



*« Se fonder sur
nos valeurs... inventer
le futur*

*Les hommes
et les femmes sont
la clé de voûte
de notre philosophie »*





**Solide performance de l'activité
Grand Public dans un environnement difficile**



**Accélération des investissements
dans la Recherche et le Développement,
y compris l'innovation et les capacités
de production**



Forte génération de trésorerie



**Chiffre d'affaires
+2,8%**

**Activité Grand Public
+5,3%**

**Marge d'exploitation
Normalisée
19,7%**

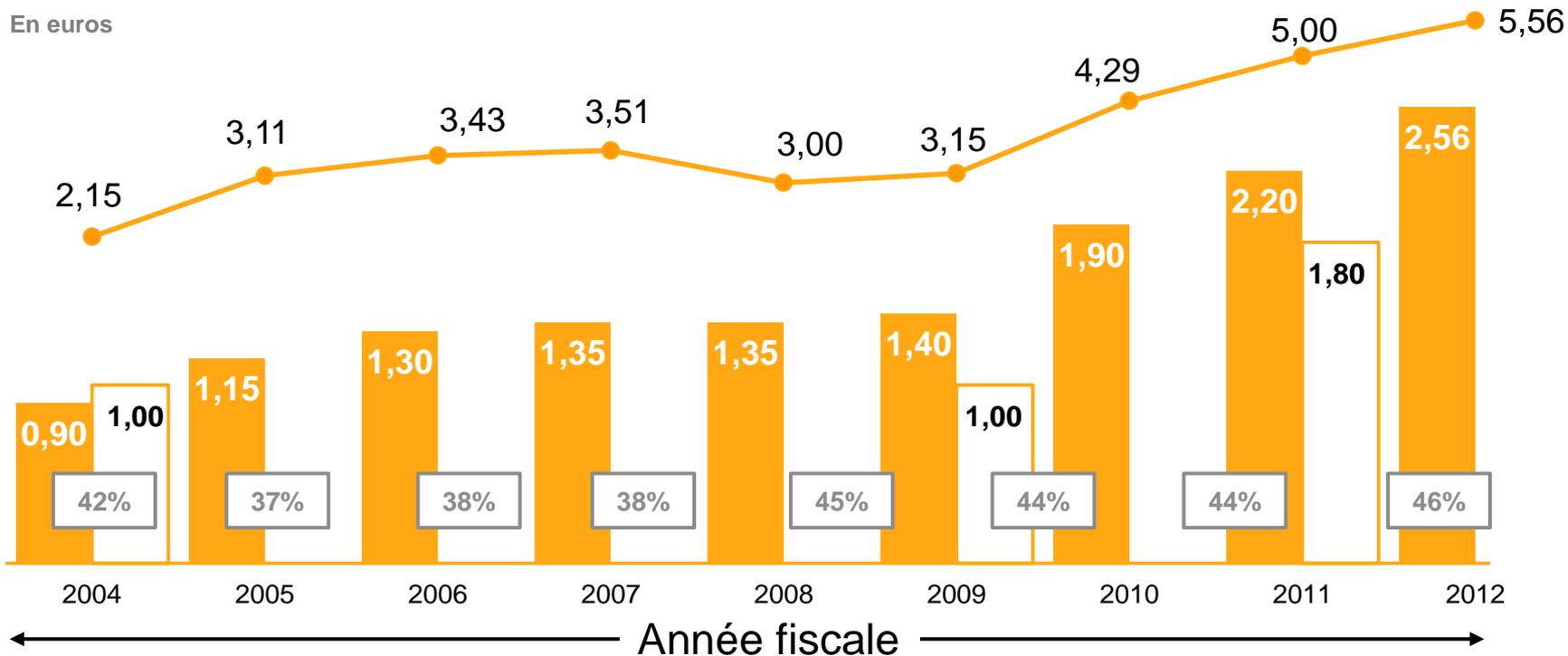
**Bénéfice Net
Par Action
+11,2%**

**Position nette
de trésorerie
334,5 million d'euros**



Dividende

Proposition à l'Assemblée Générale
2.56 euros de dividende** ordinaire par action (+16.4%)



■ Dividende par action □ Dividende exceptionnel ● BNPA

Taux de distribution*

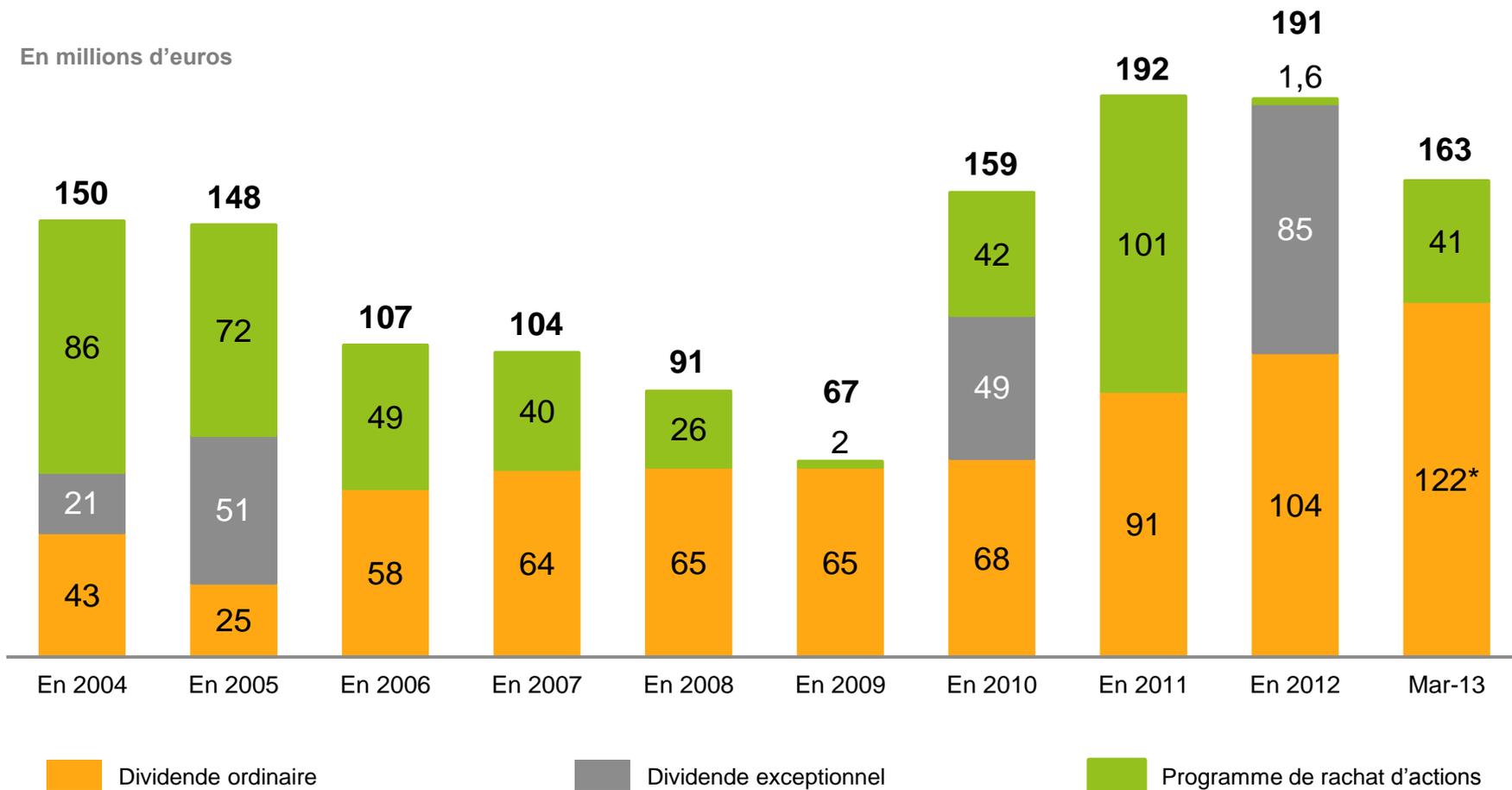
* Sur la base du dividende ordinaire

** Mise en paiement le 29 mai 2013 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale



Trésorerie rendue aux actionnaires

En millions d'euros



* Estimation sur la base du nombre total d'actions au 31-DEC-2012 hors actions propres



Réinvestir dans le groupe BIC d'aujourd'hui pour préparer le Groupe BIC de demain

Investissements industriels

Acquisitions stratégiques complémentaires

Assurer une croissance régulière du dividende ordinaire

Taux de distribution 2011
44%



Taux de distribution 2012
46%



Objectif moyen terme
50%

Dividende exceptionnel

Rachat d'actions



*Résultats Consolidés 2012
et Premier Trimestre 2013*

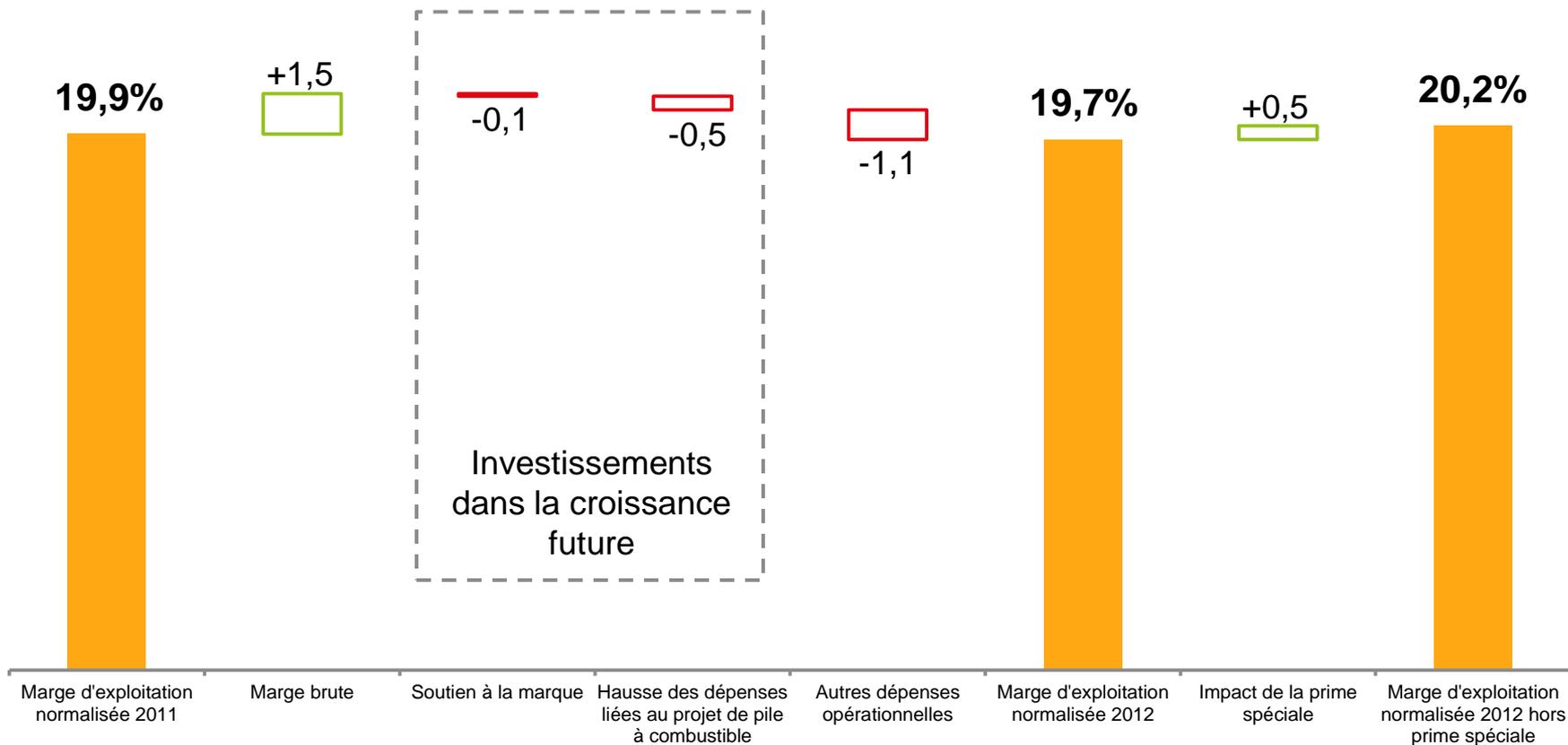


2012 : DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU RÉSULTAT D'EXPLOITATION



En millions d'euros	2011	2012	Variation	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable
Chiffre d'affaires	1 824,1	1 898,7	+4,1%	+0,7%	+2,8%
Marge brute	898,5	965,4	+7,4%		
Résultat d'exploitation normalisé	362,4	373,8	+3,1%		
Résultat d'exploitation	339,7	370,5	+9,1%		

2012 : MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE



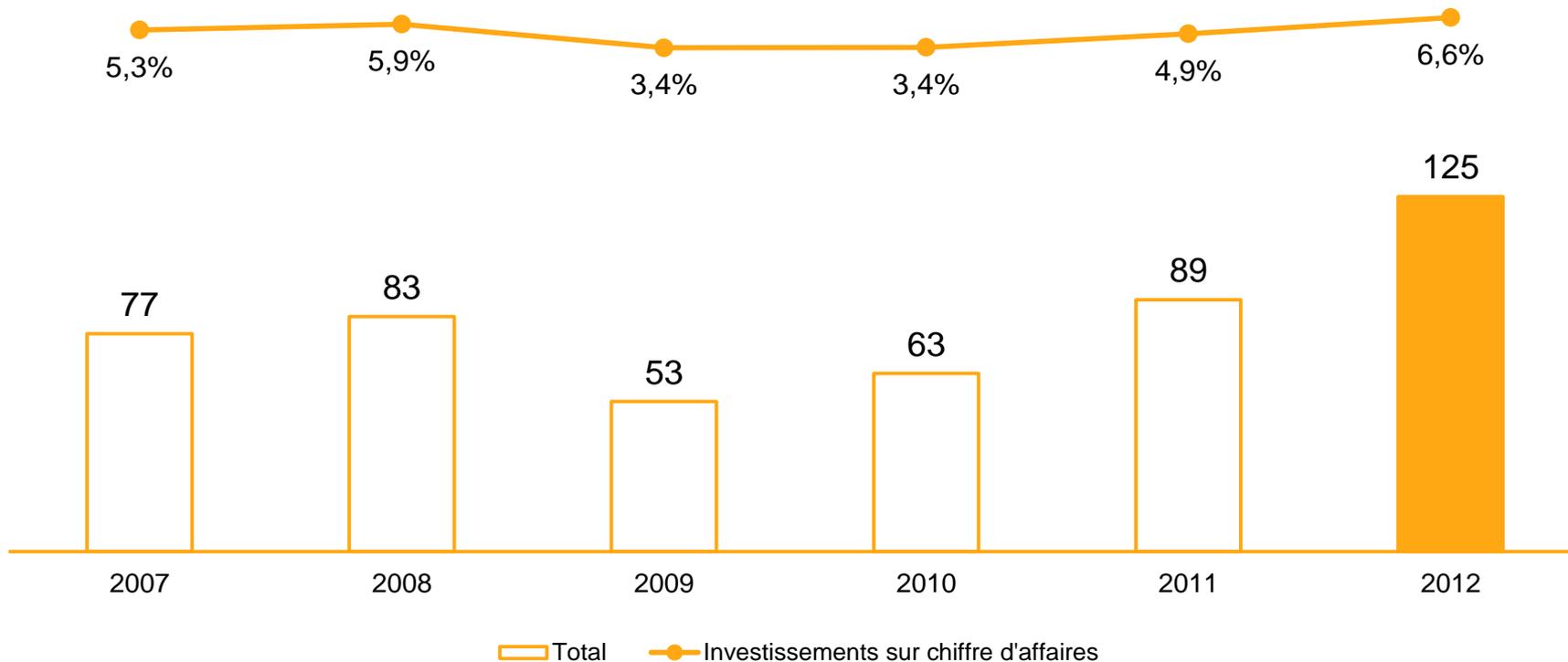
2012 : DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AU RÉSULTAT NET



En millions d'euros	2011	2012
Résultat d'exploitation normalisé	362,4	373,8
<i>Éléments non récurrents</i>	-22,7	-3,3
Résultat d'exploitation	339,7	370,5
<i>Produits financiers</i>	10,6	12,5
<i>Charges financières</i>	-1,4	-2,0
Résultat avant impôt	348,8	381,0
<i>Impôts</i>	-115,1	-121,6
<i>Taux d'imposition</i>	33,0%	31,9%
<i>Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence</i>	4,1	3,7
Résultat net	237,9	263,1
<i>Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres</i>	47 565 299	47 339 322
BNPA	5,00	5,56
BNPA normalisé	5,38	5,61



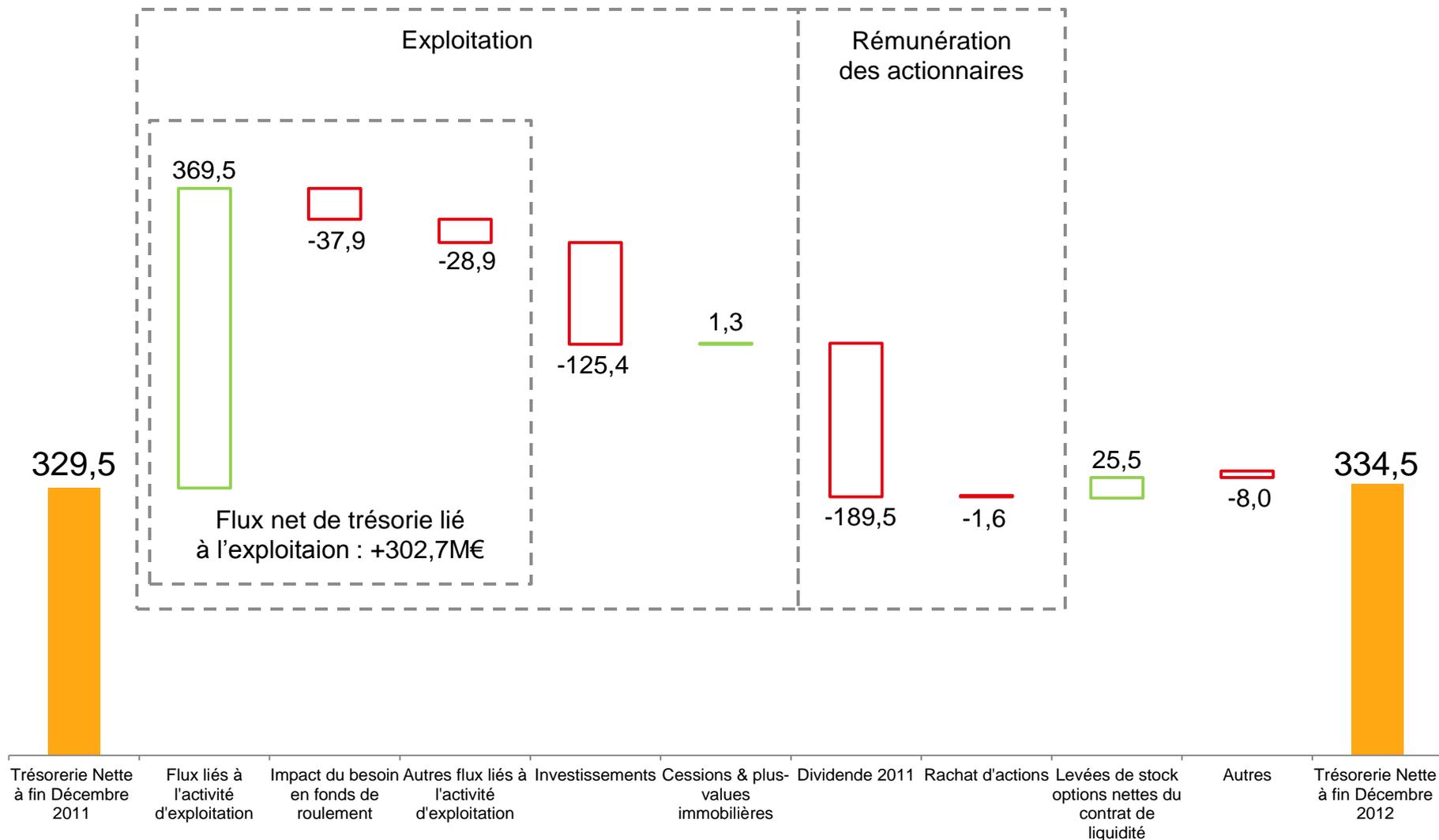
52% d'investissements de développement (capacités et nouveaux produits)



POSITION NETTE DE TRÉSORERIE

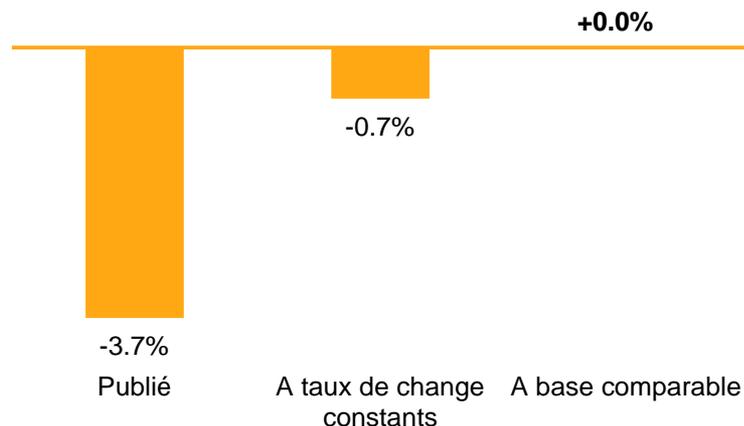


En millions d'euros





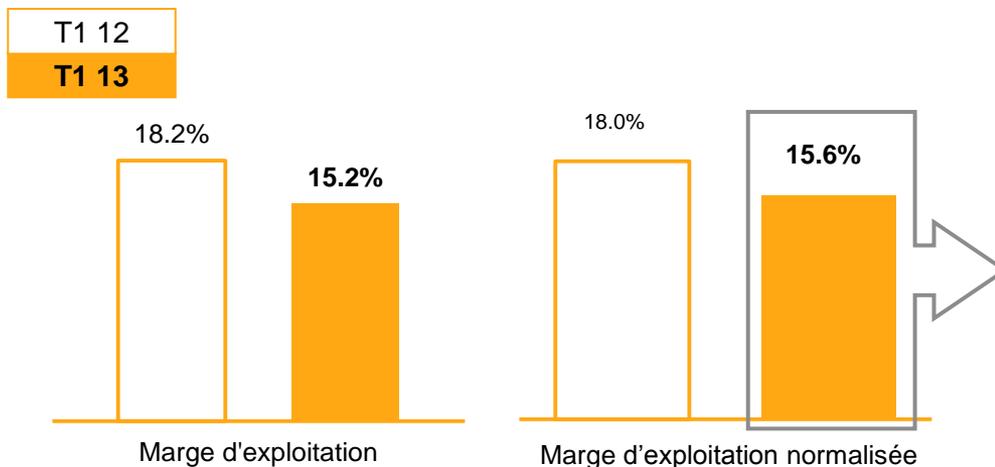
Chiffre d'affaires : 428,6 millions d'euros



Grand Public	+1,8%
▶ Marchés développés	+2,0%
▶ Marchés en croissance	+1,5%

Produits Publicitaires et Promotionnels	-11,2%
--	---------------

Résultat d'exploitation normalisé : 66,7 millions d'euros



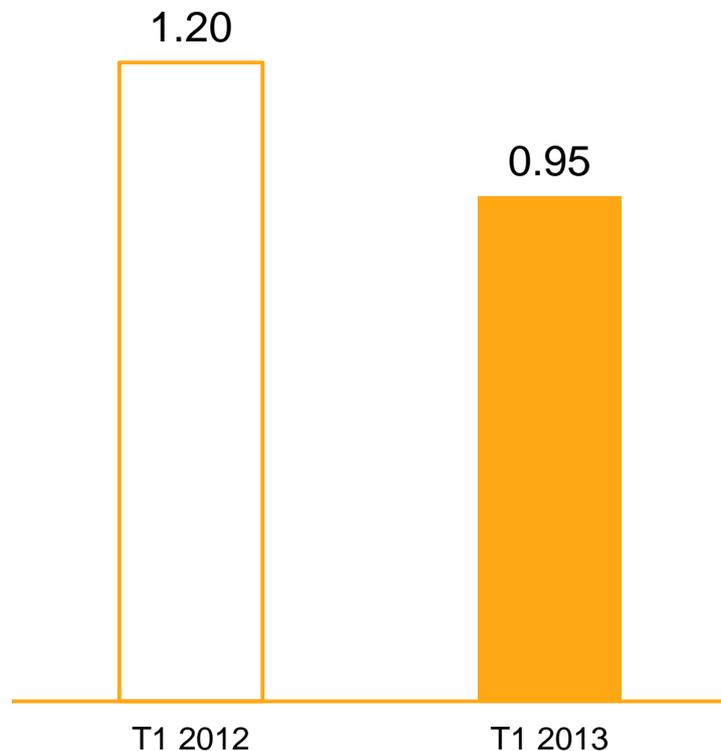
Marge d'exploitation normalisée	
Grand Public	18,5%
Produits Publicitaires et Promotionnels	-5,4%



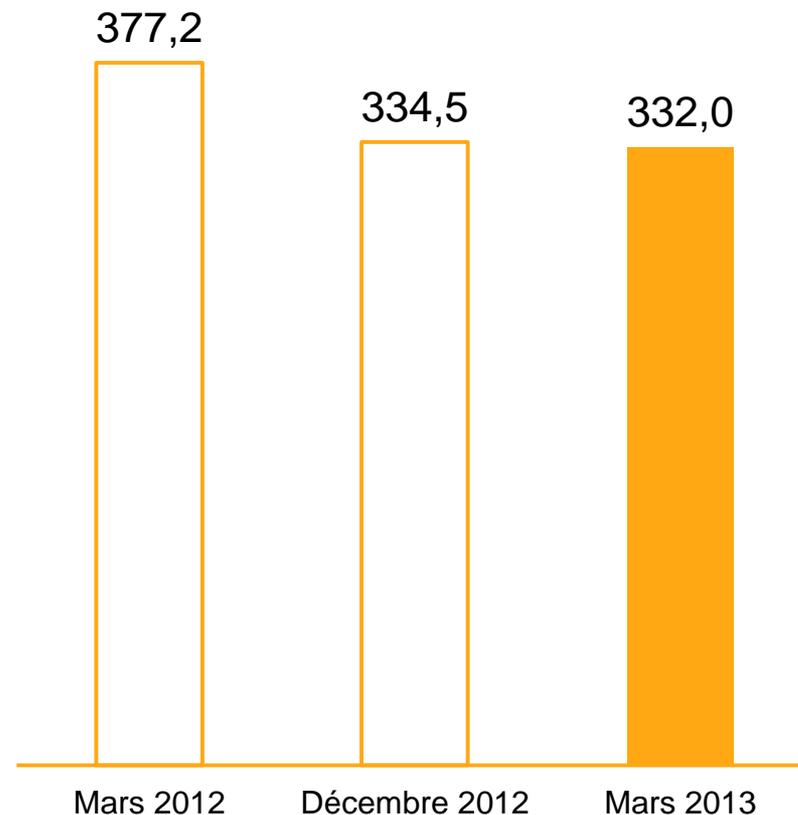
BNPA : -20,8%

Position nette de trésorerie

En euros



En millions d'euros





*Tendances opérationnelles
2012 et 2013*





Chiffre d'affaires	617,9 M€ +2,6%	Marge d'exploitation normalisée	15,3%	Investissements industriels	26M€ +29%
--------------------	---------------------------	---------------------------------	--------------	-----------------------------	----------------------



- ▶ Gains de part de marché
- ▶ Bonne performance en France, au Benelux, en Roumanie et en Pologne
- ▶ Réseau des fournisseurs de bureau de nouveau affecté par l'environnement économique difficile



- ▶ Part de marché en légère baisse
- ▶ Activité de soutien à la marque élevée de la part des concurrents
- ▶ Pression continue exercée sur les prix par les marques de distributeurs chez les fournisseurs de bureau



- ▶ Bonne performance au Moyen-Orient et en Afrique
- ▶ Position de leader maintenue dans les stylos à bille classiques et forte progression dans les stylos à valeur ajoutée en Amérique latine
- ▶ Progression des ventes en Asie soutenue par une campagne de promotion de la marque et par l'extension de la ligne de produits



Nouveaux Produits et extension de gamme



Cristal Gel Refresh



Surligneur effaçable

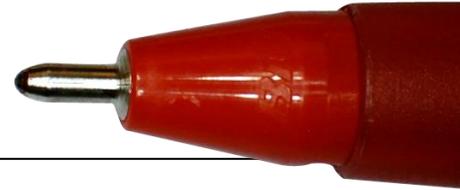




BIC “Needle Point Ink System”

Une nouvelle génération d’encre adaptée aux écritures asiatiques

- ▶ **Douceur d’écriture** → faible viscosité
- ▶ **Précision d’écriture** → Pointe “aiguille” en 0.7mm & 0.5mm
- ▶ **Disponible en 8 couleurs!**

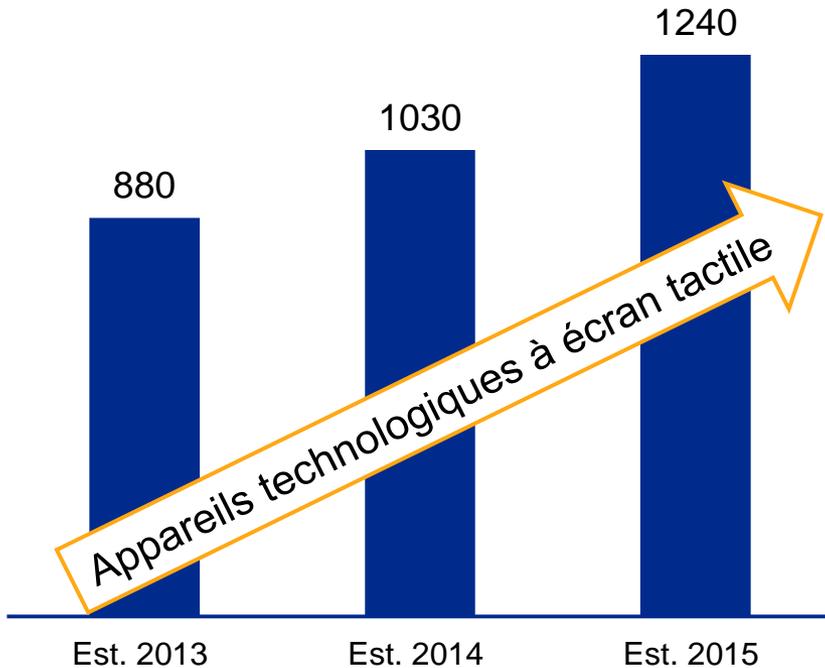




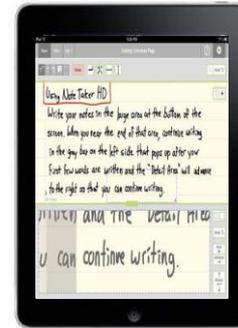
La technologie des écrans tactiles change la façon de communiquer, de travailler, d'écrire

Un marché en forte croissance

En millions d'unités



De nouveaux besoins



Application prise de notes



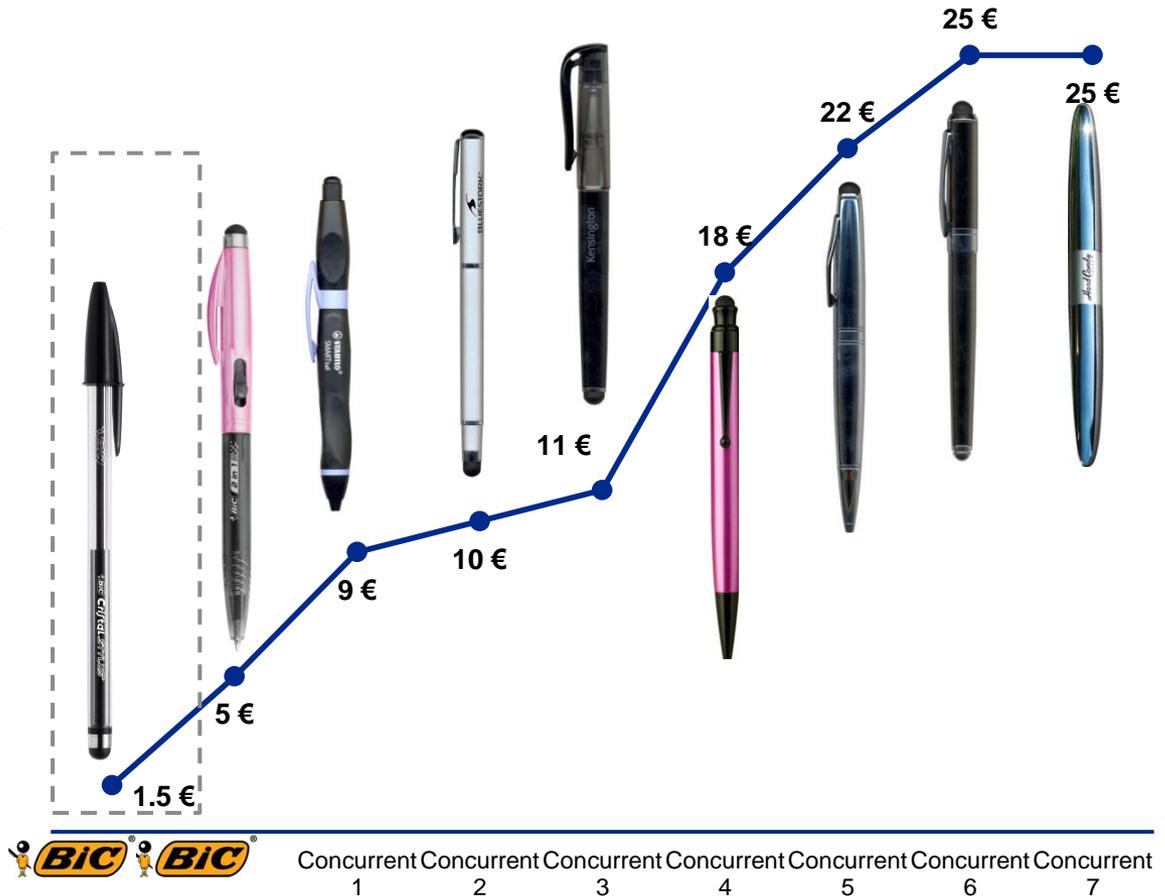
Application dessin/croquis



Application pour apprendre à écrire



BIC® Stylus : Stylet rétractable et multi-fonctions Le premier à un prix abordable



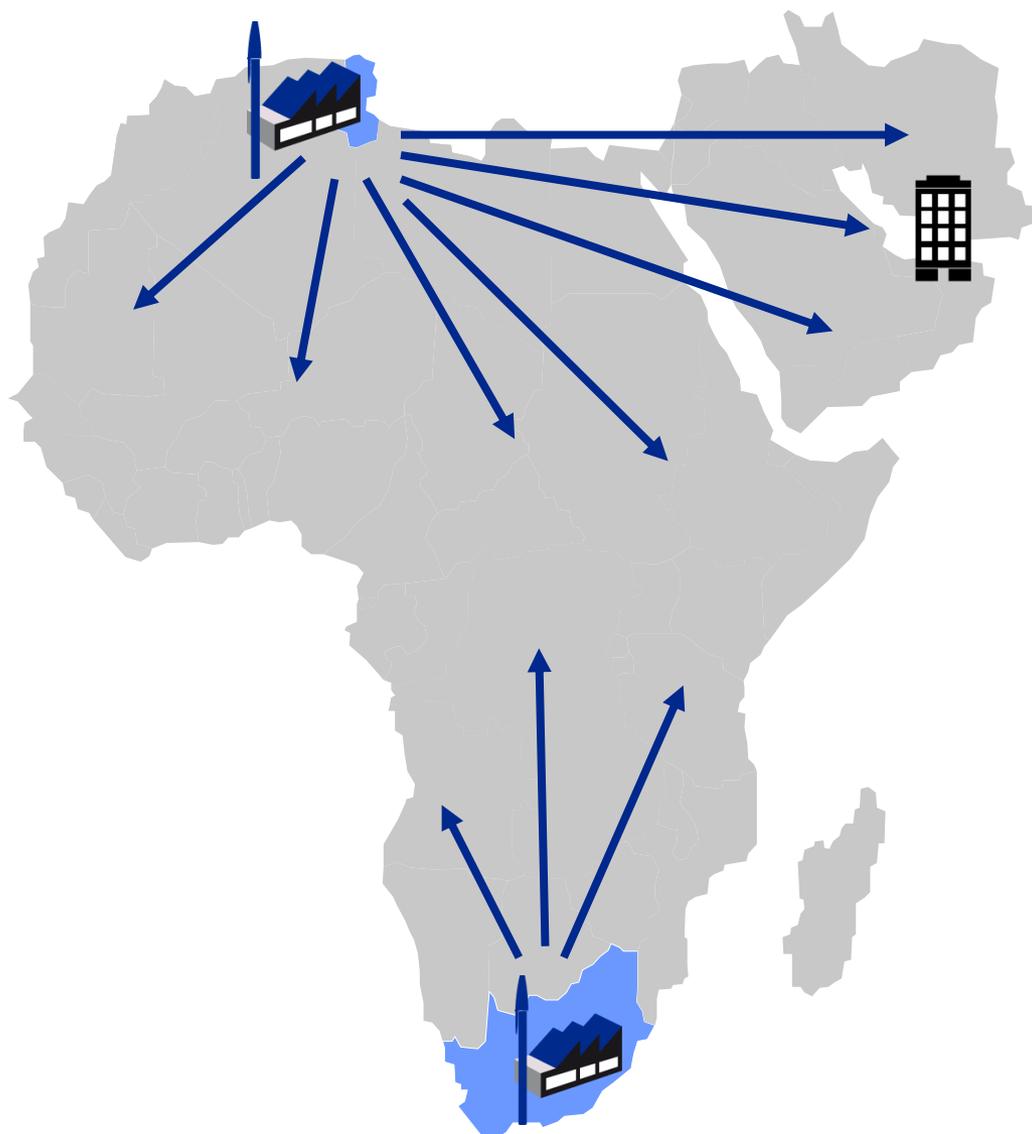
Concurrent Concurrent Concurrent Concurrent Concurrent Concurrent

1 2 3 4 5 6 7





PAPETERIE : CONSTRUCTION D'UNE USINE EN TUNISIE



- ▶ Février 2012 : début de la construction de l'usine d'instruments d'écriture en Tunisie
- ▶ Objectif : compléter notre réseau de production en Afrique et au Moyen Orient afin de mieux répondre à la demande croissante de cette zone géographique
- ▶ Usine totalement opérationnelle fin 2013



- ▶ 3 mai 2013 : finalisation de l'acquisition par BIC de 40% de la 7^{ème} et dernière entité papeterie du Groupe Cello
- ▶ Avril – Octobre 2013 : option d'achat permettant à BIC d'augmenter sa participation de 40% à 55%

+ de 30%
du marché indien
des stylo à bile



Des produits
de **qualité**



Une des **marques**
les plus connues
en Inde



Un large **réseau**
de **distribution**



LES BRIQUETS EN 2012



Chiffre d'affaires	551,0 M€ +4,3%	Marge d'exploitation normalisée	37,7%	Investissements industriels	29M€ +30%
--------------------	-------------------	---------------------------------	-------	-----------------------------	--------------



- ▶ Bonne performance en Europe de l'Est
- ▶ Gains de distribution dans des pays importants (France, Italie) en dépit de la poursuite des importations de briquets asiatiques non conformes



- ▶ Gains de parts de marché aux États-Unis et au Canada
- ▶ Succès des briquets décorés à valeur ajoutée
- ▶ Poursuite de l'augmentation des ventes de briquets multi-usages



- ▶ Amérique latine : marché des briquets affecté par la réglementation anti-tabac
Gains de part de marché dans la plupart des pays
- ▶ Moyen-Orient et Afrique : bonne performance grâce à des gains de distribution
- ▶ Asie : ventes tirées par l'amélioration de la stratégie de distribution et par des décors spécialement créés



LES BRIQUETS EN 2013



Europe



Amérique du Nord



Amérique latine

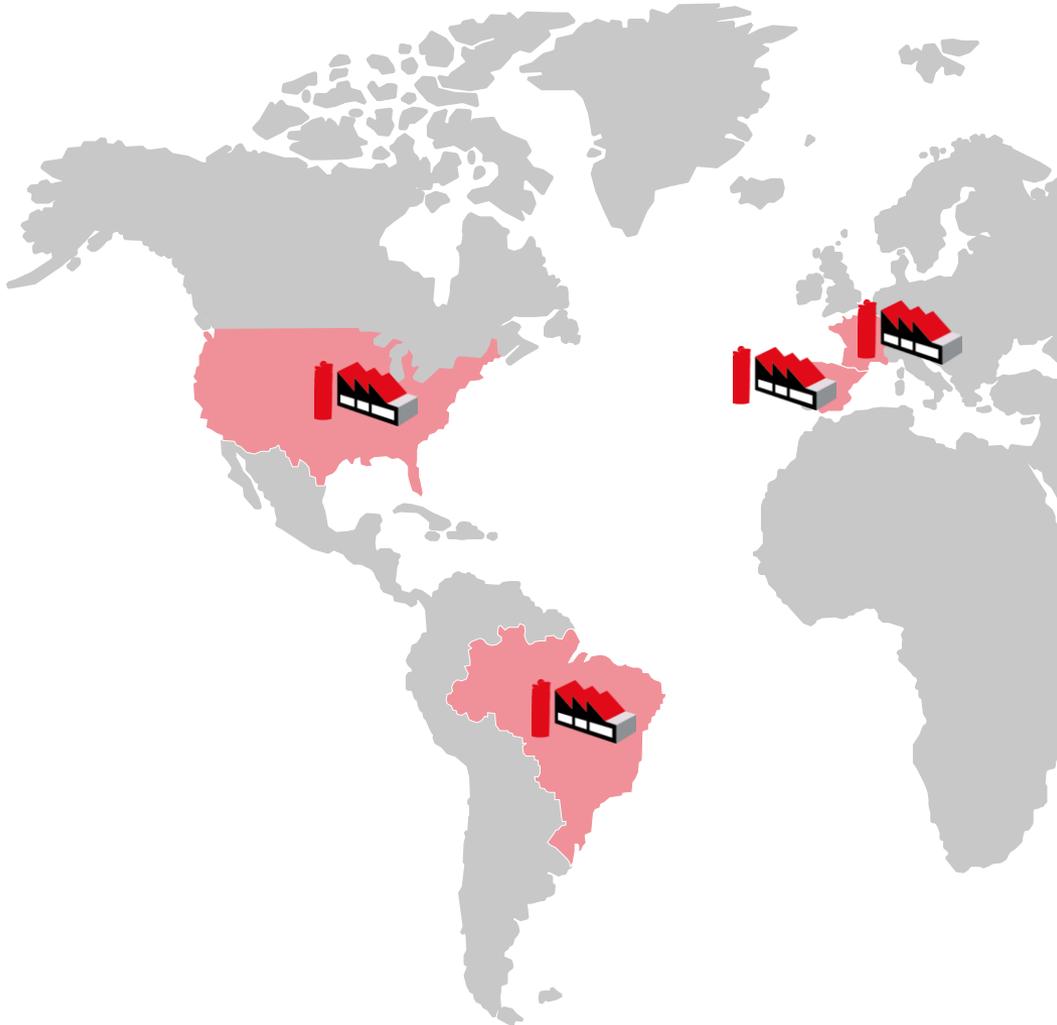


Asie





BRIQUETS : EXTENSION DES CAPACITÉS PRODUCTION PARTOUT DANS LE MONDE



▶ 2012 – 2013 : augmentation des capacités de production et investissements dans de nouvelles machines dans nos 4 usines de briquets

- *Redon en France*
- *Tarragona en Espagne*
- *Milford aux Etats-Unis*
- *Manaus au Brésil*

▶ Objectif : adapter notre outil de production à la demande croissante du marché et améliorer l'efficacité de notre outil industriel



LES RASOIRS EN 2012



Chiffre d'affaires	373,5 M€ +10,1%	Marge d'exploitation normalisée	17,3%	Investissements industriels	40M€ x2
--------------------	--------------------	---------------------------------	-------	-----------------------------	------------



- ▶ Environnement économique difficile dans les pays du sud
- ▶ Gains de parts de marchés dans plusieurs pays (France, Suède, Grèce, Ukraine)
- ▶ Succès des produits 3 lames classiques



- ▶ Gains de part de marché aux États-Unis (près de 2 points en un an)
- ▶ Succès de nos nouveaux produits
- ▶ Campagnes promotionnelles efficaces, distribution élargie et forte présence en linéaire



- ▶ Marchés en croissance : croissance à deux chiffres
- ▶ Bonne performance de nos produits une et deux lames
- ▶ Croissance rapide de notre 3 lames "BIC® Comfort 3®"



LES RASOIRS EN 2013

Pays développés



Europe

BIC Flex O3 Control

3 lames montées sur ressorts
Moins d'irritations
Facile à rincer
(lames rétractables)



Tête pivotante



Bande lubrifiante
 Lanoline & Vitamine E
Hydratant
Souplesse de la peau
& lissage
Couleur verte sensible

États-Unis

BIC Soleil Shave & Trim





Amérique latine : BIC® Flex 4 Un rasoir 4 lames rechargeable avec lames mobiles

*Une offre attractive
(prix + performance)
pour entrer
sur le marché émergent
et en pleine évolution
des rasoirs
rechargeables en
Amérique latine*



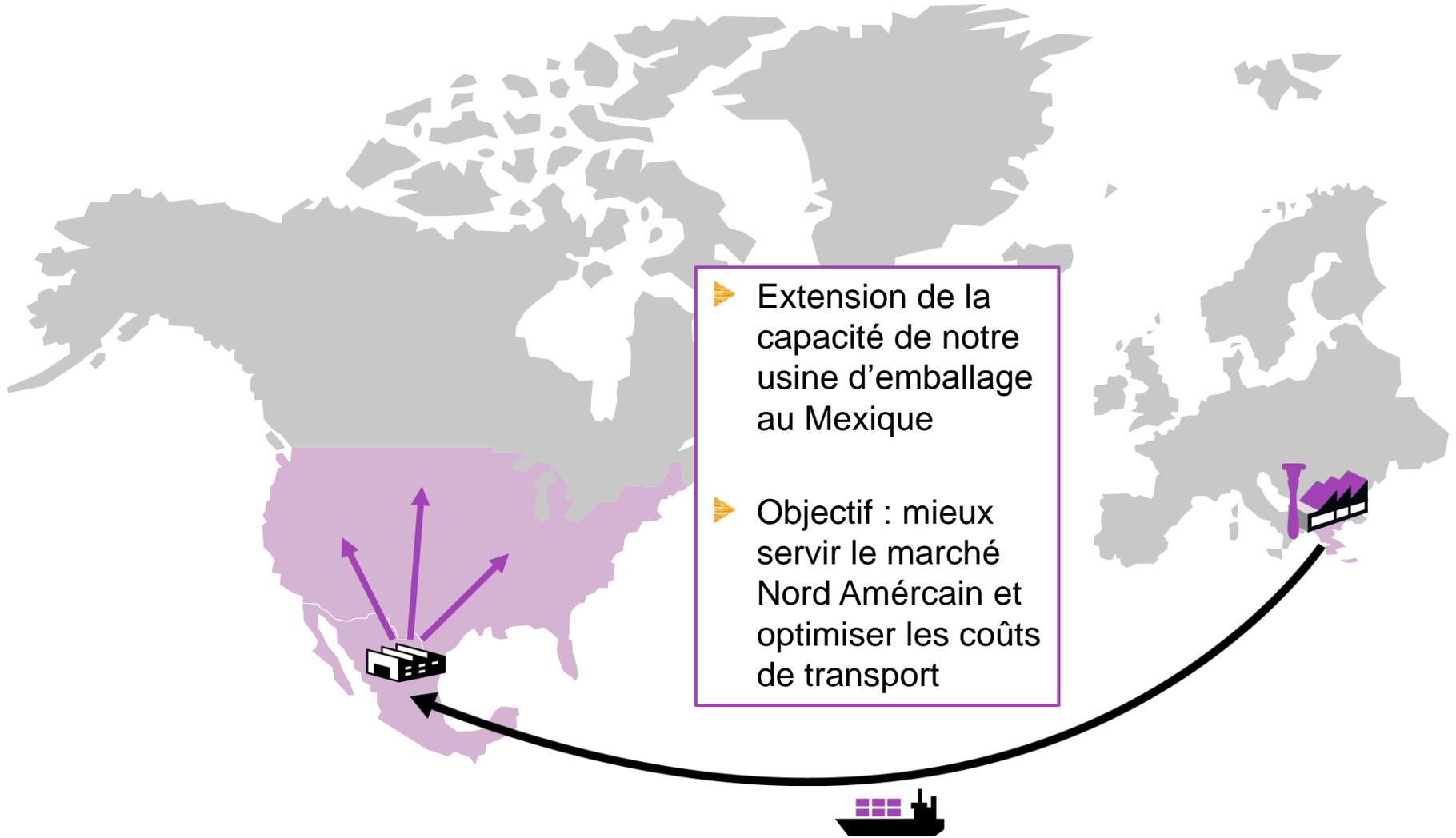
*4 têtes à lames
mobiles*



*Nouveau design
du manche*

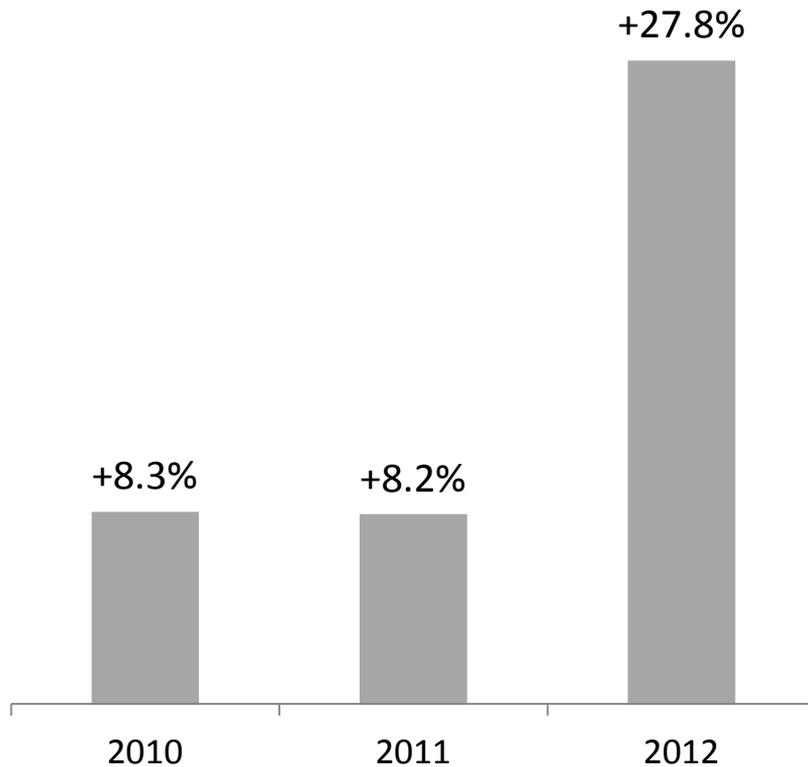


EXTENSION DES CAPACITÉS DE NOTRE USINE D'EMBALLAGE AU MEXIQUE





➤ Evolution du chiffre d'affaires à base comparable





Chiffre d'affaires	291,1 M€ -9,2%	Marge d'exploitation normalisée	7,6%	Investissements industriels	9,8 M€
--------------------	-------------------	---------------------------------	------	-----------------------------	--------



INSTRUMENTS D'ÉCRITURE

Europe

- ▶ Conditions économiques très difficiles dans les pays du Sud

Amérique du Nord

- ▶ Ventes affectées par la mise en place de notre nouvel ERP provoquant des retards de livraison



« HARD GOODS »

Europe

- ▶ Très affectée par la situation économique en Europe du Sud
- ▶ Bonne performance des nouveaux produits

Amérique du Nord

- ▶ Pression de la part des fournisseurs à bas prix



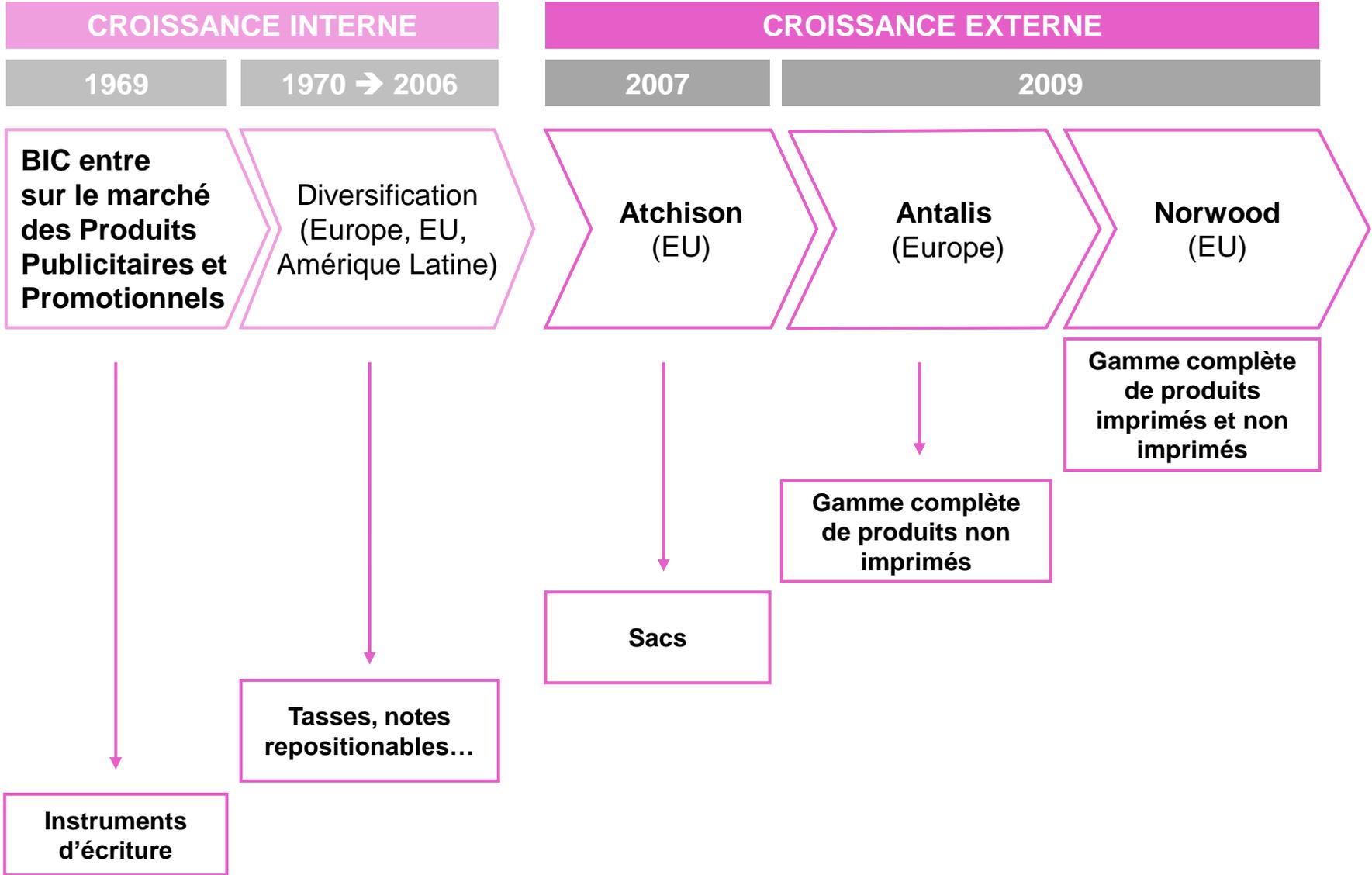
CALENDRIERS

Dans un marché faible, parts de marché maintenues





PRODUITS PUBLICITAIRES ET PROMOTIONNELS





Focus sur le service client & l'innovation



your message takes *life*





BIC[®]

APP

Advertising Promotional Products

NORWOOD



BIC[®]

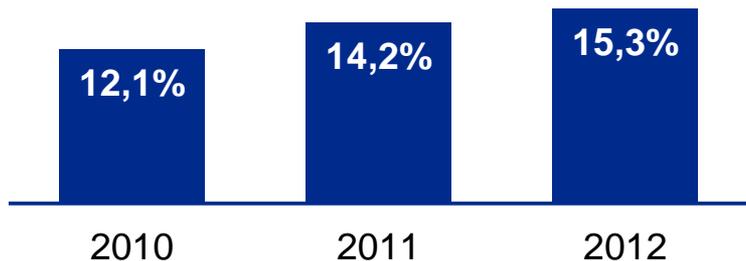
GRAPHIC



Papeterie Grand public



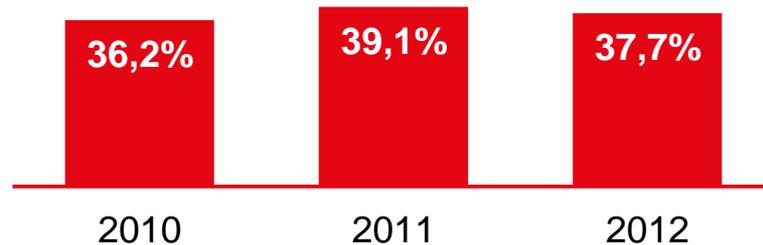
Moyenne sur 3 ans : 13,9%



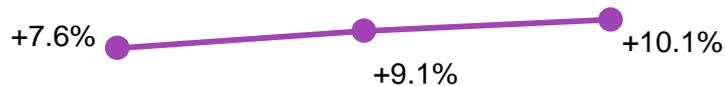
Briquets



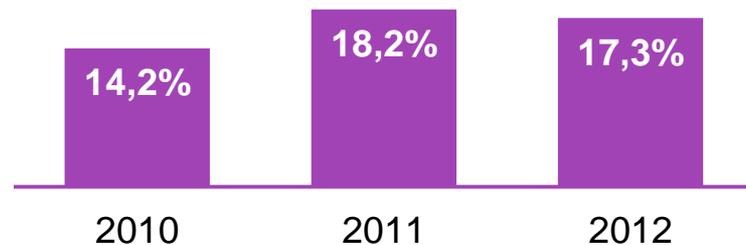
Moyenne sur 3 ans : 37,7%



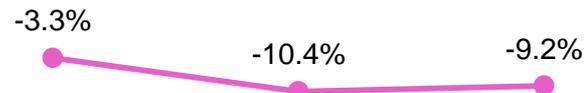
Rasoirs



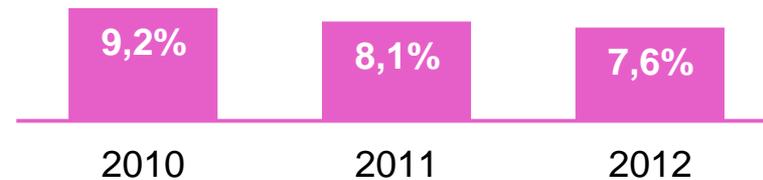
Moyenne sur 3 ans : 16,6%



BIC APP



Moyenne sur 3 ans : 8,3%





Grand Public

- ▶ Sur l'ensemble de l'année, le chiffre d'affaires devrait croître de +2% à +4% à base comparable, en ligne avec nos objectifs à moyen terme. La marge d'exploitation normalisée devrait se situer dans le haut de la fourchette de nos objectifs moyen terme (15% à 20%).

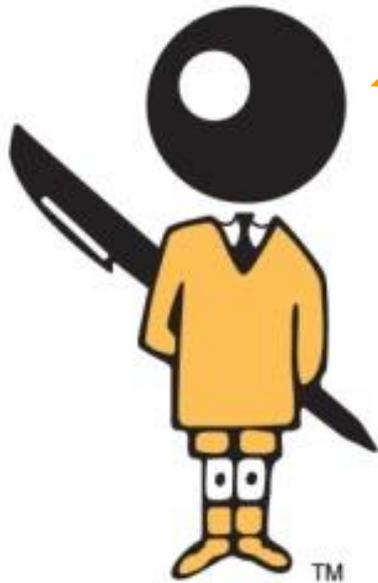
Produits Publicitaires et Promotionnels

- ▶ La baisse du chiffre d'affaires 2013 de BIC APP pourrait se situer entre -1% et -5%. En raison de la moindre absorption des coûts fixes liée à la diminution des ventes, la marge d'exploitation normalisée pourrait décroître à un niveau proche de 5% ou légèrement inférieur.

- ▶ Focus sur la génération de trésorerie
- ▶ Investissements continus dans la croissance future rentable
 - *Soutien à la marque*
 - *Augmentation des capacités de production*
 - *Pile à combustible portable*

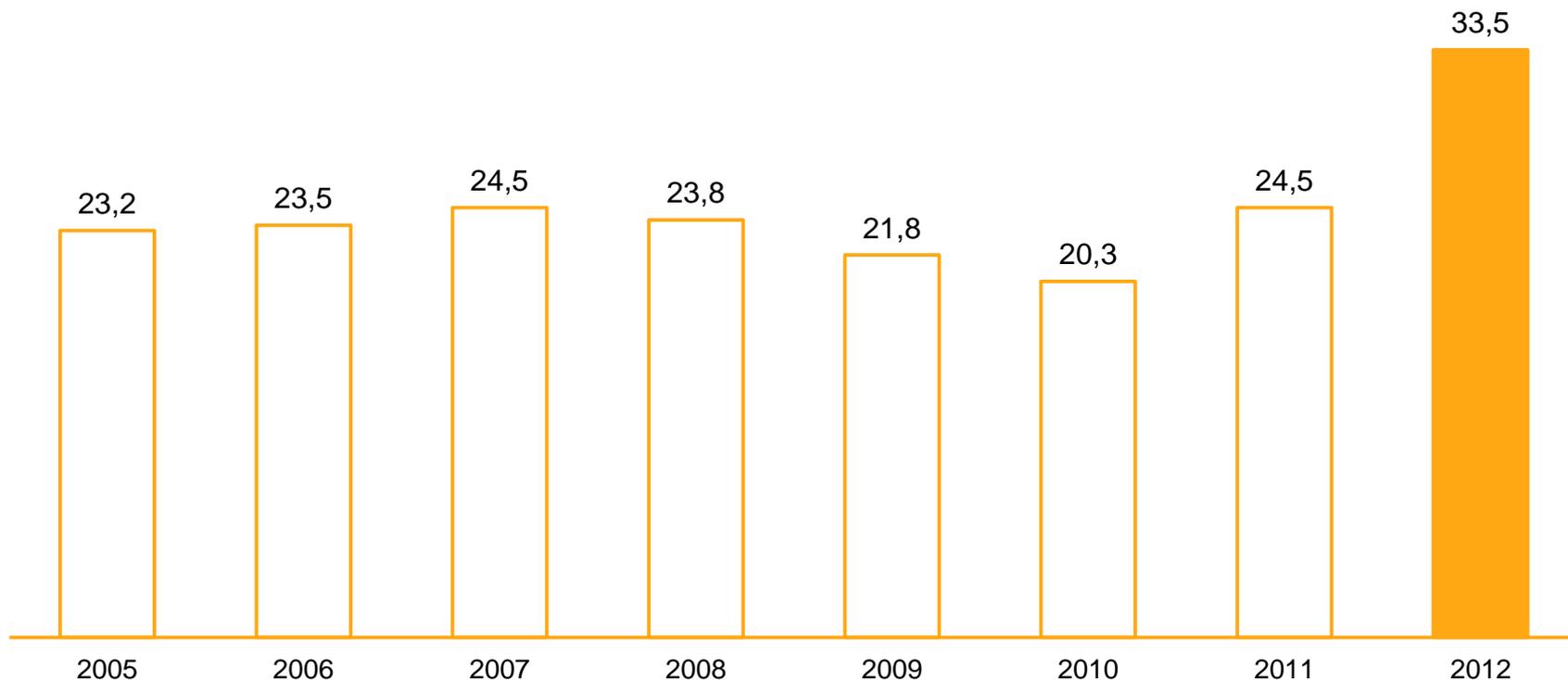


*Investir aujourd'hui
pour être plus performant
demain*





Recherche et Développement



**1/3 des dépenses de recherche & développement dédié
au projet de chargeur portable à piles à combustible**



Un chargeur nomade non dépendant du réseau électrique

Cartouche



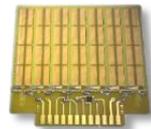
Produit de l'hydrogène
sur demande*

Peut être acheté
indépendamment
du chargeur

Chargeur à pile à combustible



MICRO-PILE



Convertit
l'hydrogène
en électricité

+

CIRCUIT
ÉLECTRONIQUE



Conduit
l'électricité

Cordon universel



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



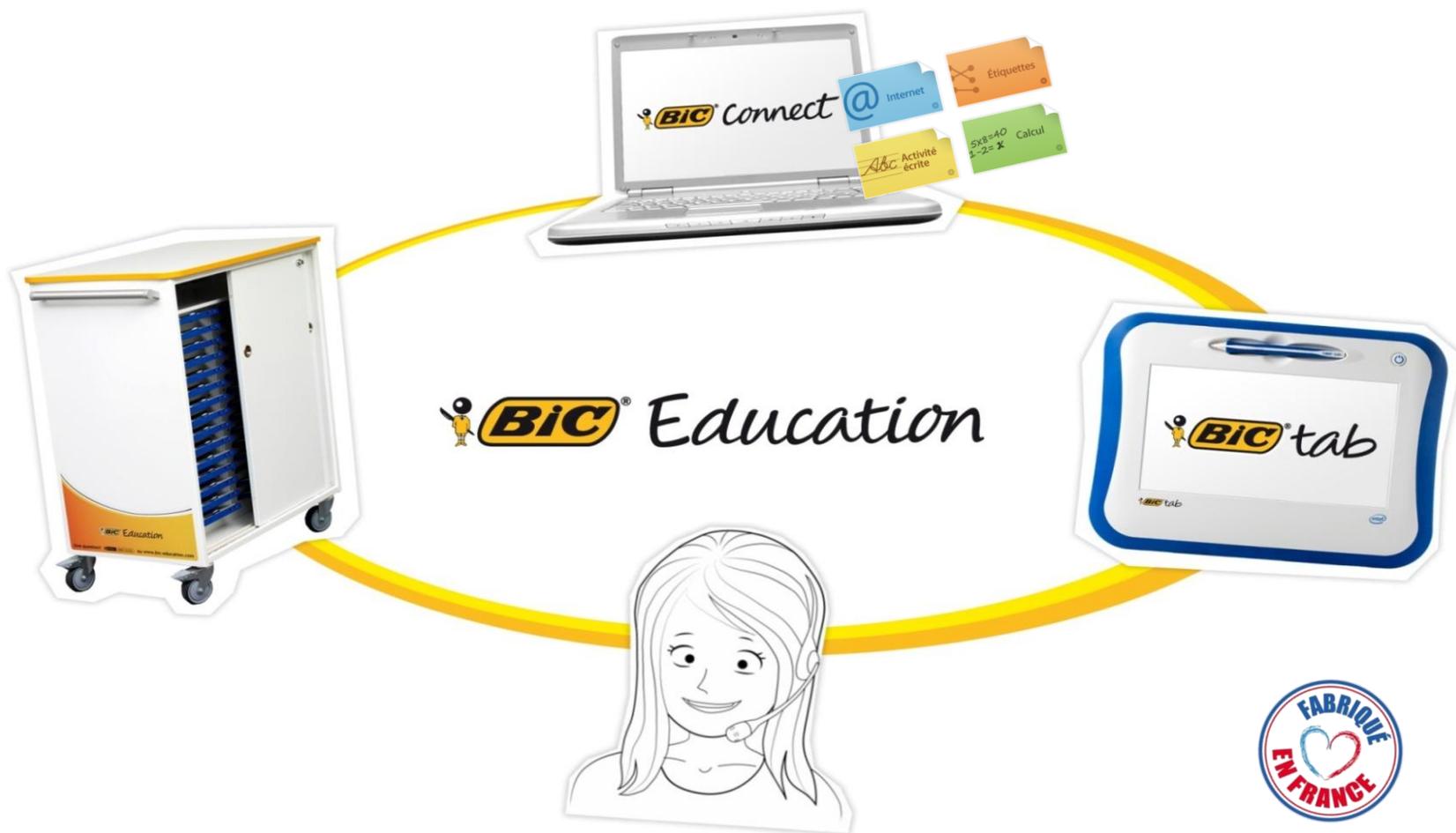
2003 – 2013 De la cartouche au prototype du chargeur



Commercialisation prévue d'ici 4 ans, en ligne avec le plan initial



Une solution éducative alliant des ardoises numériques et un logiciel pédagogique dédié, pour les enfants de 5 à 10 ans





*Responsabilité sociale,
sociétale
et environnementale*





2004 : Formalisation du programme de développement durable BIC Prise en compte systématique et meilleure anticipation des attentes

Piloter

➤ Groupe de 25 membres **présidé par Mario Guevara**

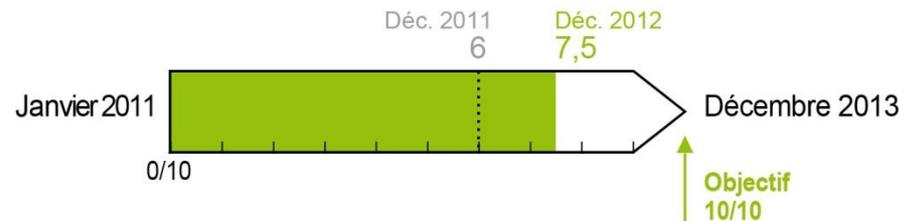
Suivre

➤ **Un baromètre** fixe les 10 objectifs prioritaires du Groupe sur 3 ans

Coordonner

➤ Direction du Développement Durable **Groupe**

BAROMÈTRE GLOBAL



La note globale est la moyenne des 10 indicateurs



1

2

3

4

PRODUITS

(conception)

- ▶ Dépasser l'opposition jetable / durable
- ▶ Mettre sur le marché des produits responsables et sûrs pour le consommateur

INDUSTRIE

(fabrication et transport)

- ▶ Cibler l'excellence des performances environnementales de nos usines
- ▶ Participer à la lutte contre le changement climatique
- ▶ Assurer la sécurité de nos salariés au travail

SOCIAL

(employés)

- ▶ Etre une Marque-Employeur juste et attrayante
- ▶ Assurer le respect des Droits de l'Homme au travail, dans toute la chaîne

SOCIÉTAL

(communautés)

- ▶ Aider les communautés et les marchés émergents



1

2

3

4

PRODUITS

(conception)

- ▶ Extension de l'offre de produits « responsables » dans la papeterie et les rasoirs
- ▶ Site d'information sur l'empreinte écologique des rasoirs
- ▶ Poursuite du partenariat avec Terracycle, premier programme de recyclage des instruments d'écriture en Europe

INDUSTRIE

(fabrication et transport)

- ▶ BIC APP certifié Quality Certification Alliance (QCA) aux US
- ▶ Construction de l'usine de Tunisie en tenant compte de l'environnement

SOCIAL

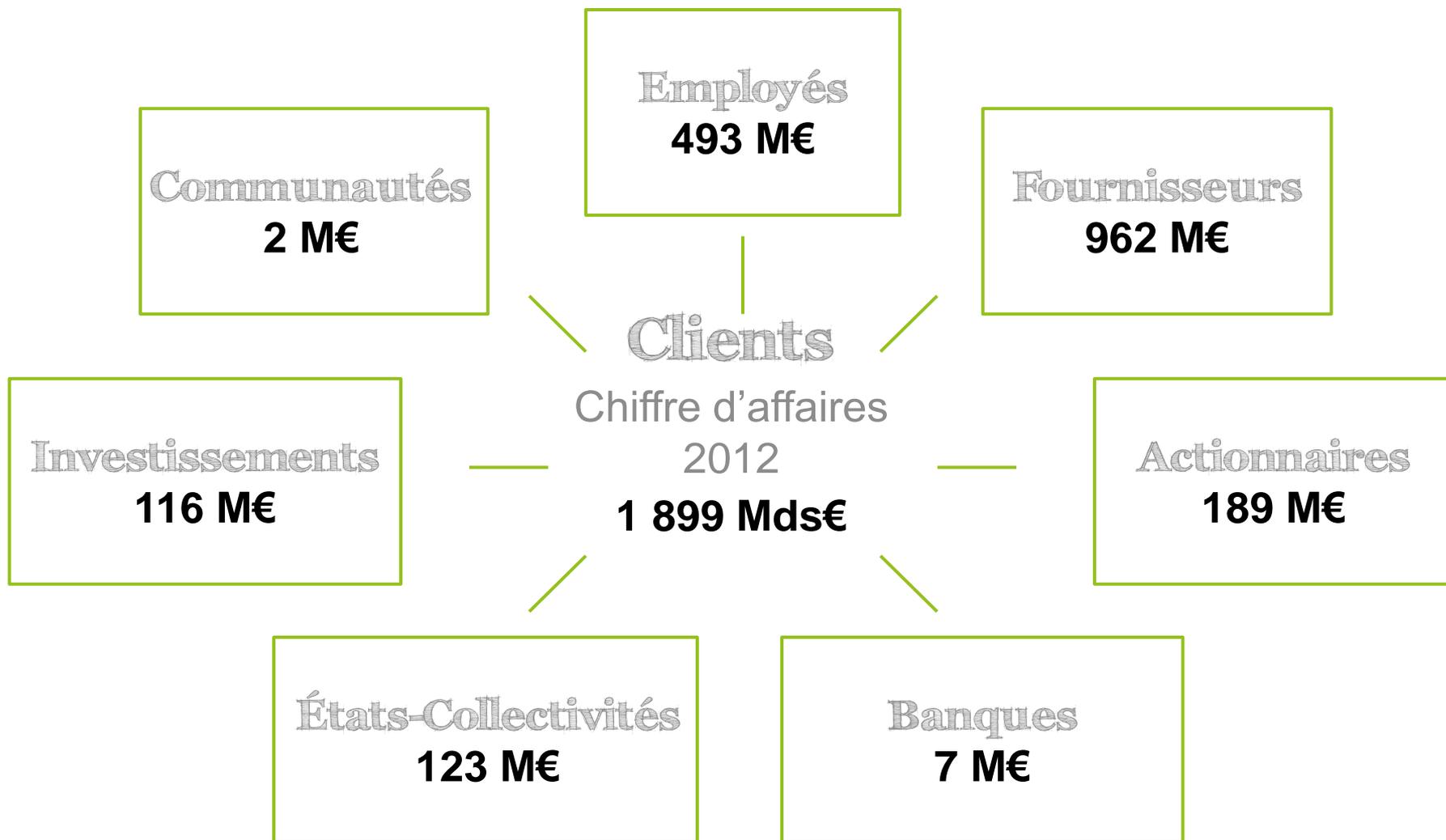
(employés)

- ▶ Le Programme « Mieux Vivre au Travail » 4 domaines prioritaires : Services aux employés, Santé & Bien-être, Espaces de Travail, Rôle du Manager
 - Lancement d'un programme mondial mis en place localement

SOCIÉTAL

(communautés)

- ▶ Renforcement du Rural Sales Program au Bangladesh (lutte contre la pauvreté en vendant des rasoirs)
- ▶ Partenariat avec Nos Quartiers ont des Talents en France (parrainages entre managers et jeunes diplômés des quartiers)





Gouvernance



COMPOSITION ET ORGANISATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



BRUNO BICH
Président
1986



MARIO GUEVARA
Directeur Général
2001



FRANÇOIS BICH
Directeur Général Délégué
1978



EDOUARD BICH
Représentant de MBD
2006



**MARIE - HENRIETTE
POINSOT**
1997



**MARIE - PAULINE
CHANDON-MOET**
2003



GILLES PELISSON
2001 - 2013



FRÉDÉRIC ROSTAND
2003



JOHN GLEN
2009



ELIZABETH BASTONI
2013



PIERRE VAREILLE
2009





➤ 2012

▶ 6 réunions

▶ Taux de participation : 100%

▶ Parmi les sujets abordés

- Orientations stratégiques de l'activité **Briquets**
- Orientations stratégiques de l'activité **Rasoirs**
- Procédure d'arbitrage relative à **Cello**
- Projet BIC Education
- Programme de développement durable

➤ 2013

▶ Développement dans les piles à combustible

▶ 23 avril - 25 avril 2013 : Conseil chez **BIC APP** aux États-Unis

- Présentation des activités Nord américaines
- Point sur l'activité
- Visite de deux usines



CHIFFRE D'AFFAIRES x 23

1973*	2013
82,1 millions d'euros	1,9 milliard d'euros

BNPA x 40

1973*	2013
0,14 euros	5,56 euros

COURS DE BOURSE** x 23

1973	2013
3,64 euros	84,86 euros

*: chiffre d'affaires et BNPA à fin décembre 2012

** : cours d'introduction ajusté et cours au 10-mai-2013



*« Se fonder sur
nos valeurs... inventer
le futur*

*Les hommes
et les femmes sont
la clé de voûte
de notre philosophie »*

