



REUNION
CLIFF / FFCI
Lille

16 JUIN 2011



Chaque jour, dans **160 pays**, les consommateurs choisissent d'acheter...



5 millions
de Briquets BIC®



24 millions
de produits
de Papeterie BIC®



10 millions
de Rasoirs BIC®



5 millions
de Produits Publicitaires
et Promotionnels BIC®

Chiffres clés 2010 du Groupe



1 832 M€

Chiffre d'affaires
*Croissance organique
moyenne
2005 - 2010 : +4,8%*

315 M€

Résultat
opérationnel*

Marge d'exploitation
2005 - 2010 : 16,0%*

4,29 €

Bénéfice net
par action

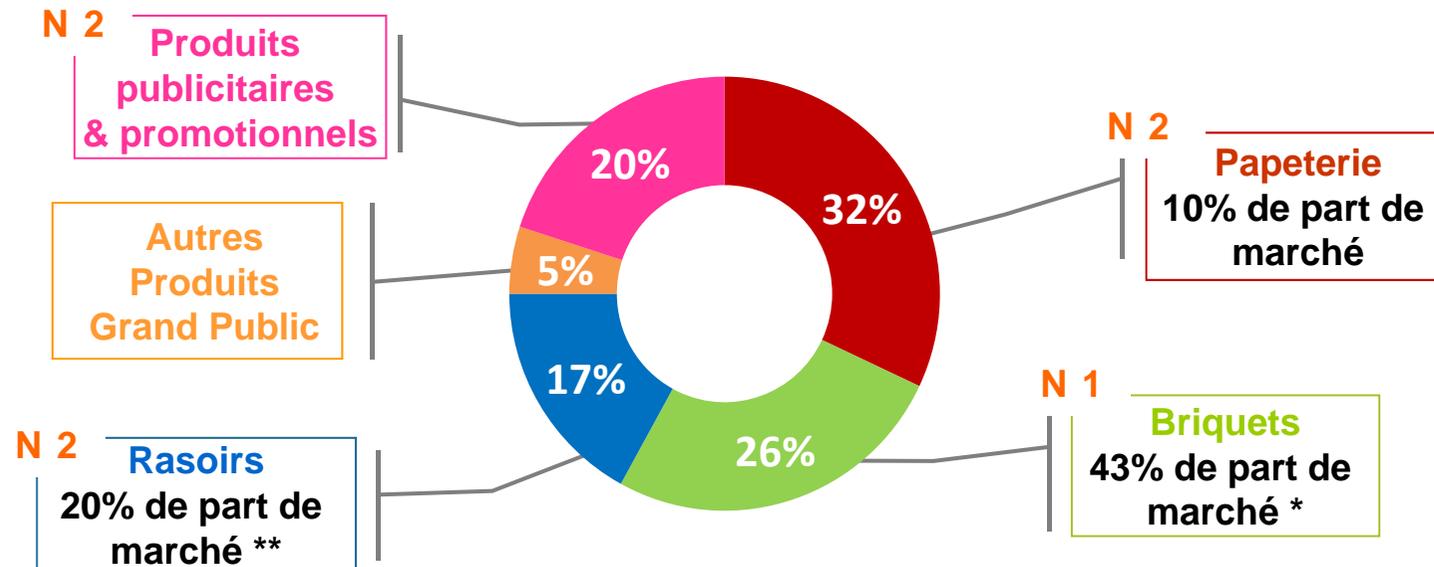
*Croissance moyenne
annuelle du BNPA
2005 - 2010 : +5,5%*

397 M€

Trésorerie

*Endettement Net sur
Fonds Propres :
-27,5%*

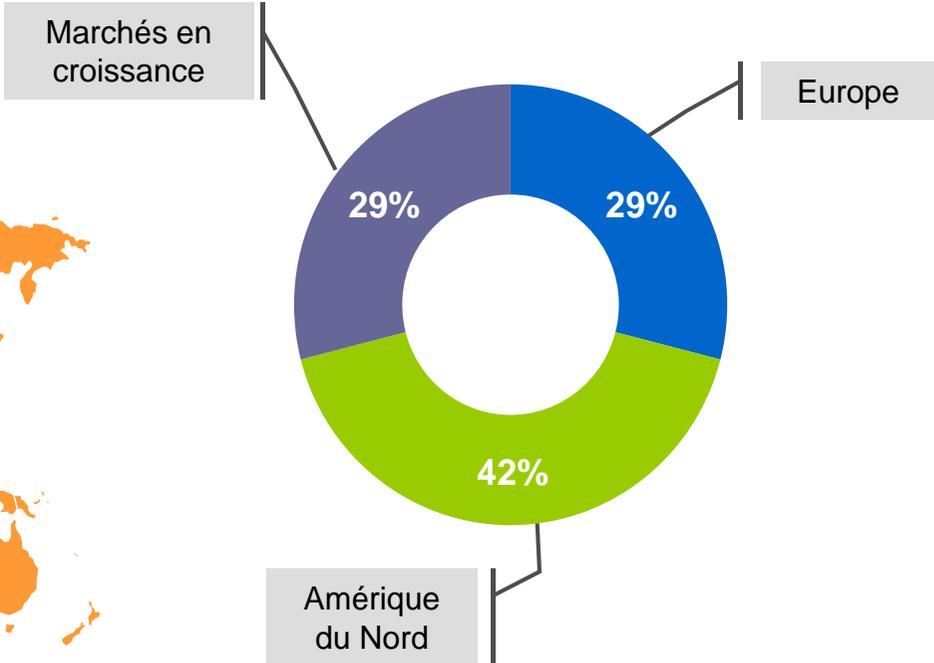
Répartition du chiffre d'affaires 2010 par activité



* Hors Asie

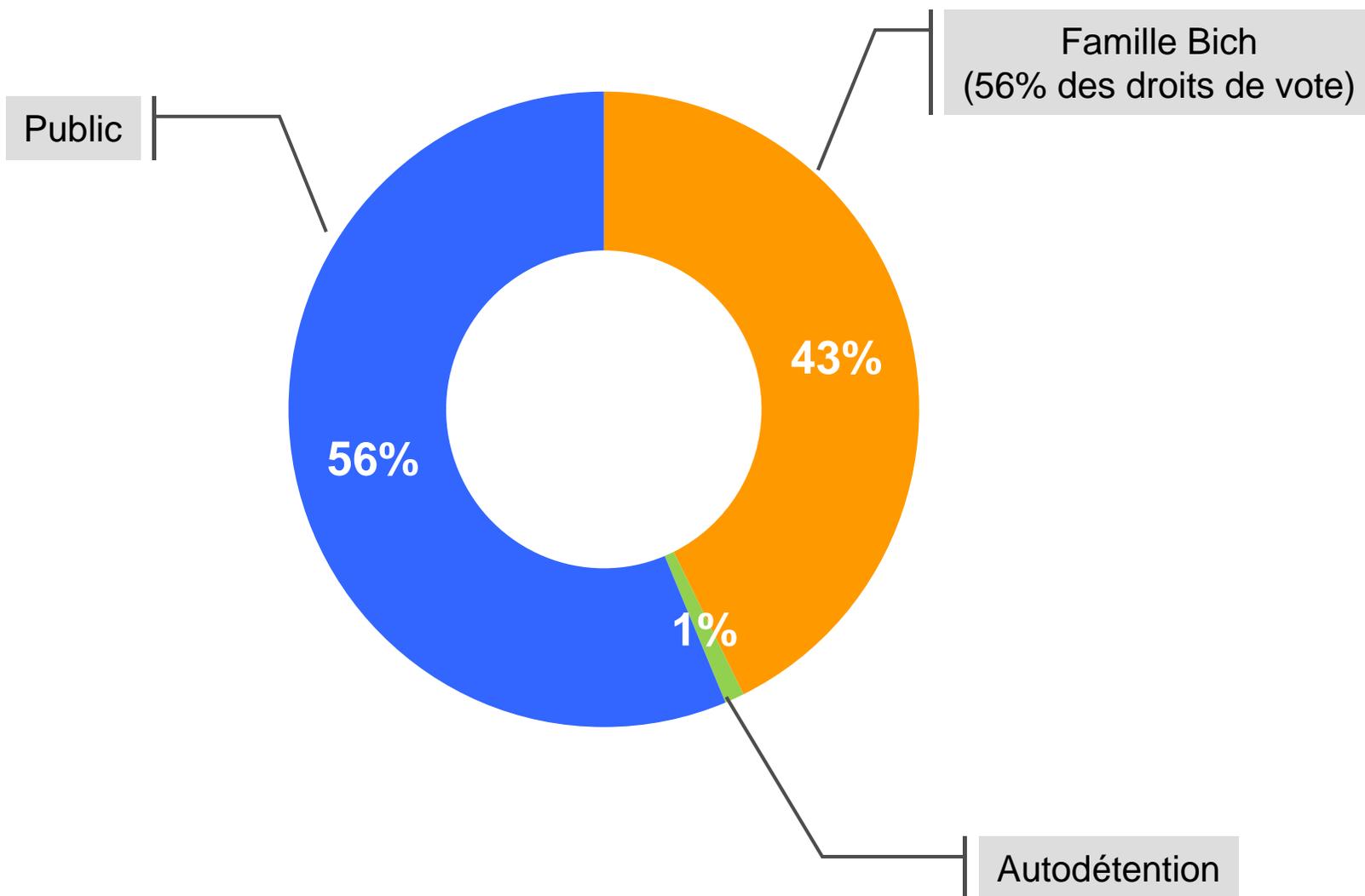
** Rasoirs non rechargeables sur les marchés les plus importants (Etats-Unis, Europe, Amérique Latine)

Répartition du chiffre d'affaires 2010 par zone géographique



- | | | | | | | | | |
|-------------|-------------|-----------------------------------|------------------|------------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|
| 1950 | 1956 | 1957 | 1958 | 1965 | 1995 | 1997 | 2006 | 2009 |
| France | Brésil | R.U.
Océanie
Afrique du Sud | Amérique du Nord | Japon
Mexique | Europe de l'Est | Asie | Turquie | Inde
Hongrie |

Répartition du capital au 31 décembre 2010



Positionnement stratégique



Des **produits** simples et **pratiques** qui simplifient la vie



Des **produits** inventifs

Des **produits** fiables



Principales implantations industrielles



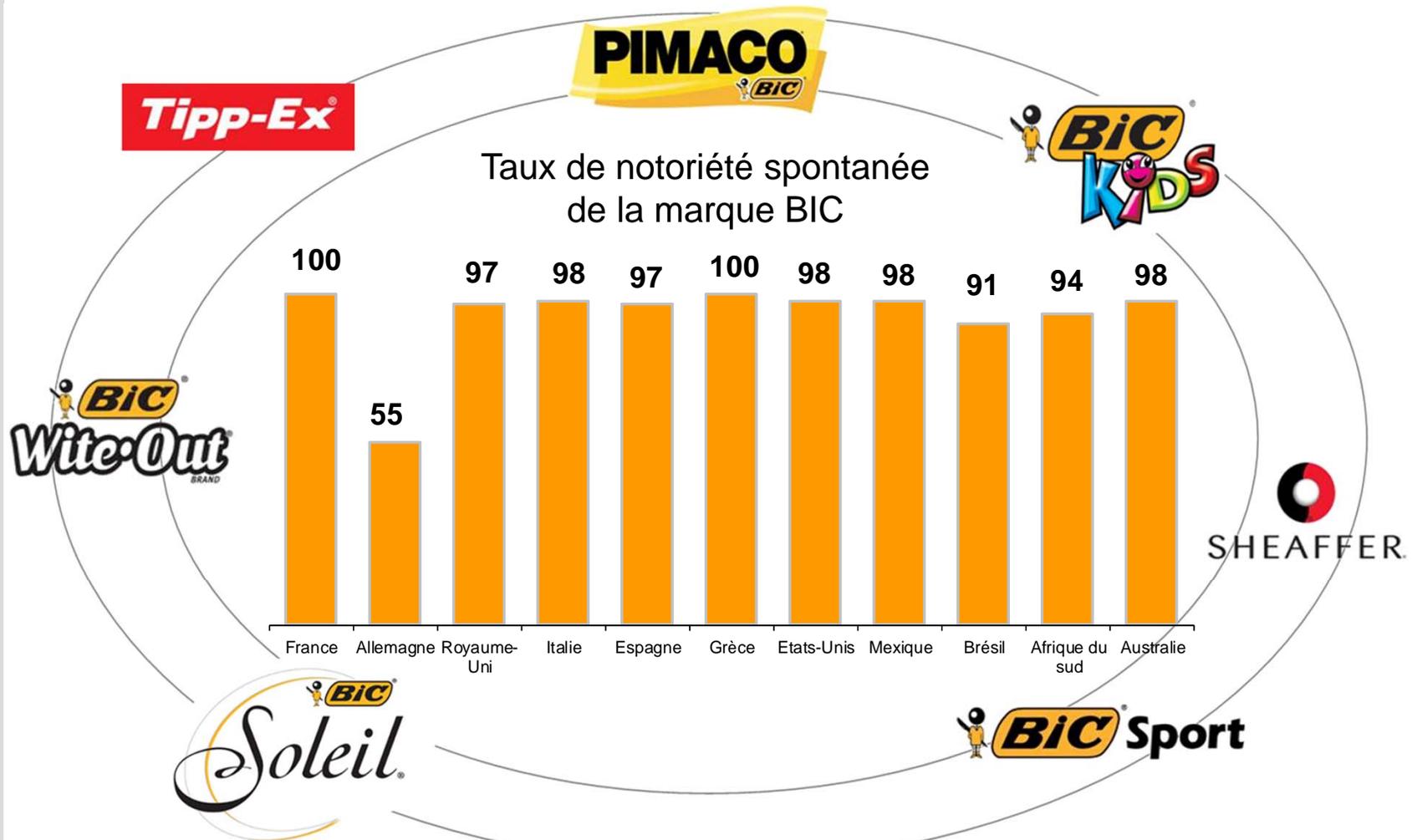
80,5%

des produits BIC® sont fabriqués dans nos usines

- 86,5 % dans l'activité de produits Grand Public
- 54,2 % dans l'activité de produits Publicitaires et Promotionnels



Des marques fortes partout dans le monde



Une approche "de bon sens" du Développement durable



Une gamme de papeterie en matériaux recyclés



Des produits légers et performants



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



BIC : 1er fabricant à recevoir l'écolabel écologique français NF 400 instruments d'écriture pour 16 de ses produits



NF 400 Instruments d'écriture
www.ecolabels.fr

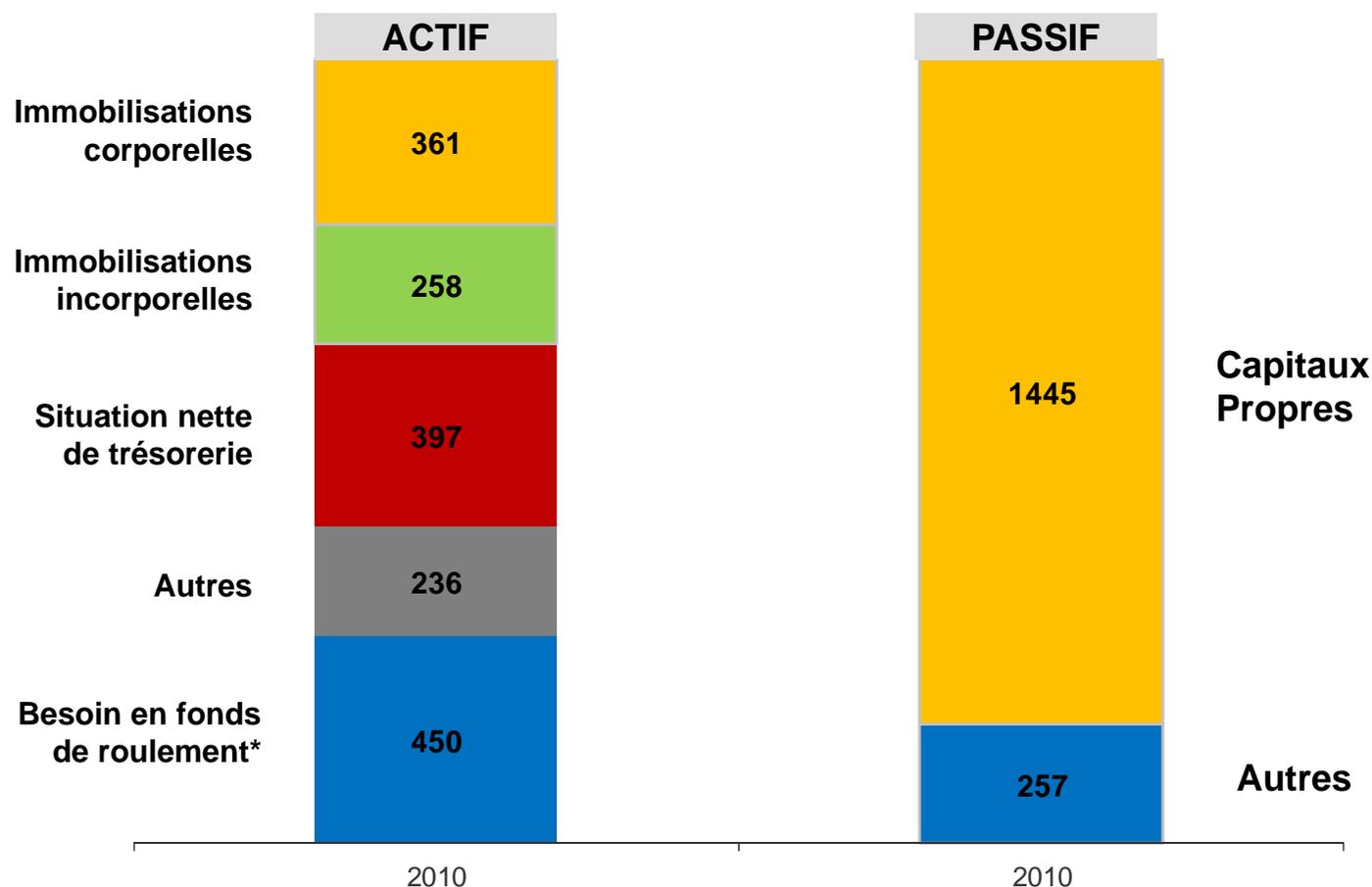


Un bilan solide



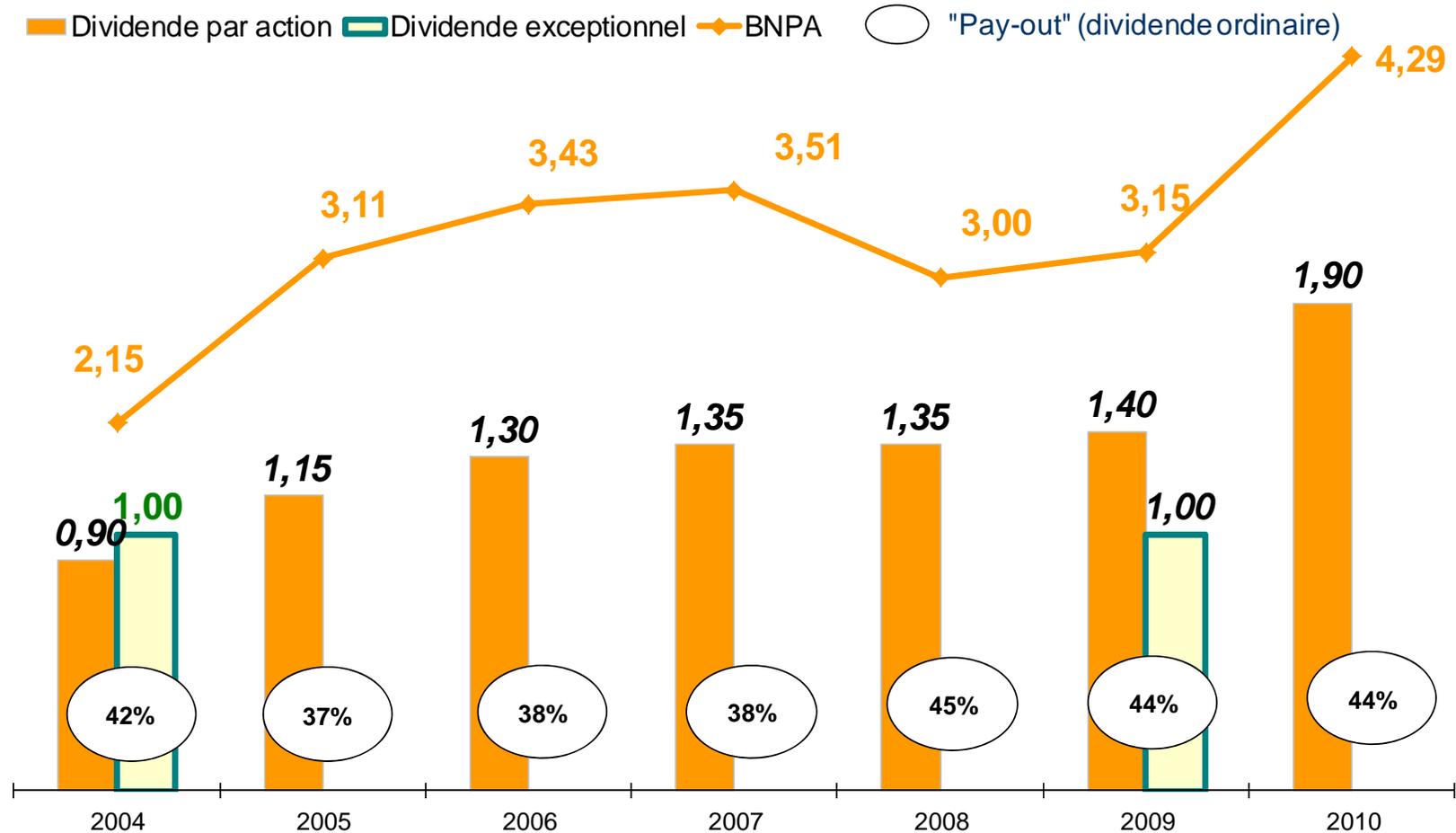
222,4 M€ Trésorerie disponible après acquisition en 2010

397,1 M€ Position nette de trésorerie fin 2010



Chiffres arrondis en millions d'euros

Une rémunération régulière des actionnaires



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

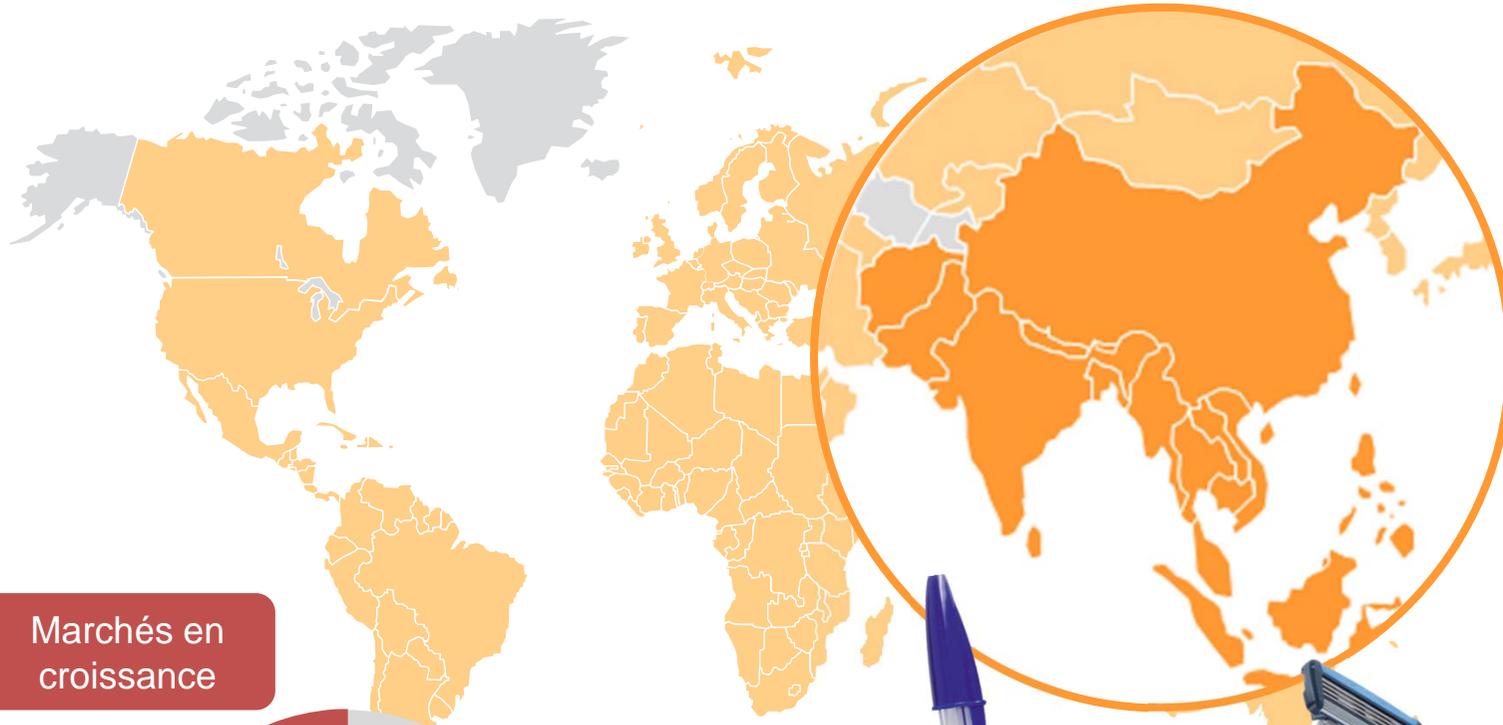
Maitrise de notre Fond de Roulement

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

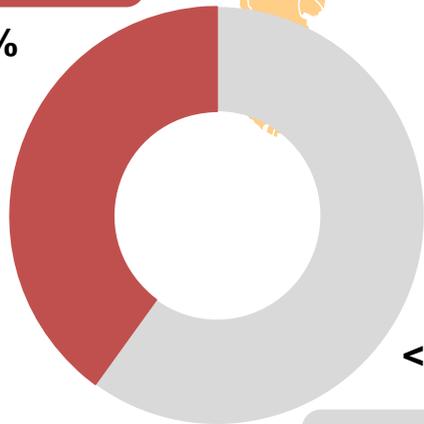
* à base comparable

BIC demain



Marchés en croissance

>40%



Marchés développés

<60%

