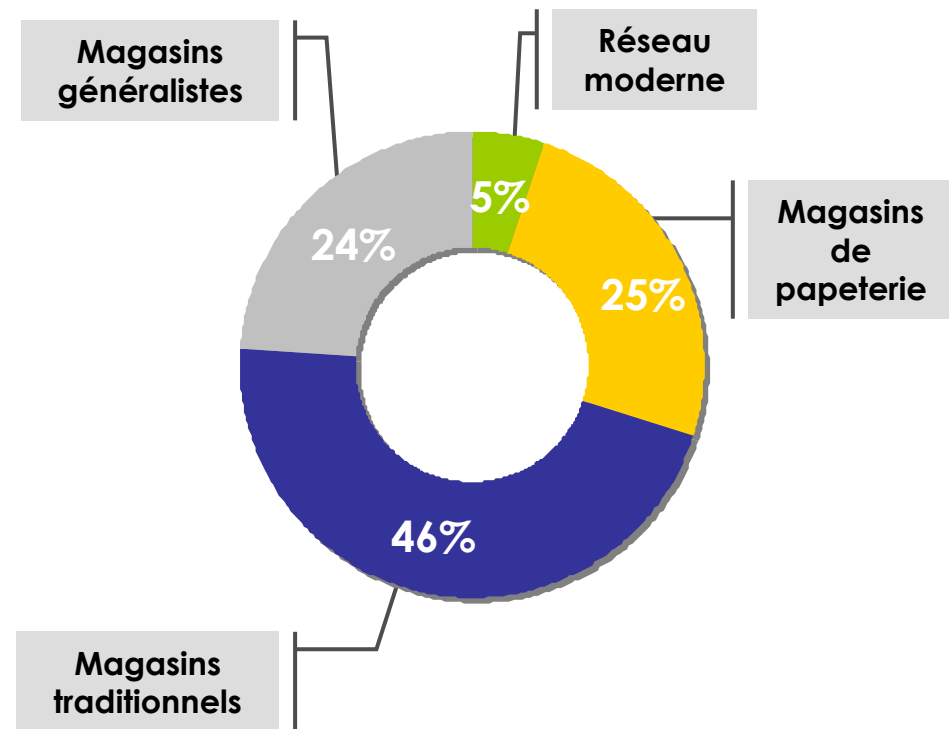
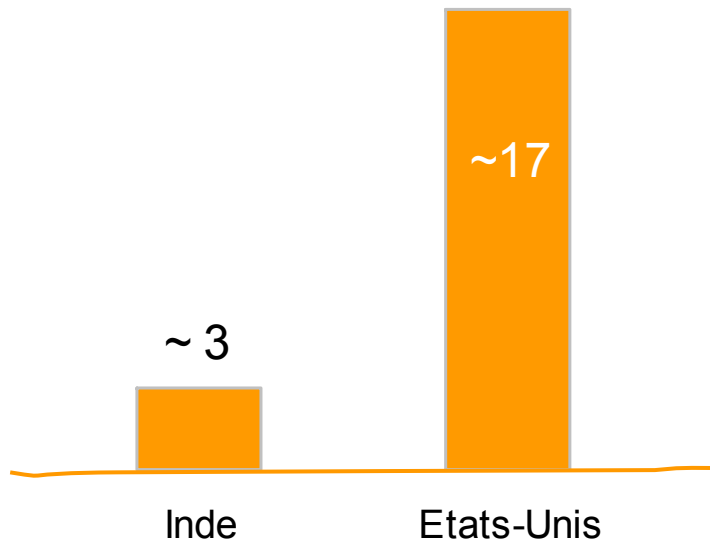
Les instruments d'écriture en Inde



Marché total des stylos : ~ 345 millions d'euros*

Une consommation par habitant faible mais en croissance

Un réseau de distribution très fragmenté

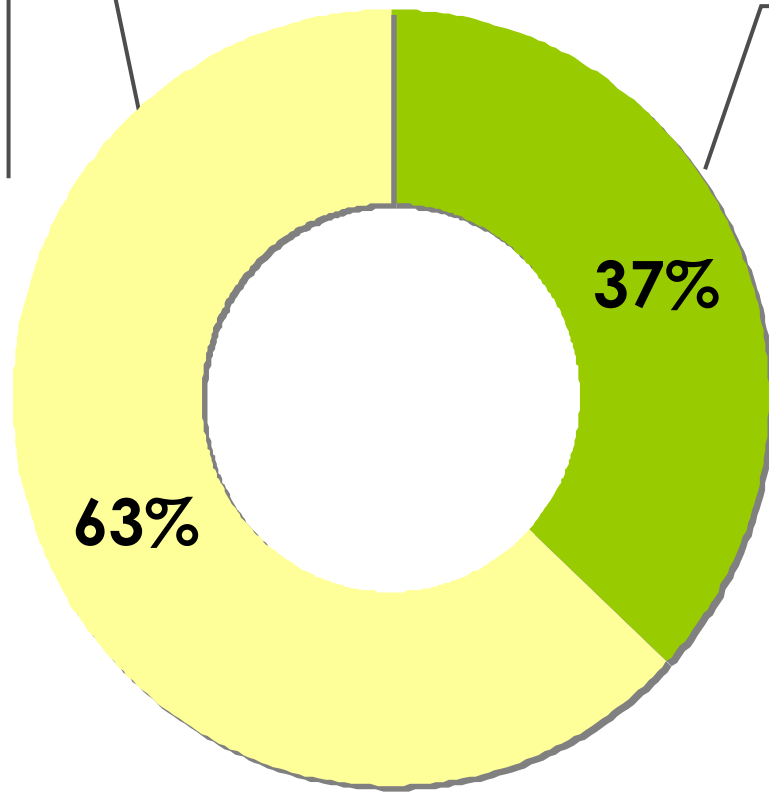


* 63,6 roupies indiennes (INR) = 1 EURO (au 20/01/2009)



Un véritable leader sur son marché

Lexi, Flair, Linc,
Add Pens, Montex,
GM Pens, Luxor, Today's,
Rotomac



Le leader indien des instruments d'écriture

90%

de notoriété
spontanée

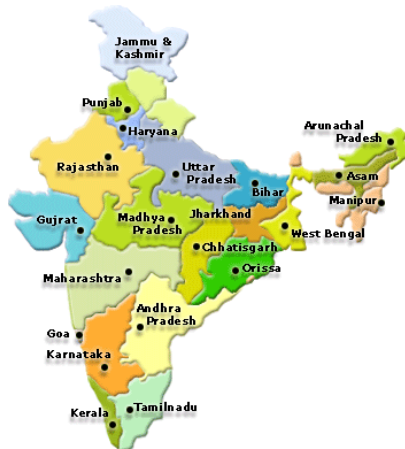


1 milliard

de stylos
produits par an



Le plus grand réseau de distribution en Inde



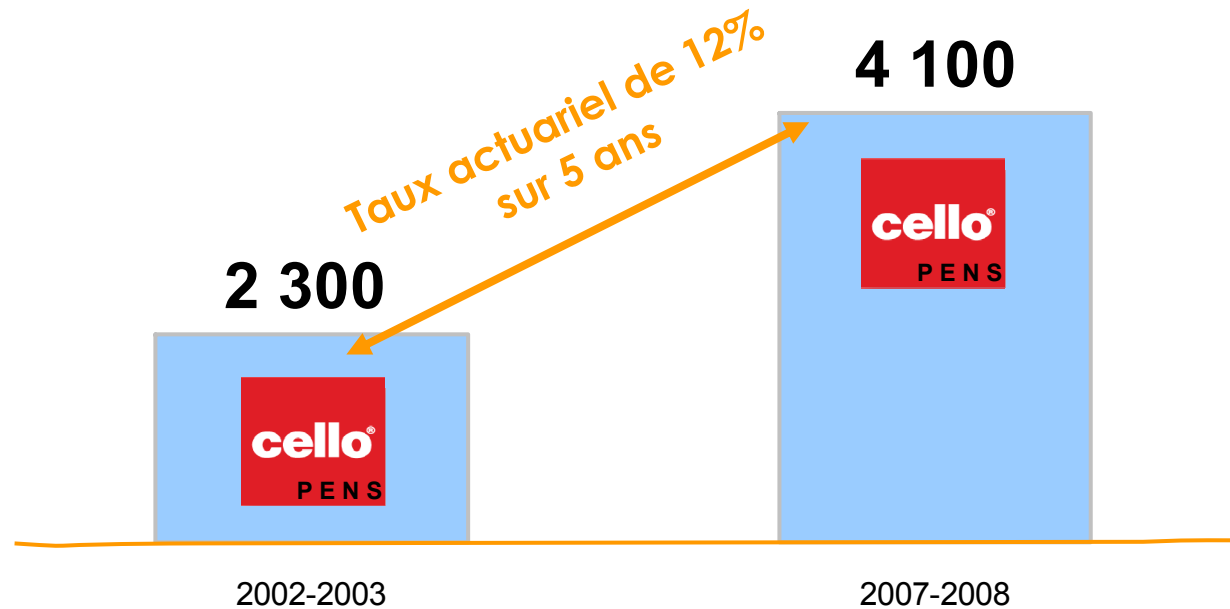
Les produits Cello® sont distribués partout en Inde à travers un réseau de :

- ➔ **731 000 points de vente sur l'ensemble du territoire indien**
- ➔ **Un réseau de 42 dépositaires et 4 200 distributeurs**

Forte croissance – Rentabilité élevée

Chiffre d'affaires
(en millions de roupies indiennes)

Environ 30% de marge opérationnelle en 2007-2008



Des bénéfices importants pour les deux groupes



Étendre l'activité Papeterie de BIC à l'un des marchés d'instruments d'écriture les plus dynamiques au monde

Développer des segments de marché émergents en Inde (Correction, Marqueurs et Porte-mines)

Un partenariat avec la marque N°1 en Inde



Partager les meilleures pratiques sur le développement de nouveaux produits et les processus de production

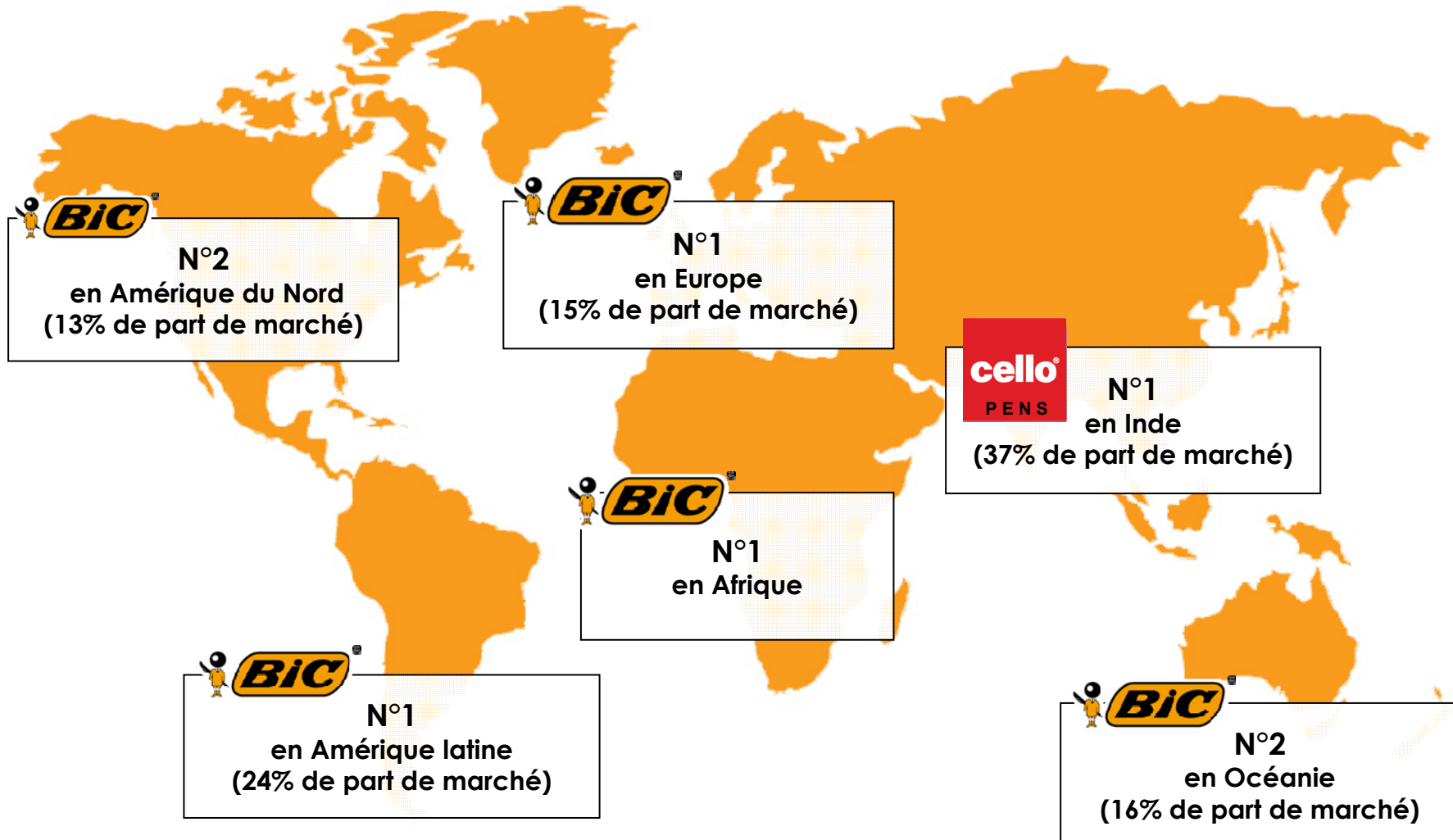
Dans certains pays, compléter la gamme BIC® avec des produits Cello® sélectionnés

Renforcer la position de Cello® en Inde en complétant son portefeuille produits par des produits BIC®

Des opportunités de croissance multipliées pour les deux sociétés



Part de marché dans les instruments d'écriture





Notre **philosophie**



Se fonder sur nos valeurs,
inventer le futur





Assemblée
Générale 2008

Présentation
des Résolutions



- **Approbation d'une nouvelle convention réglementée :**
 - Abandon de créance de Société BIC

Donner acte d'une convention précédemment autorisée

- **Renouvellement de l'autorisation donnée au Conseil d'Administration d'opérer sur les actions BIC :**
 - Dans la limite de 10 % du capital social pour un montant maximum de 370 M€
 - Prix maximum d'achat : 75 € par action
 - Impossibilité d'utiliser cette autorisation en période d'offre publique, sauf autorisation expresse et préalable de l'Assemblée



- **Ratification de la cooptation de M. John Glen**
- **Modification de l'article 10 « Administration » des statuts**
 - Durée du mandat des administrateurs : entre 1 et 3 ans
- **Renouvellement du mandat de six administrateurs :**
 - François Bich
 - Marie-Pauline Chandon-Moët
 - Frédéric Rostand
 - John Glen
 - Marie-Henriette Poinot
 - Société M.B.D.
- **Nomination d'un nouvel administrateur :**
 - Pierre Vareille



- **Renouvellement de l'autorisation donnée au Conseil de réduire le capital social par voie d'annulation d'actions acquises:**
 - dans le cadre de l'article L.225-209 du Code de Commerce
 - dans le cadre de l'article L.225-208 du Code de Commerce

- **Modification de l'article 15 « Assemblée d'actionnaires » des statuts**
 - Prise en compte de la date d'enregistrement



Assemblée
Générale 2008

14 mai 2009



Assemblée
Générale 2008

Vote des
Résolutions

Fonctionnement des boîtiers de vote



1

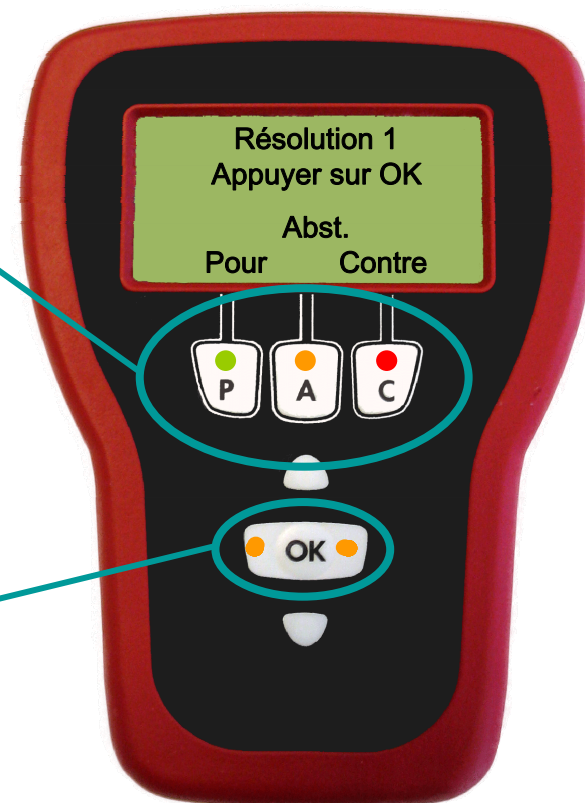
APPUYEZ SUR LA TOUCHE
CORRESPONDANT À VOTRE CHOIX :

- P = Pour
- A = Abstention
- C = Contre

2

APPUYEZ SUR LA TOUCHE
POUR VALIDER VOTRE CHOIX

OK



**Aucun vote n'est possible
en dehors de la période d'ouverture**



AGO

Approbation des comptes sociaux



AGO

Approbation des comptes consolidés



AGO

Affectation du résultat – Fixation du dividende

- 1,35 € par action
- Mis en paiement le 25 mai 2009



AGO

Approbation d'une nouvelle convention réglementée :

→ Abandon de créance de Société BIC

Donner acte d'une convention précédemment autorisée



AGO

Fixation du montant des jetons de présence

→ 245 000 € au titre de l'exercice 2009



AGO

Autorisation à donner au Conseil d'Administration d'opérer sur les actions de la Société

- Montant maximal : 370 M€
- Prix maximum d'achat : 75 € par action



AGO

**Ratification de la cooptation de
M. John Glen**



AGE

Modification de l'article 10 « Administration » des statuts



AGO

Renouvellement du mandat d'administrateur de M. François Bich

→ Durée : 2 exercices



AGO

**Renouvellement du mandat
d'administrateur de Mme Marie-
Pauline Chandon Moët**

→ Durée : 2 exercices



AGO

Renouvellement du mandat d'administrateur de M. Frédéric Rostand

→ Durée : 2 exercices



AGO

Renouvellement du mandat d'administrateur de M. John Glen

→ Durée : 3 exercices



AGO

**Renouvellement du mandat
d'administrateur de Mme Marie-
Henriette Poinso**

→ Durée : 3 exercices



AGO

Renouvellement du mandat d'administrateur de la Société M.B.D.

→ Durée : 3 exercices



AGO

Nomination de M. Pierre Vareille en qualité d'administrateur

→ Durée : 3 exercices

AGE

**Autorisation à donner au Conseil
d'Administration de réduire le capital
social par voie d'annulation d'actions
acquises dans le cadre de l'article
L.225-209 du Code de Commerce**



AGE

**Autorisation à donner au Conseil
d'Administration de réduire le capital
social par voie d'annulation d'actions
acquises dans le cadre de l'article
L.225-208 du Code de Commerce**



AGE

**Modification de l'article 15
« Assemblées d'actionnaires » des
statuts**



AGM

Pouvoirs pour accomplir les formalités



Assemblée
Générale 2008

14 mai 2009