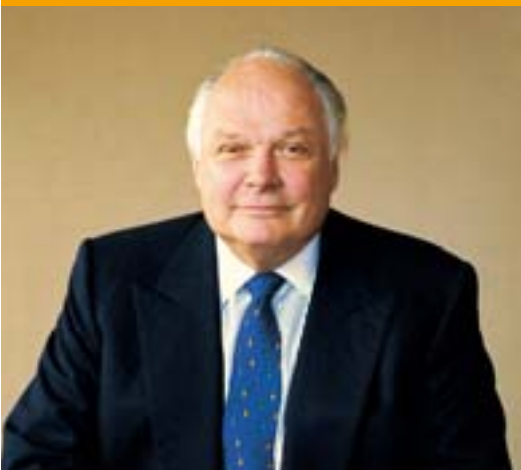


# Lettre aux actionnaires



N° 3 AVRIL 2005



MESSAGE DU PRÉSIDENT

## SOMMAIRE

P. 1 – MESSAGE DU PRÉSIDENT

P. 2/3 – CHIFFRES CLÉS 2004  
– FAITS MARQUANTS 2004

P. 4 – LA VIE DU TITRE

## ACTUALITÉS

- *Dividende de 0,90 € par action (dont acompte de 0,40 € déjà versé en novembre 2004) + dividende exceptionnel de 1,00 € par action. Mis en paiement le 27 mai 2005.*
- *L'Assemblée Générale des actionnaires se tiendra : le 19 mai 2005 à 9 h 00 – Centre Chaillot Galliera 28, avenue George-V – Paris 8<sup>e</sup>.*
- *Visitez la nouvelle version du site Web sur [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com).*

Madame, Monsieur, cher actionnaire,

C'est avec plaisir que je vous retrouve pour ce rendez-vous de la *Lettre aux actionnaires* afin de vous commenter l'exercice 2004 et nos perspectives.

L'année 2004 a été très dynamique puisque les ventes du Groupe sont en croissance de 6 % à données comparables<sup>(1)</sup>.

Je tiens à saluer les efforts de nos équipes, qui dans nos trois activités ont réalisé des performances très positives et permis de gagner des parts de marché : près de 6 % de croissance en papeterie, près de 8 % en briquets et près de 5 % dans les rasoirs, et ce, sur des marchés de plus en plus complexes et concurrentiels.

Nous sommes parvenus à améliorer notre marge d'exploitation à 15,5 % des ventes, malgré des coûts de production affectés par la hausse des prix des matières et les fluctuations défavorables des monnaies. Cette bonne performance a pu être réalisée grâce à une gestion très rigoureuse de nos dépenses opérationnelles.

Ainsi que nous l'avions annoncé, le résultat net part du Groupe de 2004 est en baisse, en raison des coûts de restructuration liés à la fermeture d'une partie de nos activités industrielles aux États-Unis. Cependant, ce plan de restructuration nous permettra de dégager environ 25 M\$ d'économie en année pleine, à compter de 2007.

BIC continue à générer une trésorerie nette élevée : près de 160 M€ en 2004. Le Conseil d'Administration vous proposera, lors de la prochaine Assemblée Générale des actionnaires, de voter la hausse du dividende (0,90 € par action, en hausse de 12,5 % par rapport à 2003), ainsi que le versement d'un dividende exceptionnel de 1,00 € par action.

Nos objectifs sont ambitieux pour 2005 : réaliser une croissance de nos ventes de l'ordre de 6 % à données comparables, et poursuivre nos efforts pour améliorer la marge d'exploitation. Nous allons continuer à investir sur nos produits et notre marque, notamment dans l'activité rasoirs où nous voulons nous renforcer dans le segment des 3-lames non rechargeables.

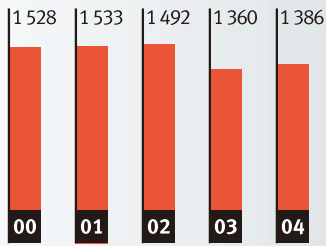
Je vous remercie de la confiance que vous nous accordez en nous soutenant, souvent sur le long terme, et je vous donne rendez-vous lors de notre Assemblée générale en mai prochain.

Bruno Bich  
Président et Directeur Général



<sup>(1)</sup> Pour une meilleure vision de nos performances, nous nous concentrons sur l'évolution à données comparables (c'est-à-dire à périmètre et à taux de change constants).

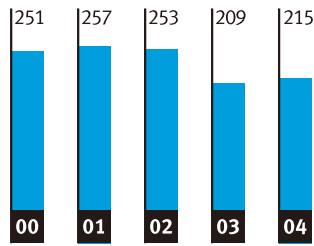
# Chiffres clés 2004



## → CHIFFRE D'AFFAIRES

**1 386** millions d'euros

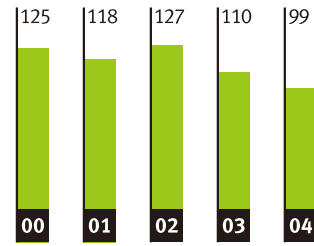
Les ventes ont progressé de 4,5 % à données comparables en moyenne sur la période 2002-2004 et de 6 % à données comparables en 2004.



## → RÉSULTAT D'EXPLOITATION

**215** millions d'euros

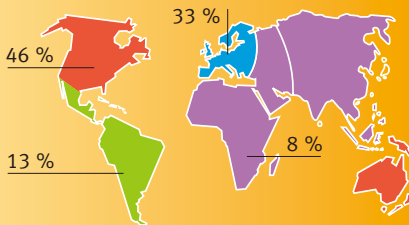
Le résultat d'exploitation a progressé en 2004 de 10,3 % à données comparables ; la marge d'exploitation représente 15,5 % des ventes.



## → RÉSULTAT NET

**99** millions d'euros

Le résultat net du Groupe baisse de 10,3 %, en raison des coûts exceptionnels de restructuration aux États-Unis.



## → RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE :

<b>452</b> millions d'euros	■ Europe de l'Ouest
<b>640</b> millions d'euros	■ Amérique du Nord et Océanie
<b>182</b> millions d'euros	■ Amérique latine
<b>112</b> millions d'euros	■ Europe de l'Est, Moyen-Orient, Afrique et Asie

## → NOS PERFORMANCES

Les consommateurs choisissent d'acheter :

**22** millions d'articles de papeterie BIC®

**4** millions de briquets BIC®

**11** millions de rasoirs BIC®

chaque jour\*.

\*Ventes quotidiennes – base : 220 jours.

## → NOS OBJECTIFS

### DE MARGE D'EXPLOITATION À MOYEN TERME

Papeterie	<b>16-17 %</b>
Briquet	<b>23-24 %</b>
Rasoir	<b>10-12 %</b>
Groupe	<b>16-18 %</b>

# Faits marquants de l'exercice 2004

*Les commentaires sont à données comparables.*

## L'activité en 2004 :

Le Groupe enregistre une activité en forte hausse : 6 % à données comparables, ce qui représente une très bonne performance dans notre secteur de la grande consommation.

Toutes les zones géographiques sont en croissance, le continent américain étant particulièrement dynamique.

- La papeterie, 52 % de notre chiffre d'affaires, augmente ses ventes de 5,6 % par rapport à 2003. Sur ce secteur, BIC a été la seule grande marque à gagner des parts de marché en 2003 et en 2004.
- L'activité briquets, 25 % de notre chiffre d'affaires, est en croissance de 7,9 %, sur un marché pourtant en déclin. BIC regagne depuis quelques années des parts de marché sur les importations asiatiques en Amérique du Nord et latine.
- Enfin, l'activité rasoirs, 19 % des ventes du Groupe, est en hausse de 4,9 % grâce aux investissements réalisés pour développer et renforcer l'offre "3-lames" de BIC. Les rasoirs 3-lames BIC Comfort 3™ pour les hommes et BIC® Soleil™ pour les femmes représentent déjà 20 % des ventes de rasoirs du Groupe en 2004.

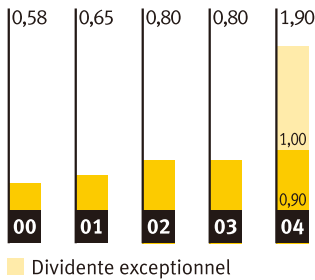
## Les résultats de 2004 :

Pour la 11<sup>e</sup> année consécutive, la marge d'exploitation de BIC est supérieure à 15 %, et ce, malgré la hausse des coûts des matières, des fluctuations monétaires défavorables pour nos coûts de production et un environnement toujours plus concurrentiel.

Le résultat net part du Groupe est en baisse en raison des coûts exceptionnels du plan de restructuration industrielle aux États-Unis. Une large partie des coûts de cette restructuration est constatée sur l'exercice 2004 (40 M€ sur le résultat avant impôt). Ce plan se traduira dès 2006 par des économies qui permettront au Groupe de rester compétitif et de maintenir les prix accessibles que la marque BIC® promet au consommateur.

## Redistribution aux actionnaires :

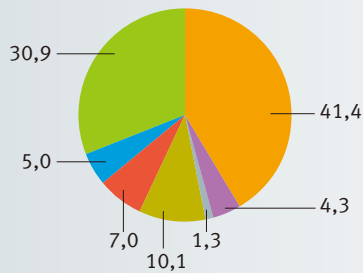
Le Conseil d'Administration, réuni le 2 mars 2005, a décidé de soumettre au vote des actionnaires à l'Assemblée Générale du 19 mai 2005, la distribution d'un dividende de 1,90 € par action, composé du dividende annuel de 0,90 €, en hausse de 12,5 % par rapport à 2003, et d'un dividende exceptionnel de 1,00 €. Au total, le groupe a redistribué à ses actionnaires 128 M€, sous la forme de dividendes et de rachats d'actions, ce qui représente 81 % du flux de trésorerie net disponible.



### → DIVIDENDE NET

**1,90** euro

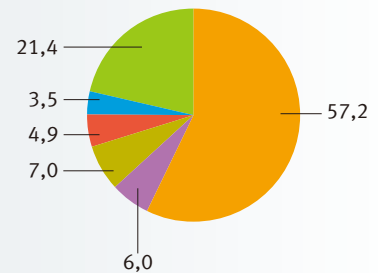
Le Groupe soumettra à l'AG le versement d'un dividende net de 0,90 € par action au titre de 2004, en hausse de 12,5 % par rapport à 2003, assorti d'un dividende exceptionnel de 1,00 € par action.



### → RÉPARTITION DU CAPITAL

Chiffres approximatifs, en %, au 31 décembre 2004

- Famille Bich, dont MBD
- Silchester International Investors
- Public
- M<sup>me</sup> Édouard Buffard
- Franklin Templeton
- Autocontrôle
- CDC



### → RÉPARTITION DES DROITS DE VOTE

Chiffres approximatifs, en %, au 31 décembre 2004

### → COUP DE PROJECTEUR



### BIC® Select : des instruments d'écriture sophistiqués au prix BIC®

Sophistication, pureté des lignes, corps en métal... la nouvelle ligne d'instruments d'écriture de BIC comprend des rollers, des stylos à plume et des stylos à bille. Elle répond à une demande de produits sophistiqués à un prix abordable – de 5 à 9 euros – et saura plaire aux consommateurs qui souhaitent écrire avec de beaux instruments d'écriture.

### Campagne européenne de sensibilisation sur la sécurité des briquets

BIC soumet chacun de ses briquets à plus de 50 contrôles automatisés pour garantir leur qualité et leur sécurité au consommateur. Pour attirer l'attention des distributeurs sur leur responsabilité à vendre des produits sûrs au consommateur, BIC lance une *campagne choc* de communication en Europe, qui comprendra plusieurs vagues entre 2005 et 2007.



### BIC® Soleil™ Scent™ : le nouveau rasoir 3-lames féminin aux parfums provençaux

Dans un dégradé de rose, fushia, lilas à parme, BIC® Soleil™ Scent™ est le premier rasoir 3-lames au manche parfumé. Des fragrances douces de lavande et de jardins provençaux aux vertus apaisantes et relaxantes à l'heure du bain, inscrivent BIC® Soleil™ comme un produit de beauté.

### → FOCUS

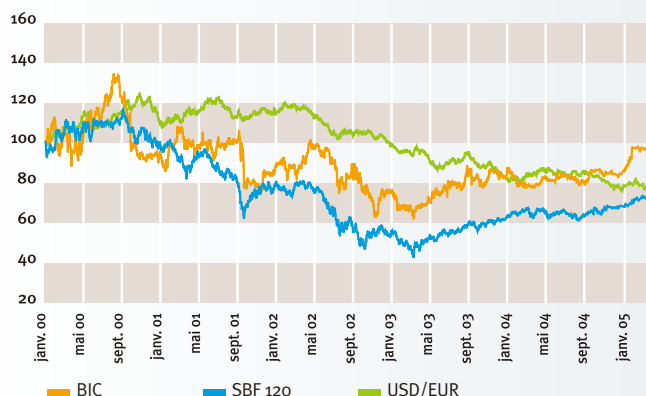


### Campagne de communication autour du Groupe et de l'action BIC

Joint à cette lettre, vous trouverez la campagne de communication que nous avons lancée au début du mois d'avril 2005, destinée à mieux faire connaître les différentes dimensions du Groupe BIC auprès des actionnaires individuels en France. Cette action s'inscrit dans le cadre de la politique réaffirmée du Groupe de s'attacher à développer l'actionnariat individuel dans son capital.

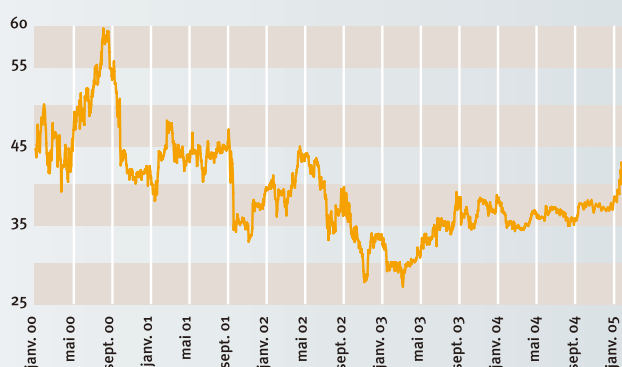
# La vie du titre

## 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-mars 2005.

## ÉVOLUTION DU TITRE EN ABSOLU



Le titre a progressé début janvier 2005 à l'annonce du chiffre d'affaires 2004 (de 37 à 40 euros environ). Le marché a ensuite amplifié cette hausse (de 40 à plus de 42 euros actuellement) en réévaluant BIC à la suite de l'OPA par Procter & Gamble sur son concurrent Gillette.

## LE TITRE BIC

au 31 décembre 2004

- **Capital social** : 198 151 330,32 euros
- **Nombre de titres en circulation** : 51 872 076 actions de 3,82 euros de nominal
- **Place de cotation** : Euronext Paris
- **Code ISIN** : FR 0000120966
- **Volume moyen d'échanges quotidien** (en 2004) : 41 525 titres
- **Indice boursier** : SBF 120 et CAC Mid100

## RENDEZ-VOUS DE L'ACTIONNAIRE

19 mai 2005

- Assemblée Générale

21 juin 2005

- Réunion d'actionnaires à Lyon

21 juillet 2005

- Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2005

8 septembre 2005

- Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2005

13 octobre 2005

- Chiffre d'affaires neuf mois 2005

## CONTACT

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

### Avec la fermeture des usines aux États-Unis, où en est l'outil industriel de BIC ?

Depuis 1997, BIC s'attache à rationaliser son outil de production dans le monde. Au total depuis cette date, BIC a réduit le nombre de ses usines de 46 à 22 fin 2004. La rationalisation européenne s'est notamment traduite par la construction de l'usine ultra-moderne de Marne-La-Vallée, inaugurée en 2000, où ont été centralisées les capacités de production de plusieurs usines européennes. Avec ce plan de restructuration aux États-Unis, le nombre d'usines du Groupe sera de nouveau réduit de 3 d'ici fin 2006, sans tenir compte des acquisitions (cf. Stypen en 2004) ou de nouvelles implantations (en Chine par exemple). Face à l'environnement compétitif international, à la concurrence asiatique, il est capital pour BIC de contenir ses coûts : la force de la marque BIC® est en effet d'offrir aux consommateurs des produits de qualité à des prix accessibles. C'est ce positionnement qui fait que le consommateur aguerrri d'aujourd'hui choisit les produits BIC® : charge au Groupe de pérenniser sa capacité à contenir ses coûts.

### Qu'en est-il des projets de BIC en Asie ?

L'Asie représente un marché très important, qui s'ouvre peu à peu, et dont les grands groupes internationaux ne peuvent faire abstraction aujourd'hui. BIC est déjà présent en direct au Japon depuis le rachat de son distributeur Kosaido en 2004. Le Groupe réfléchit actuellement à la meilleure stratégie pour entrer sur le marché asiatique continental, et notamment la Chine. Une implantation industrielle locale s'avère nécessaire pour concurrencer les prix des fabricants chinois. Les équipes BIC sur place étudient les meilleures configurations légales, concurrentielles et politiques pour ouvrir une unité de production localement, tout en sauvegardant le savoir-faire industriel du Groupe. BIC vise à la fois à faire au plus vite, à la fois à être vigilant pour garantir les meilleures chances de succès.

### Comment le Groupe BIC sera-t-il touché par le rachat de Gillette par Procter & Gamble ?

Gillette a toujours été dominant sur le marché des rasoirs, notamment dans les rasoirs rechargeables. Lorsque BIC a lancé le rasoir non-rechargeable il y a 30 ans, en 1975, Gillette et Schick Wilkinson, ses deux principaux concurrents sur ce marché, l'ont suivi en lançant ensuite leurs propres modèles non-rechargeables. Depuis, BIC se bat et consolide sa position de deuxième fabricant de rasoirs non-rechargeables (ventes en volume, États-Unis et Europe de l'Ouest), devant ces deux concurrents de dimension pourtant plus importante. BIC a déjà eu l'expérience d'une telle fusion entre deux grands groupes créant un géant : en effet, dans la papeterie il y a environ 5 ans, Newell Rubbermaid rachetait l'activité papeterie de Gillette, doublant alors de taille par rapport à BIC. Or, aujourd'hui BIC est la seule grande marque mondiale à gagner des parts de marché dans la papeterie. Le Groupe reste donc attentif mais serein, confiant dans le fait que les investissements réalisés actuellement sur l'activité rasoirs sont les garants de la pérennité future.

# BIC adopte les normes IFRS



AVRIL 2005

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2005, BIC a adopté les normes IFRS (*International Financial Reporting Standards*).

Aussi, à compter de l'annonce du chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2005, le 14 avril, les données financières consolidées du Groupe BIC seront publiées selon les normes IFRS.

L'adoption des normes IFRS concerne les quelque 7 000 entreprises cotées en Europe : elles ont pour vocation d'harmoniser le référentiel comptable des différents pays, dans le but de faciliter la comparaison des Groupes au-delà des frontières.

L'adoption des normes n'aura pas d'effet sur la performance générale du Groupe BIC, qui ne s'en trouve pas changée dans sa réalité économique : c'est la façon de comptabiliser et de présenter les postes comptables qui évolue.

## CONTACT

L'information comptable complète sur les impacts estimés pour BIC du passage aux normes IFRS est détaillée et disponible sur notre site Web : [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com) selon les recommandations de l'AMF.

Pour poser vos questions ou obtenir de plus amples informations sur les IFRS : Service Relations actionnaires SOCIÉTÉ BIC

**N° Vert 0 800 10 12 14**

[actionnaires@bicworld.com](mailto:actionnaires@bicworld.com)  
ou [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)

## FIN PRÊTS POUR LES NORMES IFRS : UNE MOBILISATION DE TOUS DEPUIS DEUX ANS

Depuis 2003, BIC s'est mobilisé autour des normes IFRS ; ont été créés une équipe projet dédiée aux IFRS et des groupes de travail par département : fiscalité, trésorerie, ressources humaines, département relations investisseurs, contrôle interne, consolidation.

Une première phase préparatoire a permis d'analyser les options comptables à retenir et d'évaluer leurs impacts. Un manuel des principes comptables IFRS a alors été rédigé et diffusé auprès des filiales du Groupe. Des programmes de formation ont enfin été menés sur 2004 auprès de l'ensemble des équipes financières de BIC. L'équipe de consolidation de BIC gère et coordonne auprès de tous les intervenants impliqués, l'ensemble des questions ou des points que peut soulever ce changement de normes comptables.

## IFRS : PEU D'IMPACTS POUR BIC

BIC avait déjà adopté et mis en place par anticipation les principes prônés par les normes IFRS dès que cela s'est avéré admis par les autorités réglementaires françaises. **Par ailleurs, compte tenu de la nature des comptes du Groupe (pas d'endettement ou encore pas d'éléments hors bilan à réintégrer), les normes IFRS n'auront pas d'impact majeur.**

Les changements sont surtout liés au mode de présentation des comptes, à des reclassements de postes comptables. Parmi ceux-ci, le plus frappant est sans doute la baisse faciale du chiffre d'affaires consolidé : environ 9 % pour 2004. Cela ne signifie pas que BIC a vendu moins ; les normes IFRS, contrairement aux principes français, définissent le "chiffre d'affaires" comme ce qui est effectivement payé à BIC par les clients (les distributeurs, les papetiers...), c'est-à-dire les ventes, déduction faite des remises consenties et autres promotions réalisées par BIC. En fait, le chiffre d'affaires IFRS correspond mieux à ce que BIC encaisse de ses clients.

**Sur le bilan, les IFRS n'ont pas d'effets majeurs, si ce n'est :**

- **des reclassements comptables** : il s'agira donc principalement d'une présentation légèrement différente (exemple : apparition d'un nouveau poste "immeubles de placement" pour isoler le parc immobilier ayant vocation de placement financier).
- **ou des impacts liés à des règles de comptabilisation différentes** (exemple : les retraites).

**BIC conserve des fonds propres particulièrement solides, un bilan sain, et un financement de son activité sans endettement.**

*In fine*, le résultat net consolidé en IFRS devrait augmenter du fait de nouveaux éléments positifs (principalement sous l'effet de la suppression de l'amortissement des survaleurs). Les normes n'ayant concrètement pas d'impact sur les flux de trésorerie, la politique de distribution du Groupe ne s'en trouvera pas modifiée.