

Lettre aux actionnaires



N° 2 OCTOBRE 2004



MESSAGE DU PRÉSIDENT

SOMMAIRE

P. 1 – MESSAGE DU PRÉSIDENT

P. 2/3 – CHIFFRES CLÉS DU SEMESTRE
– FAITS MARQUANTS DU SEMESTRE

P. 4 – LA VIE DU TITRE

ACTUALITÉS

- BIC a organisé sa **première réunion d'actionnaires** avec la participation de Bruno Bich au sein du Forum de l'Investissement le 1^{er} octobre 2004, au Palais des Congrès de Paris.
- Un **acompte sur dividende** de 0,40 euro par action sera versé le 3 novembre 2004.
- BIC vient de mettre en place un numéro vert dédié aux actionnaires :

► N° Vert 0 800 10 12 14

Madame, Monsieur, cher actionnaire,

Je suis heureux de vous présenter ce deuxième numéro de la *Lettre aux actionnaires* du Groupe BIC. Son rythme de parution sera bi-annuel afin de vous tenir informés des performances du Groupe et des lancements de nouveaux produits.

Au premier semestre 2004, le Groupe BIC a continué à croître (chiffre d'affaires en hausse de 5,8 % à périmètre et taux de change constants) et à gagner des parts de marché dans ses trois catégories, malgré une consommation des ménages toujours prudente et une conjoncture générale attentiste. Les ventes des produits classiques tout comme celles des nouveaux produits, qui représentent toujours plus de 20 % du chiffre d'affaires, sont en croissance. Au regard de ces bonnes performances, nous continuerons à innover et développer des produits fonctionnels, accessibles et de qualité, exigences de la marque BIC®.

Grâce à la maîtrise de nos coûts de fonctionnement, la marge opérationnelle est en hausse de 0,7 point à 15,3 % du chiffre d'affaires au premier semestre. Nous avons par ailleurs annoncé l'arrêt de la production des stylos à bille BIC® et rasoirs BIC® de Milford, Connecticut, ainsi que la fermeture de l'usine SHEAFFER® de Fort Madison, Iowa, États-Unis d'ici fin 2006. Notre résultat net part du Groupe fléchit en raison des premiers coûts liés à la fermeture de ces unités de production américaines. Ces restructurations pèseront sur les résultats 2004 ; mais en 2005 et 2006, les premières économies réalisées devraient permettre d'en atténuer l'impact.

Au cours du premier semestre, nous avons réalisé deux acquisitions, qui s'inscrivent dans notre stratégie d'expansion géographique et de développement de nos technologies. Nous avons ainsi élargi notre offre d'instruments d'écriture en procédant au rachat de la société française STYPEN fondée en 1934 et spécialiste du stylo plume scolaire rechargeable. Nous avons également renforcé notre position au Japon via l'acquisition de notre distributeur BIC KOSAIDO K.K.

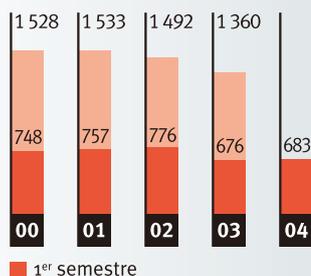
Le projet de notre entreprise, à la fois dynamique, réactif aux enjeux de l'économie mondiale et prudent, reflète la détermination du Conseil d'Administration d'assurer une croissance pérenne et rentable pour nos actionnaires.

Je vous invite à consulter le mini-catalogue des produits qui font la fierté du Groupe BIC et qui est joint à cette lettre. Je vous remercie du soutien et de la confiance que vous nous accordez.

Bruno Bich
Président et Directeur Général



Chiffres clés du premier semestre 2004

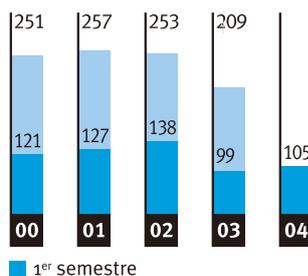


1^{er} semestre

CHIFFRE D'AFFAIRES

683 millions d'euros

Les ventes ont progressé de 5,8% à données comparables (à taux de change constants et sans les acquisitions réalisées en 2004).

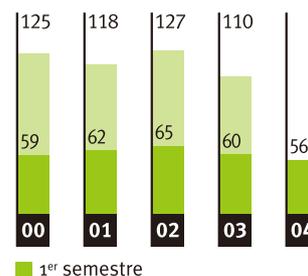


1^{er} semestre

RÉSULTAT D'EXPLOITATION

105 millions d'euros

Le résultat d'exploitation a progressé de 6% et la marge d'exploitation s'est améliorée de 0,7 point par rapport au 1^{er} semestre 2003, à 15,3% des ventes.

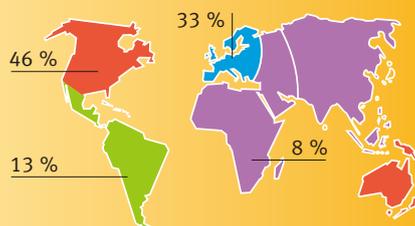


1^{er} semestre

RÉSULTAT NET

56 millions d'euros

Le résultat net du Groupe fléchit de 6,7%, et le bénéfice net par action de 4,7%.



CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

228 millions d'euros Europe de l'Ouest

315 millions d'euros Amérique du Nord et Océanie

89 millions d'euros Amérique latine

51 millions d'euros Europe de l'Est, Moyen-Orient, Afrique et Asie

NOS PERFORMANCES

22 millions d'articles de papeterie

4 millions de briquets

11 millions de rasoirs

sont vendus chaque jour par BIC

NOS OBJECTIFS

DE MARGE D'EXPLOITATION À MOYEN TERME

Papeterie **16-17 %**

Briquet **23-24 %**

Rasoir **10-12 %**

Faits marquants du semestre

Activité en croissance sur les trois catégories

Les trois activités affichent des ventes en hausse sur le 1^{er} semestre 2004 sur toutes les zones géographiques, hormis l'Europe de l'Ouest où l'activité briquets fait face à la pression concurrentielle forte des importations asiatiques.

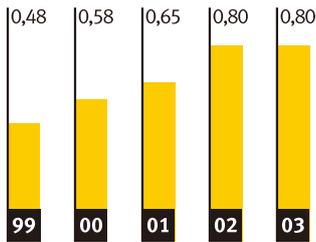
Les ventes de la catégorie papeterie ont été dynamisées notamment par le segment des stylos à bille classiques, le roller BIC® Cristal® Gel, le segment des porte-mines et celui des produits de correction. L'activité marquage publicitaire a continué à progresser soutenue par les ventes des bloc-notes repositionnables BIC® Sticky Note®. Outre la bonne performance du segment des briquets de poche, les ventes des briquets multi-usages ont été dynamiques, grâce notamment au nouveau briquet multi-positions pour bougies, BIC® Megalighter™ for Candles. Enfin, la catégorie rasoirs a connu une croissance tirée par les ventes des rasoirs 3-lames : BIC Comfort 3™ et BIC® Soleil™, ce dernier ayant été lancé en Europe et aux États-Unis au 2^e trimestre 2004. Le dynamisme des ventes de rasoirs 3-lames a plus que compensé le déclin des ventes de rasoirs 1-lame qui s'est poursuivi dans la plupart des régions, mais à un rythme moindre qu'au 1^{er} semestre 2003.

Acquisition du distributeur japonais : BIC KOSAIDO K. K.

BIC a acquis son distributeur au Japon depuis plus de 30 ans ; ce rachat constitue une première étape importante de la stratégie d'expansion du Groupe BIC en Asie. BIC KOSAIDO K.K. est dirigé par M. Yanagisawa, qui apporte à BIC ses 22 ans d'expérience dans la papeterie, et plus particulièrement chez le fabricant japonais Pentel. Le marché japonais compte 120 millions d'habitants à fort pouvoir d'achat, et constitue le deuxième marché mondial pour les rasoirs et pour la papeterie.

Acquisition du fabricant de stylos plume rechargeables : STYPEN SA

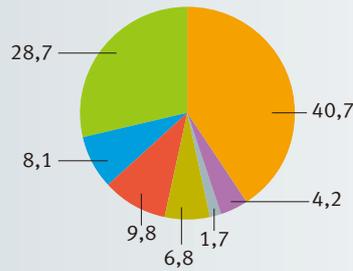
Fabricant français d'instruments d'écriture depuis 1934, STYPEN a réalisé un chiffre d'affaires de 17 millions d'euros en 2003, principalement en France. L'acquisition de STYPEN s'inscrit dans la stratégie du Groupe BIC de se développer sur de nouveaux segments du marché des articles de papeterie. BIC fait ainsi son entrée sur le segment des "stylos plume scolaires rechargeables", l'un des plus importants segments des instruments d'écriture en France. STYPEN détient 10 % de ce marché.



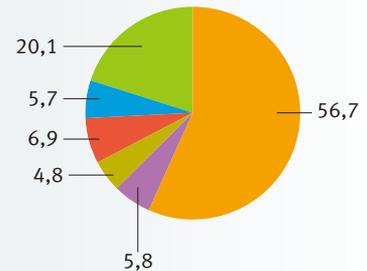
→ DIVIDENDE NET

0,80 euro

Le Groupe a distribué un dividende net (hors avoir fiscal) au titre de l'exercice 2003 stable par rapport à 2002, en dépit d'un résultat net en baisse.



→ RÉPARTITION DU CAPITAL en % au 30 juin 2004



→ RÉPARTITION DROITS DE VOTE en % au 30 juin 2004

→ COUP DE PROJECTEUR



Kit coloriage BIC® DISNEY Magic Artist

Winnie l'ourson, Mickey Mouse ou Cendrillon : trois coffrets de coloriage associant l'univers de Disney et le savoir-faire de BIC®. Au travers de ce coffret, à offrir toute l'année pour un anniversaire par exemple, BIC développe des produits de papeterie dissociés de la période de rentrée scolaire.

BIC® Megalighter™ for Candles

Ce briquet pour bougies appartient à la gamme de briquets multi-usages de BIC. Avec ses trois positions, il permet d'allumer les mèches dans les photophores les plus étroits sans se brûler. Le Megalighter™ for Candles illustre parfaitement la stratégie du Groupe d'innover vers des produits à valeur ajoutée.



BIC Comfort 3™ fait sa publicité

Lancé en 2003, le rasoir 3-lames BIC Comfort 3™ continue de voir ses ventes progresser. Au premier semestre, la publicité sur l'air de *Blue Suede Shoes* rendu populaire par Elvis Presley a été diffusée notamment dans de nombreux pays d'Europe et a fortement contribué à l'augmentation des ventes.

BIC® Soleil™

Ce premier rasoir une-pièce à 3-lames spécialement conçu pour les femmes a été lancé fin mars 2004. Il rencontre un succès très prometteur auprès des consommatrices d'Europe et des États-Unis.



→ FOCUS



BIC® Collection

Joint à cette *Lettre aux actionnaires*, BIC® Collection est un mini-catalogue qui vous permettra de visualiser l'étendue de l'offre du Groupe BIC et les dernières innovations.

La vie du titre

ÉVOLUTION DU TITRE VS. SBF 120 ET USD/EUR BASE 100 JANVIER 2000



Ce graphique, rebasé 100 au 3 janvier 2000, met en évidence la corrélation du titre BIC à son indice de référence, le SBF 120, mais aussi au taux de change US dollar contre euro.
Les cours sont arrêtés à mi-septembre 2004.

ÉVOLUTION DU TITRE EN ABSOLU



Sur la période 2000-2004, le titre a connu un plus haut à 58,9 euros en août 2000 et un plus bas à 27 euros en mars 2003. Depuis, les performances du Groupe BIC parviennent à contrebalancer l'impact négatif des taux de change sur ses résultats, et redonnent peu à peu l'attrait au titre BIC.

LE TITRE BIC

Au 30 juin 2004

- **Capital social :** 204 464 812,40 euros
- **Nombre de titres en circulation :**
53 524 820 actions de 3,82 euros de nominal
- **Place de cotation :** Paris
- **Code ISIN :** FR 0000120966
- **Volume moyen d'échanges quotidien**
(1^{er} semestre 2004) : 43 000 titres
- **Indice boursier :** SBF 120

RENDEZ-VOUS DE L'ACTIONNAIRE

14 octobre 2004

- Chiffre d'affaires du 3^e trimestre 2004

20 janvier 2005

- Chiffre d'affaires du 4^e trimestre 2004 et de l'année 2004

3 mars 2005

- Résultats 2004

19 mai 2005

- Assemblée Générale des actionnaires

CONTACT

SOCIÉTÉ BIC – Relations Investisseurs
14, rue Jeanne d'Asnières
92611 Clichy Cedex
www.bicworld.com
e-mail : investors.info@bicworld.com

N° Vert 0 800 10 12 14

Si vous souhaitez recevoir la *Lettre aux actionnaires* de BIC, contactez-nous.



VOS QUESTIONS/NOS RÉPONSES

Verserez-vous un acompte sur dividende en 2004 ?

Oui. Le Conseil d'Administration de SOCIÉTÉ BIC, réuni le 8 septembre 2004, a décidé le versement d'un acompte sur dividende sur les résultats de 2004 d'un montant de 0,40 euro par action. Cet acompte sera versé le 3 novembre 2004.

Pourquoi BIC attache-t-il tant d'importance aux taux de change dans sa communication financière ?

Basé en France, le Groupe BIC publie ses comptes en euros. Néanmoins, BIC vend ses produits à travers le monde, et réalise plus de 65 % de son chiffre d'affaires en devises étrangères, notamment en dollar américain et en réal brésilien. Depuis trois ans, ces monnaies faiblissent face à l'euro : ainsi un article de 1 dollar vendu début 2000 valait exactement 1 euro, alors que ce même article toujours vendu 1 dollar aux États-Unis en 2004 ne vaut plus qu'environ 81 centimes en euro. Cet effet de conversion fait baisser le chiffre d'affaires du Groupe BIC. Ainsi nous nous attachons à publier aussi les résultats du Groupe à taux de change constants, c'est-à-dire "comme si" ces monnaies n'avaient pas fluctué les unes par rapport aux autres en un an. Ceci permet à l'actionnaire de mesurer les "vraies" performances opérationnelles du Groupe, sans l'impact monétaire.

Quelle est la politique de rémunération des dirigeants du Groupe BIC ?

Le Conseil d'Administration s'attache à l'équité et à la compétitivité de la rémunération des dirigeants, de manière à ce qu'elle soit à la fois motivante et susceptible d'attirer des collaborateurs de qualité sans toutefois tomber dans des excès. Une forte partie variable, dépendante des résultats de la société, constitue la rémunération du Président, des Directeurs Généraux Délégués et des autres membres du Comité de Direction. Par ailleurs, Bruno Bich, Président et Directeur Général, et François Bich, Directeur Général Délégué, ont décidé de ne pas bénéficier de stock-options. Les rémunérations du Conseil d'Administration sont disponibles et détaillées dans le document de référence 2003 (page 15).

Le Groupe BIC se préoccupe-t-il du développement durable ?

Le Groupe BIC a mis en place une structure de pilotage dédiée au développement durable avec des responsables des différents métiers, sur plusieurs continents. Celle-ci a recueilli les bonnes pratiques, identifié les enjeux et mis en place un programme complet avec un plan d'action.

BIC rendra compte de l'avancement de son programme dans son premier rapport qui sera publié en 2005.