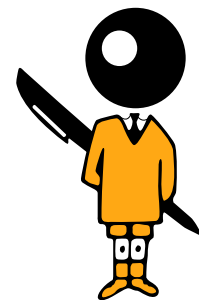




Assemblée Générale des Actionnaires

10 mai 2017

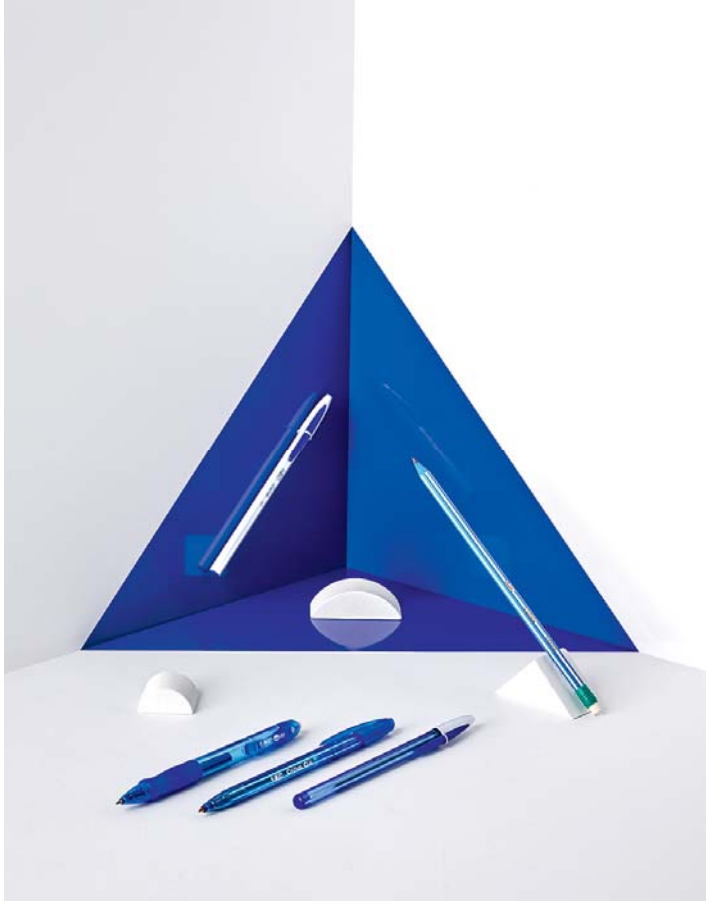




*« Se fonder sur nos valeurs...
inventer le futur.*

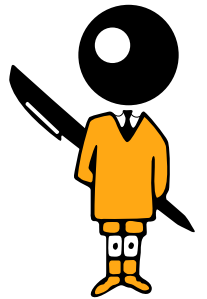
*Les hommes et les femmes
sont la clé de voûte de notre philosophie. »*





BIC en 2016

Bruno BICH



MESSAGES CLÉS



Solide performance dans toutes les zones géographiques



Augmentation sensible des investissements dans la R&D et le soutien à la marque



Forte génération de trésorerie



Revue stratégique de BIC Graphic partiellement achevée



**CHIFFRE
D'AFFAIRES***

+4,9%



**MARGE
D'EXPLOITATION
NORMALISÉE***

20,2%



**BÉNÉFICE NET
PART DU GROUPE
PAR ACTION**

5,32 €

NORMALISÉ

6,24 €



**POSITION NETTE
DE TRÉSORERIE**

222,2 M€

UTILISATION DE LA TRÉSORERIE



1 Investir pour préparer le futur

- Investissements
- Acquisitions Stratégiques Complémentaires

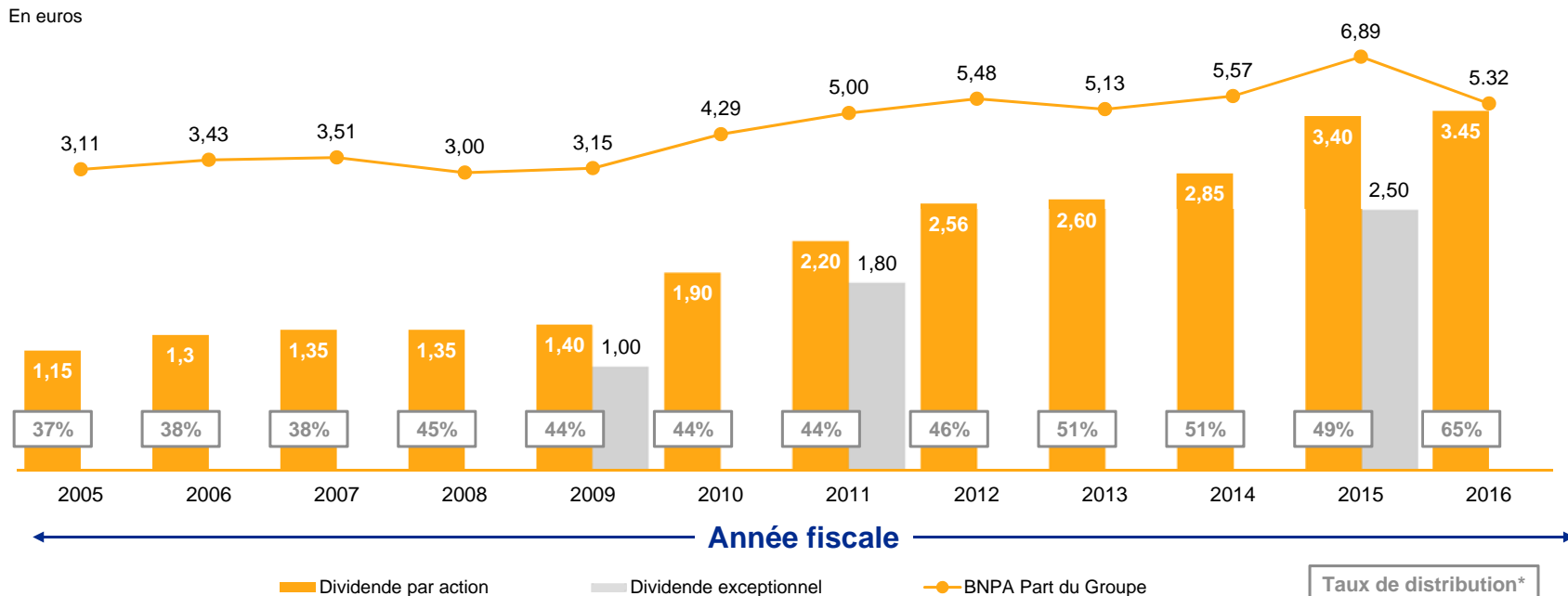
2 Assurer une croissance régulière du dividende ordinaire

3 Rachat d'actions

4 Dividende Exceptionnel



Proposition d'un dividende ordinaire de 3,45 euros par action



* Sur la base du dividende ordinaire. Le dividende sera mis en paiement le 24 mai 2017 sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale



BIC GRAPHIC EUROPE

- Sera rattaché aux activités Grand Public de BIC en Europe
- Focus sur le déploiement d'un modèle économique durable en s'appuyant sur l'expertise de BIC Graphic dans l'impression et la décoration
Plan en cours de négociation



BIC GRAPHIC AMÉRIQUE DU NORD ET SOURCING ASIE

- Discussions relatives aux alternatives stratégiques en cours



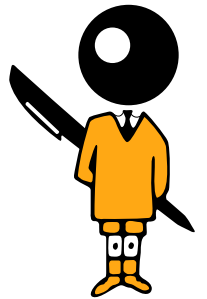
MARCHÉS EN CROISSANCE

- Les activités dont le modèle économique est durable ont été rattachées aux activités Grand public locales



Résultats consolidés Exercice 2016

Jim DiPIETRO

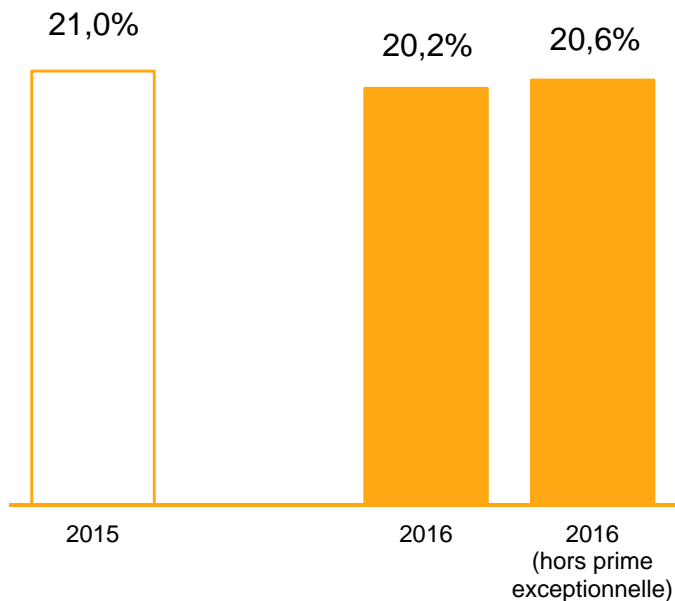


2016 (EN PUBLIÉ)

DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU BNPA



Groupe BIC En millions d'euros	2015	2016	Variation	Variation à taux de change constants
Chiffre d'affaires	1 993,4	2 025,8	+1,6%	+4,9%
Marge brute	1 030,8	1 065,3	+3,4%	
Résultat d'exploitation normalisé	419,4	409,1	-2,4%	
Résultat d'exploitation	424,4	403,4	-4,9%	
Taux effectif d'imposition	30,0%	29,5%		
Résultat Net Part du Groupe	325,1	249,7	-23,2%	
Résultat Net Part du Groupe par action	6,89	5,32	-22,8%	



- Hausse des investissements dans la R&D
- Augmentation des dépenses dans le soutien à la marque
- Charges d'exploitation plus élevées

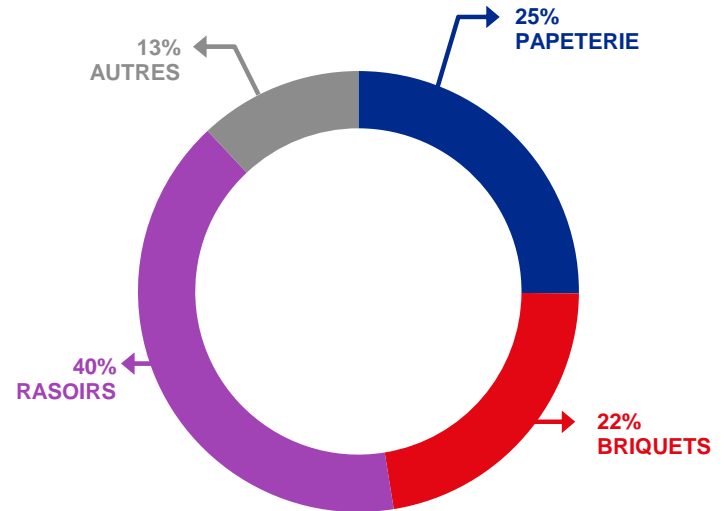
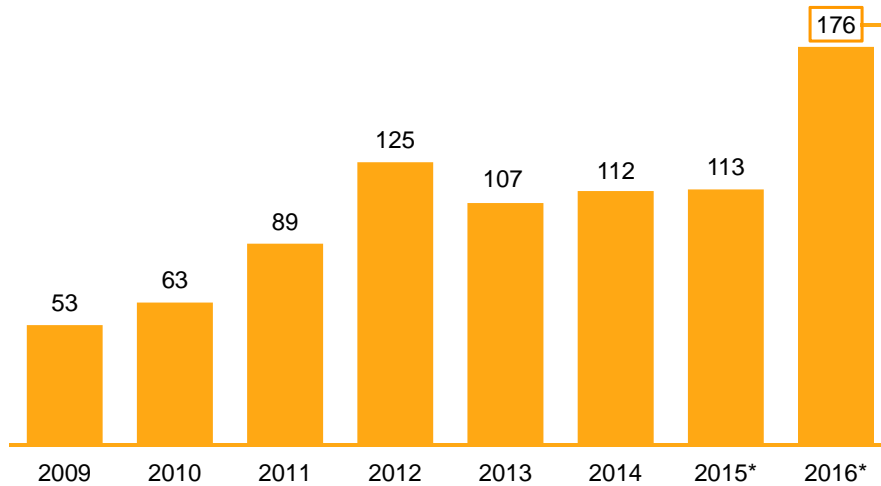
2016

INVESTISSEMENTS



Investissements industriels

En millions d'euros

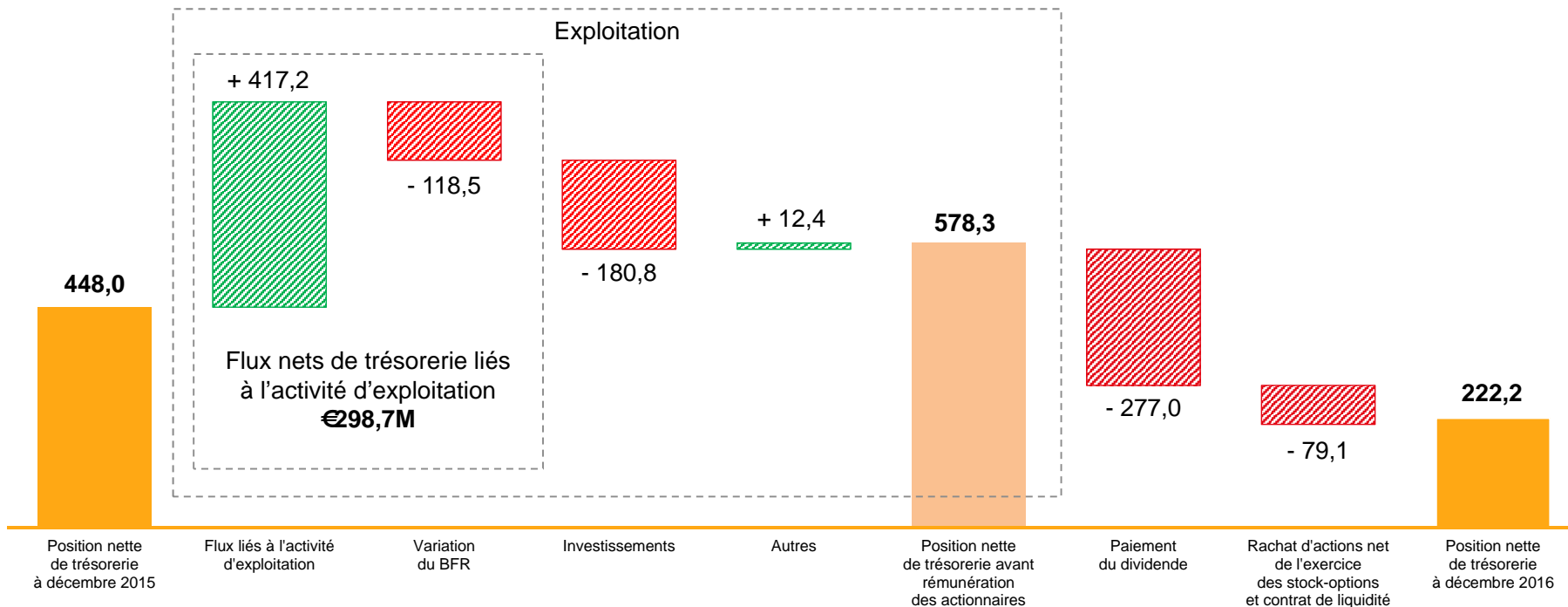


* Hors BIC Graphic Amérique du Nord et Asie

POSITION NETTE DE TRÉSORERIE



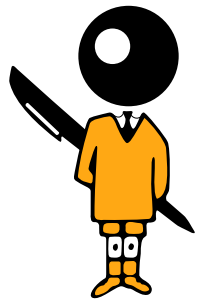
En millions d'euros





Performances opérationnelles

Gonzalve BICH



LA PAPETERIE EN 2016



CHIFFRE
D'AFFAIRES

780,3 M€

+4,9%*

RÉSULTAT D'EXPLOITATION
NORMALISÉ

70,1 M€

9,0%

INVESTISSEMENTS
INDUSTRIELS

44,6 M€

+34,3%



Europe

- Gains de parts de marchés dans la plupart des pays
- Renforcement du soutien à la marque



Amérique du Nord

- Succès de nos "Marques championnes" comme le Cristal®, l'Atlantis® et le crayon Xtra-Fun



Marchés en croissance

- Amérique latine : position renforcée au Brésil avec gains de parts de marché
- Moyen-Orient et Afrique : très bonne performance en Afrique du Sud sur toute la gamme de produits
- Inde : chiffre d'affaires domestique stable

* À taux de change constants



Succès des nouveaux produits

Renforcement des campagnes marketing

Cristal'UP	4 couleurs	Atlantis	Classiques	Digital	Médias sociaux
 	 	 	<p>Campagne TV en Europe</p> 	<p>BIC Kids DrawyBook en Europe</p> 	<p>Publicité digitale pour le crayon Evolution en Amérique latine</p> 



Continuer à s'appuyer sur nos marques championnes

BIC Gel-ocity Quick Dry

Encre gel innovante à séchage rapide



BIC 4 Couleurs 3+1HB

Extension de la gamme 4 couleurs avec un porte-mine et 3 cartouches de stylos à bille



BIC Atlantis X-Smooth

Amélioration de la douceur de l'encre sur les stylos à bille Atlantis



BIC Gel-ocity Illusion

Gel effaçable pour répondre à la demande croissante des consommateurs



BIC Velocity Max

Une gomme plus épaisse et un corps transparent avec un grip très confortable



BIC Intensity Fine

Entrer sur le segment des feutres d'écriture à pointe fine avec une offre attractive



LES BRIQUETS EN 2016



CHIFFRE
D'AFFAIRES

696,4 M€

+5,6%*

RÉSULTAT D'EXPLOITATION
NORMALISÉ

277,3 M€

39,8%

INVESTISSEMENTS
INDUSTRIELS

38,9 M€

+27,1%



Europe

- Bonne performance en Europe de l'Ouest
- Gains de distribution en Europe de l'Est



Amérique du Nord

- Succès des briquets décorés à valeur ajoutée



Marchés en croissance

- Amérique latine : gains de distribution au Mexique
- Moyen-Orient et Afrique : bonne performance en Afrique du Nord (très bonne visibilité en magasin et gains de distribution)



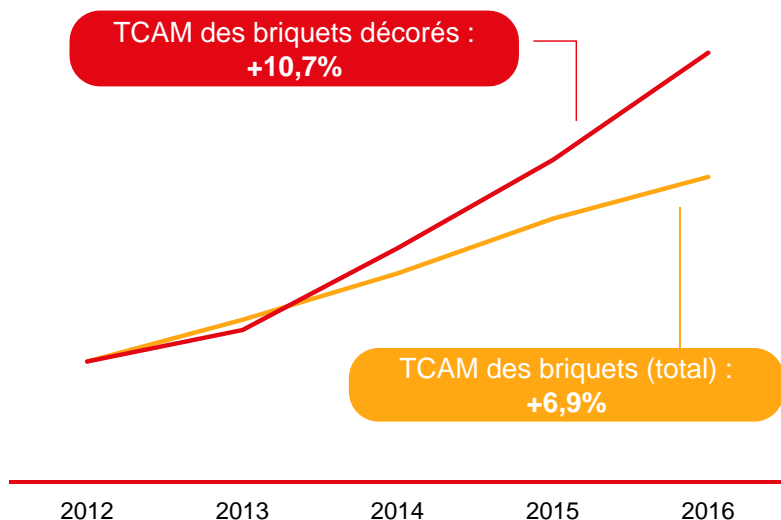
* À taux de change constants

LES BRIQUETS EN 2016



Les produits à valeur ajoutée

Hausse de la distribution



Renforcer la distribution
notamment en Amérique latine
et en Europe de l'Est

BRIQUETS

PRIORITÉS STRATÉGIQUES POUR 2017

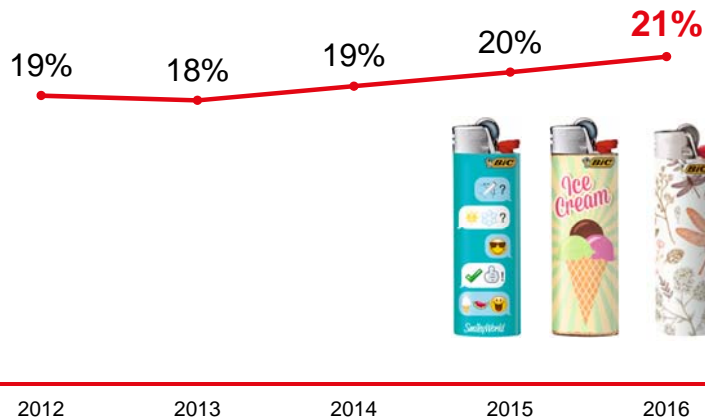


MARCHÉS MATURES

Nouveaux briquets décorés à valeur ajoutée



Part des briquets décorés
en % des ventes totales de briquets



MARCHÉS EN CROISSANCE

Sécurité et Qualité pour tous



Augmenter la
notoriété
de la marque BIC®



Renforcer la
distribution

LES RASOIRS EN 2016



CHIFFRE
D'AFFAIRES

467,0 M€

+7,0%*

RÉSULTAT D'EXPLOITATION
NORMALISÉ

69,6 M€

14,9%

INVESTISSEMENTS
INDUSTRIELS

71,1 M€

+113,5%



Europe

- Solides performances en Europe de l'Est (gains de distribution et à l'introduction de nos nouveaux produits)



Amérique du Nord

- Gains de parts de marché
- Positionnement "qualité au meilleur prix"
- Succès des lancements de nouveaux produits



Marchés en croissance

- Amérique latine : succès de toutes nos gammes de produits, gains de distribution et investissements dans le soutien à la marque
- Moyen-Orient et Afrique : bonne performance de toutes les régions et de toutes les gammes de produits



* À taux de change constants



Qualité et performance élevées au meilleur prix Gains de parts de marché

États-Unis

+1,4 points
de parts de marché

▼
28%



Russie

+2,0 points
de parts de marché

▼
14%



Brésil

+1,0 points
de parts de marché

▼
17%





Toujours plus de performance, toujours au juste prix Poursuivre la stratégie de montée en gamme

États-Unis

Faire revenir les consommateurs
dans les magasins avec **BIC Flex 5 Hybrid**



Europe de l'Est

Renforcer la gamme Flex
avec le lancement du **BIC Flex 3**



Amérique latine

Lancement
du **BIC Soleil Sensitive**

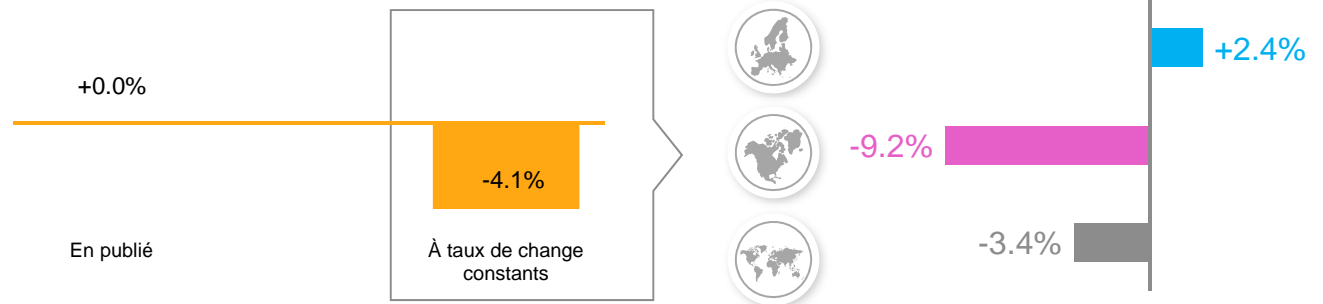


CHIFFRES CLÉS DU PREMIER TRIMESTRE 2017



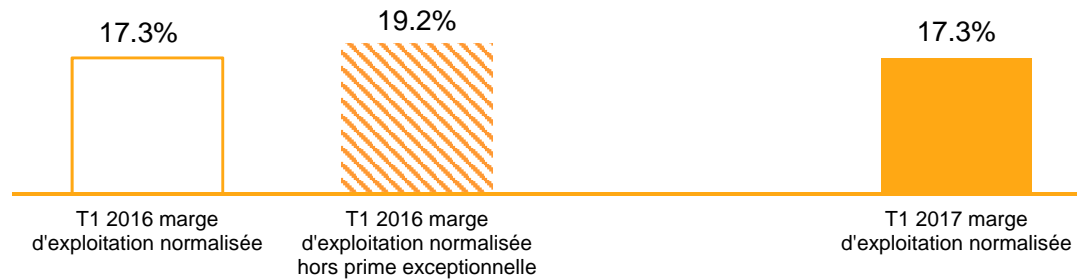
CHIFFRE D'AFFAIRES

469,2 M€



RÉSULTAT D'EXPLOITATION NORMALISÉ

81,3 M€





CHIFFRE D'AFFAIRES

- Chiffre d'affaires trimestriel affecté par la faiblesse des marchés de la papeterie et des rasoirs aux États-Unis
- Solide rentrée scolaire au Brésil
- Bonne performance en Europe de l'Est pour les briquets
- Renforcement de notre position de n°1 dans le segment des rasoirs 5 lames non-rechargeables



MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

- Baisse de la marge d'exploitation normalisée
- Poursuite des investissements dans la R&D et le soutien à la marque
 - Dépenses opérationnelles plus élevées



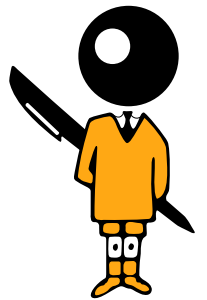
POSITION NETTE DE TRÉSORERIE

- Solide génération de trésorerie



Perspectives 2017

Bruno BICH





CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires 2017 devrait croître d'environ 5% de manière organique*



- Gains de distribution dans les marchés en croissance et en Europe de l'Est
- Papeterie : lancement du stylos gel "Gel-ocity quick dry" et du porte-mines "Velocity Max" aux Etats-Unis
- Rasoirs : poursuite de la solide performance en Europe de l'Est et en Amérique latine

* « mid-single digit » – entre +4% et +6%

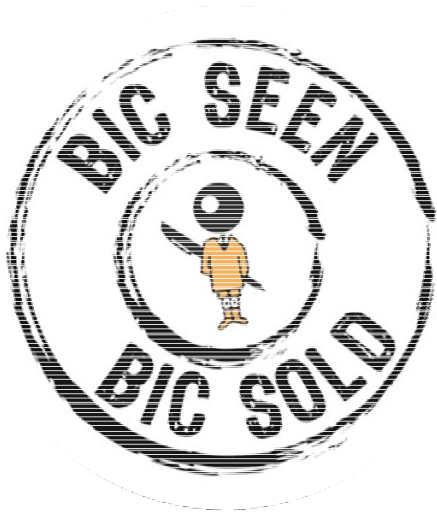


MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE

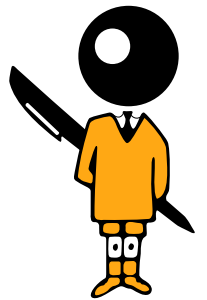
Afin de soutenir la croissance à long-terme, nous prévoyons une nouvelle année d'investissements ciblés dans la R&D, les CAPEX et le soutien à la marque. L'impact total de ces investissements sur la marge d'exploitation normalisée sera d'environ -100 points de base comparé à 2016, hors fluctuation majeure des devises.



Nos réseaux
de distribution
Un BIC vu, un BIC vendu



Gonzalve BICH



NOS RÉSEAUX DE DISTRIBUTION



30 MILLIONS
DE PRODUITS
VENDUS PAR JOUR



160 PAYS



4 MILLIONS
DE POINTS
DE VENTE



**GRANDE
DISTRIBUTION**



**MAGASINS
DE PROXIMITÉ**



E-COMMERCE

GRANDE DISTRIBUTION



LES BONS PRODUITS



VISIBLES



AU JUSTE PRIX





LES BONS PRODUITS

Assortiment

Classiques



À valeur ajoutée



Conditionnement



GRANDE DISTRIBUTION

LA PAPETERIE AUX ÉTATS-UNIS



VISIBLES



GRANDE DISTRIBUTION

LA PAPETERIE AUX ÉTATS-UNIS



AU JUSTE PRIX





GROSSISTES & DISTRIBUTEURS

- Motivation
- Accompagnement
- Fidélisation



CONSOMMATEURS

- Visibilité

LES MAGASINS DE PROXIMITÉ

LES BRIQUETS EN EGYPTE



GROSSISTES
& DISTRIBUTEURS

- Augmenter la notoriété de la marque
- Fédérer et fidéliser les grossistes et les distributeurs
- Mettre en valeur et récompenser les clients qui atteignent leurs objectifs de vente



Posters



Présentoirs



Cadeaux

LES MAGASINS DE PROXIMITÉ

LES BRIQUETS



- Visibilité

CONSUMMATEURS



Liban



Liban



Jordanie

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE



PURE
PLAYER

amazon

Rakuten

ebay

淘宝网
Taobao.com

euoffice
We love office stuff

vente-privee.com

jet



DISTRIBUTION
CLASSIQUE

Walmart

Office DEPOT
OfficeMax

ESSELUNGA
S

Walgreens

coles.com.au

TARGET

STAPLES

TESCO

Kalunga
.com

E.Leclerc

Lyreco
OFFICE & WORK SOLUTIONS

Carrefour

YES 24
전자도서관



DIRECT
CONSOMMATEUR

BIC

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

LE BIC SHAVE CLUB



- Un nouveau rasoir rechargeable BIC®
- Un abonnement sans engagement
- Les lames livrées chez soi à la fréquence souhaitée
- Et un tout nouveau site internet pour s'abonner : bicshaveclub.com

Le 1^{er} mois

LA "SHAVE BOX" & LE KIT RECHARGE



Les mois suivants

LE KIT RECHARGE

- 9 € par mois ou tous les 2 mois pour un rasoir 5 lames
- 5 € par mois ou tous les 2 mois pour un rasoir 3 lames



LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

LE BIC SHAVE CLUB



Nouveau Modèle Economique



Nouvelles Compétences

e-commerce

Informatique

Média
sociaux



Marketing
Digital

Logistique

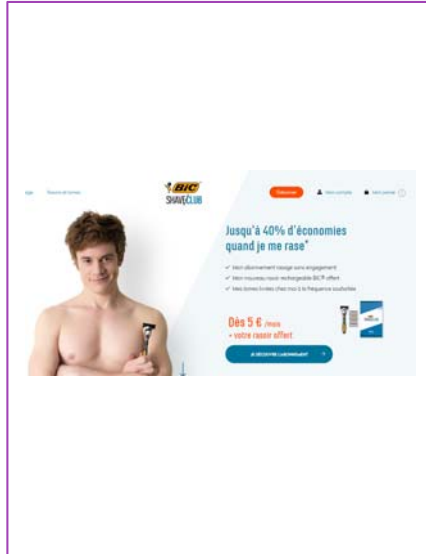
Nouveaux Modes de Distribution





Nouveaux Codes et Nouveaux Modes de Communication

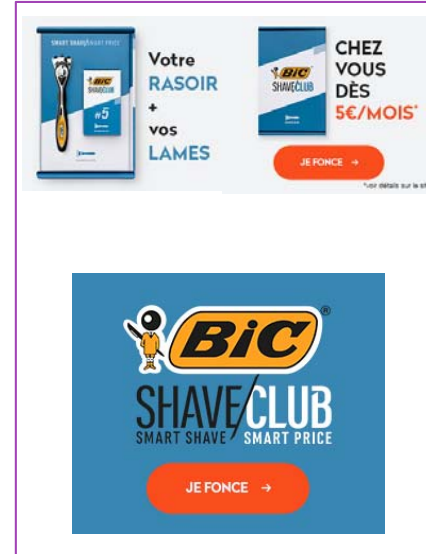
Site Internet



Email



Bannières



RP Bloggers

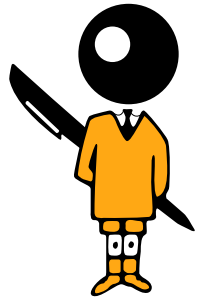




Responsabilité sociale, sociétale et environnementale

Bruno BICH

Marie-Aimée BICH-DUFOUR



UNE DÉMARCHE STRATÉGIQUE FORMALISÉE ET MESURÉE



Performance

Continuer à améliorer la **performance environnementale de nos usines** et **réduire les émissions de gaz à effet de serre** des opérations de transport

Innovation

Innovier pour **réduire l'empreinte environnementale** des produits et de leurs emballages

Engagement

Être un employeur engagé en **faisant vivre les valeurs du Groupe**, en assurant **la sécurité au travail** et **l'employabilité des salariés**

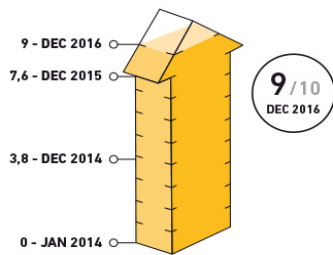
Responsabilité

Exercer notre responsabilité afin de faire respecter les **Droits de l'Homme au travail** et de faire progresser les **pratiques environnementales, sociales et de gouvernance de nos fournisseurs**

UNE DÉMARCHE STRATÉGIQUE FORMALISÉE ET MESURÉE



Baromètre 2014-2016

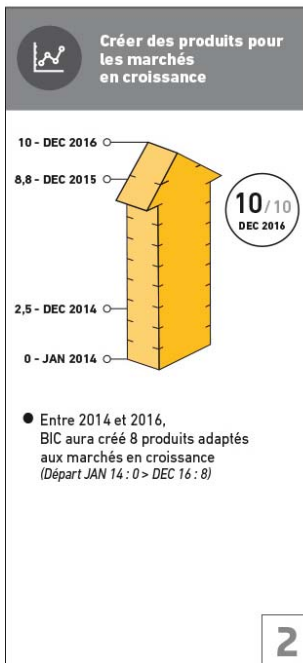


Le score global est la moyenne des 10 engagements

« Le Baromètre BIC de Développement Durable transcrit de manière concrète l'engagement du Groupe. Il permet aussi de communiquer facilement avec l'ensemble des équipes en donnant une direction claire sur 3 ans et des résultats précis sur nos avancées. »

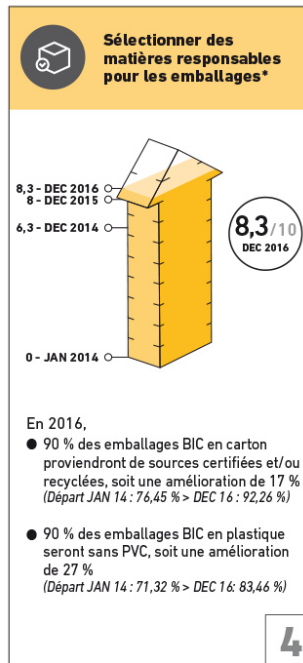
Christine Desbois, Directrice Développement Durable

■ PRODUITS ■ INDUSTRIE ■ SOCIAL/SOCIÉTAL

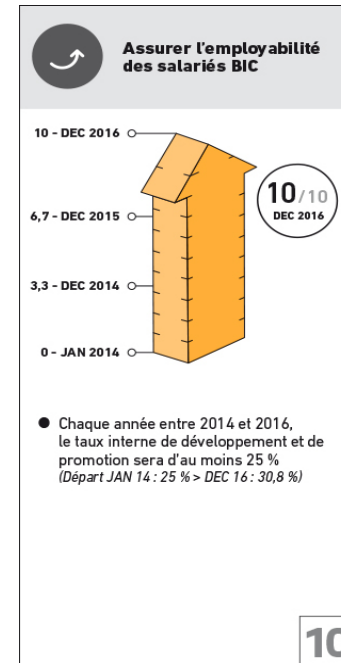


* Hors BIC Graphic

2

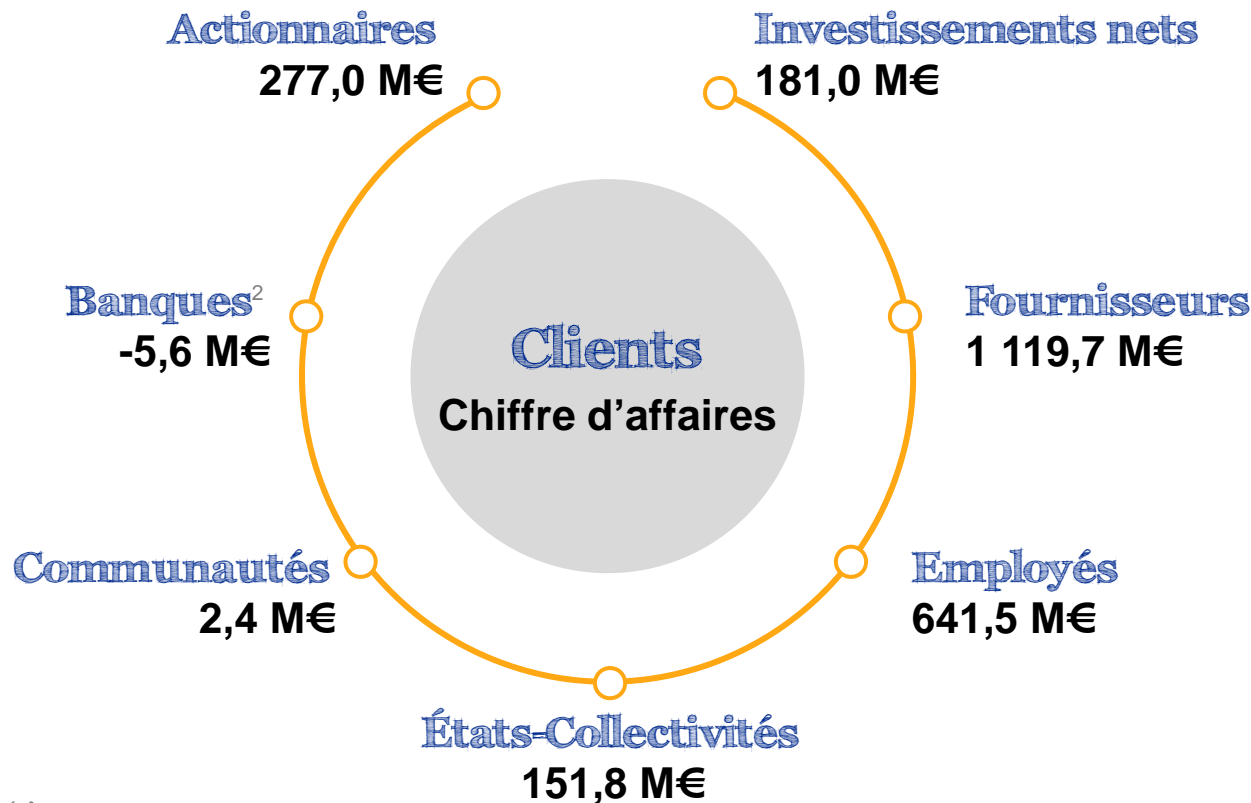


4



10

DISTRIBUTION AUX PARTIES PRENANTES EN 2016¹



1) Non retraité d'IFRS5 2) Intérêts perçus

UN ENGAGEMENT FORT EN FAVEUR DE L'ÉDUCATION



1,5 M€

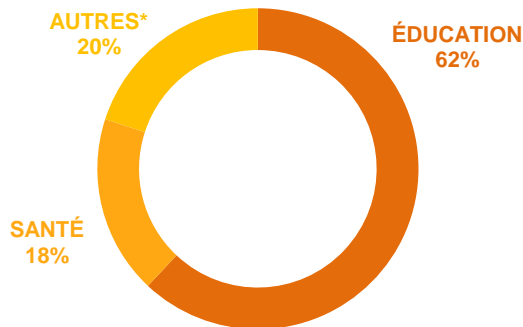
Dons de produits et dons financiers dans le monde en faveur de l'éducation en 2016 (sur un total de 2,4 millions)

112 opérations

Volontariat, dons de produits et dons financiers en faveur de l'éducation en 2016 (sur un total de 228)

Fondation d'entreprise

- Lutte contre le décrochage scolaire
- Accès égalitaire à l'éducation entre les filles et les garçons
- Education à l'environnement



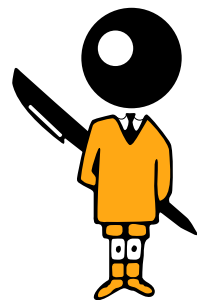
* Environnement, sport, aide humanitaire...



Gouvernance

Bruno BICH

Frédéric ROSTAND



TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2016



10 administrateurs

6 réunions

95% de taux de participation



4 indépendants



4 nationalités



3 femmes*

Comptes et budget

- Comptes annuels et semestriels
- Revue des résultats trimestriels et du budget 2017

Gouvernement d'entreprise

- Rémunération des mandataires sociaux et des administrateurs
- Plan de succession des mandataires sociaux
- Recherche d'un nouvel administrateur
- Attribution des actions gratuites

Stratégie

- Stratégie relative à l'accélération de la croissance sur l'ensemble de nos marchés
- Examen des orientations stratégiques des activités Papeterie, Briquets, Rasoirs et de BIC Graphic
- Examen des orientations stratégiques en Inde
- Programme de Développement Durable du Groupe
- Programme de rachat d'actions

* Ce nombre sera porté à 4 sous réserve de l'adoption de la résolution de la présente Assemblée, relative à la nomination de Mme Candace Matthews.

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION POST AG



Bruno BICH
Président-Directeur Général



Pierre VAREILLE
Vice-Président – Administrateur Référent



Mario GUEVARA



François BICH



Elizabeth BASTONI



Marie-Pauline CHANDON-MOËT



John GLEN



Marie-Henriette POINSOT



Candace MATTHEWS



SOCIÉTÉ M.B.D.
Représentée par Edouard BICH



Sous réserve du vote des actionnaires

- Mandats soumis à nomination/renouvellement
- Administrateurs indépendants

NOMINATION D'UN NOUVEL ADMINISTRATEUR

MME CANDACE MATTHEWS



- Depuis novembre 2014, Candace MATTHEWS, 58 ans, est Présidente des Amériques d'Amway.
- Elle a été recrutée par Alticor, la maison-mère d'Amway, en décembre 2007, en qualité de Directrice du Marketing.
- Avant de rejoindre Amway, elle a été Présidente de 2001 à 2007 de Soft Sheen-Carson, société du Groupe L'Oréal.
- Auparavant, elle a exercé diverses fonctions Marketing successivement chez General Mills, Procter & Gamble, Bausch & Lomb et de Direction chez Novartis et The Coca-Cola Company, aux Etats-Unis.



Principes

COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS ET DES NOMINATIONS

*3 membres
dont 2 administrateurs
indépendants*

▶ Analyse les évolutions des rémunérations des dirigeants de **sociétés comparables**

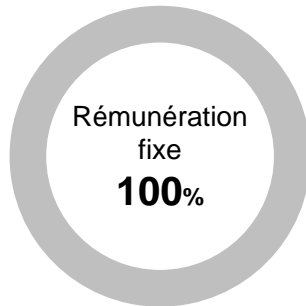
▶ Analyse les **performances individuelles** et de l'entreprise

▶ Traduit les **priorités du Groupe** dans les rémunérations variables à **court et long terme**

▶ Analyse la **rémunération totale** y compris les avantages sociaux (dont la retraite)



Président-Directeur Général Bruno BICH 200 000 Euros

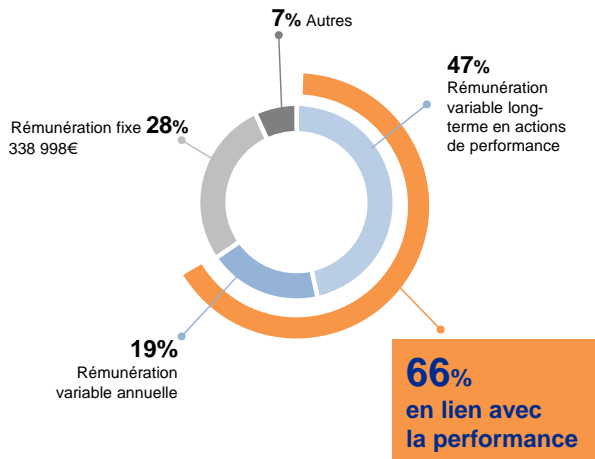


- Bruno BICH a pris le rôle de Directeur Général au départ en retraite de Mario GUEVARA.
- Ceci a étendu ses responsabilités de Président à Président-Directeur Général pendant une période de transition managériale qui prendra fin au plus tard en octobre 2018, quand Bruno BICH aura 72 ans.

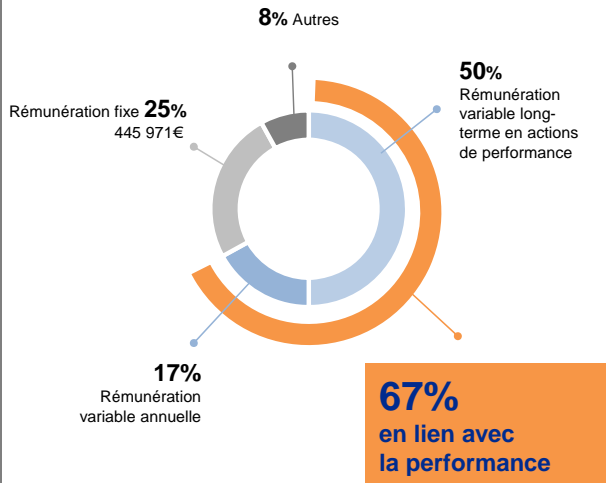
RÉMUNÉRATION DES DIRECTEURS GÉNÉRAUX DÉLÉGUÉS



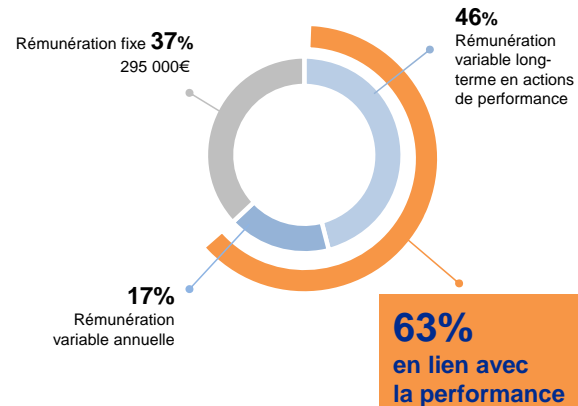
Gonzalve BICH



Jim DiPIETRO



Marie-Aimée BICH-DUFOUR



POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION



PRINCIPES GÉNÉRAUX ET MODES DE DÉTERMINATION DES ÉLÉMENTS DE RÉMUNÉRATION DU GROUPE

Principes	Équité interne	Reconnaissance de la performance individuelle	Compétitivité	Communication
Modes de détermination	Benchmark international	Analyses des performances individuelles et collectives	Prise en compte des priorités du groupe	Analyse globale (yc avantages sociaux et retraite)

PRINCIPES PARTICULIERS DE RÉMUNÉRATION (PRÉSIDENT, DIRECTEUR GÉNÉRAL, DIRECTEURS GÉNÉRAUX DÉLÉGUÉS)

Rémunération fixe annuelle	Rémunération variable annuelle	Rémunération long terme (actions de performance)	Rémunération exceptionnelle
			Régime de retraite complémentaire
			Avantages en nature

ÉQUIPE DE DIRECTION



Bruno BICH
Président-Directeur Général



Gonzalve BICH (DGD)
Directeur des Opérations



Benoit MAROTTE
Papeterie



François CLÉMENT-GRANDCOURT
Briquets



Thomas BRETTE
Rasoirs



Billy SALHA
Europe – Asie Pacifique, Océanie



Chris MILLS
Amérique du Nord



Ricardo IBARRA
Amérique latine



Peter VAN DEN BROECK
Afrique, Moyen Orient - Inde



Jim DiPIETRO (DGD)
Finances



Marie-Aimée BICH-DUFOUR (DGD)
Fondation d'Entreprise BIC – Secrétaire du Conseil



Edouard MARUANI
Juridique



Ed DOUGHERTY
Stratégie



Edgar HERNANDEZ
BIC Graphic



Alison JAMES
Ressources Humaines



Laurent SERANO
Systèmes d'Information





*« Se fonder sur nos valeurs...
inventer le futur.*

*Les hommes et les femmes
sont la clé de voûte de notre philosophie. »*





Assemblée Générale des Actionnaires

10 mai 2017

