

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

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





Bonne performance dans les catégories Grand Public



Poursuite des investissements dans la marque, les nouveaux produits et l'innovation et les capacités de production

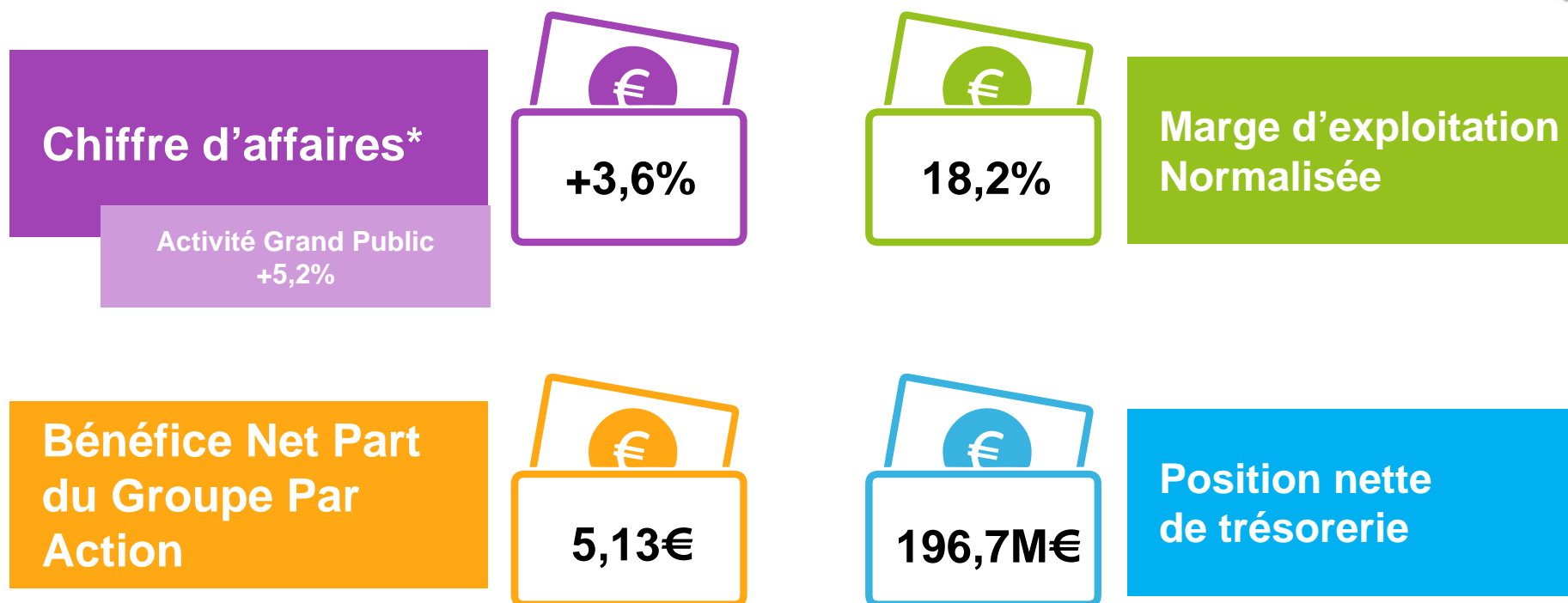


Forte génération de trésorerie



Participation majoritaire dans Cello Pens

BIC EN 2013

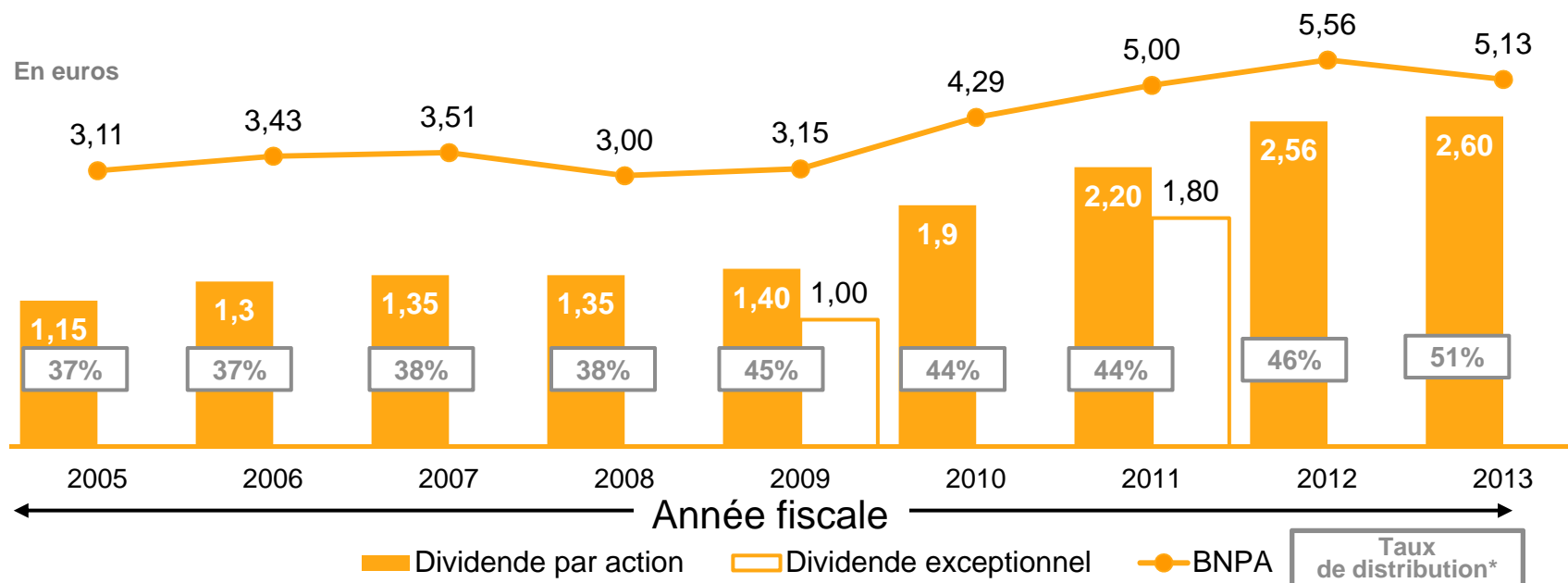


*croissance à base comparable

BIC EN 2013



Versement d'un dividende ordinaire de 2,60 euros par action (+1,6%) proposé à l'Assemblée Générale



* Sur la base du dividende ordinaire

Le dividende sera mis en paiement le 28 mai 2014 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale

Assemblée Générale du 14 mai 2014

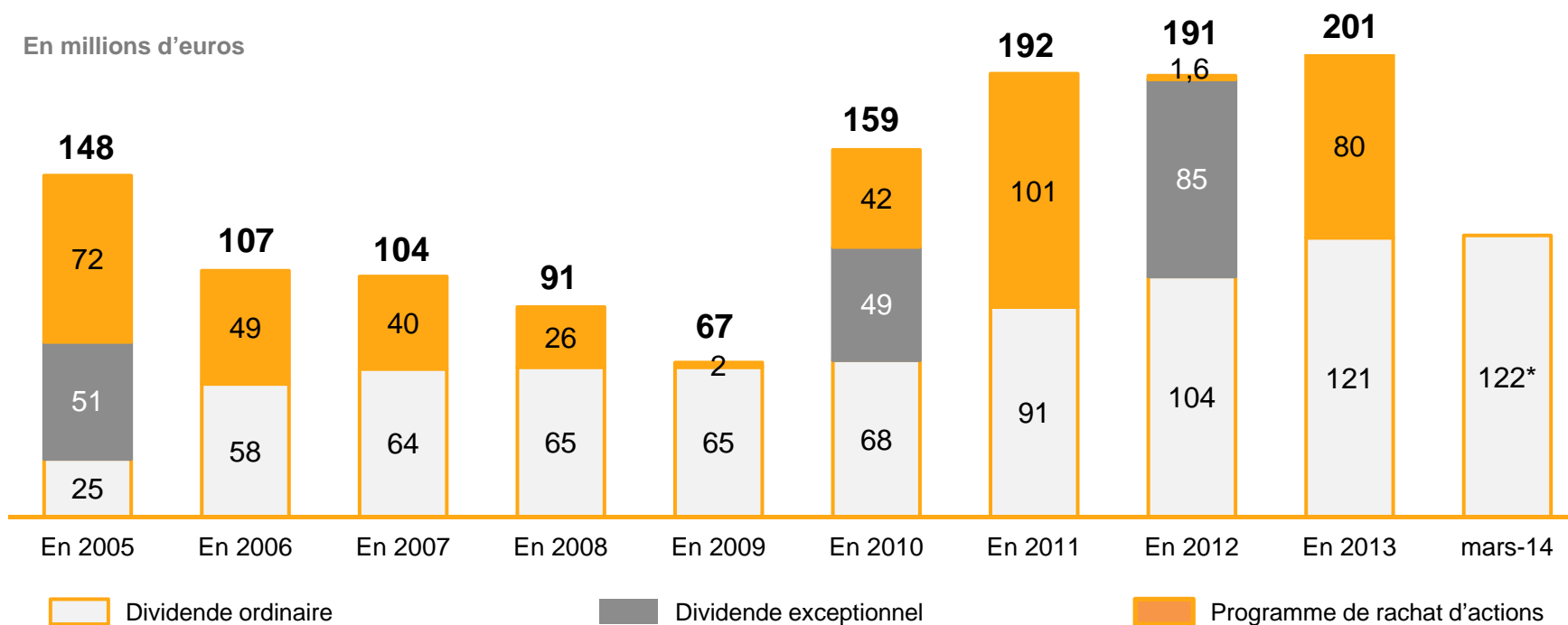
5





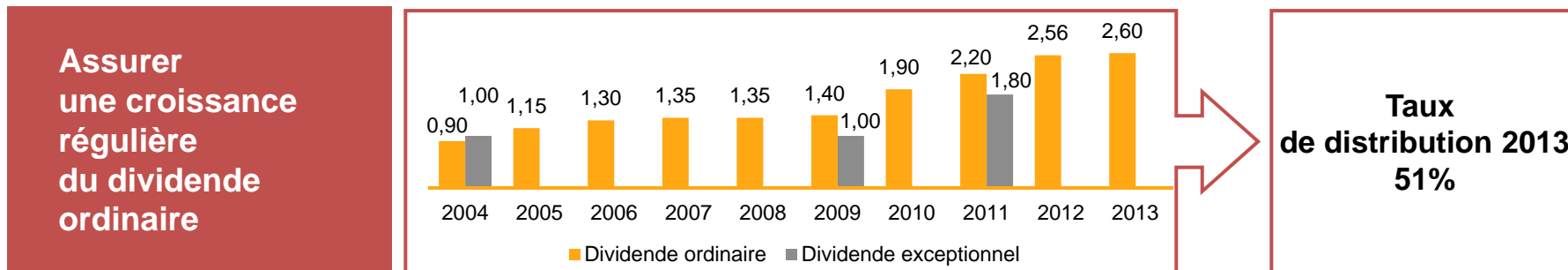
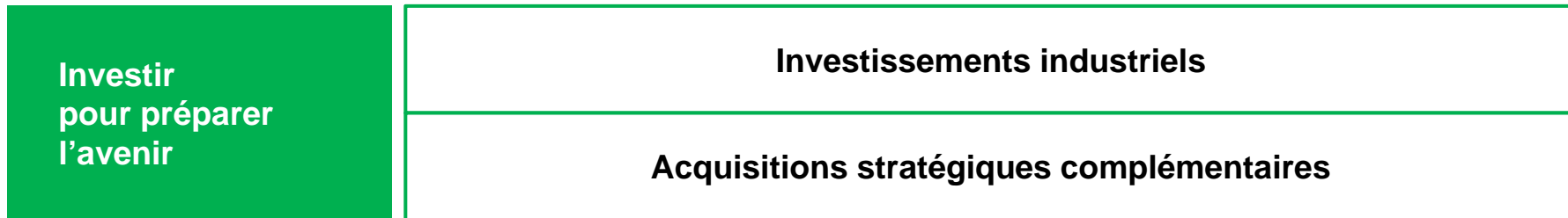
Trésorerie rendue aux actionnaires

En millions d'euros



* Estimation sur la base du nombre total d'actions au 31-DEC-2013 hors actions propres

UTILISATION DE LA TRÉSORERIE



Dividende exceptionnel

Rachat d'actions

*Résultats consolidés
de l'année 2013
et du premier
trimestre 2014*



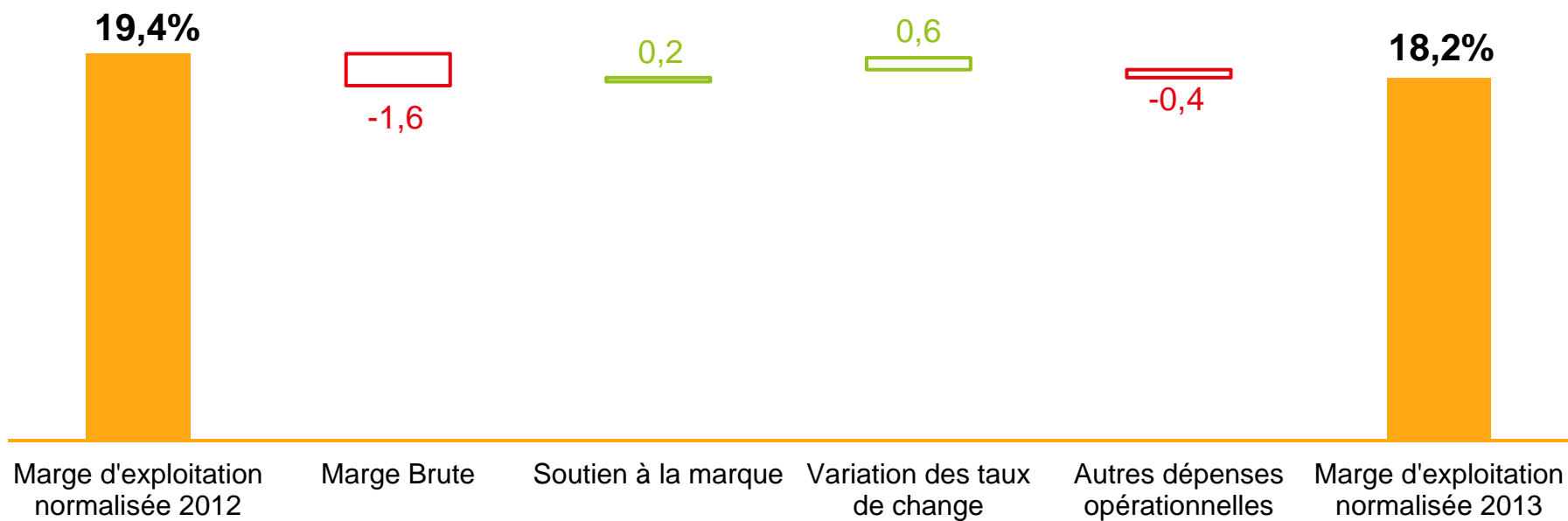
Assemblée Générale du 14 mai 2014

2013 : DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU RÉSULTAT NET PAR ACTION



<i>Groupe BIC</i> En millions d'euros	2012	2013	Variation	Variation à taux de change constants	Variation à base comparable
Chiffre d'affaires	1 898,7	1 887,8	-0,6%	+4,6%	+3,6%
Marge brute	964,2	929,5	-3,6%		
Résultat d'exploitation normalisé	368,3	344,2	-6,5%		
Résultat d'exploitation	365,0	339,2	-7,1%		
Taux d'impôt	31,9%	30,6%			
Résultat Net Part du Groupe	259,6	241,5	-7,0%		
Bénéfice Net Part du Groupe par action	5,48	5,13	-6,4%		

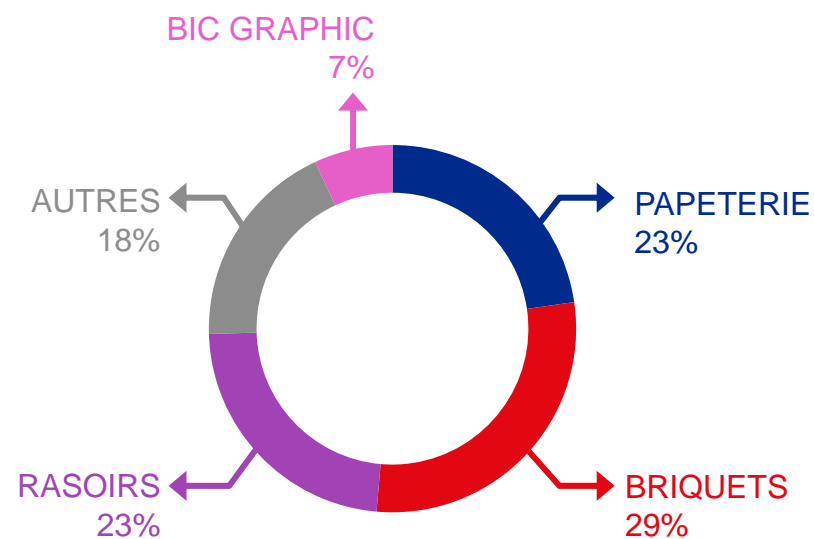
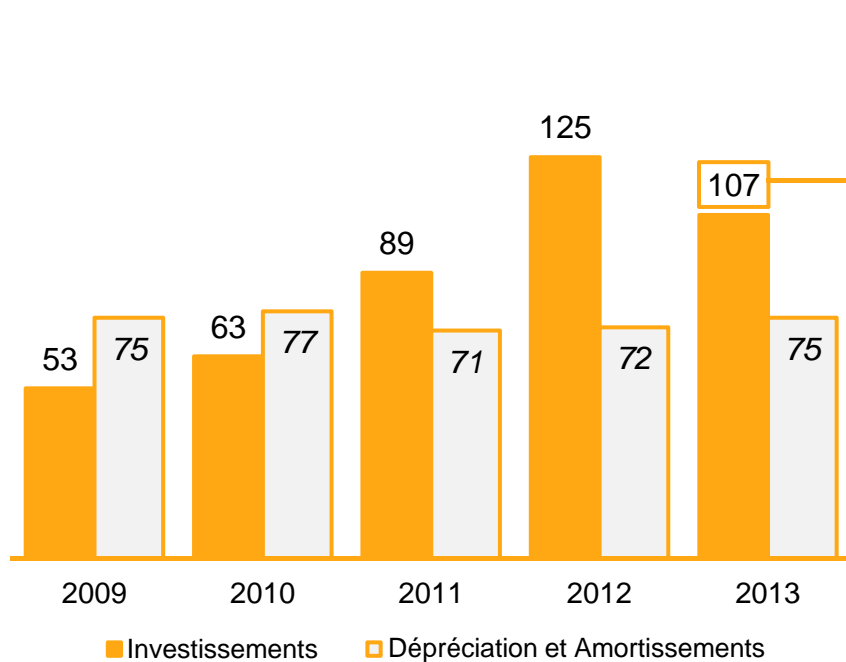
2013 : MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE



INVESTISSEMENTS - DÉPRÉCIATION & AMORTISSEMENTS EN 2013



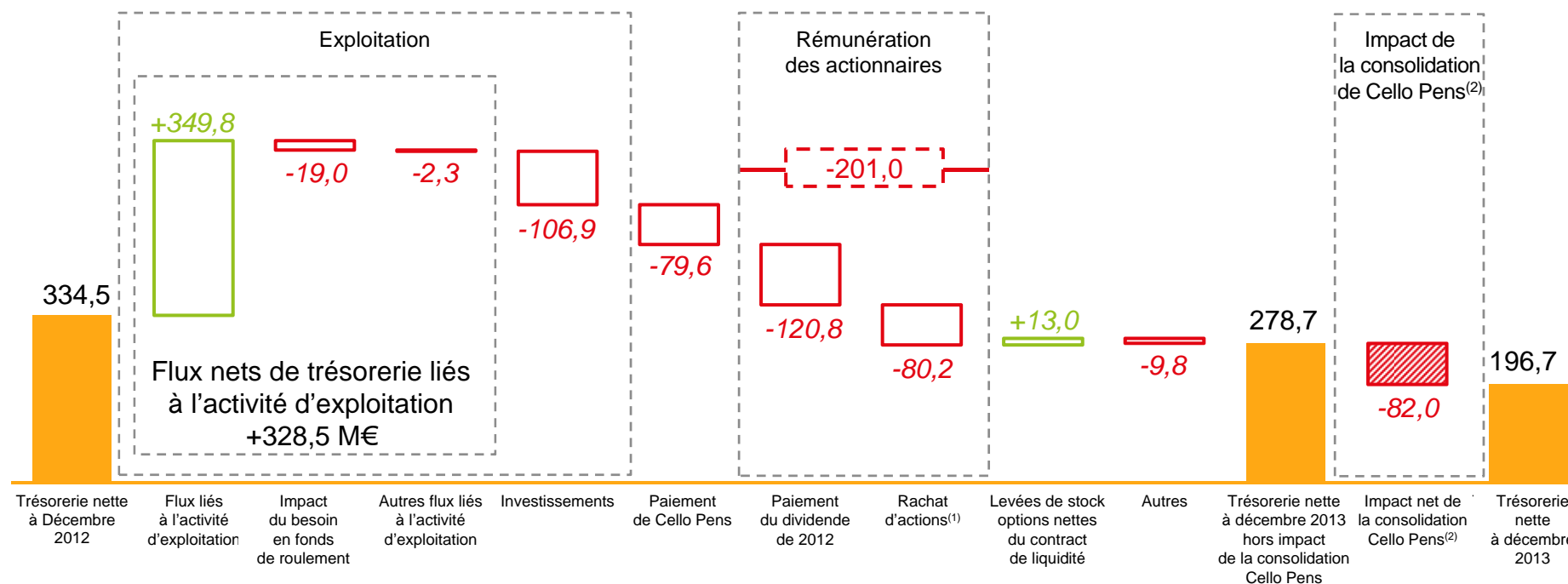
En million d'euros



2013 : POSITION NETTE DE TRÉSORERIE



En million d'euros



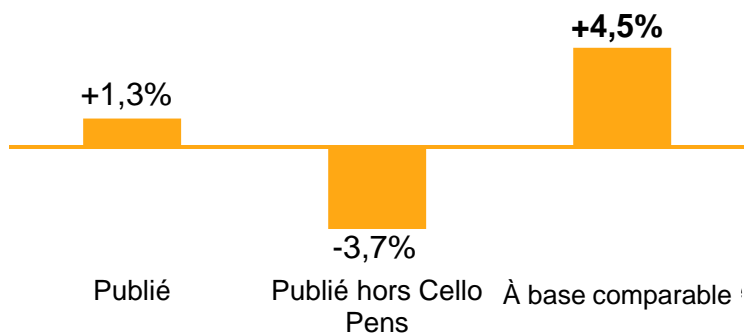
⁽¹⁾ Rachats d'actions pour l'année 2013 : 956 292 actions

⁽²⁾ Valorisation des options d'achat de Cello Pens : -107,2 millions d'euros / Position nette de trésorerie de Cello Pens au 31-DEC-2013 : +25,2 millions d'euros

CHIFFRES CLES DU PREMIER TRIMESTRE 2014



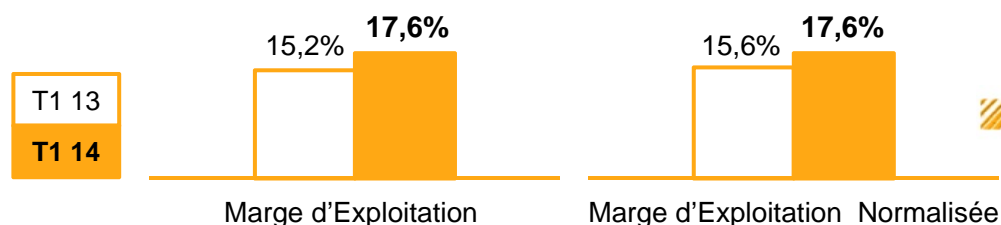
Chiffre d'affaires : 434,2 millions euros



Grand Public** (88% du total)	+4,9%
→ Marchés Matures	+2,2%
→ Marchés en Croissance	+9,5%

BIC Graphic** (12% du total)	+1,4%
--	--------------

Résultat d'Exploitation Normalisé : 76,4 millions euros



	Marge d'exploitation normalisée
Grand Public	20,9%
BIC Graphic	-7,2%

** à base comparable

*Tendances
opérationnelles
2013 et 2014*



Assemblée Générale du 14 mai 2014



LA PAPETERIE EN 2013



Chiffre d'affaires	616,4 M€ +2,1% <i>(à base comparable)</i>	Marge d'exploitation normalisée	12,7%	Investissements industriels	25 M€
--------------------	---	---------------------------------	--------------	-----------------------------	--------------



- ▶ Poursuite des gains de part de marché dans un environnement fortement concurrentiel
- ▶ Gains de distribution et forte progression des ventes aux consommateurs pendant la rentrée scolaire
- ▶ Croissance à deux chiffres dans les pays d'Europe de l'Est

Part de marché



- ▶ Surperformance sur un marché américain en légère baisse
- ▶ Meilleure distribution
- ▶ Bonne rentrée scolaire

Part de marché



- ▶ Légère progression en Amérique latine
- ▶ Performance soutenue au Moyen-Orient et en Afrique
- ▶ Légère progression en Asie

Part de marché





Simplifier et améliorer l'acte d'achat

Une offre
produits centrée
sur les attentes
des consommateurs





LA PAPETERIE EN 2014



Créer de la valeur grâce à l'innovation et aux nouveaux usages



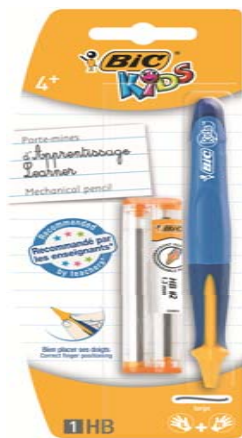
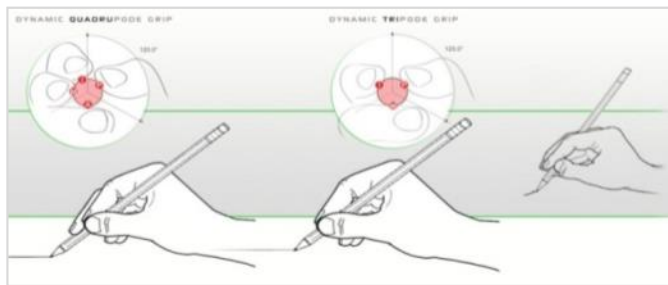


LA PAPETERIE EN 2014



BIC® Kids

Une gamme d'écriture innovante et ergonomique créée pour aider les enfants à mieux apprendre à écrire





LES BRIQUETS EN 2013



Chiffre d'affaires	557,8 M€ +7,0% <i>(à base comparable)</i>	Marge d'exploitation normalisée	37,0%	Investissements industriels	30 M€
--------------------	---	---------------------------------	--------------	-----------------------------	--------------



- ▶ Bonne performance en Europe centrale et de l'Est (gains de distribution)
- ▶ Pays du Sud de l'Europe stables

Part de marché



- ▶ Succès de notre positionnement qualité/sécurité, de nos décors à valeur ajoutée et de la campagne promotionnelle organisée à l'occasion du 40^e anniversaire du briquet de poche BIC®

Part de marché



- ▶ Amérique latine : gains de distribution à travers toute la région et notamment au Mexique et en Argentine
- ▶ Au Moyen-Orient et en Afrique : gains de distribution et meilleure visibilité
- ▶ Asie : performance tirée par le Japon et par une meilleure visibilité dans les magasins

Part de marché





LES BRIQUETS EN 2014



Europe



Amérique du Nord



Amérique latine



Asie





LES RASOIRS EN 2013



Chiffre d'affaires	377,5 M€ +6,5% <i>(à base comparable)</i>	Marge d'exploitation normalisée	17,0%	Investissements industriels	25 M€
--------------------	---	---------------------------------	--------------	-----------------------------	--------------



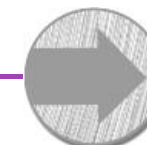
- ▶ Croissance en Europe de l'Est
- ▶ Succès de nos produits trois-lames

Part de marché



- ▶ Environnement fortement promotionnel et concurrentiel
- ▶ Maintien de nos parts de marché sur les segments homme et femme

Part de marché



- ▶ Amérique latine : performance tirée par nos rasoirs non-rechargeables 3-lames et par le lancement du rasoir rechargeable BIC® Flex 4
- ▶ Moyen-Orient et Afrique : solides positions dans tous nos produits

Part de marché





LES RASOIRS EN 2014

Pays matures



*BIC® Soleil® Glow™
Une glisse sans effort
pour une peau soyeuse et douce*

La tête COMFORT SHIELD™ offre une pression homogène, glisse et aide à protéger la peau des irritations

Concurrent	7,97 USD
BIC Soleil Glow	6,97 USD

- ▶ 3 lames mobiles individuellement et ajustées à toutes vos courbes
- ▶ Bande lubrifiante avec Vitamine E et Aloe pour choyer votre peau
- ▶ Tête pivotante et manche avec grip pour un confort ultime



LES RASOIRS EN 2014

Marchés en croissance – Amérique latine



*BIC® 3 Acqua et BIC® 3 Intensity
3 lames pour le prix de 2 !*

Prix en réal Brésilien



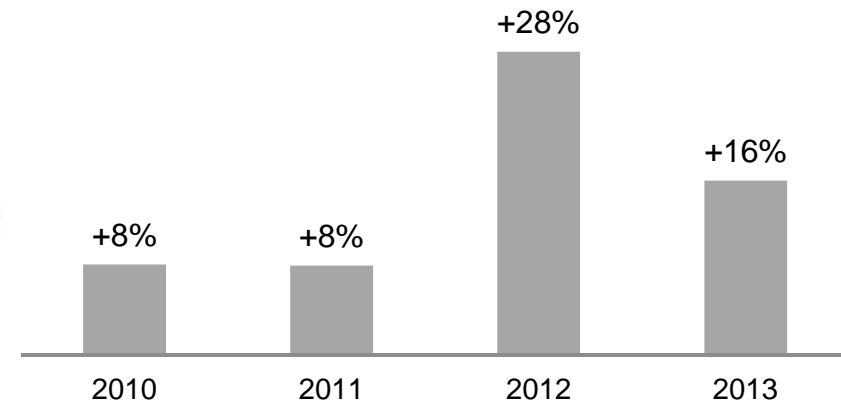
AUTRES PRODUITS GRAND PUBLIC EN 2013



Chiffre d'affaires	68,2 M€ +12,5% <i>(à base comparable)</i>	Marge d'exploitation normalisée	-16,1 M€
--------------------	---	---------------------------------	----------



Évolution du chiffre d'affaires de BIC Sport à base comparable





BIC GRAPHIC EN 2013



Chiffre d'affaires	267,9 M€ -5,0% (à base comparable)	Marge d'exploitation normalisée	4,3%	Investissements industriels	8 M€
--------------------	--	---------------------------------	------	-----------------------------	------



Instruments d'écriture

- ▶ Europe
 - Succès des nouveaux produits
- ▶ Amérique du Nord
 - Amélioration des tendances vers la fin de l'année grâce au lancement de nouveaux produits



“Hard goods”

- ▶ Europe
 - Ventes des pays du Nord tirées par les produits à valeur ajoutée
 - Environnement difficile dans les pays du Sud
- ▶ Amérique du Nord
 - Produits entrée de gamme Good Value® et nouvelle technologie innovante BritePix® bien accueillis par les consommateurs



Calendriers

- ▶ Recul du secteur américain des calendriers promotionnels
- ▶ Maintien d'une position solide pour BIC Graphic



BIC GRAPHIC EN 2014



Avec un service client restauré et une technologie d'impression innovante, construire les bases nécessaires au retour à la croissance

Nouvelle
politique
de marque

Programmes
de marketing
& communication
renforcés



BIC[®]

graphic

Innovation
et Nouveaux
Produits

Conformité
aux normes
de sécurité



*Notre Responsabilité
Environnementale,
Sociale et Sociétale
en 2013*

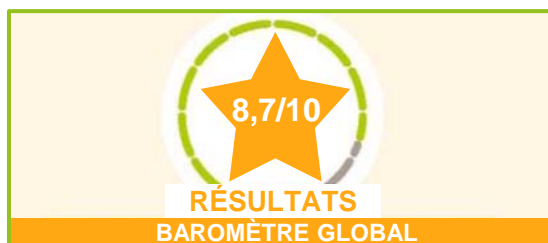


Assemblée Générale du 14 mai 2014





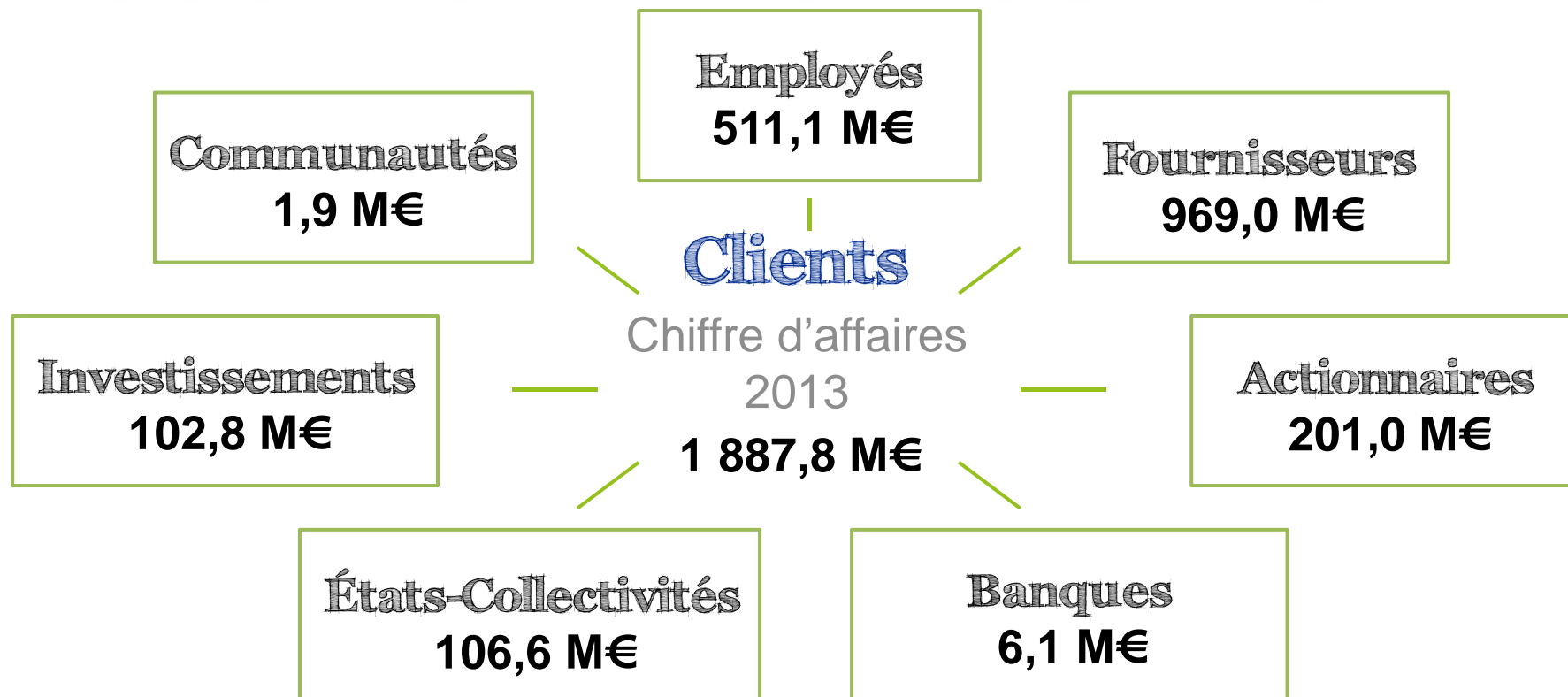
2013: CLÔTURE DU DEUXIEME BAROMÈTRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



PRODUITS			SOCIAL				INDUSTRIE		
Mesure Environnementale des Produits	Avantage Environnemental des Produits	Emballage	Accidents du Travail	Code de Conduite BIC	Formation des Salariés	Contribution auprès des Communautés	Systèmes de management Environnement et Santé Sécurité	Consommation d'énergie et Production de déchets	Réduction des émissions des Gaz à Effet De Serre



DISTRIBUTION AUX PARTIES PRENANTES EN 2013



BIC AUJOURD'HUI



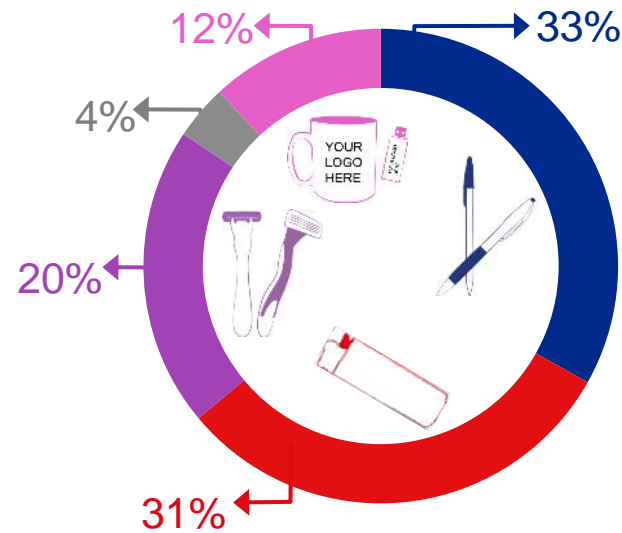
Une stratégie claire

BIC
Notre vision

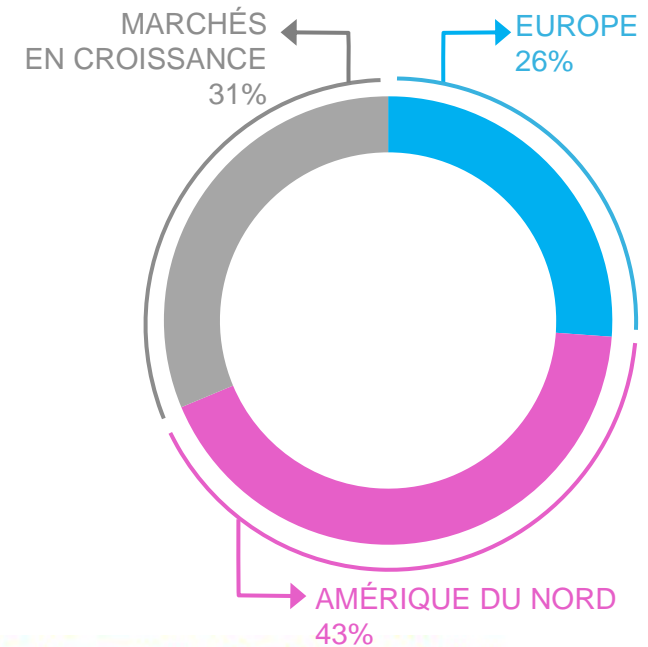
Nous offrons des produits simples,
inventifs et fiables,
pour tous,
partout dans le monde.



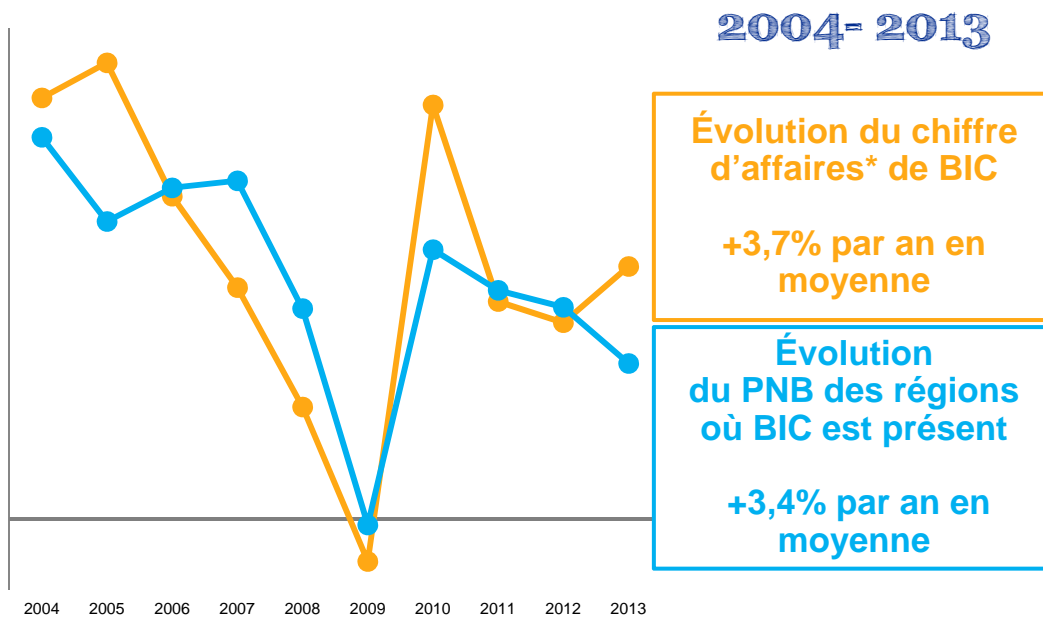
Un portefeuille d'activités équilibré



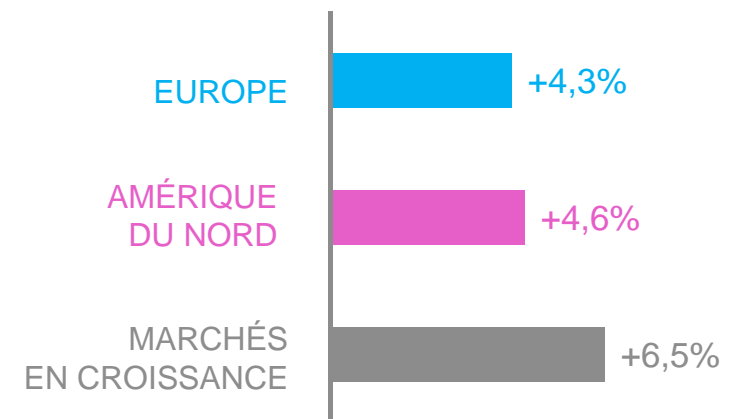
Une présence géographique diversifiée



2004 – 2013 : 10 ANNÉES DE CROISSANCE ÉQUILIBRÉE



Évolution du chiffre d'affaires* des activités Grand Public en 2013



Sources : FMI – 2014 World Economic Outlook
* à base comparable

NOTRE FEUILLE DE ROUTE POUR LES PROCHAINES ANNÉES



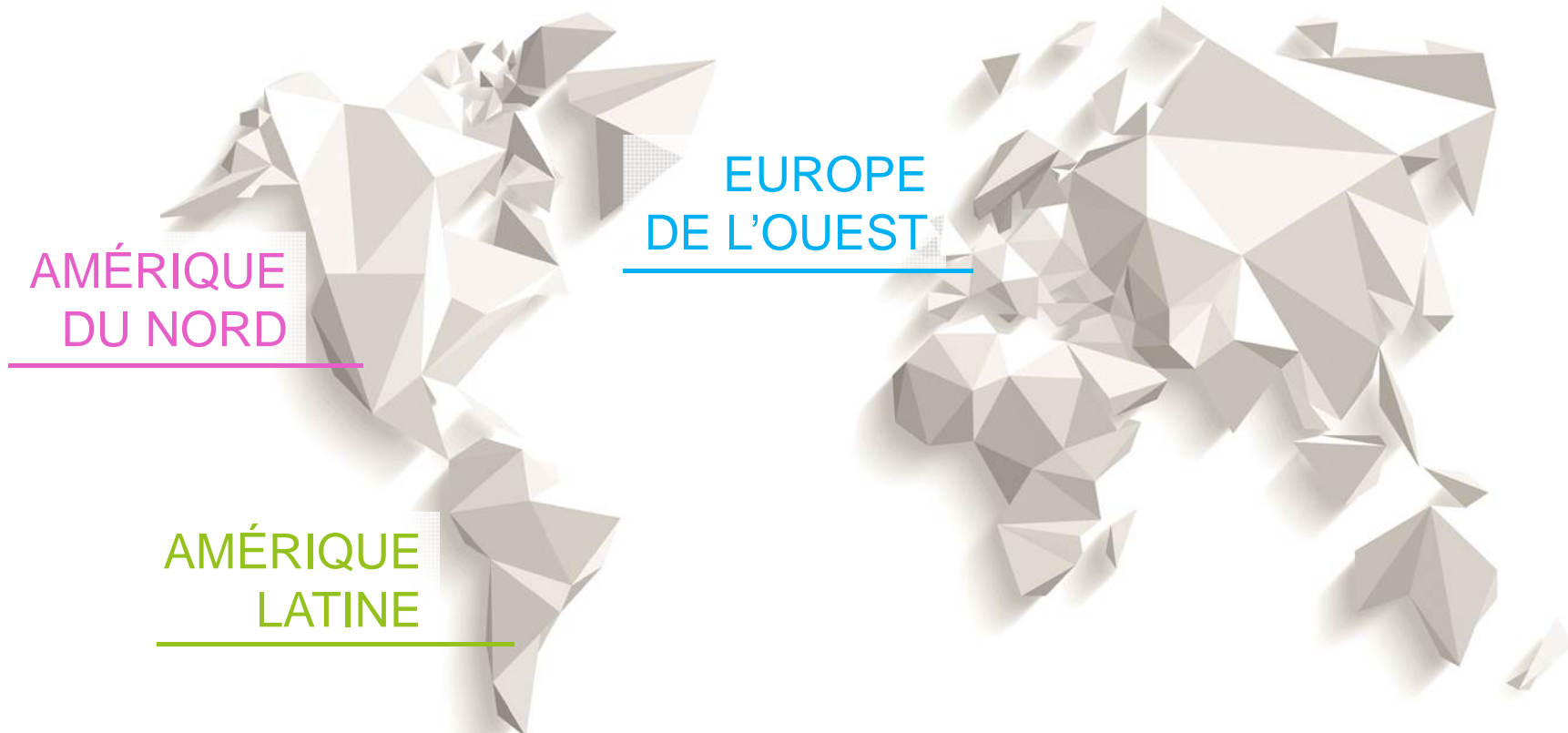
Sur les marchés matures... ou qui le deviennent

- *Continuer à innover pour mieux répondre aux besoins et aux désirs des consommateurs*
- *Continuer à résister et à nous adapter aux incertitudes macro-économiques*

Sur les marchés en forte croissance

- *En Europe de l'Est : capitaliser sur l'expérience acquise dans d'autres régions*
- *En Afrique et au Moyen-Orient : tirer profit de 50 ans de présence historique*
- *En Asie : construire sereinement des positions fortes sur l'ensemble de la région*

SUR LES MARCHÉS MATURES... OU QUI LE DEVIENNENT



CONTINUER À INNOVER POUR MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS ET AUX DÉSIRS DES CONSOMMATEURS - LES BRIQUETS AUX ÉTATS-UNIS



**Distribution
Visibilité**



Garantie de **Sécurité**

Qualité constante

**Innovation
Produit**

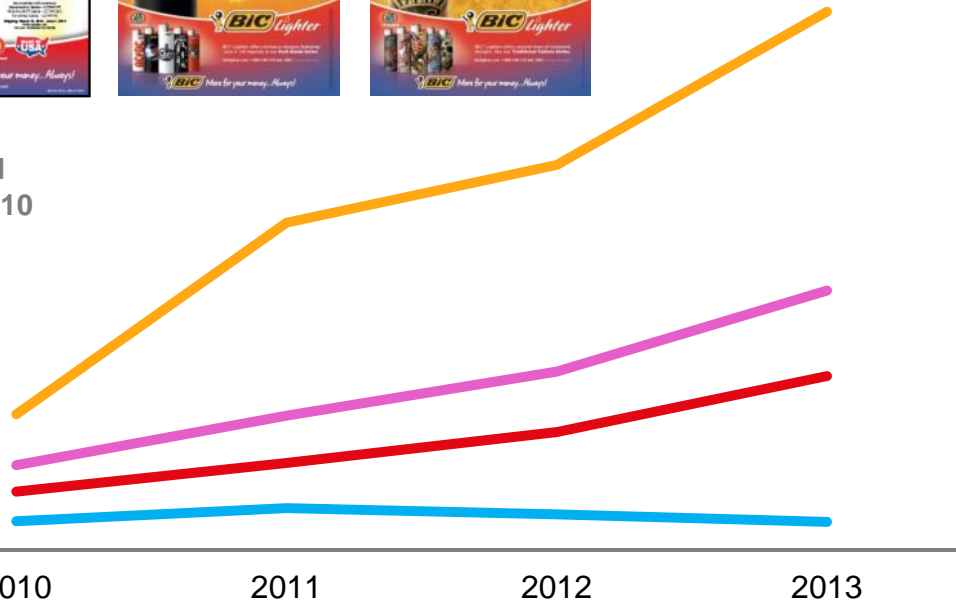


De l'objet utilitaire à **l'accessoire indispensable**

CONTINUER À INNOVER POUR MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS ET AUX DÉSIRS DES CONSOMMATEURS - LES BRIQUETS AUX ÉTATS-UNIS



TACM
2013-2010



Ventes de Briquets BIC® à valeur ajoutée

+17%

Ventes de Briquets BIC®

+7,5%

Marché du Briquet de Poche

+5%

Consommation de Cigarettes

0%

Sources : BIC - Enquêtes IRI

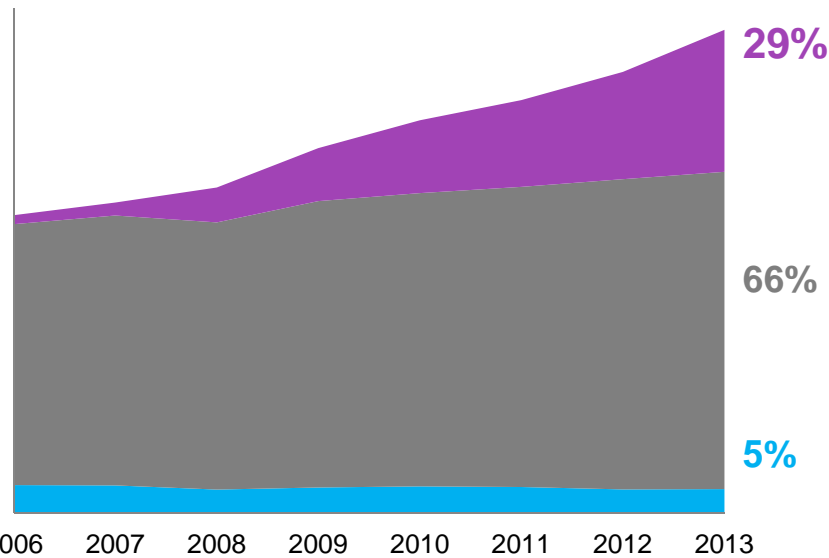


CONTINUER À INNOVER POUR MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS ET AUX DÉSIRS DES CONSOMMATEURS - LES RASOIRS AU BRÉSIL



➤ **Marché Brésilien du rasoir non-rechargeable (en valeur)**

■ Une lame ■ Deux lames ■ Trois lames et plus



➤ **La gamme de rasoirs BIC® au Brésil**



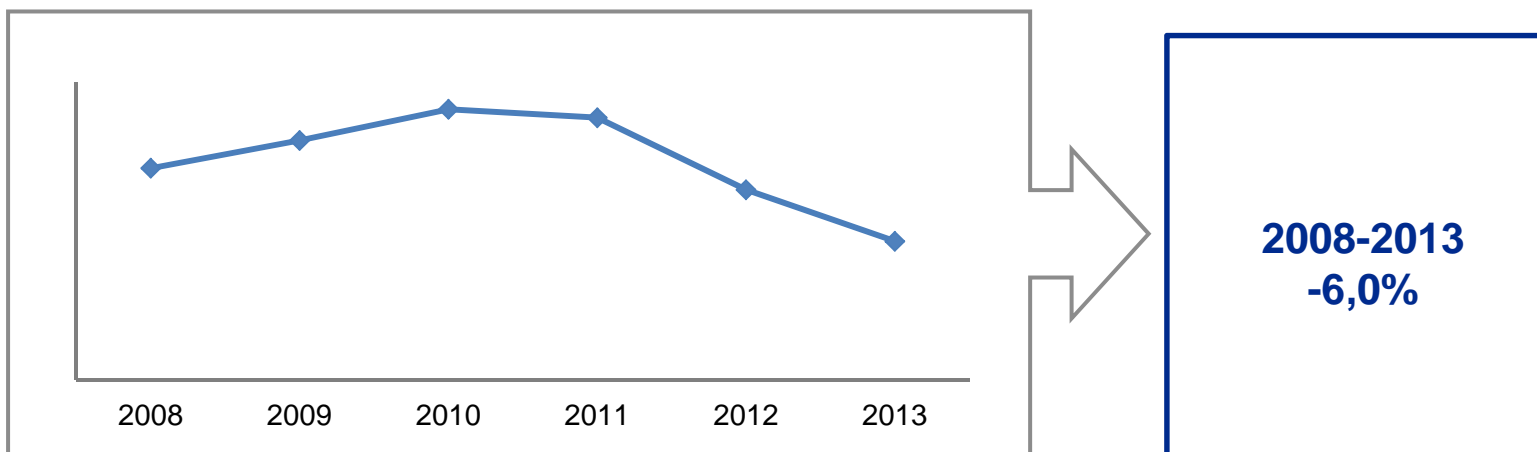
Sources : BIC – Enquêtes AC Nielsen



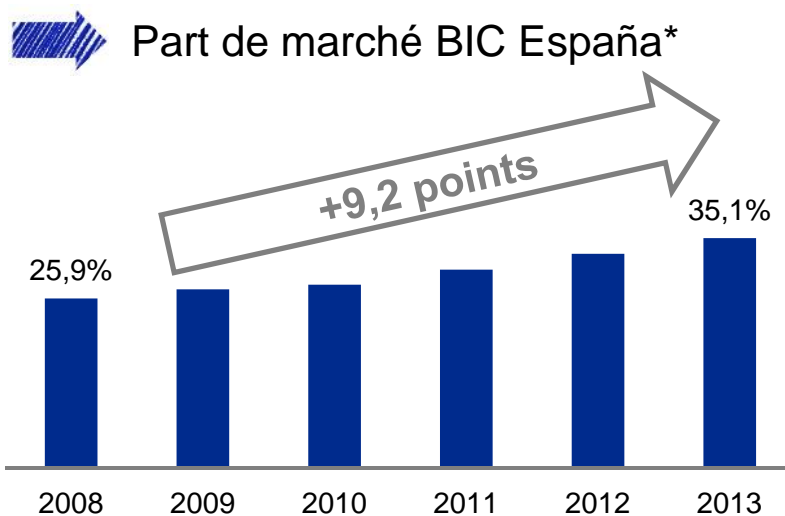
CONTINUER À RÉSISTER ET À NOUS ADAPTER AUX INCERTITUDES MACRO-ÉCONOMIQUES - LA PAPETERIE EN ESPAGNE



Évolution du marché de la papeterie en Espagne



CONTINUER À RÉSISTER ET À NOUS ADAPTER AUX INCERTITUDES MACRO-ÉCONOMIQUES - LA PAPETERIE EN ESPAGNE



*période de rentrée scolaire



SUR LES MARCHÉS EN FORTE CROISSANCE



EUROPE DE L'EST : CAPITALISER SUR L'EXPÉRIENCE ACQUISE DANS D'AUTRES RÉGIONS - L'UKRAINE



2009

Chiffre d'affaires de BIC Ukraine
environ 3 millions d'euros

Marque BIC® peu connue

Une équipe jeune
et encore peu formée

Produits existants peu adaptés

EUROPE DE L'EST : CAPITALISER SUR L'EXPÉRIENCE ACQUISE DANS D'AUTRES RÉGIONS - L'UKRAINE



2010 – 2011 – 2012

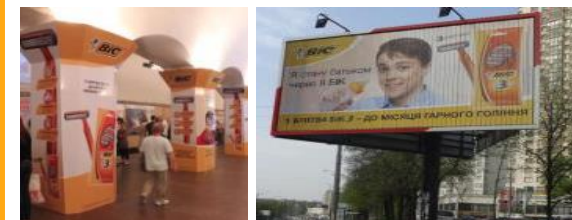
Partage d'expérience
avec les équipes...
Latino-américaines



Produits choisis
dans le portefeuille existant...
avec un nouveau packaging



Investissements
dans la notoriété de marque



EUROPE DE L'EST : CAPITALISER SUR L'EXPÉRIENCE ACQUISE DANS D'AUTRES RÉGIONS - L'UKRAINE



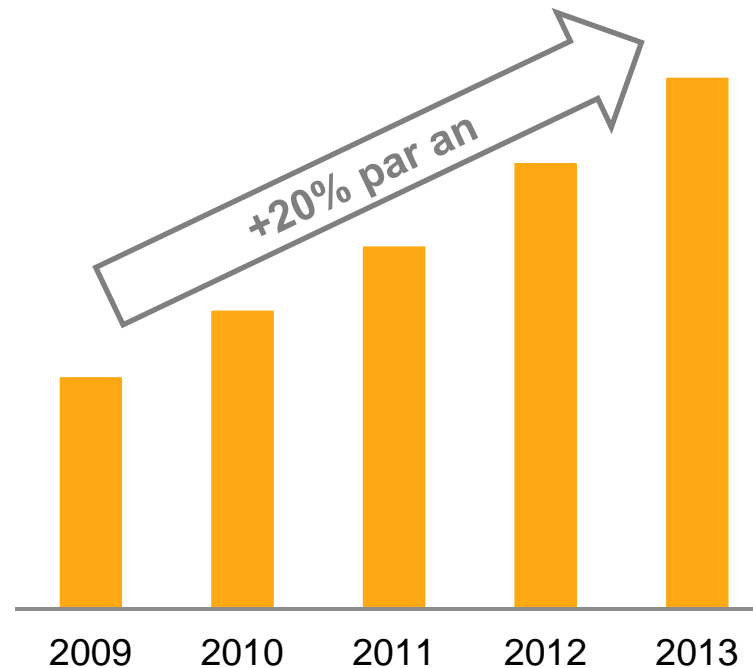
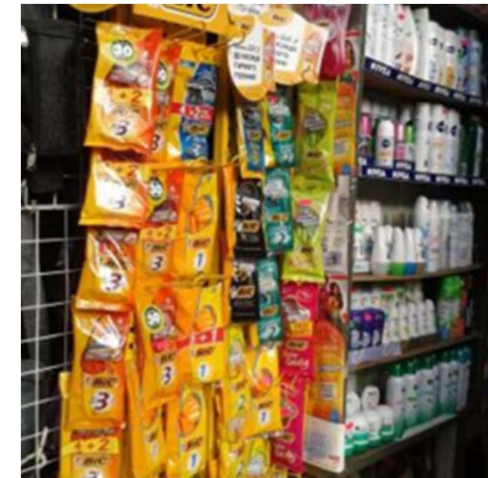
2009

Chiffre d'affaires de BIC Ukraine environ 3 millions d'euros



2013

Chiffre d'affaires de BIC Ukraine environ 7 millions d'euros

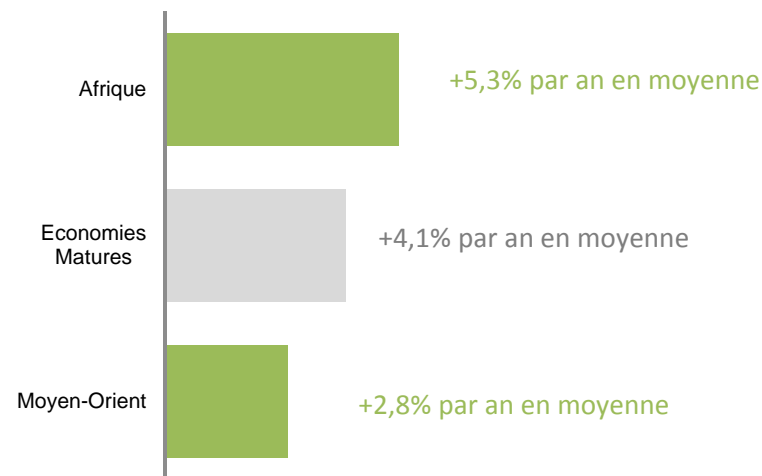


AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT : TIRER PROFIT DE 50 ANS DE PRÉSENCE HISTORIQUE

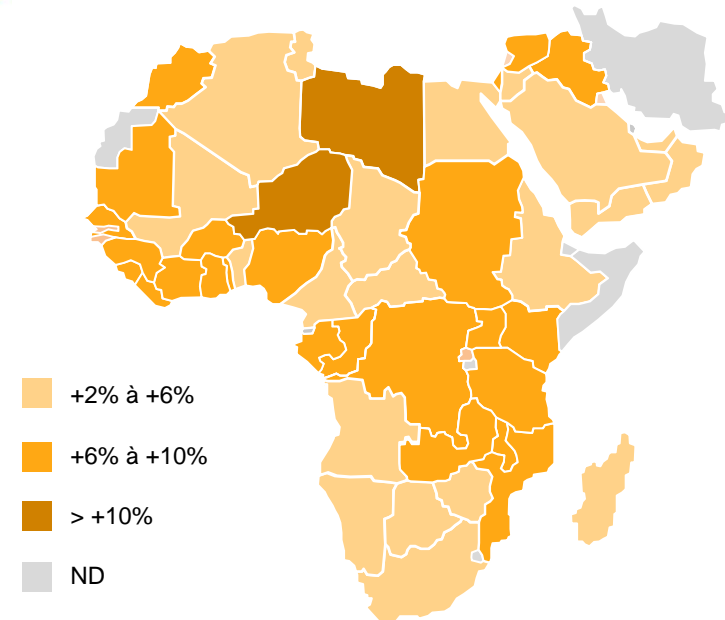


Un gisement de croissance réel mais encore hétérogène

Évolution du PNB par habitant 2014 - 2019



Taux de croissance du PIB en 2016



Sources : FMI – 2014 World Economic Outlook

AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT : TIRER PROFIT DE 50 ANS DE PRÉSENCE HISTORIQUE



1958

**Le retour à Dakar
du PIPER APACHE
POINTE BIC**

Etienne et Bico, décollant et redescendant, ont accompli le tour de l'Afrique qui commence à être connue pour la seconde fois à l'ouest. La première fois, l'été de 1957, les deux hommes, à bord d'un P-51 Mustang, s'étaient envolés de l'île de la Réunion, s'arrêtant dans

PARIS
JOURNAL 11 mai 1958

L'exportation française prend des ailes pour prospecter l'Afrique orientale

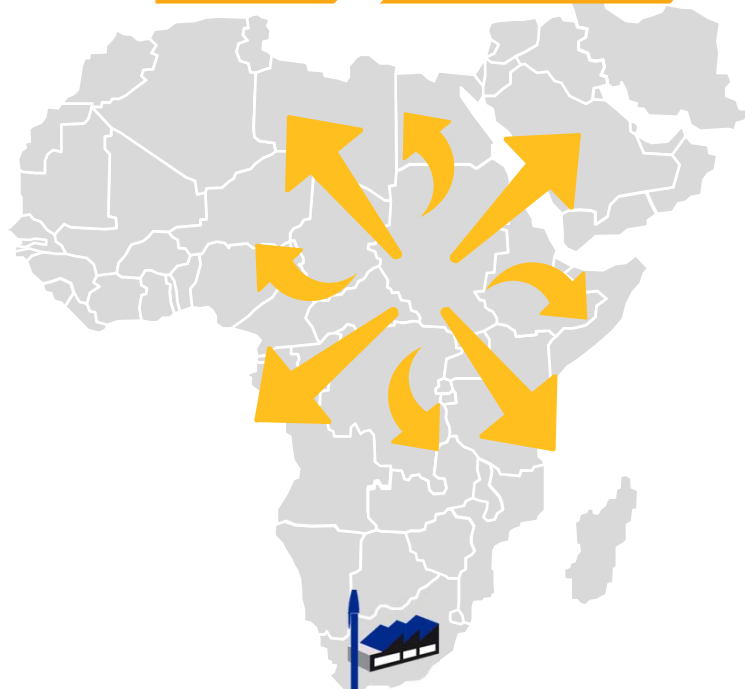
Un avion bimoteur perché le long de la piste de l'aéroport de Dakar. L'appareil est un P-51 Mustang, un avion de chasse américain qui a été utilisé par les Français pendant la guerre mondiale. Le pilote est un jeune homme, Etienne, qui a accompli le tour de l'Afrique. L'appareil est exposé dans un musée à Dakar.



AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT : TIRER PROFIT DE 50 ANS DE PRÉSENCE HISTORIQUE

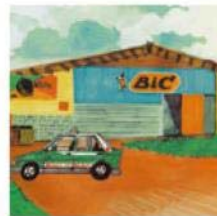


1958 → 1970'



MALAWI KENYA
TUNISIE ALGÉRIE SOMALIE
LIBAN DJIBOUTI MADAGASCAR
TANZANIE OUGANDA
ANGOLA IRAK MAROC ETHIOPIE
YÉMEN CONGO LIBAN
GUINÉE EQUATORIALE KOWEIT ZIMBABWÉ
AFRIQUE DU SUD NIGÉRIA ...

AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT : TIRER PROFIT DE 50 ANS DE PRÉSENCE HISTORIQUE



2014



Des produits BIC® vendus dans **75** pays
5 filiales
2 usines d'instruments d'écriture
128 employés
43 distributeurs

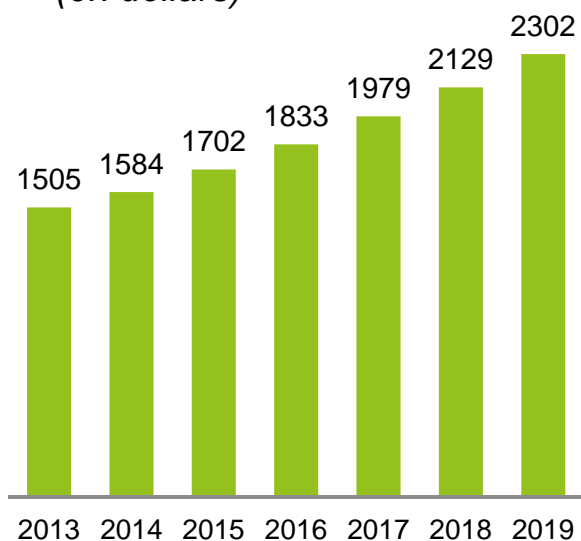


ASIE : CONSTRUIRE SEREINEMENT DES POSITIONS FORTES



L'Inde

Évolution du PNB par habitant
(en dollars)



1,2 Milliard d'habitants

Taux d'alphabétisation **73%**



Sources : FMI – 2014 World Economic Outlook

Assemblée Générale du 14 mai 2014

48



ASIE : CONSTRUIRE SEREINEMENT DES POSITIONS FORTES



cello[®]
PENS

Marque **N°1** des instruments d'écriture en **Inde**



81 M€
de chiffre d'affaires
en 2013,
en croissance
de près de **10%**

Marge
d'exploitation
de **23%**



7 000 Employés

2 Sites
de production*

1 Million de points
de vente

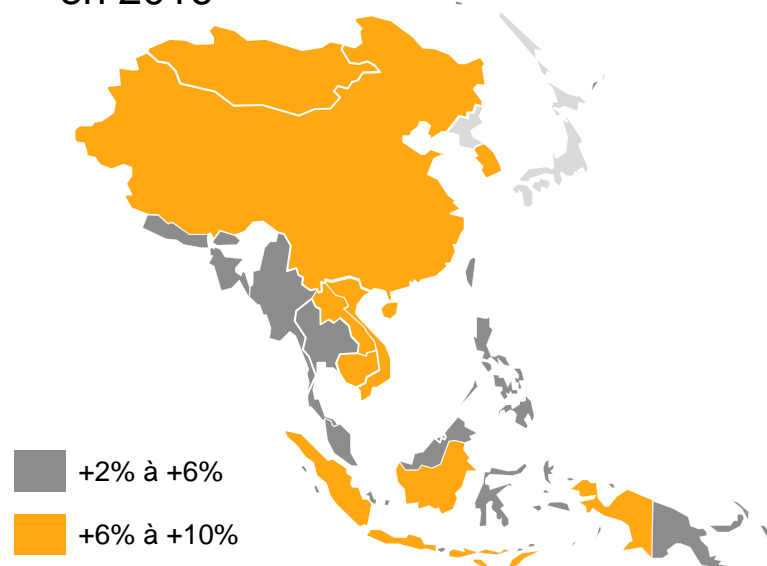
*7 usines

ASIE : CONSTRUIRE SEREINEMENT DES POSITIONS FORTES



Le reste de l'Asie

Taux de croissance du PNB
en 2016



2

Usines

- Papeterie
- Briquets fin 2015

Produits BIC®
distribués dans

14
pays

1

Magasin « Amiral »
d'instruments d'écriture
à Shanghai

Sources : FMI – 2014 World Economic Outlook

Assemblée Générale du 14 mai 2014

50



Gouvernance



Assemblée Générale du 14 mai 2014

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2013



John Glen
*Directeur Général
Groupe Buccleuch*

François Bich
*Directeur Général
Délégué*

Pierre Vareille
*Directeur Général
Constellium*

Frédéric Rostand
*Directeur Général
SODIAAL*

Edouard Bich
*Représentant
de MBD*



Marie-Pauline Chandon-Moët
*Présidente
Ferrand SAS*

**Administrateur
Indépendant**

Elizabeth Bastoni
*Directrice des
Ressources Humaines
BGI*

Bruno Bich
Président

Mario Guevara
*Administrateur
et Directeur général*

Marie-Henriette Poinsot
*Directrice de la
Stratégie
Options SAS*

Assemblée Générale du 14 mai 2014

52



CONSEIL D'ADMINISTRATION



10 administrateurs

4 Indépendants

4 Nationalités

3 Femmes

6 réunions en 2013

93% de taux de participation

Comptes et Budget

- ▶ Établissement des comptes annuels et semestriels/Revue des comptes trimestriels et du budget 2014

Gouvernement d'entreprise

- ▶ Rémunération des mandataires et des administrateurs
- ▶ Plan de succession des mandataires sociaux
- ▶ Attribution des actions gratuites

Stratégie

- ▶ Orientations stratégiques des activités Rasoirs et Produits Publicitaires et Promotionnels
- ▶ Finalisation de l'acquisition de Cello Pens
- ▶ Programme de développement durable
- ▶ Etat d'avancement des travaux sur la pile à combustible

Avril 2013 : Visite des usines de **BIC Graphic** dans le Minnesota (États-Unis)

Février 2014 :
réunion des **Administrateurs Indépendants**

RÉMUNÉRATIONS DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Principes

Comité
des Rémunérations
et des Nominations

*(3 membres
dont 2 administrateurs
indépendants)*

Analyse les évolutions des rémunérations des dirigeants
de **sociétés comparables**

Analyse les **performances individuelles**
et de l'entreprise

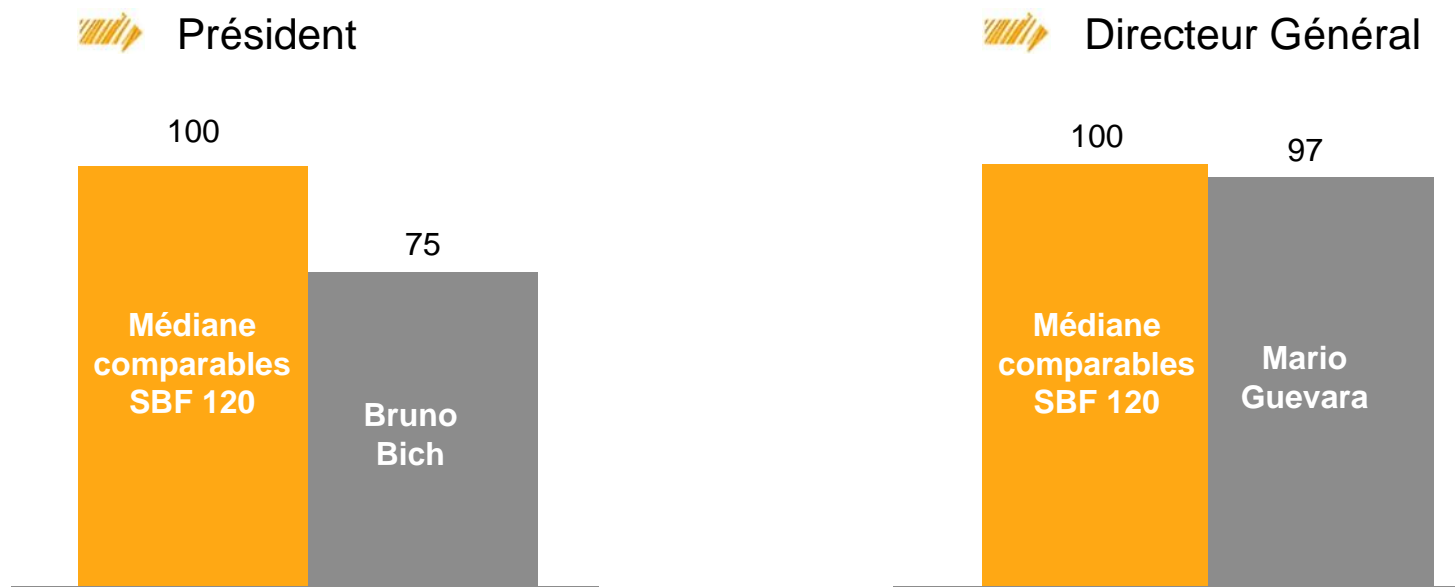
Traduit les **priorités du Groupe** dans les rémunérations
variables à **court et long terme**

Analyse la **rémunération totale**
y compris les avantages sociaux

RÉMUNERATIONS DU PRÉSIDENT ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Rémunération Totale 2013



Rémunération totale = Fixe + Variable + Actions de Performance

Assemblée Générale du 14 mai 2014

55



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

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

