



REUNION
CLIFF / FFCI
Montpellier

25 NOVEMBRE 2010



Un modèle économique durable bénéficiant de positions fortes dans le monde entier

Une politique d'utilisation de la trésorerie claire et une rémunération régulière des actionnaires

Historique



1950... Marcel Bich lance le **BIC® Cristal**, le premier stylo à bille de haute qualité et à un prix abordable



1954... Le Groupe commence son extension international en **Europe** (Italie, RU...), **Amérique Latine** (Brésil) and **Amérique du Nord** (USA)

1969... Premiers pas dans les produits promotionnels d'écriture (BIC Graphic)

1973... Premier briquet BIC®



1974... Premier rasoir une lame non rechargeable BIC®



Aujourd'hui... **9,695** employés et **23** usines réparties sur **4** continents

Chaque jour... **24** millions de produits papeteries, **5** millions de briquets, **10** millions de rasoirs, et **4** millions de produits publicitaires et promotionnels vendus dans **160** pays

Nos forces



Produits

Marque...S

Positions
mondiales

Bilan

Simple

Fiable

Inventif

Au juste prix



Tipp-Ex

Wite-Out

SHEAFFER

PIMACO



Soleil

BIC Sport

N°2

Papeterie
10%
de PDM

N°1

Briquets
35% de PDM

N°2

Rasoirs
20% de PDM* pour
les rechargeables
aux USA et en Europe

N°2

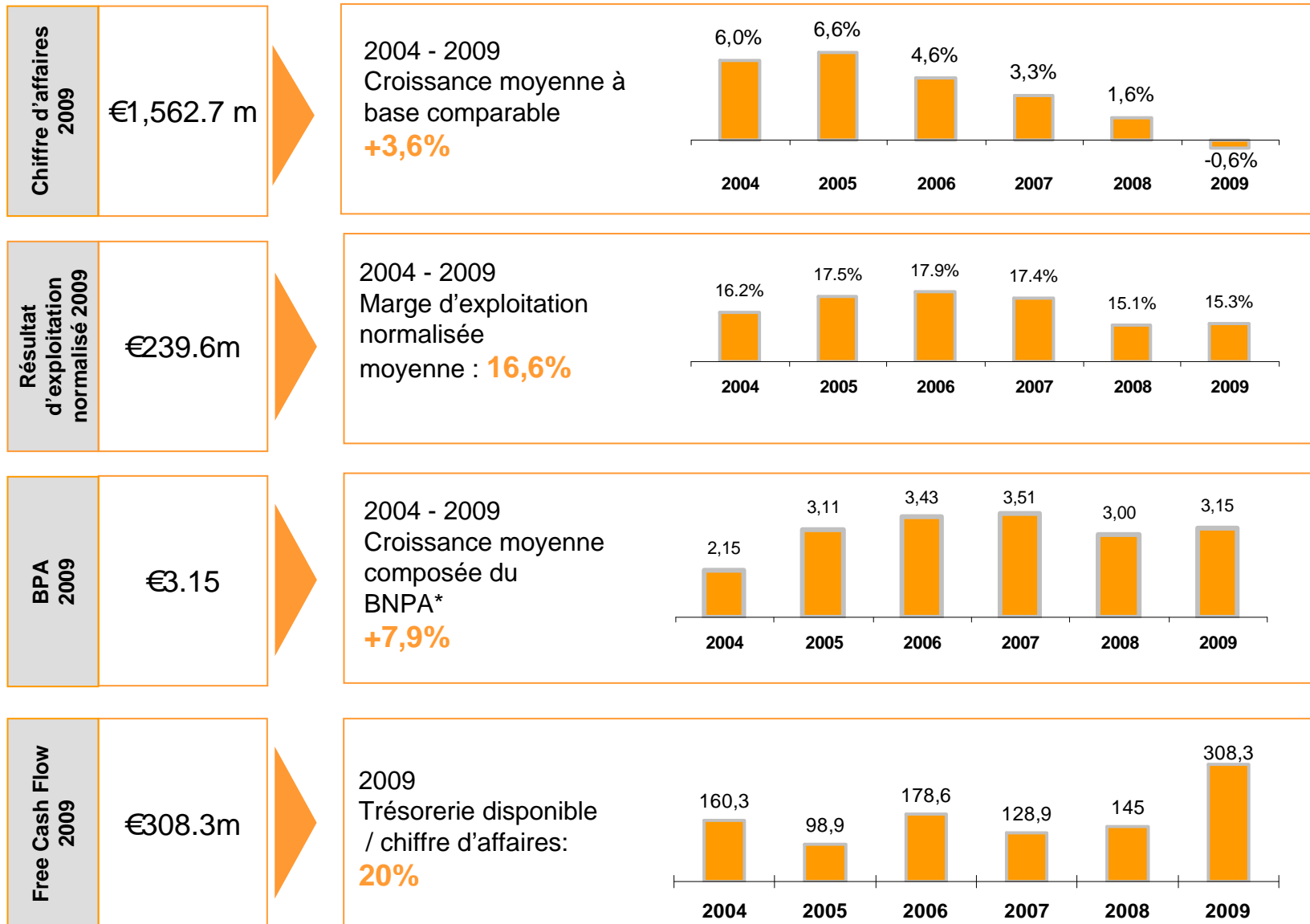
Produits
publicitaires
& promotionnels

126,2M€
de trésorerie
disponible
après
acquisitions
en 2009

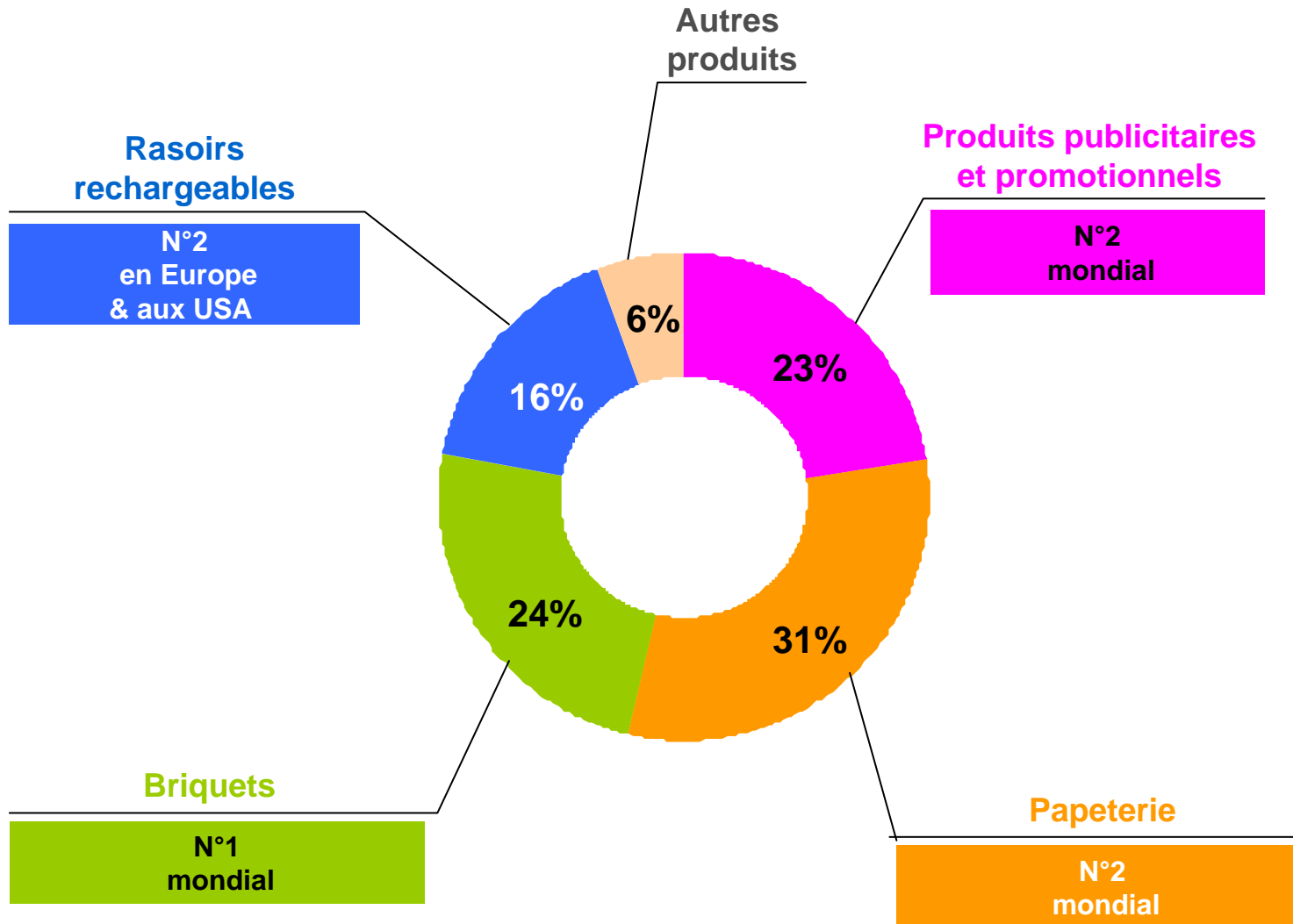
305,3 M€
de Position
Nette de
trésorerie fin
2009

*Rasoirs non rechargeables sur les marchés les plus importants (Etats-Unis, Europe, Amérique Latine)

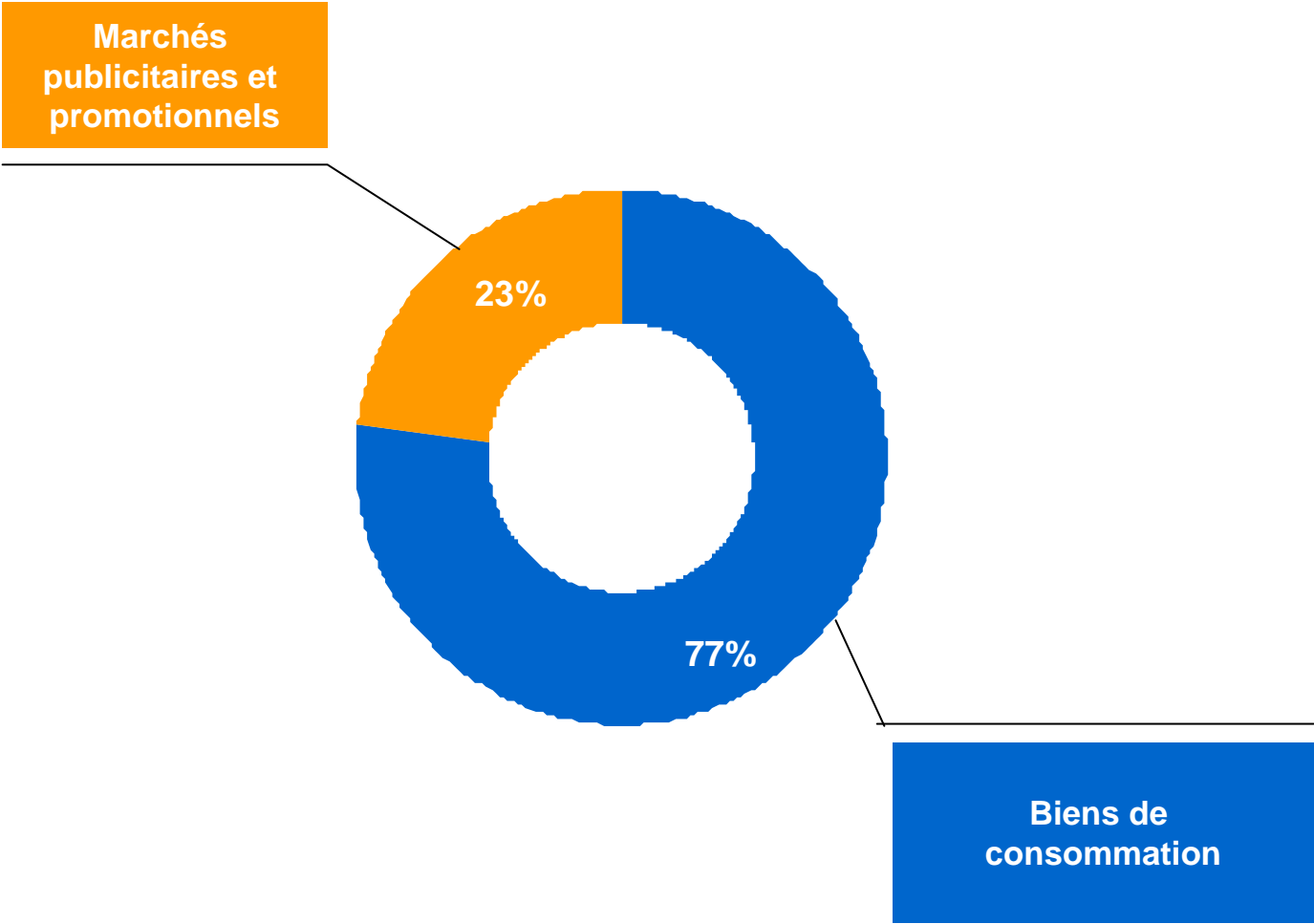
Chiffres clés



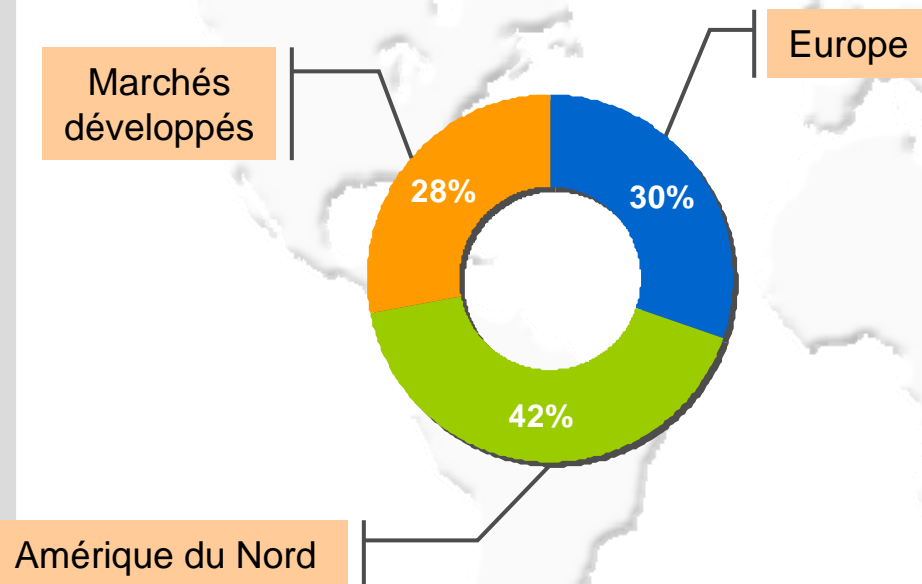
Répartition du CA 2009 par catégories



Répartition du CA 2009 par marchés



Répartition du CA du 1^{er} semestre 2010 par zones géographiques

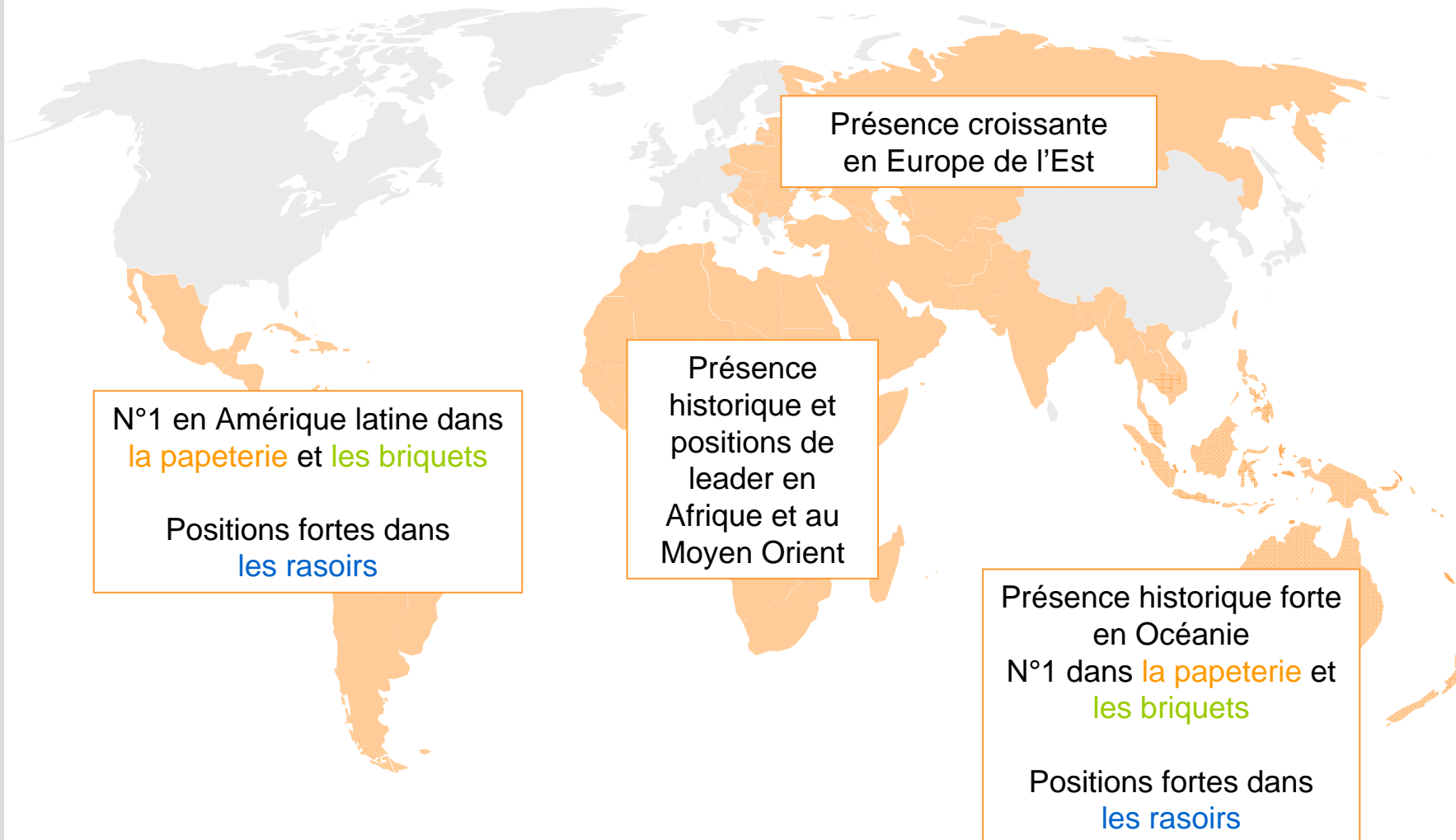


- 1950** : France
- 1954** : Italie
- 1956** : Brésil
- 1957** : zone "Sterling" (RU, Australie...)
- 1958** : USA, Afrique, Moyen -Orient
- 1959** : pays scandinaves
- 1965** : Japon, Mexique
- 1995** : Europe de l'Est et Centrale
- 1997** : Expansion en Asie
- 2009** : Inde (partenariat avec Cello)

Une présence renforcée dans les pays en forte croissance

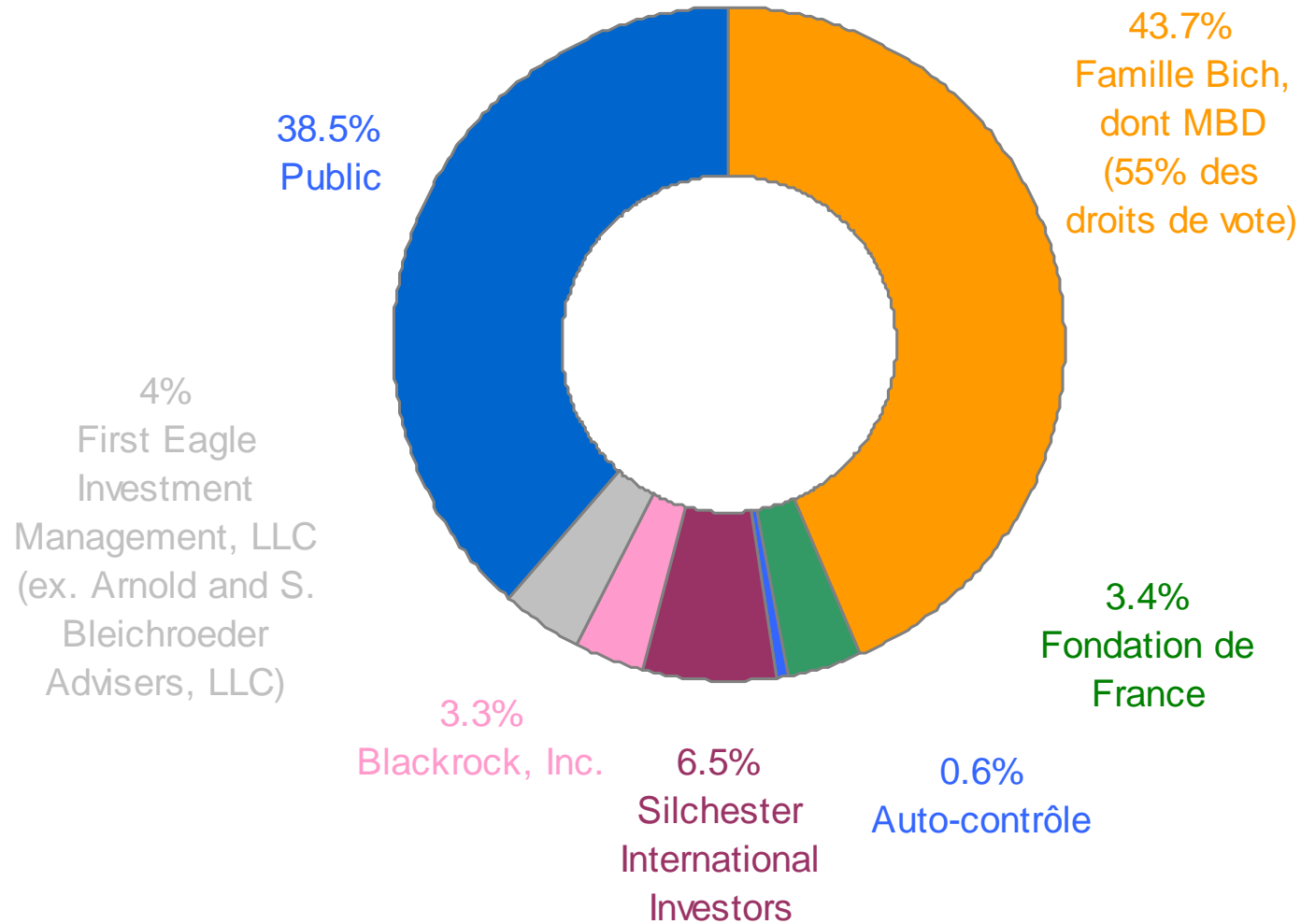


Près de 30% du chiffre d'affaires du groupe est réalisé dans des pays en forte croissance



Répartition du capital

Au 1er novembre 2010 *



* Estimation calculée à partir de l'information disponible la plus récente

Développement durable : une approche “de bon sens”



2

Une gamme de papeterie
en matériaux recyclés



3

BIC : 1er fabricant à recevoir
l'écocladet écologique français
NF 400 Instruments d'écriture
pour 9 de ses produits



NF 400 Instruments d'écriture
www.ecolabels.fr

1

Des produits
légers et performants



4

Un exemple d'eco-design :
moins de matière pour une
durée d'utilisation plus
longue



Perspectives 3 à 5 ans



Croissance plus rapide que le marché grâce à notre positionnement Qualité & Prix

Poursuite de l'amélioration de notre efficacité opérationnelle

Maitrise de notre Fond de Roulement

Être prêt à saisir les opportunités de croissance externe à travers des acquisitions stratégiques, tout en maintenant notre situation financière solide

	Croissance organique annuelle*	Marge d'exploitation normalisée
Grand Public	Entre 2% et 4%	Entre 15% et 18%
Produits publicitaires et promotionnels	Entre 5% et 10%	Entre 8% et 12% Comparable au niveau du Groupe sur le long terme

* à base comparable

Politique d'utilisation de la trésorerie



1

Acquisitions stratégiques

2006
PIMACO

- Etiquettes adhésifs
- Brésil

2007
PRODUITS ATCHISON

- Produits promotionnels
- USA

2009
APP

- Produits promotionnels
- Europe

2009
CELLO PENS

- Instruments d'écriture
- Inde

2009
NORWOOD

- Produits promotionnels
- USA

Poursuite de la recherche d'acquisitions stratégiques.
Concentration sur l'intégration des nouvelles acquisitions.

2

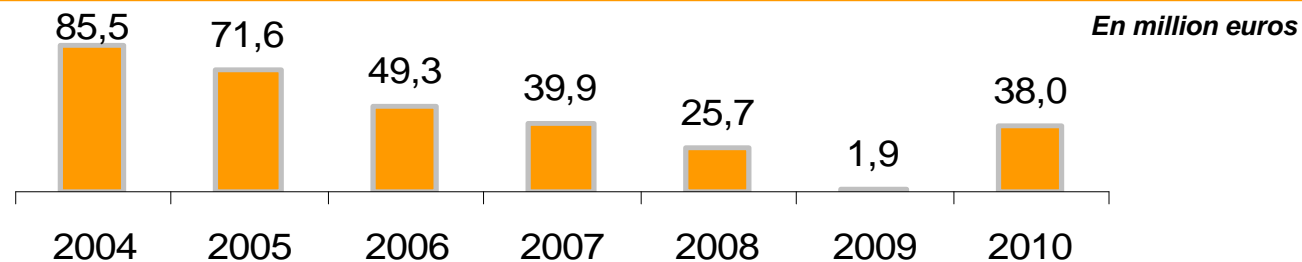
Dividende

Croissance régulière du dividende par action

3

Rachat d'actions

Quand notre position de trésorerie nous le permet nous complétons la rémunération de nos actionnaires à travers notre programme de rachat d'actions



Une rémunération régulière des actionnaires

