



# RÉSULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2020<sup>1</sup>

DÉBUT D'ANNÉE DIFFICILE AVEC LA PERSISTANCE D'UN CONTEXTE DE MARCHÉ DÉFAVORABLE, AGGRAVÉE PAR L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19

Clichy, France, 23 avril 2020 -

en millions d'euros	T1 2019	T1 2020
Chiffre d'affaires	415,4	357,0
Variation en publié	0,0%	(14,1)%
Variation à base comparable	(2,0)%	(13,8)%
Résultat d'exploitation normalisé <sup>2</sup>	54,6	25,3
Marge d'exploitation normalisée	13,1%	7,1%
Résultat net Part du Groupe	39,3	25,0
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,87	0,56
Position Nette de Trésorerie	135,0	143,2

*«La crise que nous traversons, liée à l'épidémie de COVID 19, affecte tant notre vie professionnelle que personnelle. Nous avons tous la responsabilité de limiter la propagation du virus et de soutenir nos communautés. Au cours de ces dernières semaines, ma priorité absolue a été leur santé et leur sécurité, en particulier celles de nos équipes.*

*Nos collaborateurs où qu'ils soient, sur les sites de production ou dans les entrepôts, au sein de nos équipes commerciales ou de nos fonctions support, travaillent tous sans relâche pour servir nos clients et assurer la disponibilité des produits BIC® dans les magasins du monde entier. Je les remercie pour leur courage et leur engagement. Dans les mois à venir, notre enjeu sera de continuer à aider les consommateurs, notamment les plus vulnérables, à accéder à des produits essentiels de la vie quotidienne, abordables et fiables, tels que les instruments d'écriture, les briquets et les rasoirs.*

*Nous sommes confrontés à des défis inédits, mais je suis convaincu que le Groupe BIC dispose de l'expérience, de l'ingéniosité et de l'agilité nécessaires pour surmonter les obstacles actuels. Outre notre modèle économique intégré et notre situation financière saine, l'exécution sans faille de notre plan de transformation nous permettra de sortir renforcés de cette crise ».*

**Gonzalve Bich, Directeur Général**

<sup>1</sup> Chiffres non audités

<sup>2</sup> Voir glossaire

## T1 2020 : TENDANCES OPÉRATIONNELLES ET IMPACT DE L'ÉPIDÉMIE COVID-19

en millions d'euros	T1 2019	T1 2020	En publié	% À base comparable
<b>Groupe</b>	415,4	<b>357,0</b>	(14,1)%	(13,8)%
<b>Europe</b>	122,8	<b>119,1</b>	(3,0)%	(3,0)%
<b>Amérique du Nord</b>	161,8	<b>140,4</b>	(13,2)%	(15,6)%
<b>Amérique Latine</b>	78,9	<b>54,6</b>	(30,8)%	(26,4)%
<b>Moyen-Orient et Afrique</b>	22,2	<b>20,1</b>	(9,8)%	(13,5)%
<b>Asie, Océanie (dont l'Inde)</b>	29,7	<b>22,8</b>	(23,1)%	(19,5)%

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2020 le chiffre d'affaires était en baisse de 14,1% en publié et de 13,8% à base comparable. L'impact défavorable de la variation des devises (-0,4 point) s'explique principalement par la dépréciation du Réal brésilien partiellement compensée par la hausse du dollar américain par rapport à l'euro<sup>3</sup>.

- **Nous avons maintenu, voire gagné, des parts de marché sur presque toutes les zones géographiques**, grâce à des gains de distribution, une bonne exécution, ou au lancement de nouveaux produits. Dans les rasoirs notamment, nous avons fait mieux que le marché en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique latine. Le chiffre d'affaires e-commerce du 1er trimestre a progressé de 12 %, grâce aux ventes réalisées avec les « Pure Players ». **Les tendances de fond de nos trois marchés demeurent cependant difficiles.**
- **Le marché américain des briquets de poche** a continué à baisser (- 6,5 % en valeur comparé à l'année dernière) entraînant un impact négatif sur la variation du chiffre d'affaires du Groupe d'environ -4 points à base comparable
- Au cours des six dernières semaines, **l'épidémie de COVID-19** s'est rapidement propagée, impactant toutes nos zones géographiques et toutes nos catégories. Les établissements scolaires et universitaires ainsi que les activités « non essentielles » ont fermé quasiment partout. La plupart des pays ont confiné leur population, tandis que d'autres, comme l'Inde et l'Afrique du Sud, ont cessé toute activité.

Les consommateurs ont réduit leurs achats et les recentrent sur les produits de première nécessité. De ce fait, le réseau de la grande distribution donne la priorité aux produits alimentaires et d'hygiène. Dans les pays développés comme dans les pays émergents, les magasins traditionnels et ceux de proximité sont fermés ou souffrent d'une baisse importante de leur fréquentation.

L'impact du COVID-19 a pesé d'environ 2 à 3 points sur la variation du chiffre d'affaires au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2020 à base comparable.

De toutes nos catégories, la Papeterie a été la plus touchée en raison des fermetures d'écoles dans de nombreux pays. Les « superstores » et les fournisseurs de bureau ont également été fortement affectés par le travail à distance. Malgré les effets positifs liés à la constitution de stocks qui a marqué le début de l'épidémie, les ventes de briquets et rasoirs ont ralenti, les consommateurs privilégiant les achats de produits de base.

**A fin mars 2020, huit<sup>4</sup> usines BIC étaient fermées** conformément aux directives des autorités locales. Partout ailleurs, toutes les mesures nécessaires ont été prises pour protéger les équipes. À ce jour, environ 90 % des capacités totales de production sont en activité. Notre équipe « achats » centralisée a mis en place un plan d'actions afin de sécuriser l'approvisionnement en matières premières. Les perturbations de livraisons se limitent actuellement à des retards de fret et à des inefficiences induites par la fermeture des frontières en Europe, en Amérique latine et en Afrique.

BIC travaille en étroite collaboration avec tous ses partenaires commerciaux pour atténuer la situation et minimiser l'impact opérationnel et financier à long terme de l'épidémie. De nombreuses actions ont déjà été mises en œuvre ; elles seront complétées dans les prochaines semaines en fonction de l'évolution de la situation :

- Le fonds de roulement est rigoureusement suivi, avec des points quotidiens et des échanges réguliers avec nos clients pour s'assurer du respect des délais de paiements,
- Les investissements industriels ont été réduits et sont maintenant estimés à environ 80 millions d'euros contre 100-110 millions d'euros initialement prévus pour l'année 2020,
- Une gestion proactive des dépenses d'exploitation est mise en œuvre et des mesures de réduction des coûts sont étendues dans l'ensemble de l'organisation.

À fin mars 2020, **la position nette de trésorerie était de 143,2 millions d'euros**. Un examen approfondi de nos capacités de financement a été réalisé. Toutes nos partenaires bancaires ont maintenu, voire augmenté, leur soutien et le Groupe BIC travaille à la mise en place de lignes de crédit supplémentaires en vue de renforcer sa capacité de financement pour la période d'après-crise.

Le 23 mars 2020, BIC a indiqué que ses perspectives pour l'année 2020 n'étaient plus valables. Le 27 mars, le Conseil d'Administration a décidé d'interrompre le programme de rachat d'actions et **de réduire le dividende de 29% à 2,45 euros**.

<sup>3</sup> Hors impact du Peso argentin

<sup>4</sup> Inde (3), Equateur, Afrique du Sud, Tunisie, Nigeria, Espagne (BIC Graphic Europe)

## RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION NORMALISÉ

<i>en millions d'euros</i>	T1 2019	T1 2020
<b>Chiffre d'affaires</b>	415,4	357,0
Marge brute	211,3	182,4
Taux de marge brute	50,9%	51,1%
<b>Résultat d'exploitation</b>	54,6	23,0
<i>Marge d'exploitation</i>	13,1%	6,4%
Eléments non-récurrents	-	2,3
<b>Résultat d'exploitation normalisé</b>	54,6	25,3
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	13,1%	7,1%

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2020, les éléments non-récurrents incluent 2,3 millions d'euros de coûts de restructuration.

La stabilisation de la marge brute au 1<sup>er</sup> trimestre 2020 s'explique par l'impact favorable des effets de change et de la baisse des coûts des matières premières, en partie effacé par l'absorption défavorable des coûts fixes et une augmentation des dépenses de promotion en soutien du développement de l'activité. La marge d'exploitation normalisée du 1<sup>er</sup> trimestre 2020 a été affectée par l'augmentation des dépenses d'exploitation et autres dépenses, liée à la forte baisse du chiffre d'affaires ainsi qu'aux coûts de mise en œuvre de la nouvelle organisation.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE (en points)	T1 2019 vs. T1 2018	T1 2020 vs. T1 2019
• Variation de la marge brute (coûts de production)	(2,9)	+0,2
• Soutien à la marque	(1,4)	(0,2)
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses	+0,7	(6,0)
<b>Variation de la marge d'exploitation normalisée</b>	<b>(3,6)</b>	<b>(6,0)</b>

## RÉSULTAT NET ET BÉNÉFICE NET PAR ACTION

<i>en millions d'euros</i>	T1 2019	T1 2020
<b>Résultat d'exploitation</b>	54,6	23,0
Résultat financier	0,8	11,8
Résultat avant impôts	55,4	34,8
Taux effectif d'imposition	29,0%	28,0%
Résultat Net Part du Groupe	39,3	25,0
<b>Résultat Net Part du Groupe normalisé<sup>5</sup></b>	<b>40,1</b>	<b>26,9</b>
Résultat net Part du Groupe par action normalisé (en euros)	0,89	0,60
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	0,87	0,56

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2020, l'augmentation du résultat financier s'explique par l'impact favorable plus important en 2020 de la réévaluation des actifs financiers libellés en dollars US (contre le BRL et MXN).

<sup>5</sup> Hors impact des coûts de restructuration 2020 et de l'application de la norme d'hyperinflation en Argentine en 2019 et 2020.

## SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE <i>en millions d'euros</i>	2019	2020
SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE (DEBUT DE PERIODE - DECEMBRE)	161,5	146,9
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+30,2	+34,9
• <i>Dont Marge brute d'autofinancement</i>	+62,9	+22,7
• <i>Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres</i>	(32,7)	+12,3
Investissements industriels	(20,1)	(15,9)
Programme de rachat d'actions	(33,1)	(7,4)
Flux net liés au contrat de liquidité	(0,3)	(0,4)
Acquisition d'Haco Industries Ltd	(1,8)	(2,7)
Autres	(1,4)	(12,2)
SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE (FIN DE PERIODE - MARS)	135,0	143,2

À fin mars 2020, la position nette de trésorerie était de 143,2 millions d'euros. Les investissements industriels et les rachats d'actions ont impacté négativement la position nette de trésorerie.

### RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

- Dividende ordinaire de 2,45 euros par action qui sera payé en juin 2020.
- 7,4 millions d'euros de rachats d'actions par SOCIETE BIC à fin mars 2020 (136 383 actions achetées à un prix moyen de 53,90 euros).

## TENDANCES OPERATIONNELLES PAR CATEGORIE

### PAPETERIE

En millions d'euros	T1 2019 Retraité des coûts non alloués	T1 2020
<b>Chiffre d'affaires</b>	148,3	<b>126,9</b>
Variation en publié	(2,3)%	<b>(14,4)%</b>
<b>Variation à base comparable</b>	(5,8)%	<b>(14,8)%</b>
Résultat d'exploitation normalisé	<b>6,4</b>	<b>0,8</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	4,3%	<b>0,7%</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>6,4</b>	<b>0,8</b>
<b>Marge d'exploitation</b>	4,3%	<b>0,6%</b>

Par zone géographique	Tendances du marché (en valeur)	BIC Evolution du Chiffre d'affaires T1 2020 (à base comparable)
<b>Europe</b>	-0,2% à fin février 2020 (GfK EU7)	Légère baisse ("low-single digit")
<b>Amérique du Nord</b>	-4,0% à fin mars 2020 (NPD U.S.)	Légère baisse à deux chiffres ("low double-digit")
<b>Amérique Latine</b>	-	Baisse à deux chiffres ("double-digit")
<b>Moyen-Orient et Afrique</b>	-	Légère baisse à deux chiffres ("low double-digit")
<b>Asie, Océanie (dont Inde)</b>	-	Baisse à deux chiffres ("double-digit")

- **En Europe**, BIC a surperformé un marché stable, notamment en France, où nous avons gagné 1,1 point de part de marché en valeur<sup>6</sup>. La progression du chiffre d'affaires résulte des performances enregistrées en France et en Allemagne grâce à des produits à valeur ajoutée tels que BIC® Gelocivity Full Grip et le BIC®4-Couleurs Velours. Le Groupe a également réalisé de bonnes performances en Turquie et en Russie.
- **Aux États-Unis**, le marché de la papeterie a baissé de 4,0 % en valeur<sup>7</sup>, et BIC a gagné 0,1 point de part de marché en valeur. Nous avons augmenté notre part de marché dans les segments des produits à valeur ajoutée et des produits classiques tels que les stylos Gel et les crayons porte-mines. Nous avons également continué à surperformer le marché du commerce en ligne, gagnant 0,8 point de part de marché en valeur.
- **En Amérique latine**, le Brésil a connu un bon début d'année grâce aux commandes de réapprovisionnement de la rentrée scolaire. Ceci fut contrebalancé par une performance médiocre en Équateur, ainsi que par de faibles ventes aux distributeurs au Mexique avec un niveau plus élevé d'opérations promotionnelles dans un environnement concurrentiel.
- **Au Moyen-Orient et en Afrique**, la performance a été tirée par l'Afrique du Sud grâce à une bonne saison de rentrée scolaire, neutralisée par une forte baisse des ventes aux distributeurs et aux grossistes, ainsi que par l'impact des fermetures des frontières dans la plupart des pays, en raison de l'épidémie de COVID 19.
- **En Inde**, les ventes domestiques de Cello ont enregistré une baisse à deux chiffres, en raison d'un démarrage de l'activité difficile en début d'année, les inventaires des « *superstockists* » étant restés élevés, et des mauvaises performances sur les quatre dernières semaines, fortement affectées par les mesures de confinement dans le pays.

**Au premier trimestre 2020, la marge d'exploitation normalisée en Papeterie** était de 0,7% comparé à 4,3% en 2019. L'amélioration de la marge brute, due à un impact positif des devises et des coûts des matières premières, a été plus que compensée par l'augmentation des investissements de soutien à la marque, le recul des ventes et l'augmentation des dépenses d'exploitation liée à la mise en place de la nouvelle organisation.

<sup>6</sup> GfK - à fin février 2020 EU7

<sup>7</sup> NPD - à fin mars 2020

## BRIQUETS

<i>in millions d'euros</i>	<b>T1 2019</b> <i>Retraité des coûts non alloués</i>	<b>T1 2020</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	149,7	<b>121,0</b>
<i>Variation en publié</i>	-2,0%	<b>(19,2)%</b>
<b>Variation à base comparable</b>	-5,5%	<b>(18,7)%</b>
Résultat d'exploitation normalisé	51,1	<b>34,7</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	34,2%	<b>28,7%</b>
Résultat d'exploitation	51,1	<b>34,5</b>
<i>Marge d'exploitation</i>	34,2%	<b>28,5%</b>

<b>Par zone géographique</b>	<b>Tendances du marché</b> <i>(en valeur)</i>	<b>BIC</b> <b>Evolution du Chiffre d'affaires T1 2020</b> <i>(à base comparable)</i>
<b>Europe</b>	-	Baisse d'environ 5% ("mid-single digit")
<b>Amérique du Nord</b>	-6,5% à fin mars 2020 (IRI)	Baisse à deux chiffres ("double digit")
<b>Amérique Latine</b>	-	Baisse à deux chiffres ("double digit")
<b>Moyen-Orient et Afrique</b>	-	Baisse d'environ 5% ("mid-single digit")
<b>Océanie, Asie (dont Inde)</b>	-	Stable

- **En Europe**, la performance en Allemagne et en Europe de l'Est, notamment en Russie, a été bonne, avec de nouveaux gains de distributions et la mise en œuvre d'opérations promotionnelles. Les ventes ont été plus faibles en France, en Italie et au Royaume-Uni.
- **En Amérique du Nord**, le marché des briquets de poche reste difficile, en baisse de 6,5% en valeur et 6,7% en volume<sup>8</sup>. BIC a réalisé des performances comparables à celles du marché des briquets de poche, tout en surperformant celui des briquets utilitaires, qui est en forte croissance (+10,6 % en valeur), gagnant 5,3 points en valeur grâce à des gains de distribution. Au cours des quatre dernières semaines et à la suite de l'épidémie de COVID-19, la tendance du marché des briquets de poche s'est améliorée dans la grande distribution et dégradée dans les magasins de proximité, les consommateurs ayant progressivement arrêté leurs achats dans les petits magasins (notamment les stations-service).
- **Le chiffre d'affaires en Amérique Latine** a été impacté en début d'année par un niveau élevé des stocks chez les distributeurs au Mexique et une baisse des commandes de réapprovisionnement de la part des détaillants en mars, ceux-ci donnant la priorité aux produits de base et à l'alimentation.

La **marge d'exploitation normalisée du premier trimestre 2020** était de 28,7% comparé à 34,2 % en 2019. La baisse s'explique par le fort recul du chiffre d'affaires et par la hausse des dépenses d'exploitation liées à la mise en place de la nouvelle organisation, compensés en partie par de moindres dépenses de soutien à la marque par rapport au premier trimestre 2019.

## RASOIRS

<i>En millions d'euros</i>	<b>T1 2019</b> <i>Retraité des coûts non alloués</i>	<b>T1 2020</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	109,0	<b>102,0</b>
<i>Variation en publié</i>	+12,4%	<b>(6,4)%</b>
<b>Variation à base comparable</b>	+10,0%	<b>(5,9)%</b>
Résultat d'exploitation normalisé	11,0	<b>7,7</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	10,1%	<b>7,5%</b>
Résultat d'exploitation	11,0	<b>7,5</b>
<i>Marge d'exploitation</i>	10,1%	<b>7,3%</b>

<sup>8</sup> IRI - Fin de période 29 mars 2020

Par zone géographique	Tendances du marché (en valeur)	BIC Evolution du Chiffre d'affaires T1 2020 (à base comparable)
Europe	-0,2% à fin février 2020 (Nielsen)	Légère augmentation («low-single digit»)
Amérique du Nord	-1,2% à fin mars 2020 (IRI for U.S)	Baisse d'environ 5% («mid-single digit»)
Amérique Latine	-	Légère baisse à deux chiffres (« low double-digit »)
Moyen-Orient et Afrique	-	Légère baisse à deux chiffres (« low double-digit »)
Océanie, Asie (dont Inde)	-	Légère baisse à deux chiffres (« low double-digit »)

- **En Europe**, alors que le marché était stable<sup>9</sup>. BIC a gagné des parts de marché au Royaume-Uni, notamment sur le segment féminin avec le BIC® Miss Soleil Sensitive. En Europe de l'Est, nous avons également gagné des parts de marché en Pologne et en Russie<sup>9</sup> grâce à la solide et constante performance de notre gamme BIC® Flex Hybrid.
- **En Amérique du Nord**, le marché du rasoir non rechargeable a continué de décliner, perdant 1,2 % en valeur<sup>10</sup>. BIC a gagné 1,1 point de part de marché en valeur, continuant à surperformer le segment des rasoirs féminins non rechargeables avec un gain de 1,7 point de part de marché en valeur. Le succès des produits lancés cette année, le BIC® Soleil Sensitive Advanced et Us, notre rasoir système non genré vendu en magasin, ainsi que notre gamme très appréciée BIC® Flex, ont été les moteurs de la performance globale. Au cours des quatre dernières semaines, la constitution de stocks a eu un impact positif sur le marché des rasoirs non rechargeables.
- **En Amérique latine**, nous avons continué à enregistrer de bons résultats au Brésil où, grâce à la réussite de notre stratégie visant à faire évoluer les achats vers des produits trois lames, nous avons gagné 1,3 point de part de marché en valeur<sup>11</sup> pour atteindre 22,3% de part de marché total en valeur.

La marge d'exploitation normalisée du premier trimestre 2020 était de 7,5% comparé à 10,1% en 2019. Elle a été affectée par la hausse des dépenses de soutien à la marque, le recul des ventes et par les coûts liés à la mise en place de la nouvelle organisation.

## AUTRES PRODUITS

En millions d'euros	T1 2019 <i>Retraité des coûts non alloués</i>	T1 2020
Chiffre d'affaires	8,3	7,0
Variation en publié	(40,0)%	(15,7)%
Variation à base comparable	(5,4)%	(15,2)%
Résultat d'exploitation normalisé	(1,3)	(0,9)
Résultat d'exploitation	(1,3)	(0,9)

## COÛTS NON ALLOUÉS

En millions d'euros	T1 2019	T1 2020
Résultat d'exploitation normalisé	(12,6)	(17,0)
Résultat d'exploitation	(12,6)	(18,8)

Les coûts non alloués pour le T1 2020 concernent les coûts centraux et les coûts de restructuration. La baisse du résultat d'exploitation normalisée est due aux coûts de mise en œuvre de la nouvelle organisation.

<sup>9</sup> Nielsen - fin février 2020 - en valeur

<sup>10</sup> IRI - fin de période 29 mars 2020 - en valeur

<sup>11</sup> Nielsen - à fin février 2020 - 62% de couverture

## ANNEXES

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATEGORIE	T1 2019	T1 2020	En publié	Impact de change <sup>12</sup> (en points)	Changement de Périmètre <sup>13</sup> (en points)	Impact de l'Argentine <sup>14</sup> (en points)	À base comparable
<i>En millions d'euros</i>							
Groupe	415,4	357,0	(14,1)%	(0,4)	+0,1	0,0	(13,8)%
Papeterie	148,3	126,9	(14,4)%	(0,2)	+0,6	0,0	(14,8)%
Briquets	149,7	121,0	(19,2)%	(0,2)	(0,3)	0,0	(18,7)%
Rasoirs	109,0	102,0	(6,4)%	(0,6)	(0,1)	+0,2	(5,9)%
Autres produits	8,3	7,0	(15,7)%	(0,4)	(0,1)	0,0	(15,2)%

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PERIMETRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) (en %)	T1 2019	T1 20
Périmètre	(0,4)	+0,1
Devises	+2,6	(0,4)
Dont USD	+3,0	+0,9
Dont BRL	(0,5)	(1,0)
Dont MXN	+0,3	(0,1)
Dont AUD	-	(0,1)
Dont ZAR	(0,1)	(0,1)
Dont RUB et UAH	(0,1)	+0,1

RESULTAT D'EXPLOITATION PAR CATEGORIE <i>en million d'euros</i>	T1 2019 Résultat d'exploitation	T1 2020 Résultat d'exploitation	T1 2019 Résultat d'exploitation normalisé	T1 2020 Résultat d'exploitation normalisé
Groupe	54,6	23,0	54,6	25,3
Marge en %	13,1%	6,4%	13,1%	7,1%
Papeterie	6,4	0,8	6,4	0,8
Marge en %	4,3%	0,6%	4,3%	0,7%
Briquets	51,1	34,5	51,1	34,7
Marge en %	34,2%	28,5%	34,2%	28,7%
Rasoirs	11,0	7,5	11,0	7,7
Marge en %	10,1%	7,3%	10,1%	7,5%
Autres produits	(1,3)	(0,9)	(1,3)	(0,9)
Coûts non alloués	(12,6)	(18,8)	(12,6)	(17,0)

<sup>12</sup> L'impact de change exclut le peso argentin (ARS)

<sup>13</sup> Acquisition de Lucky Stationary Ltd au Nigeria, fermeture des bureaux Papeterie et Rasoirs en Chine, fermeture de BIC Graphic Oceania

<sup>14</sup> Voir glossaire

COMPTE DE RESULTAT RESUME En millions d'euros	T1 2019	T1 2020	En publié	À base comparable
<b>Chiffre d'affaires</b>	415,4	357,0	(14,1)%	(13,8)%
Coût des ventes	204,1	174,6		
<b>Marge brute</b>	211,3	182,4		
<i>Charges administratives et autres charges d'exploitation</i>	156,7	159,4		
<b>Résultat d'exploitation</b>	54,6	23,0		
Résultat financier	0,8	11,8		
Résultat avant impôts	55,4	34,8		
Impôts	(16,1)	(9,7)		
Résultat Net Part du Groupe	39,3	25,0		
<b>Résultat net Part du Groupe par action (en euros)</b>	0,87	0,56		
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	45 222 669	44 967 372		

BILAN RESUME En millions d'euros	31 mars 2019	31 mars 2020
<b>ACTIF</b>		
<b>Actif non courant</b>	1 159,9	1 120,5
<b>Actif courant</b>	1 242,3	1 295,0
<i>Dont trésorerie et équivalents de trésorerie</i>	160,5	268,3
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>2 402,1</b>	<b>2 415,5</b>
<b>PASSIF ET CAPITAUX PROPRES</b>		
<b>Capitaux propres</b>	1 643,0	1 547,5
<b>Passif non courant</b>	297,0	283,2
<b>Passif courant</b>	462,1	584,8
<b>TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>2 402,1</b>	<b>2 415,5</b>

## RECONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RECONCILIATION DU RESULTAT D'EXPLOITATION NORMALISE En millions d'euros	T1 2019	T1 2020
<b>Résultat d'exploitation</b>	54,6	23,0
Coûts de restructuration (plan de transformation)	-	2,3
<b>Résultat d'exploitation normalisé</b>	<b>54,6</b>	<b>25,3</b>

RECONCILIATION DU RESULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION NORMALISE En euros	T1 2019	T1 2020
<b>Résultat net Part du Groupe par action</b>	0,87	0,56
<b>Coûts de restructuration (plan de Transformation)</b>	-	0,03
<i>Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine</i>	0,02	0,01
<b>Résultat net Part du Groupe par action normalisé</b>	<b>0,89</b>	<b>0,60</b>

---

## PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS - SOCIETE BIC	Nombre d'actions achetées	Prix moyen pondéré (en euros)	Montant (en millions)
Février 2020	48 818	56,53	2,8
Mars 2020	87 565	52,44	4,6
<b>Total</b>	<b>136 383</b>	<b>53,90</b>	<b>7,4</b>

---

## CAPITAL ET DROITS DE VOTE

---

Au 31 mars 2020, le capital social de SOCIETE BIC est composé de 45 532 240 actions, représentant :

- 67 009 836 droits de vote
- 66 429 842 droits de vote nets des actions privées de droit de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin mars 2020 est de 579 994.

- **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** : 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.
- **Marge brute** : Marge du Groupe générée après déduction du coût des ventes.
- **Résultat d'exploitation normalisé** : normalisé signifie hors éléments non récurrents.
- **Marge d'exploitation normalisée** : 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.
- **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).
- **Coûts non alloués** :
  - Coûts nets [solde des revenus et des coûts] qui incluent : les coûts centraux, y compris les coûts IT, finance, juridique et ressources humaines, et les coûts nets du futur centre de services partagés,
  - Autres coûts nets qui ne peuvent pas être attribués aux catégories, notamment les coûts de restructuration, gains ou pertes sur cession d'actifs, etc. Les principaux éléments non alloués seront identifiés et publiés séparément.

Les comptes consolidés de SOCIETE BIC au 31 mars 2020 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 22 avril 2020. Une présentation relative à cette annonce est disponible sur le site Internet de BIC ([www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)).

Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section « Risques » du Document d'Enregistrement Universel 2019 du Groupe BIC déposé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2020.

**À PROPOS DE BIC**

BIC est un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits de grande qualité 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 possèdent des marques emblématiques telles que Cello®, Conté®, BIC Flex™, Lucky Stationery, Made For YOU™, Soleil®, Tipp-Ex®, Wite-Out®. BIC a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 1 949, 4 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et fait également partie 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 [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com) ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) ou [YouTube](#).

**CONTACTS**

<b>Sophie Palliez-Capian – V.P., Engagement des Parties Prenantes – +33 6 87 89 33 51</b> <a href="mailto:sophie.palliez@bicworld.com">sophie.palliez@bicworld.com</a>	
<b>Relations Investisseurs</b>	<b>Contacts Presse</b>
Michèle Ventura + 33 6 79 31 50 37 <a href="mailto:michele.ventura@bicworld.com">michele.ventura@bicworld.com</a>	Albane de La Tour d'Artaise +33 7 85 88 19 48 <a href="mailto:Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com">Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com</a>  Isabelle de Segonzac : +33 6 89 87 61 39 <a href="mailto:isegonzac@image7.fr">isegonzac@image7.fr</a>

**AGENDA 2020 – TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER**

Assemblée Générale 2020	20 Mai 2020	Audio Webcast
Résultats du 1 <sup>er</sup> semestre 2020	29 Juillet 2020	Conference call et Webcast
Résultats du 3 <sup>e</sup> trimestre 2020	28 Octobre 2020	Conference call et Webcast