

# BIC in touch

25

MARS 2014

la Lettre  
des actionnaires du Groupe BIC

## ÉDITO

### SOMMAIRE

01 / ÉDITO

02 / ACTUALITÉS

03 / NOUVEAUX PRODUITS 2014

04 / LES PERFORMANCES  
DE L'ANNÉE 2013

### LES CHIFFRES CLÉS

**+3,6 %**

/ de croissance du  
chiffre d'affaires 2013  
à base comparable\*

**18,2 %**

/ de marge d'exploitation  
normalisée\*

**5,13 €**

/ de bénéfice net Part  
du Groupe par action

**2,60 €**

/ de dividende  
par action\*\*

\* Voir page 4.

\*\* Mise en paiement le 28 mai 2014 sous  
réserve de l'approbation de l'Assemblée  
Générale des actionnaires du 14 mai 2014.

### VOTRE LETTRE EN LIGNE

Les trois prochains numéros (2014) de la Lettre aux actionnaires seront disponibles uniquement en ligne. Pour être averti de leur publication, faites-nous part de votre adresse e-mail sur

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

Nous vous remercions de  
votre confiance.

## Madame, Monsieur, cher actionnaire...

2013 a été une bonne année pour le Groupe BIC.  
Nous avons gagné des parts de marché dans

la plupart des régions et enregistré une solide croissance des ventes pour les activités Grand Public. Cette performance a été réalisée grâce à l'engagement au quotidien des employés de BIC pour offrir aux clients et aux consommateurs des produits innovants et de qualité au meilleur prix. Nous avons continué à investir dans nos marques, dans les nouveaux produits et dans l'innovation, ainsi que dans les capacités de production, dans toutes les régions. Nous avons maintenu un niveau élevé de génération de trésorerie, grâce notamment à une gestion efficace du besoin en fonds de roulement. Enfin, nous avons finalisé avec succès l'acquisition de Cello, qui nous positionne comme le leader sur l'un des marchés de la Papeterie les plus dynamiques.

Le chiffre d'affaires du Groupe a atteint 1 887,8 millions d'euros, en hausse de 3,6 % à base comparable et de 4,6 % à taux de change constants. Les activités Grand Public ont progressé de 5,2 %, grâce notamment à des gains de parts de marché dans les trois catégories et dans la plupart des régions.

La performance des marchés en croissance a été forte (+6,4 %), en particulier en Afrique et au Moyen-Orient et les marchés matures ont bien progressé avec une croissance solide de 4,5 %. Les produits publicitaires et promotionnels sont, quant à eux, en recul de 5,0 % en ligne avec nos attentes.

Le résultat d'exploitation est en baisse de 7,1 % à 339,2 millions d'euros. Le résultat d'exploitation normalisé (hors éléments non-récurrents) s'élève à 344,2 millions d'euros, en recul de 6,5 %. La marge d'exploitation normalisée s'élève à 18,2 % comparé à 19,4 % en 2012. Cette baisse est essentiellement due à une absorption moins favorable des coûts fixes. Notre modèle économique reste toutefois solide. Le bénéfice part du Groupe par action s'établit à 5,13 euros, en baisse de 6,4 %.

En ligne avec notre politique de retour aux actionnaires et confiant dans la solidité de la situation financière du Groupe, le Conseil d'Administration a décidé de proposer à la prochaine Assemblée Générale du 14 mai 2014 un dividende ordinaire de 2,60 euros, soit une croissance de 1,6 % et un taux de distribution de 51 %. Cette augmentation régulière de la rémunération totale des actionnaires reste l'un des objectifs de la politique d'utilisation de la trésorerie du Groupe.

Portés par le dynamisme de nos activités, nous abordons avec confiance l'année 2014. La croissance de nos ventes Grand Public bénéficiera du lancement de nouveaux produits dans toutes les catégories et de l'intégration de Cello Pens. Dans le même temps, nous continuerons à investir dans notre marque, dans la recherche et le développement et dans l'augmentation de nos capacités de production. Dans les produits publicitaires et promotionnels, grâce à un niveau de service client désormais rétabli et à un nouveau positionnement de marque à travers BIC Graphic, nos équipes ont commencé à construire les bases nécessaires au retour de la croissance des ventes.

**Mario Guevara**  
Directeur Général de BIC



## Quoi de neuf ?

### / BIC GRAPHIC : UN DÉMARRAGE 2014 EN COULEURS



BIC Graphic fête ses 45 ans aux États-Unis. La marque en profite pour réaffirmer son identité avec un nouveau logo. BIC Graphic représente la branche

publicitaire et promotionnelle du Groupe BIC et regroupe de grandes marques comme Norwood<sup>®</sup>, Atchison<sup>®</sup> ou Koogie<sup>®</sup>. Le catalogue 2014 offre une nouvelle structure permettant aux clients de découvrir les nouveaux produits comme BIC<sup>®</sup> Super Clip, l'innovation multicolore britePix<sup>®</sup>, ou encore de repérer facilement les produits fabriqués aux États-Unis comme l'étui à canette isotherme pliable Koogie<sup>®</sup>.

[www.bicgraphic.com](http://www.bicgraphic.com)



### / À CHAQUE RÉGION SON BRIQUET BIC<sup>®</sup>



BIC a signé en France une licence avec le groupe hihhi, créateur de marques humoristiques régionales, pour développer une série limitée de briquets drôles et décalés. Lancées en décembre 2013, 8 séries de 5 ou 6 décors différents déclinent les clichés propres à chaque région sous forme de dessins humoristiques.

### / BIC<sup>®</sup> EDUCATION LANCÉ AU QUÉBEC



C'est dans les écoles françaises de Québec et d'Ontario que la solution éducative numérique BIC<sup>®</sup> Education poursuit son expansion, après un lancement en France mi 2013. Centrée sur les apprentissages fondamentaux, cette solution innovante stimule la concentration et la motivation des élèves tout en conservant l'écriture à la main, et permet aux enseignants d'aborder les compétences du 21<sup>ème</sup> siècle.

# Actualités

## Sheaffer<sup>®</sup> lance une campagne TV pour ses 100 ans



Sheaffer<sup>®</sup> a profité de la célébration de son centenaire pour lancer en novembre 2013 un film publicitaire sur le thème "Sheaffer, un cadeau pour les grandes occasions". Le spot a été diffusé sur Euronews.

[www.sheaffer.com](http://www.sheaffer.com)

### / CONCOURS

## 3<sup>ème</sup> édition de Design on Fire, concours en ligne pour créer son design de briquets

Le jeu digital BIC<sup>®</sup> Design on Fire est de retour pour la troisième édition et invite les internautes à créer leur propre décor de briquets. Le gagnant, sélectionné par un jury mais aussi plébiscité par votes par les internautes, verra ses designs imprimés pour une future collection de briquets BIC<sup>®</sup> en Europe.

Plus d'informations sur [www.mybiclighter.com](http://www.mybiclighter.com) et sur [www.facebook.com/designonfire](http://www.facebook.com/designonfire)

### / RÉCOMPENSE

## Le programme de Développement durable de BIC récompensé

L'organisation internationale Carbon Disclosure Project (CDP) a récompensé BIC durant la cérémonie du 29 novembre 2013 organisée par NYSE Euronext.

Grâce aux actions engagées pour réduire et gérer ses émissions de carbone, le Groupe est maintenu dans le CDP France 250 Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) où il est présent depuis 2009. BIC a aussi été intégré pour la première fois au CDP Climate Performance French Leadership Index (CPLI) et au CDP Supplier Climate Performance Leadership Index (SCPLI). Ces distinctions mettent en lumière les actions mises en œuvre par le Groupe pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre dans ses usines, avec ses transporteurs et en partenariat avec ses clients, et la transparence du Groupe en matière de reporting sur ce sujet.

### / ART

## Des capuchons BIC<sup>®</sup> pour un chapeau haute-couture

Laura Apsit Livens, modéliste anglaise, a utilisé des capuchons de stylos BIC<sup>®</sup> Cristal<sup>®</sup> pour des créations au sein de sa collection de chapeaux "SS14 Blue Epoch".

La French touch, c'est que les capuchons ont été fabriqués en France.

Découvrir le site de l'artiste [www.lauraapsitlivens.co.uk](http://www.lauraapsitlivens.co.uk)



### / MÉCÉNAT

## BIC Graphic\* personnalise un stylo BIC<sup>®</sup> 4 Couleurs<sup>™</sup> pour la Fondation Galeries Lafayette

Pour marquer son lancement en octobre 2013, la Fondation d'entreprise Galeries Lafayette associée à l'artiste Saâdane Afif a commandé à BIC une édition limitée du stylo BIC<sup>®</sup> 4 Couleurs<sup>™</sup> sur le thème "Noir c'est noir" : 4 cartouches et pousoirs noirs, et marquage d'un texte en noir sur le corps noir.

Ce stylo, imprimé à 5 000 exemplaires et emballé individuellement dans un étui personnalisé, a été distribué pour promouvoir la Fondation, dédiée à l'art dans ses expressions les plus actuelles.

\* La branche Produits publicitaires et promotionnels de BIC.



### / ACTUALITÉ

## BIC Sport distribué en Grèce

BIC Viorex, la filiale de BIC en Grèce, a commencé en 2013 sur ce marché la commercialisation des produits BIC<sup>®</sup> Sport. Pour promouvoir ce lancement national, BIC a sponsorisé plusieurs événements nautiques dans le pays notamment autour du Stand Up Paddle (SUP), l'activité en vogue dans le monde entier.



# Nouveaux produits 2014

**/ PAPETERIE**

## BIC® Kids, la nouvelle gamme d'apprentissage



Pour 2014, BIC lance une gamme d'instruments d'écriture ergonomiques innovants, conçus pour aider les enfants à apprendre à écrire plus facilement. La gamme BIC® Kids comprend deux stylos bille rétractables dont un s'ouvrant par un système twist, un porte-mines et un crayon graphite.

Le corps côté pointe est équipé d'une butée et d'ailettes (ou d'une ligne de repère dans le cas du crayon graphite) de façon à ce que l'enfant place correctement ses doigts. Cette gamme développée par des experts convient aux enfants dès quatre ans, droitiers comme gauchers.

Elle sera commercialisée pour la rentrée scolaire.



**/ PAPETERIE**

## Tout en un à emporter partout : BIC® 4 Couleurs™ Mini Fashion

En 2014 BIC® revisite encore ses grands classiques et étend la gamme des stylos bille 4 Couleurs™. BIC® 4 Couleurs™ Mini Fashion est un modèle mini et fantaisie qui se glisse partout, tout en fraîcheur et aux couleurs acidulées. Corps couleur vert pomme et encres fantaisies : rose girly, violet profond, vert acide et turquoise, disponible en pointe moyenne. Il est proposé essentiellement en Europe.



**/ BRIQUETS**

## Gros plan sur 2 séries 2014 : BIC® Pop Art et BIC® Pop Colours

Vous avez de l'art entre les mains : des personnages de bandes dessinées décorent la nouvelle collection Pop Art de Miss BIC® et les briquets présentent aussi la particularité d'être en relief avec un effet granulé sous les doigts.

BIC® Pop Colours vous offre l'accessoire à paillettes qu'il vous faut absolument cette année. Une édition limitée de 11 briquets Maxi métalliques unis ou pailletés, pour ajouter une pièce raffinée à votre look.

Ces deux séries sont distribuées en Europe.



**/ BRIQUETS**

## Briquet multi-usages BIC® Megalighter™ Fluo

Le briquet utilitaire BIC® Megalighter™ est idéal pour une utilisation tout au long de l'année, du gâteau d'anniversaire à la gazinière, du barbecue à la cheminée. En plus d'être utile, BIC® Megalighter™ est décoratif et élégant et, en 2014, BIC le décline en couleurs fluo : rose, vert, orange et jaune.

À surligner sur votre liste de courses !



**/ RASOIRS**

## BIC® Soleil® Glow™ : une innovation pour les femmes



Ce que veulent les femmes... un rasoir 3-lames, qui glisse sans effort, sans irritation. Lancé aux États-Unis, BIC® Soleil® Glow™, le nouveau rasoir de la gamme Soleil®, offre aux femmes un rasage très doux.

Équipé de la nouvelle tête Comfort Shield™ qui équilibre la pression sur la peau, il glisse et protège la peau contre les irritations.

Les 3 lames flexibles s'ajustent aux courbes du corps et les bandes lubrifiantes aux vitamines E et Aloe sont un confort supplémentaire pour la peau.

BIC® Soleil® Glow™ est équipé d'une tête pivotante et d'un grip en caoutchouc qui procure un rasage très confortable.

**/ RASOIRS**

## BIC® 3 Action, un nouveau rasoir pour l'Europe

BIC® 3 Action offre aux hommes un rasage de qualité et rapide. Il est proposé dans un emballage noir, qui véhicule masculinité et sérieux, pour séduire les hommes.

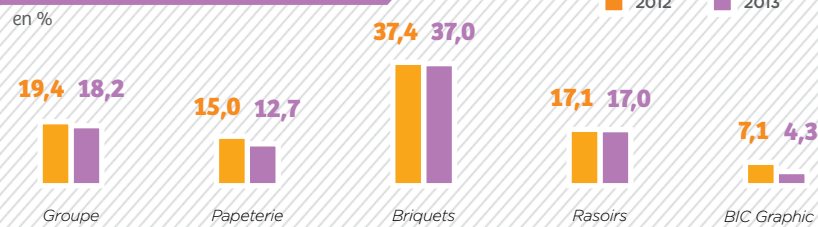
Mais ce n'est pas tout : ce rasoir 3-lames est équipé d'une bande lubrifiante à la vitamine E qui procure un rasage en douceur avec moins d'irritation.

Distribué principalement en Europe de l'Est. Messieurs, action !



# Les performances de l'année 2013

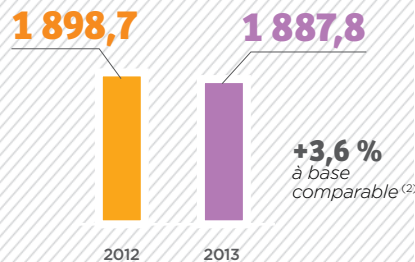
## MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE (1)



(1) Normalisé signifie hors coûts de restructuration, dépenses du plan d'intégration de BIC Graphic, gain sur la cession de l'activité de recharges téléphoniques en France au premier semestre 2012, pertes de valeurs et restructuration concernant la cession de Sologear et le site industriel BIC Graphic à San Antonio, évolution du régime de couverture médicale des retraités aux Etats-Unis, plus-values sur cessions et plus-values immobilières, et ajustement des stocks de Cello Pens à la juste valeur (IFRS 3R).

## CHIFFRE D'AFFAIRES EN PUBLIÉ

en millions d'euros

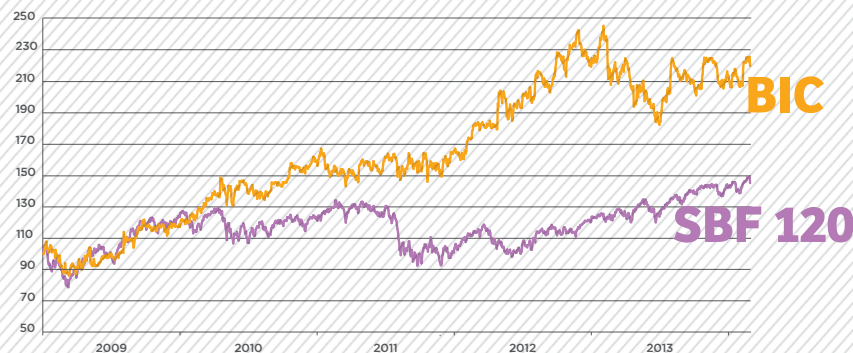


(2) À base comparable signifie à taux de change constants et à périmètre constant. Les montants à périmètre constant excluent les impacts des acquisitions et/ou des cessions intervenues sur l'exercice en cours et/ou sur l'exercice précédent et ce jusqu'à leur date anniversaire.

## ÉVOLUTION DU TITRE VS. SBF 120

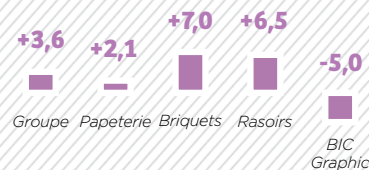
(Sur Euronext Paris) en %

Base 100 au 31 décembre 2008 - Les cours sont arrêtés au 03 mars 2014



## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

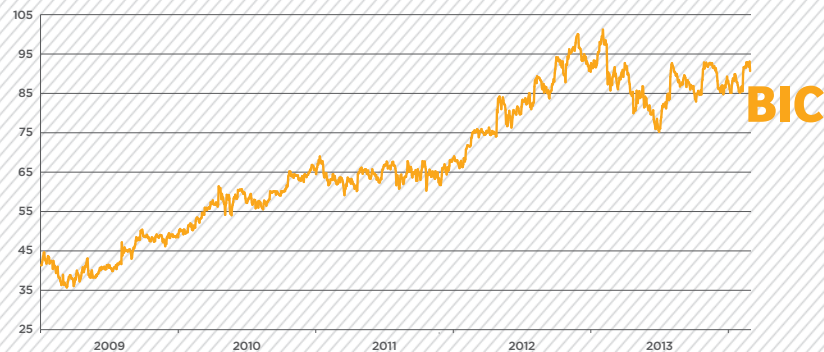
par activité à base comparable en %



## ÉVOLUTION DU TITRE EN ABSOLU

(Sur Euronext Paris) en euros

En euros - Les cours sont arrêtés au 03 mars 2014



### COURS ISF

Au 31 décembre 2013 : 89,06 euros.

Moyenne des 30 dernières séances de bourse 2013 : 88,19 euros.

## RÉPARTITION DU CAPITAL ET DROITS DE VOTE

(au 31 décembre 2013)  
% du capital



43,9 % Famille Bich dont MBD

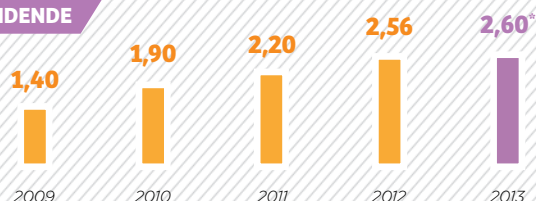
1,6 % Auto-détention (3)

54,5 % Public

(3) Actions auto-détenues privées temporairement du droit de vote.

## ÉVOLUTION DU DIVIDENDE

en euros



\* Dividende ordinaire proposé à l'Assemblée Générale du 14 mai 2014.

## 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 :** FR000120966

**Mnémonique :** BB

**Cotation en marché continu** 552.008.443 RCS Nanterre

## AGENDA FINANCIER

— **24 avril 2014**  
Résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2014

— **14 mai 2014**  
Assemblée Générale

— **31 juillet 2014**  
Résultats du 2<sup>ème</sup> trimestre et du 1<sup>er</sup> semestre 2014

— **22 octobre 2014**  
Résultats du 3<sup>ème</sup> trimestre 2014

## SOCIÉTÉ BIC - RELATIONS ACTIONNAIRES

14, rue Jeanne d'Asnières

92611 Clichy Cedex

www.bicworld.com

E-mail :

actionnaires@bicworld.com

N° Vert 0 800 10 12 14

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE