

# Lettre aux actionnaires



Madame, Monsieur, cher Actionnaire,

En dépit d'un contexte économique qui demeure incertain, BIC a publié de bons résultats au 3<sup>e</sup> trimestre, combinant une solide croissance du chiffre d'affaires, une amélioration de la rentabilité et une augmentation de sa position nette de trésorerie.

Le chiffre d'affaires de nos activités Grand Public, qui regroupent la papeterie, les briquets et les rasoirs, a progressé de 8,8%, à base comparable, grâce au dynamisme des marchés en croissance et à la bonne performance de l'Amérique du Nord, l'Europe continuant de bien résister. Pour l'ensemble de l'année 2010, les ventes des activités Grand Public devraient croître d'environ 7%, à base comparable, et la marge d'exploitation normalisée se situer dans le haut de la fourchette de notre objectif à moyen terme de 15% à 18%.

Le marché des Produits Publicitaires et Promotionnel est resté faible en raison de la détérioration de la visibilité économique aux Etats-Unis et en Europe. Nous n'attendons pas de reprise des ventes d'APP avant la fin de l'année. Dans ce contexte, le plan d'intégration de BIC APP se déroule comme prévu et nous permet de maintenir notre objectif de marge d'exploitation normalisée entre 7% et 9% pour l'année 2010.

Les produits BIC® continuent d'être la meilleure réponse à la demande des consommateurs pour des produits de qualité ET au meilleur prix, nous permettant ainsi de gagner des parts de marché, tant dans les pays développés que dans ceux en croissance. Tout en continuant à investir pour soutenir notre marque, nous maintenons notre attention constante sur la rentabilité et la génération de trésorerie afin de créer de la valeur pour nos actionnaires.

Mario Guevara  
Directeur Général



## *BIC remporte le grand prix de la transparence*

En Septembre dernier, a eu lieu l'édition 2010 du Grand Prix de la Transparence, organisé par Labrador et Science Po. Son objectif est de valoriser les meilleures pratiques de publication des informations financières réglementées, et de mesurer chaque année les efforts des émetteurs en matière de transparence financière.

Distingué parmi les 120 plus grandes entreprises françaises cotées, BIC s'est vu décerner non seulement un prix sectoriel (Entreprise de Biens de Consommation et Santé) mais aussi, le GRAND PRIX DE LA TRANSPARENCE, toutes catégories et tous secteurs confondus.

Ces prix récompensent la détermination de BIC à assurer une communication financière et opérationnelle claire et constante auprès de ses actionnaires mais également de ses employés, clients, consommateurs et fournisseurs.



## *BIC récompensé pour la qualité de sa gouvernance*

Chaque année depuis 2004, l'AGEFI décerne des Grands Prix du Gouvernement d'entreprise qui distinguent les émetteurs répondant aux attentes des investisseurs en matière de Gouvernance. Ces prix ont pour objectif de souligner les initiatives marquantes prises en matière de Gouvernement et d'encourager la mise en œuvre des règles et pratiques de « Corporate Governance ».

Déjà nommé par deux fois (en 2008 dans la catégorie « Dynamique de Gouvernance » et en 2009 dans la catégorie « Responsabilité Sociétale »), BIC s'est vu décerner en septembre dernier le prix « Fonctionnement des organes sociaux ». Parmi les critères pris en compte pour ce prix figurent notamment la séparation des pouvoirs entre le Président du Conseil d'Administration et le Directeur Général.

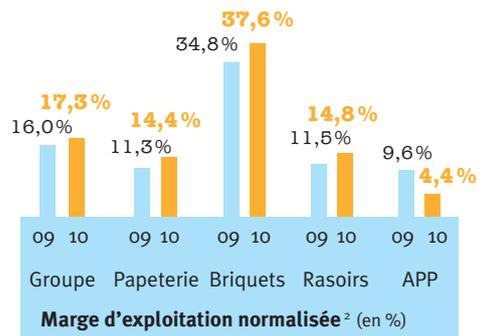
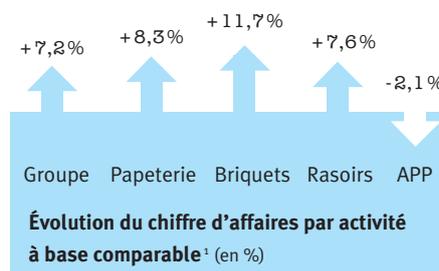




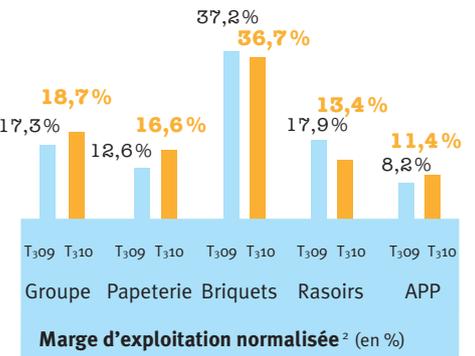
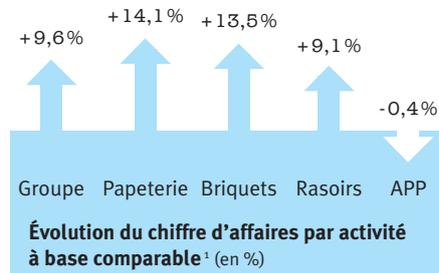
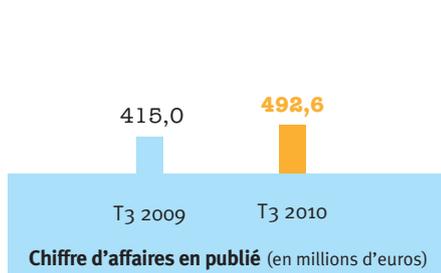
# BIC aujourd'hui

## Résultats du 3<sup>e</sup> trimestre et des 9 premiers mois 2010

### ► les 9 premiers mois en chiffres



### ► le 3<sup>e</sup> trimestre 2010 en chiffres



1. A base comparable : signifie à taux de change constants et à périmètre constant. Les montants à périmètre constant excluent les impacts des acquisitions et/ou des cessions intervenues sur l'exercice en cours et/ou sur l'exercice précédent et ce jusqu'à leur date anniversaire.  
2. hors coûts de restructuration, écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products, plus-value liée à la cession de l'activité funéraire de BIC APP et plus-values immobilières.



## BIC fait sa rentrée



Pour la rentrée scolaire 2010, BIC a lancé de nouveaux produits comme la version grip du 4 Couleurs™, un stylo plume « tout en un », une nouvelle gamme de rollers...

En matière de développement durable, la gamme BIC® Ecolutions™, fabriquée à partir de matières recyclées, a été élargie et 9 produits BIC® ont obtenu à ce jour le label NF environnement.



BIC a également mis en place en France une vaste opération promotionnelle : EconoBIC, à la fois dans les grandes surfaces et chez les détaillants papeteriers. Le principe était simple : le consommateur cumulait des achats sur les gammes BIC®, BIC® Kids, Tipp-Ex® & Velleda® pour recevoir un cadeau parmi un large choix.

## BIC fait sa pub !

### ► BIC recycle ses rasoirs... et sa publicité

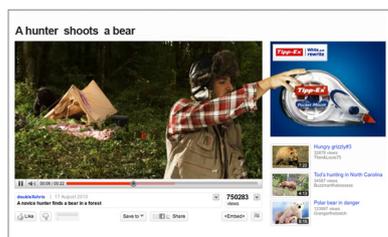


Pour promouvoir l'opération de recyclage de ses rasoirs, BIC a lancé une nouvelle campagne publicitaire autour d'Eric Cantona en « recyclant » la célèbre publicité de 1995 : l'Eric Cantona de 1995 fait face à celui de 2010. Un choc de titans où l'on voit qu'Eric Cantona, jadis « irrécupérable », est devenu responsable !

BIC a toujours conçu ses produits pour qu'ils offrent le maximum d'usage et n'utilisent que le minimum de matière possible. Le Groupe réfléchit aussi en permanence à des solutions de réduction des impacts environnementaux, en cohérence avec ses valeurs de responsabilité, d'innovation et d'ingéniosité. A ce titre, le Groupe a mis au point en France l'opération « BIC® recycle », un système simple pour aider ses consommateurs à récupérer et à recycler leurs rasoirs BIC®.

Le principe est le suivant : le consommateur achète ses rasoirs BIC®, les utilise, commande sur le site dédié [www.bicrecycle.com](http://www.bicrecycle.com) une enveloppe de recyclage et envoie gratuitement à BIC un maximum de dix rasoirs usagés par enveloppe. Les rasoirs sont ensuite recyclés en cales de lave-linge.

### ► Une campagne interactive pour Tipp-Ex®



À l'occasion de la rentrée des classes, Tipp-Ex®, marque du Groupe BIC et leader européen des produits de correction, s'est installé sur YouTube avec une campagne virale interactive aussi drôle que surprenante. Elle met face à face un chasseur et un ours et propose aux internautes d'écrire la fin de l'histoire après avoir modifié le titre de la vidéo, directement sur YouTube et avec le correcteur Tipp-Ex® ! Plus de 40 saynètes hilarantes sont ainsi à découvrir, signées logiquement par le slogan « Tipp-Ex®, white and rewrite ».

Depuis son lancement sur YouTube jeudi 2 septembre, la vidéo interactive a déjà été vue plus de 30 millions de fois, dans plus de 200 pays dans le monde !

La vidéo est disponible sur notre site internet : [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com) ou sur [www.youtube.com](http://www.youtube.com) en tapant Tipp-Ex.

## Un magasin entièrement redécoré au BIC® Cristal®

Un magasin très connu de Madrid, EKS, a été complètement redécoré en octobre dernier par l'artiste espagnole, Kalou Dubus, avec le stylo BIC® Cristal®.

L'artiste a créé de nombreux designs, comme de faux tapis, de la peau de zèbre, du léopard pour décorer les murs, les chaises, les rideaux des cabines d'essayage, les fenêtres... L'effet est impressionnant !



## Une opération de mécénat entre le Groupe BIC et l'Institut national d'histoire de l'art



Une opération de mécénat a été conclue entre l'INHA et la société BIC. Elle porte sur le catalogage et la numérisation de lettres et d'autographes d'artistes conservés à la Bibliothèque de l'INHA - collections Jacques Doucet. Au total, 40 cartons de lettres et d'autographes d'artistes et d'acteurs du monde de l'art sont en cours de traitement, notamment des autographes de Poussin, Mansart, Quentin de La Tour, Fragonard, Houdon, David, Canova, Ingres, Delacroix, Corot, Baltard, Viollet-le-Duc, Carpeaux, Pissarro, Manet, Bartholdi, Monet, Rodin, Gauguin, Bourdelle, Signac, Matisse, etc.

Cette opération, qui s'inscrit dans le cadre de la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations, va permettre la mise en valeur de pièces rares et trop peu connues du patrimoine national et leur mise à disposition d'un large public.

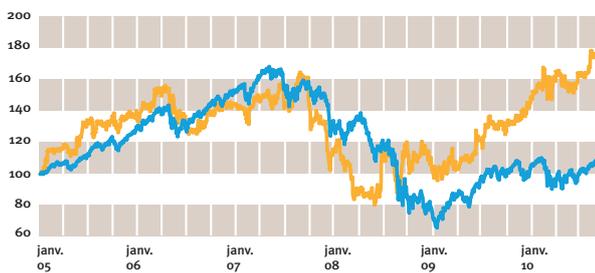
Ces documents seront consultables au printemps 2011 depuis les sites internet de l'INHA ([www.inha.fr](http://www.inha.fr)) et du Groupe BIC ([www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)).



# BIC et Vous

## Évolution du titre vs. SBF 120

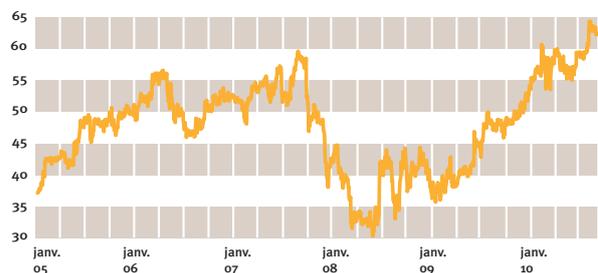
(Sur Euronext Paris) Base 100 à janvier 2002



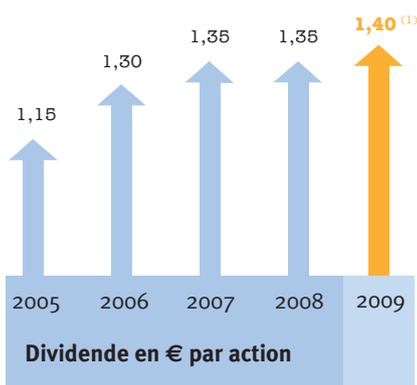
— BIC — SBF 120 Les cours sont arrêtés au 18 novembre 2010.

## Évolution du titre en absolu

(Sur Euronext Paris) En euros

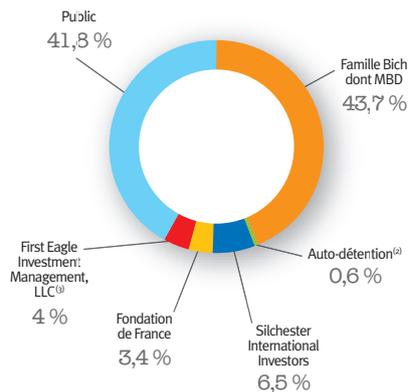


## Évolution du dividende



<sup>(1)</sup> Un dividende exceptionnel de 1 € a été distribué au titre de l'exercice 2009.

## Répartition du capital au 1<sup>er</sup> novembre 2010<sup>(1)</sup>



(1) Chiffres calculés à partir des informations disponibles les plus récentes  
 (2) Actions auto-détenues privées temporairement du droit de vote  
 (3) Ex-Arnold and S. Bleichroeder Advisers, LLC.

## Agenda financier

- ▶ **16 février 2011 :** Résultats annuels 2010
- ▶ **20 avril 2011 :** Résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2011
- ▶ **11 mai 2011 :** Assemblée Générale 2010
- ▶ **3 août 2011 :** Résultats du 2<sup>e</sup> trimestre et du 1<sup>er</sup> semestre 2011
- ▶ **19 octobre 2011 :** Résultats du 3<sup>e</sup> trimestre et des 9 premiers mois 2011

## Fiche d'identité

- Société Anonyme au capital de 183 562 047,44 euros
- Divisé en 48 052 892 actions de 3,82 euros de nominal
- 552 008 443 RCS Nanterre
- ▶ **Cotation :** Euronext Paris
- ▶ **Code ISIN :** FR000120966
- ▶ **Mnémonique :** BB
- ▶ **Cotation** en marché continu

▶ **SOCIÉTÉ BIC – Relations Actionnaires**  
 14, rue Jeanne d'Asnières - 92611 Clichy Cedex  
[www.bicworld.com](http://www.bicworld.com) - E-mail : [actionnaires@bicworld.com](mailto:actionnaires@bicworld.com)

▶ **N° Vert 0 800 10 12 14**  
 APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE



### À propos de BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets, des rasoirs et des produits promotionnels, BIC fabrique depuis plus de 50 ans des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe d'être aujourd'hui l'une des marques mondiales les plus reconnues. BIC commercialise ses produits dans plus de 160 pays et a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 1 562,7 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID100 ; BIC fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone, Ethibel Excellence Europe et Carbon Disclosure French Leadership index 2009 (CDLI).