



GROUPE BIC – RESULTATS ANNUELS 2009

- CHIFFRE D’AFFAIRES 2009 DE 1 562,7 MILLIONS D’EUROS EN PROGRESSION DE 10,1% A TAUX DE CHANGE CONSTANTS ET EN BAISSÉ DE -0,6% A BASE COMPARABLE
- MARGE D’EXPLOITATION NORMALISEE¹ 2009 DE 15,3%, CONTRE 15,1% EN 2008
- RESULTAT NET PART DU GROUPE 2009 : 151,7 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 4,7% (EN PUBLIE)
- BNPA : 3,15 EUROS EN PROGRESSION DE +5,0% (EN PUBLIE)
- SITUATION NETTE DE TRESORERIE FIN DECEMBRE 2009 : 305,3 MILLIONS D’EUROS, EN HAUSSE DE 45%

Au vu de ces résultats, le Conseil d’Administration de SOCIÉTÉ BIC, réuni le 16 février 2010 a décidé de proposer :

- LE PAIEMENT D’UN **DIVIDENDE ORDINAIRE DE 1,40 EURO** PAR ACTION EN PROGRESSION DE 3,70%
- LE VERSEMENT D’UN **DIVIDENDE EXCEPTIONNEL DE 1,00 EURO PAR ACTION**²

Mario Guevara, Directeur Général, a déclaré : « 2009 a été une année très importante pour BIC. Dans un environnement difficile, nous avons généré des résultats solides grâce au renforcement de nos positions dans toutes nos catégories et zones géographiques, au contrôle strict des dépenses opérationnelles et à la poursuite de l’amélioration de notre besoin en fonds de roulement. L’acquisition de Norwood Promotional Products nous positionne comme un leader des Produits Publicitaires et Promotionnels et nous permettra de tirer profit de la croissance de cette industrie dès que l’économie se redressera.

Tenant compte de la bonne performance 2009 du Groupe, et confiant dans ses perspectives et dans la pérennité de sa solide situation financière, le Conseil d’Administration a décidé de proposer le versement d’un dividende exceptionnel de 1,00 euro en complément d’un dividende ordinaire de 1,40 euro par action.

En 2010, nous nous attendons à bénéficier d’un environnement économique plus positif. Nous nous appuyerons sur la valeur de notre marque, sur un portefeuille de produits équilibré et, dans les marchés à forte croissance, sur des programmes dédiés à destination des consommateurs afin de renforcer nos positions sur tous nos marchés ; dans le même temps, nous nous concentrerons sur la poursuite de l’amélioration de notre rentabilité et la protection de notre trésorerie. »

¹ Se reporter au glossaire page 11

² Sera proposé à l’occasion de l’Assemblée Générale des actionnaires prévue le 12 mai 2010 – Mise en paiement le 25 mai 2010



Chiffres clés

En millions d'euros	4ème TRIMESTRE					ANNEE 2009				
	2008	2009	En publié	A taux de change constants	A base comparable	2008	2009	En publié	A taux de change constants	A base comparable
GROUPE										
Chiffre d'affaires	356,5	434,6	+21,9%	+25,6%	+2,1%	1 420,9	1 562,7	+10,0%	+10,1%	-0,6%
Marge brute	158,3	192,6	+21,7%			669,9	719,7	+7,4%		
Résultat d'exploitation	46,5	45,0	-3,1%			209,6	216,0	+3,1%		
Résultat d'exploitation normalisé³	45,8	58,6	+27,7%			214,3	239,6	+11,8%		
Marge d'exploitation normalisée	12,9%	13,5%				15,1%	15,3%			
Résultat Net Part du Groupe	31,9	32,4	+1,5%			144,9	151,7	+4,7%		
Bénéfice net par action (en euros)	0,66	0,67	+1,5%			3,00	3,15	+5,0 %		

PAR CATEGORIE

Papeterie										
Chiffre d'affaires	152,7	149,5	-2,1%	-1,5%	-1,5%	673,3	634,0	-5,8%	-6,2%	-6,2%
Résultat d'exploitation	16,7	7,3				90,5	58,6			
Marge d'exploitation	10,9%	4,9%				13,4%	9,2%			
Marge d'exploitation normalisée	10,5%	6,3%				14,1%	11,1%			
Briquets										
Chiffre d'affaires	104,5	108,7	+4,0%	+7,0%	+7,0%	376,9	398,9	+5,9%	+5,3%	+5,3%
Résultat d'exploitation	28,5	34,2				110,0	127,9			
Marge d'exploitation	27,3%	31,4%				29,2%	32,1%			
Marge d'exploitation normalisée	27,3%	32,0%				29,2%	34,0%			
Rasoirs										
Chiffre d'affaires	69,0	68,1	-1,4%	+2,1%	+2,1%	264,3	268,8	+1,7%	+2,4%	+2,4%
Résultat d'exploitation	2,5	9,5				10,9	30,3			
Marge d'exploitation	3,6%	13,9%				4,1%	11,3%			
Marge d'exploitation normalisée	3,6%	15,3%				4,1%	12,5%			
Chiffre d'affaires Autres Produits										
	30,2	108,3	+258,1%	+280,6%	+3,5%	106,5	261,0	+145,2%	+149,8%	+6,3%

CHIFFRE D'AFFAIRES GRAND PUBLIC / PRODUITS PROMOTIONNELS

Chiffre d'affaires Grand Public	305,0	312,8	+2,5%	+3,8%		1 224,6	1 251,4	+2,2%	+2,3%	
Chiffre d'affaires Produits Promotionnels (BIC Graphic, Atchison, Antalis, Norwood)	51,5	121,8	+136,6%	+154,6%	-8,1%	196,3	311,3	+58,6%	+59,0%	-18,9%

³ En 2008, le résultat d'exploitation normalisé exclut les coûts de restructuration liés aux fermetures des usines Styphen en France et Fountain Inn aux Etats-Unis et des plus-values immobilières. En 2009, le résultat d'exploitation normalisé exclut les coûts liés au plan de restructuration, l'écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products et des plus-values immobilières.

Groupe

Le chiffre d'affaires 2009 du Groupe BIC s'élève à 1 562,7 millions d'euros, contre 1 420,9 millions d'euros en 2008, en hausse de 10,0% en publié, en hausse de 10,1% à taux de change constants et en baisse de 0,6% à base comparable. Au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires s'élève à 434,6 millions d'euros, en hausse de 21,9% en publié, de 25,6% à taux de change constants et de 2,1% à base comparable.

Les ventes de l'activité Grand Public ont augmenté de 2,3% à taux de change constants en 2009 ; celles de l'activité Produits Publicitaires & Promotionnels ont diminué de 18,9% à base comparable et ont augmenté de 59,0% à taux de change constants (y compris Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products).

Sur l'année 2009, les fluctuations des taux de change ont eu un impact négatif de 0,1% sur le chiffre d'affaires. L'appréciation du dollar U.S. a contribué pour +4,4% à la croissance, compensée par la baisse des devises latino américaines, de la livre sterling et de certaines devises d'Europe de l'Est.

La marge brute de l'année 2009 a diminué de 1,0 point et atteint 46,1% des ventes contre 47,1% en 2008. L'impact positif lié au coût des matières premières a été compensé par des coûts de production plus élevés liés à la baisse des volumes de ventes dans l'activité Papeterie, à la poursuite de la réduction de stocks et à l'impact de la consolidation d'Antalis et de Norwood Promotional Products.

Le résultat d'exploitation 2009 a augmenté de 3,1% en publié pour atteindre 216,0 millions d'euros. La marge d'exploitation publiée de l'année 2009 s'élève à 13,8% contre 14,7% en 2008.

Le résultat d'exploitation de l'année 2009 comprend des éléments exceptionnels :

- -34,4 millions d'euros de dépenses liées au plan de réduction des coûts lancé en avril 2009 ;
- +10,3 millions d'euros d'écart d'acquisition négatif lié à l'acquisition d'Antalis Promotional Products et enregistré au 2^{ème} trimestre 2009 ;
- +0,6 million d'euros de plus-value immobilière en Allemagne enregistrée au 3^{ème} trimestre 2009.

En excluant ces éléments exceptionnels, le résultat d'exploitation normalisé de l'année 2009 serait de 239,6 millions d'euros, contre 214,3 millions d'euros en 2008. La marge d'exploitation normalisée de l'année 2009 s'élève à 15,3% contre 15,1% l'année dernière. La diminution des dépenses de soutien de la marque et le contrôle des dépenses d'exploitation ont compensé le recul de la marge brute.

Le résultat avant impôt a augmenté de 1,1% en publié, atteignant 218,7 millions d'euros. Le résultat financier a diminué de 4,0 millions d'euros par rapport à 2008, en raison de l'effet combiné d'une hausse du niveau de trésorerie moyen et d'une hausse des charges d'intérêts. Le taux d'imposition s'élève à 32,4% en 2009 contre 33,0% en 2008.

Le résultat net part du Groupe de l'année 2009 s'élève à 151,7 millions d'euros, en hausse de 4,7% en publié. Il inclut 3,8 millions d'euros de quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence (Cello Pens).

Le bénéfice net par action (BNPA) est de 3,15 euros en 2009 contre 3,00 euros pour l'année 2008, en hausse de 5,0%. Le BNPA normalisé est en croissance de 13,7% à 3,48 euros contre 3,06 euros en 2008.

A la fin du mois de décembre 2009, la situation nette de trésorerie s'élevait à 305,3 millions d'euros, contre 210,6 millions d'euros au 31 décembre 2008.

La génération de trésorerie de l'année 2009 a bénéficié de l'amélioration du besoin en fonds de roulement et d'une baisse des investissements industriels (53 millions d'euros en 2009 contre 83 millions d'euros en 2008).

La situation nette de trésorerie de l'année 2009 tient compte des investissements liés au partenariat avec Cello Pens pour 63,3 millions d'euros⁴, aux acquisitions d'Antalis Promotional Products pour 32,6 millions d'euros et de Norwood Promotional Products pour 86,0 millions d'euros ainsi qu'au paiement du dividende pour 65 millions d'euros.

⁴ En mars 2009, BIC a fait l'acquisition de 40% de six entités de Cello Pens pour la somme de 3,8 milliards de roupies indiennes.



Papeterie

Le chiffre d'affaires Papeterie a diminué de -5,8% en publié et de -6,2% à taux de change constants sur l'année 2009. Le chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2009 est en baisse de -2,1% en publié et de -1,5% à taux de change constants.

Grande distribution & fournisseurs de bureau :

Le chiffre d'affaires Grande distribution & fournisseurs de bureau de l'année 2009 a diminué de 2,7% à taux de change constants (+0,3% au 4^{ème} trimestre 2009).

- **En Europe et en Amérique du Nord, le chiffre d'affaires affiche une baisse comprise entre -5% et -10%.** La performance de ces régions a été affectée par l'impact des plans de réduction de stocks de nos clients et le recul sans précédent du réseau des fournisseurs de bureau. La Grande distribution a bien résisté. Bénéficiant de leur positionnement alliant la Qualité et le Prix, les produits BIC ont bien performé dans un contexte économique difficile. Sur des marchés en baisse, nous avons maintenu ou amélioré nos parts de marché.
- **En Amérique latine, les ventes sont en hausse d'environ 5%** grâce à la croissance continue de l'Amérique du Sud et à une bonne rentrée scolaire au Mexique. Nous avons gagné des parts de marché sur l'ensemble de cette région grâce à notre positionnement de « Qualité au meilleur prix » et à des gains de distribution.

BIC Graphic – Activité d'Instruments d'écriture Publicitaires et Promotionnels :

Tout au long de l'année, notre activité de marquage publicitaire (BIC Graphic) a été affectée par la réduction des dépenses publicitaires et promotionnelles des sociétés. En dépit d'une amélioration au 4^{ème} trimestre, le chiffre d'affaires de l'année 2009 a diminué de 18,5% à taux de change constants.

La marge d'exploitation normalisée 2009 de la Papeterie s'élève à 11,1%, contre 14,1% sur l'année 2008. La marge brute Grande distribution et fournisseurs de bureau a été affectée par la baisse des volumes de vente et la poursuite de la réduction de stocks. Le recul de la rentabilité de BIC Graphic (Produits Publicitaires et Promotionnels) est dû à la baisse des volumes de vente.

Briquets

Le chiffre d'affaires Briquets a progressé de 5,9% en publié et de 5,3% à taux de change constants sur l'année 2009. Le chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2009 a cru de 4,0% en publié et de 7,0% à taux de change constants.

- **En Europe, les ventes sont en légère croissance.** BIC a maintenu ses parts de marché sur un marché en légère croissance grâce au succès de ses séries de décors (Renault F1, ...) et à l'amélioration de la distribution des briquets utilitaires.
- **En Amérique du Nord, les ventes affichent une hausse d'environ 5%.** Sur un marché du briquet de poche en baisse en raison du recul des ventes de cigarettes et d'un resserrement de la réglementation anti-tabac, BIC a renforcé ses parts de marché, bénéficiant d'une meilleure visibilité dans les points de vente (décors de briquets et présentoirs en magasins innovants) et du succès du briquet utilitaire.
- **Les ventes de l'Amérique latine sont en croissance à deux chiffres.** Nous avons amélioré nos parts de marché sur cette région.

La marge d'exploitation normalisée 2009 des Briquets a augmenté de 4,8 points et s'élève à 34,0% des ventes. Elle bénéficie des impacts positifs liés au coût des matières premières et à l'absorption des volumes, de la baisse des dépenses de soutien de la marque (campagne publicitaire liée à la mise en place de la réglementation « sécurité enfants » au 1^{er} trimestre 2008) et d'une meilleure absorption des dépenses d'exploitation.

Rasoirs

Sur l'année 2009, le chiffre d'affaires Rasoirs a augmenté de 1,7% en publié et de 2,4% à taux de change constants. Le chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2009 est en baisse de -1,4% en publié et en hausse de 2,1% à taux de change constants.

- **En Europe et en Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a légèrement diminué.** Dans ces régions, le marché du rasoir est resté stable dans son ensemble, avec une pression plus importante des marques de distributeurs et une forte activité promotionnelle de la part des autres marques. Les rasoirs trois et quatre lames ont continué de tirer la croissance. Dans ce contexte, BIC a bénéficié de son positionnement de « qualité au meilleur prix ». Les lancements de nouveaux produits sont conformes à nos attentes (rasoir 4



lames non rechargeable BIC® Soleil® Bella™ et rasoir hybride 3 lames BIC® Easy en Europe). Par ailleurs, les ventes de rasoirs 3 lames non rechargeables d'entrée de gamme (BIC® 3 et BIC® 3 Lady™) se sont maintenues.

- **En Amérique latine, notre chiffre d'affaires est en croissance à deux chiffres.** Nous avons bénéficié du succès de la gamme de produits Comfort Twin® et de la poursuite de la croissance des rasoirs 3 lames, notamment le BIC® Comfort 3®.

La marge d'exploitation normalisée 2009 des Rasoirs s'élève à 12,5% contre 4,1% en 2008. Cette amélioration est due à l'augmentation des ventes, à l'impact favorable des fluctuations des taux de change ainsi qu'à des dépenses publicitaires inférieures à celles de l'année précédente.

Autres produits

Sur l'année 2009, le chiffre d'affaires Autres Produits a augmenté de 145,2% en publié, de 149,8% à taux de change constants et de 6,3% à base comparable. Le chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2009 est en hausse de 258,1% en publié, de 280,6% à taux de change constants et de 3,5% à base comparable. Antalis Promotional Products et Norwood Promotional Products sont respectivement consolidés depuis les 2^{ème} et 3^{ème} trimestres 2009.

Grand Public :

Les ventes Autres Produits – Grand Public ont augmenté de 13,6% à taux de change constants, tirées par la distribution de cartes téléphoniques en France.

Produits Promotionnels :

L'Activité Autres Produits – Produits Promotionnels a été affectée par le ralentissement de l'industrie en Europe et aux Etats-Unis et a diminué de 19,9% à base comparable.

Perspectives 2010

Après une crise économique sans précédent en 2009, nous anticipons un environnement plus positif en 2010.

- Dans la Papeterie la performance du réseau des fournisseurs de bureau devrait commencer à s'améliorer légèrement en 2010 et la Grande distribution se stabiliser sur les marchés matures. Alors que les habitudes de nos consommateurs ont évolué vers le choix de produits au meilleur rapport qualité / prix, BIC continuera de s'appuyer sur la notoriété de sa marque et sur son offre de produits de qualité au meilleur prix. Les marchés émergents devraient continuer de croître.
- Dans les Briquets, nous anticipons une légère baisse des marchés matures due à la poursuite de la baisse de la consommation de cigarettes et au durcissement de la réglementation anti-tabac. Nous nous appuyerons sur notre large gamme de produits à forte valeur ajoutée alliant « la meilleure qualité et la sécurité » afin de continuer à faire progresser nos parts de marché.
- Dans les rasoirs, les marchés matures devraient rester stables, les rasoirs non rechargeables affichant de meilleures performances que les rasoirs rechargeables. Nous anticipons une nouvelle accélération des lancements de produits ainsi qu'une augmentation de la part des produits « value » (de bon rapport qualité / prix) et la poursuite de la pression sur les produits d'entrée de gamme. Dans ce contexte, nous continuerons de tirer parti de notre offre de produits au meilleur rapport qualité / prix à travers une gamme complète, allant des rasoirs classiques une lame aux rasoirs trois et quatre lames, non rechargeables et rechargeables.
- La performance de l'industrie des Produits Publicitaires et Promotionnels devrait rester étroitement liée aux tendances économiques. Le 1^{er} semestre 2010 devrait rester faible et nous anticipons une stabilisation éventuelle ou une légère croissance sur la deuxième partie de l'année. Dans cet environnement, BIC APP se concentrera sur l'intégration de Norwood Promotional Products en tirant parti de sa nouvelle stratégie de marque.

Tout comme nous l'avons fait en 2009, nous nous appuyerons sur notre organisation internationale solide, notre forte équipe de direction et l'ensemble de nos employés dans le monde pour continuer de gérer efficacement notre activité, de gagner des parts de marché et de générer de la trésorerie.

* *
*



Rappels sur Cello

21 janvier 2009 : Les Groupes BIC et Cello ont annoncé la signature d'un accord définitif selon lequel BIC acquerrait 40% de l'activité d'instruments d'écriture de Cello pour un montant de 7,9 milliards de roupies indiennes (161 millions de dollars U.S.). Dans le cadre de cet accord, BIC dispose d'une option d'achat lui permettant d'augmenter en 2013 sa participation à hauteur de 55%.

05 mars 2009 : Acquisition de 40% de 6 entités de Cello Pens pour 3,8 milliards de roupies indiennes (76,5 millions USD). La part correspondante du résultat net de Cello Pens est consolidée par mise en équivalence dans les comptes du Groupe BIC depuis le 1er avril 2009.

En raison des formalités administratives et du temps nécessaire à la scission de l'entité, la finalisation du reste de la transaction (40% d'une 7^{ème} entité) ne s'est pas faite en 2009.

04 janvier 2010 : Cello a proposé au Groupe BIC de mettre fin « selon des conditions à définir d'un commun accord⁵ » aux accords définitifs signés en janvier 2009.

05 janvier 2010 : Le Groupe BIC a confirmé son intention de faire appliquer l'accord signé le 21 janvier 2009.

Annulation d'actions

Le Conseil d'Administration de SOCIÉTÉ BIC, réuni le 16 février 2010, et faisant usage de l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale du 14 mai 2009, a décidé de procéder à l'annulation de 48 821 actions détenues en autocontrôle.

A l'issue de cette opération, le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 48 549 997 actions.

⁵ Traduction de l'anglais « on terms and conditions to be mutually agreed between the parties »



Volumes par catégorie

Variation en %	2009
Papeterie	-5%
Briquets	+3%
Rasoirs	-4%

Variation des ventes du Groupe BIC par zone géographique

<i>En millions d'euros</i>	T4 2008	T4 2009	Variation	2008	2009	Variation
Chiffre d'affaires total du Groupe	356,5	434,6		1 420,9	1 562,7	
<i>En publié</i>			+21,9%			+10,0%
<i>A taux de change constants</i>			+25,6%			+10,1%
<i>A base comparable</i>			+2,1%			-0,6%
1 – Europe	109,9	130,4		473,4	503,6	
<i>En publié</i>			+18,6%			+6,4%
<i>A taux de change constants</i>			+20,2%			+8,7%
<i>A base comparable</i>			+1,0%			-1,9%
2 – Amérique du Nord et Océanie	148,3	195,0		585,2	682,6	
<i>En publié</i>			+ 31,5%			+16,6%
<i>A taux de change constants</i>			+43,2%			+13,1%
<i>A base comparable</i>			+0,9%			-4,5%
3 – Amérique latine	73,1	83,5		282,2	294,9	
<i>En publié</i>			+14,1%			+4,5%
<i>A taux de change constants</i>			+7,3%			+9,3%
4 - MOAA	25,1	25,8		80,1	81,6	
<i>En publié</i>			+2,5%			+1,9%
<i>A taux de change constants</i>			-0,6%			-0,4%

Impact des changements de périmètre et des fluctuations des taux de change

<i>En %</i>	T4 2008	T4 2009	2008	2009
Périmètre	0	23,5	+0,8	+10,7
Taux de change	-1,2	-3,7	-4,8	-0,1
<i>Dont Dollar U.S.</i>	+2,8	-15,9	-2,7	+4,4



Résultat d'exploitation et résultat d'exploitation normalisé par catégorie

En millions d'euros	Résultat d'exploitation		Résultat d'exploitation normalisé	
	2008	2009	2008	2009
Groupe	209,6	216,0	214,3	239,6
Papeterie	90,5	58,6	95,2	70,3
Briquets	110,0	127,9	110,0	135,7
Rasoirs	10,9	30,3	10,9	33,5
Autres	-1,8	-0,8	-1,8	0,1

Compte de résultat résumé

En millions d'euros	T4 2008	T4 2009	Variation	Variation à taux de change constants	2008	2009	Variation	Variation à taux de change constants
	CHIFFRE D'AFFAIRES	356,5	434,6	+21,9%	+25,6%	1 420,9	1 562,7	+10,0%
Coût des ventes	198,2	242,0	+22,1%		751,0	843,0	+12,2%	
MARGE BRUTE	158,3	192,6	+21,7%	+24,5%	669,9	719,7	+7,4%	+7,8%
Charges administratives et autres charges d'exploitation	111,8	147,6	32,0%		460,3	503,7	+9,4%	
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	46,5	45,0	-3,1%	-2,1%	209,6	216,0	+3,1%	+3,7%
RÉSULTAT D'EXPLOITATION NORMALISÉ	45,8	58,6	+27,8%		214,3	239,6	+11,8%	
Produits financiers	1,5	3,1			10,0	11,3		
Charges financières	-1,9	-4,1			-3,3	-8,6		
RÉSULTAT AVANT IMPÔT ET INTERETS MINORITAIRES	46,1	44,0	-4,6%		216,3	218,7	+1,1%	
Impôts	-14,2	-13,2			-71,4	-70,8		
Intérêts minoritaires	-	-			-	-		
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	-	1,6				3,8		
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	31,9	32,4	+1,5%		144,9	151,7	+4,7%	
BENEFICE NET PAR ACTION (BNPA) (en euros)	0,66	0,67	+1,5%		3,00	3,15	+ 5,0%	

Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres

48 357 724	48 151 691
------------	------------

48 357 724	48 151 691
------------	------------



Bilan résumé

<i>En millions d'euros (chiffres arrondis)</i>		
ACTIF	Déc. 2008	Déc. 2009
Trésorerie et équivalents de trésorerie	225,0	480,3
Clients et autres créances	315,1	361,2
Stock et en-cours	304,3	301,0
Autres actifs courants	34,4	18,1
Autres actifs financiers courants et instruments dérivés	34,9	47,9
Actif courant	913,7	1 208,5
Immobilisations corporelles nettes	348,0	372,5
Immeubles de placement	7,7	2,5
Autres actifs non courants	130,9	190,4
Goodwill et immobilisations incorporelles nets	232,1	255,2
Actif non courant	718,7	820,6
TOTAL DE L'ACTIF	1 632,4	2 029,1
PASSIF	2008	2009
Emprunts et dettes financières courants	21,8	53,7
Fournisseurs et comptes rattachés	92,1	120,4
Autres dettes courantes	131,8	178,7
Passif courant	245,7	352,8
Emprunts et dettes financières non courants	11,1	161,5
Autres dettes non courantes	203,5	210,5
Passif non courant	214,6	372,0
Capitaux propres	1 172,1	1 304,3
TOTAL DU PASSIF	1 632,4	2 029,1



Tableau des flux de trésorerie

En millions d'euros (chiffres arrondis)

	2008	2009
Résultat net	144,9	151,7
Amortissements et provisions	90,4	110,9
Variation des impôts différés	8,7	-6,6
(Plus)/moins values de cessions d'actifs	-1,6	-0,6
Autres	8,8	-7,7
MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT	251,2	247,7
Variation du besoin en fond de roulement	41,8	92,0
Autres	-67,9	3,4
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION	225,1	343,1
Investissements nets	-79,4	-45,9
Acquisition de filiales	-1,5	-182,1
Autres investissements	-0,7	11,1
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT	-81,6	-216,9
Dividendes payés	-65,4	-65,0
Emprunts / (Remboursements)	-14,2	190,3
Acquisition d'actions d'autocontrôle	-25,2	3,2
(Achat) / Vente d'autres actifs financiers courants	4,0	-19,4
Autres	-0,8	0,9
FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT	-101,6	110,0
FLUX NETS DE TRESORERIE	41,9	236,2
LIQUIDITES /(DECOUVERTS) D'OUVERTURE	198,5	222,5
Différence de change	-17,9	20,2
LIQUIDITES /(DECOUVERTS) DE CLOTURE	222,5	478,9



Glossaire

- **A taux de change constants** : les données à taux de change constants sont calculées sur la base des taux de change moyens mensuels de l'année précédente.
- **A base comparable** : à taux de change constants et à périmètre constant.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors coûts de restructuration, plus values immobilières et écart d'acquisition négatif d'Antalis Promotional Products.

* *
*

Les comptes consolidés et sociaux de SOCIETE BIC au 31 décembre 2009 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 16 février dernier. Les commissaires aux comptes du groupe ont effectué leurs diligences d'audit sur ces comptes et les rapports d'audit relatifs à la certification de ces comptes consolidés et sociaux sont en cours d'émission. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site internet de BIC (www.bicworld.com).

Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section «Risques et opportunités» du «Document de Référence du Groupe BIC» archivé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2009.

Calendrier 2010

Résultats du 1 ^{er} trimestre 2010	21 avril 2010	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2009	12 mai 2010	Réunion (au siège de BIC)
Résultats du 2 ^{ème} trimestre 2010	4 août 2010	Conférence téléphonique
Résultats du 3 ^{ème} trimestre 2010	20 octobre 2010	Conférence téléphonique

A propos de BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, 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).



Pour plus d'informations, merci de consulter le site Internet du Groupe : www.bicworld.com

Contacts Relations Investisseurs : +33 1 45 19 52 26	Contacts Presse : +33 1 53 70 74 48
Sophie Palliez-Capian - sophie.palliez@bicworld.com	Claire Doligez - cdoligez@image7.fr
Carole Richon - carole.richon@bicworld.com	Flore Larger - flarger@image7.fr

