



## RÉSULTATS DU DEUXIÈME TRIMESTRE ET DU PREMIER SEMESTRE 2021

Clichy, France, 28 juillet 2021

Résultats solides portés par la croissance du chiffre d'affaires dans toutes les divisions :

- *Flame for Life* soutenue par une performance exceptionnelle en début d'année dans les briquets de poche et les briquets utilitaires aux États-Unis, qui ne devrait pas se reproduire au second semestre, ainsi que par une forte croissance en Amérique latine et l'intégration réussie de Djeep en Europe
- *Human Expression* tirée par l'écriture numérique, tandis que les marchés des instruments d'écriture classiques sont restés difficiles en Amérique latine et en Inde
- *Blade Excellence* portée par le succès des rasoirs BIC 5-lames et des modèles Hybrides, et ce, malgré un environnement concurrentiel difficile

Forte croissance du **e-commerce** dans toutes les régions, y compris sur les marchés en croissance.

Poursuite de l'amélioration de l'efficacité industrielle et nouvelles économies générées par le plan de transformation *Invent the Future*.

Robuste génération de flux nets de trésorerie disponible grâce à d'importants flux de trésorerie liés à l'activité d'exploitation.

en millions d'euros	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
<b>Chiffre d'affaires</b>	418,9	505,7	775,8	916,7
Variation en publié	(23,1)%	+20,7%	(19,2)%	+18,2%
Variation à base comparable	(21,5)%	+23,9%	(18,2)%	+22,5%
<b>Variation à taux de change constants</b>	(21,3)%	<b>+26,8%</b>	(17,7)%	<b>+26,2%</b>
Marge d'exploitation	0,2%	20,8%	3,1%	36,3%
<b>Marge d'exploitation ajustée</b>	16,1%	<b>20,9%</b>	12,0%	<b>18,1%</b>
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	(0,07)	1,53	0,49	5,12
<b>Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)</b>	1,27	1,55	1,87	2,51
<b>Flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions</b>	23,1	<b>67,7</b>	42,3	<b>103,7</b>
Position Nette de Trésorerie	41,5	366,7	41,5	366,7

"La forte croissance de notre chiffre d'affaires a été le principal moteur de nos excellents résultats du premier semestre, nous permettant de retrouver les niveaux pré-COVID à base comparable. La performance de notre division *Flame for Life* a été remarquable dans toutes les régions clés, en particulier aux États-Unis. Je me réjouis également du succès de nos récentes acquisitions, de nos solides résultats en e-commerce ainsi que du lancement de plusieurs produits innovants et durables. Nous prévoyons un deuxième semestre plus complexe, car nous continuons à faire face à la désorganisation actuelle des chaînes d'approvisionnement dans le monde et à la hausse des coûts des matières. Dans ce contexte, nous restons concentrés sur ce que nous pouvons contrôler et sur la poursuite de notre transformation qui, j'en suis convaincu, dynamisera notre trajectoire de croissance rentable et permettra de créer de la valeur pour toutes nos parties prenantes."

**Gonzalve Bich, Directeur Général**

### Révision des perspectives 2021 (sur la base des hypothèses de marché actuelles)<sup>1</sup>

Sur la base des performances du premier semestre et des hypothèses actuelles de marché, et en dehors toute détérioration importante au cours du second semestre, **nous révisons à la hausse notre objectif de chiffre d'affaires 2021 et prévoyons désormais une croissance à taux de change constants comprise entre +9% à +11%**.

Le reste de l'année sera affecté par la hausse des coûts des matières et la désorganisation actuelle des chaînes d'approvisionnement, avec pour conséquence des coûts de matières premières, de transport et de distribution plus élevés qu'initialement prévu. Nous prévoyons une augmentation du besoin en fonds de roulement due notamment à la constitution de stocks stratégiques destinés à sécuriser nos approvisionnements et les livraisons à nos clients pour 2022. **L'objectif de Free Cash-Flow 2021 reste supérieur à 200 millions d'euros.**

<sup>1</sup> Voir p. 9 pour les principales hypothèses de marché

## FAITS MARQUANTS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2021

CHIFFRE D'AFFAIRES DU S1 PAR GÉOGRAPHIE <i>en millions d'euros</i>	S1 2020	S1 2021	% En publié	% À taux de change constants	% À base comparable
Groupe	775,8	916,7	+18,2 %	+26,2 %	+22,5 %
Europe	257,7	292,0	+13,3 %	+15,2 %	+12,7 %
Amérique du Nord	343,2	406,4	+18,4 %	+28,7 %	+22,5 %
Amérique latine	94,0	125,9	+33,9 %	+55,1 %	+54,3 %
Moyen-Orient et Afrique	39,0	51,1	+31,2 %	+37,7 %	+37,7 %
Asie et Océanie (dont l'Inde)	41,9	41,3	(1,6) %	(1,5) %	+4,6 %

Le chiffre d'affaires du S1 2021 a augmenté de 26,2 % à taux de change constants. L'impact défavorable de la variation des devises (-7,2 points) s'explique principalement par la baisse du dollar américain et du réal brésilien par rapport à l'euro<sup>2</sup>. À base comparable, la croissance a été de 22,5 %, hors impact des acquisitions et cessions.

- La croissance a été tirée par la division **Flame for Life**, avec une solide performance en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique latine. Grâce à un excellent début d'année, les États-Unis ont contribué à hauteur d'environ 10 points à la croissance du chiffre d'affaires du premier semestre, à base comparable. Cette forte progression s'explique par l'amélioration des tendances du marché en valeur (le marché américain des briquets a progressé de 6,2 % à fin juin<sup>3</sup>) et par le recalibrage des commandes des clients au cours des quatre premiers mois de l'année pour répondre à une demande non anticipée des consommateurs. BIC a surperformé le marché américain en volume et en valeur, grâce à des gains de distribution, un mix favorable et une augmentation des prix.
- Dans la division **Human Expression**, Rocketbook a continué d'afficher des résultats exceptionnels, avec un chiffre d'affaires en hausse de plus de 90 % au premier semestre. Tous les réseaux de distribution en ligne ont contribué à la croissance et les ventes à Amazon ont bénéficié du succès du *Prime Day* en juin. Le chiffre d'affaires des instruments d'écriture du premier semestre a été porté par l'Europe, où les ventes aux distributeurs pour la période de rentrée scolaire devraient connaître une croissance d'environ 5 % (*mid-single digit*) en 2021. En Amérique du Nord, le manque de disponibilité de certains produits dû à des difficultés rencontrées par la chaîne d'approvisionnement ont perturbé les livraisons aux clients et devrait affecter les ventes de rentrée scolaire.
- La performance de la division **Blade Excellence** a été tirée par le succès de nos produits 3 lames en Amérique latine. Aux États-Unis, bien que l'environnement dans la distribution en magasins demeure toujours plus concurrentiel, en particulier sur le segment des rasoirs 3 lames féminins, nous continuons à progresser sur le segment des rasoirs 5 lames masculins et féminins et avons surperformé sur le marché du e-commerce, en forte croissance.

Le e-commerce (hors Rocketbook) a enregistré une solide croissance de +26 % par rapport à la même période l'année dernière, alimentée notamment par les *Pure Players* (+21 %) et les *Omniretailers* (+30 %). La croissance en Amérique latine, au Moyen-Orient, en Afrique et en Inde a été stimulée par des gains de distribution et des campagnes promotionnelles efficaces.

Poursuivant notre démarche en matière de Développement Durable, nous avons lancé au premier semestre plusieurs produits innovants avec des bénéfices environnementaux, dont le [BIC® Cristal Re'New™](#), notre premier stylo bille Cristal métallique rechargeable, et le [BIC® BAMBOO](#), notre premier rasoir rechargeable, neutre en carbone avec un manche en bambou issu de forêts responsables. En Europe, nous avons par ailleurs commencé à déployer notre nouvelle gamme de rasoirs « [SD Hybrid](#) ».

Conformément à notre plan *Invent the Future*, nous avons réalisé plus de 15,0 millions d'euros d'économies supplémentaires au cours du premier semestre, dont environ 4.0 millions d'euros générés par des gains sur les achats directs et indirects. Les prix de nos matières premières ont augmenté de 10 % au deuxième trimestre par rapport au premier trimestre 2021. Le rebond de la consommation mondiale a provoqué une perturbation des chaînes d'approvisionnement dans le monde entier, entraînant une hausse du fret maritime, associée à un allongement des délais de livraison de port à port. Comme indiqué précédemment, les conditions de marché actuelles devraient peser sur les marges en 2021.

Au premier semestre 2021, la génération de flux nets de trésorerie disponible (avant acquisitions et cessions) s'est élevée à 103,7 millions d'euros, incluant 30,3 millions d'euros d'investissements industriels. La position nette de trésorerie était de 366,7 millions d'euros, impactée positivement par le produit de la vente de notre siège social (+173,9 millions d'euros).

<sup>2</sup> Ceci exclut le peso argentin

<sup>3</sup> Données IRI briquets de poche + utilitaires 27 juin 2021

## RÉSULTAT D'EXPLOITATION (EBIT) ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ

<i>en millions d'euros</i>	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
Chiffre d'affaires	418,9	505,7	775,8	916,7
Marge brute	188,8	261,8	371,2	473,9
Taux de marge brute	45,1 %	51,8 %	47,8 %	51,7 %
Capacité d'autofinancement (EBITDA)	92,8	155,1	115,6	382,1
Résultat d'exploitation (EBIT)	1,0	105,2	24,0	332,6
Marge d'exploitation	0,2%	20,8 %	3,1%	36,3 %
Éléments non-récurrents	66,5	0,3	68,9	(166,5)
Résultat d'exploitation ajusté	67,5	105,6	92,9	166,1
Marge d'exploitation ajustée	16,1 %	20,9 %	12,0%	18,1 %

La marge brute du premier semestre a progressé de 3,9 points à 51,7 %, contre 47,8 % au premier semestre 2020. En excluant la sous-absorption des coûts fixes de 2020 due à la pandémie de COVID-19, la marge brute a augmenté de 1,7 point. Cette amélioration est due à la forte augmentation des ventes de briquets en Amérique du Nord, à une baisse des dépenses de promotion en soutien du développement de l'activité et à des économies de coûts de production et d'approvisionnement en matières premières. Cette amélioration a été partiellement neutralisée par un effet de change défavorable des devises d'Amérique latine par rapport au dollar américain.

Le résultat d'exploitation ajusté du premier semestre a été favorablement impacté par un effet de levier opérationnel. Les coûts de transport et de distribution ont augmenté en raison d'une demande plus élevée de la part des clients.

Les éléments non récurrents du premier semestre 2021 comprennent :

- 167,7 millions d'euros de plus-value de la vente du siège de Clichy au T1 2021,
- 3,0 millions d'euros de plus-value de la cession de Pimaco au T1 2021,
- 4,2 millions d'euros de coûts de restructuration liés au plan de transformation.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION AJUSTÉE <i>en points</i>	T1 2021 vs. T1 2020	T2 2021 vs. T2 2020	S1 2021 vs. S1 2020
• Variation de la marge brute <sup>4</sup>	+0,5	+2,6	+1,7
• Soutien à la marque	+1,2	-0,5	+0,3
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses <sup>4</sup>	+5,9	+2,7	+4,1
Variation de la marge d'exploitation ajustée	+7,6	+4,8	+6,1

## RÉSULTAT NET ET RESULTAT NET PAR ACTION

<i>en millions d'euros</i>	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
Résultat d'exploitation (EBIT)	1,0	105,2	24,0	332,6
Résultat financier	(1,9)	(4,9)	9,9	(4,0)
Résultat avant impôts	(0,9)	100,3	33,9	328,5
Résultat Net Part du Groupe	(3,0)	68,6	22,1	230,2
Résultat Net Part du Groupe Ajusté <sup>5</sup>	57,0	69,6	84,0	112,7
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	1,27	1,55	1,87	2,51
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	(0,07)	1,53	0,49	5,12

La baisse du revenu financier du S1 2021 s'explique par l'impact très favorable en 2020 de la réévaluation d'actifs financiers libellés en dollar américain (par rapport au réal brésilien et au peso mexicain).

Le taux d'imposition effectif du S1 2021 s'élève à 29,9 %, contre 28 % au S1 2020. Hors dépréciation de Cello, il était de 31,2 % pour l'exercice 2020.

<sup>4</sup> Hors sous-absorption des coûts fixes en 2020 liée à la pandémie de la COVID-19 au niveau de la marge brute et hors coûts de restructuration, dépréciation de Cello, et autres éléments normalisés, principalement la sous-activité de la force de vente dans les charges d'exploitation et autres charges.

<sup>5</sup> Hors plus-value nette de la vente du siège de Clichy en 2021, de la cession de Pimaco en 2021, des coûts de restructuration et de l'application de la norme d'hyperinflation en Argentine en 2020 et 2021.

## SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE <i>en millions d'euros</i>	2020	2021
Situation nette de trésorerie (début de période - décembre)	146,9	183,9
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+86,1	+134,0
• Dont Marge brute d'autofinancement	+136,6	+230,3
• Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres	(50,5)	(96,3)
Investissements industriels <sup>6</sup>	(43,8)	(30,3)
Païement du dividende	(110,2)	(80,9)
Programme de rachat d'actions	(7,4)	(15,7)
Flux net liés au contrat de liquidité	-	+1,2
Produit de la vente du siège de Clichy	-	+173,9
Produit de la cession de Pimaco	-	+3,4
Acquisitions <sup>7</sup>	(2,7)	(7,2)
Autres éléments	(27,4)	+4,4
Situation nette de trésorerie (début de période - juin)	41,5	366,7

À fin juin 2021, la position nette de trésorerie était de 366,7 millions d'euros, et incluait l'impact des cessions du siège de Clichy et de Pimaco. L'impôt lié à la vente du siège social (46 millions d'euros) sera payé plus tard dans l'année. Les flux nets de trésorerie liés à l'exploitation ont été affectés par une augmentation du besoin en fonds de roulement due à l'augmentation des créances clients liée au chiffre d'affaires élevé du premier semestre.

## RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

- Dividende ordinaire de 1,80 euro par action payé en juin 2021,
- 15,7 millions d'euros de rachats d'actions par SOCIÉTÉ BIC à fin juin 2021. 277,834 actions ont été achetées à un prix moyen de 56,58 euros dans le cadre du [programme de rachat d'actions à Impact ESG](#) lancé en mars, en partenariat avec Exane BNP Paribas.

<sup>6</sup> Ceci inclut respectivement -12,6 millions d'euros et +0,8 millions d'euros au S1 2020 et S1 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

<sup>7</sup> Haco Industries Ltd en 2020 et 2021, Rocketbook et Djeep en 2021

## TENDANCES OPÉRATIONNELLES PAR DIVISION

### HUMAN EXPRESSION (PAPETERIE)

en millions d'euros	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
<b>Volumes vendus en millions d'unités</b>			<b>2 457,9</b>	<b>2 742,7</b>
<i>Variation vs année précédente</i>			(29,6) %	+11,6 %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>166,9</b>	<b>202,2</b>	<b>293,9</b>	<b>333,3</b>
<i>Variation en publié (vs. année précédente)</i>	(33,9) %	+21,2 %	(26,7) %	+13,4 %
<b>Variation à base comparable (vs. année précédente)</b>	<b>(33,2) %</b>	<b>+20,1 %</b>	<b>(26,5) %</b>	<b>+12,1 %</b>
<b>Variation à taux de change constants (vs. année précédente)</b>	<b>(33,1) %</b>	<b>+25,1 %</b>	<b>(25,6) %</b>	<b>+19,1 %</b>
Résultat d'exploitation ajusté	18,2	24,2	19,0	27,6
<b>Marge d'exploitation ajustée</b>	<b>10,9%</b>	<b>12,0%</b>	<b>6,5%</b>	<b>8,3%</b>
Résultat d'exploitation (EBIT)	(35,7)	23,9	(34,9)	29,1
<b>Marge d'exploitation</b>	<b>(21,4)%</b>	<b>11,8%</b>	<b>(11,9)%</b>	<b>8,7%</b>

La croissance de **Human Expression** (Papeterie) a été en partie tirée par la solide performance de l'écriture numérique avec le succès de Rocketbook, ainsi que par une base de comparaison favorable par rapport au S1 2020 au cours duquel la première vague de confinements liés à la COVID-19 avait fortement affecté nos marchés clés.

**En Europe**, les ventes ont été portées par un rebond du réseau traditionnel avec une demande accrue de la part des fournisseurs de bureau et la croissance de la grande distribution en France, en Italie et au Royaume-Uni. Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre a bénéficié d'un décalage de livraisons de rentrée scolaire du T3 au T2 par rapport à l'année dernière, à la demande de nos clients.

**En Amérique du Nord**, le marché américain de la papeterie a rebondi de +11,5 % en valeur<sup>8</sup>, comparé à 2020 affecté par les périodes de confinements. Ce rebond a été principalement tiré par le segment du gel, en hausse de +30 % en valeur. BIC a perdu 0,8 point de part de marché en valeur, surperformant sur les segments des stylos à bille et de la correction mais sous-performant les segments en croissance du gel et des marqueurs permanents. Conformément à notre stratégie Horizon, nous avons enregistré une forte performance dans l'écriture numérique, grâce à Rocketbook dont les ventes ont augmenté de plus de 90% par rapport à l'année dernière. De manière générale, les ventes ont été affectées par le manque de disponibilité de certains produits lié à des difficultés rencontrées par la chaîne d'approvisionnement, perturbant les livraisons de rentrée scolaire.

Alors que les marchés sont restés difficiles **au Brésil et au Mexique**<sup>9</sup>, avec une baisse à deux chiffres (double-digit), BIC a surperformé sur ces deux marchés grâce aux segments du coloriage et des stylos. **En Afrique du Sud**, nous avons gagné 1,4 point en valeur<sup>10</sup> grâce à la performance des segments du Coloriage, de la Correction et des Marqueurs. La récente acquisition de Lucky Stationery au Nigeria continue d'être un succès, avec un chiffre d'affaires qui a plus que doublé au S1 2021, validant l'efficacité de notre stratégie de distribution dans la région. **En Inde**, le chiffre d'affaires de Cello a connu une croissance à deux chiffres, grâce à une bonne performance au premier trimestre liée à l'amélioration des conditions du marché domestique et à une croissance solide dans le e-commerce. Toutefois, l'environnement du marché en Inde, pays à nouveau confiné en avril, reste extrêmement difficile avec des incessantes restrictions de mobilités et des fermetures de bureaux et de magasins.

**Au premier semestre 2021**, la **marge d'exploitation ajustée** de la division **Human Expression** s'est élevée à 8,3%, contre 6,5% en 2020. L'augmentation s'explique par une hausse du chiffre d'affaires (y compris Rocketbook), et des économies de coûts de production et d'approvisionnement en matières premières, partiellement neutralisée par un effet de change défavorable des devises d'Amérique latine par rapport au dollar américain et à des coûts de transport et de distribution plus élevés.

<sup>8</sup> Nielsen à fin juin (03-JUL-21)

<sup>9</sup> Nielsen à fin mai 2021

<sup>10</sup> IRI à fin mai 2021

## FLAME FOR LIFE (BRIQUETS)

en millions d'euros	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
<b>Volumes vendus en millions d'unités</b>			<b>592,2</b>	<b>799,3</b>
<i>Variation vs année précédente</i>			(16,4)%	+35,0%
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>147,3</b>	<b>192,9</b>	<b>268,2</b>	<b>367,4</b>
<i>Variation en publié (vs. année précédente)</i>	(13,3)%	+31,0%	(16,1)%	+37,0%
<b>Variation à base comparable (vs. année précédente)</b>	<b>(11,2)%</b>	<b>+36,9%</b>	<b>(14,7)%</b>	<b>+44,7%</b>
<b>Variation à taux de change constants (vs. année précédente)</b>	<b>(11,2)%</b>	<b>+39,4%</b>	<b>(14,6)%</b>	<b>+47,7%</b>
Résultat d'exploitation ajusté	52,5	80,5	87,3	145,7
<b>Marge d'exploitation ajustée</b>	<b>35,7%</b>	<b>41,7%</b>	<b>32,5%</b>	<b>39,6%</b>
Résultat d'exploitation (EBIT)	49,5	80,5	84,0	143,8
<b>Marge d'exploitation</b>	<b>33,6%</b>	<b>41,7%</b>	<b>31,3%</b>	<b>39,2%</b>

La division **Flame for Life** a enregistré la meilleure performance du semestre, grâce à l'amélioration des conditions du marché des briquets de poche et des briquets utilitaires aux États-Unis, à une forte croissance en Amérique latine et à l'intégration de Djeep en Europe.

**En Europe**, le chiffre d'affaires a été tiré par un rebond des réseaux traditionnels et de la grande distribution en France, une bonne performance des briquets de poche et des briquets utilitaires en Italie, combinée à une forte croissance chez les débiteurs de tabac, et de nouveaux référencements réussis en Russie. Les briquets Djeep, lancés dans plusieurs pays européens au cours du second trimestre, ont enregistré de bonnes performances.

**Aux États-Unis**, le marché des briquets de poche a baissé de 2,9% en volume et a augmenté de 5,5% en valeur<sup>11</sup>, grâce aux tendances positives du marché et au recalibrage des commandes des clients pour répondre à une demande non-anticipée des consommateurs en début d'année. BIC a gagné des parts de marché en volume (+2,4 points) et en valeur (+1,2 point) grâce à la croissance du réseau de proximité, au succès d'EZ Reach qui a permis des référencements supplémentaires, un mix favorable et à une augmentation des prix. Sur un marché des briquets utilitaires en progression de 10% en valeur<sup>12</sup>, BIC a légèrement sous-performé depuis le début de l'année, en raison d'un manque de disponibilité de produits liée à des problèmes de fret maritime et à un allongement des délais de livraison. Sur ce segment, BIC reste leader avec 53% de part de marché en valeur, en hausse de 6,8 points par rapport à juin 2020. Le chiffre d'affaires a bénéficié de la forte croissance du marché (environ 33 points), de gains de distribution (environ 8 points), de l'efficacité de notre stratégie de prix incluant le *Revenue Growth Management* (environ 7 points) et de l'impact positif des pré-commandes de nos clients à la suite de la hausse de prix annoncé en mai 2021 (environ 7 points).

**En Amérique latine**, la forte croissance du chiffre d'affaires a été tirée par le Brésil, du fait d'un faible niveau de stocks des clients à la fin de l'année 2020, d'une demande accrue de briquets pour les usages liés ou non liés au tabac, et d'une baisse des importations liée aux fluctuations des devises défavorables (dévaluation du Réal Brésilien). Au Mexique, le chiffre d'affaires a bénéficié de la hausse du marché, avec des gains de distribution dans toutes les régions.

**La marge d'exploitation ajustée du 1<sup>er</sup> semestre 2021** de la division **Flame For Life** s'est établie à 39,6%, contre 32,5% en 2020, grâce à la forte augmentation du chiffre d'affaires et à l'impact favorable des ajustements de prix aux États-Unis. Cela a été partiellement atténué par une augmentation des dépenses de soutien à la marque, comparé à la même période l'année dernière, et par des coûts de transport et de distribution plus élevés.

<sup>11</sup> IRI donnée à fin juin 2021

<sup>12</sup> IRI donnée à fin juin 2021

## BLADE EXCELLENCE (RASOIRS)

en millions d'euros	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
<b>Volumes vendus en millions d'unités</b>			<b>1 077,9</b>	<b>1 193,0</b>
Variation vs année précédente			(13,7) %	+10,7 %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>98,6</b>	<b>104,0</b>	<b>200,7</b>	<b>200,4</b>
Variation en publié (vs. année précédente)	(14,6) %	+5,4%	(10,6) %	(0,1) %
<b>Variation à base comparable (vs. année précédente)</b>	<b>(11,5) %</b>	<b>+11,6%</b>	<b>(8,8) %</b>	<b>+8,0 %</b>
<b>Variation à taux de change constants (vs. année précédente)</b>	<b>(11,0) %</b>	<b>+11,9%</b>	<b>(8,1) %</b>	<b>+8,4 %</b>
Résultat d'exploitation ajusté	<b>14,3</b>	<b>20,2</b>	<b>21,9</b>	<b>32,4</b>
<b>Marge d'exploitation ajustée</b>	<b>14,5%</b>	<b>19,4%</b>	<b>10,9%</b>	<b>16,2%</b>
Résultat d'exploitation (EBIT)	<b>9,8</b>	<b>20,1</b>	<b>17,3</b>	<b>32,3</b>
<b>Marge d'exploitation</b>	<b>10,0 %</b>	<b>19,3 %</b>	<b>8,6 %</b>	<b>16,1 %</b>

La performance globale de la division **Blade Excellence** a été tirée par le succès de nos produits à valeur ajoutée tels que les rasoirs 5 lames et les gammes hybrides, malgré un environnement concurrentiel difficile dans les principales zones géographiques.

**En Europe**, le chiffre d'affaires a été pénalisé par des tendances de marchés difficiles, notamment en France, au Royaume-Uni et en Italie et des problèmes de disponibilité de produits dans plusieurs pays, partiellement compensés par de nouveaux référencements réussis en Europe de l'Est.

**Aux États-Unis**, le marché des rasoirs non-rechargeables (dans la grande distribution) a baissé de 3,1% en valeur<sup>13</sup>. La catégorie reste relativement faible, en raison d'une intense activité promotionnelle et de nombreux nouveaux produits lancés par la concurrence au premier semestre 2021, y compris des produits offrant un bon rapport qualité/ prix. BIC a perdu 2,2 points de part de marché (-3,5 points sur le segment des rasoirs féminins, particulièrement dans les rasoirs 3 lames, et 1,2 point sur le segment masculin). Conformément à la stratégie Horizon, et en dépit de ces vents contraires, nous avons continué à nous concentrer sur les segments premium et gagné +0,7 point en valeur sur les segments 4 et 5 lames chez les hommes et les femmes. Nous avons surperformé dans le e-commerce, gagnant 0,9 point de part de marché<sup>13</sup>.

**En Amérique latine**, notre stratégie de montée en gamme vers des rasoirs 3 lames a continué de porter ses fruits et a contribué à l'amélioration de la performance au Brésil et au Mexique. Le **marché brésilien** a progressé de 1,6% en valeur. Nous avons perdu 0,2 point de part de marché en raison de la très forte concurrence dans le commerce traditionnel, mais surperformé sur le segment des trois lames (+0,5 point<sup>14</sup> pour le BIC 3). **Au Mexique**, BIC a perdu 0,6 point de part de marché sur un marché en croissance, mais progressé sur le segment féminin avec la gamme BIC Soleil (+0,5 point).

**Au premier semestre 2021**, la **marge d'exploitation ajustée** de la division **Blade Excellence** s'élève à 16,2% contre 10,9% en 2020, impactée positivement par un effet de levier opérationnel, des économies de coûts de production et d'approvisionnement en matières premières.

## AUTRES PRODUITS

en millions d'euros	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>6,1</b>	<b>6,6</b>	<b>13,1</b>	<b>15,7</b>
Variation en publié	(12,3)%	+8,7%	(14,1)%	+19,7%
<b>Variation à base comparable</b>	<b>(11,2)%</b>	<b>+7,9%</b>	<b>(13,4)%</b>	<b>+19,5%</b>
<b>Variation à taux de change constants</b>	<b>(11,5)%</b>	<b>+7,9%</b>	<b>(13,5)%</b>	<b>+19,5%</b>
Résultat d'exploitation ajusté	<b>(0,2)</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(1,1)</b>	<b>(3,0)</b>
Résultat d'exploitation (EBIT)	<b>(2,6)</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(3,5)</b>	<b>(3,0)</b>

<sup>13</sup> IRI à fin juin 2021

<sup>14</sup> Nielsen à fin mai 2021

## COÛTS NON ALLOUÉS

en millions d'euros	T2 2020	T2 2021	S1 2020	S1 2021
Résultat d'exploitation ajusté	(17,2)	(16,5)	(34,2)	(36,5)
Résultat d'exploitation (EBIT)	(20,1)	(16,5)	(38,9)	130,3

Les coûts non alloués du premier semestre 2021 sont liés principalement aux coûts centraux et à la plus-value sur la vente du siège social de Clichy pour 167,7 millions d'euros. La baisse du résultat d'exploitation ajusté est due aux coûts de la mise en œuvre du plan de transformation.

## DÉMARCHE DE BIC EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Au cours du premier semestre, nous avons lancé plusieurs produits innovants avec des bénéfices environnementaux, et avons franchi une étape supplémentaire dans la réduction de notre empreinte carbone :

- Le **BIC® Cristal Re'New™**, notre premier stylo bille cristal métallique rechargeable, a été lancé en Europe en janvier. Il vient compléter la gamme Cristal®, en proposant une alternative premium rechargeable dotée d'un corps en métal, et d'un capuchon en plastique recyclé.
- En avril, BIC USA a lancé BIC® ReVolution, une gamme complète d'instruments d'écriture respectueuse de l'environnement, composés d'au moins 50 % de plastique recyclé. La gamme ReVolution propose notamment le **stylo-bille rétractable BIC® ReVolution Ocean** fabriqué à partir de 73 % de plastique recyclé collecté dans un rayon de 50 km d'un rivage ou d'une voie navigable menant à l'océan, évitant ainsi que ces matières ne s'y retrouvent.
- En mai, nous avons lancé notre premier rasoir neutre en carbone avec son manche en bambou issu de forêts responsables : **le BIC® BAMBOO**. Ce rasoir 5 lames Hybrid Flex 5 à tête mobile, possède un manche fabriqué à partir de bambou, matière première naturelle issue de forêts responsables. BIC® BAMBOO est neutre en carbone. Il est livré dans un emballage carton 100% recyclable, composé à partir de 50% de papier recyclé. Ses recharges sont par ailleurs livrées dans un emballage en papier recyclé à 95%.
- Au cours du premier semestre, nous avons lancé en Europe notre nouvelle gamme de **rasoirs « SD Hybrid »**, dont le manche est fabriqué en plastique recyclé, et l'emballage recyclable. Cette nouvelle gamme sera déployée en Amérique du Nord et en Amérique latine au cours du second semestre.
- En mai 2021, nous avons revu à la hausse notre objectif en matière d'électricité renouvelable et nous nous sommes engagés à atteindre 100 % d'ici 2025. Nous nous sommes également engagés à définir une feuille de route pour la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> d'ici notre assemblée générale annuelle de 2022.
- Notre futur siège à Clichy sera certifié BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*), répondant ainsi aux plus hautes exigences en matière de performance environnementale et d'efficacité de la consommation d'énergie.

## ANNEXES

### HYPOTHÈSES DE TENDANCES DE MARCHÉS EN 2021

Nos perspectives 2021 sont fondées sur les hypothèses de marché suivantes<sup>15</sup> :

#### Tendances de marchés (en valeur) :

- **Europe** : Stable ou légère augmentation (*flat to slight increase*) dans la Papeterie, légère croissance dans les Briquets, baisse comprise entre 6 et 9% (*high single digit*) dans les Rasoirs
- **Amérique du Nord** :
  - o Croissance modérée (*mid-single digit*) du marché américain de la Papeterie,
  - o Légère croissance (*low-single digit*) du marché américain des Briquets de poche,
  - o Baisse légère à modérée (*low to mid single digit*) du marché américain des Rasoirs non rechargeables,
- **Amérique latine** : baisse sensible à forte (*high-single to double digit*) dans la Papeterie, hausse d'environ 5% (*mid-single digit*) dans les Briquets et croissance légère à modérée (*low to mid-single digit*) dans les Rasoirs
- **Inde** : croissance comprise entre 6 et 9% (*high-single digit*) de la Papeterie

#### Résultat d'exploitation et flux nets de trésorerie disponible impactés par :

- Stabilité de la marge brute grâce à l'augmentation des volumes et à l'impact positif des prix, contrebalancés par l'augmentation du coût des matières premières et l'effet défavorable des devises.
- Augmentation du fret et de la distribution
- Augmentation des dépenses de soutien à la marque, de R&D et d'innovation pour soutenir la croissance du chiffre d'affaires
- Baisse des dépenses d'exploitation en pourcentage du chiffre d'affaires
- Environ 100 millions d'euros d'investissements industriels

**Devise** : taux de couverture USD-Euro 2021 : 1,13

---

<sup>15</sup> Euromonitor et Estimations BIC

CHIFFRE D'AFFAIRES DU T2 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE <i>en million d'euros</i>	T2 2020	T2 2021	% En publié	% A taux de change constant	% A base comparable
Groupe	418,9	505,7	+20,7%	+26,8%	+23,9%
Europe	138,6	166,8	+20,3%	+21,5%	+19,3%
Amérique du Nord	202,8	222,3	+9,6%	+19,1%	+15,0%
Amérique Latine	39,4	67,7	+71,6%	+81,5%	+81,7%
Moyen-Orient et Afrique	18,9	29,1	+54,1%	+57,9%	+57,9%
Asie et Océanie (Inde incluse)	19,1	19,8	+3,4%	+2,4%	+9,1%

CHIFFRE D'AFFAIRES DU S1 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE <i>en million d'euros</i>	S1 2020	S1 2021	% En publié	% A taux de change constant	% A base comparable
Groupe	775,8	916,7	+18,2%	+26,2%	+22,5%
Europe	257,7	292,0	+13,3%	+15,2%	+12,7%
Amérique du Nord	343,2	406,4	+18,4%	+28,7%	+22,5%
Amérique Latine	94,0	125,9	+33,9%	+55,1%	+54,3%
Moyen-Orient et Afrique	39,0	51,1	+31,2%	+37,7%	+37,7%
Asie et Océanie (Inde incluse)	41,9	41,3	(1,6)%	(1,5)%	+4,6%

CHIFFRE D'AFFAIRES DU T2 PAR CATÉGORIE <i>en millions d'euros</i>	T2 2020	T2 2021	% En publié	Impact de change <sup>16</sup> (en points)	Changement de Périmètre <sup>17</sup> (en points)	Impact de l'Argentine <sup>18</sup> (en points)	% À base comparable
Groupe	418,9	505,7	+20,7%	(5,5)	+2,2	+0,1	+23,9%
Human Expression - Papeterie	166,9	202,2	+21,2%	(3,6)	+4,6	+0,1	+20,1%
Flame for Life - Briquets	147,3	192,9	+31,0%	(7,7)	+1,6	+0,2	+36,9%
Blade Excellence - Rasoirs	98,6	104,0	+5,4%	(5,8)	(0,3)	(0,1)	+11,6%
Autres Produits	6,1	6,6	+8,7%	+0,8	0,0	0,0	+7,9%

CHIFFRE D'AFFAIRES DU S1 PAR CATÉGORIE <i>en millions d'euros</i>	S1 2020	S1 2021	% En publié	Impact de change (en points)	Changement de Périmètre (en points)	Impact de l'Argentine (en points)	% À base comparable
Groupe	775,8	916,7	+18,2%	(7,2)	+3,0	(0,1)	+22,5%
Human Expression - Papeterie	293,9	333,3	+13,4%	(4,9)	+6,5	(0,3)	+12,1%
Flame for Life - Briquets	268,2	367,4	+37,0%	(9,9)	+1,9	+0,3	+44,7%
Blade Excellence - Rasoirs	200,7	200,4	(0,1)%	(7,7)	(0,4)	0,0	+8,0%
Autres Produits	13,1	15,7	+19,7%	+0,2	0,0	0,0	+19,5%

<sup>16</sup> Impact des devises excluant le Peso argentin (ARS)

<sup>17</sup> Principalement acquisition de Djeep et de Rocketbook

<sup>18</sup> Voir Glossaire

<b>IMPACT DES CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS)</b> <i>en %</i>	<b>T2 2020</b>	<b>T2 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Périmètre</b>	(0,1)	+2,2	(0,1)	+3,0
<b>Devises</b>	(1,5)	(5,5)	(1,0)	(7,2)
<i>Dont USD</i>	+0,7	(5,2)	+0,8	(4,8)
<i>Dont BRL</i>	(1,1)	(0,4)	(1,1)	(1,4)
<i>Dont MXN</i>	(0,4)	+0,4	(0,3)	(0,1)
<i>Dont AUD</i>	(0,1)	+0,2	(0,1)	+0,2
<i>Dont ZAR</i>	(0,1)	+0,2	(0,1)	-
<i>Dont INR</i>	-	(0,1)	-	(0,2)
<i>Dont RUB et UAH</i>	(0,1)	(0,3)	(0,1)	(0,4)

<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR CATÉGORIE</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>T2 2020</b>	<b>T2 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Groupe</b>	1,0	105,2	24,0	332,6
<b>Marge en %</b>	0,2%	20,8%	3,1%	36,3%
<b>Human Expression - Papeterie</b>	(35,7)	23,9	(34,9)	29,1
<b>Marge en %</b>	(21,4)%	11,8%	(11,9)%	8,7%
<b>Flame for Life - Briquets</b>	49,5	80,5	84,0	143,8
<b>Marge en %</b>	33,6%	41,7%	31,3%	39,2%
<b>Blade Excellence - Rasoirs</b>	9,8	20,1	17,3	32,3
<b>Marge en %</b>	10,0%	19,3%	8,6%	16,1%
<b>Autres produits</b>	(2,6)	(2,8)	(3,5)	(3,0)
<b>Coûts non alloués</b>	(20,1)	(16,5)	(38,9)	130,3

<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ PAR CATÉGORIE</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>T2 2020</b>	<b>T2 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Groupe</b>	67,5	105,6	92,9	166,1
<b>Marge en %</b>	16,1%	20,9%	12,0%	18,1%
<b>Human Expression - Papeterie</b>	18,2	24,2	19,0	27,6
<b>Marge en %</b>	10,9%	12,0%	6,5%	8,3%
<b>Flame for Life - Briquets</b>	52,5	80,5	87,3	145,7
<b>Marge en %</b>	35,7%	41,7%	32,5%	39,6%
<b>Blade Excellence - Rasoirs</b>	14,3	20,2	21,9	32,4
<b>Marge en %</b>	14,5%	19,4%	10,9%	16,2%
<b>Autres produits</b>	(0,2)	(2,8)	(1,1)	(3,0)
<b>Coûts non alloués</b>	(17,2)	(16,5)	(34,2)	(36,5)

<b>COMPTE DE RÉSULTAT</b>				
<b>RÉSUMÉ</b>				
	<b>T2 2020</b>	<b>T2 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<i>en millions d'euros</i>				
<b>Chiffre d'affaires</b>	418,9	505,7	775,8	916,7
Coût des ventes	230,1	243,9	404,6	442,8
Marge brute	188,8	261,8	371,2	473,9
<i>Charges administratives et autres charges d'exploitation</i>	187,8	156,6	347,2	141,3
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>	1,0	105,2	24,0	332,6
Résultat financier	(1,9)	(4,9)	9,9	(4,0)
Résultat avant impôts	(0,9)	100,3	33,9	328,5
Impôts	(2,1)	(31,7)	(11,8)	(98,4)
<b>Résultat Net Part du Groupe</b>	(3,0)	68,6	22,1	230,2
<b>Résultat net Part du Groupe par action (en euros)</b>	(0,07)	1,53	0,49	5,12
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	44 967 891	44 967 216	44 967 891	44 967 216

<b>BILAN</b>				
	<b>30 juin 2020</b>	<b>31 décembre 2020</b>	<b>30 juin 2021</b>	
<i>en millions d'euros</i>				
<b>ACTIF</b>				
• Immobilisations corporelles nettes	637,9	613,4	590,7	
• Immeubles de placement	1,6	1,5	1,9	
• Goodwill et immobilisations incorporelles nets	238,7	309,8	312,2	
• Autres actifs non courants	166,2	138,9	148,5	
<b>Actif non courant</b>	1 044,4	1 063,6	1 053,3	
• Stock et en-cours	484,9	379,0	443,0	
• Clients et autres créances	517,1	409,6	531,0	
• Autres actifs courants	34,2	25,3	29,2	
• Autres actifs financiers courants et instruments dérivés	4,5	26,1	8,2	
• Trésorerie et équivalents de trésorerie	201,2	265,7	450,0	
<b>Actif courant</b>	1 241,9	1 105,8	1 461,4	
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	2 286,3	2 169,4	2 514,7	
<b>PASSIF ET CAPITAUX PROPRES</b>				
<b>Capitaux propres</b>	1 387,2	1 456,4	1 641,5	
• Emprunts et dettes financières non courants	32,3	28,0	24,8	
• Autres dettes non courantes	262,7	222,2	199,3	
<b>Passif non courant</b>	295,0	250,2	224,1	
• Fournisseurs et comptes rattachés	140,0	99,5	167,2	
• Emprunts et dettes financières courants	169,0	90,0	90,9	
• Autres dettes courantes	295,1	273,4	391,0	
<b>Passif courant</b>	604,1	462,8	649,1	
<b>TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>	2 286,3	2 169,4	2 514,7	

<b>BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Besoin de fond de roulement</b>	<b>648,3</b>	<b>535,6</b>
Dont stocks	484,9	443,0
Dont créances clients	517,1	531,0
Dont fournisseurs et comptes rattachés	(140,0)	(167,3)

<b>TABLEAUX DES FLUX DE TRESORERIE</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>22,1</b>	<b>230,2</b>
- Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine	0,8	1,4
- Amortissements et provisions	111,3	60,2
- (Plus)/moins-values de cessions d'actifs	0,1	(170,0)
- Autres	2,5	108,6
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION</b>	<b>136,6</b>	<b>230,3</b>
- (Augmentation) / diminution du fonds de roulement net courant	(31,2)	(62,6)
- Autres	(19,3)	(33,7)
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE D'EXPLOITATION (A)</b>	<b>86,1</b>	<b>134,0</b>
- Investissements <sup>19</sup>	(43,8)	(30,3)
- Achat/Vente d'autres actifs financiers courants	3,9	-
- Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	+173,9
- Plus-value de cession de Pimaco	-	+3,4
- Acquisitions	(2,7)	(7,2)
- Autres	0,4	1,8
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES D'INVESTISSEMENT (B)</b>	<b>(42,2)</b>	<b>141,7</b>
- Dividendes payés	(110,2)	(80,9)
- Emprunts/(Remboursements)/ (Prêts)	105,0	0,9
- Rachat d'actions	(7,4)	(14,5)
- Autres	(8,8)	(8,7)
<b>FLUX NETS DE TRESORERIE LIES AUX ACTIVITES DE FINANCEMENT (C)</b>	<b>(21,4)</b>	<b>(103,3)</b>
<b>FLUX NET DE TRESORERIE NET DES DECOUVERTS BANCAIRES (A+B+C)</b>	<b>22,5</b>	<b>172,5</b>
<b>TRESORERIE ET EQUIVALENT DE TRESORERIE A L'OUVERTURE, NET DES DECOUVERTS BANCAIRES</b>	<b>146,8</b>	<b>264,7</b>
- Flux net de trésorerie nets des découverts bancaires (A+B+C)	22,5	172,5
- Différence de change	(18,9)	11,3
<b>TRESORERIE ET EQUIVALENT DE TRESORERIE A LA FERMETURE, NET DES DECOUVERTS BANCAIRES</b>	<b>150,4</b>	<b>448,5</b>

<sup>19</sup> Ceci inclut respectivement -12,6 millions d'euros et +0,8 million d'euros au S1 2020 et S1 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

## RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

<b>RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>T2 2020</b>	<b>T2 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Résultat d'exploitation (EBIT)</b>	1,0	105,2	24,0	332,6
<i>Coûts de restructuration (plan de transformation et fermeture de l'usine en Equateur au S1 2020)</i>	5,5	0,3	7,9	4,2
<i>Dépréciation d'actifs Cello</i>	41,7	-	41,7	-
<i>Certaines dépenses liées au COVID-19, principalement la sous-absorption des coûts fixes</i>	19,3	-	19,3	-
<i>Plus-value de la vente du siège de Clichy</i>	-	-	-	(167,7)
<i>Plus-value de cession de Pimaco</i>	-	-	-	(3,0)
<b>Résultat d'exploitation ajusté</b>	67,5	105,6	92,9	166,1

<b>RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION AJUSTÉ</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>T2 2020</b>	<b>T2 2021</b>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Résultat net Part du Groupe par action</b>	(0,07)	1,53	0,49	5,12
<i>Coûts de restructuration (plan de transformation et fermeture de l'usine en Equateur au S1 2020)</i>	+0,09	+0,01	+0,12	+0,07
<i>Dépréciation d'actifs Cello</i>	+0,93	-	+0,93	-
<i>Certaines dépenses liées au COVID-19, principalement la sous-absorption des coûts fixes</i>	+0,31	-	+0,31	-
<i>Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine</i>	+0,01	+0,01	+0,02	+0,03
<i>Plus-value de la vente du siège de Clichy</i>	-	-	-	(2,67)
<i>Plus-value de cession de Pimaco</i>	-	-	-	(0,04)
<b>Résultat net Part du Groupe par action ajusté</b>	1,27	1,55	1,87	2,51

<b>RECONCILIATION DE LA POSITION NETTE DE TRESORERIE</b> <i>en millions d'euros</i>	<b>31 décembre 2020</b>	<b>30 juin 2021</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie (1)	+265,7	+450,0
Autres actifs financiers courants (2) <sup>20</sup>	-	
Emprunts et dettes financières courants (3) <sup>21</sup>	(77,2)	(78,4)
Emprunts et dettes financières non courants (4)	(4,7)	(4,9)
<b>POSITION NETTE DE TRESORERIE (1) + (2) - (3) - (4)</b>	<b>183,9</b>	<b>366,7</b>

<b>RECONCILIATION DE LA GENERATION DE FLUX NETS DE TRESORERIE DISPONIBLE</b> <i>en millions d'euros - nombres arrondis</i>	<b>31 décembre 2020</b>	<b>30 juin 2021</b>
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation (1)	+357,6	+134,0
Investissements industriels (2)	(83,1)	(30,3)
<b>Génération de flux nets de trésorerie disponible hors acquisitions et cessions (1) - (2)</b>	<b>274,5</b>	<b>103,7</b>

<sup>20</sup> Dans le bilan au 31 décembre 2020, la ligne "Autres actifs financiers courants et instruments dérivés" comprend un montant de 26,1M€ d'instruments dérivés et au 30 juin 2021 un montant de 14,1M€.

<sup>21</sup> Hors impact des dettes financières suite à l'application de la norme IFRS16

## PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

SOCIÉTÉ BIC	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré (en euros)	Montant (en millions d'euros)
Mars 2021	62 600	50,46	3,2
Avril 2021	77 005	53,35	4,1
Mai 2021	65 770	62,93	4,1
Juin 2021	72 459	59,57	4,3
<b>Total</b>	<b>277,834</b>	<b>56.58</b>	<b>15.7</b>

## CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 30 juin 2021, le capital social de SOCIETE BIC est composé de 45 395 857 actions, représentant :

- 66 774 710 droits de vote
- 66 255 030 droits de vote nets des actions privées de droit de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin juin 2021 est de 519 680.

## GLOSSAIRE

- **À taux de change constants** : les montants à taux de change constants sont calculés en convertissant les montants de l'année en cours aux taux de change moyens mensuels de l'année précédente.
- **À base comparable (croissance organique)**: signifie à taux de change constants et à périmètre constant. Les montants à périmètre constant excluent les impacts des acquisitions et/ou des cessions intervenues sur l'exercice en cours et/ou sur l'exercice précédent et ce jusqu'à leur date anniversaire. Tous les commentaires sur le chiffre d'affaires des catégories sont faits à base comparable. Ceci exclut également les ventes de l'Argentine pour 2019 et 2020.
- **EBITDA**: Capacité d'autofinancement, avant dépréciations et amortissements (hors amortissements des droits d'utilisation selon la norme IFRS 16) et avant *impairments*.
- **Résultat d'exploitation ajusté** : ajusté signifie hors éléments normalisés.
- **Marge d'exploitation ajusté** : Résultat d'exploitation normalisé divisé par le chiffre d'affaires.
- **Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation** : trésorerie générée par les principales activités et autres activités hors activités d'investissement ou de financement.
- **Génération de flux nets de trésorerie disponible (Free Cash Flow)** : le Free Cash flow se définit comme la variation nette de la trésorerie liée à l'exploitation, moins les dépenses d'investissement. La génération de flux nets de trésorerie disponible n'inclut pas les acquisitions et les produits des cessions d'activité.
- **Position nette de trésorerie** : Liquidités/découverts + autres actifs financiers courants - emprunts courants - emprunts non-courants, (sauf les passifs financiers après application de la norme IFRS 16)

Les comptes consolidés de SOCIÉTÉ BIC au 30 juin 2021 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 28 juillet 2021. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site Internet de BIC ([www.bic.com](http://www.bic.com)).

Les procédures d'examen limité des commissaires aux comptes sont terminées. Leur rapport est en cours d'émission. 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 » du Document d'Enregistrement Universel 2020 du Groupe BIC déposé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 1er avril 2021.

## À PROPOS DE BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC enchante et simplifie le quotidien des consommateurs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits essentiels, de grande qualité et accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des plus reconnues. Aujourd'hui, les produits BIC sont vendus dans plus de 160 pays et le Groupe possède aussi des marques emblématiques telles que BIC® Kids, BIC Flex™, BodyMark by BIC™, Cello®, Djeep, Lucky Stationery, Rocketbook, Soleil®, Tipp-Ex®, Us.™ et Wite-Out®. BIC a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 1 627,9 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et également d'indices reconnaissant son engagement dans le développement durable et l'éducation. Le Groupe a reçu la note 'A-' dans le classement du CDP. Pour en savoir plus, visitez [https://fr.bic.com/fr/le\\_groupe\\_bic](https://fr.bic.com/fr/le_groupe_bic) ou suivez-nous sur LinkedIn, Instagram, Twitter ou YouTube.

## CONTACTS

Sophie Palliez-Capian  
Engagement des Parties Prenantes  
+33 1 45 19 55 28  
+ 33 87 89 3351  
[Sophie.palliez@bicworld.com](mailto:Sophie.palliez@bicworld.com)

Michèle Ventura  
Senior Manager, Relations Investisseurs  
+ 33 1 45 19 52 98  
[Michele.ventura@bicworld.com](mailto:Michele.ventura@bicworld.com)

Albane de La Tour d'Artaise  
Senior Manager, Relations Presse  
+ 33 1 45 19 51 51  
+ 33 7 85 88 19 48  
[Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com](mailto:Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com)  
Isabelle de Segonzac  
Image 7  
+ 33 6 89 87 61 39  
[isegonzac@image7.fr](mailto:isegonzac@image7.fr)

## AGENDA 2021 (TOUTES LES DATES SONT A CONFIRMER)

Résultats du T3 2021	26 octobre 2021
Résultats annuels 2021	15 février 2022
Résultats du T1 2022	26 avril 2022
Assemblée Générale des Actionnaires	18 mai 2022
Résultats du S1 2022	2 août 2022
Résultats du T3 2022	27 octobre 2022