

BIC in touch

26

MAI 2014

la Lettre
des actionnaires du Groupe BIC

ÉDITO

SOMMAIRE

01 / ÉDITO

01 / LES PERFORMANCES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2014

02 / ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2014

03 - 04 / ACTUALITÉS



Madame, Monsieur, cher actionnaire...

Nos résultats du premier trimestre 2014 illustrent un début d'année solide. Ils associent au redressement du chiffre d'affaires de BIC Graphic, une bonne croissance organique et un impact positif de la consolidation de Cello Pens dans les activités Grand Public.

Les tendances de nos activités Grand Public ont été différentes selon les régions. La performance de la Papeterie a été tirée par l'Europe, les ventes de briquets ont fortement progressé sur les marchés en croissance (Amérique latine, Moyen-Orient et Afrique) et celles des rasoirs ont bénéficié des résultats encourageants de l'Amérique du Nord.

Grâce à un service client restauré et à un nouveau positionnement de marque, BIC Graphic a commencé à regagner la confiance des clients et a vu ses ventes trimestrielles progresser pour la première fois depuis l'acquisition de Norwood et d'Antalis en 2009.

Toutes les zones géographiques et tous les segments d'activité ont montré des signes d'amélioration grâce notamment à une nouvelle gamme de produits centrée sur la qualité, l'innovation et la conformité aux normes de sécurité.

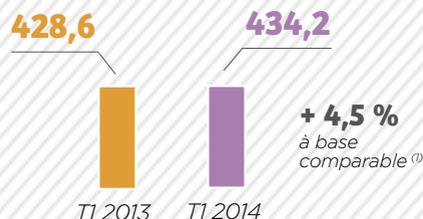
Le 14 mai dernier a eu lieu l'Assemblée Générale du Groupe BIC au cours de laquelle nous avons présenté les performances 2013 et les résultats du premier trimestre 2014. Ce fut également l'occasion de présenter les nouveaux produits comme la gamme dédiée à l'apprentissage BIC® Kids, le rasoir pour femmes BIC® Soleil® Glow™ et le Flex 4 rechargeable pour hommes ou le stylo de support publicitaire Super Clip.

Mario Guevara
Directeur Général

Les performances du 1^{er} trimestre 2014

CHIFFRE D'AFFAIRES EN PUBLIÉ

en millions d'euros

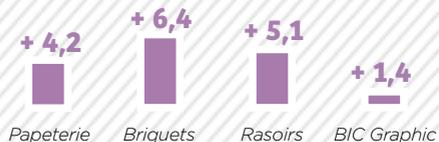


ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

par activité à base comparable ⁽¹⁾

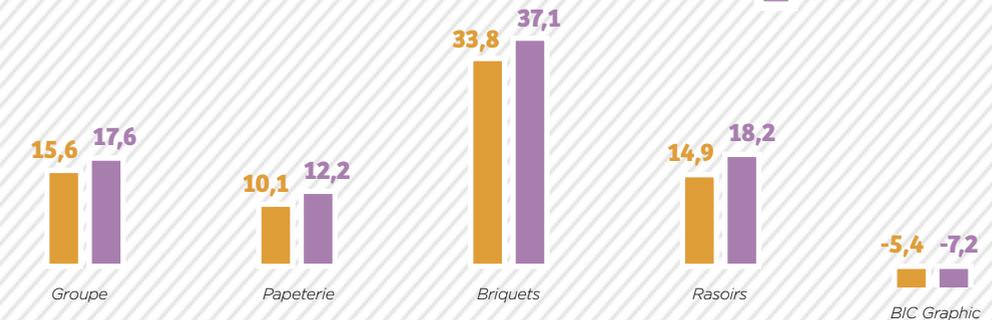
en %

T1 2014



MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE ⁽²⁾

en %



⁽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.



Assemblée Générale 2014

/ ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

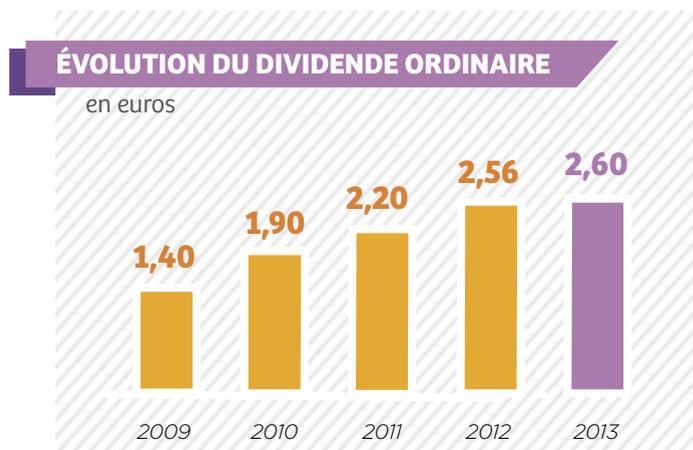
Assemblée Générale du 14 mai 2014



L'Assemblée Générale Mixte des Actionnaires de Société BIC, présidée par M. Bruno Bich, Président du Conseil d'Administration, s'est réunie le mercredi 14 mai 2014 à Clichy. Elle a réuni 199 personnes. 721 actionnaires présents, représentés, ayant donné pouvoir au Président ou ayant voté par correspondance (soit un taux de participation de 74,74 %) ont adopté l'ensemble des résolutions proposées et notamment le versement d'un dividende ordinaire de 2,60 euros par action, en hausse de 1,6 % par rapport au dividende de l'exercice précédent. Parmi les autres résolutions approuvées :

- les comptes de l'exercice 2013;
- l'autorisation donnée au Conseil d'Administration d'opérer sur les actions de la société (rachats et annulations de titres);
- le renouvellement des mandats d'administrateur de M. François Bich, Mme Marie-Pauline Chandon-Moët et de M. Frédéric Rostand;
- les éléments de rémunération au titre de l'exercice 2013 des mandataires sociaux;
- le renouvellement des délégations données au Conseil d'Administration aux fins d'augmenter le capital social;
- la modification de l'article 8 bis "Franchissement de seuils" des statuts.

Le résultat des votes peut être consulté sur : www.bicworld.com/fr/finance/reunions.



Au cours de la réunion, Messieurs Bruno Bich, Mario Guevara (Directeur Général) et Jim DiPietro (Directeur Financier) ont présenté les résultats et les tendances opérationnelles de l'année 2013, ainsi que les projets du Groupe pour 2014 sur toutes les catégories. Un point a été fait sur la responsabilité environnementale, sociale et sociétale du Groupe BIC ainsi que sur sa gouvernance.

Bruno Bich a également illustré la feuille de route du groupe pour les prochaines années à travers les réussites passées et présentes sur divers continents, démontrant la capacité du Groupe à s'adapter aux changements, aux habitudes locales et à anticiper les nouveaux marchés. Sur les marchés matures, le Groupe va continuer à innover pour mieux répondre aux besoins et aux désirs des consommateurs et à résister, si nécessaire, aux incertitudes macro-économiques.

Sur les marchés en forte croissance, les situations sont différentes selon les régions mais le Groupe BIC y a de grandes ambitions. Les quelques exemples présentés au cours de la réunion (la papeterie en Espagne, les briquets aux États-Unis, le développement en Ukraine, en Asie et en Afrique...) ont montré la capacité du Groupe à croître et à s'adapter quel que soit l'environnement économique, politique et culturel.

Séances de questions réponses

Les administrateurs, membres de la Direction et responsables opérationnels ont répondu aux questions des actionnaires qui portaient notamment sur :

- Les projets de croissance externe du Groupe BIC;
- L'impact du numérique sur la catégorie Papeterie;
- La place des femmes dans le Conseil d'Administration;
- Le projet sur les chargeurs à pile à combustible;
- Le déploiement de la solution BIC® Education.



Hommage au fondateur

À l'occasion des 100 ans de sa naissance, un hommage a été rendu au fondateur du Groupe, Marcel Bich.

Lors de l'Assemblée Générale, Bruno Bich a lu quelques extraits de la lettre aux actionnaires écrite en 1973 au moment de l'entrée en Bourse de BIC aux termes de laquelle Marcel Bich exprime sa vision de l'entreprise et de la responsabilité. Au sujet de l'importance de la confiance dans l'individu, il écrit notamment : *"La deuxième base de notre affaire est de faire confiance à la responsabilité individuelle. Nous sommes férocelement anti-technocratiques"*. Par ailleurs, il expliquait : *"Les affaires ne peuvent résister aujourd'hui qu'à l'échelle mondiale. Cette échelle demande une entreprise puissante financièrement, industriellement et commercialement. Cette puissance nécessaire et cette individualité nécessaire aussi sont diamétralement opposées. Il y a là un problème difficile à résoudre. La Société BIC en recherche la solution dans son action de tous les jours : "c'est la fonction qui crée l'organe", des paroles qui, a souligné Bruno Bich, illustrent ce à quoi BIC travaille : construire une entreprise solide avec une assise mondiale large et puissante.*

Traduite dans un grand nombre de langues et affichée dans tous les bureaux et usines du Groupe à travers le monde, cette lettre demeure riche d'enseignements pour le présent et le futur non seulement du Groupe BIC, mais de toutes celles et ceux qui, à travers le monde, ont choisi d'entreprendre.

Cette lettre lue par Marcel Bich en 1973, lors de la première Assemblée suivant l'introduction à la Bourse de Paris, peut être entendue ici :

www.bicworld.com/assemblee-generale1973

Actualités

/ BIC GRAPHIC

BIC Graphic : Les nouveaux produits bien accueillis



Les innovations produits BIC Graphic et la technologie britePix® ont permis d'afficher des résultats positifs au premier trimestre 2014 dans le secteur des *hard goods*. BIC Graphic a regagné la confiance des consommateurs, comme en démontre l'augmentation du nombre de commandes, particulièrement dans les gammes de *hard goods*.



A la fois
STYLO
&
Stylet!

BIC Cristal STYLUS
La connection entre le papier et l'écran

BIC vous en donne toujours plus!

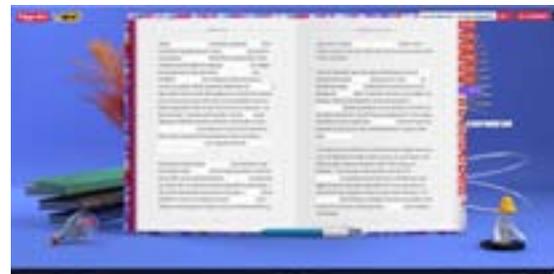
/ CAMPAGNE

Tipp-Ex® et BIC® : a Hunter, a bear and Pharrell Williams⁽¹⁾

L'ours et le chasseur, héros de l'une des campagnes digitales les plus primées de la décennie, reviennent pour une troisième campagne interactive avec le chanteur américain Pharrell Williams qui, à cette occasion, a écrit le premier livre participatif, traduit instantanément en 5 langues. Le jeu consiste à retrouver les milliers de mots qui, dans ce livre, ont été recouverts par erreur, par du ruban correcteur Tipp-Ex® Mini Pocket Mouse.

Une prouesse technologique imaginée encore un fois par l'agence Buzzman pour une première mondiale ! Une fois complété, ce *Social Book* sera imprimé et publié et les bénéfices seront reversés à une association soutenant les enfants défavorisés. Découvrir l'expérience sur www.tippex-socialbook.com

⁽¹⁾ Un chasseur, un ours et Pharrell Williams.



/ INTERVIEW

Bruno Bich interviewé sur le thème de l'anticipation

Bruno Bich, Président du Conseil d'Administration de BIC, a été interviewé en mars dernier par le CIC Banque Privée, l'une des principales banques privées françaises, sur la façon d'anticiper les moments clés de l'histoire d'une société.

L'interview de six pages est intégrée au magazine annuel de la banque, "Les Cahiers d'un monde qui bouge", distribué à ses clients et imprimé à 20 000 exemplaires.

Retrouver l'article sur :

<https://www.cic.fr/banqueprivée/fr/du-dirigeant-d-entreprise/publications/cahiers/n9/Didier-Simondet-et-Francois-Duhen/index.html>

/ CELLO PENS

Le Groupe Cello exerce son option de vente sur 20 % de Cello Pens

Le Groupe BIC a annoncé le 31 mars 2014 que le Groupe Cello avait exercé l'option de vente l'autorisant à céder 20 % de Cello Pens au Groupe BIC. Après la finalisation de l'acquisition prévue à la fin du premier semestre 2014 pour un montant d'environ 4 milliards de Roupies indiennes (environ 50 millions d'euros⁽¹⁾), le Groupe BIC détiendra 75 % de Cello Pens.

Cello Pens est consolidé depuis octobre 2013 dans les comptes du Groupe BIC et a contribué à hauteur de 18,1 millions d'euros au chiffre d'affaires 2013 du Groupe BIC. Si Cello Pens avait été consolidé sur la totalité de l'année 2013 sa contribution au chiffre d'affaires de BIC aurait été d'environ 81 millions d'euros avec une marge d'exploitation normalisée de 23 %.

⁽¹⁾ 82,3 INR = 1 euro.



Actualités

/ CAMPAGNE

BIC[®] Cristal[®] Fine au Brésil

BIC Brazil continue son programme éducationnel visant à promouvoir la marque BIC[®] en tant qu'entreprise responsable dans ce pays. Dernièrement a eu lieu la campagne BIC[®] Cristal[®] Fine "Gente Fina", dans 21 écoles du Nord-Est du pays, touchant 80 000 personnes; plusieurs actions ont été mises en œuvre durant lesquelles 31 000 stylos bille BIC[®] Cristal[®] Fine ont été distribués.

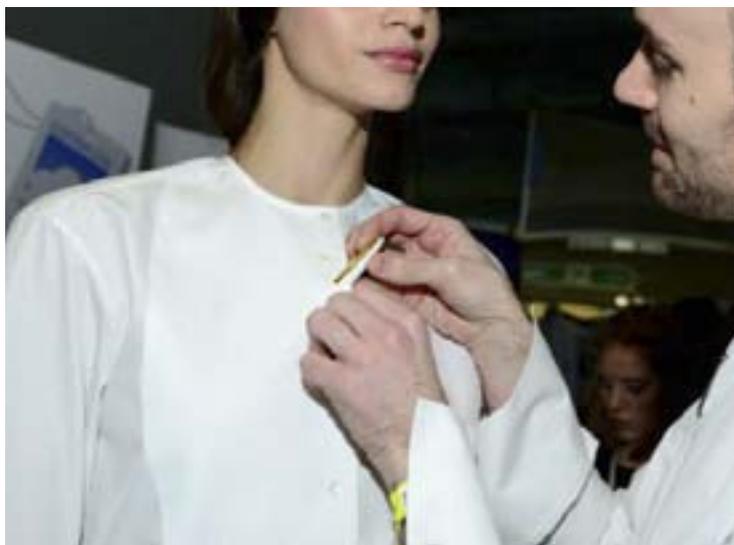


/ MODE

Sheaffer[®] défile à la Fashion Week de Londres

L'élégant stylo Sheaffer[®] Taranis[™] a été agrafé aux chemises de la collection AW14 créées par palmer//harding - la griffe anglaise réputée pour ses chemises de qualité qui dessinent la tendance - lors d'un défilé de la Fashion Week de Londres en février.

Une collection inspirée par des formes linéaires en papier où l'instrument d'écriture de luxe s'intègre avec style.



/ BRIQUETS

Donation "Support the troops"

BIC Consumer Products USA a fait une donation d'un million de dollars en faveur du centre pour les soldats blessés et leur famille United Service Organizations (USO) qui a ouvert en mars dernier près de Washington. Pour chaque briquet de la série Special Edition[®] "Support the troops" vendu, 0,09 dollar contribuait à la donation.



Cette série est vendue aux États-Unis depuis 2011 et fabriquée à l'usine BIC de Milford, Connecticut.

/ PAPETERIE

BIC[®] Magic Marker[®] Window Marker

BIC[®] a lancé aux États-Unis en 2014 BIC[®] Window Marker, un marqueur innovant et de qualité. Il permet d'écrire et de dessiner sur des vitres ou miroirs pour des occasions spéciales : supporter votre équipe de sport favorite, faire de la publicité pour votre entreprise...

Un produit créatif recherché des consommateurs américains.



/ RASOIRS

Rasoir BIC[®] Flexi Lady : La technologie Flex pour les femmes

Distribué dans plusieurs pays d'Europe, le rasoir BIC[®] Flexi Lady⁽¹⁾ est un rasoir trois-lame doté de la technologie Flex, qui assure un rasage de plus près et confortable pour plus de sécurité et moins d'irritation. Sa tête pivotante s'adapte parfaitement à toutes les courbes sensibles et sa bande lubrifiante à l'aloë vera et à la vitamine E assure plus de douceur⁽²⁾.

Grâce à ses excellentes performances techniques, BIC[®] Flexi Lady fait aujourd'hui partie des accessoires quotidiens indispensables aux nombreuses femmes qui utilisent des rasoirs non rechargeables pour leur facilité d'achat, leur prix accessible et leur hygiène.

⁽¹⁾ Rasoir doté d'une technologie de lames mobiles.

⁽²⁾ Vs. trois lames fixes BIC[®].



Quoi de neuf ?

/ PUBLICATIONS 2013



Le Rapport Annuel 2013 du Groupe BIC est disponible en ligne sur le site bicworld.com. C'est la quatrième édition du BIC Tween us, un document innovant qui se lit comme un magazine avec des rubriques sur la distribution, la stratégie, les bugs de l'année, la pénétration d'un nouveau marché ou encore le coin des artistes. Retrouvez également le Document de référence et le Rapport de développement durable en version interactive sur

<http://www.bicworld.com/fr/finance/publications/>

/ BIC[®] CRISTAL[®] STYLUS ÉLU PRODUIT DE L'ANNÉE 2014

Le stylo bille et stylet BIC[®] Cristal[®] Stylus a été élu produit de papeterie de l'année au Royaume-Uni.

Cette récompense reconnue est décernée par les consommateurs à des produits innovants. Le logo "Produit de l'année" permet aux consommateurs de repérer en magasin les nouveautés produits qui ont été évaluées par le vote de plus de 12 000 consommateurs comme eux.



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

- **31 juillet 2014**
Résultats du 2^{ème} trimestre et du 1^{er} semestre 2014
- **22 octobre 2014**
Résultats du 3^{ème} trimestre et des 9 premiers mois 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

APPELÉ À PARTIR DE 18h