

# Lettre aux actionnaires



N°1 JANVIER 2004



MESSAGE DU PRÉSIDENT

Madame, Monsieur, cher actionnaire,

Vous découvrez le premier numéro de la *Lettre aux actionnaires* du Groupe BIC. Ce nouvel outil nous aidera à entretenir et renforcer la relation avec vous, à vous associer plus étroitement à la vie de votre entreprise, à vous apporter régulièrement une information claire sur sa stratégie, ses activités, son fonctionnement, ses résultats et les nouveaux produits lancés.

En quelques années, BIC a beaucoup évolué, en s'appuyant sur les valeurs fondamentales qui font sa force depuis plus de 50 ans : fonctionnalité, accessibilité et universalité, mais aussi esprit d'innovation et recherche de la plus grande qualité. Aujourd'hui, votre Groupe est présent dans plus de 160 pays, et nous sommes fiers que les consommateurs du monde entier choisissent nos produits devenus des références, et témoignent de leur confiance en la marque BIC®. Les équipes du Groupe travaillent chaque jour à la valoriser davantage, à croître sur nos marchés et à anticiper les besoins futurs.

L'année 2003 a été marquée par une conjoncture économique mondiale difficile. Le Groupe a subi les effets négatifs de l'évolution des parités monétaires et a dû faire face à une concurrence accrue. Toutefois, nous avons réussi à gagner des parts de marché.

Tout en continuant à soutenir nos gammes de produits classiques, nous avons poursuivi notre stratégie de développement de produits à plus forte valeur ajoutée dans nos trois catégories, pour répondre toujours mieux aux attentes des consommateurs. Ces innovations et la pression concurrentielle croissante auront un effet sur la marge opérationnelle du Groupe en 2003, attendue inférieure à celle de 2002 en année pleine. Cependant, nos fondamentaux restent très solides et notre politique active de rachat et d'annulation d'actions a permis d'améliorer sensiblement la création de valeur pour tous les actionnaires de BIC.

J'envisage donc l'avenir avec sérénité et reste convaincu du potentiel de croissance du Groupe.

Je vous remercie de la confiance que vous nous accordez, pour certains depuis de très nombreuses années, et vous adresse tous mes vœux pour 2004.

## SOMMAIRE

P. 1 – MESSAGE DU PRÉSIDENT

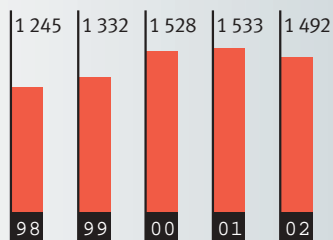
P. 2/3 – CHIFFRES CLÉS  
– NOS VECTEURS DE CROISSANCE

P. 4 – LA VIE DU TITRE

Bruno Bich  
Président-Directeur Général



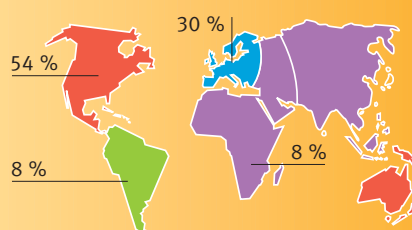
# Chiffres clés



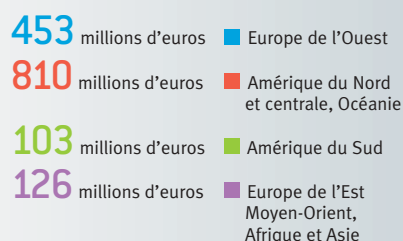
## → CHIFFRE D'AFFAIRES

**1 492** millions d'euros

Les ventes du Groupe ont progressé de 4,6 % à taux de change constants et hors Guy Laroche, cédé fin 2001 (+ 3 % en volume).



## → CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



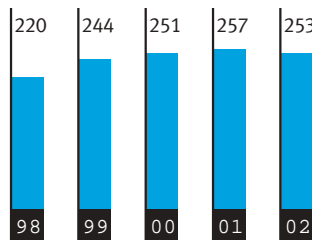
## → NOS PERFORMANCES

**22** millions d'articles de papeterie  
**4** millions de briquets  
**11** millions de rasoirs  
 sont vendus chaque jour par BIC

## → NOS OBJECTIFS

### DE MARGE À MOYEN TERME

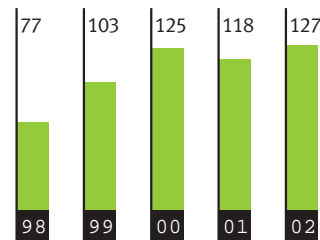
Papeterie	<b>16-17 %</b>
Briquet	<b>23-24 %</b>
Rasoir	<b>15-16 %</b>



## → RÉSULTAT D'EXPLOITATION

**253** millions d'euros

Le résultat d'exploitation a reculé de 1,7 %, mais la marge d'exploitation s'est améliorée de 0,1 point par rapport à 2001, à 16,9 %.



## → RÉSULTAT NET

**127** millions d'euros

Le résultat net part du Groupe a progressé de 7,7 % et le bénéfice net par action de 4,3 %.

# Nos vecteurs de croissance

## Bref historique

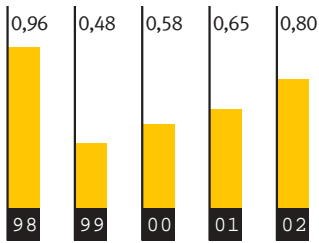
**Créée en 1953 par Marcel Bich et Édouard Buffard**, SOCIÉTÉ BIC se développe d'abord dans les instruments d'écriture avec le stylo BIC® Cristal®, puis le stylo à bille rétractable M10. La phase d'expansion à l'international est immédiatement initiée en Europe, puis au Brésil, aux États-Unis, en Afrique et au Moyen-Orient.

**En 1973, BIC diversifie ses activités** et lance le briquet BIC® à flamme réglable. Sa fiabilité et sa qualité en font un succès immédiat. Non content de révolutionner les habitudes d'écriture et d'allumage, BIC lance le rasoir BIC® mono-lame et non rechargeable deux ans plus tard. BIC montre ainsi sa volonté de simplifier la vie des consommateurs du monde entier en leur offrant des produits à un prix juste.

## Stratégie

**Toujours présent sur ses 3 métiers historiques, le Groupe en est devenu l'un des leaders mondiaux.** Depuis quelques années, les lancements de nouveaux produits, pour la plupart sous-traités, se sont intensifiés tant dans la Papeterie que dans le Briquet et le Rasoir. Près de 2 % du chiffre d'affaires sont consacrés chaque année à la Recherche & Développement (menée par près de 160 collaborateurs), la création de nouveaux produits à plus forte valeur ajoutée étant une priorité pour répondre aux attentes des consommateurs, assurer la croissance et accroître encore la rentabilité.

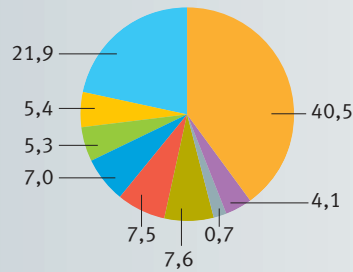
Fort de ses technologies, de ses innovations et du rayonnement international de sa marque, le Groupe continue de croître et de gagner des parts de marchés. Ces performances ont été masquées depuis deux ans par l'impact négatif des fluctuations monétaires, notamment celles du dollar américain face à l'euro. Le résultat net dégagé reste toutefois largement positif, en croissance de 11 % en moyenne sur les cinq dernières années. Il se traduit par une génération abondante de cash, qui profite aux actionnaires sous forme de dividendes, et par le biais des rachats et annulations d'actions. Il pourrait également être employé dans le cadre d'opérations de croissance externe. **En effet, la volonté affirmée du Groupe est d'analyser toute opportunité selon deux critères : acquisition de nouvelles technologies et/ou expansion géographique.**



#### → DIVIDENDE NET

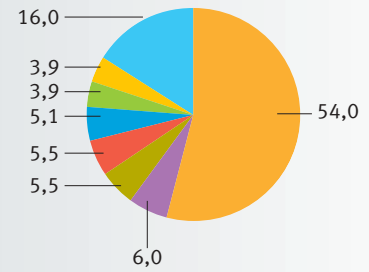
**0,80** euro

Le dividende net (hors avoir fiscal) versé au titre de l'exercice 2002 est en hausse de 23 % par rapport à celui de 2001.



#### → RÉPARTITION DU CAPITAL en % au 31 octobre 2003

■ Famille Bich, dont MBD  
■ M<sup>me</sup> Édouard Buffard  
■ Autocontrôle



#### → RÉPARTITION DROITS DE VOTE en % au 31 octobre 2003

■ Franklin Templeton Investment  
■ Oppenheimer Funds (estime)  
■ CDC  
■ AIM Funds Management (Trimark)  
■ Public

#### → COUP DE PROJECTEUR



### Cristal® Pocket Scents™ : écrire avec fantaisie

Comme son grand frère BIC® Cristal®, Cristal® Pocket Scents™ offre une grande qualité d'écriture. Avec son format mini, il se glisse facilement dans un agenda ou un sac. Décliné en 8 couleurs vives aux parfums de fruits (fraise, banane...), il a rencontré un vif succès, tant auprès des fillettes qui les échangent dans les cours d'école que de leur maman dont ils égailent le quotidien. Un bon exemple de la capacité de BIC à renouveler son offre à partir de ses produits phares.

### 30 ans, ça se fête

Après le rachat de Flammaire en 1971, BIC lance le premier briquet à flamme réglable en 1973 : le J1. Allumage de qualité et bonne prise en main lui assurent un succès rapide. Aujourd'hui, BIC propose des briquets de poche aux décors, couleurs et tailles variées, avec allumage à pierre ou électronique. La gamme s'est enrichie de briquets multi-usages. Innovation et sécurité restent la priorité. Pour fêter ses 30 ans, ce briquet argenté est édité en série limitée.



### BIC Comfort 3™ : le rasoir 3 lames accessible à tous

Depuis le lancement du BIC® Orange en 1975, BIC a constamment innové et amélioré le rapport qualité/prix sur ce marché. Fruit d'une technologie unique, BIC Comfort 3™ permet un rasage de très près dès le premier passage. Son manche antidérapant ainsi qu'une double bande lubrifiante adoucissante à l'aloë et à la vitamine E procurent un confort optimal.

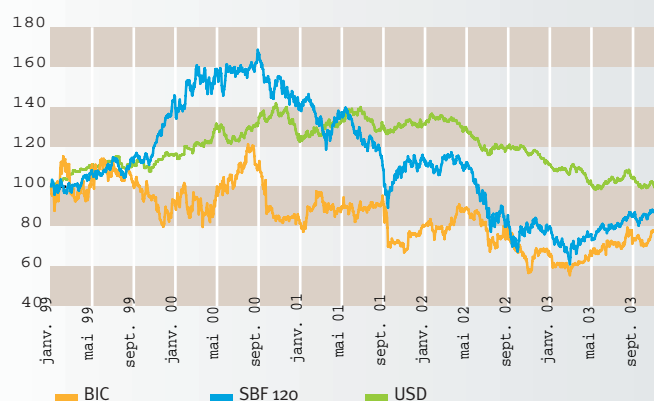
### Soleil™ : premier rasoir une-pièce à 3 lames spécialement conçu pour les femmes

La forme de son manche répond aux différentes façons qu'ont les femmes de tenir leur rasoir. Le confort du grip et l'inclinaison des lames ont été étudiés pour que les consommatrices en soient pleinement satisfaites. Avec ses couleurs acidulées et dégradées, Soleil™ a été très bien reçu par les acheteurs de la grande distribution. Soleil™ sera dans vos magasins au printemps 2004.



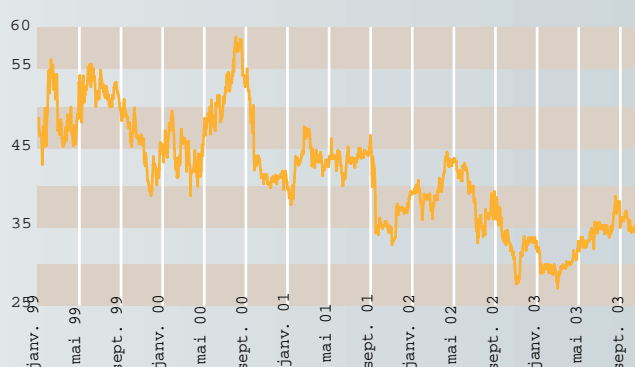
# La vie du titre

## ÉVOLUTION DU TITRE VS. SBF 120 ET USD/EUR BASE 100 JANVIER 1999



Ce graphique, rebasé 100 au 4 janvier 1999, 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 fin novembre 2003.

## ÉVOLUTION DU TITRE EN ABSOLU



Sur la période 1999–2003, le titre a connu un plus haut à 58,9 euros en août 2000. L'éclatement de la bulle financière et le ralentissement de la croissance aux États-Unis ont depuis pénalisé la performance du titre.  
Les cours sont arrêtés à fin novembre 2003.

## LE TITRE BIC

Au 31 décembre 2003

- **Capital social** : 205 952 534,32 euros
- **Nombre de titres en circulation** : 53 914 276 actions de 3,82 euros de nominal
- **Place de cotation** : Paris
- **Code ISIN** : FR 0000120966
- **Volume moyen d'échanges quotidien** (pour l'année 2003) : 55 000 titres
- **Indice boursier** : SBF 120

## RENDEZ-VOUS DE L'ACTIONNAIRE

**22 janvier 2004**

- Chiffre d'affaires du 4<sup>e</sup> trimestre 2003 et de l'année 2003

**11 mars 2004**

- Résultat 2003

**22 avril 2004**

- Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2004

**3 juin 2004**

- Assemblée Générale des actionnaires

**10 juin 2004**

- Versement du dividende 2003

## CONTACT

SOCIÉTÉ BIC – Relations Investisseurs  
14, rue Jeanne d'Asnières  
92611 Clichy Cedex  
www.bicworld.com  
e-mail : investors.info@bicworld.com  
tél. : +33 1/45 19 52 26

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



## VOS QUESTIONS/NOS RÉPONSES

### Pourquoi faites-vous des rachats d'actions ?

Les objectifs principaux de notre programme sont les suivants :

(cf. note COB du 25 avril 2003, visa n° 03-318)

- optimiser la gestion des fonds propres,
- régulariser le cours de bourse,
- consentir des options d'achats d'actions,
- remettre les titres en paiement ou en échange en cas d'acquisition.

Par ailleurs, l'annulation des titres rachetés permet de diminuer le nombre de titres en circulation, donc d'augmenter le résultat par action ainsi que le dividende servi par action.

### Quelle est votre politique de distribution de dividende ?

Nous avons vécu quelques années de lourds investissements (suite à la rationalisation de la papeterie) qui nous ont contraints à baisser la rémunération de nos actionnaires. Cette phase étant achevée, nous nous efforçons de servir un dividende plus élevé depuis 1999.

### Quelle est la probabilité d'une OPA sur BIC ?

SOCIÉTÉ BIC est une société familiale, la famille Bich détenant plus de 40 % de son capital et plus de 54 % des droits de vote. La famille n'a pas l'intention de se séparer de sa participation, ce qui rend une OPA (Offre Publique d'Achat) très improbable. La plupart des filiales du Groupe sont détenues à près de 100 % par SOCIÉTÉ BIC, directement ou indirectement. Il n'y a donc pas de possibilité pour un tiers d'accéder à leur capital et d'en prendre le contrôle.

### Pourquoi le cours a-t-il tant chuté ?

Depuis la première cotation en 1972, les variations du cours de l'action BIC suivent la tendance du marché, tout en étant de moindre ampleur, BIC n'étant pas une valeur spéculative. Sur les cinq dernières années, on constate que la hausse des actifs boursiers de 1999 à fin 2000 ne nous a pas profité autant qu'à d'autres titres. Cette période correspond à la rationalisation de notre activité Papeterie. Les investisseurs étaient dans l'attente de résultats et sont donc restés en retrait. Depuis fin 2000, la baisse de notre cours a été limitée par rapport à celle de l'indice SBF 120 (- 50 % contre - 65 %). Nous subissons parallèlement la baisse du dollar américain, qui a un impact sur nos résultats puisque 54 % de notre chiffre d'affaires est réalisé en Amérique du Nord et centrale. La gestion prudente de la société, la cohérence des décisions et la constance dans la stratégie ont sans doute permis de rassurer les investisseurs. La reprise du marché depuis janvier 2003 n'oublie pas BIC, dont le cours a progressé de 14 % sur la période.