



BIC – RESULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2022¹

Un très bon début d'année porté par l'exécution du plan Horizon

Croissance dans toutes les divisions et régions, tirée par une hausse des volumes et notre stratégie de Revenue Growth Management

- **Human Expression** - rentrées scolaires 2022 : excellente saison au Brésil et en Afrique du Sud, premières livraisons aux clients en Europe et en Amérique du Nord
- **Flame for Life** - croissance exceptionnelle des ventes de briquets de poche aux Etats-Unis tirée par une solide exécution commerciale et un rattrapage de commandes qui fait suite à un faible T4 2021
- **Blade Excellence** - rapide montée en puissance de la contribution de l'activité B2B BIC Blade-Tech au chiffre d'affaires et à la rentabilité de la division
- **Part de marché** maintenue ou augmentée dans 70 % des pays où nous opérons.

L'impact positif de l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires sur la marge d'exploitation ajustée a plus que compensé la hausse des coûts des matières.

Robuste Marge Brute d'Autofinancement (+122,8 millions d'euros).

Besoin en Fond de Roulement affecté par une hausse des inventaires liée à la constitution de stocks pour la rentrée scolaire 2022.

Chiffre d'affaires 515,7 M€ <i>+20,4% à taux de change constants</i>	Résultat d'exploitation ajusté 101,9M€ <i>+68,3%</i>	Marge d'exploitation ajustée 19,8%
BNPA ajusté 1,60 € <i>+66,7%</i>	Flux nets de trésorerie disponible (1,9) M€	Situation de trésorerie nette (à fin mars) 340,1M€

« Nous commençons l'année sur des bases solides. Grâce à une attention sans faille portée aux consommateurs, le chiffre d'affaires a fortement progressé dans chacune de nos trois divisions, généré par une excellente performance commerciale, et par la poursuite de la mise en œuvre de notre plan Horizon, porteur de résultats durables à long terme. Au-delà des très bons résultats de la rentrée scolaire au Brésil, des innovations telles que notre briquet *BIC EZ Reach*, et notre nouveau rasoir *BIC Soleil Escape*, nous ont permis de nous renforcer sur des segments stratégiques. Comme prévu, BIC Blade-Tech, notre activité B2B dans les rasoirs, a contribué de manière significative à la croissance et à la rentabilité de la division *Blade Excellence*. Pour le reste de l'année, je suis très confiant dans la capacité de nos équipes à atténuer les multiples vents contraires à venir et à atteindre nos objectifs pour 2022 » a déclaré **Gonzalve Bich**, **Directeur Général**.

Perspectives 2022 (sur la base des hypothèses actuelles de marché²)

Compte tenu d'une performance supérieure à nos attentes au T1, nous prévoyons désormais un objectif de croissance du chiffre d'affaires 2022 à taux de change constants dans le haut de la fourchette comprise entre 7% et 9%. La récente accélération de l'inflation des coûts devrait avoir un impact négatif sur les marges d'exploitation, et nous prenons les mesures nécessaires afin de limiter cet impact. Nous prévoyons néanmoins une augmentation en valeur absolue du Résultat d'exploitation ajusté 2022 grâce à la hausse des volumes et à un impact favorable des prix. Nous maintenons notre objectif de plus de 200 millions d'euros de Free Cash Flow.

¹ Non audités

² Voir hypothèses de marché p.9

CHIFFRES CLES DU T1 2022

en millions d'euros	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	411,0	515,7
Variation en publié	+15,1%	+25,5%
Variation à base comparable	+20,9%	+18,8%
Variation à taux de change constants	+25,6%	+20,4%
Marge d'exploitation	55,3%	19,0%
Marge d'exploitation ajustée	14,7%	19,8%
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	3,59	1,53
Résultat Net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	0,96	1,60
Flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions	36,0	(1,9)
Situation Nette de Trésorerie	393,6	340,1

FAITS MARQUANTS DU T1 2022

CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2022 a progressé de 20,4 % à taux de change constants et de 18,8 % à base comparable.

La division **Flame For Life** a été le principal moteur de la croissance organique. Les Briquets aux Etats-Unis ont contribué à hauteur de 37 % à la croissance du chiffre d'affaires total du Groupe à base comparable. La performance exceptionnelle des ventes aux distributeurs aux États-Unis (+29% de croissance) s'explique en partie par la livraison de commandes qui n'avaient pas pu être honorées au T4 2021 (environ 17 points de croissance). La performance a également été portée par des gains de distribution significatifs grâce à une solide exécution commerciale, par le succès continu de notre briquet utilitaire de poche **BIC EZ Reach**, et par un ajustement des prix (environ 13 points de croissance au total).

La croissance organique de la division **Human Expression** est en partie attribuable à une très bonne rentrée scolaire au Brésil où le marché de la papeterie a augmenté de 72 %³, tiré par la performance du segment du Coloriage. Nous avons gagné 0,5 pt de part de marché en valeur grâce à une très bonne visibilité en magasin. En Europe et en Amérique du Nord, la performance de nos produits de papeterie classiques est due en partie à des commandes anticipées de rentrée scolaire (soit un impact d'environ 5 millions d'euros sur le chiffre d'affaires du T1). Le Mexique, l'Afrique du Sud et l'Inde, qui avaient été très affectés par la pandémie, se sont fortement redressés, avec une croissance à deux chiffres et trois chiffres à base comparable.

Les produits à valeur ajoutée de la division **Blade Excellence** ont continué de contribuer à la performance de notre segment du non-rechargeable et ont représenté plus de 70 % de la progression du segment au T1. Comme prévu, l'activité **B2B BIC Blade-Tech** monte en puissance, contribuant à hauteur d'environ 30 % à la croissance totale du chiffre d'affaires de **Blade Excellence** à fin mars.

RENTABILITE

Le **taux de marge brute du premier trimestre 2022** a augmenté de 0,2 point pour s'établir à 51,8 %. L'impact de l'augmentation des coûts des matières (-3 pts par rapport au T1 2021) a été plus que compensé par l'absorption favorable des coûts fixes (+2,7 pts) et un impact favorable des prix (+0,7 pt). **Le résultat d'exploitation ajusté a augmenté de 68,3 % et la marge d'exploitation ajustée s'est établie à 19,8 %**, portée par un effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires (+6,3 pts) qui a largement compensé la hausse des dépenses de fret et de distribution (-0,6 pt) ainsi que de soutien à la marque (-1,0 pt). Pour l'exercice 2022, et sur la base des hypothèses actuelles de marché, les pressions inflationnistes devraient peser à hauteur d'environ 100 millions d'euros sur le résultat d'exploitation ajusté. Cet impact négatif devrait être plus que compensé par la hausse des volumes et des ajustements de prix.

FLUX DE TRESORERIE

La **Marge Brute d'Autofinancement** a atteint 122,8 millions d'euros, grâce à l'amélioration de la performance opérationnelle. La variation de -107,1 millions d'euros du besoin en fonds de roulement et autres est due à l'augmentation des créances clients (-49,3 millions d'euros) liée à la croissance forte du chiffre d'affaires, à la hausse des niveaux d'inventaires (-84,9 millions d'euros) due à la constitution de stocks en amont de la rentrée scolaire et destinée à assurer l'approvisionnement à nos clients, et à un moindre niveau, à l'inflation des coûts (matières premières, fret et électricité). **Les flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions** se sont élevés à -1,9 million d'euros au premier trimestre 2022. **La situation nette de trésorerie à fin mars** était de 340,1 millions d'euros dont 58,3 millions d'euros liés à l'acquisition d'Inkbox.

³ A fin février - Nielsen, couverture du marché estimée à 16%

PROGRES SUR L'EXÉCUTION DU PLAN HORIZON

INNOVATION OUVERTE ET CENTREE SUR LE CONSOMMATEUR

Conformément à notre plan Horizon, le chiffre d'affaires du T1 a été porté par des innovations centrées sur le consommateur. Lancé sur la plupart de nos marchés, le nouveau **feutre Intensity Color Change** transforme l'écriture au quotidien en une opportunité d'Expression Créative. Notre briquet utilitaire de poche **BIC EZ Reach** a atteint une part de marché de 5,7 % en valeur aux États-Unis⁴, grâce à des gains de distribution, notamment dans les magasins de proximité, et au soutien de la seconde édition de la campagne publicitaire avec Snoop Dogg et Martha Stewart. **BIC Soleil Escape**, notre nouveau rasoir féminin, offrant une véritable expérience sensorielle, et la version non-rechargeable de **Us**, notre rasoir non genré, ont été les principaux moteurs de la performance de la division *Blade Excellence* aux États-Unis depuis le début d'année.

E-COMMERCE

Le chiffre d'affaires total du e-commerce a été tiré par une croissance à deux chiffres des *Omniretailers*, compensant le ralentissement des *Pure Players*. Il se compare à un fort T1 2021 qui avait bénéficié d'un réapprovisionnement des stocks à la suite de la pandémie. Les ventes dans les marchés en croissance ont augmenté de plus de 50 %, grâce à une croissance à trois chiffres en Inde, et à une bonne performance de la Grande Distribution au Brésil. Notre activité Rasoirs a connu un très bon début d'année avec une croissance de plus de 50% du chiffre d'affaires, tirée par l'Amérique du Nord.

REVENUE GROWTH MANAGEMENT

Alors que nous continuons de réduire la complexité de notre portefeuille, nous avons réduit de 10 % le nombre de références de produits (SKUs) durant le T1 2022. Nous sommes en bonne voie pour atteindre nos objectifs d'augmentation de 11 % du chiffre d'affaires moyen par référence en 2022.

CROISSANCE EXTERNE

Le 1^{er} février 2022, nous avons finalisé l'**acquisition d'Inkbox**, un des leaders du tatouage semi-permanent de haute qualité, marquant une nouvelle étape dans la stratégie d'acquisitions ciblées de BIC afin de renforcer ses activités existantes et de se développer sur des segments adjacents à forte croissance. Cette acquisition est une étape importante dans la transformation de BIC en une entreprise dynamique, toujours plus centrée sur le consommateur.

DEVELOPPEMENT DURABLE

Nous continuons à progresser dans notre démarche de développement durable, afin de réduire l'utilisation de plastique vierge dans nos produits et emballages, et en lançant des produits innovants à plus faible impact environnemental, comme notre nouveau BIC Click Soleil 5 pour femmes. Disponible depuis la fin du premier trimestre, ce rasoir est fabriqué à partir d'un nouveau matériau recyclé développé par [Avient](#), et son manche contient plus de 40% de matériaux recyclés.

UKRAINE ET RUSSIE – MISE À JOUR

Le Groupe suit de près la situation, et notre priorité absolue demeure la santé et la sécurité des personnes directement liées à nos activités. Nous ne fabriquons pas de produits et ne nous approvisionnons pas en matières premières en Ukraine ou en Russie. Fin 2021, l'Ukraine et la Russie représentaient 2,4% du chiffre d'affaires total du Groupe (1,8% en Russie et 0,6% en Ukraine). Une dépréciation d'actifs de 3,0 millions d'euros a été effectuée pour refléter la situation en Ukraine.

⁴ Fin de période: 3 Avril 2022 – IRI – couverture du marché estimée à 70%

CHIFFRE D'AFFAIRES, RÉSULTAT D'EXPLOITATION (EBIT) ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ

<i>en millions d'euros</i>	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	411,0	515,7
Marge brute	212,1	267,1
Taux de marge brute	51,6%	51,8%
Capacité d'autofinancement (EBITDA)	250,9	123,6
Résultat d'exploitation (EBIT)	227,3	97,9
<i>Marge d'exploitation</i>	55,3%	19,0%
Eléments non-récurrents	(166,8)	4,0
Résultat d'exploitation ajusté	60,5	101,9
<i>Marge d'exploitation ajustée</i>	14,7%	19,8%

La marge brute du premier trimestre 2022 a augmenté de 0,2 point pour s'établir à 51,8 % contre 51,6 % en 2021. Le résultat d'exploitation ajusté du T1 2022 a été favorablement impacté par l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires.

Au 1^{er} trimestre 2022, les éléments non récurrents incluent :

- (1,0) million d'euros de coûts d'acquisition liés à Inkbox, acquis en janvier 2022,
- (3,0) millions d'euros liés à la perte de valeur sur les opérations en Ukraine.

Au 1^{er} trimestre 2021, les éléments non récurrents incluaient :

- 167,7 millions d'euros sur la plus-value de la vente du siège de Clichy,
- 3,0 millions d'euros de plus-value de cession de Pimaco,
- (3,9) millions d'euros de coûts de restructuration liés au plan de transformation de BIC.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION AJUSTÉE <i>en points</i>	T1 2021 vs. T1 2020	T1 2022 vs. T1 2021
• Variation de la marge brute	+0,5	+0,2
• Soutien à la marque	+1,2	-0,5
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses ⁵	+5,9	+5,4
Variation de la marge d'exploitation ajustée	+7,6	+5,1

RÉSULTAT NET ET RESULTAT NET PAR ACTION

<i>en millions d'euros</i>	T1 2021	T1 2022
Résultat d'exploitation (EBIT)	227,3	97,9
Résultat financier	0,8	(2,6)
Résultat avant impôts	228,2	95,2
Résultat Net Part du Groupe	161,6	67,6
Résultat Net Part du Groupe Ajusté	43,0	71,0
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)⁶	0,96	1,60
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	3,59	1,53

La baisse du revenu financier au T1 2022 s'explique par l'impact défavorable en 2022 de la réévaluation d'actifs financiers libellés en dollar américain par rapport au real brésilien.

Le taux d'imposition effectif au T1 2022 est de 29,0% contre 29,8% pour l'année 2021.

⁵ Les autres dépenses incluent notamment le fret et la distribution, ainsi que la R&D

⁶ Voir glossaire.

SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE <i>en millions d'euros</i>	2021	2022
Situation nette de trésorerie (début de période - décembre)	183,9	400,1
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+51,9	+15,7
• Dont Marge brute d'autofinancement	+91,1	+122,8
• Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres	(39,2)	(107,1)
Investissements industriels ⁷	(15,9)	(17,6)
Programme de rachat d'actions	(3,2)	(13,1)
Flux net liés au contrat de liquidité	+0,5	(0,3)
Produit de la vente du siège de Clichy	+173,9	-
Produit de la cession de Pimaco	+3,4	+1,1
Acquisitions ⁸	(4,2)	(58,3)
Autres éléments	+3,3	+12,5
Situation nette de trésorerie (début de période - mars)	393,6	340,1

À fin mars 2022, la situation nette de trésorerie du Groupe s'élevait à 340,1 millions d'euros. Les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation ont été affectés par une variation défavorable du besoin en fonds de roulement due à l'augmentation des créances clients liée au chiffre d'affaires élevé du premier trimestre, par la constitution de stocks et par la hausse des niveaux de stocks du fait de l'augmentation des coûts des matières et du transport. La trésorerie nette a également été impactée par l'acquisition d'Inkbox.

RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

- Dividende ordinaire de 2,15 euros par action payé en juin 2022,
- 13,1 millions d'euros de rachats d'actions par SOCIÉTÉ BIC à fin mars 2022. 277 565 actions ont été achetées à un prix moyen de 47,29 euros.

⁷ Ceci inclut respectivement -5,6 millions d'euros et -1,7 millions d'euros pour 2022 et 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

⁸ Inkbox en 2022, Haco Industries Ltd, Rocketbook et Djeeep en 2021

TENDANCES OPÉRATIONNELLES PAR DIVISION

HUMAN EXPRESSION (PAPETERIE)

en millions d'euros	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	131,1	168,3
Variation en publié (vs. année précédente)	(3,3)%	+28,4%
Variation à base comparable (vs. année précédente)	(1,3)%	+21,4%
Variation à taux de change constants (vs. année précédente)	(11.2)%	+25,4%
Résultat d'exploitation ajusté	3,4	11,4
Marge d'exploitation ajustée	2,6%	6,8%

La performance soutenue de la **division Human Expression** a été portée par la majorité des zones géographiques avec une croissance à deux chiffres en Europe, en Amérique latine, au Moyen-Orient, en Afrique et en Inde.

En Europe et en Amérique du Nord, des commandes anticipées de la part de nos clients et destinées à la rentrée scolaire 2022 ont été livrées pour un montant total d'environ 5 millions d'euros. **En Europe**, la performance a été tirée par l'Europe de l'Ouest (France, Allemagne, Italie et Royaume-Uni). **Aux États-Unis**, le marché de la papeterie a progressé en valeur d'environ 5 %⁹, tiré par les produits à valeur ajoutée comme les stylos gel. BIC a gagné +0,2 pt de part de marché grâce aux produits de papeterie classiques, tels que les porte-mines et les produits de correction. Après un excellent premier trimestre 2021 porté par un réapprovisionnement important des clients, la performance de **Rocketbook** a subi l'impact négatif d'un début d'année atone.

La rentrée scolaire **dans l'hémisphère sud** a été très bonne. **Au Brésil**, le marché a connu une croissance à deux chiffres grâce à une forte reprise par rapport à l'an dernier, et BIC a gagné 0,5 pt en valeur¹⁰ stimulé par une excellente exécution en magasin. En ligne avec notre objectif de développement dans l'Expression Créative, le segment du Coloriage a fortement contribué à la croissance, et nous avons gagné 2 pts de part de marché en valeur sur ce segment. **Au Mexique**, le marché a augmenté de plus de 30 % en valeur¹¹, tiré par le retour à l'école et au bureau. BIC a cédé 0,7 pt de part de marché globale du fait du poids des stylos à bille dans son portefeuille, mais a surperformé le marché sur des segments à valeur ajoutée comme le Coloriage. **Au Moyen-Orient et en Afrique**, le chiffre d'affaires a connu une progression à deux chiffres, stimulée par une bonne rentrée scolaire en Afrique du Sud et au Kenya. En **Inde**, le chiffre d'affaires de Cello a enregistré une croissance à deux chiffres, portée par une reprise continue du marché et par une solide performance en e-commerce.

La **marge d'exploitation ajustée de la division Human Expression** s'est élevée à 6,8 % contre 2,6 % au T1 2021, bénéficiant de l'impact positif de l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et de l'absorption favorable des coûts fixes. Ceci a été partiellement compensé par l'augmentation des coûts des matières premières et de transport ainsi que par les investissements d'Inkbox dans la croissance.

FLAME FOR LIFE (BRIQUETS)

en millions d'euros	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	174,5	226,4
Variation en publié (vs. année précédente)	+44,2%	+29,7%
Variation à base comparable (vs. année précédente)	+54,2%	22,4%
Variation à taux de change constants (vs. année précédente)	+57,8%	+22,9%
Résultat d'exploitation ajusté	65,1	87,1
Marge d'exploitation ajustée	37,3%	38,5%

La **division Flame for Life** a été tirée par une très bonne performance en Amérique du Nord. **Aux États-Unis**, le marché des briquets de poche a perdu -12,2 % en volume et -5,3 % en valeur¹², comparé à un solide T1 2021. BIC a maintenu sa position de leader et gagné des parts de marché en volume (+ 2,7 pts) et en valeur (+ 0,8 pt). Ces bons résultats ont été tirés par une très bonne exécution commerciale dans la Grande Distribution et par un effet prix et mix favorable grâce à la croissance des briquets à valeur ajoutée. Toujours aussi performant, **BIC EZ Reach** a atteint 5,7 % du marché

⁹ Fin de période au 02-AVR-2022 - Données NPDI

¹⁰ A fin Février - Nielsen, couverture estimée à 16%

¹¹ A fin Février - Nielsen, couverture estimée à 24%

¹² Fin de période au 03-AVR-2022 - IRI - couverture du marché estimée à 70%

en valeur. La performance du chiffre d'affaires aux États-Unis au T1 a bénéficié de l'impact positif des reports de livraison du T4 2021, d'une hausse des prix d'environ 5 % notamment dans les magasins de proximité, et de gains de distribution. Le marché des **briquets utilitaires** était en baisse de 13,6 % en valeur¹³, BIC cédant 2,1 pts en raison du manque de disponibilité des produits résultant des problèmes de fret maritime et de l'allongement des délais de livraison.

En Europe, le chiffre d'affaires a enregistré une progression à deux chiffres grâce à une hausse des prix, à la poursuite de la reprise des réseaux traditionnels et au succès des produits à valeur ajoutée tels que les briquets DjEEP et les briquets décorés. **En Amérique latine**, la performance a été solide au Brésil, tirée par la hausse continue des usages fumeurs et non-fumeurs, par les barrières importantes à l'importation de briquets et par une augmentation des prix.

La marge d'exploitation ajustée de la division *Flame for Life* était de 38,5 % contre 37,3 % au T1 2021, bénéficiant de l'impact positif de l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et de l'absorption favorable des coûts fixes. Ceci a été partiellement compensé par la hausse des coûts des matières premières et du fret aérien et maritime, ainsi que par des investissements plus importants dans le soutien à la marque liés notamment, à la campagne publicitaire de *BIC EZ Reach* aux États-Unis.

BLADE EXCELLENCE (RASOIRS)

en millions d'euros	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	96,4	113,5
<i>Variation en publié (vs. année précédente)</i>	(5,5)%	+17,7%
<i>Variation à base comparable (vs. année précédente)</i>	+4,5%	+12,2%
Variation à taux de change constants (vs. année précédente)	+5,0%	+12,5%
Résultat d'exploitation ajusté	12,2	25,4
Marge d'exploitation ajustée	12,7%	22,4%

La performance de la division **Blade Excellence** a été tirée par les produits à valeur ajoutée en Europe, par une croissance solide en Amérique latine et par le succès de la montée en puissance de notre activité *B2B* de vente de lames, *BIC Blade-Tech* dont la contribution à la croissance de la division était d'environ 30 %.

En Europe, BIC a gagné des parts de marché en France (+3,1 pts en valeur) et au Royaume-Uni (+1,6 pt en valeur)¹⁴ grâce aux succès des produits 3 lames sur les segments féminin et masculin. Le chiffre d'affaires a été tiré par la France, le Royaume-Uni, la Pologne et la Turquie. Conformément aux objectifs de notre plan Horizon, nos produits à valeur ajoutée telles que les gammes Flex et Soleil, ont contribué avec succès à la croissance. **Aux États-Unis**, la performance a été stimulée par le succès de notre nouvelle innovation, le rasoir *BIC Soleil Escape*, en partie neutralisée par la sous-performance des rasoirs de notre gamme hybride. Nous avons poursuivi le déploiement réussi de notre stratégie de montée en gamme en **Amérique latine**. Le Brésil comme le Mexique ont affiché une croissance forte à deux chiffres. Au Brésil, nous avons gagné des parts de marché (+0,3 pt en valeur)¹⁵ grâce aux produits *premium* tels que Comfort 3 et Simply Soleil, et nous avons surperformé le marché au Mexique (+0,3 pt en valeur) sur les réseaux traditionnels et modernes.

Le résultat d'exploitation ajusté de la division *Blade Excellence* s'est élevé à 22,4 % contre 12,7 % au T1 2021, tiré par l'impact positif de l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires, par l'absorption favorable des coûts fixes ainsi que par la contribution positive de notre activité *B2B*, *BIC Blade-Tech*.

¹³ Fin de période au 03-AVR-2022 - IRI - couverture du marché estimée à 70%

¹⁴ A fin Mars 2022 - Nielsen

¹⁵ A fin Février - Nielsen, couverture estimée à 62%

AUTRES PRODUITS

<i>en millions d'euro</i>	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	9,0	7,6
<i>Variation en publié</i>	+29,4%	(16,5)%
<i>Variation à base comparable</i>	+29,7%	(16,4)%
<i>Variation à taux de change constants</i>	+29,7%	(16,4)%
Résultat d'exploitation ajusté	(0,2)	(1,8)
Résultat d'exploitation (EBIT)	(0,2)	(1,8)

COÛTS NON ALLOUÉS

<i>en millions d'euros</i>	T1 2021	T1 2022
Résultat d'exploitation ajusté	(20,0)	(20,3)
Résultat d'exploitation (EBIT)	146,8	(20,3)

Les coûts non-alloués sont principalement liés aux coûts centraux et à la plus-value sur la vente du siège social de Clichy pour 167,7 millions d'euros au T1 2021.

ANNEXES

HYPOTHESES DE TENDANCES DE MARCHES EN 2022

Nos perspectives 2022 sont fondées sur les hypothèses de marché suivantes¹⁶:

Tendances de marchés (en valeur) :

- **Europe** : Papeterie : Baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*) ; Briquets : stable à légère baisse (*flat to low single-digit*) ; Rasoirs : stable à légère baisse (*flat to low-single-digit*)
- **Amérique du Nord** :
 - Papeterie aux Etats-Unis : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Briquets de poche aux Etats-Unis : baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Rasoirs aux Etats-Unis : légère baisse des rasoirs non-rechargeables (*Slight decrease*)
- **Amérique latine** : forte croissance (*double-digit*) de la papeterie, baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*) des briquets, croissance légère à modérée (*low to mid-single-digit*) dans les rasoirs
- **Inde** : croissance soutenue (*double digit*) de la Papeterie

Résultat d'Exploitation :

- Marge Brute
 - Augmentation des volumes et des prix
 - Hausse des coûts des matières premières et du fret aérien et maritime
 - Léger impact défavorable des devises (impact négatif de la couverture de l'USD par rapport à l'Euro et impact positif de l'USD par rapport au MXN)
 - Contribution positive de Inkbox
- Résultat d'exploitation (EBIT) ajusté
 - Augmentation des investissements de soutien à la marque en soutien de la croissance du chiffre d'affaires – Augmentation de la R&D et des dépenses opérationnelles en soutien de la croissance à long terme du chiffre d'affaires et de l'innovation
 - Economies supplémentaires
 - Impact défavorable sur le résultat d'exploitation 2022 des investissements de croissance de Inkbox

Flux de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions :

- Environ 100 millions d'euros d'investissements industriels

Devises : Taux de couverture USD-Euro 2022 : 1,1750

CHIFFRE D'AFFAIRES DU T1 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE <i>en million d'euros</i>	T1 2021	T1 2022	% En publié	% A taux de change constant	% A base comparable
Groupe	411,0	515,7	+25,5 %	+20,4 %	+18,8 %
Europe	125,2	146,5	+17,0 %	+18,9 %	+18,9 %
Amérique du Nord	184,1	233,5	+26,8 %	+18,1 %	+16,5 %
Amérique Latine	58,2	84,3	+44,7 %	+35,3 %	+31,0 %
Moyen-Orient et Afrique	22,0	28,4	+29,1 %	+23,2 %	+23,2 %
Asie et Océanie (Inde inclus)	21,5	23,1	+7,6 %	+4,9 %	+4,9 %

¹⁶ Euromonitor et Estimations BIC

CHIFFRE D'AFFAIRES DU T1 PAR CATÉGORIE <i>en millions d'euros</i>			% En publié	Impact de change ¹⁷ (en points)	Changement de Périmètre ¹⁸ (en points)	Impact de l'Argentine ¹⁹ (en points)	% À base comparable
	T1 2021	T1 2022					
Groupe	411,0	515,7	+25,5 %	+5,4	+0,7	+0,6	+18,8 %
<i>Human Expression - Papeterie</i>	131,1	168,3	+28,4 %	+3,7	+1,8	+1,5	+21,4 %
<i>Flame for Life - Briquets</i>	174,5	226,4	+29,7 %	+7,1	-	+0,2	+22,4 %
<i>Blade Excellence - Rasoirs</i>	96,4	113,5	+17,7 %	+5,4	+0,1	(0,1)	+12,2 %
<i>Autres Produits</i>	9,0	7,6	(16,5) %	(0,1)	-	-	(16,4) %

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) <i>en %</i>		
	T1 2021	T1 2022
Périmètre	+4,0	+0,7
Devises	(9,5)	+5,4
<i>Dont USD</i>	(4,5)	+3,9
<i>Dont BRL</i>	(2,7)	+1,1
<i>Dont MXN</i>	(0,6)	+0,3
<i>Dont AUD</i>	+0,2	+0,0
<i>Dont ZAR</i>	(0,1)	+0,1
<i>Dont RUB et UAH</i>	(0,6)	(0,1)

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR CATÉGORIE <i>en millions d'euros</i>		
	T1 2021	T1 2022
Groupe	227,3	97,9
<i>Marge en %</i>	55,3 %	19,0 %
<i>Human Expression - Papeterie</i>	5,2	10,2
<i>Marge en %</i>	4,0 %	6,1 %
<i>Flame for Life - Briquets</i>	63,4	86,6
<i>Marge en %</i>	36,3 %	38,2 %
<i>Blade Excellence - Rasoirs</i>	12,2	23,2
<i>Marge en %</i>	12,7 %	20,4 %
<i>Autres produits</i>	(0,2)	(1,8)
<i>Coûts non alloués</i>	146,8	(20,3)

RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTE PAR CATÉGORIE <i>en millions d'euros</i>		
	T1 2021	T1 2022
Groupe	60,5	101,9
<i>Marge en %</i>	14,7 %	19,8 %
<i>Human Expression - Papeterie</i>	3,4	11,4
<i>Marge en %</i>	2,6 %	6,8 %
<i>Flame for Life - Briquets</i>	65,1	87,1
<i>Marge en %</i>	37,3 %	38,5 %
<i>Blade Excellence - Rasoirs</i>	12,2	25,4
<i>Marge en %</i>	12,7 %	22,4 %
<i>Autres produits</i>	(0,2)	(1,8)
<i>Coûts non alloués</i>	(20,0)	(20,3)

¹⁷ Impact des devises excluant le Peso argentin (ARS)

¹⁸ Acquisitions de Inkbox en 2022 et cession de Pimaco au T1 2021

¹⁹ Voir glossaire

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ <i>en millions d'euros</i>	T1 2021	T1 2022
Chiffre d'affaires	411,0	515,7
Coût des ventes	198,9	248,6
Marge brute	212,1	267,1
<i>Charges administratives et autres charges d'exploitation</i>	<i>(15,2)</i>	<i>169,2</i>
Résultat d'exploitation (EBIT)	227,3	97,9
Résultat financier	0,8	(2,6)
Résultat avant impôts	228,2	95,2
Impôts	(66,6)	(27,6)
Résultat Net Part du Groupe	161,6	67,6
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	3,59	1,53
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	44 994 288	44 318 110

BILAN RESUME <i>En million d'euros</i>	31 Mars 2021	31 Mars 2022
ACTIFS		
Actif non courant	1 062,1	1 181,8
Actif courant	1 370,7	1 517,5
<ul style="list-style-type: none"> Trésorerie et équivalents de trésorerie 	464,7	413,0
TOTAL DE L'ACTIF	2 432,8	2 699,3
PASSIFS ET CAPITAUX PROPRES		
Capitaux propres	1 622,7	1 835,5
Passif non courant	249,3	209,1
Passif courant	560,8	654,7
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	2 432,8	2 699,3

RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ <i>en millions d'euros</i>	T1 2021	T1 2022
EBIT	227,3	97,9
<i>Coûts de restructuration (plan de transformation)</i>	<i>3,9</i>	<i>-</i>
<i>Plus-value de la vente du siège de Clichy</i>	<i>(167,7)</i>	<i>-</i>
<i>Plus-value de cession de Pimaco</i>	<i>(3,0)</i>	<i>-</i>
<i>Coûts d'acquisition</i>	<i>-</i>	<i>1,0</i>
<i>Dépréciation des opérations en Ukraine</i>	<i>-</i>	<i>3,0</i>
Résultat d'exploitation (EBIT) ajusté	60,5	101,9

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION AJUSTÉ (BNPA) <i>en millions d'euros</i>	T1 2021	T1 2022
Résultat net Part du Groupe par action	3,59	1,53
<i>Coûts de restructuration (plan de transformation)</i>	<i>+0,06</i>	<i>-</i>
<i>Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine</i>	<i>+0,02</i>	<i>-</i>
<i>Plus-value de la vente du siège de Clichy</i>	<i>(2,67)</i>	<i>-</i>
<i>Plus-value de cession de Pimaco</i>	<i>(0,04)</i>	<i>-</i>
<i>Coûts d'acquisition</i>	<i>-</i>	<i>+0,01</i>
<i>Dépréciation des opérations en Ukraine</i>	<i>-</i>	<i>+0,06</i>
Résultat net Part du Groupe par action ajusté	0,96	1,60

RECONCILIATION DE LA GENERATION DE FLUX NETS DE TRESORERIE DISPONIBLE <i>en millions d'euros - nombres arrondis</i>	T1 2021	T1 2022
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation (1)	+51,9	+15,7
Investissements industriels (2)	(15,9)	(17,6)
Génération de flux nets de trésorerie disponible hors acquisitions et cessions (1) - (2)	36,0	(1,9)

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

SOCIÉTÉ BIC	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré (en euros)	Montant (en millions d'euros)
Janvier 2022	23 100	50,19	1,2
Février 2022	113 568	47,70	5,4
Mars 2022	140 897	46,48	6,5
Total	277 565	47,29	13,1

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 31 mars 2022 le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 44 677 929 actions, représentant :

- 65 721 553 droits de vote,
- 65 278 598 droits de vote nets des actions privées de droits de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin mars 2022 est de : 442 955.

GLOSSAIRE

- **À taux de change constants** : les montants à taux de change constants sont calculés en convertissant les montants de l'année encours aux taux de change moyens mensuels de l'année précédente.
- **Croissance organique ou Base comparable** : signifie à taux de change constants et 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 2020 et 2021
- **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 ou EBIT ajusté** : ajusté signifie hors éléments normalisés.
- **Marge d'exploitation ajusté** : Résultat d'exploitation normalisé divisé par les chiffres d'affaires.
- **Net 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.
- **Situation 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 SOCIETE BIC au 31 mars 2022, ont été arrêtés par le conseil d'administration le 26 avril 2022. Une présentation relative à cette annonce est également disponible sur le site web de BIC (www.bic.com). Le présent document contient des prévisions. Bien que BIC estime que ses attentes sont fondées sur des hypothèses raisonnables, ces déclarations sont soumises à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques supportés par BIC apparaît dans la section « Gestion des risques » du Document de référence universel 2021 de BIC déposé auprès de l'Autorité française des marchés financiers (AMF) le 25 mars 2022.

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.™, Wite-Out®, Inkbox et plus encore. En 2021, le chiffre d'affaires net de BIC était de 1 831,9 millions d'euros. Cotée sur « Euronext Paris », BIC fait partie des indices SBF120 et CAC Mid 60 et est reconnue pour son engagement en faveur du développement durable et de l'éducation. Le Groupe a reçu la note de "A-" dans le classement du CDP. Pour en savoir plus, visitez 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

Michèle Ventura
Senior Manager, Relations Investisseurs
+ 33 1 45 19 52 98
Michele.ventura@bicworld.com

Albane de La Tour d'Artaise
Senior Manager, Relations Presse Institutionnelles
+ 33 1 45 19 51 51
+ 33 7 85 88 19 48
Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com

Isabelle de Segonzac
Image 7
+ 33 6 89 87 61 39
isegonzac@image7.fr

AGENDA 2022 -

TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER

Assemblée Générale des Actionnaires	18 mai 2022
Résultats du S1 2022	2 août 2022
Résultats du T3 2022	27 octobre 2022