



RÉSULTATS DU TROISIEME TRIMESTRE ET DES 9 PREMIERS MOIS 2022

*Poursuite de la croissance dans les trois divisions et résilience face aux vents contraires
Perspectives de Chiffre d'affaires pour l'exercice 2022 revues à la hausse*

Clichy, France – 27 octobre 2022

Poursuite de la dynamique de croissance – Chiffre d'affaires du T3 en croissance de 10,5% à taux de change constants

- **Human Expression** : bonne rentrée scolaire (ventes aux consommateurs) dans l'hémisphère nord avec des gains de parts de marché dans nos trois pays principaux (France, Etats-Unis, Mexique). Croissance à deux chiffres au Brésil et en Inde.
- **Flame for Life** : hausse de 13% des produits à valeur ajoutée et croissance de près de 10% ou à deux chiffres dans tous nos pays-clés grâce à des gains de distribution et aux innovations.
- **Blade Excellence** : gains de parts de marché dans toutes les régions, portés par les produits à valeur ajoutée. Poursuite du développement de l'activité B2B BIC Blade-Tech.

Résilience face aux vents contraires - inflation des coûts et investissements dans la croissance (soutien à la marque et dépenses opérationnelles) partiellement compensés par un impact prix favorable et un effet de levier opérationnel lié à la croissance du Chiffre d'affaires.

Solide marge brute d'autofinancement (+357,8 millions d'euros).

Amélioration du Besoin en fonds de roulement grâce à une politique active de recouvrement des créances.

Chiffre d'affaires des 9M 2022 1 707,2 M€ +13,8% à taux de change constants	Résultat d'exploitation des 9M 2022 : 261,9 M€ Résultat d'exploitation ajusté des 9M 2022 : 268,5M€	Marge d'exploitation ajustée des 9M 2022 15,7%
BNPA des 9M 2022 4,22€ / -34,1% BNPA ajusté des 9M 2022 4,53€ / +19,2%	Flux nets de trésorerie disponibles des 9M 2022 150,7M€	Situation nette de trésorerie (à fin septembre) 347,0 M€

“Portés par notre plan stratégique Horizon, nous marquons des points décisifs. Les résultats des neuf premiers mois sont bons, avec une forte dynamique dans toutes nos divisions. Les gains de distribution et de parts de marché dans toutes nos régions, combinés à des lancements de produits réussis démontrent notre capacité à alimenter la croissance, tout en maintenant de solides flux de trésorerie et un bilan solide.

En 2023, forts de la confiance des consommateurs et de notre efficacité commerciale et en dépit de la volatilité persistante de l'environnement macro-économique, nous sommes confiants de pouvoir atteindre la trajectoire du plan Horizon, soit une croissance organique du chiffre d'affaires d'environ 5 %” a déclaré **Gonzalve Bich, Directeur Général de BIC.**

Mise à jour des Perspectives 2022 (sur la base des hypothèses actuelles de marché¹)

Compte-tenu de la bonne performance du 3^{ème} trimestre, nous prévoyons désormais une croissance du Chiffre d'affaires pour l'exercice 2022 comprise entre +11 à +13% à taux de change constants (précédemment entre +10% à +12%), dont 1 à 2 points provenant des acquisitions. La croissance du Chiffre d'affaires au 4^{ème} trimestre sera tirée par des effets volume et prix. Nous maintenons nos prévisions de plus de 200 millions d'euros de *Free Cash Flow*.

Malgré l'inflation des coûts, davantage de dépenses de soutien à la marque, et des investissements opérationnels destinés à soutenir la croissance, nous prévoyons une augmentation en valeur absolue du résultat d'exploitation ajusté 2022.

¹ Voir hypothèses de marché p.9
Chiffres non audités

FORTE DYNAMIQUE DE CROISSANCE DANS TOUTES LES DIVISIONS

Le Chiffre d'affaires des neuf premiers mois a progressé de 11,6% à base comparable, de 13,8% à taux de change constants et de 11,3% sur 12 mois glissants². Sur cette période ainsi que sur le trimestre, la croissance est attribuable à l'augmentation des volumes, à un mix favorable et à la mise en œuvre des augmentations de prix dans toutes les régions. Toutes les divisions et régions ont contribué à la performance des neuf premiers mois et du 3^{ème} trimestre.

- La croissance organique des 9 premiers mois de la division **Human Expression** continue d'être portée par les instruments d'écriture et le coloriage. La saison de rentrée scolaire a été solide en Europe, Amérique du Nord et au Mexique, en particulier dans les stylos à bille, les porte-mines et le coloriage. Grâce à notre positionnement rapport qualité/ prix, nous avons gagné des parts de marché dans nos pays-clés, surperformant dans les produits classiques et à valeur ajoutée. L'Inde et les pays africains, en croissance à deux chiffres sur les 9 premiers mois, continuent à se relever de la pandémie. Au Brésil, la forte reprise du marché de la papeterie, en croissance à deux chiffres depuis le début de l'année, associée à une solide exécution commerciale devraient contribuer à une bonne saison de rentrée scolaire 2022-2023.
- Les briquets à valeur ajoutée ont progressé de 13% en valeur et représentaient 35% du Chiffre d'affaires de la division **Flame for Life** à fin septembre. Aux Etats-Unis, le briquet utilitaire de poche BIC EZ Reach continue de contribuer à la dynamique de la catégorie et a atteint plus de 5% du marché des briquets de poche, grâce à une distribution accrue, notamment dans les magasins de proximité, et à des investissements de soutien à la marque efficaces. Le Chiffre d'affaires a enregistré une croissance à deux chiffres en Europe, tiré à la fois par les pays d'Europe de l'Ouest et de l'Est. La performance au Brésil a été portée par la poursuite d'une forte demande d'utilisation de flammes.
- Dans la division **Blade Excellence**, nous avons gagné des parts de marché dans toutes les régions clés (Etats-Unis, Europe, Amérique Latine), grâce au succès de nos produits à valeur ajoutée, notamment de nos gammes Flex et Soleil. Notre activité B2B BIC Blade Tech a poursuivi sa montée en puissance et contribué à hauteur de 20% à la croissance totale du Chiffre d'affaires de **Blade Excellence** depuis le début de l'année.

INFLATION DES COUTS ET INVESTISSEMENTS DANS LA CROISSANCE (SOUTIEN A LA MARQUE ET DEPENSES OPERATIONNELLES) PARTIELLEMENT COMPENSES PAR UN IMPACT PRIX FAVORABLE ET UN EFFET DE LEVIER OPERATIONNEL LIE A LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES.

La marge brute des 9 premiers mois 2022 a baissé de 2,5 points à 48,9% en publié, et de 2,8 points hors Inkbox. L'impact de l'inflation des coûts (-5,6 pts), et un effet devises défavorable (-1,1 pt) principalement dû à la couverture Euro/ US Dollar (-1,2 pt) ont été partiellement compensés par une meilleure absorption des coûts fixes (+2,1 pts), un effet prix favorable (+1,7 pt), et la contribution d'Inkbox (+0,3 pt). **Le Résultat d'Exploitation ajusté des 9M 2022** a augmenté de 8,0%. **La marge d'exploitation ajustée** s'est élevée à 15,7%, en baisse de 2,1 pts en publié, et de -1,2 points hors Inkbox. L'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires (+4,2 pts) a été plus que neutralisé par la hausse des dépenses de soutien à la marque (-0,9 pt), et des dépenses opérationnelles (-1,6 pt) ainsi que par l'impact des récentes acquisitions dont Inkbox (-0,9 pt).

La marge brute du T3 a reculé de 3,4 pts à 47,4% dû notamment à un effet devises défavorable. **La marge d'exploitation ajustée du T3** est en baisse de 5,9 pts en raison de la hausse des dépenses de soutien à la marque et opérationnelles, et de l'impact négatif des investissements dans la croissance de nos récentes acquisitions, partiellement compensés par un effet de levier opérationnel lié à la croissance du Chiffre d'affaires.

L'impact de l'inflation des coûts sur le résultat d'exploitation ajusté des 9M 2022 est de 79 millions d'euros (dont 31 millions pour le T3). Pour le reste de l'année, nous prévoyons environ 30 millions d'euros d'impact défavorable lié à l'inflation des coûts, notamment des prix de l'électricité. L'impact sur l'ensemble de l'année sera plus que compensé par l'augmentation des volumes, les ajustements de prix et des économies supplémentaires, ce qui nous permettra de faire croître notre résultat d'exploitation ajusté en valeur absolue, mais dans une moindre mesure que le chiffre d'affaires.

Les flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation des 9M 2022 se sont élevés à 208,1 millions d'euros, soutenus par les bonnes performances commerciales. La variation de -88,1 millions d'euros du besoin en fonds de roulement net s'explique par une augmentation des créances clients et autres créances (-56,6M€), liés à la forte croissance du chiffre d'affaires, et une augmentation du niveau des inventaires (-93,5 M€, dont 38 millions d'euros liés à l'inflation des coûts des matières premières, du fret et de l'électricité).

² Voir glossaire

Les flux nets de trésorerie disponibles avant cessions et acquisitions des 9M 2022 se sont élevés à +150,7 millions d'euros. A fin septembre 2022, la position nette de trésorerie était de 347,0 millions d'euros et incluait les 73,3 millions d'euros payés pour les acquisitions principalement celle d'Inkbox.

PLAN STRATEGIQUE HORIZON

La bonne performance de ce 3^{ème} trimestre s'explique par l'exécution sans relâche de notre plan Horizon.

INNOVATION OUVERTE ET CENTREE SUR LE CONSOMMATEUR

Le **briquet BIC Ecolutions**, dont l'impact environnemental a été réduit de 16% a été lancé avec succès aux Etats-Unis pendant l'été et est déployé progressivement en Europe.

Capitalisant sur le succès continu des rasoirs BIC Soleil Escape et BIC Bamboo (2,2 % de part de marché en valeur pour Escape et 1,3 % pour Bamboo, doublée depuis mars dernier), nous lançons **BIC EasyRinse**, une innovation majeure dans l'univers des rasoirs. Grâce à sa nouvelle technologie brevetée, ce rasoir répond à un besoin clé non satisfait des consommateurs, identifié par nos équipes d'analyse de marché et des tendances de consommation. Sa conception unique offre une expérience de rasage ultra douce. BIC EasyRinse sera disponible pour hommes et femmes en version non-rechargeable et hybride. Il sera lancé en ligne aux États-Unis au quatrième trimestre et disponible chez les distributeurs à partir de 2023.

E-COMMERCE

Le chiffre d'affaires du e-commerce a augmenté de 10% depuis le début de l'année. Les ventes ont été tirées par le circuit des *Omniretailers* (+27% de croissance) et les marchés en développement, avec une très belle performance au Brésil et au Mexique. Les trois divisions ont contribué à la croissance. Nous avons gagné des parts de marché aux États-Unis dans la papeterie et les rasoirs, et au Royaume-Uni dans la papeterie. Notre activité de vente directe au consommateur (www.bic.com) continue de se développer, soutenue par le succès des éditions limitées en partenariat avec des marques et des artistes de premier plan.

REVENUE GROWTH MANAGEMENT

Nous avons continué à nous concentrer sur la simplification de notre portefeuille pour répondre aux besoins des consommateurs. Nous avons augmenté de 25% notre chiffre d'affaires par référence (*SKUs*) avec des progrès enregistrés dans les trois divisions tout en réduisant de 10,3% le nombre de références de produits. Nous avons réalisé 79% des effets prix et mix attendus pour l'année entière, et nous continuons à investir dans l'analyse des prix et l'architecture des offres afin de proposer des solutions qui répondent aux besoins et aux attentes des consommateurs, tout en améliorant la rentabilité.

GOUVERNANCE

Le Conseil d'Administration du 27 octobre a pris acte de la démission d'Inna Kostuk, une des deux administrateurs représentant les salariés, concomitamment à la cessation de ses fonctions de salariée au sein du Groupe. Le Comité de Groupe désignera un nouvel administrateur représentant les salariés dans les prochains mois. Le Conseil d'Administration tient à remercier Inna pour sa précieuse contribution aux travaux du Conseil au cours de son mandat.

CHIFFRES CLES

GROUPE

<i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Chiffre d'affaires	478,4	580,1	1 395,1	1 707,2
Variation en publié	+8,2%	+21,3%	+14,6%	+22,4%
Variation à base comparable	+5,0%	+7,6%	+16,1%	+11,6%
Variation à taux de change constants	+8,5%	+10,5%	+19,8%	+13,8%
Marge d'exploitation	17,2%	11,1%	29,8%	15,3%
Marge d'exploitation ajustée	17,2%	11,3%	17,8%	15,7%
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,28	1,06	6,40	4,22
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	1,28	1,14	3,80	4,53
Flux nets de trésorerie disponible avant acquisitions et cessions	128,6	128,3	232,3	150,7
Position Nette de Trésorerie	475,4	347,0	475,4	347,0

HUMAN EXPRESSION

<i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Chiffre d'affaires	197,5	225,2	530,7	663,2
Variation en publié	+22,4%	+14,1%	+16,6%	+25,0%
Variation à base comparable	+15,9%	+2,1%	+13,5%	+14,4%
Variation à taux de change constants	+22,8%	+6,6%	+20,4%	+18,4%
Résultat d'exploitation ajusté	12,7	(1,2)	40,3	34,3
Marge d'exploitation ajustée	6,5%	(0,6) %	7,6%	5,2%

FLAME FOR LIFE

<i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Chiffre d'affaires	170,7	216,0	538,1	652,0
Variation en publié	(0,2) %	+26,5%	+22,5%	+21,2%
Variation à base comparable	(2,1) %	+11,0%	+26,5%	+9,9%
Variation à taux de change constants	+0,1%	+12,4%	+29,2%	+10,8%
Résultat d'exploitation ajusté	68,6	74,8	214,2	241,6
Marge d'exploitation ajustée	40,2%	34,6%	39,8%	37,1%

BLADE EXCELLENCE

<i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Chiffre d'affaires	104,6	132,6	304,9	372,9
Variation en publié	+1,6%	+26,8%	+0,4%	+22,3%
Variation à base comparable	+1,1%	+12,3%	+5,7%	+11,5%
Variation à taux de change constants	+1,9%	+14,7%	+6,2%	+12,8%
Résultat d'exploitation ajusté	18,5	13,3	50,9	56,6
Marge d'exploitation ajustée	17,7%	10,0%	16,7%	15,2%

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

en millions d'euros	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Chiffre d'affaires	478,4	580,1	1 395,1	1 707,2
Marge brute	242,9	275,0	716,7	834,8
Taux de marge brute	50,8%	47,4%	51,4%	48,9%
Capacité d'autofinancement (EBITDA)	87,7	84,6	470,2	332,1
Résultat d'exploitation (EBIT)	82,5	64,3	415,1	261,9
Marge d'exploitation	17,2%	11,1%	29,8%	15,3%
Éléments non-récurrents (voir détails page 12)	-	1,3	(166,5)	6,6
Résultat d'exploitation ajusté	82,5	65,6	248,6	268,5
Marge d'exploitation ajustée	17,2%	11,3%	17,8%	15,7%

La marge brute des 9 premiers mois 2022 a baissé de 2,5 pts à 48,9% en publié, et de 2,8 pts hors Inkbox. L'impact de l'augmentation des coûts des matières et les effets défavorables des devises, principalement liés à la couverture Euro/ Dollar US ont été partiellement compensés par une meilleure absorption des coûts fixes, l'impact favorable des prix et la contribution d'Inkbox. La marge d'exploitation ajustée des 9 premiers mois 2022 s'est élevée à 15,7%, en baisse de 2,1 pts en publié, et de -1,2 points hors Inkbox. L'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires a plus que compensé l'augmentation des dépenses de soutien à la marque, des dépenses opérationnelles, et l'impact négatif lié aux récentes acquisitions, notamment celle d'Inkbox.

La marge brute du T3 2022 a baissé de 3,4 pts à 47,4%. La marge d'exploitation ajustée du T3 a baissé de 5,9 pts en raison de la hausse des dépenses de soutien à la marque et opérationnelles et de l'impact des investissements dans la croissance de nos récentes acquisitions, partiellement compensés par un effet de levier opérationnel.

- La marge d'exploitation ajustée des neuf premiers mois 2022 de la division *Human Expression* était de 5,2% contre 7,6% pour les 9M 2021. Cette baisse s'explique par l'inflation des coûts des matières et par les investissements dans Inkbox, en partie compensés par l'effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et l'absorption favorable des coûts fixes. La marge d'exploitation ajustée du T3 était de -0,6%, une baisse de 7,1 pts en raison de dépenses d'exploitation plus élevées et des effets défavorables des devises (taux de couverture Euro/ Dollar US).
- La marge d'exploitation ajustée des neuf premiers mois 2022 de la division *Flame for Life* était de 37,1% comparée à 39,8% aux 9M 2021, en raison de l'augmentation des coûts des matières premières, du fret et d'électricité et d'investissements plus importants dans le soutien à la marque liés notamment à la campagne publicitaire de BIC EZ Reach aux Etats-Unis. Cela a été partiellement compensé par un effet de levier opérationnel lié à la croissance du chiffre d'affaires et par une absorption favorable des coûts fixes. La marge d'exploitation ajustée au T3 2022 s'est élevée à 34,6% contre 40,2% au T3 2021 (plus d'investissements opérationnels et effet défavorable des devises principalement liés à la couverture Euro/ Dollar US).
- La marge d'exploitation ajustée de *Blade Excellence* des neuf premiers mois 2022 s'est élevée à 15,2% contre 16,7% aux 9M 2021, en raison de coûts de production plus élevés (dont électricité et transports) et de la hausse des investissements de soutien à la marque. Cela a été partiellement compensé par un 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. La marge d'exploitation ajustée au T3 2022 était de 10,0% comparée à 17,7% au T3 2021. Cette baisse est due à la hausse des coûts des matières premières et des coûts de production (dont électricité & transport), des dépenses d'exploitation plus élevées et des effets défavorables des devises (taux de couverture Euro/ Dollar US).

PRINCIPAUX COMPOSANTS DE LA VARIATION DE LA MARGE D'EXPLOITATION (en points)	T1 2022 vs. T1 2021	T2 2022 vs. T2 2021	T3 2022 vs. T3 2021	9M 2022 vs. 9M 2021
• Variation de la marge brute	+0,2	(3,9)	(3,4)	(2,5)
• Soutien à la marque	(0,5)	(1,8)	(0,8)	(1,0)
• Dépenses d'exploitation et autres dépenses ³	+5,4	+1,3	(1,7)	+1,4
Variation de la marge d'exploitation ajustée	+5,1	(4,4)	(5,9)	(2,1)

³ Les autres dépenses incluent notamment le Transport et la Distribution et la R&D

RÉSULTAT NET ET RESULTAT NET PAR ACTION

<i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Résultat d'exploitation (EBIT)	82,5	64,3	415,1	261,9
Résultat financier	(0,7)	0,7	(4,7)	(3,4)
Résultat avant impôts	81,9	65,0	410,4	258,6
Résultat Net Part du Groupe	57,3	46,8	287,5	186,2
Résultat Net Part du Groupe Ajusté	57,6	50,3	170,4	200,1
Résultat net Part du Groupe par action ajusté (en euros)	1,28	1,14	3,80	4,53
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,28	1,06	6,40	4,22

SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE

ÉVOLUTION DE LA SITUATION NETTE DE TRÉSORERIE		2021	2022
<i>en millions d'euros</i>			
Situation nette de trésorerie (début de période - décembre)		183,9	400,1
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation		+276,6	208,1
<ul style="list-style-type: none"> • Dont Marge brute d'autofinancement • Dont variation du besoin en fonds de roulement • Autres⁴ 		+336,3	357,8
		(19,4)	(88,1)
		(40,3)	(61,6)
Investissements industriels ⁵		(44,3)	(57,4)
Paievements des Dividendes		(80,9)	(94,7)
Programme de rachat d'actions		(31,2)	(43,7)
Flux net liés au contrat de liquidité		+0,5	+1,9
Produit de la vente du siège de Clichy		+173,9	-
Produit de la cession de Pimaco		+3,8	+1,1
Acquisitions ⁶		(7,2)	(73,3)
Autres éléments		+0,3	4,9
Situation nette de trésorerie (fin de période - Septembre)		+475,4	+347,0

A fin septembre 2022, la Position Nette de Trésorerie s'élevait à 347,0 millions d'euros. Les flux nets liés à l'activité d'exploitation ont été affectés par une croissance du besoin en fonds de roulement due à des niveaux d'inventaires plus élevés, liés notamment à la hausse du coût des matières à hauteur de 38 millions d'euros. A cela s'ajoute la hausse des créances clients. L'amélioration du besoin en fonds de roulement au T3 a été tirée par un recouvrement plus efficace des créances clients. Les acquisitions d'Inkbox (janvier 2022), Tattly (août 2022) et AMI (septembre 2022) ont également impacté la Position Nette de Trésorerie.

RÉMUNÉRATION DES ACTIONNAIRES

Conformément à notre rigoureuse politique d'allocation du capital, nous avons poursuivi notre engagement de rémunération attractive de nos actionnaires, équilibrée entre le versement de dividendes et les rachats d'actions :

- **Dividende ordinaire de 2,15 euros** par action, payé en juin 2022
- **43,7 millions d'euros de rachat d'actions** par SOCIÉTÉ BIC à fin septembre 2022. 833 406 actions ont été achetées à un prix moyen de 52,44 euros.

⁴ Impôts payés sur les sociétés et versements au titre des avantages du personnel

⁵ Ceci inclut respectivement -6,1 millions d'euros et -0,6 million d'euros pour 2022 et 2021 relatifs à la variation des dettes fournisseurs d'immobilisations

⁶ Haco Industries Ltd, Rocketbook & Djeep en 2021, Inkbox, Tattly, AMI, Rocketbook & Djeep en 2022

HUMAN EXPRESSION

Le chiffre d'affaires des 9M 2022 de la division Human Expression a augmenté de 18,4% à taux de change constants, de 14,4% à base comparable, et de 17,6% sur 12 mois glissants. Au T3, le Chiffre d'affaires a progressé de 6,6% à taux de change constant et de 2,1% à base comparable. La croissance du chiffre d'affaires du troisième trimestre a été affectée par la demande des clients de livraisons anticipées de leurs commandes de rentrée des classes, qui ont été expédiées au cours du premier semestre.

En Europe, la performance des neuf premiers mois 2022 a été tirée par l'Europe du Sud (Espagne et Italie) et de l'Est (Pologne et Roumanie) grâce à des activités promotionnelles efficaces. Les ventes de rentrée scolaire (ventes aux consommateurs) ont été bonnes. En France, nous avons consolidé notre position de leader, surperformant le marché pour la 16^{ème} année consécutive et gagnant 1,4 pt⁷ en valeur, tirés par tous les segments y compris les produits d'écriture classiques et le coloriage. L'emblématique BIC 4-Couleurs a contribué à hauteur de 50% à ce gain de parts de marché. Au Royaume-Uni, nous avons maintenu notre position de n°1, surperformant le marché (+1,2 pt)⁸ grâce à de bonnes performances dans les stylos (BIC Cristal et BIC 4-Couleurs), les feutres de coloriage et les crayons de couleurs.

Aux États-Unis, le marché de la papeterie a progressé de 1,9 % en valeur⁹, et BIC a gagné +0,5 pt en valeur grâce aux produits classiques et aux produits à valeur ajoutée (coloriage et gel) ainsi qu'à une bonne performance en e-commerce. Comme prévu, la période de rentrée scolaire (ventes aux consommateurs) a été bonne, tirée par nos produits classiques tels que les porte-mines, segment sur lequel nous avons gagné près de 3 points de part de marché en valeur.

Au Brésil, le chiffre d'affaires a plus que doublé¹⁰ grâce à la hausse des prix et à une forte dynamique de marché. Le marché de la papeterie était en croissance à deux chiffres, et BIC a atteint plus de 50% de part de marché en valeur, un plus haut niveau historique, grâce à une bonne exécution en magasins et la performance des produits classiques (stylos-billes) et des produits à valeur ajoutée comme BIC Intensity. **Au Mexique**, avec la réouverture des écoles, le marché a crû de plus de 60% en valeur, et nous avons gagné +0,6 pt¹¹ grâce aux segments du Coloriage et des Marqueurs. Nous avons consolidé notre position de leader pendant la période de rentrée scolaire gagnant des parts de marché pour la deuxième année consécutive dans la Grande Distribution, grâce à une belle visibilité en magasin, des campagnes de communication efficaces et de bonnes performances en e-commerce. **En Inde**, le Chiffre d'affaires de Cello était en croissance à deux chiffres, tiré par la reprise du marché et une solide croissance à deux chiffres en e-commerce grâce à un mix favorable.

FLAME FOR LIFE

Le chiffre d'affaires des 9M 2022 de la division Flame for Life a augmenté de 10,8 % à taux de change constants, de 9,9% à base comparable, et de 8,4% sur 12 mois glissants. Au T3 2022, le chiffre d'affaires était en croissance de 12,4% à taux de change constants et de 11,0% à base comparable.

Aux États-Unis, BIC continue de surperformer le marché des briquets (en baisse de 10,2% en volume et -3,7% en valeur¹²), gagnant des parts de marché en volume (+2,3 pts) et en valeur (+1,0 pt). Notre briquet de poche utilitaire BIC EZ Reach a surperformé une nouvelle fois le marché, atteignant plus de 5% de part de marché en valeur, grâce à l'accélération de sa distribution et à l'efficacité du soutien à la marque. EZ Reach représente désormais près de 7% des ventes de briquets de poche BIC aux États-Unis. Nous avons également gagné des parts de marché dans les briquets utilitaires (+3,4 pts en valeur comparé à il y a trois ans, avant la pandémie de Covid).

En Europe, le Chiffre d'affaires a enregistré une croissance à deux chiffres tirée par les pays d'Europe de l'Ouest (France, Italie, Allemagne et Belgique) et d'Europe de l'Est (Pologne et Turquie) grâce à la poursuite de la reprise dans les circuits traditionnels, les augmentations de prix et le succès des produits à valeur ajoutée comme les briquets décorés.

En Amérique Latine, le marché des briquets au **Brésil** a augmenté de 3,3% en valeur¹³ et nous avons continué à gagner des parts de marché (+0.8 pt), grâce à des gains de distribution des briquets décorés (lancement d'une nouvelle collection). La croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires a été portée par la forte demande d'utilisation de flammes, par les barrières importantes à l'importation de briquets et par une augmentation des prix.

⁷Données IRI Grande Distribution, Période de Rentrée Scolaire 13 semaines se terminant le 25 septembre

⁸Données IRI à fin septembre 2022

⁹Données NPD à fin septembre 2022

¹⁰Données Nielsen (1,6% de couverture du marché) à fin août 2022

¹¹Données NPD (couverture du marché estimée à 45%) à fin août 2022

¹²Données IRI (couverture du marché estimée à 70%) - période se terminant au 1er Octobre 2022

¹³Données Nielsen à fin septembre

BLADE EXCELLENCE

Le chiffre d'affaires des 9M 2022 de la division Blade Excellence a augmenté de 12,8% à taux de change constants, de 11,5% à base comparable, et de 8,5% sur 12 mois glissants. Le Chiffre d'affaires du T3 2022 était en progression de 14,7% à taux de change constants et de 12,3% à base comparable.

En Europe, BIC a gagné des parts de marché en France (+1,6 pt en valeur) et au Royaume-Uni (+0,4 pt en valeur)¹⁴ grâce au succès des produits 3 lames sur les segments féminin et masculin. La forte progression de la distribution dans les pays d'Europe de l'Est a tiré la croissance, notamment en Roumanie, Pologne ainsi qu'en Grèce, pays dans lesquels nous avons gagné des parts de marché significatives grâce à des opérations promotionnelles efficaces. Les produits à valeur ajoutée, tels que les gammes Flex et Soleil, ont contribué avec succès à cette croissance.

Aux États-Unis, BIC a surperformé le marché des rasoirs non-rechargeables (+0,9 pt en valeur)¹⁵ grâce au positionnement rapport qualité/ prix de nos produits premium sur le segment des rasoirs féminins. BIC a été la seule grande marque de rasoirs non-rechargeables féminins à croître depuis le début de l'année, gagnant 1,5 pt de parts de marché en valeur. Les bonnes performances de notre gamme Soleil se poursuivent, soutenues par le lancement de notre rasoir innovant BIC Soleil Escape qui a déjà atteint 2,2% de parts de marché en moins d'un an.

Au Brésil et au Mexique, nous continuons à enregistrer de bonnes performances dans les segments à valeur ajoutée tels que celui des 3 lames, entraînant une solide croissance à deux chiffres dans les deux pays. Après quatre ans de gains de parts de marché **au Brésil**, nous continuons à surperformer le marché (+1,3 pt en valeur¹⁶). Preuve de la réussite de notre stratégie de montée en gamme dans la région, nous avons atteint un record historique avec près de 25 % de part de marché en valeur grâce aux produits premium pour hommes et femmes (Comfort 3, Hybrid et Simply Soleil). **Au Mexique**, nous avons maintenu notre part de marché sur un marché en croissance d'environ 5% en valeur, grâce à la bonne performance des gammes Flex et Soleil dans le circuit traditionnel. Grâce à des campagnes promotionnelles efficaces, le rasoir BIC Comfort 3 Hybrid est n°1 dans la grande distribution, suivi par BIC Simply Soleil.

¹⁴ Données Nielsen à fin Aout 2022

¹⁵ IRI au 1^{er} Octobre 2022

¹⁶ Nielsen (couverture du marché estimée à 62%) à fin Aout 2022

HYPOTHESES DE TENDANCES DE MARCHES EN 2022

Nos perspectives 2022 sont fondées sur les hypothèses de marché suivantes¹⁷:

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 hausse (*flat to low-single-digit*)
- **Etats-Unis** :
 - Papeterie : Baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Briquets de poche : Baisse légère à modérée (*low to mid-single-digit*)
 - Rasoirs : 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
 - Impact défavorable des devises
 - Contribution positive d'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 et de l'innovation
 - Economies supplémentaires
 - Impact défavorable des acquisitions réalisées en 2022 sur le résultat d'exploitation

Flux Nets de trésorerie disponibles avant acquisitions et cessions :

- Environ 100 millions d'euros d'investissements industriels

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

¹⁷ Euromonitor et Estimations BIC

CHIFFRES D'AFFAIRES DU T3 PAR ZONE GEOGRAPHIQUE	T3 2021	T3 2022	% En publié	% A taux de change constants	% A base comparable
<i>en millions d'euros</i>					
Groupe	478,4	580,1	+21,3%	+10,5%	+7,6%
Europe	155,4	173,6	+11,7%	+10,5%	+10,5%
Amérique du Nord	194,7	236,9	+21,7%	+3,9%	+1,0%
Amérique Latine	72,6	108,5	+49,4%	+34,2%	+24,9%
Moyen-Orient et Afrique	31,3	32,0	+1,9%	(4,5)%	(4,5)%
Asie et Océanie (Inde inclue)	24,3	29,1	+20,1%	+11,9%	+11,9%

CHIFFRES D'AFFAIRES DES 9M PAR ZONE GEOGRAPHIQUE	9M 2021	9M 2022	% En publié	% A taux de change constants	% A base comparable
<i>en millions d'euros</i>					
Groupe	1 395,1	1 707,2	+22,4%	+13,8%	+11,6%
Europe	447,5	510,6	+14,1%	+13,9%	+13,9%
Amérique du Nord	601,1	735,8	+22,4%	+8,9%	+6,5%
Amérique Latine	198,5	288,2	+45,2%	+31,3%	+24,3%
Moyen-Orient et Afrique	82,5	89,0	+8,0%	+1,6%	+1,6%
Asie et Océanie (Inde inclue)	65,5	83,6	+27,5%	+20,8%	+20,8%

CHIFFRES D'AFFAIRES DU T3 PAR DIVISION	T3 2021	T3 2022	% En publié	Impact de change ¹⁸	Changement de Périmètre ¹⁹	Impact de l'Argentine ²⁰	% À base comparable
<i>en millions d'euros</i>							
Groupe	478,4	580,1	+21,3%	+11,4 <i>(en points)</i>	+1,3 <i>(en points)</i>	+1,0 <i>(en points)</i>	+7,6%
Human Expression - Papeterie	197,5	225,2	+14,1%	+8,0	+3,0	+1,0	+2,1%
Flame for Life - Briquets	170,7	216,0	+26,5%	+14,6	(0,0)	+0,9	+11,0%
Blade Excellence - Rasoirs	104,6	132,6	+26,8%	+12,9	(0,0)	+1,6	+12,3%
Autres Produits	5,7	6,3	+11,5%	(0,1)	(0,0)	(0,0)	+11,6%

CHIFFRES D'AFFAIRES DES 9M PAR DIVISION	9M 2021	9M 2022	% En publié	Impact de change	Changement de Périmètre	Impact de l'Argentine	% À base comparable
<i>en millions d'euros</i>							
Groupe	1 395,1	1 707,2	+22,4%	+9,0 <i>(en points)</i>	+1,1 <i>(en points)</i>	+0,7 <i>(en points)</i>	+11,6%
Human Expression - Papeterie	530,7	663,2	+25,0%	+7,0	+2,6	+1,0	+14,4%
Flame for Life - Briquets	538,1	652,0	+21,2%	+10,7	(0,0)	+0,6	+9,9%
Blade Excellence - Rasoirs	304,9	372,9	+22,3%	+9,9	(0,0)	+0,9	+11,5%
Autres Produits	21,3	19,1	(10,5)%	(0,1)	(0,0)	(0,0)	(10,4)%

¹⁸ Impact des devises excluant le Peso argentin (ARS)

¹⁹ Principalement acquisition d'Inkbox

²⁰ Voir Glossaire

RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR DIVISION	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
<i>en millions d'euros</i>				
Groupe	82,5	64,3	415,1	261,9
Marge en %	17,2%	11,1%	29,8%	15,3%
Human Expression – Papeterie	12,7	(2,6)	41,9	30,9
Marge en %	6,5%	(1,1) %	7,9%	4,7%
Flame for Life – Briquets	68,6	74,8	212,4	240,7
Marge en %	40,2%	34,6%	39,5%	36,9%
Blade Excellence – Rasoirs	18,5	13,3	50,8	54,4
Marge en %	17,7%	10,0%	16,7%	14,6%
Autres produits	(1,0)	(0,1)	(4,0)	(3,9)
Coûts non alloués	(16,3)	(21,1)	114,0	(60,2)

RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ PAR DIVISION	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
<i>en millions d'euros</i>				
Groupe	82,5	65,6	248,6	268,5
Marge en %	17,2%	11,3%	17,8%	15,7%
Human Expression – Papeterie	12,7	(1,2)	40,3	34,3
Marge en %	6,5%	(0,6) %	7,6%	5,2%
Flame for Life – Briquets	68,6	74,8	214,2	241,6
Marge en %	40,2%	34,6%	39,8%	37,1%
Blade Excellence – Rasoirs	18,5	13,3	50,9	56,6
Marge en %	17,7%	10,0%	16,7%	15,2%
Autres produits	(1,0)	(0,1)	(3,9)	(3,9)
Coûts non alloués	(16,3)	(21,1)	(52,8)	(60,2)

IMPACT DES CHANGEMENTS DE PÉRIMÈTRE ET FLUCTUATIONS DES TAUX DE CHANGE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES (HORS ARS) (en %)	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Périmètre	+2,5	+1,3	+2,8	+1,1
Devises	+0,2	+11,3	(4,5)	+9,0
<i>Dont USD</i>	(0,6)	+7,2	(3,2)	+5,8
<i>Dont BRL</i>	+0,1	+1,4	(0,9)	+1,3
<i>Dont MXN</i>	+0,4	+0,9	+0,1	+0,7
<i>Dont AUD</i>	+0,0	+0,2	+0,1	+0,1
<i>Dont ZAR</i>	+0,2	+0,0	+0,1	+0,0
<i>Dont INR</i>	(0,0)	+0,2	(0,1)	+0,2
<i>Dont RUB et UAH</i>	(0,0)	+1,1	(0,3)	+0,6

Sensibilité aux chiffre d'affaires et au résultat avant impôts de la fluctuation usd-eur	9M 2021	9M 2022
Variation de +/- 5% de l'impact de l'USD sur le chiffre d'affaires	2,1%	2,1%
Variation de +/- 5% de l'impact de l'USD sur le résultat avant impôts	0,9%	1,2%

Éléments non récurrents <i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	+167,7	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	+3,0	-
Coûts de restructuration (plan de transformation)	-	-	(4,2)	-
Coûts d'acquisition relatifs à Inkbox , Tattly et AMI, et ajustements de prix Rocketbook/ Djeeep	-	(1,3)	-	(3,6)
Dépréciation des opérations en Ukraine	-	-	-	(3,0)

COMPTE DE RÉSULTAT RÉSUMÉ <i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Chiffre d'affaires	478,4	580,1	1 395,1	1 707,2
Coût des ventes	235,5	305,1	678,4	872,4
Marge brute	242,9	275,0	716,7	834,8
Charges administratives et autres charges d'exploitations	160,4	210,7	301,6	572,9
Résultat d'exploitation (EBIT)	82,5	64,3	415,1	261,9
Résultat financier	(0,7)	0,7	(4,7)	(3,4)
Résultat avant impôts	81,9	65,0	410,4	258,6
Impôts	(24,5)	(18,2)	(122,9)	(72,4)
Résultat Net Part du Groupe	57,3	46,8	287,5	186,2
Résultat net Part du Groupe par action (en euros)	1,28	1,06	6,40	4,22
Nombre moyen d'actions en circulation, net des actions propres	44 890 535	44 130 016	44 890 535	44 130 016

BILAN CONDENSE <i>en million d'euros</i>	30 Septembre 2021	30 Septembre 2022
Actif non-courant	1 044 454	1 239 192
Actif courant	958 377	1 202 082
TOTAL DE L'ACTIF	2 523 778	2 864 284
Capitaux propres	1 682 506	1 921 075
Passif non courant	223 335	181 217
Passif courant	617 936	761 992
TOTAL DU PASSIF ET DES CAPITAUX PROPRES	2 523 778	2 864 284

RÉCONCILIATION DES INDICATEURS ALTERNATIFS DE PERFORMANCE

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION AJUSTÉ <i>en millions d'euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Résultat d'exploitation (EBIT)	82,5	64,3	415,1	261,9
Coûts de restructuration (plan de transformation)	-	-	+4,2	-
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	(167,7)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	(3,0)	-
Coûts d'acquisition liés à Inkbox, Tattly et AMI	-	+1,3	-	+2,9
Ajustements de prix Rocketbook & Djeep	-	-	-	+0,7
Dépréciations liées à la perte de valeur sur les opérations en Ukraine	-	-	-	+3,0
Résultat d'exploitation ajusté	82,5	65,6	248,6	268,5

RÉCONCILIATION DU RÉSULTAT NET PART DU GROUPE PAR ACTION AJUSTÉ <i>en euros</i>	T3 2021	T3 2022	9M 2021	9M 2022
Résultat net Part du Groupe par action	1,28	1,06	6,40	4,22
Coûts de restructuration (plan de transformation)	-	-	+0,07	-
Application de la norme IAS 29 d'hyperinflation en Argentine	-	+0,06	+0,04	+0,15
Plus-value de la vente du siège de Clichy	-	-	(2,67)	-
Plus-value de cession de Pimaco	-	-	-	-
Coûts d'acquisition liés à Inkbox, Tattly et AMI	-	+0,02	-	+0,05
Ajustements de prix Rocketbook & Djeep	-	-	-	+0,05
Dépréciations liées à la perte de valeur sur les opérations en Ukraine	-	-	-	+0,06
Résultat net Part du Groupe par action ajusté	1,28	1,14	3,80	4,53

RÉCONCILIATION DE LA GÉNÉRATION DE FLUX NETS DE TRÉSORERIE DISPONIBLE <i>en millions d'euros - nombres arrondis</i>	30 Septembre 2021	30 Septembre 2022
Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation (1)	+276,6	+208,1
Investissements industriels (2)	(44,3)	(57,4)
Génération de flux nets de trésorerie disponible hors acquisitions et cessions (1) - (2)	232,3	150,7

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
Avril 2022	75 550	47,85	3,6
Mai 2022	126 028	56,52	7,1
Juin 2022	94 358	52,72	5,0
Juillet 2022	57 250	55,95	3,1
Août 2022	111 305	58,07	6,5
Septembre 2022	91 350	57,58	5,3
Total	833 406	52,44	43,7

CAPITAL ET DROITS DE VOTE

Au 30 septembre 2022, le capital social de SOCIÉTÉ BIC est composé de 44 677 929 actions, représentant :

- 65 713 727 droits de vote,
- 64 762 104 droits de vote nets des actions privées de droits de vote

Le nombre total d'actions détenues en autocontrôle à fin septembre 2022 est de : 951 623.

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 constants. Les montants à périmètre 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 2021 et 2022
- **Sur 12 mois glissants à taux de change constants** : variation du chiffre d'affaires sur le total des 12 derniers mois par rapport au total des 12 derniers mois de l'année précédente, à taux de change constant
- **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 ajustés
- **Marge d'exploitation ajustée** : Résultat d'exploitation ajusté divisé par le chiffre d'affaires.
- **Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation** : trésorerie générée par les principales activités et autres activités hors activités d'investissement ou de financement.
- **Génération de flux nets de trésorerie disponible (Free Cash Flow)** : le Free Cash Flow se définit comme la variation nette de la trésorerie liée à l'exploitation, moins les dépenses d'investissement. La génération de flux nets de trésorerie disponible n'inclut pas les acquisitions et les produits des cessions d'activité
- **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 SOCIÉTÉ BIC au 30 septembre 2022, ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 27 Octobre 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 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.

Plus d'information sur le plan stratégique Horizon sont disponibles dans les *Investor Insight Newsletters*, nos [newsletters investisseurs](#), notamment sur les sujets suivants : Matières premières, stratégie *Flame For Life*, le segment du *Skin Creative*, et les réseaux de distribution.

Gonzalve Bich, Directeur Général et Chad Spooner, Directeur Financier commenteront **les résultats du troisième trimestre et des neuf premiers mois 2022** lors d'une conférence téléphonique et un webcast **le vendredi 28 octobre à 08h30 CET** :

- Pour participer au webcast: https://channel.royalcast.com/bic/#!/bic/20221028_1
- Pour se connecter à la conférence téléphonique :

Depuis la France: +33 (0) 1 70 37 71 66
Depuis le Royaume-Uni: +44 (0) 33 0551 0200
Depuis les Etats-Unis: +1 212 999 6659
Code d'accès: « BIC »

CONTACTS

Sophie Palliez-Capian
Engagement des Parties Prenantes
+33 1 45 19 55 28
+ 33 87 89 3351
Sophie.palliez@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 2023

TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER

Résultats du T4 2022 et de l'année 2022	14 février 2023
Résultats du T1 2023	25 avril 2023
Assemblée Générale 2022	17 mai 2023