



## RÉSULTATS DU TROISIÈME TRIMESTRE ET DES NEUF PREMIERS MOIS 2020

Clichy, France, 28 octobre 2020

- **Amélioration de la performance au troisième trimestre**, grâce à l'Europe et à l'Amérique du Nord dont le chiffre d'affaires a progressé d'environ 5% (« mid-single digit »)
  - **Forte croissance dans les Briquets aux Etats-Unis**, tirée par des commandes de réapprovisionnement
- **Résistance des Rasoirs**, gains de part de marché dans des pays-clés comme les Etats-Unis et le Brésil
- **Activité Papeterie pénalisée par un saison de rentrée scolaire en demi-teinte**
- **Amérique latine, Moyen-Orient et Afrique et Inde fortement impactés** par les restrictions de mobilité et par la baisse des dépenses des consommateurs
- **Objectif de réduction des coûts annoncé en mai en bonne voie grâce à un contrôle rigoureux des dépenses.**
- **Forte génération de trésorerie**
- **Processus d'intégration de Djeep prêt à générer les synergies attendues**

Chiffres clés en millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
Chiffre d'affaires	488,0	441,9	1 448,2	1 217,8
Variation en publié	+1,8%	(9,4)%	+0,7%	(15,9)%
Variation à base comparable	(0,5)%	(3,5)%	(1,2)%	(13,2)%
Résultat d'exploitation normalisé <sup>1</sup>	88,0	83,3	241,1	176,2
Marge d'exploitation normalisée	18,0%	18,9%	16,6%	14,5%
Résultat d'exploitation	83,1	108,3	209,2	132,3
Marge d'exploitation	17,0%	24,5%	14,4%	10,9%
Résultat Net Part du Groupe	63,0	68,0	152,6	90,1
Résultat Net Part du Groupe par action (en euros)	1,40	1,51	3,39	2,00
Résultat Net Part du Groupe par action normalisé (en euros)	1,48	1,05	3,93	2,92
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	150,1	145,6	229,7	231,3
Situation nette de trésorerie	118,7	128,1	118,7	128,1

" Les résultats de ces neuf derniers mois reflètent notre détermination à nous concentrer sur ce que nous pouvons contrôler, dans un environnement difficile et en constante évolution. Je suis reconnaissant à nos équipes pour ce qu'elles accomplissent et pour leur capacité à s'adapter, tout en assurant la poursuite des opérations.

En dépit de vents contraires, nous avons augmenté ou maintenu nos parts de marché dans des pays importants comme la France, les Etats-Unis et le Brésil. Nos résultats démontrent notre capacité à faire face aux difficultés actuelles. Au fur et à mesure de sa transformation, notre entreprise devient plus adaptée, plus agile et innovante en tirant profit de ses principaux atouts : la marque BIC, notre excellence industrielle, et la force de notre distribution sur nos cinq principaux marchés, notamment l'Amérique du Nord. Je reste convaincu que nous sortirons plus forts et plus audacieux de cette crise à mesure que nous évoluons vers une entreprise intégrée et globale "

Gonzalve Bich, Directeur Général

<sup>1</sup> Voir glossaire

Le chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2020 s'est élevé à 1 217,8 millions d'euros, en baisse de 13,2 % à base comparable. L'impact total de la pandémie de COVID-19 sur le chiffre d'affaires des neuf premiers mois se situe entre 10 et 11 points à base comparable. Le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2020 a baissé de 3,5 % à base comparable.

- **La performance du troisième trimestre** est en grande partie attribuable à une amélioration en **Europe et en Amérique du Nord**, où le chiffre d'affaires a progressé d'environ 5% « (mid-single digit ») grâce à une croissance solide dans les briquets et la résistance des rasoirs. Dans les marchés en croissance, les périodes de confinement prolongées ont continué de peser sur les dépenses des consommateurs. Le chiffre d'affaires du troisième trimestre a enregistré **une baisse à deux chiffres en Amérique latine ainsi qu'au Moyen-Orient et en Afrique**, en raison de mauvais résultats dans la Papeterie, où des commandes de rentrée scolaire ont été retardées voire annulées. **En Inde**, l'activité continue à être fortement pénalisée par la fermeture des écoles et des bureaux ainsi que par les restrictions imposées à la vente de produits non essentiels.
- De manière générale, les tendances de marché restent difficiles, fragilisées par les changements des habitudes de consommation. Pour autant, **nous avons continué à maintenir ou gagner des parts de marché dans nos trois catégories** grâce à une solide exécution commerciale dans toutes nos zones géographiques. D'une année sur l'autre, nous avons maintenu ou augmenté nos parts de marché dans 8/10<sup>ème</sup> de nos marchés dans le monde.
- **Le chiffre d'affaires du troisième trimestre des briquets en Amérique du Nord** a enregistré une croissance à deux chiffres (double-digit), tirée par des commandes de réapprovisionnement de la part des magasins de proximité dont la fréquentation a augmenté pendant l'été, ainsi que par l'ajustement des prix effectué en juin. Le marché américain des briquets de poche a poursuivi sa dynamique positive, avec une augmentation de +2,4 % en valeur sur les treize dernières semaines, période au cours de laquelle notre part de marché en valeur a augmenté de 1,3 point. Nous avons surperformé le marché des briquets utilitaires aux Etats-Unis avec une croissance de 3,8 points et une part de marché totale proche de 60% en valeur à la fin du mois de septembre.
- **Dans l'hémisphère nord, la période de rentrée scolaire a été contrastée selon les zones géographiques.** En Europe où la rentrée scolaire a eu lieu début septembre, les ventes aux consommateurs se sont relativement bien déroulées. Grâce à nos produits classiques, nous avons maintenu nos positions de leader en France et en Espagne et sommes devenu leader au Royaume-Uni. **En Amérique du Nord**, la période de la rentrée scolaire a été faible et décalée sur la seconde moitié de septembre en raison d'une reprise tardive de l'école. Nous avons maintenu nos parts de marché en valeur grâce à une solide performance du commerce en ligne et au succès continu de nos produits classiques. **Au Mexique**, les écoles ont repris fin août mais seulement à distance, en ligne ou à la télévision, ce qui impacté significativement les ventes aux consommateurs et aux distributeurs, certains clients ayant annulé leurs commandes en raison de la faible demande des consommateurs.
- **Depuis le début de l'année, le chiffre d'affaires du e-commerce a progressé de 15 %.** Les performances des *Pure players*, des Places de Marché et des sites de vente directe aux consommateurs sont restés fortes, stimulées par les Rasoirs et les Briquets. Elles ont été partiellement diluées par une faible performance de la Papeterie, en raison du recul des ventes auprès des réseaux de fournisseurs de bureaux et du commerce *BtoB*, et de l'impact négatif du décalage de l'*Amazon Prime Day* du troisième (Juillet) au quatrième trimestre (Octobre).
- **Nous continuons à nous concentrer sur la génération de cash-flow opérationnel** à travers une gestion rigoureuse des dépenses d'exploitation et du besoin en fonds de roulement. Nous sommes en bonne voie pour atteindre les objectifs de dépenses d'exploitation annoncés en mai<sup>2</sup> et avons amélioré le besoin en fonds de roulement de 71 millions d'euros à fin septembre. Les investissements industriels se sont élevés à 58 millions d'euros, soit une réduction de 10 % par rapport à la même période l'année dernière.

---

<sup>2</sup> voir page 9

- A fin septembre 2020, **la position nette de Trésorerie s'élève à 128 millions d'euros**. Nous avons renforcé nos capacités de financement au cours du 3ème trimestre, en mettant en place des lignes de crédit, en particulier une ligne de crédit confirmée pour 200 millions d'euros, et un programme d'émission de billets de trésorerie (NEU CP) pour 200 millions d'euros. Ceci permettra de garantir au Groupe un accès à la liquidité et lui confèrera plus de flexibilité dans la gestion de la saisonnalité de sa trésorerie.
- **Nous continuons à adapter notre modèle opérationnel et à renforcer notre organisation afin d'assurer la croissance à long terme**. Nous avons fermé nos bureaux commerciaux dans cinq de nos marchés en Amérique latine (Guatemala, Chili, Uruguay, Costa Rica et Honduras) et passons désormais par des distributeurs, afin d'améliorer notre efficacité commerciale et de réduire les coûts. Nous avons également créé un nouveau centre d'expertise qui regroupe tous les pays dans lesquels nous opérons par le biais de distributeurs. Cette nouvelle approche permettra des économies d'échelle en augmentant l'efficacité de notre organisation. Nous avons commencé l'intégration de Djeep début juillet et nous sommes en bonne voie pour générer les synergies attendues

---

## PERSPECTIVES POUR L'ANNÉE 2020

---

Pour le reste de l'année, les performances globales continueront d'être soumises aux incertitudes macro-économiques et aux évolutions des tendances de consommation qui affectent nos trois catégories. **Les risques liés à la pandémie persistent, l'Amérique latine et l'Inde figurant parmi les régions les plus perturbées**. La rentrée scolaire est retardée de plusieurs semaines dans de nombreux pays de l'hémisphère sud, ce qui affectera le chiffre d'affaires de la Papeterie au quatrième trimestre en Amérique latine ainsi qu'au Moyen-Orient et en Afrique.

Dans ce contexte, **nous continuerons à donner la priorité à la génération de cash-flow opérationnel**. La gestion rigoureuse des dépenses d'exploitation compensera partiellement l'impact de la baisse du chiffre d'affaires sur le résultat d'exploitation normalisé. Dans un contexte de marché difficile, nous visons désormais une réduction des dépenses d'exploitation supérieure à 20 millions d'euros en 2020, avec **une marge d'exploitation normalisée supérieure à 13,5 % pour l'ensemble de l'exercice**.

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

en millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
Chiffre d'affaires	488,0	441,9	1 448,2	1 217,8
Marge brute	250,4	214,0	728,9	585,2
Taux de marge brute	51,3%	48,4%	50,3%	48,1%
Résultat d'exploitation	83,1	108,3	209,2	132,3
Marge d'exploitation	17,0%	24,5%	14,4%	10,9%
Éléments non-récurrents	4,9	(25,0)	31,9	43,9
Résultat d'exploitation normalisé	88,0	83,3	241,1	176,2
Marge d'exploitation normalisée	18,0%	18,9%	16,6%	14,5%

Pour les neuf premiers mois 2020, le taux de marge brute a baissé de 2,2 points pour s'établir à 48,1 %, comparé à 50,3 % pour les 9 premiers mois 2019. Hors la sous-absorption des coûts fixes liée à la pandémie de Covid-19, la marge brute s'est améliorée de 0,2 point. Cette légère amélioration s'explique par l'impact favorable des effets de change, par une baisse du coût des matières premières qui a été en partie neutralisée par l'absorption défavorable des coûts industriels (non liés à la pandémie de Covid-19) et par l'augmentation des dépenses de promotions.

La marge d'exploitation normalisée des neuf premiers mois 2020 a été impactée par l'augmentation des charges d'exploitation et des autres charges (rapportées au chiffre d'affaires) liées à la forte baisse du chiffre d'affaires et aux coûts de mise en œuvre de la nouvelle organisation. La marge d'exploitation normalisée du troisième trimestre 2020 a été favorablement impactée par la baisse des investissements de soutien à la marque et la baisse des dépenses d'exploitation et autres dépenses, partiellement neutralisées par l'impact de la baisse du chiffre d'affaires et les coûts de mise en place de la nouvelle organisation.

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE (en points)	T1 2020 vs. T1 2019	T2 2020 vs. T2 2019	T3 2020 vs. T3 2019	9M 2020 vs. 9M 2019
• Variation de la marge brute <sup>3</sup>	+0,2	+0,1	(0,1)	+0,2
• Soutien à la marque	(0,2)	+1,1	+0,4	+0,5
• Charges d'exploitation et autres charges <sup>3</sup>	(6,0)	(3,2)	+0,6	(2,8)
Variation de la marge d'exploitation normalisée	(6,0)	(2,0)	+0,9	(2,1)

Les éléments non-récurrents des neuf premiers mois 2020 incluent :

- 29,5 millions d'euros en coût des ventes (24,9 millions d'euros dus à la sous-absorption des coûts de production résultants de la fermeture d'usines et par la baisse de la demande de produits liée à la crise de la pandémie de COVID-19, et 4,6 millions d'euros de dépenses supplémentaires directement liées à la protection des collaborateurs dans le cadre de la lutte contre la propagation du coronavirus (fournitures de masques, produits et mesures d'hygiène)),
- 13,9 millions d'euros de coûts de restructuration (le plan de transformation, la fermeture de l'usine en Equateur ainsi que la restructuration des opérations commerciales en Amérique latine en constituent les principaux éléments),
- 2,8 millions d'euros en charges d'exploitation et autres charges, principalement dus à la force de vente, en sous activité en raison de la pandémie de COVID-19,
- 41,7 millions d'euros de dépréciations d'actifs Cello portant sur des immobilisations corporelles et sur la marque. La dépréciation s'explique par des ventes et des volumes plus faibles que prévu en raison du confinement et qui impactent les économies de coûts initialement attendues,
- 44,1 millions d'euros d'ajustement favorable des retraites aux États-Unis.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Hors sous-absorption des coûts fixes liée à la pandémie de Covid-19 au niveau de la marge brute et hors coûts de restructuration, dépréciation Cello, ajustement des retraites aux États-Unis, et éléments non récurrents, principalement la sous-activité de la force de vente dans les Charges d'exploitation et autres charges.

<sup>4</sup> Changement de régime médical et de retraite aux États-Unis

## RÉSULTAT NET ET BÉNÉFICE NET PAR ACTION

<i>en millions d'euros</i>	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>83,1</b>	<b>108,3</b>	<b>209,2</b>	<b>132,3</b>
Résultat financier	4,4	-2,8	2,8	7,1
Résultat avant impôts	87,5	105,5	212,0	139,3
<b>Résultat Net Part du Groupe</b>	<b>63,0</b>	<b>68,0</b>	<b>152,6</b>	<b>90,1</b>
Résultat Net Part du Groupe par action (en euros)	1,40	1,51	3,39	2,00
Résultat Net Part du Groupe normalisé <sup>5</sup>	66,9	47,3	177,3	131,2
Résultat Net Part du Groupe par action normalisé (en euros)	1,48	1,05	3,93	2,92

L'augmentation du résultat financier des neufs premiers mois 2020 s'explique par l'impact plus favorable de la réévaluation des actifs financiers libellés en dollars US comparée à décembre 2019 (contre le BRL et MXN).

Le taux effectif d'imposition était de 35,3 %. Hors la dépréciation d'actifs Cello, le taux effectif d'impôt 2020 est de 28,8 %.

## SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

<b>ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE</b> <i>en millions d'euros</i>	2019	2020
<b>SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE (DEBUT DE PÉRIODE - DÉCEMBRE)</b>	<b>161,5</b>	<b>146,9</b>
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation	+229,7	+231,3
• <i>Dont Marge brute d'autofinancement</i>	+250,3	+160,0
• <i>Dont variation du besoin en fonds de roulement et autres</i>	(20,6)	+71,3
Investissements industriels	(67,9)	(58,2)
Paiement du dividende	(155,2)	(110,2)
Programme de rachat d'actions	(39,2)	(7,4)
Flux net liés au contrat de liquidité	(0,7)	(0,1)
Acquisitions <sup>6</sup>	(2,4)	(37,4)
Autres	(7,1)	(36,8) <sup>7</sup>
<b>SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE (FIN DE PÉRIODE - SEPTEMBRE)</b>	<b>118,7</b>	<b>128,1</b>

À fin septembre 2020, la position nette de trésorerie était de 128,1 millions d'euros. Les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation étaient de +231,3 millions d'euros, dont une marge d'autofinancement de +160 millions d'euros. La variation positive du besoin en fonds de roulement et autres de +71,3 millions d'euros comparée à l'année précédente, s'explique principalement par la gestion rigoureuse des stocks et par l'amélioration du recouvrement des créances clients.

## RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

- 110,2 millions d'euros de dividende ordinaire de 2,45 euros par action, ont été payés en juin 2020.
- 7,4 millions d'euros de rachats d'actions par SOCIETE BIC à fin septembre 2020 (136 383 actions achetées à un prix moyen de 53,90 euros). Le Groupe a suspendu son programme de rachat en avril 2020.

<sup>5</sup> Hors éléments non récurrents et application de la norme d'hyperinflation en Argentine en 2019 et 2020.

<sup>6</sup> Haco Industries Ltd en 2019 et Djeep en 2020

<sup>7</sup> Principalement impact de change

**PAPETERIE**

Le chiffre d'affaires de la Papeterie des neuf premiers mois 2020 était de 455,1 millions d'euros, en baisse de 23,6 % à base comparable. Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires est en recul de 17,8 % à base comparable.

Sur les neufs premiers mois 2020, la marge d'exploitation normalisée de la Papeterie était de 7,4 % comparé à 10,4 % en 2019. La baisse de la marge s'explique par la forte baisse du chiffre d'affaires et l'absorption défavorable des coûts fixes. Cette tendance a été partiellement compensée par un impact de change favorable, une baisse du coût des matières premières et une diminution des investissements de soutien à la marque.

Au cours du troisième trimestre 2020, la marge d'exploitation normalisée de la Papeterie est restée stable par rapport à 2019, la forte baisse du chiffre d'affaires ayant été compensée par la diminution des charges d'exploitation.

en millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>204,3</b>	<b>161,3</b>	<b>605,1</b>	<b>455,1</b>
Variation en publié (vs. année précédente)	+2,0%	(21,1)%	+0,6%	(24,8)%
<b>Variation à base comparable</b> (vs. année précédente)	<b>(1,7%)</b>	<b>(17,8)%</b>	<b>(3,0)%</b>	<b>(23,6)%</b>
Résultat d'exploitation normalisé	<b>18,7</b>	<b>14,8</b>	<b>62,7</b>	<b>33,8</b>
<b>Marge d'exploitation normalisée</b>	<b>9,2%</b>	<b>9,2%</b>	<b>10,4%</b>	<b>7,4%</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>18,7</b>	<b>18,4</b>	<b>62,7</b>	<b>(16,4)</b>
<b>Marge d'exploitation</b>	<b>9,2%</b>	<b>11,4%</b>	<b>10,4%</b>	<b>(3,6)%</b>

La Papeterie a continué à être fortement affectée par la pandémie de COVID-19. Bien que les restrictions à la mobilité et au commerce aient été progressivement levées dans certains pays au cours de l'été, les habitudes de consommation ont fortement évolué en raison des mesures de confinement.

Les canaux de distribution les plus touchés ont été les « superstores » et les fournisseuristes de bureau en Europe et en Amérique du Nord. En Amérique latine, en Inde et en Afrique, les réseaux de distribution traditionnels sont restés très exposés au confinement et aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement.

Dans la plupart des **pays européens**, l'année scolaire a repris début septembre. Le marché total de la papeterie a enregistré une baisse d'environ 5% en valeur (mid-single digit) pendant la période de la rentrée scolaire. Nous avons gagné des parts de marché en France et en Espagne, renforçant nos positions de leader, et nous sommes devenus n°1 au Royaume-Uni pendant cette même période de rentrée scolaire (+1,9 points de part de marché en valeur).

**En Amérique du Nord**, la rentrée scolaire a été décalée à la deuxième moitié du mois de septembre en raison de la reprise tardive de l'école. Nous avons pu maintenir notre part de marché en valeur grâce à de solides performances du commerce en ligne et au succès continu de nos produits classiques. Dans ce contexte, le chiffre d'affaire du troisième trimestre a été affecté par la baisse des commandes de réapprovisionnement après la rentrée scolaire et par le recul des fournisseuristes de bureaux. Les nouveaux produits tels que BIC Kids Coloring, BodyMark Fine et Gelocivity Stic ont continué à enregistrer de bonnes performances.

**Au Mexique**, le marché total de la papeterie a baissé de 50,8 % en valeur pendant la période de la rentrée scolaire. Les écoles n'ont pas rouvert physiquement, ce qui a eu un impact considérable sur les ventes, incitant les détaillants à annuler les commandes en cours et à donner la priorité à leurs propres marques et aux marques de distributeur, au détriment de marques comme BIC®. **Au Brésil**, nos principaux clients sont confrontés à des difficultés de gestion des stocks, en raison de près de six mois d'activité réduite, ce qui impactera les ventes aux distributeurs de la rentrée scolaire de 2020.

**En Inde**, l'environnement économique est resté, de manière générale, très difficile. Les restrictions de mobilité et les règles de distanciation sociale sont revues chaque semaine, et la confiance des consommateurs a chuté en juillet à un niveau sans précédent. Les ventes domestiques de Cello au cours des neuf premiers mois ont été divisées par trois par rapport à l'année précédente. Les réseaux de la grande distribution et ceux de la distribution traditionnelle ont été touchés par les fermetures d'écoles et de bureaux, ainsi que par les restrictions imposées à la vente de produits non essentiels.

## BRIQUETS

Le chiffre d'affaires des neufs premiers mois 2020 des Briquets était de 439,3 millions d'euros, en baisse de 5,4 % à base comparable. Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires a augmenté de 13,1 % à base comparable.

La marge d'exploitation normalisée des Briquets aux neuf premiers mois 2020 s'est établie à 34,8 % comparé à 35,4 % en 2019. Elle a été affectée par la baisse du chiffre d'affaires, partiellement compensée par une diminution des dépenses de soutien à la marque par rapport à la même période de l'année dernière.

La marge d'exploitation normalisée des Briquets pour le troisième trimestre 2020 a augmenté à 38,4 % contre 35,6 % en 2019. Cette hausse s'explique principalement par une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires et par une diminution des investissements de soutien à la marque par rapport à l'année précédente.

en millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
Chiffre d'affaires	161,9	171,1	481,6	439,3
Variation en publié (vs. année précédente)	(1,1)%	+5,7%	0,0%	(8,8)%
Variation à base comparable (vs. année précédente)	(4,2)%	+13,1%	(3,2)%	(5,4)%
Résultat d'exploitation normalisé	57,6	65,6	170,6	152,9
Marge d'exploitation normalisée	35,6%	38,4%	35,4%	34,8%
Résultat d'exploitation	57,6	80,6	170,6	164,6
Marge d'exploitation	35,6%	47,1%	35,4%	37,5%

Malgré la faible fréquentation en magasin et la fermeture des bureaux de tabac et des magasins de proximité pendant la période de confinement, le chiffre d'affaires des briquets s'est redressé sur les principaux marchés au cours du troisième trimestre, grâce à une exécution commerciale rigoureuse et à des gains de distribution continus dans la grande distribution.

Les performances de **l'Europe** au troisième trimestre ont été tirées par des gains de distribution en Allemagne et en Russie, et par de bonnes performances en France après la fin de la période de confinement.

Le chiffre d'affaires des briquets en **Amérique du Nord** au cours du troisième trimestre a connu une croissance à deux chiffres (double-digit), grâce aux commandes de réapprovisionnement provenant des réseaux de distribution mesurés ou non mesurés par des panels, complétées par l'ajustement des prix effectué en juin.

Le marché américain des briquets de poche a confirmé une dynamique positive au cours des trois derniers mois, tant dans le réseau de la grande distribution que dans celui des commerces de proximité, en raison du retour de la fréquentation en magasin pendant l'été. Le marché des briquets utilitaires a continué à être tiré par l'augmentation de l'habitude de la cuisine et des barbecues à domicile et a progressé de 27,4 % en valeur (depuis le début de l'année), et de 31,1 % au cours du troisième trimestre. Les briquets utilitaires BIC ont gagné +3,8 points de part de marché.

**En Amérique latine**, la croissance au troisième trimestre a été soutenue par la solide performance du Brésil, suite à l'ajustement des prix appliqué sur l'ensemble des réseaux de distribution. Cette performance a été partiellement diluée par la faiblesse du Mexique, où le réseau des magasins de proximité a continué à souffrir en raison de d'environnement macro-économique perturbé.

## RASOIRS

Le chiffre d'affaires des neufs premiers mois 2020 des Rasoirs était de 303,6 millions d'euros, en recul de 6,2 % à base comparable. Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires a baissé de 1,2 % à base comparable.

La marge d'exploitation normalisée des neuf premiers mois 2020 a diminué à 13,0 % comparé à 13,2 % en 2019 principalement en raison de la baisse du chiffre d'affaires, en partie compensée par l'impact favorable des investissements de soutien à la marque par rapport à l'année dernière.

La marge d'exploitation normalisée des Rasoirs du troisième trimestre 2020 a diminué de 3,2 points, particulièrement en raison de la baisse de la marge brute, partiellement compensée par la baisse des dépenses d'exploitation.

En millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
Chiffre d'affaires	114,9	102,9	339,4	303,6
Variation en publié (vs. année précédente)	+10,1%	(10,4)%	+7,8%	(10,6)%
Variation à base comparable (vs. année précédente)	+7,0%	(1,2)%	+5,1%	(6,2)%
Résultat d'exploitation normalisé	23,2	17,5	44,7	39,4
Marge d'exploitation normalisée	20,2%	17,0%	13,2%	13,0%
Résultat d'exploitation	23,2	25,6	44,7	42,9
Marge d'exploitation	20,2%	24,8%	13,2%	14,1%

Alors que la catégorie Rasoirs a continué à être impactée par l'évolution des habitudes de consommation, nous avons surperformé nos marchés dans toutes nos régions, grâce à la qualité reconnue de nos produits et aux lancements réussis de nouveaux produits, tant sur les segments masculins que féminins.

Sur un marché en déclin, les performances de l'Europe ont été tirées par le Royaume-Uni où, grâce à des gains de distribution, nous avons gagné 0,7 point en valeur. Aux Etats-Unis, alors que le marché des rasoirs non rechargeables a baissé de -6,7 % en valeur depuis le début de l'année<sup>8</sup>, nous avons gagné 1,1 point de part de marché, atteignant 29,2 % de part de marché en valeur, grâce au succès des produits de la gamme BIC classique, notamment sur le segment masculin, et au lancement de nouveaux produits, tels que BIC Soleil Sensitive Advanced. Us, notre rasoir rechargeable non genré, a confirmé ses résultats prometteurs. En Amérique latine, nous avons atteint un record historique de 22,7 % de part de marché en valeur au Brésil, grâce à notre offre trois-lames. Nous avons également gagné de la distribution en Argentine.

## AUTRES PRODUITS

Le chiffre d'affaires Autres Produits des neuf premiers mois 2020 était de 19,7 millions d'euros, en recul de 9,9 % à base comparable. Au troisième trimestre 2020, le chiffre d'affaires a baissé de 2,1 % à base comparable.

En millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
Chiffre d'affaires	6,9	6,6	22,2	19,7
Variation en publié	(37,8)%	(3,8)%	(45,8)%	(10,9)%
Variation à base comparable	+11,4%	(2,1)%	(0,4)%	(9,9)%
Résultat d'exploitation normalisé	(1,5)	(1,4)	(3,6)	(2,5)
Résultat d'exploitation	(1,5)	(1,8)	(3,6)	(5,3)

## COÛTS NON ALLOUÉS

Les coûts non alloués pour les neufs premiers mois concernent les coûts centraux et les coûts de restructuration. La baisse du résultat d'exploitation normalisé est due aux coûts de la nouvelle organisation.

En millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
Résultat d'exploitation normalisé	(10,0)	(13,2)	(33,2)	(47,4)
Résultat d'exploitation	(14,9)	(14,5)	(65,2)	(53,4)

<sup>8</sup> IRI - A fin Septembre - en valeur

---

## AUTRES ÉVÉNEMENTS MARQUANTS

---

**Le 20 mai**, BIC a annoncé la mise en œuvre de cinq chantiers destinés à améliorer sa résilience à court terme dans le contexte de la crise de la COVID-19 et à renforcer son plan de transformation "BIC 2022 - Invent the Future" pour accélérer sa croissance à long terme :

- **Maîtriser les dépenses d'exploitation** en investissant ce qu'il faut, où il faut :
  - En 2020, l'impact négatif de la baisse du chiffre d'affaires sur la marge d'exploitation normalisée sera partiellement compensé par **plus de 20 millions d'euros de réduction des dépenses d'exploitation**.
- **Protéger le Cash Flow** en contrôlant les investissements industriels et en réduisant les stocks :
  - Diminution attendue des stocks d'environ 15 à 30 millions d'euros en 2020 par rapport à fin 2019.
  - Les investissements industriels 2020 seront réduits à environ 80 millions d'euros.
- **Favoriser l'innovation**. Plusieurs lancements de nouveaux produits sont prévus d'ici la fin de l'année : le nouveau briquet de poche multi-usages BIC® EZ-Reach aux États-Unis au cours du second semestre et le stylo BIC® Cristal® rechargeable avec un corps métallique, en fin d'année.
- **Adapter les opérations** en réduisant la complexité et en favorisant l'efficacité et la rapidité des process
  - Le plan "BIC 2022 - Invent the Future" sera renforcé pour atteindre 50 millions d'euros d'économies totales annualisées d'ici à la fin de l'année 2022.
- **Stimuler la croissance** en tirant parti de nouvelles capacités commerciales et en renforçant les activités existantes à travers une croissance externe ciblée :
  - Les ventes en e-commerce devraient progresser d'environ 20 % en 2020.

**Le 8 juin**, BIC a fermé son usine d'instruments d'écriture en Equateur, tout en maintenant les activités commerciales, de distribution et d'emballage. Cette décision stratégique vise à consolider l'empreinte industrielle mondiale du Groupe.

**Le 16 juin**, BIC a annoncé l'acquisition de Djeeep, fabricant de briquets de qualité, pour un montant de 40 millions d'euros avec un complément de prix à verser en fonction de la croissance des ventes futures de Djeeep. Le solide positionnement de Djeeep sur le segment de marché des briquets décorés personnalisés renforce la position de BIC sur le marché des briquets de poche et offre au Groupe des opportunités de croissance significatives en Europe et en Amérique du Nord. La finalisation de l'acquisition a été annoncée le 1<sup>er</sup> juillet 2020.

**Le 1er juillet**, BIC a obtenu de la Commission américaine du commerce international un décret d'exclusion générale qui empêche l'importation aux États-Unis des briquets imitant l'apparence emblématique des briquets BIC®. Cette décision est une étape importante pour mettre fin à l'importation sur le marché américain de briquets de contrefaçon.

**Le 24 juillet**, BIC a annoncé avoir été informé de la décision de la Commission Européenne de clore la procédure en manquement qu'elle avait initiée en 2012 contre les Pays-Bas, ainsi que les plaintes déposées par le groupe BIC en 2018 contre la France et l'Allemagne pour défaut de surveillance de la sécurité du marché des briquets. Ces procédures visaient à remédier au fait que deux tiers des modèles de briquets en Europe, dont une très large part importée, ne sont pas conformes aux normes de sécurité en vigueur provoquant ainsi des dizaines de milliers d'accidents graves chaque année dans l'UE. La qualité et la sécurité de ses briquets est une priorité absolue pour BIC, qui regrette la décision prise par la Commission Européenne. Le Groupe restera néanmoins un partenaire exigeant et vigilant des institutions européennes et nationales pour assurer la sécurité des consommateurs en Europe.

**ANNEXES** (LES CHIFFRES 2019 SONT RETRAITÉS DES COÛTS NON ALLOUÉS)

Chiffre d'affaires en millions d'euros	T3 2019	T3 2020	En publié	% À base comparable	9M 2019	9M 2020	En publié	% À base comparable
<b>Groupe</b>	488,0	<b>441,9</b>	(9,4)%	(3,5)%	1 448,2	<b>1 217,8</b>	(15,9)%	(13,2)%
Europe	143,5	<b>147,2</b>	+2,6%	+3,1%	434,3	<b>404,9</b>	(6,8)%	(6,3)%
Amérique du Nord	196,9	<b>196,3</b>	(0,3)%	+4,6%	586,1	<b>539,5</b>	(8,0)%	(7,5)%
Amérique latine	87,8	<b>56,9</b>	(35,2)%	(17,5)%	253,6	<b>151,0</b>	(40,5)%	(30,1)%
Moyen-Orient et Afrique	26,5	<b>19,5</b>	(26,2)%	(23,3)%	73,6	<b>58,5</b>	(20,5)%	(20,2)%
Asie, Océanie (dont l'Inde)	33,3	<b>21,9</b>	(34,2)%	(29,0)%	100,7	<b>63,9</b>	(36,5)%	(32,4)%

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATEGORIE En millions d'euros	T3 2019	T3 2020	En publié	Impact de change <sup>9</sup> (en points)	Changement de Périmètre <sup>10</sup> (en points)	Impact de l'Argentine <sup>11</sup> (en points)	À base comparable
Groupe	488,0	<b>441,9</b>	(9,4)%	(6,4)	0,5	0,0	(3,5)%
Papeterie	204,3	<b>161,3</b>	(21,1)%	(3,4)	0,1	0,0	(17,8)%
Briquets	161,9	<b>171,1</b>	5,7%	(8,6)	1,2	0,0	13,1%
Rasoirs	114,9	<b>102,9</b>	(10,4)%	(9,0)	(0,2)	0,0	(1,2)%
Autres produits	6,9	<b>6,6</b>	(3,8)%	(1,6)	(0,1)	0,0	(2,1)%

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATEGORIE En millions d'euros	9M 2019	9M 2020	En publié	Impact de change <sup>9</sup> (en points)	Changement de Périmètre <sup>10</sup> (en points)	Impact de l'Argentine <sup>11</sup> (en points)	À base comparable
Groupe	1 448,2	<b>1 217,8</b>	(15,9)%	(2,8)	0,1	0,0	(13,2)%
Papeterie	605,1	<b>455,1</b>	(24,8)%	(1,6)	0,2	0,0	(23,6)%
Briquets	481,6	<b>439,3</b>	(8,8)%	(3,6)	0,3	(0,1)	(5,4)%
Rasoirs	339,4	<b>303,6</b>	(10,6)%	(4,3)	(0,2)	0,1	(6,2)%
Autres produits	22,2	<b>19,7</b>	(10,9)%	(0,9)	(0,1)	0,0	(9,9)%

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PERIMETRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) en %	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
<b>Périmètre</b>	(0,2)	<b>0,5</b>	(0,7)	<b>0,1</b>
<b>Devises</b>	+2,7	<b>(6,4)</b>	+2,7	<b>(2,8)</b>
Dont USD	+1,7	<b>(1,8)</b>	+2,3	<b>(0,1)</b>
Dont BRL	+0,4	<b>(2,5)</b>	(0,1)	<b>(1,6)</b>
Dont MXN	+0,1	<b>(0,6)</b>	+0,3	<b>(0,4)</b>
Dont CAD	+0,1	<b>(0,2)</b>	+0,1	<b>(0,1)</b>
Dont ZAR	-	<b>(0,2)</b>	-0,1	<b>(0,1)</b>
Dont RUB et UAH	+0,2	<b>(0,4)</b>	+0,1	<b>(0,2)</b>

<sup>9</sup> L'impact de change exclut le peso argentin (ARS)

<sup>10</sup> Acquisition de Djeep, acquisition de Lucky Stationary Ltd au Nigeria, fermeture des bureaux Papeterie et Rasoirs en Chine, fermeture de BIC Graphic Oceania

<sup>11</sup> Voir glossaire

<b>RESULTAT D'EXPLOITATION PAR CATEGORIE</b> <i>en million d'euros</i>	<b>T3 2019</b>	<b>T3 2020</b>	<b>9M 2019</b>	<b>9M 2020</b>
<b>Groupe</b>	<b>83,1</b>	<b>108,3</b>	<b>209,2</b>	<b>132,3</b>
<b>Marge en %</b>	<b>17,0%</b>	<b>24,5%</b>	<b>14,4%</b>	<b>10,9%</b>
Papeterie	18,7	18,4	62,7	(16,4)
Marge en %	9,2%	11,4%	10,4%	(3,6)%
Briquets	57,6	80,6	170,6	164,6
Marge en %	35,6%	47,1%	35,4%	37,5%
Rasoirs	23,2	25,6	44,7	42,9
Marge en %	20,2%	24,8%	13,2%	14,1%
Autres produits	(1,5)	(1,8)	(3,6)	(5,3)
Coûts non alloués	(14,9)	(14,5)	(65,2)	(53,4)

<b>RESULTAT D'EXPLOITATION NORMALISÉ PAR CATEGORIE</b> <i>en million d'euros</i>	<b>T3 2019</b>	<b>T3 2020</b>	<b>9M 2019</b>	<b>9M 2020</b>
<b>Groupe</b>	<b>88,0</b>	<b>83,3</b>	<b>241,1</b>	<b>176,2</b>
<b>Marge en %</b>	<b>18,0%</b>	<b>18,9%</b>	<b>16,6%</b>	<b>14,5%</b>
Papeterie	18,7	14,8	62,7	33,8
Marge en %	9,2%	9,2%	10,4%	7,4%
Briquets	57,6	65,6	170,6	152,9
Marge en %	35,6%	38,4%	35,4%	34,8%
Rasoirs	23,2	17,5	44,7	39,4
Marge en %	20,2%	17,0%	13,2%	13,0%
Autres produits	(1,5)	(1,4)	(3,6)	(2,5)
Coûts non alloués	(10,0)	(13,2)	(33,2)	(47,4)

COMPTE DE RESULTAT RESUME En millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>488,0</b>	<b>441,9</b>	<b>1 448,2</b>	<b>1 217,8</b>
Coût des ventes	(237,6)	(227,9)	(719,3)	(632,6)
Marge brute	250,4	214,0	728,9	585,2
Charges administratives et autres charges d'exploitation	(167,3)	(105,7)	(519,7)	(452,9)
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>83,1</b>	<b>108,3</b>	<b>209,2</b>	<b>132,3</b>
Résultat financier	4,4	(2,8)	2,8	7,1
<b>Résultat avant impôts</b>	<b>87,5</b>	<b>105,5</b>	<b>212,0</b>	<b>139,3</b>
Impôts	(24,5)	(37,4)	(59,4)	(49,2)
<b>Résultat Net Part du Groupe</b>	<b>63,0</b>	<b>68,0</b>	<b>152,6</b>	<b>90,1</b>
<b>Résultat net Part du Groupe par action (en euro)</b>	<b>1,40</b>	<b>1,51</b>	<b>3,39</b>	<b>2,00</b>
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	45 076 557	44 973 055	45 076 557	44 973 055

BILAN CONDENSE En millions d'euros	30 Septembre 2019	30 Septembre 2020
<b>ACTIF</b>		
Actif non courant	1 169,3	1 059,9
Actif courant	1 279,3	1 140,4
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>2 448,6</b>	<b>2 200,3</b>
<b>PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>		
Capitaux propres	1 599,0	1 434,5
Passif non courant	314,0	266,7
Passif courant	535,6	499,1
<b>TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES</b>	<b>2 448,6</b>	<b>2 200,3</b>

## RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RECONCILIATION DU RESULTAT D'EXPLOITATION NORMALISE En millions d'euros	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>83,1</b>	<b>108,3</b>	<b>209,2</b>	<b>132,3</b>
Coûts de restructuration (plan de transformation 2019 et 2020 et fermeture de l'usine en Equateur au T2 2020 et restructuration des opérations commerciales en Amérique latine au T3 2020)	+4,9	+6,1	+31,9	+13,9
Dépréciation d'actifs Cello	-	-	-	+41,7
Certains coûts liés au COVID-19, principalement la non-absorption des coûts fixes	-	+13,0	-	+32,4
Ajustement favorable des pensions aux États-Unis	-	-44,1	-	-44,1
<b>Résultat d'exploitation normalisé</b>	<b>88,0</b>	<b>83,3</b>	<b>241,1</b>	<b>176,2</b>

RECONCILIATION DU RESULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION NORMALISE En euro	T3 2019	T3 2020	9M 2019	9M 2020
<b>Résultat net Part du Groupe par action</b>	<b>1,40</b>	<b>1,51</b>	<b>3,39</b>	<b>2,00</b>
<i>Coûts de restructuration (plan de Transformation et fermeture de l'usine en Equateur au T2 2020 et restructuration des opérations commerciales en Amérique latine au T3 2020)</i>	+0,07	+0,10	+0,49	+0,22
<i>Dépréciation d'actifs Cello</i>	-	-	-	+0,93
<i>Certaines dépenses liées au COVID-19, principalement la sous-absorption des coûts fixes</i>	-	+0,20	-	+0,51
<i>Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine</i>	+0,01	+0,01	+0,05	+0,03
<i>Ajustement favorable des pensions aux États-Unis</i>		-0,77		-0,77
<b>Résultat net Part du Groupe par action normalisé</b>	<b>1,48</b>	<b>1,05</b>	<b>3,93</b>	<b>2,92</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 d'euros)
Février 2020	48 818	56,53	2,8
Mars 2020	87 565	52,44	4,6
Avril 2020	-	-	-
Mai 2020	-	-	-
Juin 2020	-	-	-
Juillet 2020			
Août 2020			
Septembre 2020			
<b>Total</b>	<b>136 383</b>	<b>53,90</b>	<b>7,4</b>

## CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 30 septembre 2020, le capital social de SOCIETE BIC est composé de 45 532 240 actions, représentant :

- 66 933 684 droits de vote
- 66 383 107 droits de vote nets des actions privées de droit de vote.

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin septembre 2020 est de 550 577.

## 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** : 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 et sociaux de SOCIETE BIC au 30 septembre 2020 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 27 Octobre 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

Sophie Palliez-Capian - Engagement des Parties Prenantes	
Relations Investisseurs	Contacts Presse
Sophie Palliez-Capian + 33 6 87 89 33 51 <a href="mailto:sophie.palliez@bicworld.com">sophie.palliez@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>
Michele Ventura +33 1 45 19 52 98 <a href="mailto:michele.ventura@bicworld.com">michele.ventura@bicworld.com</a>	Isabelle de Segonzac : +33 6 89 87 61 39 <a href="mailto:isegonzac@image7.fr">isegonzac@image7.fr</a>

---

**AGENDA- TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER**

---

Capital Markets Day	10 novembre 2020	Événement en ligne
Résultats annuels 2020	17 février 2021	Conférence téléphonique et webcast
Résultats du premier trimestre 2021	28 avril 2021	Conférence téléphonique et webcast