



Se fonder sur nos valeurs...
inventer le futur

Les hommes et les femmes sont
la clé de route de notre
philosophie



Voir glossaire page 64 pour les définitions

Assemblée Générale Mixte du 10 mai 2012





Progression des parts de marché dans l'activité Grand Public





Succès des nouveaux Produits





Forte performance opérationnelle

Chiffre d'affaires
+3,1%

Activité Grand Public
+6,3%

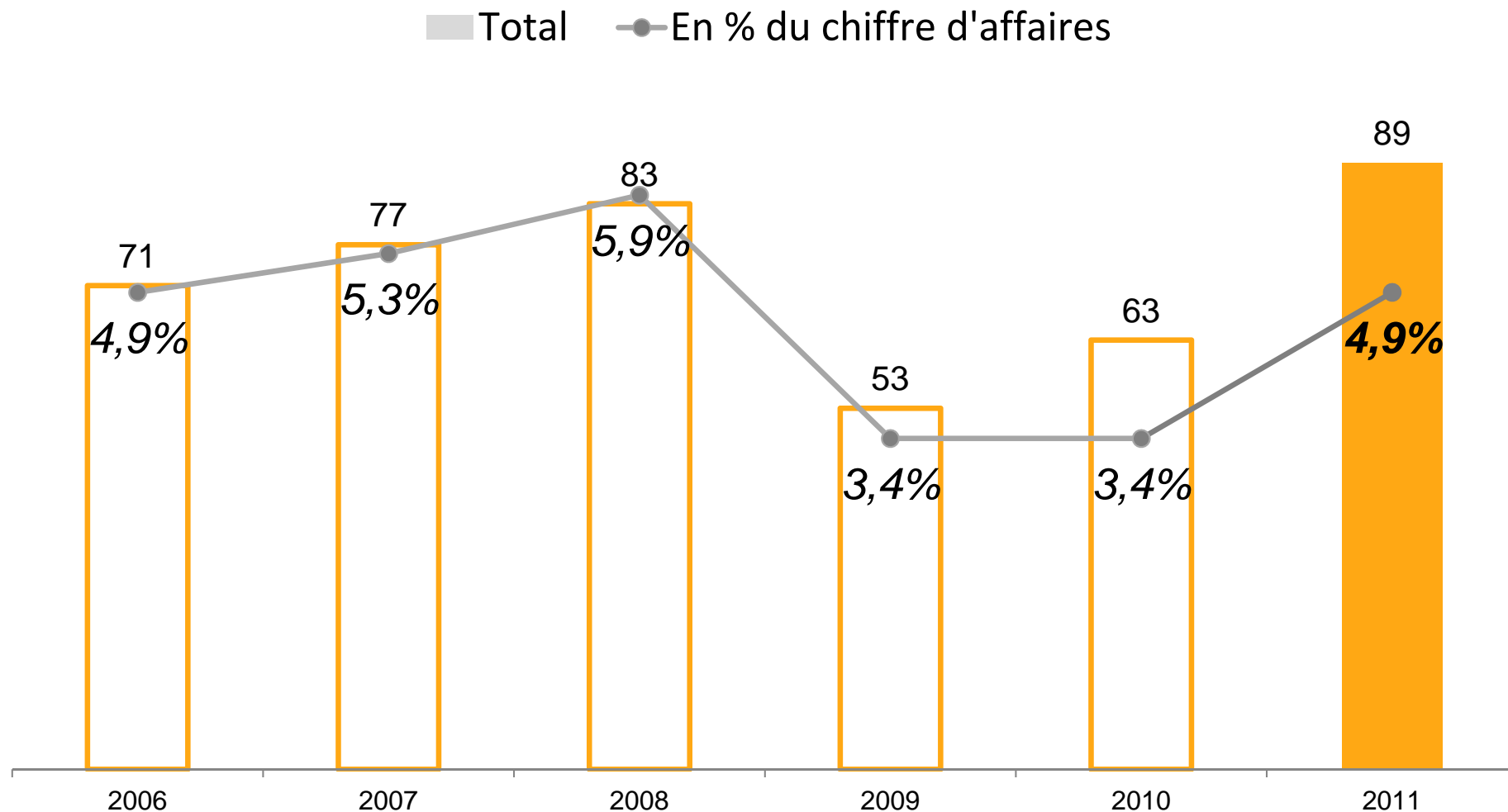
Marge d'exploitation
Normalisée
19,9%

Bénéfice Net Par
Action
+16,6%

Position nette
de trésorerie
329,5 million d'euros



Investissements Industriels





Soutien à la marque



Produits classiques...

never ending pen

1950 1960 2000

Compte 60 anni la penna Bic® Cristal! Un mito che ha attraversato le mode e gli anni e che ancora scrive di noi.

Fantastici premi, giochi e storie appassionanti per festeggiare questa mitica never ending pen! Vai su www.neverendingpen.it e partecipa al concorso. Il divertimento è senza fine!

BIC® ti dà di più!

Papeterie - Europe

BIC® More for your money...Always!

BIC® Lighter Products
Great lights and great looks

Featured Series: Tattoos
Click the thumbnails below to see the artwork

See more designs

Like 43 Tweet

<http://www.flickyourbic.com/fun>

Briquets – Etats-Unis

OS HOLOFOTES APONTAM PARA UMA ÚNICA DIREÇÃO: VOCÊ.

BIC Comfort Teens é o depilador desenhado especialmente para você: simples, prático e lindo. Ele tem duas lâminas e fita Lubrificante com Aloe Vera e Vitamina E. Brilhe com BIC Comfort Teens.

Isabela Sabêlico Sobral
Vencedora do Concurso Global BIC Comfort Teens 2011

Acesse o site www.gerotabic.com.br e acompanhe todas as novidades que BIC Comfort Teens traz para você.

Rasoirs - Brésil





Soutien à la marque



... nouveaux produits...



Papeterie - Etats-Unis



Briquets - Europe



Rasoirs - Etats-Unis



Soutien à la marque



... pays en croissance

Choose BIC and change a FUTURE!

future teacher, future doctor, future engineer

We're putting the power in their hands!

For every specially marked BIC stationery pack you buy, we will donate a pen to a child in need to help them on the path to learning.

Go to www.bic.co.za for more information

PLUS WIN: 20 x R5 000 CASH PRIZES towards education!

To Enter: Simply SMS "CHOOSE BIC" to 31501

Terms & Conditions apply. For full Terms & Conditions go to www.bic.co.za. SMS charged at 50c. Free SMS's do not apply. Competition closes 29 February 2012.

BIC Stationery available at all leading Retail outlets

Afrique du Sud

ولاعة بيك، BIC حجم كبير
تؤمن حتى 3000 شعلة

3000 شعلة

ولاعتين دون ماركة

3000 كبريتة

بيك، جودتنا سلامتكم.

Moyen-Orient

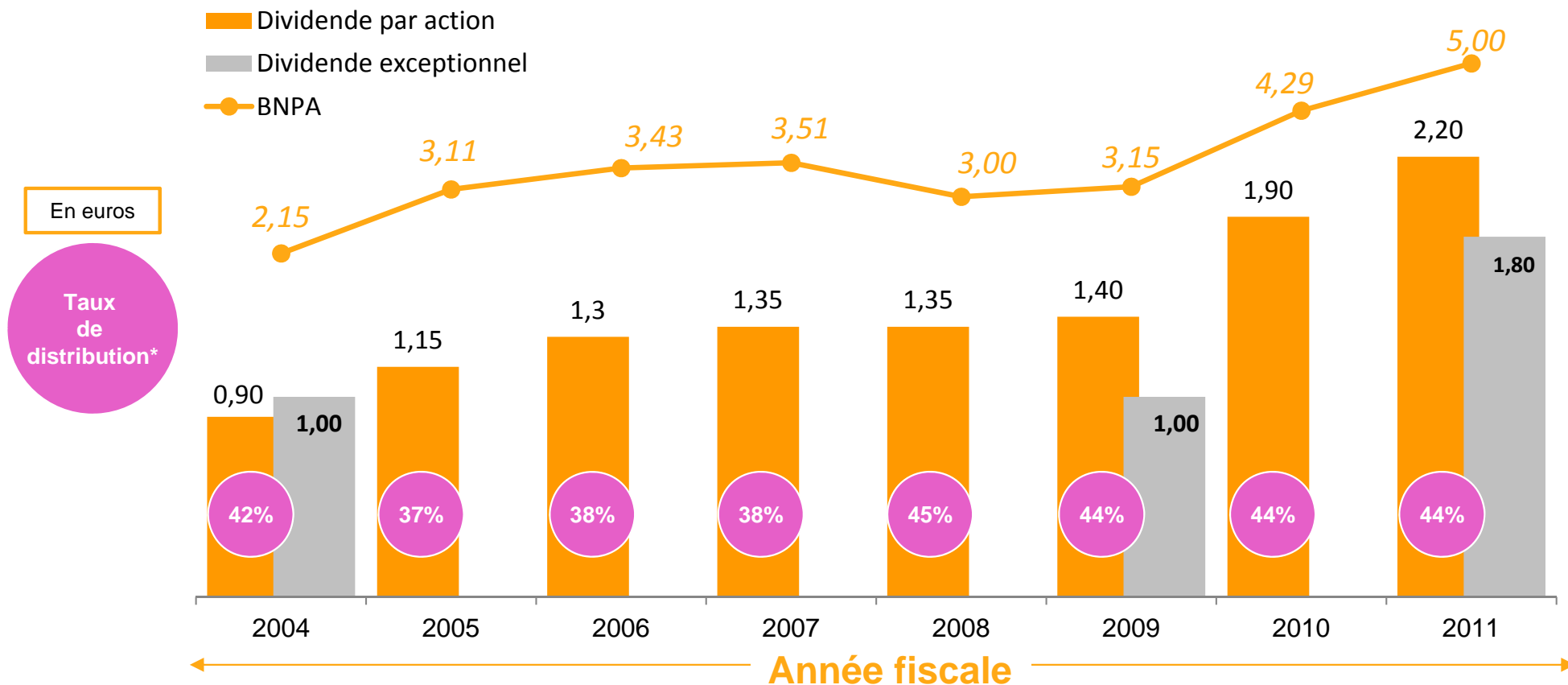


Dividendes



Proposition à l'Assemblée Générale

- 2,20 euros de dividende** ordinaire par action (+15,8%)
- 1,80 euro de dividende** exceptionnel



* Sur la base du dividende ordinaire

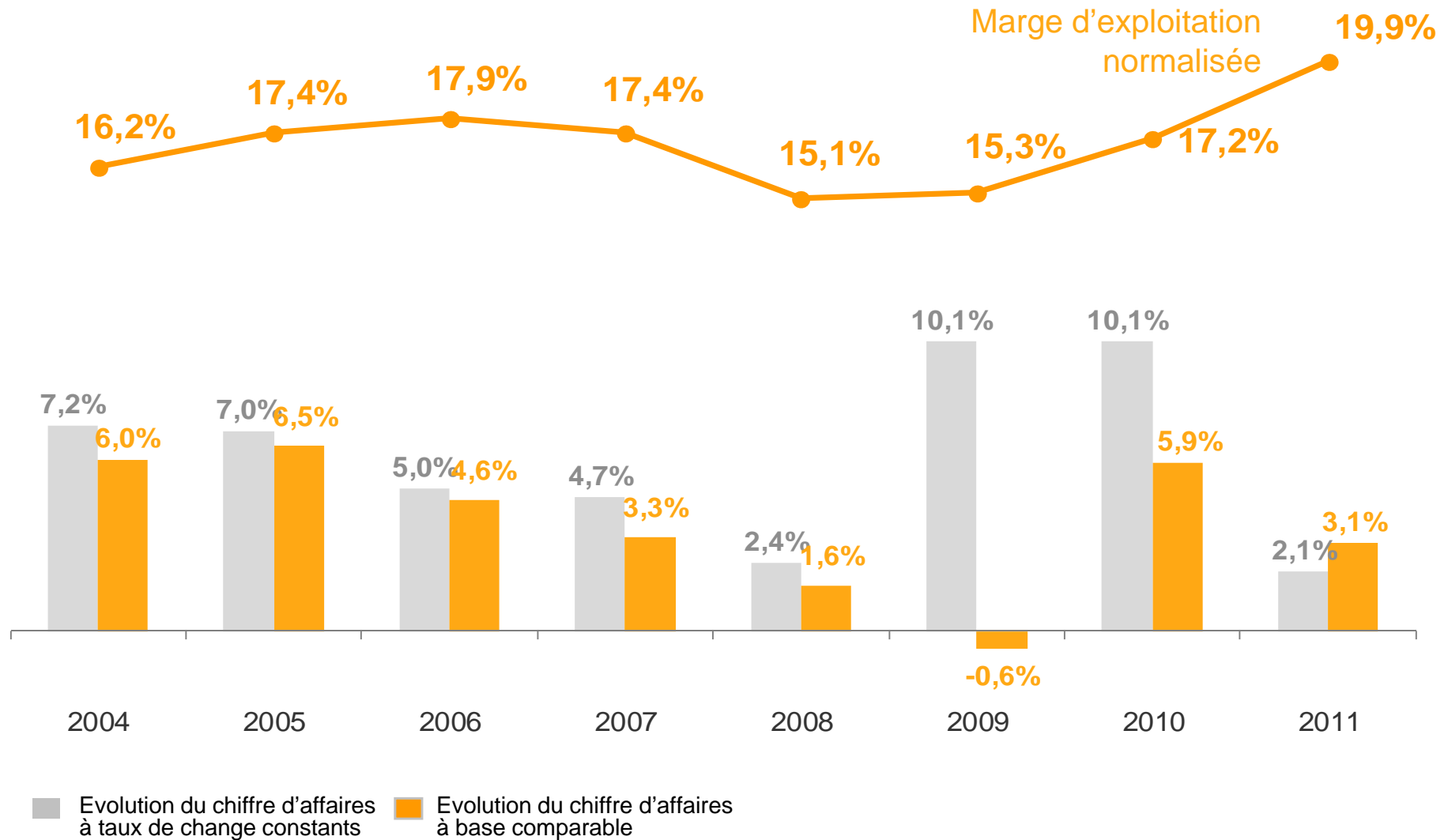
** Mise en paiement le 24 mai 2012 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale

2011 : une bonne année



2011 : UNE BONNE ANNEE

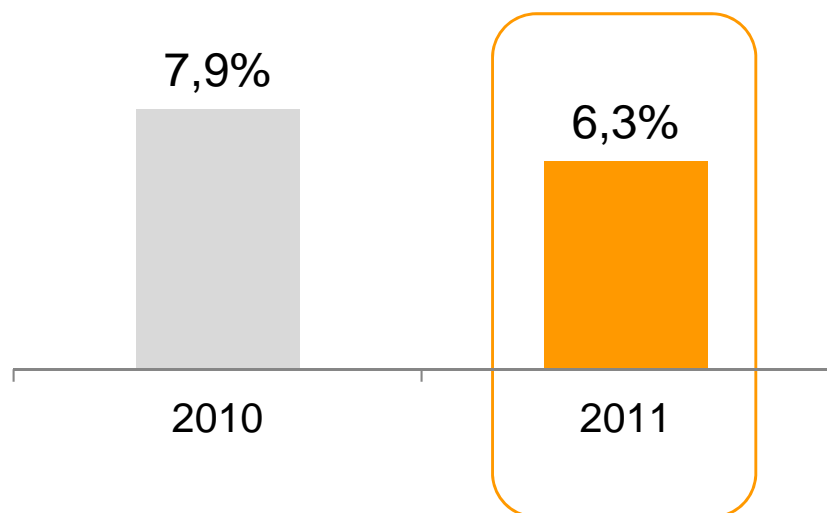
Performance opérationnelle



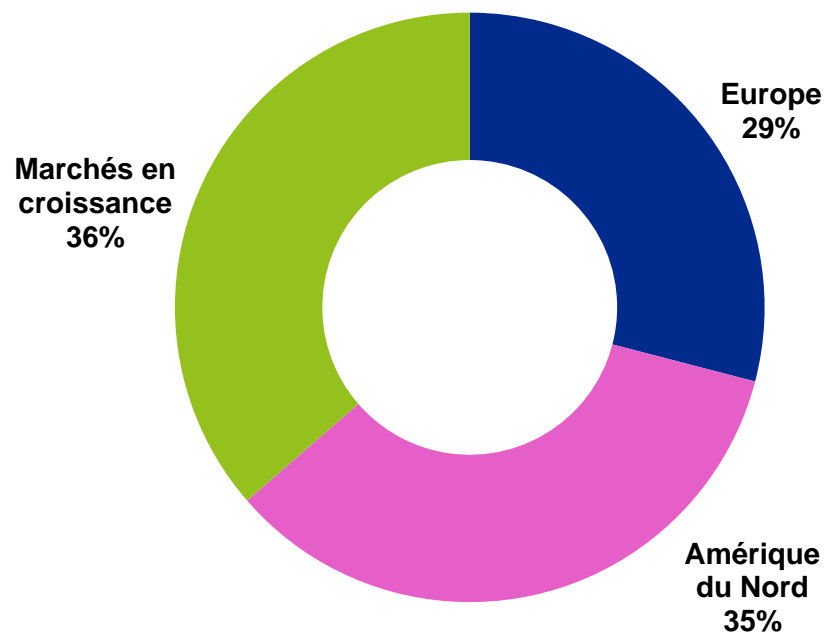
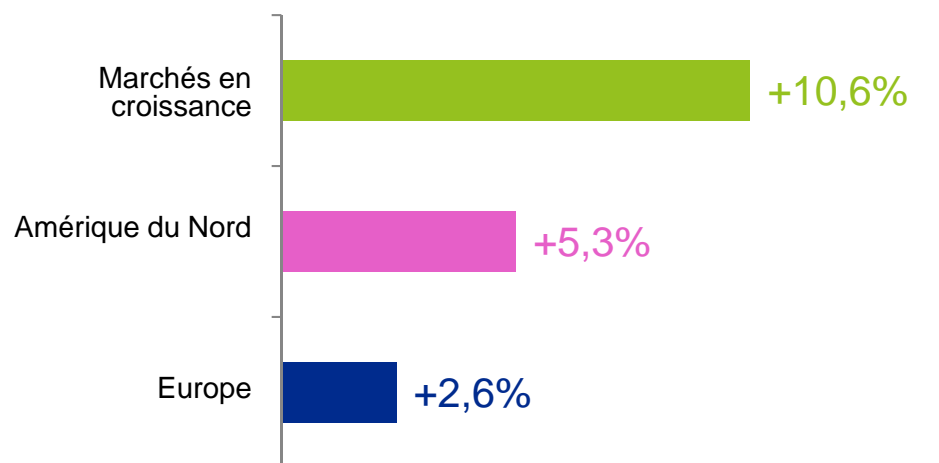


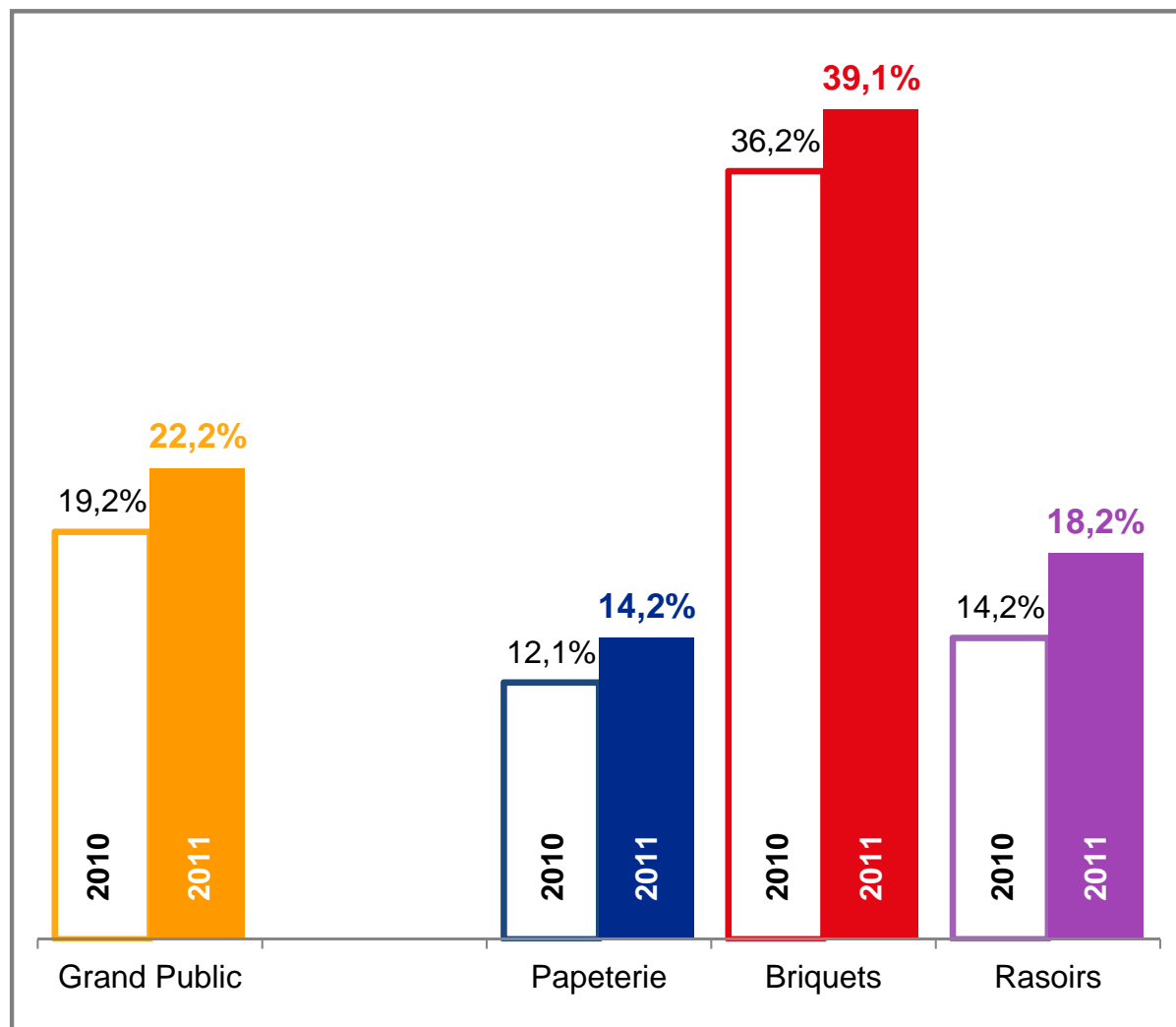
1 522,1 millions d'euros de chiffre d'affaires

Evolution à base comparable



Répartition par zones géographiques





Croissance des ventes

Amélioration de l'absorption des coûts fixes liée à la progression des volumes de production

Amélioration de la productivité



2011 : UNE BONNE ANNEE

La papeterie



Chiffre d'affaires	588,5 M€ +4,1%	Résultat d'exploitation normalisé	83,5 M€	Marge d'exploitation normalisée	14,2%
--------------------	-------------------	-----------------------------------	---------	---------------------------------	-------



Gains de part de marché dans tous les pays
Très bonne rentrée scolaire en France



Progression auprès des fournisseurs de bureau
Rentrée scolaire stable



Position de N 1 maintenue en Amérique latine
Bonne performance annuelle au Moyen-Orient et en Afrique





2011 : UNE BONNE ANNEE

Les briquets



Chiffre d'affaires	510,8 M€ +8,6%	Résultat d'exploitation normalisé	199,8 M€	Marge d'exploitation normalisée	39,1%
--------------------	-------------------	-----------------------------------	----------	---------------------------------	-------



Bons résultats en France, au Bénélux, en Allemagne et en Russie grâce à une offre plus segmentée



Succès des décors à forte valeur ajoutée
Amélioration de notre réseau de distribution



Amélioration de la distribution en Amérique latine, au Moyen-Orient et en Afrique
Forte performance en Asie



2011 : UNE BONNE ANNEE

Les rasoirs



Chiffre d'affaires	328,2 M€ +9,1%	Résultat d'exploitation normalisé	59,8 M€	Marge d'exploitation normalisée	18,2%
--------------------	-------------------	-----------------------------------	---------	---------------------------------	-------



Gain de part de marché dans la plupart des pays
Forte demande pour nos rasoirs 3 lames d'entrée de gamme et pour le nouveau BIC® Flex 3 à valeur ajoutée



Progression continue des rasoirs pour femme BIC® Soleil
Gains de part de marché dans le segment des hommes tirés par la demande pour le BIC® Hybrid Advance



Croissance de l'ensemble des gammes de produits BIC en Amérique latine (une, deux et trois lames)



Chiffre d'affaires	302,0M€ -10,4%	Résultat d'exploitation normalisé	19,3 M€	Marge d'exploitation normalisée	8,1%
--------------------	-------------------	-----------------------------------	---------	---------------------------------	------



Instruments d'écriture

Bonne résistance des produits BIC Graphic



Calendriers

Position de leader et part de marché maintenue aux Etats-Unis



« Hard Goods »

Ventes affectées par des problématiques de service clients au cours du premier semestre



Résultats Consolidés 2011 et
Premier Trimestre 2012



RESULTATS CONSOLIDES 2011

Du chiffre d'affaires au résultat d'exploitation

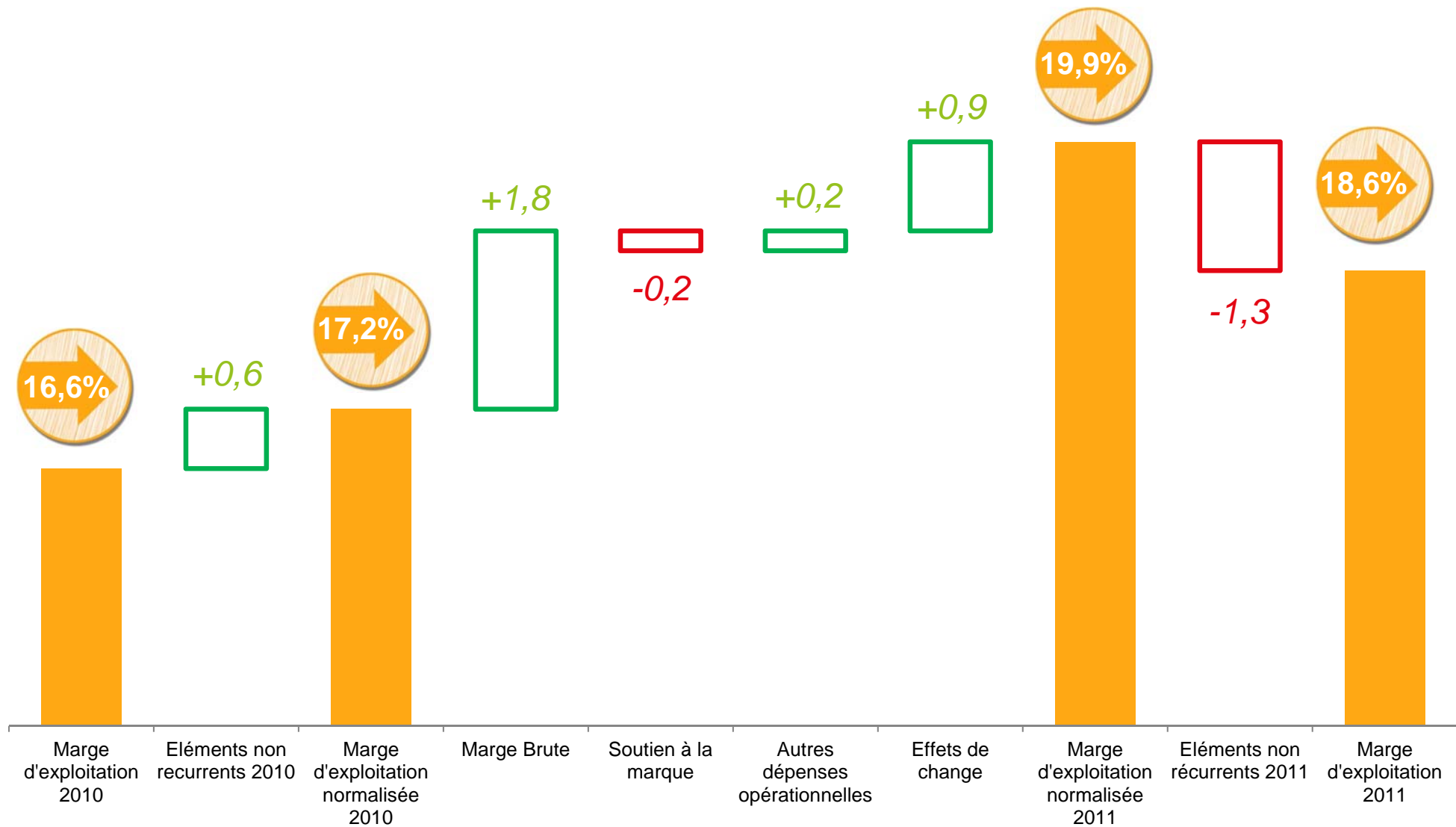


En millions d'euros

	2010	2011	Variation	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable
Chiffre d'affaires	1 831,5	1 824,1	-0,4%	+2,1%	+3,1%
Marge Brute	870,6	898,5	+3,2%		
Résultat d'exploitation normalisé	314,9	362,4	+15,1%		
Résultat d'exploitation	304,6	339,7	+11,5%		

RESULTATS CONSOLIDES 2011

Marge d'exploitation normalisée



RESULTATS CONSOLIDES 2011

Du résultat opérationnel au résultat net



En millions d'euros

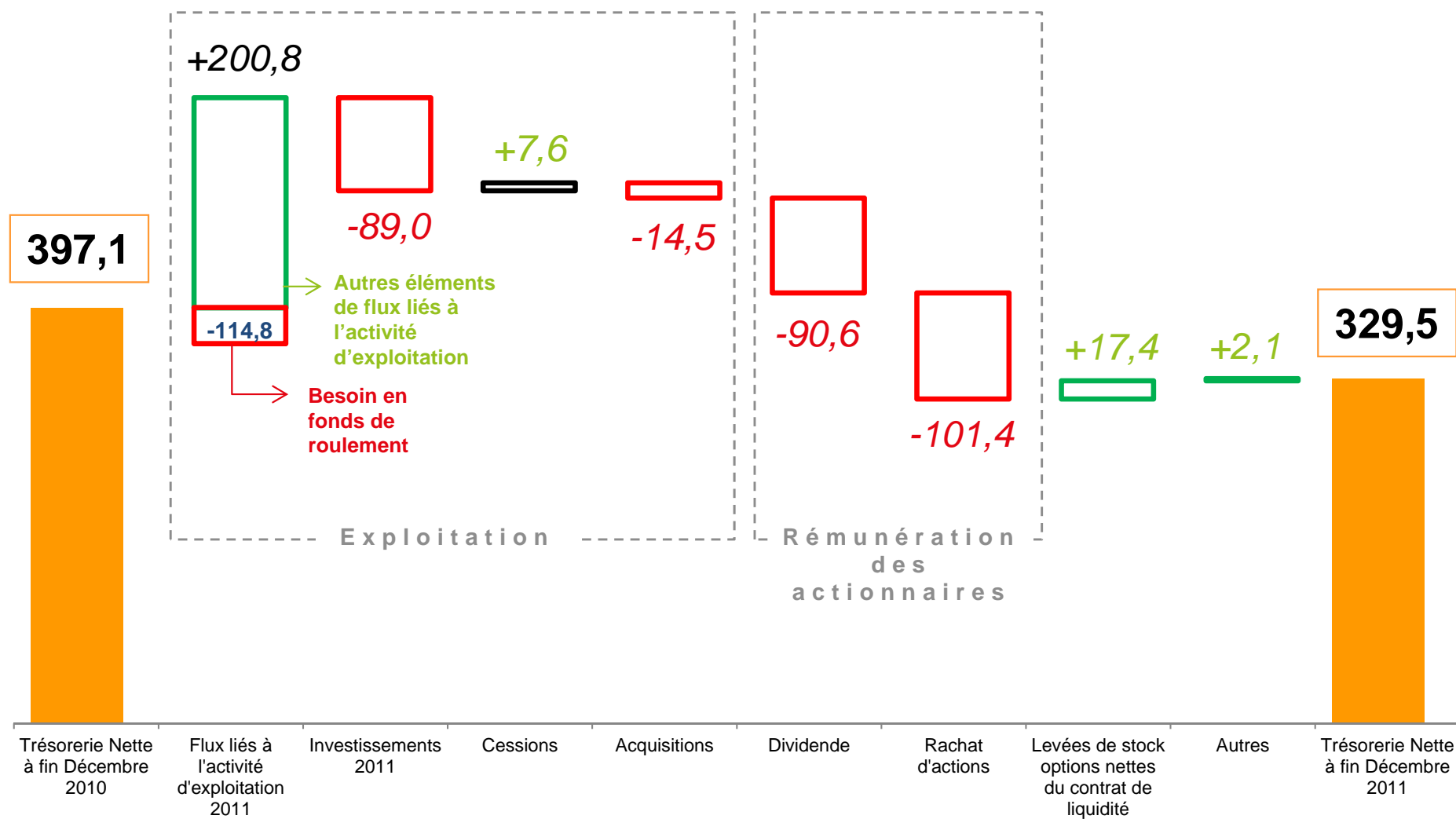
	2010	2011
Résultat d'exploitation	304,6	339,7
<i>Produits financiers</i>	9,5	10,6
<i>Charges financières</i>	-11,3	-1,4
Résultat avant impôt	302,8	348,8
<i>Impôts</i>	-100,3	-115,1
<i>Taux d'imposition</i>	33,1%	33,0%
<i>Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence</i>	5,0	4,1
Résultat net	207,5	237,9
BNPA	4,29	5,00

RESULTATS CONSOLIDES 2011

Position nette de trésorerie



En millions d'euros



RESULTATS CONSOLIDES 2011

Bilan

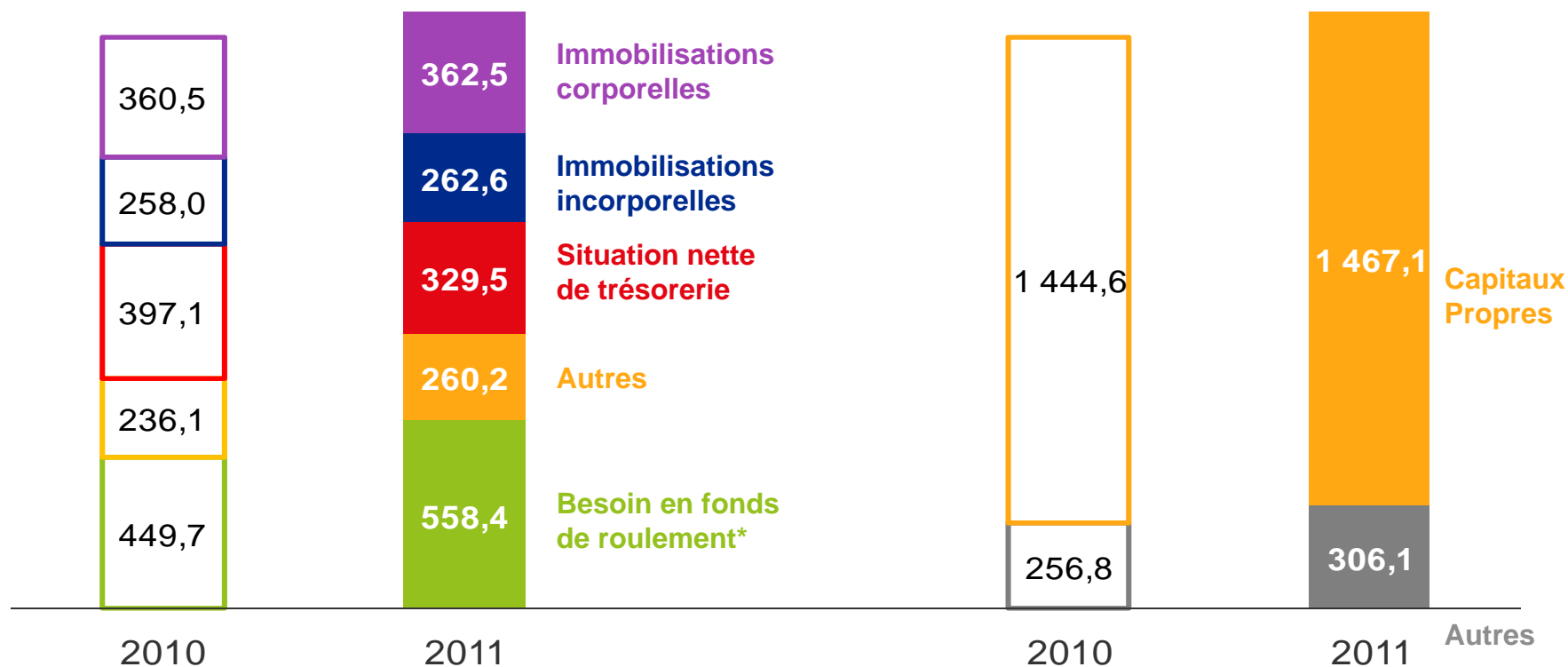


ACTIF



PASSIF

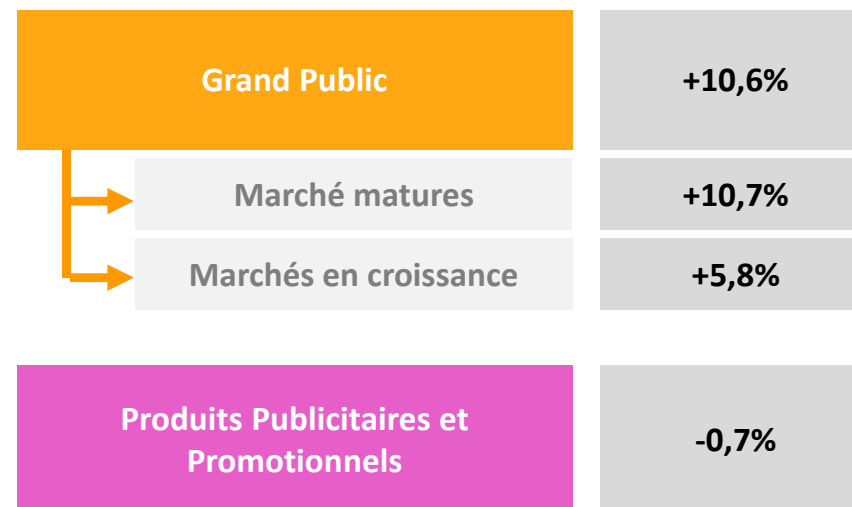
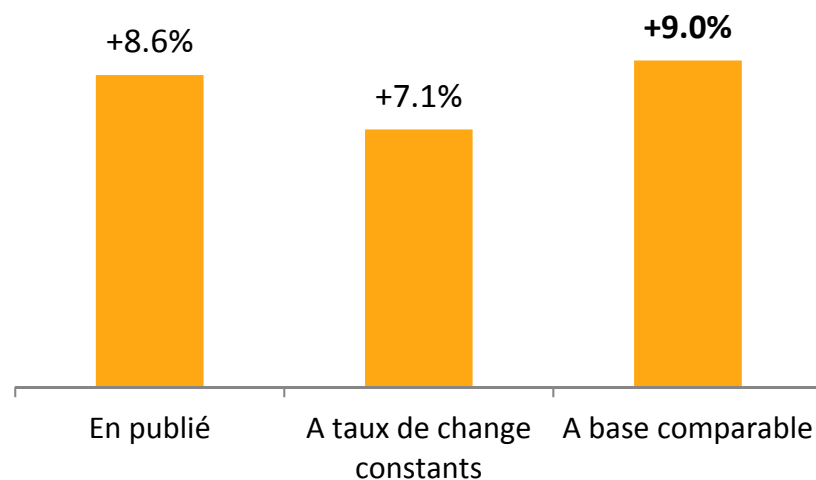
En millions d'euros



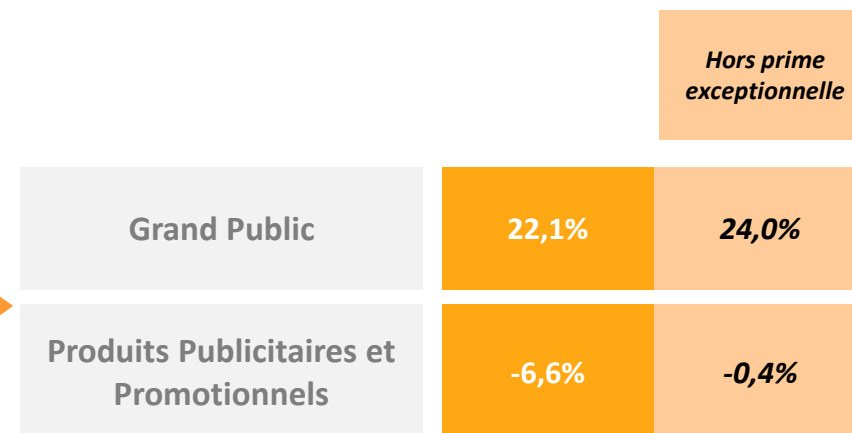
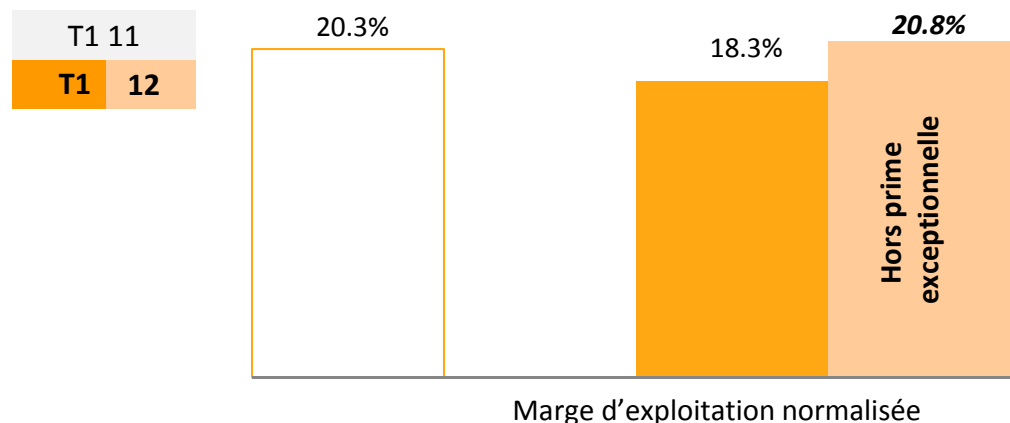
* Besoin en fonds de roulement = Stocks et en-cours + Clients et autres créances – Fournisseurs et comptes rattachés – Autres actifs et passifs



Chiffre d'affaires : 445,0 millions d'euros



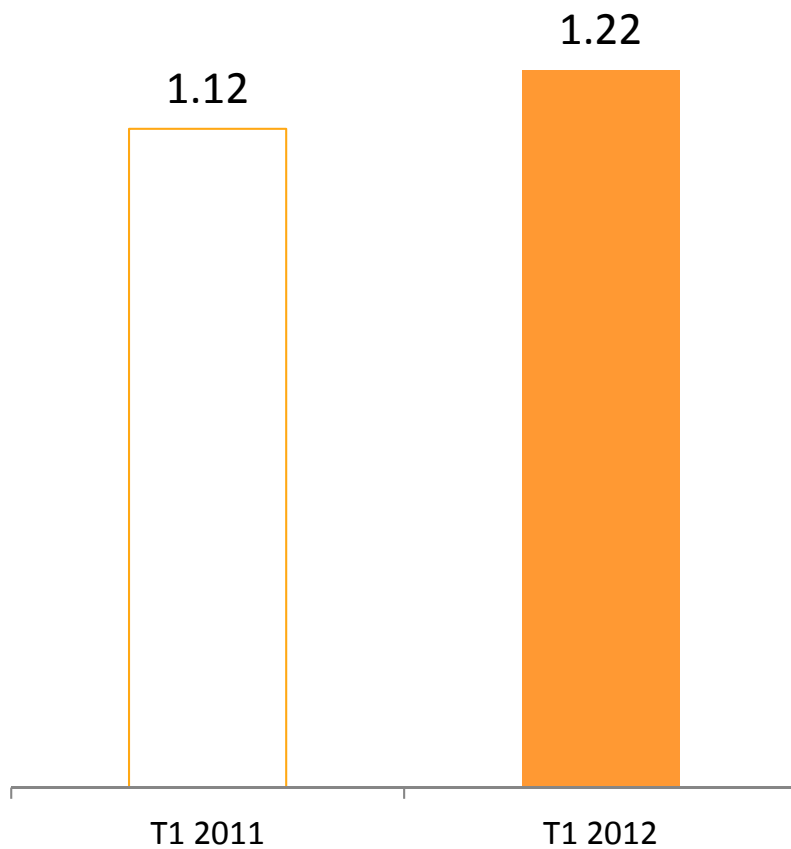
Résultat d'exploitation normalisé : 81,3 millions d'euros





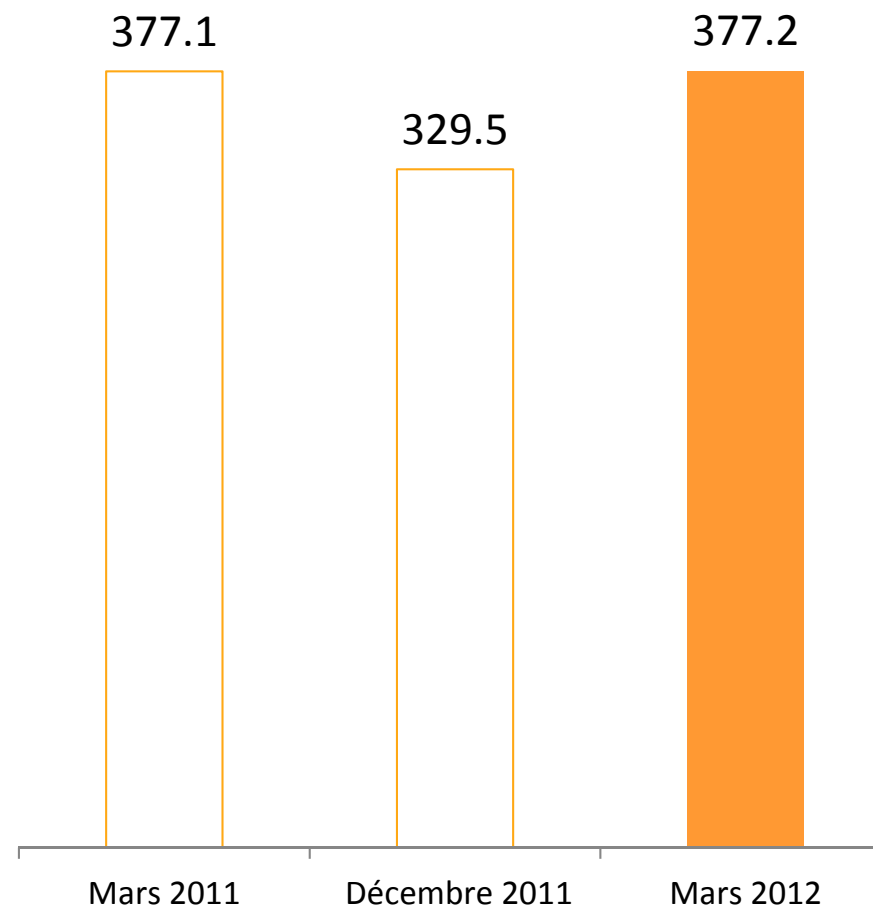
BNPA : +8,9

En euros



Position Nette de Trésorerie

En millions d'euros





BIC en 2012





► Marchés développés

- *Se concentrer sur les besoins des consommateurs à travers notre positionnement “More for your Money... Always” et un renforcement de notre distribution*

► Marchés en croissance

- *Tirer parti de nos positions de leader et continuer à investir dans le soutien à la marque*
- *Renforcer nos capacités de production*

— Stylos à bille — Stylos Gel — Roller — Crayons feutres — Coloriage — Porte-mines — Correction — Marquage —





- ▶ **Capitaliser sur la sécurité prouvée et l'excellente qualité reconnue de nos briquets**
- ▶ **Renforcer la distribution et gagner des parts de marché**
- ▶ **Renforcer notre présence** au Moyen-Orient, en Afrique et en Asie à travers le renforcement de la distribution

Décors

Briquets utilitaires

65%

des femmes désirent avoir un briquet « pour elle »





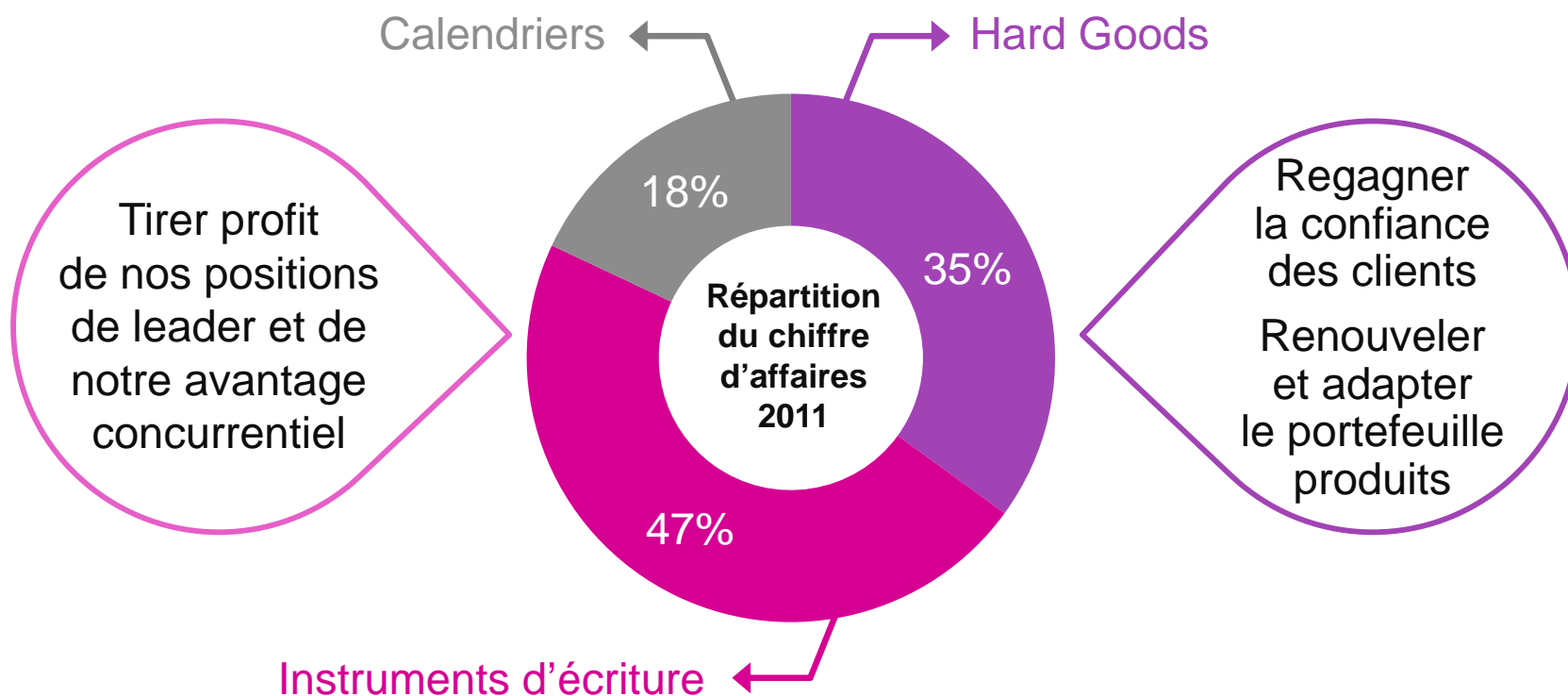
- ▶ Dans toutes les zones géographiques, continuer de **tirer parti de notre proposition « More for your Money... Always »** pour renforcer nos parts de marché

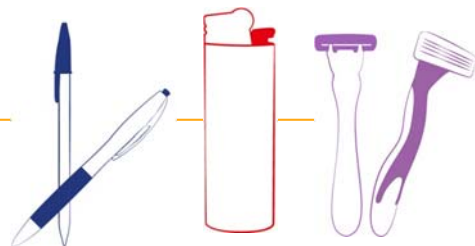
Nouveaux produits
et extensions de lignes 2012





- ▶ Développement de nouveaux produits
- ▶ Attention renouvelée au service client





Grand Public

Ralentissement du rythme de croissance élevé du chiffre d'affaires constaté au cours du premier trimestre 2012.

Maintien du niveau de marge d'exploitation normalisée proche de celui de 2011*, tout en accélérant le rythme des investissements.



Produits Publicitaires et Promotionnels

Chiffre d'affaires stable ou en légère baisse à base comparable.

Maintien de la marge d'exploitation normalisée proche du niveau de 2011*.

* hors impact de la prime exceptionnelle aux salariés.



L'innovation :
facteur de croissance





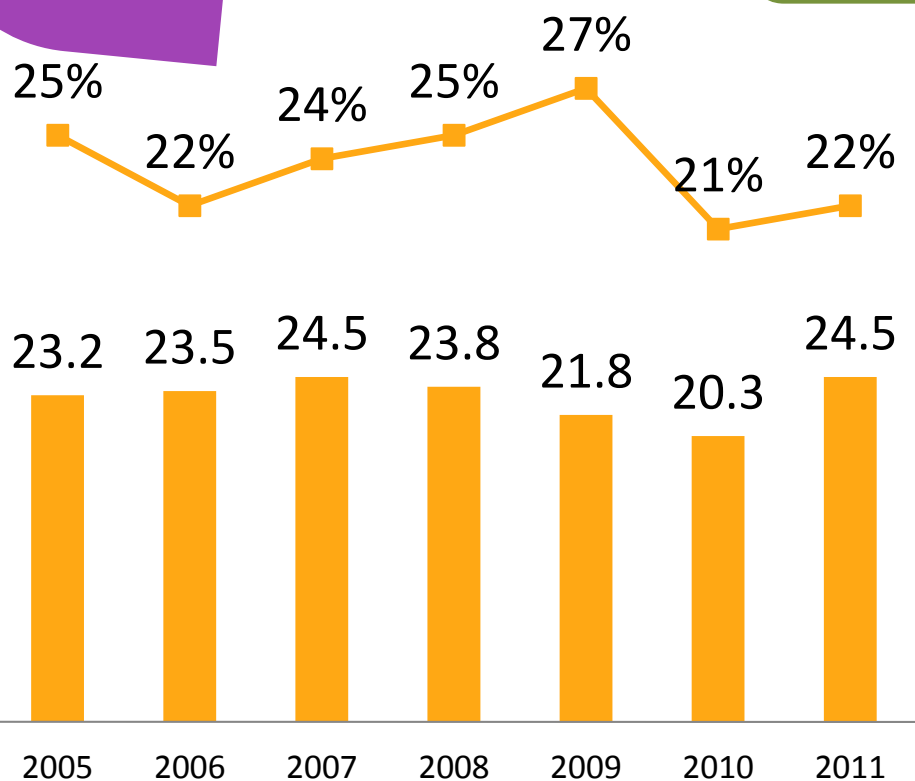
Recherche

Nouveaux Produits

13 brevets déposés en 2011

150 personnes à travers le monde

22% du chiffre d'affaires de BIC en 2011



■ Dépenses de Recherche et Développement (en millions d'euros)

— Nouveaux Produits (en % du chiffre d'affaires)

► 15 à 20 nouveaux produits lancés ou développés chaque année



1951-2011

60 ans d'innovation au service de la fonctionnalité du BIC Cristal

Capuchon à la couleur de l'encre
Percé pour répondre à la norme BS 7272-1
Poids réduit de 21pc en 10 ans

Encre résistante à l'eau
Sèche en moins de 2 secondes
Amélioration constante de la durée de vie
et de la qualité d'écriture



Bouchon à la
couleur de l'encre
Soudé

Pointe en laiton
Sertissage de la bille au micron près

Corps hexagonal transparent en polystyrène
Robuste

Prise en main confortable, ne roule pas sur le bureau
En 10 ans poids réduit de 10pc

Bille en carbure de tungstène
Contrôlée à 100pc sur sa résistance
et sa sphéricité

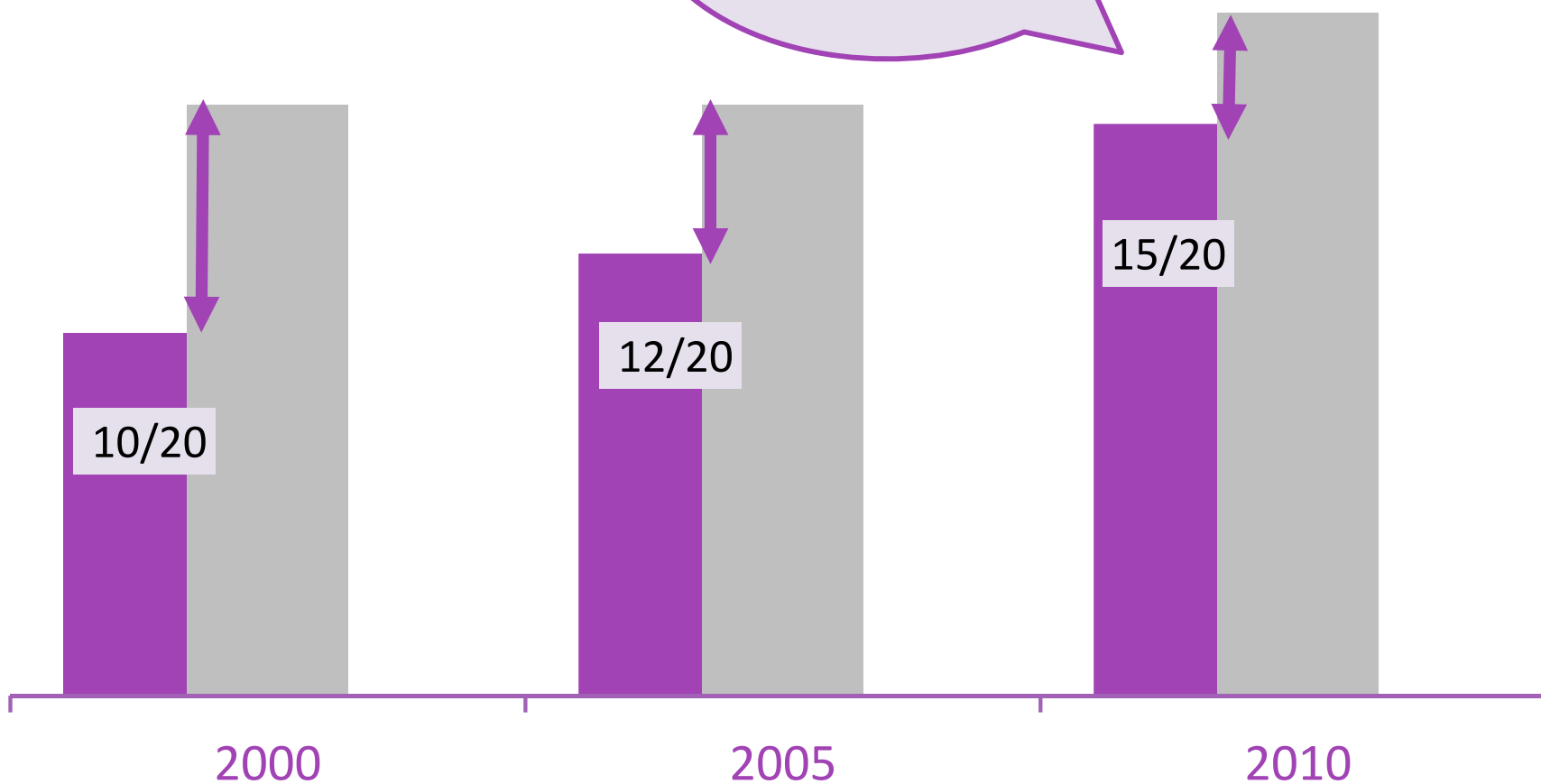


10 ANS D'INNOVATION DANS LES RASOIRS



Qualité du rasage...

Une performance désormais comparable aux meilleurs



Résultats d'un panel de consommateurs de rasoirs
Indice de performance des produits BIC vs. le meilleur produit de la concurrence



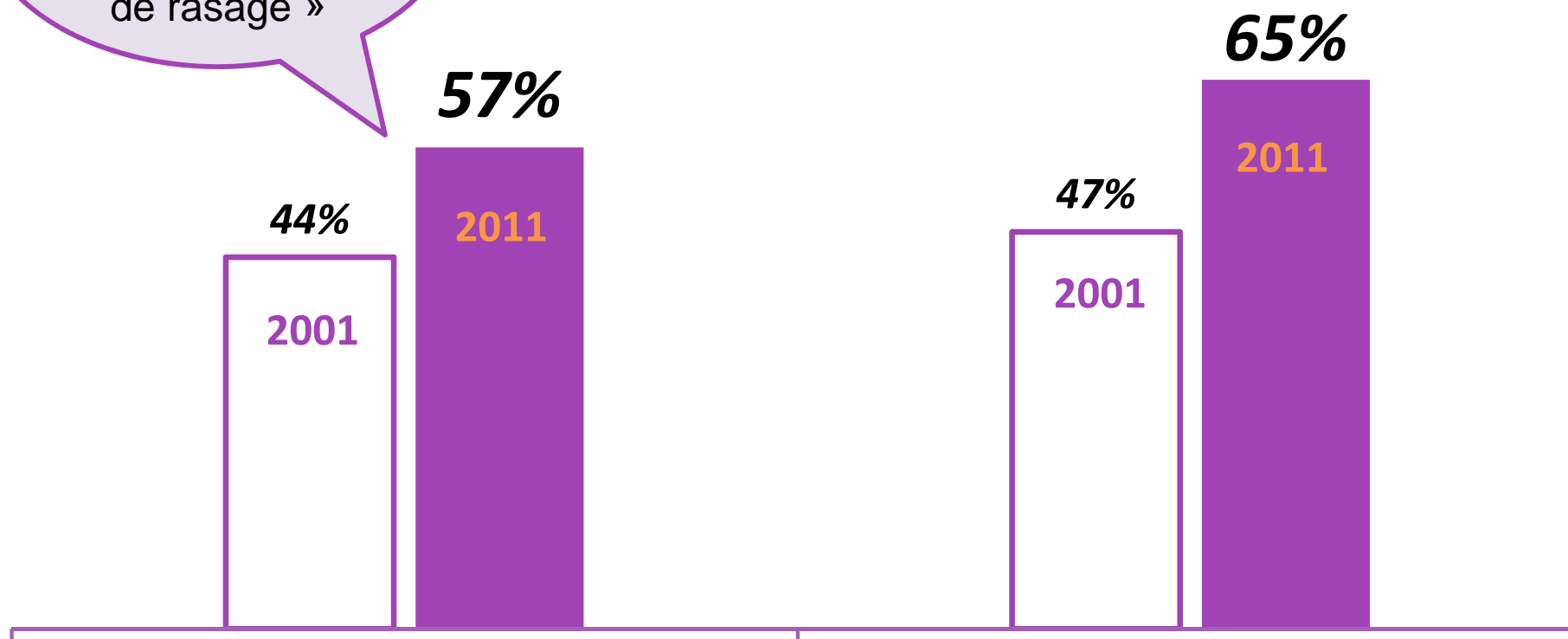
10 ANS D'INNOVATION DANS LES RASOIRS



... amélioration de l'image de la marque (2)...

« BIC est une marque qui offre une bonne performance de rasage »

« BIC est une marque qui offre un bon rapport qualité / prix »



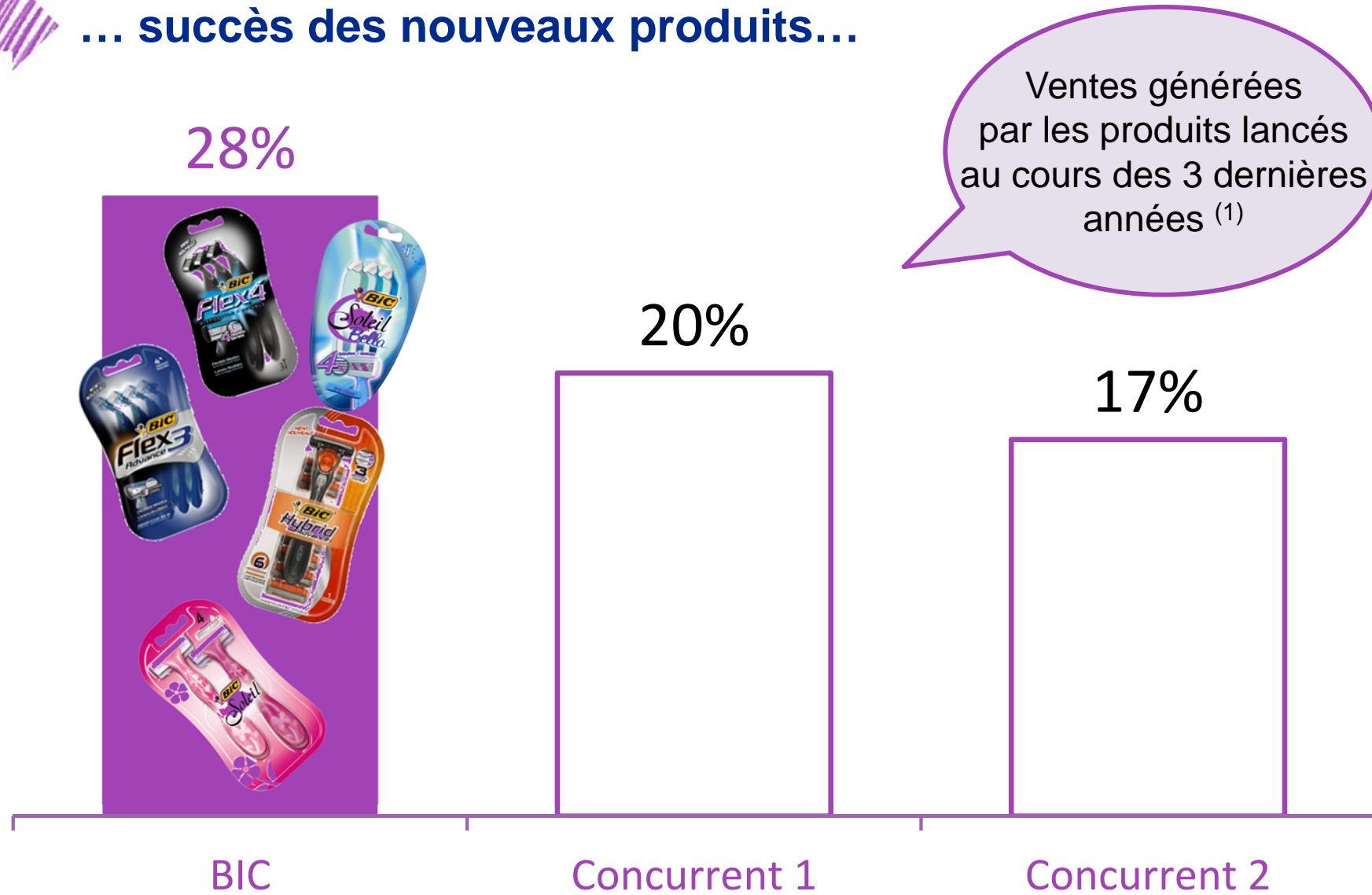
(2) Etude de marché aux Etats-Unis auprès des utilisateurs de rasoirs mécaniques connaissant la marque BIC



10 ANS D'INNOVATION DANS LES RASOIRS



... succès des nouveaux produits...



(1) Ventes en valeur de non-rechargeables aux Etats-Unis en 2011 (estimées pour la concurrence)

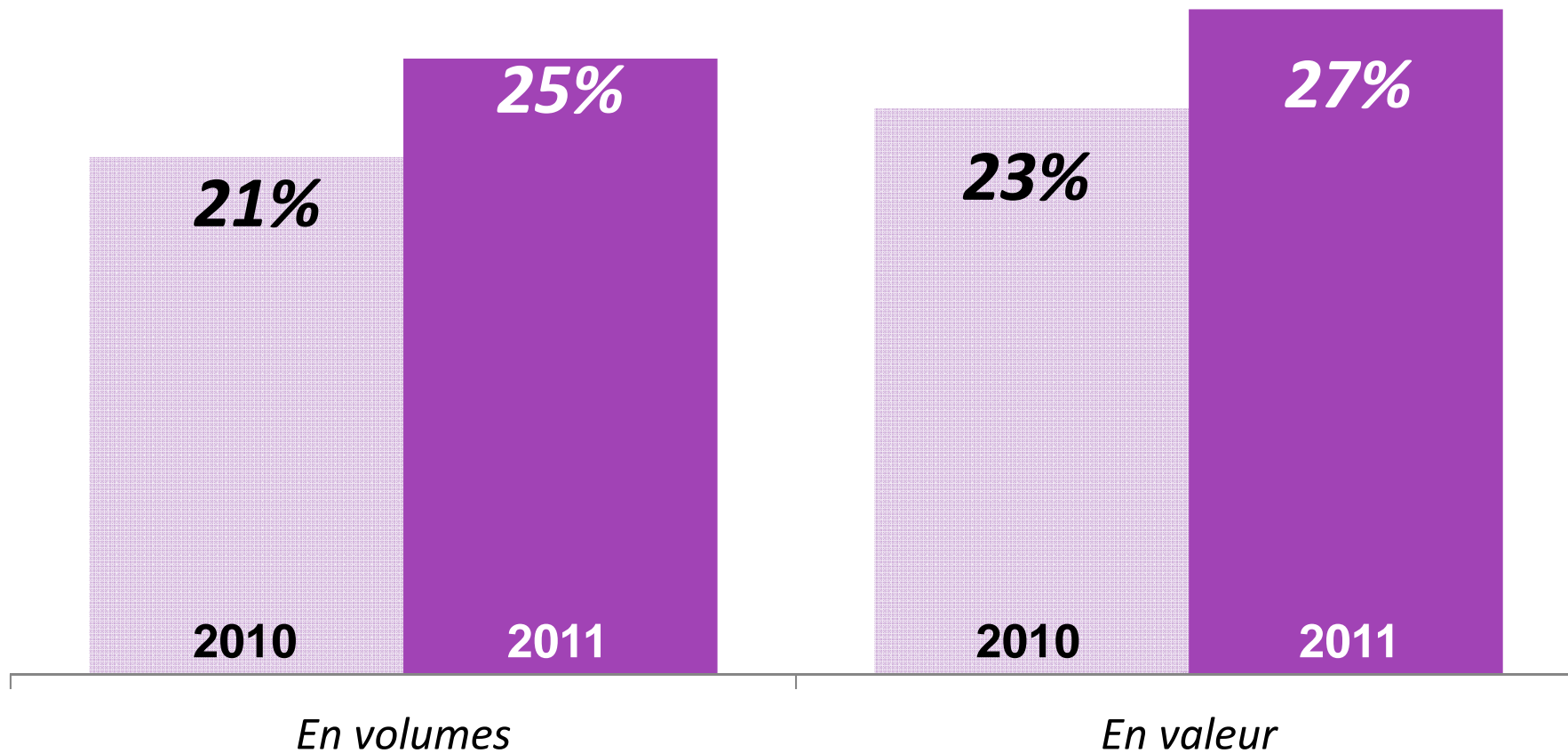


10 ANS D'INNOVATION DANS LES RASOIRS



... gains de part de marché...

Part de marché
dans le non-rechargeable
aux Etats-Unis





10 ANS D'INNOVATION DANS LES RASOIRS



... soutenue par des opérations promotionnelles visibles et efficaces...

Precision. Performance. Value. Feel Fabulous for Less!™

Item # 235407 Item # 550153907
 Item # 249778 Item # 262865 Item # 235421 Item # 265085

SUPPORT INCLUDES...

- TAB Support (May 6, 2012)
- 5 to Drive Endcap
- Rollback to \$5.00
- National FSI with Price Feature Plus - \$3.00 Coupon
- May All You Magazine Print Ad - \$2.00 Coupon

www.bicworld.com

Available at Walmart

© 2012 BIC Inc. Dallas, TX 75244



DISPOSABLE. REFILLABLE. AFFORDABLE.

NEW! BIC® HYBRID ADVANCE™ 4 FOR MEN & BIC® SOLEIL® SAVVY™ FOR WOMEN
 lets you experience flexible blade technology for a close, comfortable shave at a great value!

SAVE \$2.00

on BIC® Hybrid Advance™ 4 or BIC® Soleil® Savvy™ disposable razors

© 2012 BIC Inc. Dallas, TX 75244

More for your money... Always! Walmart

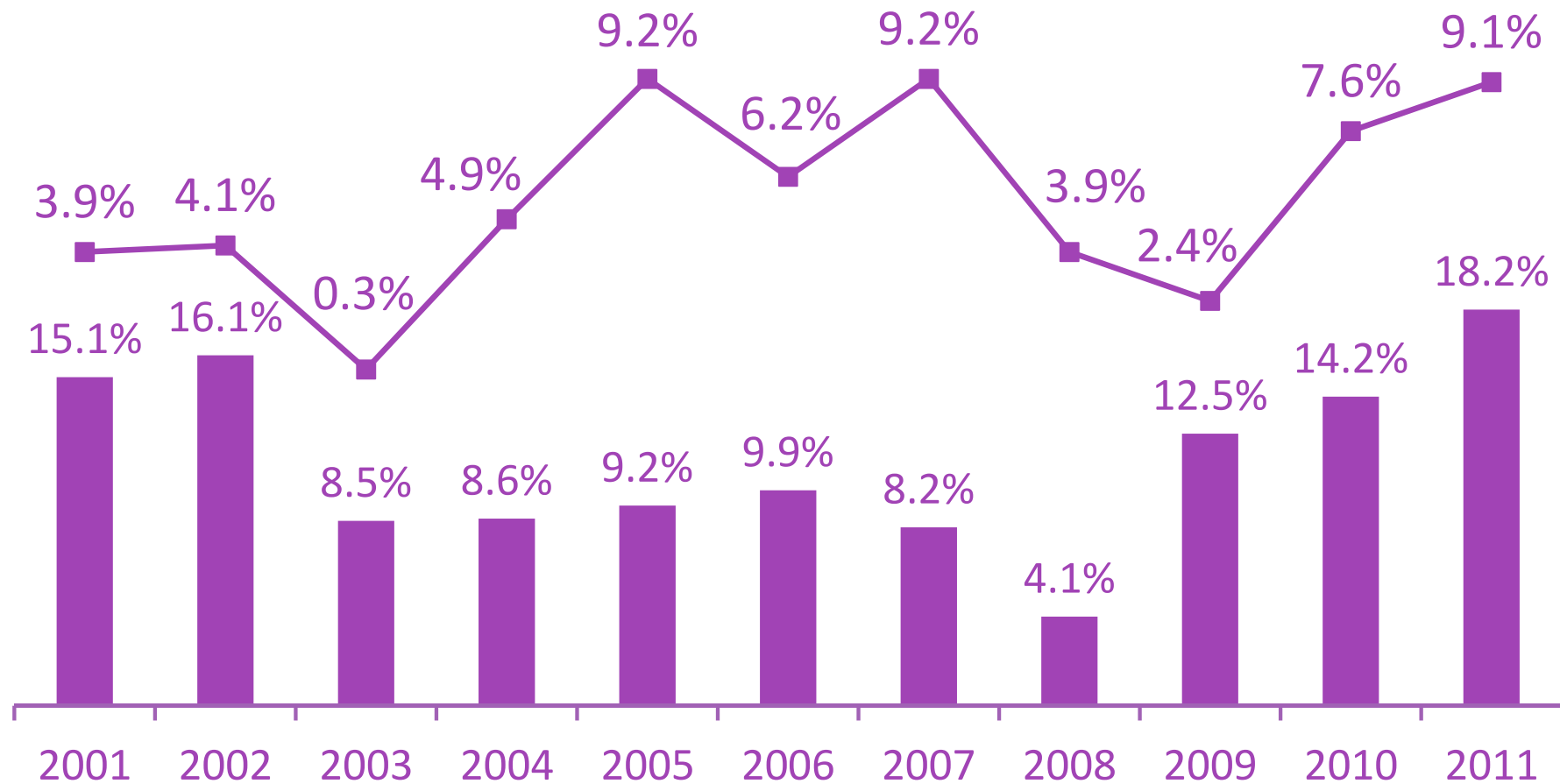




10 ANS D'INNOVATION DANS LES RASOIRS



... des résultats probants



—■— Croissance du chiffre d'affaires à base comparable

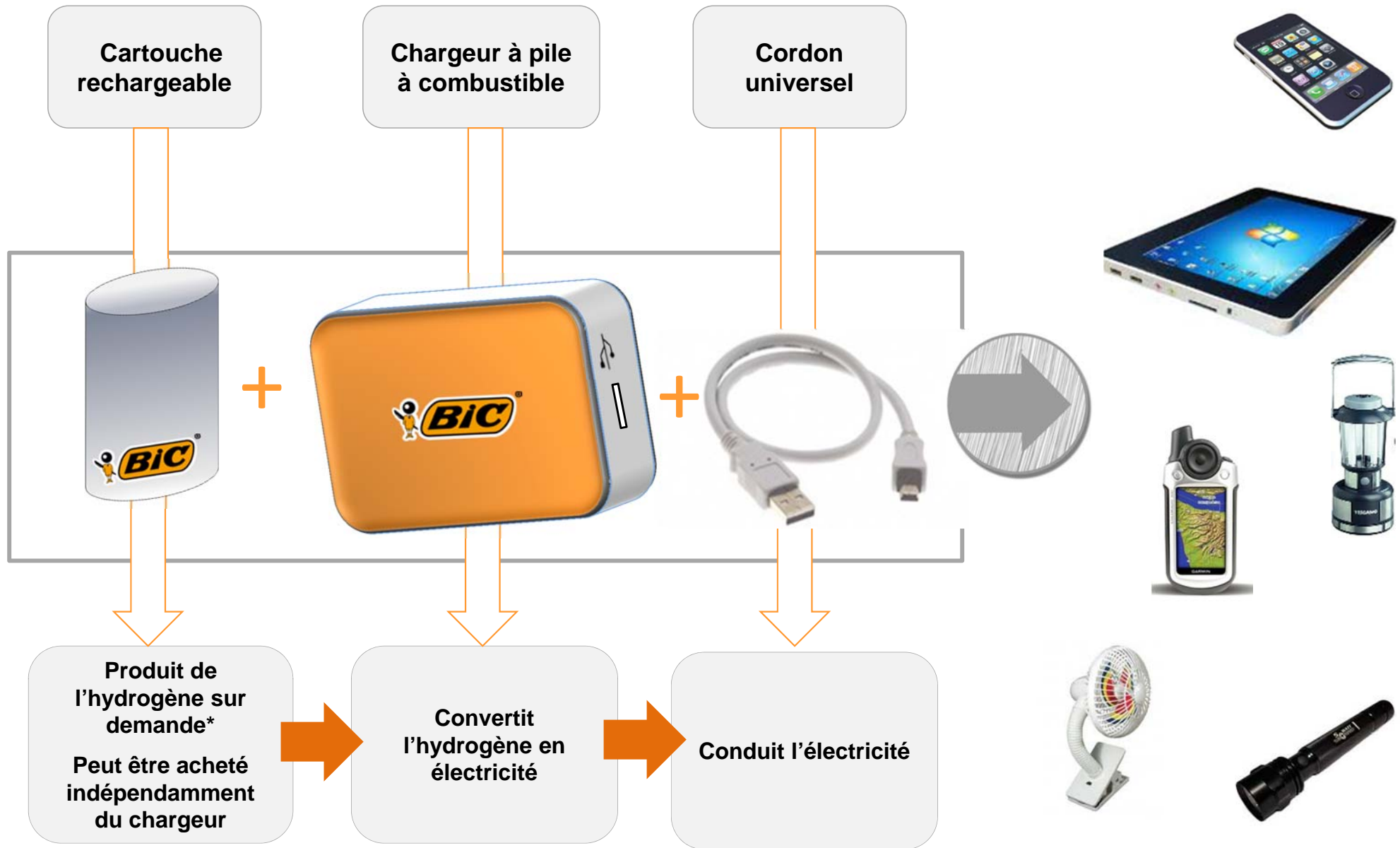
■ Marge d'exploitation normalisée



Développer
un chargeur
portable, simple
et fiable



LES CHARGEURS À PILES À COMBUSTIBLES PORTABLES



* l'hydrogène est produit sur demande par réaction chimique à base de solution aqueuse et grâce à une technologie BIC brevetée



BIC
Une entreprise responsable





- ▶ Vis-à-vis de ses employés
- ▶ Vis-à-vis des consommateurs
- ▶ Vis-à-vis de l'environnement
- ▶ Vis-à-vis des communautés
- ▶ Vis-à-vis de ses actionnaires

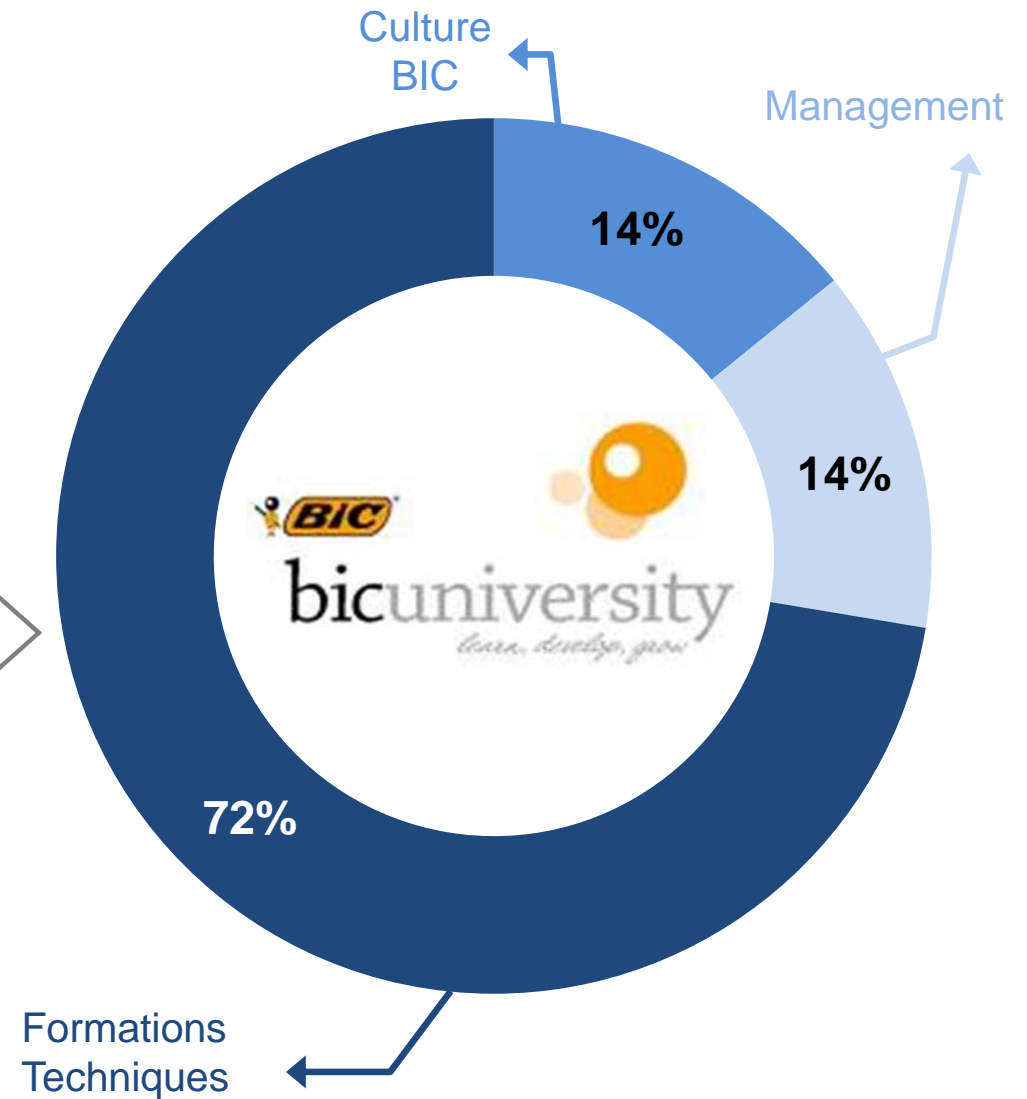
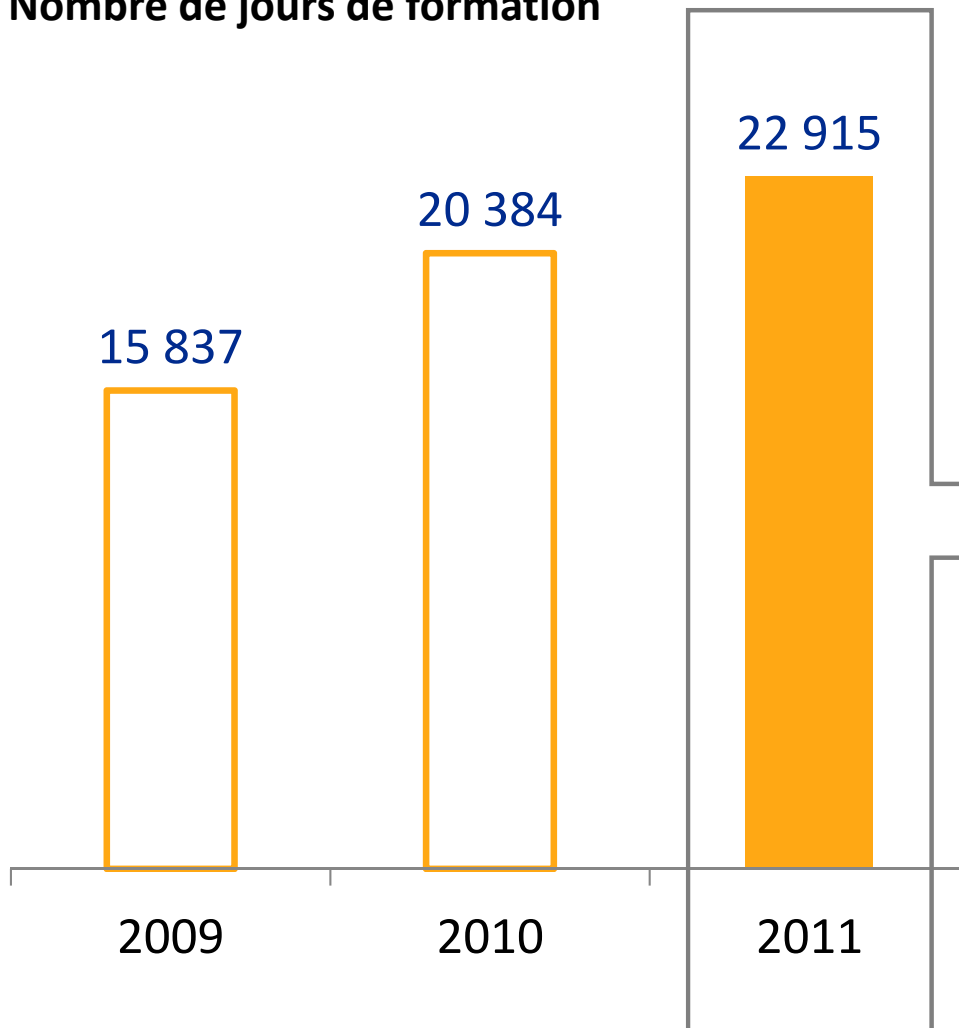
UNE ENTREPRISE RESPONSABLE

Vis-à-vis de ses employés



Formation

Nombre de jours de formation





Rémunération

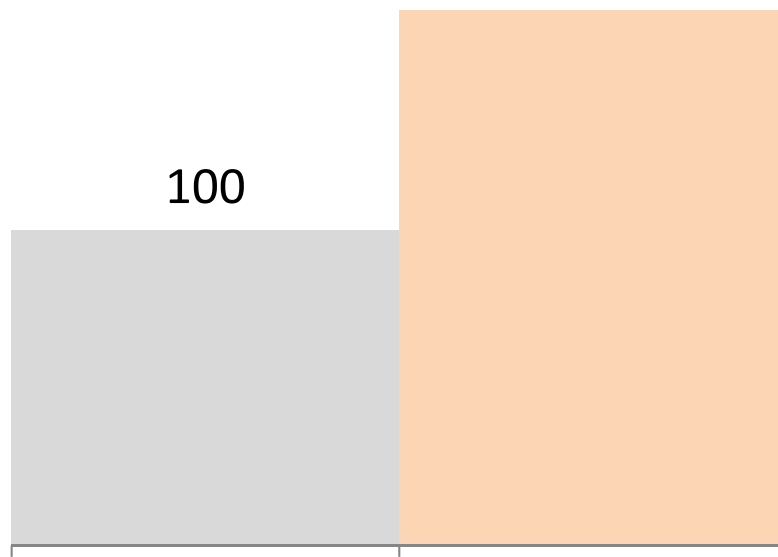
Développer un système de rémunération motivant pour l'ensemble des salariés

Objectif :
une rémunération
totale des salariés
au dessus de la médiane
du marché

Ouvriers* en France

170

100



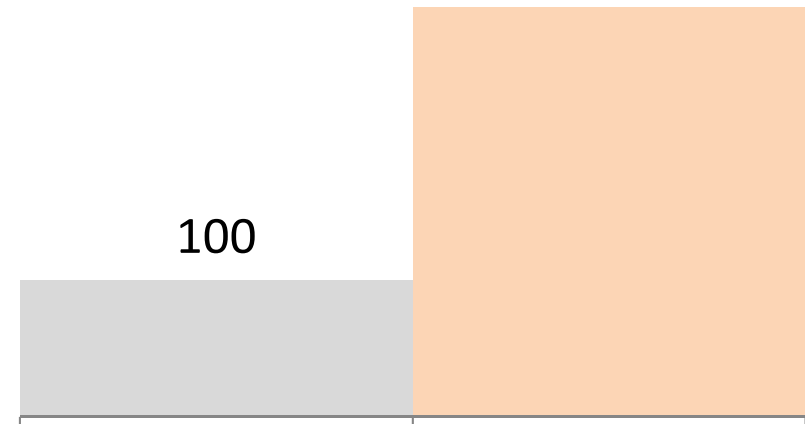
SMIG

Fixe + variable BIC

Cadres* en France

120

100



Variable: médiane du
marché

Variable cible BIC

* Salaire moyen 2011 des opérateurs de production en France

* Rémunération variable cible des cadres en France



Partage



Politique d'éligibilité au plan de performance en actions plus favorable que le marché

10% de salariés en France en 2011 contre 2% pour la moyenne des sociétés française



Prime exceptionnelle versée à l'ensemble des employés qui ne bénéficient de plan d'attribution gratuite d'actions, partout dans le monde

2010

6 600
bénéficiaires



2012

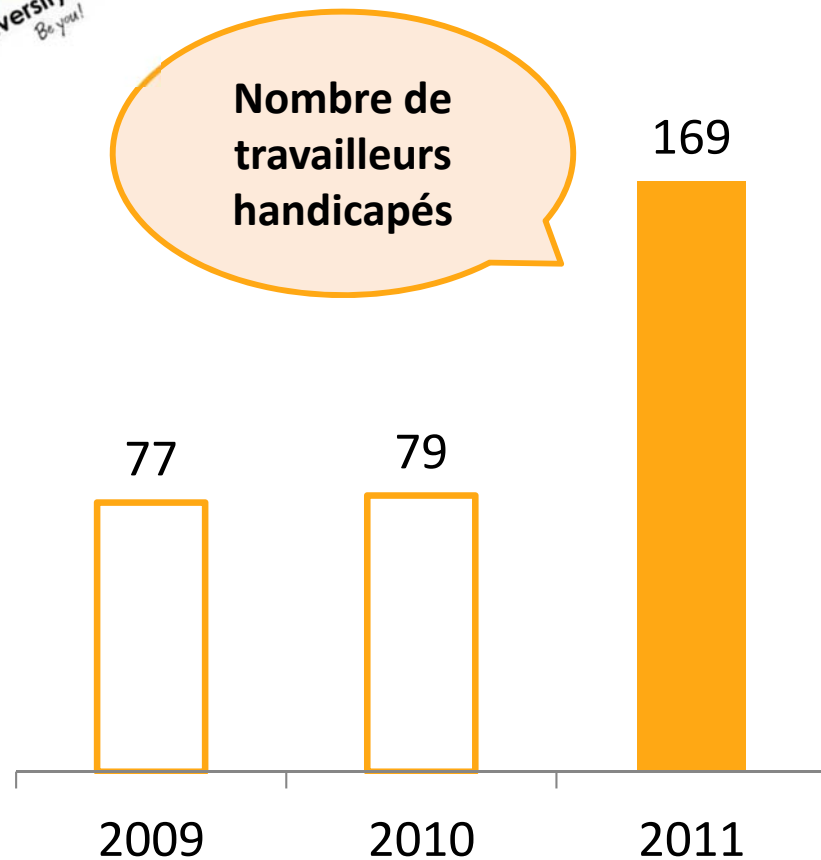
8 200
bénéficiaires



Diversité



Reflet de la présence du Groupe dans le monde
Facteur clé de succès



- ▶ Charte partagée par tous les sites du Groupe dans le monde
- ▶ Formations pour managers
- ▶ Communication et sensibilisation de tous les collaborateurs



Qualité



3 000 allumages
avec un briquet BIC

2 km d'écriture
avec le BIC Cristal

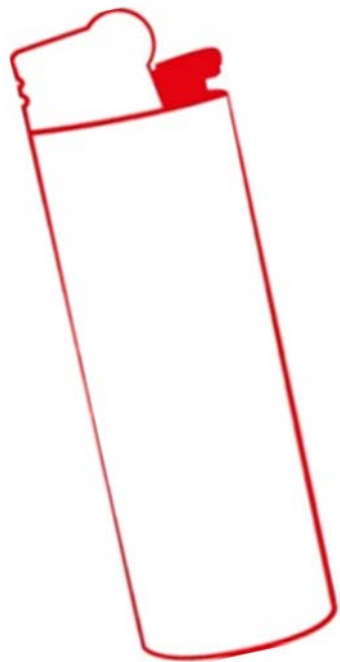


Plus de **10** jours
de rasage avec un
BIC 3 lames





Sécurité



Plus de 50 contrôles automatisés et individuels en production dans **chaque usine** et **sur chaque briquet**



Une collaboration régulière avec les autorités pour **l'application totale des normes de sécurité**



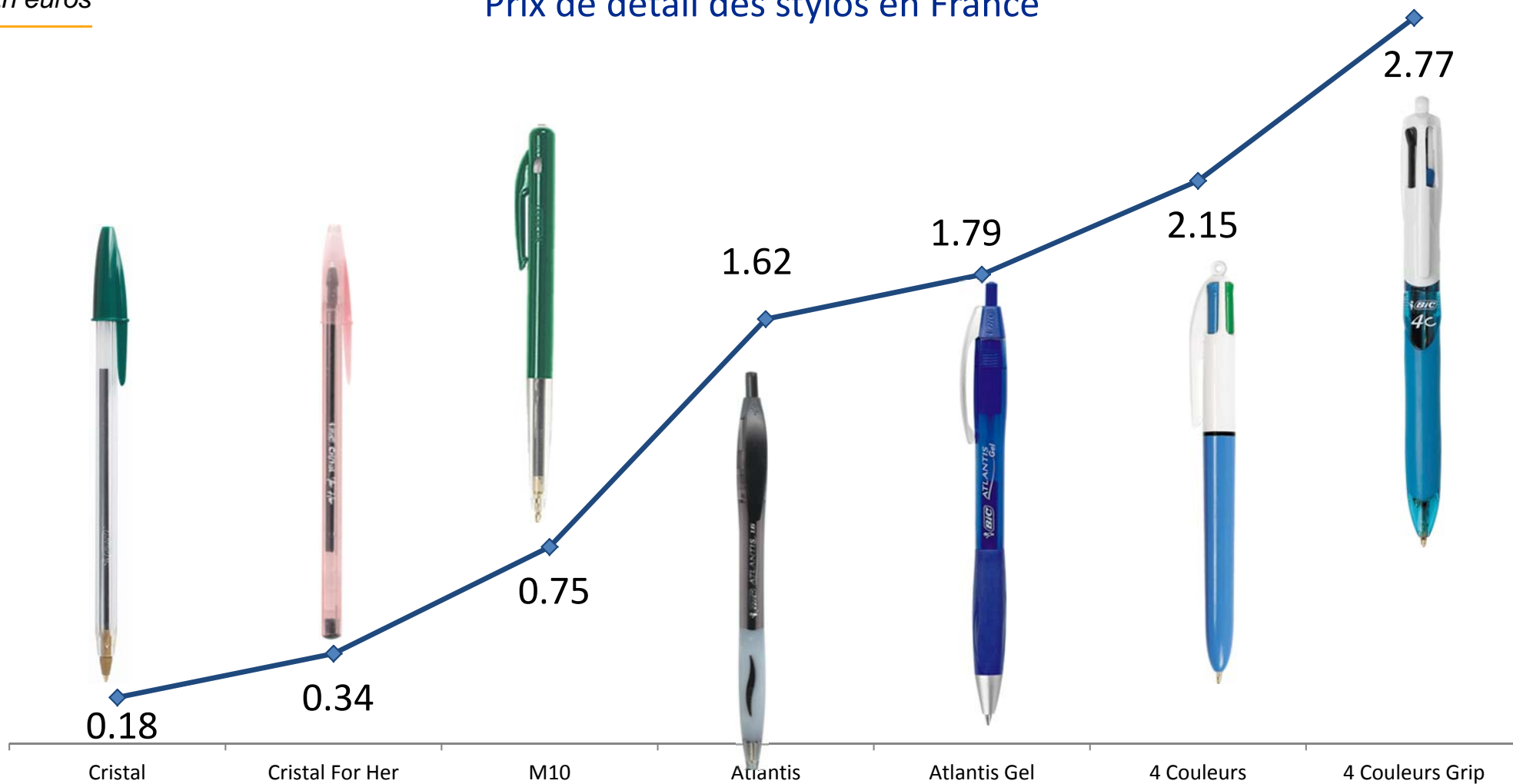
Une participation active aux travaux sous **l'égide de la Commission Européenne**



Choix et Juste Prix

En euros

Prix de détail des stylos en France

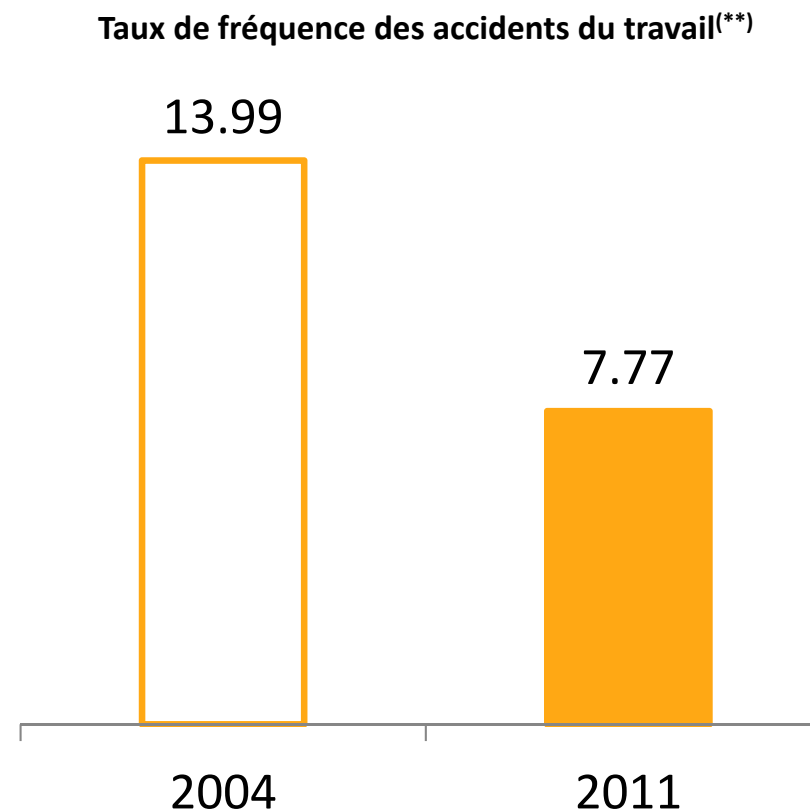
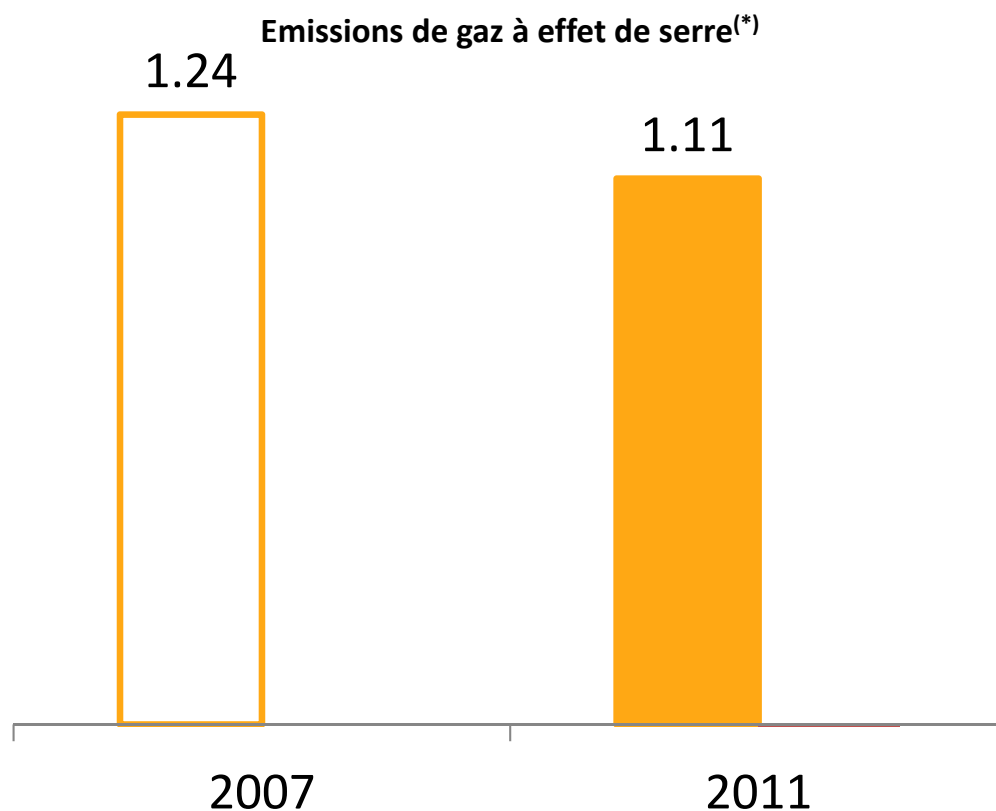




Production

*Participer à la lutte
contre le changement climatique*

*Assurer la sécurité
de nos salariés au travail*



(*) Directes et indirectes, rapporté à la production

(**) Nombre d'accidents qui engendrent une interruption de travail



Produits

3 règles d'éco-conception



Réduire la quantité de matière



Des produits **légers** et **utilisables longtemps**



Augmenter la durée de vie des produits



Des produits **rechargeables**



Utilisant des matières alternatives



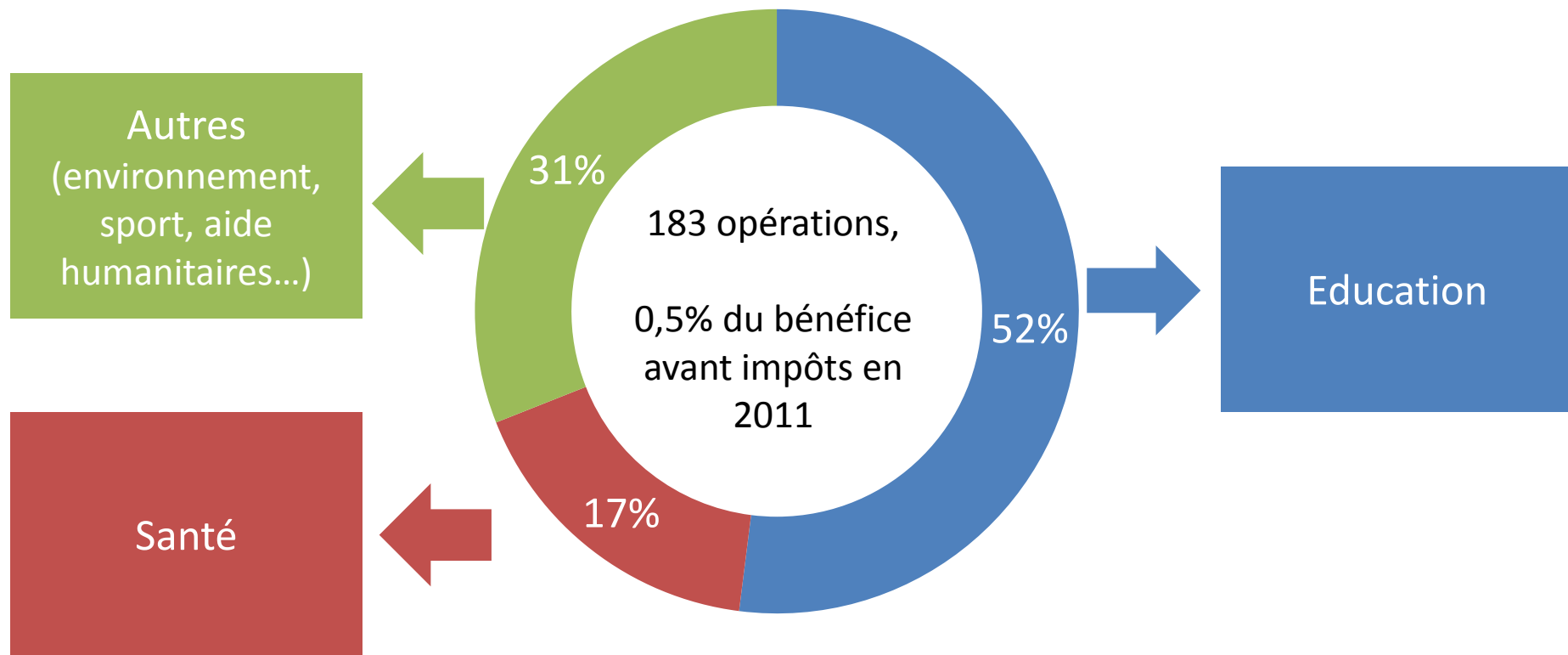
Des produits contenant des **matières recyclées** et/ou d'origine renouvelable





Engagement

Auprès des populations locales qui vivent à proximité de nos sites de production ou de distribution





4
administrateurs
indépendants
sur 10

Gouvernance

Indépendance et Transparence

2 comités
spécialisés



Votre Conseil en 2011



8 réunions dont une visite de notre usine de rasoirs à Athènes



Taux moyen de participation : **96,25%**



Parmi les sujets abordés

- ▶ Orientations stratégiques en **Asie**
- ▶ Orientations stratégiques de **BIC APP**
- ▶ Orientation stratégiques dans les **rasoirs**
- ▶ Avancement des travaux dans les **pires à combustibles portables**
- ▶ Programme de **développement durable**



Information

4 Lettres aux actionnaires par an

- ▶ Version papier et interactive

Un guide de l'actionnaire

Une rubrique dédiée sur notre site Internet www.bicworld.com

Des réunions d'information régulières en province

- ▶ En 2011 : Lille, Bordeaux, Marseille
- ▶ En 2012 : Lyon et Toulouse

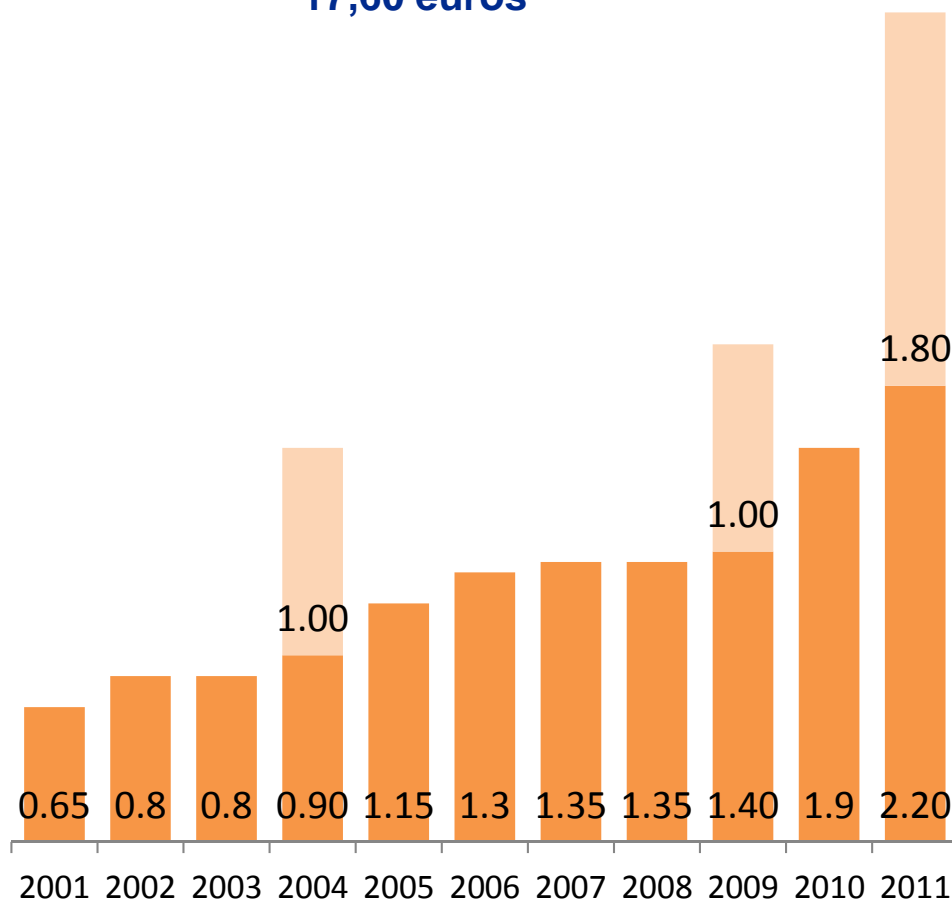
Numéro vert : 0-800-10-12-14





Rémunération

Dividendes par action cumulés
(ordinaires et exceptionnels)
17,60 euros



Cours de bourse*
+114%



*: Du 1er janvier 2002 au 4 mai 2012

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DES 3 À 5 PROCHAINES ANNÉES



BIC® Nos valeurs	
Éthique	
Responsabilité	Esprit d'équipe
Simplicité	Ingéniosité



Améliorer la qualité des produits et réduire les coûts opérationnels



Continuer à innover et à développer des nouveaux produits



Augmenter le soutien à la marque





Continuer à gagner des parts de marché



Accroître notre présence dans les marchés en forte croissance et saisir les opportunités de croissance externe

OBJECTIFS FINANCIERS POUR LES 3 À 5 PROCHAINES ANNÉES



		Grand Public	Produits Publicitaires et Promotionnels
	Croissance organique annuelle*	Entre +2% et +4%	Croissance entre 1% et 5%**
	Marge d'exploitation normalisée	Entre 15% et 20%	Entre 8% et 12%

*Hors effet de change et acquisitions complémentaires

** "Low to mid single digit growth"



Se fonder sur nos valeurs...
inventer le futur

Les hommes et les femmes sont
la clé de route de notre
philosophie





A taux de change constants :

- ▶ Les données à taux de change constants sont calculées sur la base des taux de change moyens mensuels de l'année précédente

A données comparables :

- ▶ À taux de change constants et périmètre constant

Résultat d'exploitation normalisé :

- ▶ normalisé signifie hors coûts de restructuration, plus-value liée à la cession de l'activité funéraire de BIC APP, plus-values immobilières pour 2010 et hors restructuration, pertes de valeur du *goodwill* et des marques commerciales liées à la cession des divisions « business to business » de PIMACO au Brésil, pertes de valeur du *goodwill* de la division Autres produits en Grèce et gain lié à la cession de l'activité de pinces à linge REVA pour 2011

Génération de trésorerie avant acquisitions et cessions :

- ▶ Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation – investissements nets +/- autres investissements

Génération de trésorerie après acquisitions et cessions :

- ▶ Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation – investissements nets +/- autres investissements – acquisitions/cessions de filiales/activités



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 et opportunités » du « Document de Référence du Groupe BIC » archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 27 mars 2012.