

# Lettre aux ACTIONNAIRES

## DU GROUPE BIC



N° 35  
SEPTEMBRE 2016

### ÉDITO



**Madame, Monsieur,  
cher Actionnaire...**

Dans cette nouvelle édition de votre Lettre aux actionnaires, nous revenons, parmi d'autres sujets, sur notre participation au Tour de France cycliste.

Le 4 août 2016, nous avons publié nos résultats du premier semestre 2016, qui sont en ligne avec nos objectifs de l'année, avec une solide croissance du chiffre d'affaires à base comparable dans toutes les catégories Grand Public et dans toutes les zones géographiques, notamment en Europe de l'Est, au Moyen-Orient et en Afrique. Dans la Papeterie, les ventes de rentrée scolaire aux distributeurs ont été encourageantes, tant en Europe qu'en Amérique du Nord notamment grâce à notre stratégie de "marques championnes". Dans les Briquets, notre stratégie de briquets décorés ainsi que des gains de distribution ont porté la croissance. Dans les Rasoirs, nous avons continué à bénéficier du succès de nos produits à valeur ajoutée comme le nouveau rasoir pour femmes BIC® Soleil® Shine aux États-Unis.

Au cours du second semestre 2016, nous allons continuer à investir dans la R&D et le soutien à la marque afin de soutenir la croissance à moyen et long terme et nous restons confiants dans notre capacité à atteindre nos objectifs 2016. ”

**Bruno Bich**  
Président-Directeur Général

### PERFORMANCES DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2016

#### CHIFFRE D'AFFAIRES GROUPE du 1<sup>er</sup> semestre 2016

**1 133,3 M€**

**+ 5,4 %**

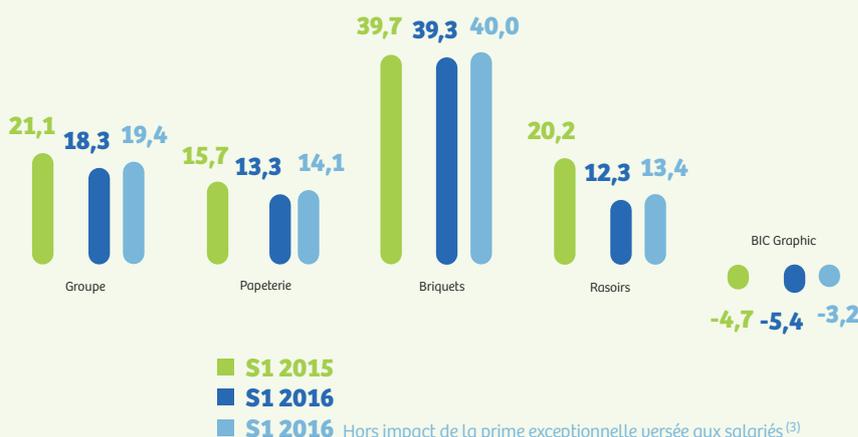
à taux de change constants <sup>(1)</sup>

#### ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ACTIVITÉ

au 1<sup>er</sup> semestre 2016  
à taux de change constants <sup>(1)</sup> (en %)



#### MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE <sup>(2)</sup> en % du Chiffre d'Affaires



<sup>(1)</sup> 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.

<sup>(2)</sup> Normalisé : signifie hors éléments non récurrents.

<sup>(3)</sup> Hors prime exceptionnelle versée aux salariés qui ne bénéficient pas des plans d'attribution gratuite d'actions soumis à des conditions de performance.

Retrouvez le communiqué de presse dans son intégralité

# ACTUALITÉS



## - SOUTIEN À LA MARQUE - BIC dans la caravane du Tour de France 2016

Pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, BIC a participé à la caravane du Tour de France. Du 2 au 24 juillet, les quatre véhicules BIC® ont sillonné les 3 519 km de routes à la rencontre des fans de la Grande Boucle. Sur le village de départ ou d'arrivée, le school bus\* BIC® et le barbershop\*\* BIC® ont accueilli les inconditionnels du Tour et les coureurs. Avant chaque départ, les coureurs ont émargé sur tablettes avec le stylo BIC® 4 Couleurs™ Stylus, stylo officiel du Tour de France.

Plus de 400 000 goodies, des stylos à bille BIC® Cristal®, BIC® Cristal® Soft et un porte-mines BIC® Matic, fabriqués par BIC dans deux de ses sept usines françaises, ont été distribués pendant toute la durée du Tour de France. Ils étaient pour BIC les ambassadeurs du "Made in France". Chaque ville-étape était également

l'occasion de découvrir l'univers de BIC et de se divertir dans la convivialité autour de nombreuses animations. Le barbershop BIC®, animé par Julien, barbier itinérant professionnel, a accueilli les invités et les cyclistes sur le village de départ pour une coupe express aux couleurs du Tour ou une séance de rasage par des mains expertes.

En attendant le passage des coureurs ou après leur arrivée, petits et grands ont pu également profiter de l'espace d'animations organisé autour du school bus BIC® avec atelier de coloriage, jeux créatifs sur le Tour de France et concours d'écriture. Autant d'occasions de gagner de nombreux cadeaux!

\*Bus scolaire \*\*Boutique de barbier

Retrouvez la caravane BIC® sur Facebook  
L'essentiel en infographie

**10** Tours de France depuis 1952



**5** véhicules dont un char

**27** personnes dans l'équipe

## - RSE -

### BIC récompensé par Vigeo Eiris pour ses "relations durables avec ses fournisseurs"

BIC a été classé premier par Vigeo Eiris, leader européen de la notation environnementale et sociale, parmi 181 entreprises évaluées dans le monde, et a reçu le prix des "Relations durables avec les fournisseurs". Cette récompense fait partie d'une étude menée par l'agence Vigeo Eiris : "Top des entreprises les plus performantes 2016 : la gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement".

Le prix récompense l'engagement de BIC à intégrer ses fournisseurs dans le périmètre de sa responsabilité sociétale et environnementale, à les évaluer sur les sujets sociaux et environnementaux et à développer des relations durables avec eux. Il confirme également l'importance pour BIC de maintenir ses efforts sur l'ensemble de la chaîne logistique.

## - INTERVIEW -

### Bruno Bich interviewé par The Economic Times

Le quotidien économique indien *The Economic Times* a publié en juin dernier une interview de Bruno Bich. Le Président-Directeur Général du Groupe BIC s'est exprimé sur l'opportunité que représente le marché indien pour le Groupe, notamment en raison de l'engagement national en faveur de l'éducation. Le projet d'une usine de fabrication d'instruments d'écriture qui devrait être opérationnelle d'ici trois ans sera une étape de plus dans l'implantation du Groupe en Asie, après l'acquisition de Cello Pens, leader du marché indien des instruments d'écriture. Bruno Bich a confirmé que l'Inde était une priorité pour le Groupe, qui réalise 93% de son chiffre d'affaires à l'export.

[Lire l'interview en anglais](#)



## - BRIQUETS -

### Série Mini Geometric aux États-Unis

Sur les traces du succès des briquets Maxi Geometric, la série Mini Geometric fait ses débuts! Avec des décors fantaisie plein de peps, ces briquets ont la taille parfaite pour la poche et le sac à main.

Disponible en Amérique du Nord



## - RASOIRS -

### Les rasoirs BIC® prennent la 2<sup>ème</sup> place en Australie

En 2016, BIC Australia a franchi une étape importante. Pour la première fois depuis que les parts de marché sont mesurées en Australie, BIC® a pris la position de numéro 2, avec environ 25% de parts de marché (rasoirs non rechargeables). Un résultat que l'équipe doit au lancement de nouveaux produits et à une plus forte présence en magasin.

## ACTUALITÉS



## - PAPETERIE -

## Ce que BIC® a programmé pour la rentrée des classes 2016

## En Europe

- Stylo bille BIC® Cristal® Like me
- Stylo bille BIC® 4 Couleurs® Fluor
- Stylo bille d'apprentissage BIC® Kids système twist
- Compas Explore
- Compas Experience
- Compas Exact

## En Amérique du Nord

- Stylo bille BIC® Cristal® Xtra Precision
- Stylo bille BIC® Atlantis Bold
- Stylo bille BIC® Atlantis Metal
- Stylo et stylet BIC® 4-Color Stylus and Pen
- Porte-mines BIC® Velocity® Side Clic™
- Crayons graphite BIC® XTRA-Fun #2 à rayures
- Surligneur BIC® Brite Liner® FlexTip™



## - RASOIRS -

Rasoirs BIC® :  
40 ans de présence  
en Afrique du Sud

BIC a célébré les 40 ans des rasoirs BIC® en Afrique du Sud avec une campagne de promotion nationale, l'occasion d'ancrer encore plus l'héritage des rasoirs BIC® dans le marché sud-africain. La campagne comprenait notamment de l'affichage dans les centres commerciaux et a été soutenue par une forte présence sur les points de vente. Des *barbershops*\* ont été installés dans trois centres commerciaux de la province de Gauteng; les clients ont pu profiter d'un rasage par un professionnel et ont reçu un pack de rasoirs BIC® Flex 5™ ainsi qu'un manuel sur l'art du rasage. Ils ont également été invités à poster leur photo avant/après le rasage sur la page Facebook Shavers avec le hashtag #GetSmooth. Une campagne qui a rencontré un grand succès.

\*Boutique de barbier

Voir la page Facebook rasoirs Afrique du Sud

## - RASOIRS -

Nouveau film  
BIC® Comfort 3  
au Brésil

BIC a lancé à la télévision et sur les réseaux sociaux brésiliens un film publicitaire pour la promotion du rasoir pour hommes BIC® Comfort 3. Il rase mieux et dure plus longtemps... Les vikings, les maîtres de kung fu et le légendaire homme des neiges seront-ils satisfaits par leur nouveau look?

Cette campagne publicitaire sera lancée dans les prochains mois à travers l'Amérique latine.

Voir le film sur YouTube



## AGENDA FINANCIER

- **26 OCTOBRE 2016**  
Résultats du 3<sup>ème</sup> trimestre et des 9 premiers mois 2016
- **15 FÉVRIER 2017**  
Résultats annuels 2016
- **26 AVRIL 2017**  
Résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2017
- **10 MAI 2017**  
Assemblée Générale 2017

## FICHE D'IDENTITÉ

- Société anonyme au capital de 183 108 384,24 euros
- Divisé en 47 934 132 actions de 3,82 € de nominal

**COTATION : EURONEXT PARIS**

**CODE ISIN : FR0000120966**

Mnémonique : BB

Cotation en marché continu  
552.008.443 RCS Nanterre

SOCIÉTÉ BIC –  
RELATIONS ACTIONNAIRES

14, rue Jeanne d'Asnières,  
92611 CLICHY CEDEX

www.bicworld.com

E-mail : [actionnaires@bicworld.com](mailto:actionnaires@bicworld.com)



APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE