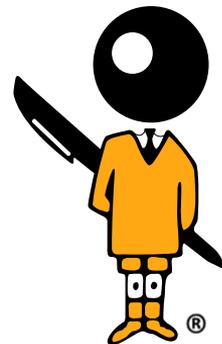




Assemblée Générale des Actionnaires

18 mai 2016





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

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





- ▶ Solide progression de l'activité Grand Public (Papeterie, Briquets, Rasoirs), sur toutes les zones géographiques
- ▶ Croissance des ventes de BIC Graphic
- ▶ Maintien d'une forte génération de trésorerie



**CHIFFRE
D'AFFAIRES***

+6,2%

Activité Grand Public : +6,9%
BIC Graphic : +1,6%



**MARGE
D'EXPLOITATION
NORMALISÉE**

19,3%



**BÉNÉFICE NET
PART DU GROUPE
PAR ACTION**

6,89€



**POSITION NETTE
DE TRÉSORERIE**

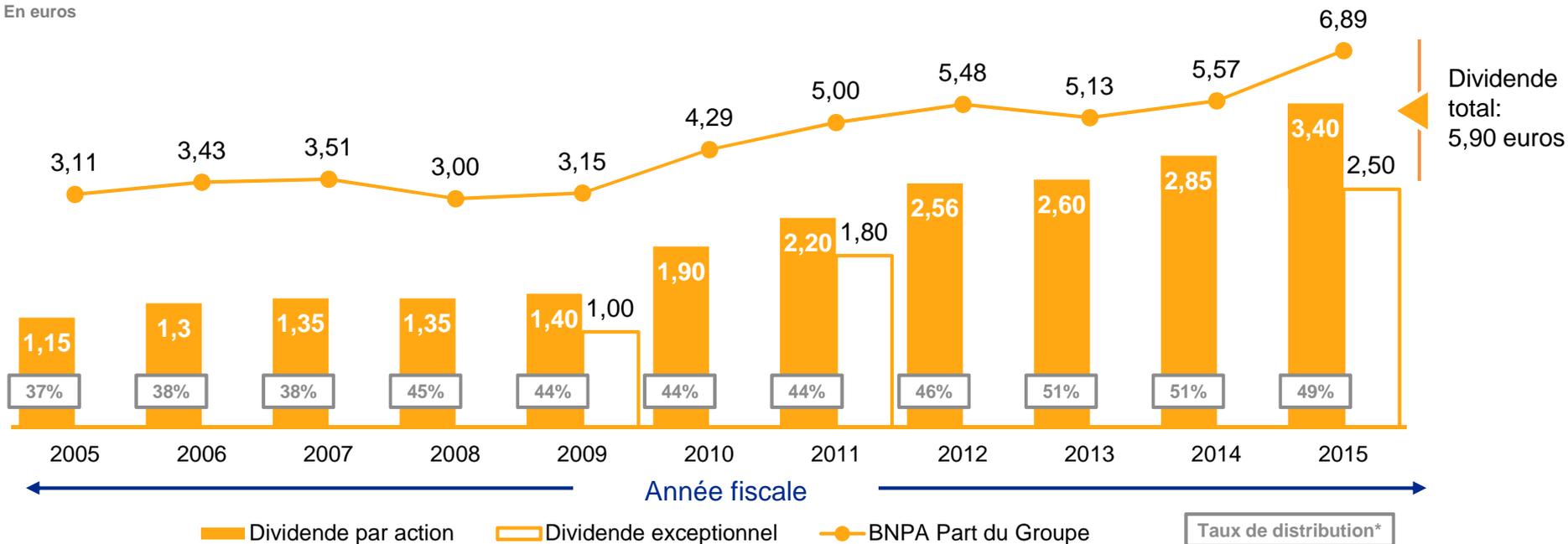
448M€

* Croissance à base comparable



Proposition d'un dividende ordinaire de 3,40 euros par action et d'un dividende exceptionnel de 2,50 euros

En euros



* Sur la base du dividende ordinaire. Le dividende sera mis en paiement le 1^{er} juin 2016 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale

UTILISATION DE LA TRÉSORERIE



1

Investir pour préparer
le futur

Investissements 2015

121M€

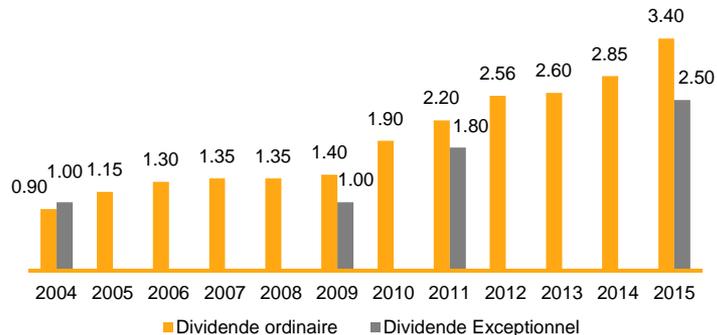
Acquisitions Stratégiques
Complémentaires 2015

74M€

2

Assurer une croissance régulière
du dividende ordinaire

En euros

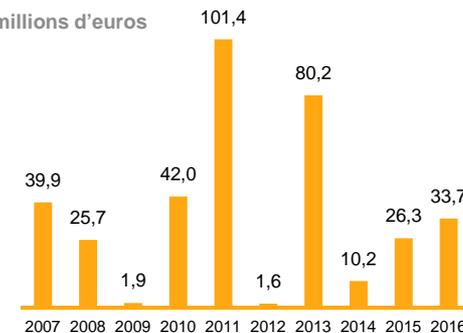


Taux de distribution
49% sur la base des résultats 2015

3

Rachat d'actions

En millions d'euros



4

Dividende Exceptionnel



RÉSULTATS CONSOLIDÉS

2015

T1 2016



2015

DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU BNPA (PART DU GROUPE)

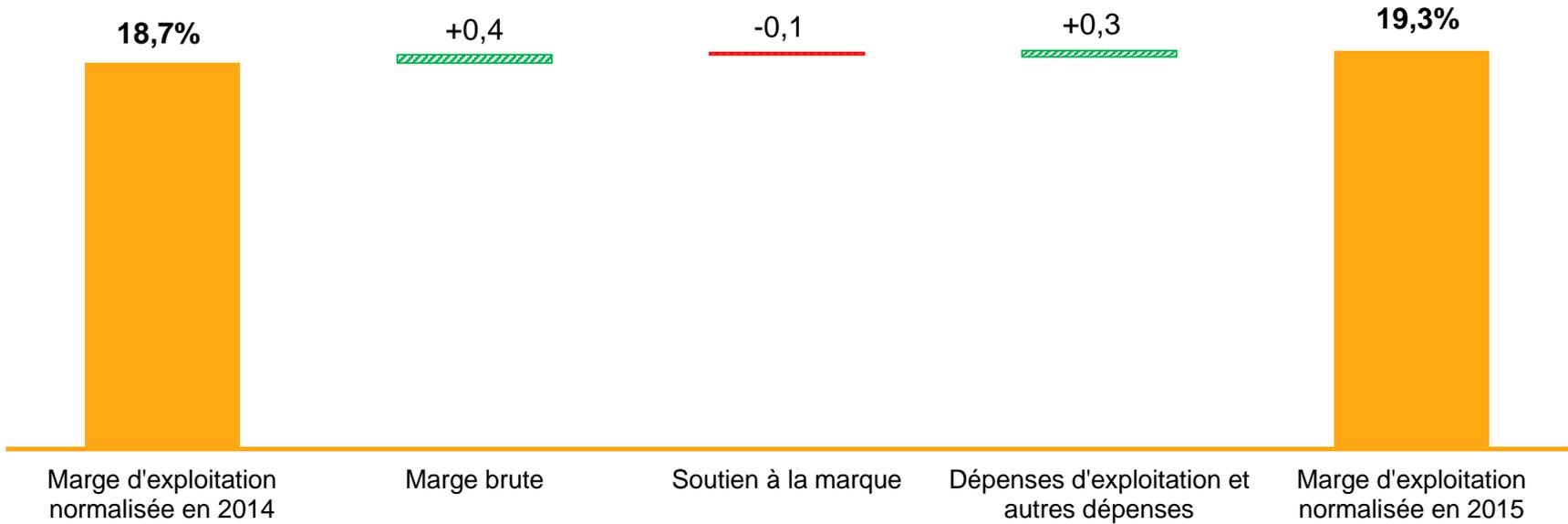


Groupe BIC
En millions d'euros

	2014	2015	Variation	Variation à base comparable*
Chiffre d'affaires	1 979,1	2 241,7	+13,3%	+6,2%
Marge brute	971,1	1 113,0	+14,6%	
Résultat d'exploitation normalisé*	370,0	432,0	+16,7%	
Résultat d'exploitation	369,3	439,9	+19,1%	
Taux effectif d'imposition	30,0%	30,0%		
Résultat Net Part du Groupe	262,1	325,1	+24,0%	
Résultat Net Part du Groupe par action	5,57	6,89	+23,7%	

2015

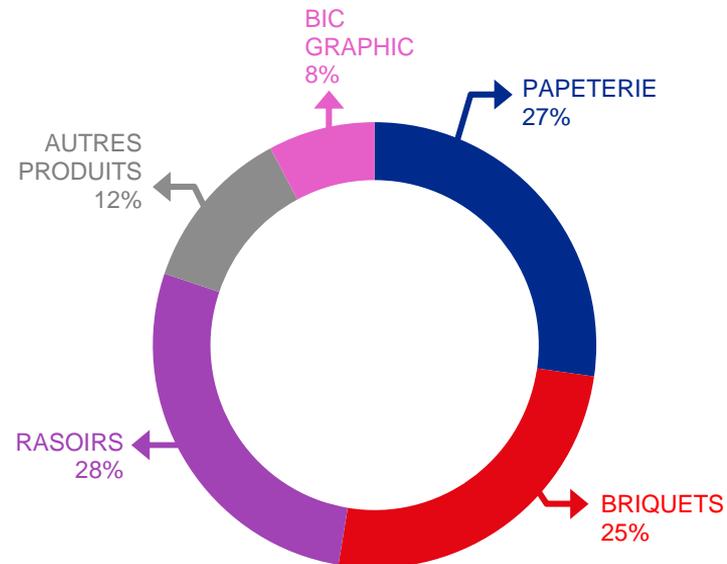
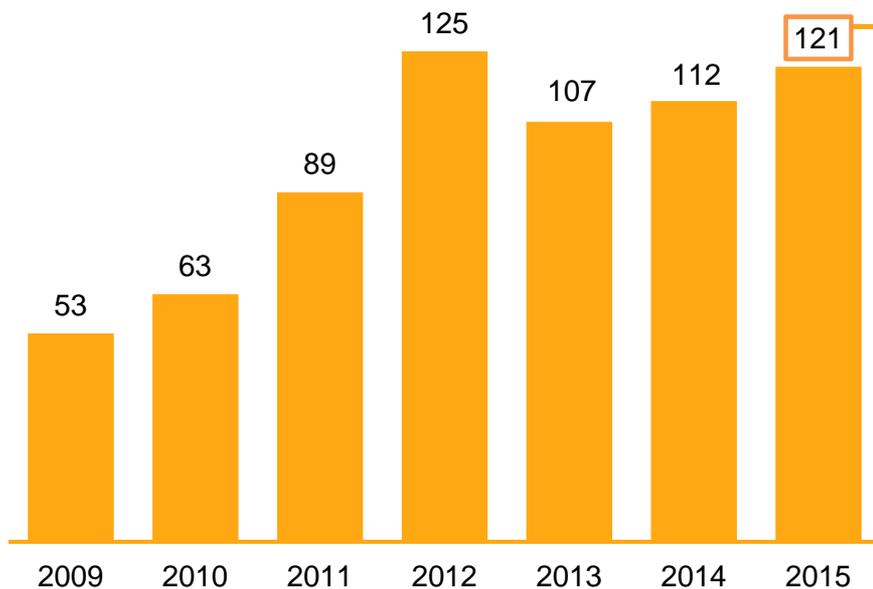
MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE



2015 INVESTISSEMENTS



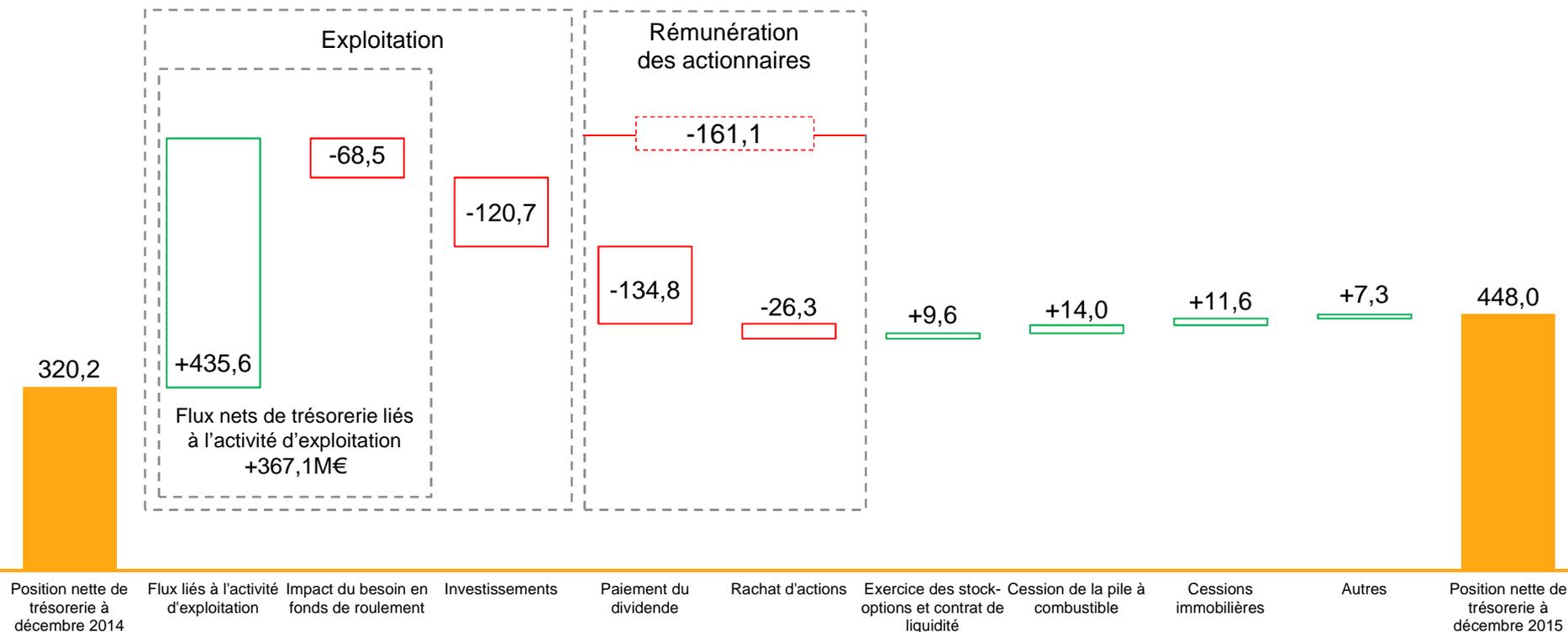
En millions d'euros



POSITION NETTE DE TRÉSORERIE



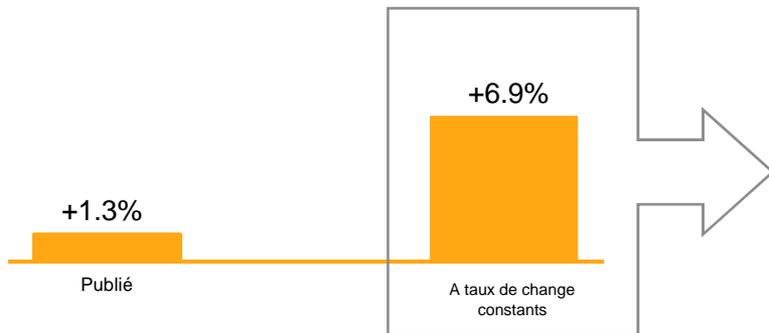
En millions d'euros



CHIFFRES CLÉS DU PREMIER TRIMESTRE 2016

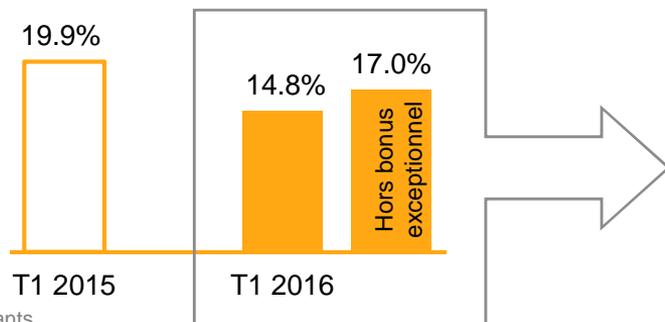


Chiffre d'affaires : 517,3 millions d'euros



Grand Public* (88% du total)	+7,2%
▶ Marchés matures	+6,3%
▶ Marchés en croissance	+8,7%
BIC Graphic* (12% du total)	+4,6%

Résultat d'Exploitation Normalisé : 76,4 millions d'euros



	Marge d'exploitation normalisée	Marge d'exploitation normalisée hors prime exceptionnelle
Grand Public	18,8%	20,7%
BIC Graphic	-14,0%	-9,3%

* A taux de change constants

FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE



CHIFFRE D'AFFAIRES

Croissance solide du chiffre d'affaires portée par une hausse du soutien à la marque

- Chiffre d'affaires du premier trimestre 2016 légèrement au-dessus de nos attentes
 - Forte performance dans la Papeterie et les Rasoirs
 - Bons résultats dans les Briquets et pour BIC Graphic
-

MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

Baisse de la marge d'exploitation normalisée

- Baisse de la marge brute
 - Augmentation des investissements dans la Recherche et le Développement et le soutien à la marque
 - Hausse des dépenses opérationnelles, comprenant l'impact de la prime exceptionnelle versée aux salariés
-

POSITION NETTE DE TRÉSORERIE

Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation impactés par la baisse des résultats sur la période et un décalage de paiement de l'impôt

Augmentation du besoin en fonds de roulement (principalement liée à la progression du niveau de stocks) en ligne avec l'augmentation attendue des ventes pour le reste de l'année



2015

Une performance solide
et équilibrée,
en ligne avec nos priorités
stratégiques à long terme

2015

UNE PERFORMANCE SOLIDE, PARTOUT DANS LE MONDE



GRAND
PUBLIC

+6,9%



BIC
GRAPHIC

+1,6%



EUROPE

+5,3%



AMÉRIQUE
DU NORD

+5,5%



MARCHÉS
EN CROISSANCE

+7,8%

À base comparable



PAPETERIE
Accélérer la croissance
des ventes





LA PAPETERIE EN 2015



CHIFFRE D'AFFAIRES*

727M€

+3,6%



Europe

- Bons résultats pendant la rentrée scolaire
- Gains de parts de marché dans la plupart des pays

MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

11,5%



Amérique du Nord

- Bonne exécution de notre stratégie de « Marques championnes ».
- Succès de nos nouveaux produits (BIC® Atlantis et crayons graphite BIC® X-tra fun)

INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS

33M€

+42,4%



Marchés en croissance

- Amérique latine : Progression dans les pays clés comme le Brésil et le Mexique
- Moyen-Orient et Afrique : gains de parts de marché et de distribution



* À base comparable

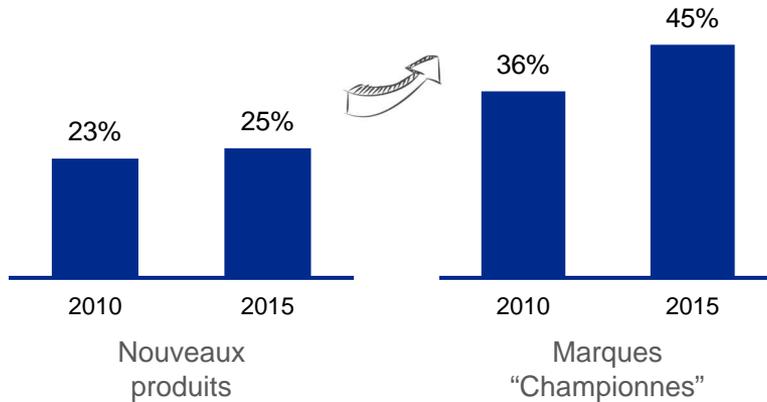


PRIORITÉS À LONG TERME



MARCHÉS MATURES

Anticiper et accompagner
les nouveaux besoins
et désirs des consommateurs



MARCHÉS EN CROISSANCE

Investir pour accompagner
la croissance des populations
et les investissements dans l'éducation

Investissements dans
le soutien à la marque

Proximité

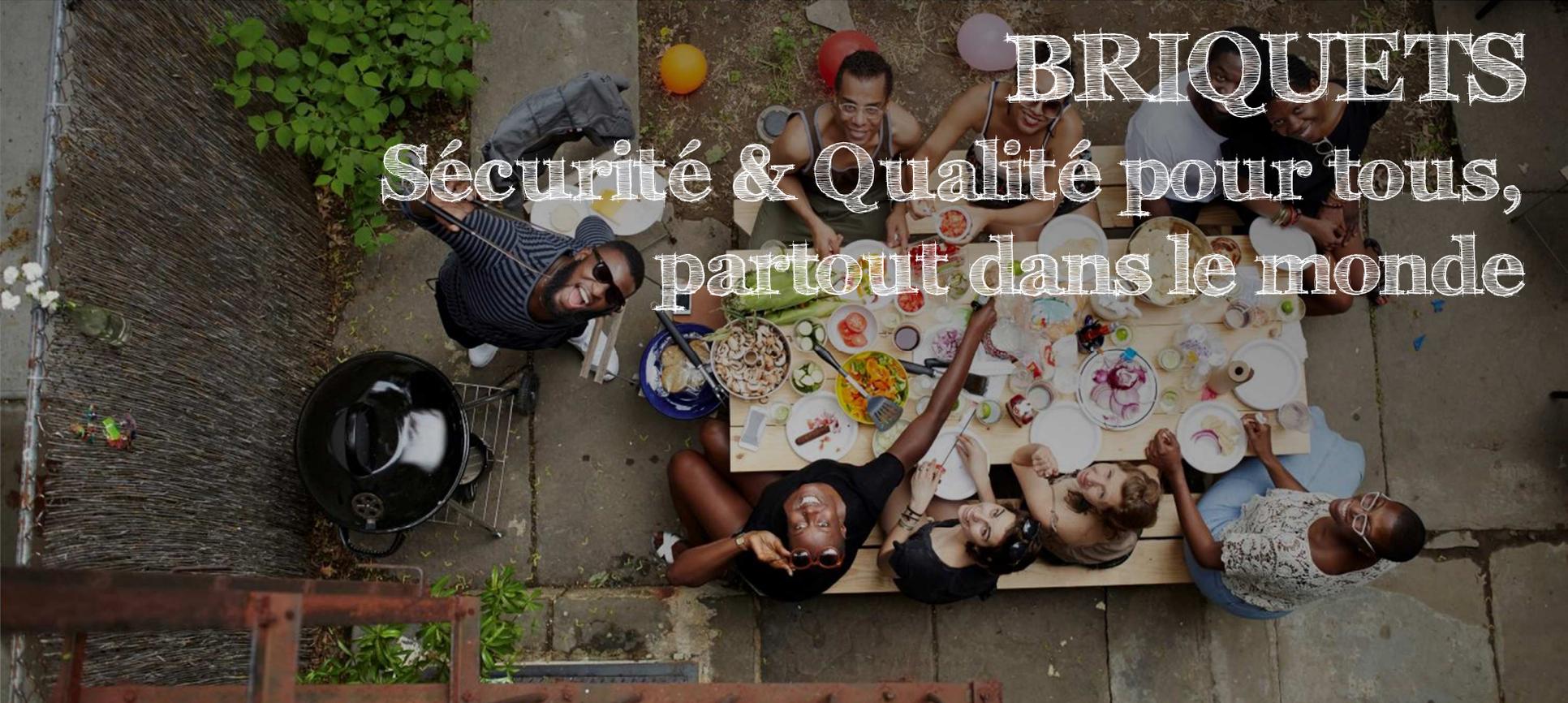


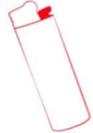
Amélioration opérationnelle
et augmentation de capacité

Produits adaptés



BRIQUETS
Sécurité & Qualité pour tous,
partout dans le monde





LES BRIQUETS EN 2015



CHIFFRE D'AFFAIRES*

675,7M€

+8,3%



Europe

- Bonne performance en Europe du Nord et de l'Ouest
- Forte progression en Europe de l'Est



MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

38,2%



Amérique du Nord

- Impact positif de l'ajustement des prix au deuxième trimestre 2015
- Succès des briquets décorés à valeur ajoutée



INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS

30,6M€

-8,1%



Marchés en croissance

- Amérique latine : gains de distribution au Mexique et au Brésil
- Moyen-Orient et Afrique : succès de la stratégie de proximité



* À base comparable

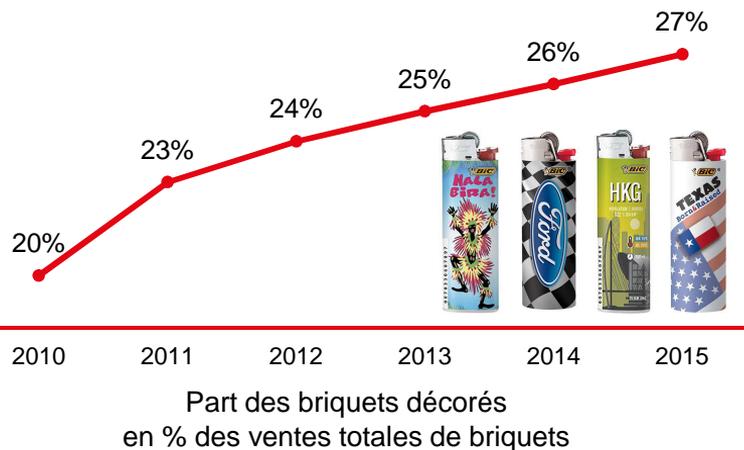


PRIORITÉS À LONG TERME



MARCHÉS MATURES

“Mon” Briquet BIC®



MARCHÉS EN CROISSANCE

Qualité et Sécurité pour tous

Application des
réglementations
et des **contrôles**

Usine **chinoise**
opérationnelle

Gains de
Distribution



RASOIRS

Toujours plus de performance,
toujours au juste prix





LES RASOIRS EN 2015



CHIFFRE D'AFFAIRES*

452,0M€

+11,9%

MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

18,5%

INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS

33,3M€

-5,7%

* À base comparable



Europe

- Bonnes performances en Europe de l'Ouest et de l'Est
- Succès de nos produits 3 lames



Amérique du Nord

- Gains de parts de marché
- Succès du positionnement rapport qualité/prix sur l'ensemble de notre gamme
- Nouveaux produits



Marchés en croissance

- Amérique latine : solide performance au Mexique et au Brésil
- Moyen-Orient et Afrique : maintien de positions solides dans nos produits classiques et progression des produits à valeur ajoutée



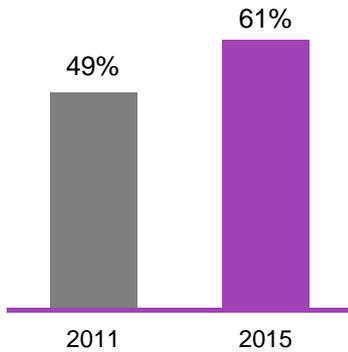


PRIORITÉS À LONG TERME



MARCHÉS MATURES

Monter en Gamme



Part des produits à valeur ajoutée dans le chiffre d'affaires total



MARCHÉS EN CROISSANCE

Adapter notre offre





BIC GRAPHIC



BIC GRAPHIC EN 2015



CHIFFRE D'AFFAIRES*

319,3M€

+1,6%



Europe

- Progression des pays du Nord
- Conquête de nouveaux clients (amélioration du service)



MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

3,3%



Amérique du Nord

- Succès de la gamme « good value », des nouveaux produits et de la technologie BritePix®



INVESTISSEMENTS INDUSTRIELS

9,4M€

+13,3%



Marchés en croissance

- Bonnes performances en Amérique latine (développement de nouvelles catégories de produits)



* À base comparable



UNE INDUSTRIE EN FORTE TRANSFORMATION



Accélération du mouvement de
CONSOLIDATION
des fournisseurs et des distributeurs

Forte progression du
E-COMMERCE

Examen des
OPTIONS STRATÉGIQUES
qui s'offrent à BIC Graphic

Conclusions attendues pour la
FIN 2016



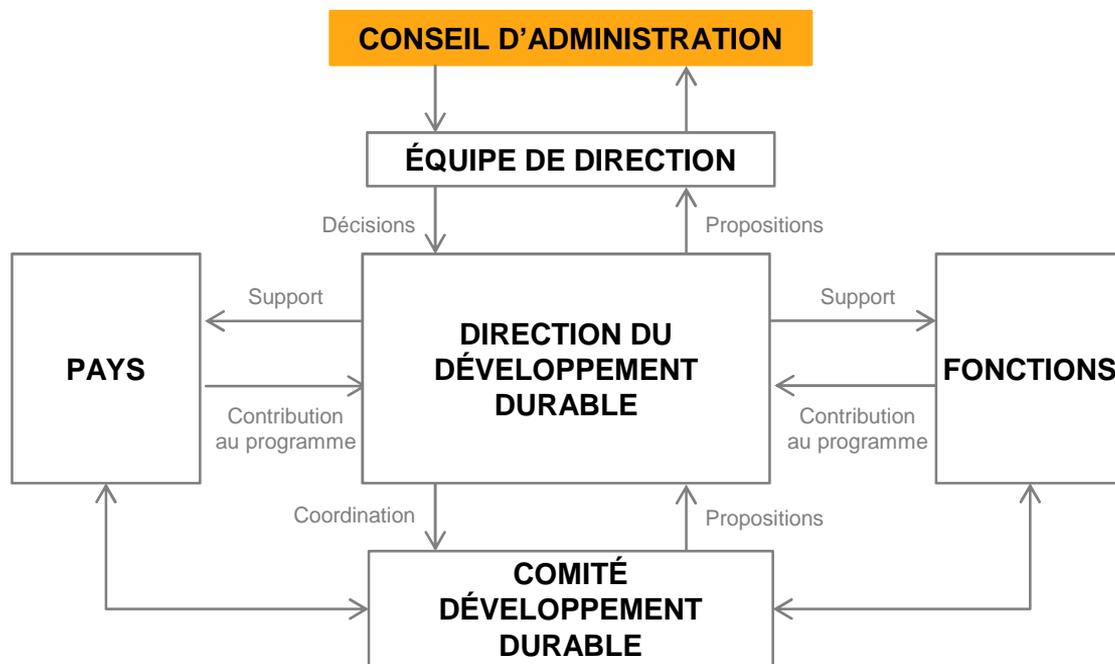
RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE



UN ENGAGEMENT STRATÉGIQUE FORMALISÉ ET MESURÉ

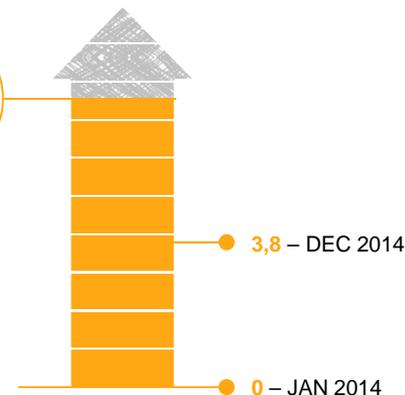


INTÉGRATION STRATÉGIQUE



MESURE VIA LE BAROMÈTRE

7,6/10
DEC 2015



Le score global est la moyenne des 10 engagements

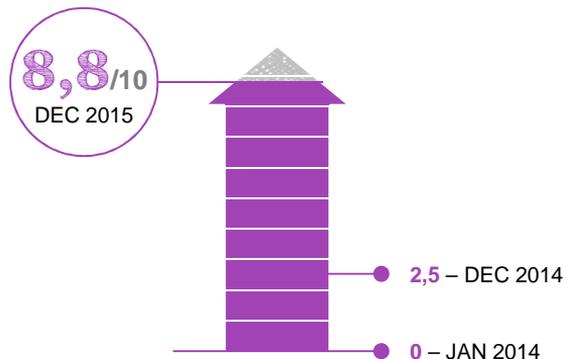
DEUX EXEMPLES DU BAROMÈTRE



PRODUITS



Créer des produits
pour les marchés en croissance

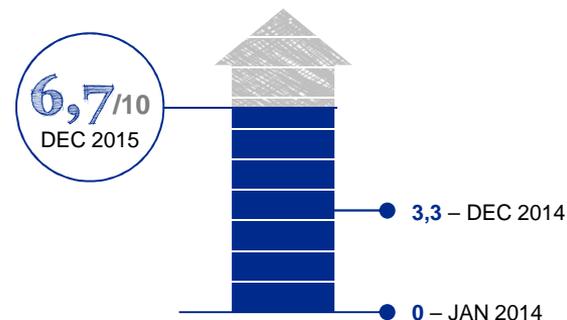


Entre 2014 et 2016,
BIC aura créé 8 produits
adaptés aux marchés en croissance
(Départ JAN 14 : 0 > DEC 15 : 7)

SOCIAL/SOCIÉTAL

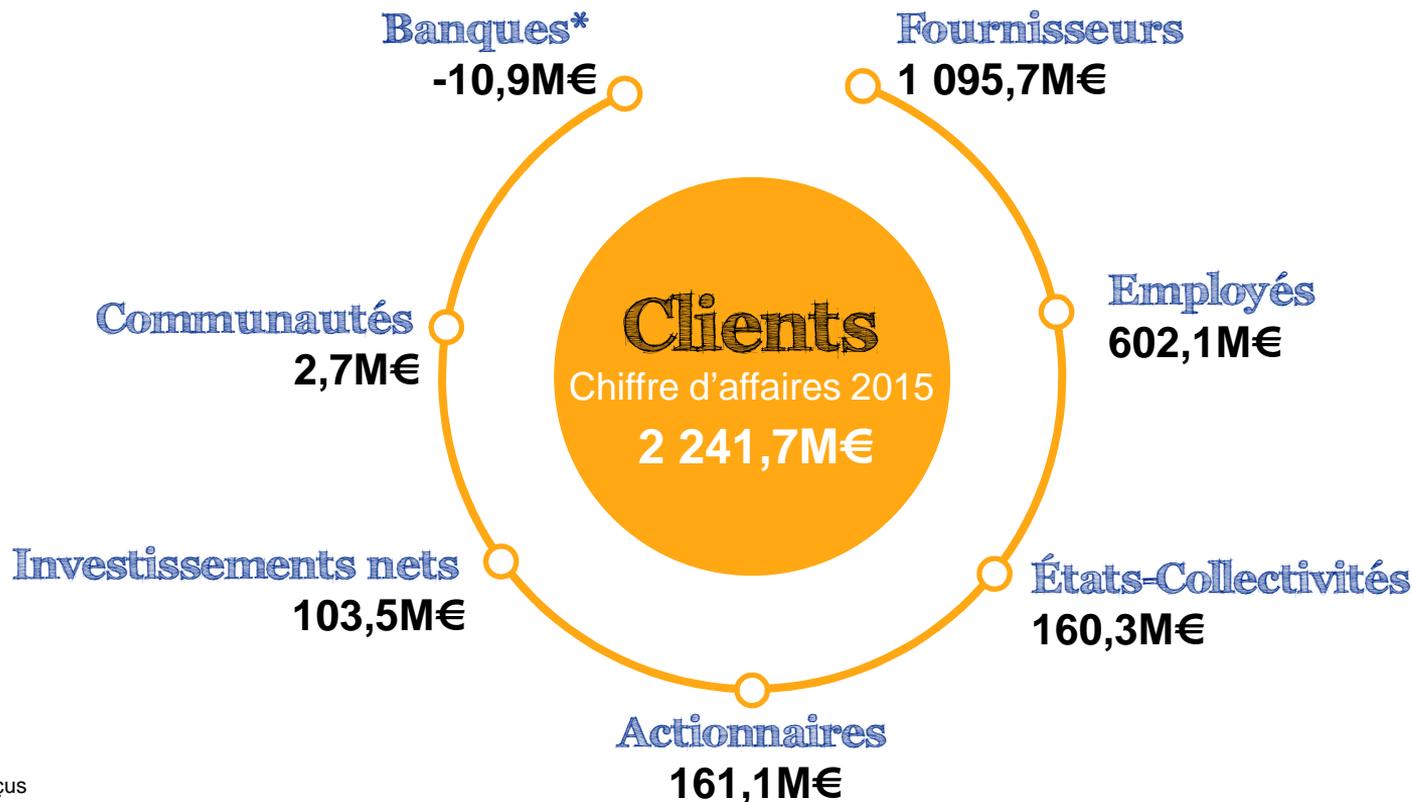


Assurer l'employabilité
des salariés BIC



Chaque année entre 2014 et 2016,
le taux interne de développement
et de promotion sera d'au-moins 25%
(Départ JAN 14 : 25% > DEC 15 : 31,5%)

DISTRIBUTION AUX PARTIES PRENANTES EN 2015



*: Intérêts perçus

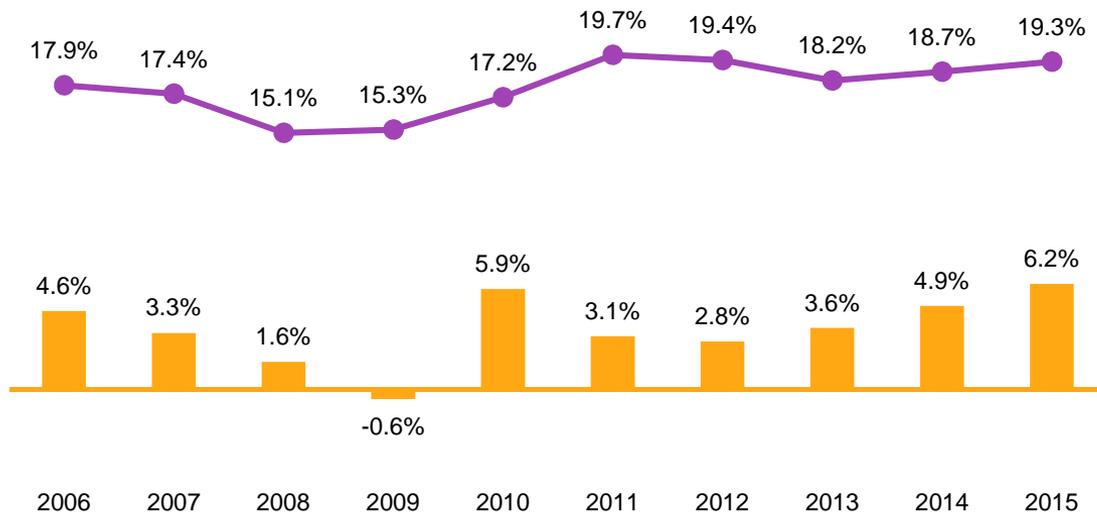


2016

Augmentation
des investissements destinés
à soutenir une croissance
rentable à moyen et long terme

2006-2015

10 ANS DE CRÉATION DE VALEUR



17,8%

de taux moyen de marge d'exploitation normalisée

Croissance organique annuelle moyenne

+3,5%

PRIORITÉS STRATÉGIQUES À LONG TERME



INVESTISSEMENTS

Investir dans le capital humain, la recherche et le développement de produits de qualité, le soutien de la marque et l'outil industriel



CROISSANCE & RENTABILITÉ

Assurer une croissance organique de 3% à 5% par an grâce à plus de produits à valeur ajoutée sur les marchés matures, à une base de consommateurs élargie dans les marchés en croissance et à des réseaux de distribution étendus

Augmenter le résultat d'exploitation normalisé



RÉMUNÉRATION

Maintenir une solide génération de trésorerie afin de financer la croissance externe et d'assurer la régularité de la rémunération des actionnaires

OBJECTIFS 2016 EN LIGNE AVEC LES PRIORITÉS STRATÉGIQUES À LONG TERME



Croissance d'environ 5%
(« *mid-single digit* »)
du chiffre d'affaires
(à base comparable)



100 et 150 points de base de baisse
de la marge d'exploitation
normalisée*, compte tenu
de l'accélération des investissements
dans le soutien à la marque
et dans la R&D



Maintien des flux de trésorerie liés
à l'activité d'exploitation en dépit
d'une augmentation
des investissements
de développement

* Hors impact de la prime exceptionnelle versée aux salariés



RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT DANS...

- ▶ La qualité et la performance des produits
- ▶ Les nouvelles technologies et les nouveaux produits à valeur ajoutée



SOUTIEN À LA MARQUE POUR...

- ▶ Accompagner le lancement de nouveaux produits
- ▶ Renforcer nos positions dans les marchés en croissance
- ▶ Améliorer la visibilité en magasins
- ▶ Renforcer la notoriété de la marque



RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT + SOUTIEN À LA MARQUE BIC EVOLUTION AU BRÉSIL



Amélioration de notre connaissance des spécificités du marché du coloriage





RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT + SOUTIEN À LA MARQUE BIC EVOLUTION AU BRÉSIL



Investissements dans le soutien à la marque

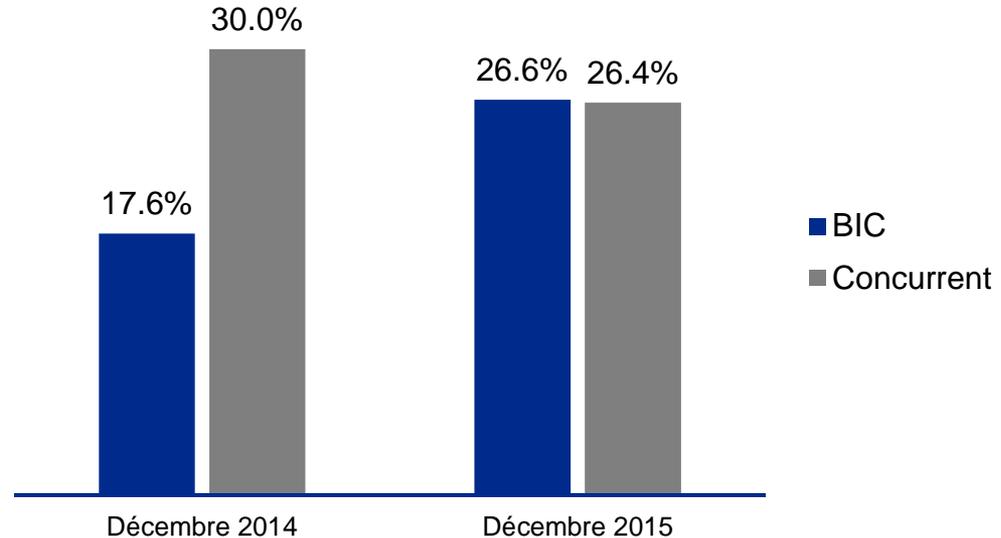




RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT + SOUTIEN À LA MARQUE BIC EVOLUTION AU BRÉSIL



Décembre 2015: BIC N°1 du Coloriage au Brésil



Sources: MAT - Nielsen Scantrack Volume



RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT + SOUTIEN À LA MARQUE BIC FLEX 5 AUX ÉTATS-UNIS



Investissements en Recherche et Développement

2009



5 lames
mobiles



Barre
de protection



Pivot



Manche
ergonomique

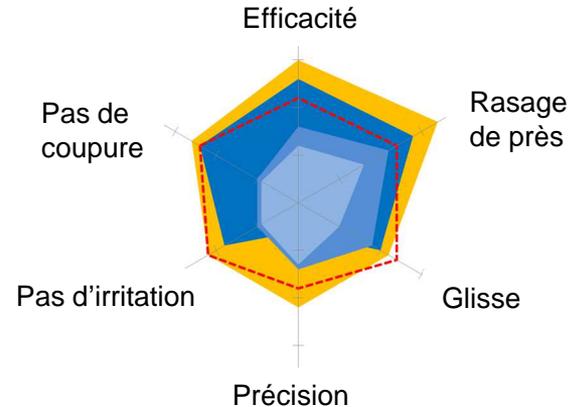
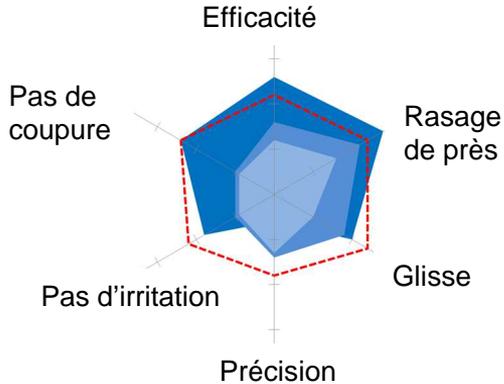


Sphère Métal



Lame de
Précision

2015





RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT + SOUTIEN À LA MARQUE BIC FLEX 5 AUX ÉTATS-UNIS



Soutien à la Marque





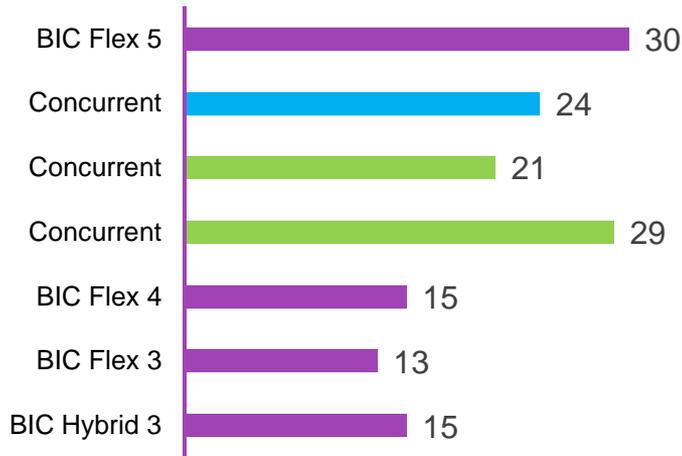
RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT + SOUTIEN À LA MARQUE BIC FLEX 5 AUX ÉTATS-UNIS



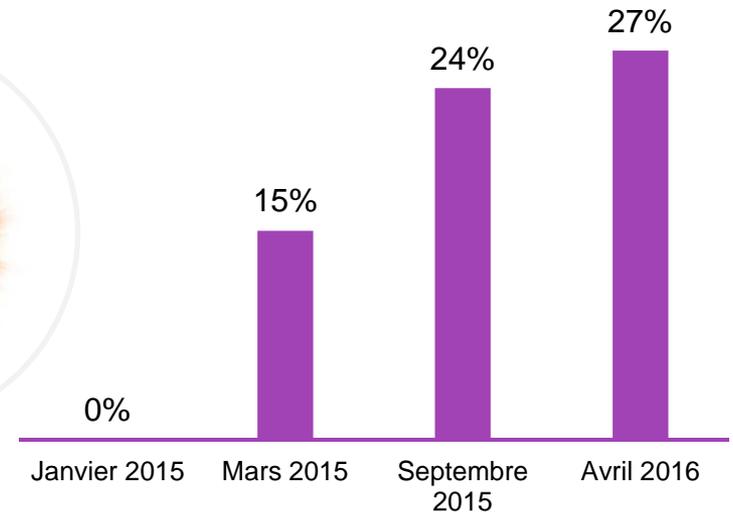
Mars 2016:

BIC Flex5 N°2 en volume des 5-lames aux États-Unis

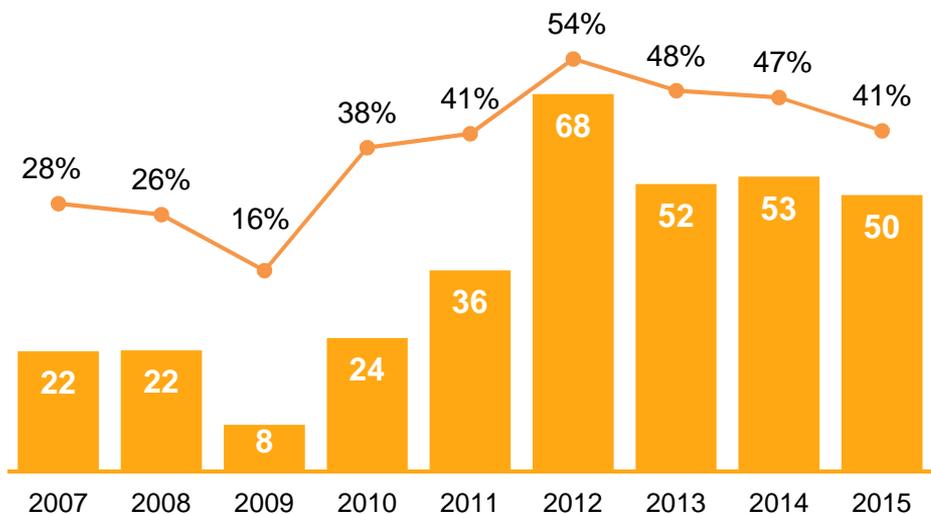
Taux de rachat 11 mois après le lancement



Évolution de la part de marché du BIC Flex 5
en volume aux États-Unis depuis son lancement



Source: IRI consumer panel USA (Oct 2015)



Investissements de développement* en millions d'euros

Investissements de développement* en % des investissements totaux

2016 :
proche de 60%
du total des
investissements

* Capacité + nouveaux immeubles et terrains + nouveaux produits



PAPETERIE

- Samer (FR)
- Marne-La-Vallée (FR)
- Cello Pens (IN)



BRIQUETS

- Redon (FR)
- Milford (EU)
- Tarragone (ESP)



RASOIRS

- Manaus (BR)
- Saltillo (MEX)
- Athènes (GR)



NOUVEAUX IMMEUBLES / TERRAINS

- ▶ Capacités supplémentaires
- ▶ Extension des centres R&D

ÉQUIPEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

- ▶ Moules
- ▶ Outillage



GOUVERNANCE



TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2015



10 administrateurs

8 réunions

98% de taux de participation

 4 indépendants

 4 nationalités

 3 femmes

COMPTES ET BUDGET

- ▶ Établissement des comptes annuels et semestriels/Revue des résultats trimestriels et du budget 2016

GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

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

STRATÉGIE

- ▶ Stratégie relative à l'accélération de la croissance sur l'ensemble de nos marchés
- ▶ Examen des orientations stratégiques des activités Papeterie, Rasoirs et de BIC Graphic
- ▶ Examen des orientations stratégiques en Inde
- ▶ Programme de Développement Durable du Groupe
- ▶ Analyse et Recommandations sur la structure des systèmes d'information du Groupe

PROPOSITION D'ÉVOLUTION DES STATUTS ET DE LA GOUVERNANCE



STATUTS

Résolution 22

« La limite d'âge du Président, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués est fixée à 72 ans. Lorsque le Président, le Directeur Général ou un Directeur Général Délégué aura atteint cette limite d'âge, il sera réputé démissionnaire d'office. »

GOUVERNANCE

*Conseil d'Administration
du 18 mai
(post Assemblée Générale)*

Réunification des fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général Délégué et nomination de Bruno Bich en tant que PDG

Nomination d'un Vice-Président du Conseil - Administrateur Référent

Nomination de deux nouveaux Directeurs Généraux Délégués



MISSION

Assister le Président du Conseil en matière de bon fonctionnement des organes de Gouvernance et de prévention des conflits d'intérêts et notamment:

- *Proposer au Président du Conseil d'inscrire des points à l'ordre du jour de toute séance du Conseil*
- *Assister à toute réunion des Comités de Conseil*
- *Conduire les évaluations du fonctionnement du Conseil*

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION POST ASSEMBLEE GENERALE



Bruno BICH

Président du Conseil
d'Administration
et Directeur General



Pierre VAREILLE

Vice-Président -
Administrateur Référent



Mario GUEVARA



François BICH



Elizabeth BASTONI



**Marie-Pauline
CHANDON-MOËT**



John GLEN



**Marie-Henriette
POINSOT**



Frédéric ROSTAND



SOCIÉTÉ M.B.D.
Représentée
par Edouard BICH

*Sous réserve du vote des actionnaires
et des décisions du Conseil*

- Mandats soumis à renouvellement
- Administrateurs Indépendants



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 (dont la retraite)

RÉMUNÉRATION DU PRÉSIDENT DU CONSEIL ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Structure

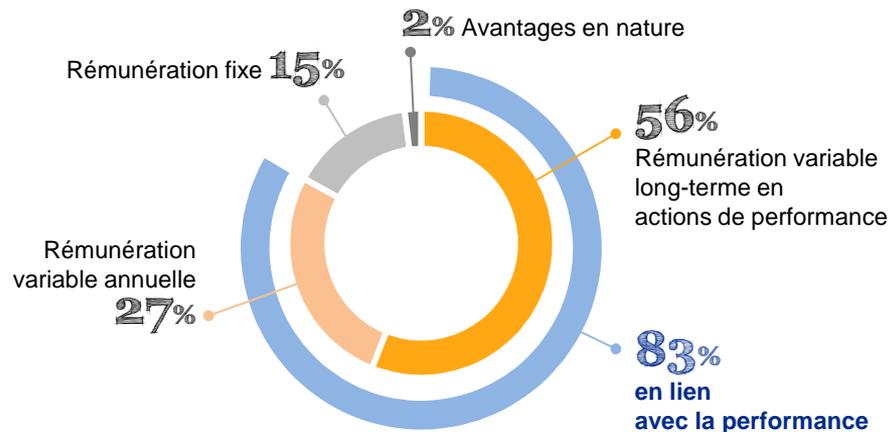
Président du Conseil

Bruno Bich
196 000 euros



Directeur Général

Mario Guevara
4 753 000 euros



ÉQUIPE DE DIRECTION POST ASSEMBLÉE GÉNÉRALE



Gonzalve BICH (DGD)

Catégories et Amérique latine



Benoit MAROTTE

Papeterie



François CLÉMENT-GRANDCOURT

Briquets



Thomas BRETTE

Rasoirs



Bruno BICH

Président-Directeur Général



Billy SALHA

Europe – Asie Pacifique, Océanie



Chris MILLS

Amérique du Nord



Peter VAN DEN BROECK

Afrique, Moyen Orient - Inde



Edgar HERNANDEZ

BIC Graphic



Marie Aimée BICH-DUFOUR (DGD)

Fondation d'Entreprise BIC – Secrétaire
du Conseil



Jim DIPIETRO (DGD)

Finances



Ed DOUGHERTY

Stratégie



Edouard MARUANI

Juridique



Alison JAMES

Ressources Humaines



Laurent SERANO

Systèmes d'Information





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

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



