

# BIC in touch

28

NOVEMBRE 2014

la Lettre  
des actionnaires du Groupe BIC

## ÉDITO

“*Madame, Monsieur,  
cher Actionnaire...*”

Dans le numéro 28 de votre lettre aux actionnaires, nous présentons deux initiatives de BIC, en Europe et aux États-Unis, en faveur de l'apprentissage de l'écriture manuelle ainsi qu'une campagne qui met en avant le lien social du stylo BIC®.

Nous avons publié le 22 octobre 2014, nos résultats des 9 premiers mois, qui sont bons et en ligne avec nos prévisions sur l'année. De manière générale, les gains de part de marché dans les catégories Grand Public (papeterie, briquets, rasoirs et autres produits) s'expliquent par une très bonne exécution de la part de nos équipes ainsi que par le succès de nos gammes classiques et de nos nouveaux produits. Grâce à un niveau de service client restauré et des programmes de marketing renforcés, BIC Graphic a commencé à retrouver un nouvel élan avec une légère croissance, principalement en Amérique du Nord et en particulier dans les 'Hard goods' (produits de marquage hors calendriers et papeterie).

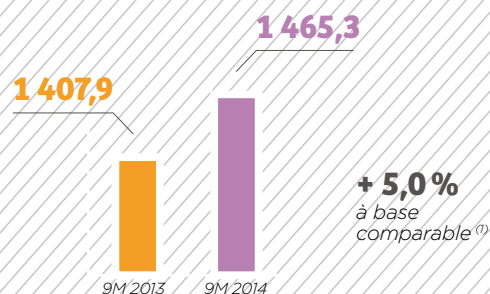
La position nette de trésorerie reste très solide et nous sommes fermement convaincus que nous atteindrons nos objectifs annuels à la fois dans les activités Grand Public et dans les Produits Publicitaires et Promotionnels.

Mario Guevara  
Directeur Général

## Les performances des 9 premiers mois 2014

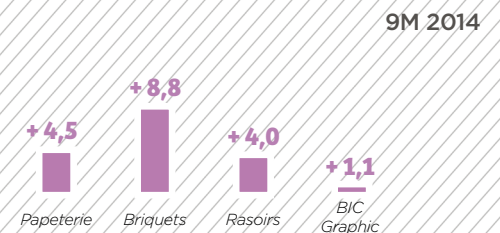
### CHIFFRE D'AFFAIRES EN PUBLIÉ

en millions d'euros



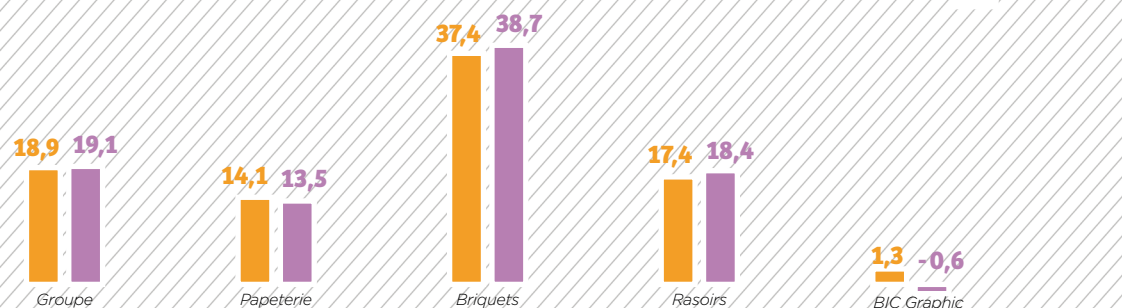
### ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

par activité à base comparable<sup>(1)</sup>  
en %



### MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE<sup>(2)</sup>

en %



Retrouvez le communiqué de presse dans son intégralité.

(1) 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.

(2) Normalisé signifie hors coûts de restructuration de BIC Graphic, cession d'activité, plus-values immobilières et impact des ajustements du régime de couverture médicale des retraités aux États-Unis.

## Appli BIC Group

BIC vient de lancer une application téléchargeable sur smartphones et tablettes. Elle donne un accès rapide à l'information essentielle : profil du Groupe, actualités, cours de bourse, calendrier financier, publications, historique... Elle est disponible en français et en anglais.

Téléchargez pour iPhone ou Android.



# Actualités

## / SOUTIEN À LA MARQUE

### Campagne BIC® Cristal® Story en Afrique/ Moyen-Orient



BIC a lancé en octobre une campagne digitale destinée aux consommateurs d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient. Une vidéo d'une minute trente donne le ton de la campagne : le stylo BIC® Cristal® n'est pas seulement un objet de qualité que l'on utilise au quotidien : il se partage ! Quand quelqu'un laisse un stylo BIC® Cristal® derrière lui - sur son bureau, dans un café, à l'école - quelqu'un d'autre va le ramasser. C'est là que la véritable histoire commence ! Lorsque les gens partagent un stylo BIC® Cristal®, ils partagent aussi toutes les histoires qui ont été écrites et celles qui vont se créer avec lui.

Pour faire partie de cette histoire, les internautes sont invités à griffonner un «doodle» (dessin, message, poème) au stylo BIC® Cristal®, à le photographier et à le partager sur Twitter, Instagram ou sur le site dédié [biccrystalstory.com](http://biccrystalstory.com). Pour chaque doodle posté, cent stylos sont donnés à une école de la région en difficulté.

Découvrez les histoires du stylo le plus partagé au monde : [www.biccrystalstory.com](http://www.biccrystalstory.com).

## / BRIQUETS

### Promotion "Complete the conversation" aux États-Unis

BIC aux États-Unis a lancé à l'automne le programme "Complete A Convo"\* sur sa page Facebook BIC Flickers.

Chaque semaine, BIC poste sur la page Facebook l'image de deux briquets BIC® Special Edition® qui se "parlent" l'un l'autre : BIC donne une réplique et les internautes sont invités à imaginer une réponse pour compléter la conversation. Un tirage au sort a lieu chaque fin de semaine. Le ton léger et humoristique du programme fait écho à l'iconique campagne américaine "Flick my BIC". Cette promotion est l'occasion de montrer la variété de briquets BIC® avec décor qui sont fabriqués par BIC aux États-Unis et permet une interactivité avec les utilisateurs.

\*Complète la conversation



## / PAPERIE

### Le nouveau site BIC® Kids

BIC® Kids lance [www.bickids.com](http://www.bickids.com), un nouveau site internet qui propose un grand nombre d'activités de coloriage mais aussi d'apprentissage de l'écriture.

À l'heure de l'informatique et des tablettes, l'éveil aux loisirs créatifs ainsi que l'apprentissage de l'écriture demeurent une étape-clé dans le développement de l'enfant. Afin d'appréhender au mieux cet enjeu majeur, [bickids.com](http://bickids.com) propose des contenus de qualité autour du coloriage et de l'apprentissage de l'écriture.

Le site est composé de trois espaces, dédiés :

- aux enfants avec des activités pour stimuler leur imagination ;
- aux parents qui pourront créer des cahiers d'activités personnalisés ;
- aux professeurs qui trouveront des conseils sur l'apprentissage de l'écriture et des exercices pour leurs élèves.

Accessible en une quinzaine de langues européennes et "web responsive" (il s'adapte automatiquement au format tablette et smartphone), le site propose également une application pour les enfants : BIC Kids Play and Color.

Accédez au site [www.bickids.com](http://www.bickids.com)



### Mission "Fight For Your Write" aux États-Unis

BIC se bat pour promouvoir l'écriture manuelle à travers de l'initiative "Fight For Your Write"\*.

Pour mobiliser les consommateurs américains lors de la rentrée des classes, "Fight For Your Write" a mis en place tout un dispositif.

Sur le site Internet dédié [bicfightforyourwrite.com](http://bicfightforyourwrite.com), qui contient de nombreuses informations sur l'importance de l'écriture manuscrite, FFYW invite à signer une pétition pour encourager l'apprentissage de l'écriture à l'école. Pour chaque signature, un stylo sera donné à un étudiant américain via l'association AdoptAClassroom.org. Pour l'heure, 26 000 signatures ont été réunies !

Un spot publicitaire destiné aux mamans a été diffusé dans le pays et un film de 60 secondes expliquant l'importance de l'écriture est visible sur le site. Au-delà des retombées presse et des commentaires sur 40 blogs, la porte-parole de la mission Pam Allyn a participé à 22 interviews radio ou télévisées à travers le pays.

Retrouvez toutes les informations sur [www.bicfightforyourwrite.com/](http://www.bicfightforyourwrite.com/).

\*Bas-toi pour ton écriture



## / RASOIRS

### BIC® Soleil® lancé en Amérique latine



Pour profiter du segment très dynamique des rasoirs féminins non-rechargeables en Amérique latine, BIC a lancé cette année le rasoir BIC® Soleil® au Brésil et au Mexique. Conçue spécifiquement pour les femmes, la marque BIC® Soleil® rencontre un grand succès en Amérique du Nord notamment, et BIC a aujourd'hui adapté l'offre pour répondre à la demande des femmes d'Amérique latine.

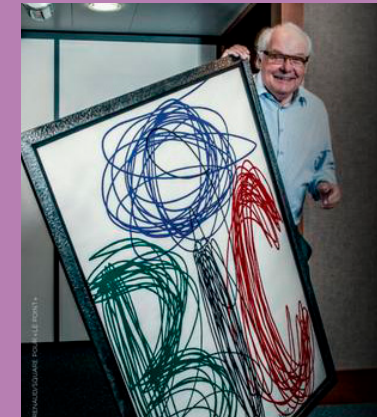
Soleil® est le premier rasoir BIC® spécialement pour les femmes à être lancé sur cette zone.

## Quoi de neuf? //

### / BRUNO BICH INTERVIEWÉ POUR LE POINT

Bruno Bich, Président du Conseil d'Administration du Groupe BIC, a été interviewé cet été par l'hebdomadaire d'information Le Point pour sa rubrique Économie. Dans l'entretien de 8 pages qui retrace notamment son parcours professionnel en France et aux États-Unis, Bruno Bich s'exprime sur son père et fondateur de la société, Marcel Bich, et fait le point sur l'histoire et la philosophie de la société BIC.

Le Point, n°2190 du 4 septembre 2014.



### / CERTIFICATION ISO 9001-ISO 14001

BIC Graphic Europe a passé avec succès les audits en vue de la double certification ISO 9001-ISO 14001, qui correspond à la certification de ses systèmes de management de la qualité et environnemental. Certifié ISO 9001 (Qualité) depuis 2000, le site a désormais obtenu la Certification ISO 14001 pour l'Environnement, au terme d'un processus d'amélioration continue de sa performance environnementale.

## FICHE D'IDENTITÉ

- Société anonyme au capital de 181 833 103,98 euros
- Divisé en 47 600 289 actions de 3,82 euros de nominal

Cotation : Euronext Paris  
Code Isin : FR0000120966  
Mnémonique : BB  
Cotation en marché continu  
552.008.443 RCS Nanterre

## AGENDA FINANCIER

- 17 novembre 2014  
Réunion d'actionnaires à Cannes (avec la F2iC)
- 11 février 2015  
Résultats annuels 2014
- 22 avril 2015  
Résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2015
- 6 mai 2015  
Assemblée Générale 2015

## SOCIÉTÉ BIC - RELATIONS ACTIONNAIRES

14, rue Jeanne d'Asnières  
92611 Clichy Cedex  
[www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)  
E-mail :

[actionnaires@bicworld.com](mailto:actionnaires@bicworld.com)

N° Vert 0 800 10 12 14

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE