

# Lettre aux ACTIONNAIRES



## DU GROUPE BIC

N° 34  
JUN 2016

### ÉDITO

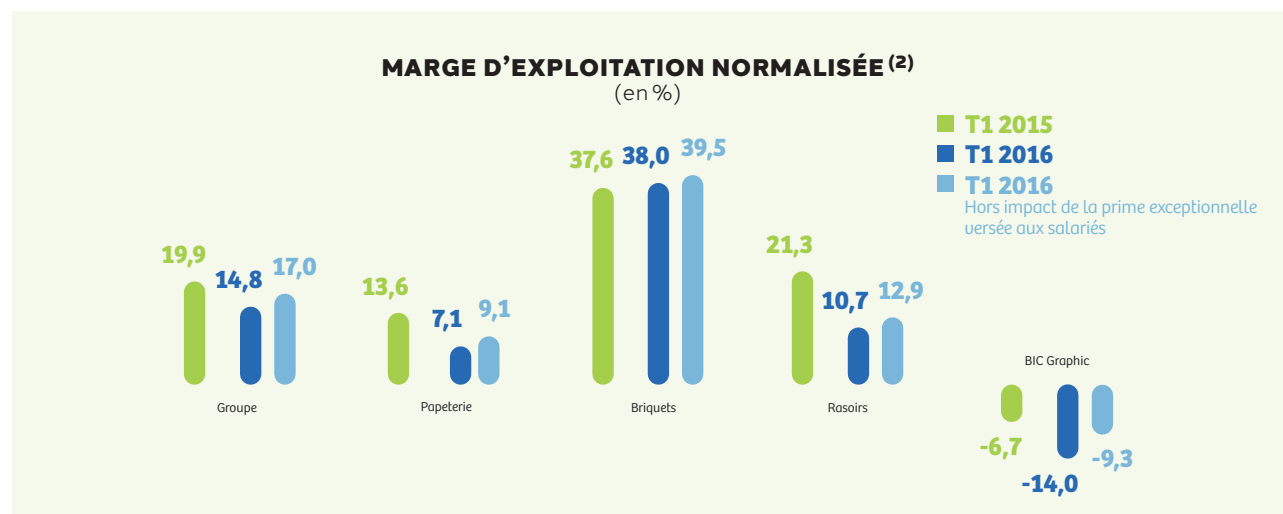
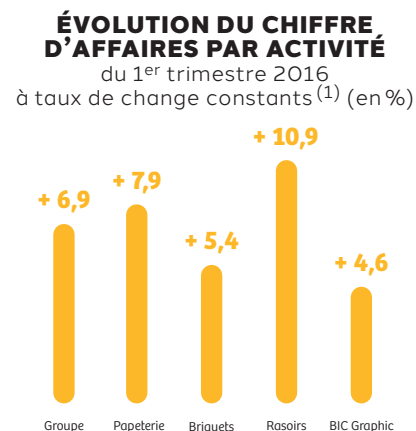
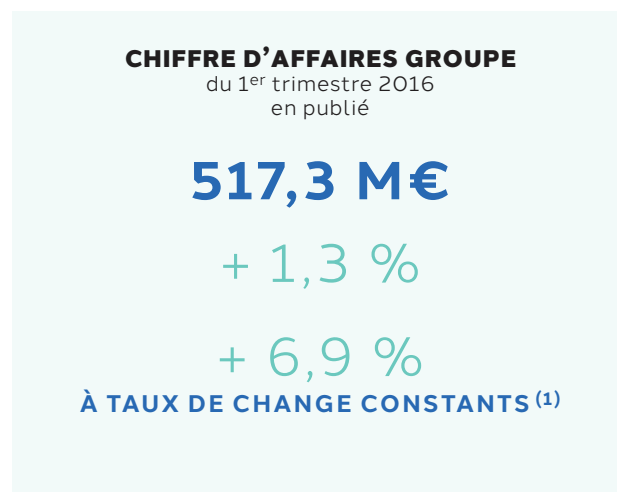
**“ Madame, Monsieur, cher Actionnaire...**  
Avec une solide croissance organique de 6,9 %, le chiffre d'affaires du premier trimestre 2016 a été légèrement au-dessus de nos attentes, grâce à la Papeterie et aux Rasoirs.

Comme prévu, nous avons augmenté les investissements dans la Recherche et le Développement et le soutien à la marque qui ont pour objectif de stimuler la croissance rentable à moyen et long terme. La hausse des dépenses opérationnelles a également pesé sur le résultat d'exploitation normalisé du premier trimestre 2016, qui comprend l'impact de la prime exceptionnelle versée aux salariés. Nous restons néanmoins confiants dans notre capacité à atteindre tous nos objectifs 2016.

Le 18 mai dernier a eu lieu l'Assemblée Générale du Groupe BIC au cours de laquelle les performances 2015 et les résultats du premier trimestre 2016 ont été présentés. Ce fut également l'occasion de revenir sur les priorités stratégiques du Groupe à long terme et sur les changements de gouvernance. ”

**Bruno Bich**  
Président-Directeur Général

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



<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.

Retrouvez le communiqué de presse dans son intégralité

### - GROUPE -

#### Les publications 2016 sont disponibles

Le Rapport annuel 2015 du Groupe BIC est disponible en ligne sur [bicworld.com](http://bicworld.com). Intitulé "Fait(s) pour durer", ce document fait le point sur les raisons pour lesquelles BIC s'inscrit dans la durée.

BIC publie cette année un nouveau document : l'Essentiel du Développement durable 2015. Dans un format court, il revient en chiffres et en images sur le programme et les actions du Groupe dans ce domaine.

Retrouvez également le Document de référence 2015 et le Rapport de développement durable 2015 en version interactive sur [www.bicworld.com/fr/finance/publications/](http://www.bicworld.com/fr/finance/publications/).

Le making-of de la couverture du Rapport annuel



# ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2016



## - ÉVÉNEMENT - Assemblée Générale du 18 mai 2016

L'Assemblée Générale Mixte des Actionnaires de SOCIÉTÉ BIC, présidée par M. Bruno Bich, Président du Conseil d'Administration, s'est réunie le mercredi 18 mai 2016 à Clichy (92).

Elle a approuvé le versement, à compter du 1<sup>er</sup> juin 2016, d'un dividende ordinaire de 3,40 euros par action, en hausse de 19,3 % par rapport au dividende de l'exercice précédent, et d'un dividende exceptionnel de 2,50 euros par action, ainsi que l'ensemble des résolutions proposées, parmi lesquelles notamment :

- les comptes de l'exercice 2015 ;
- 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. Bruno Bich, M. Mario Guevara et Mme Elisabeth Bastoni ;

- les éléments de rémunération au titre de l'exercice 2015 de M. Bruno Bich, M. Mario Guevara, M. François Bich et Mme Marie-Aimée Bich-Dufour ;
- le renouvellement des délégations au Conseil d'Administration d'augmenter le capital social ;
- le renouvellement des autorisations données au Conseil d'Administration de consentir des actions gratuites et des options de souscription et/ou d'achat d'actions de la Société au profit de salariés et des dirigeants ;
- la modification de l'article 14 des statuts – Fixation de la limite d'âge du Président, du Directeur Général et des Directeurs Généraux Délégués à 72 ans.

Le résultat des votes peut être consulté sur : [www.bicworld.com/fr/finance/reunions](http://www.bicworld.com/fr/finance/reunions)

Au cours de la réunion, Messieurs Bruno Bich (Président), Mario Guevara (Directeur Général) et Jim DiPietro (Directeur Financier) ont présenté les résultats et les tendances opérationnelles de l'année 2015.

Bruno Bich et Mario Guevara ont également présenté les priorités stratégiques à long terme des catégories du Groupe, à savoir : accélérer la croissance des ventes dans la papeterie ; offrir la sécurité et la qualité pour tous partout dans le monde dans les briquets ; et offrir aux utilisateurs toujours plus de performance, toujours au prix juste dans les rasoirs.

Ils ont également détaillé l'augmentation des investissements prévue en 2016, qui seront destinés à soutenir la croissance rentable à moyen et long terme.

Lors de l'Assemblée Générale, Bruno Bich a rendu hommage à Mario Guevara, Directeur Général, et à François Bich, responsable de l'activité Briquets, tous deux jeunes retraités ! Mario Guevara et François Bich demeurent membres du Conseil d'Administration et le Groupe BIC pourra compter sur leur expertise et leur expérience pour continuer à conseiller ses futurs dirigeants.

## Conseil d'Administration du 18 mai 2016

Le Conseil d'Administration, qui a suivi l'Assemblée Générale du 18 mai 2016, a pris les décisions suivantes :

- Réunification des fonctions de Président du Conseil d'Administration et de Directeur Général et nomination de Bruno Bich en tant que Président-Directeur Général, à effet du 2 juin 2016 ;
- Nomination de Pierre Vareille en tant que Vice-Président Administrateur Référent ;
- Nomination de deux nouveaux Directeurs Généraux Délégués, à effet du 2 juin 2016 : Gonzalve Bich et Jim DiPietro.

Le Conseil d'Administration est composé de 10 administrateurs :

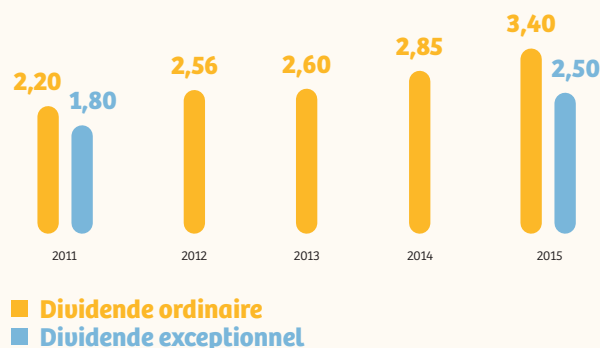
- Bruno Bich
- Pierre Vareille (indépendant)
- Elisabeth Bastoni (indépendant)
- François Bich
- Marie-Pauline Chandon-Moët
- John Glen (indépendant)
- Mario Guevara
- Marie-Henriette Poinot
- Frédéric Rostand (indépendant)
- Société MBD, représentée par Édouard Bich.

### DIVIDENDE

**3,40 €**  
DIVIDENDE ORDINAIRE  
en hausse de 19,3 %  
+  
**2,50 €**  
DIVIDENDE EXCEPTIONNEL

Le versement du dividende a été approuvé lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires 2016

### ÉVOLUTION DU DIVIDENDE ORDINAIRE et du dividende exceptionnel en euros



## Retransmission vidéo de l'Assemblée Générale

Si vous souhaitez revoir cet événement ou si vous n'avez pas pu y assister, vous avez la possibilité de suivre le différé sur le site du Groupe.

Différé de la retransmission vidéo



## ACTUALITÉS



©Thomas Deron

- INTERVIEW -

## Gonzalve Bich interviewé par le magazine brésilien Época Negócios

À l'occasion de la célébration des 60 ans de BIC au Brésil, Gonzalve Bich, Président des catégories et de l'Amérique latine, a répondu en mars dernier à une interview du mensuel économique *Época Negócios*. Le Brésil, deuxième pays en termes de chiffre d'affaires pour le Groupe après les États-Unis, compte quatre usines BIC (papeterie, briquets, rasoirs), qui desservent principalement le marché sud-américain.

Lors de cet entretien, Gonzalve Bich s'est exprimé sur la longévité du modèle économique de BIC et sur les spécificités du marché brésilien.

Lire l'interview en portugais du 11 avril 2016



- PAPETERIE -

## "Secret", un mini documentaire brésilien

BIC a lancé au Brésil une campagne virale pour le crayon graphite BIC® Evolution™, produit phare en Amérique latine. L'objectif est de créer un lien émotionnel avec les acheteurs (les parents) en mettant en valeur le rôle qu'ils jouent dans les études de leurs enfants. Le scénario ? Des parents sont convoqués à une réunion à l'école mais en réalité on leur fait passer le même examen que leurs enfants dans la classe voisine.

Cette expérience réelle, qui a eu lieu dans une école de Rio de Janeiro et qui a été soutenue par la marque BIC®, avait pour but de souligner l'importance pour les parents de suivre de près les études de leurs enfants et d'étudier avec eux tout au long de l'année.

Voir la vidéo



- DIGITAL -

## ShopBIC.com, le site de vente aux consommateurs aux États-Unis

BIC a lancé ShopBIC.com en Amérique du Nord, un site Internet de vente en direct qui renforce la reconnaissance de la marque et rend plus accessibles les produits BIC®. Le projet s'appuie sur la nécessité pour les entreprises d'être plus fortement présentes en ligne, où les consommateurs passent de plus en plus de temps à rechercher des informations sur les produits et à interagir avec les marques. Des interactions qui les influencent fortement dans leurs actes d'achat en magasin ou en ligne.

ShopBIC.com propose en particulier des produits plus difficiles à trouver comme des recharges, une grande sélection de couleurs d'encre, des produits nouveaux ou qui ne sont plus commercialisés.

ShopBIC.com, pour les consommateurs nord-américains



- PAPETERIE -

## Le stylo BIC® M10® célèbre ses 60 ans

Créé en 1956, M10® est l'un des premiers stylos bille rétractables de la marque BIC®. Il a d'abord été lancé en France, au Benelux, en Scandinavie, en Afrique du Sud et en Nouvelle Zélande, pays dans lesquels il est devenu un best-seller. Son design iconique, son bouton-poussoir latéral et son "clac" ont traversé les décennies.

En 2016, BIC fête les 60 ans du stylo M10® autour de trois événements : le lancement de deux nouveaux modèles doré et argenté, BIC® M10® Shine (encre bleue ou noire), qui seront disponibles en fin d'année en France, Benelux, Scandinavie, Italie, Grèce, Afrique du Sud et Nouvelle Zélande ; un dossier de presse sous forme d'album photo relatant les événements clés du stylo ; et une vidéo sur sa fabrication : fabriqué depuis toujours par BIC, BIC® M10® est aujourd'hui produit dans les usines de Marne-La-Vallée (France) et de Johannesburg (Afrique du Sud).

Le dossier de presse à découvrir en ligne



- PAPETERIE -

## La rentrée des classes en Afrique du Sud, de l'Est et Centrale

BIC a lancé en janvier sa campagne pour la rentrée des classes en Afrique du Sud, de l'Est et Centrale. Elle célébrait cette année le succès du programme "Buy a pen, donate a pen" (pour un stylo acheté, un stylo donné), lancé en 2011 et qui a permis à BIC d'offrir des stylos à 5 millions d'enfants défavorisés.

Présentoirs impressionnants mettant en avant le slogan "Trust BIC® quality to go further" dans des magasins traditionnels et modernes, hôtesse pour conseiller les clients dans leurs achats de papeterie, affichage en extérieur... À travers cette campagne, BIC a confirmé sa position de leader sur la zone.

\*Comptez sur la qualité BIC® pour aller plus loin

- GROUPE -

## BIC classé 4ème dans une étude sur la réputation des entreprises

Reputation Institute, société leader dans la recherche et le conseil sur la réputation, a révélé, le 12 mai dernier, les résultats de son enquête annuelle sur la réputation des grandes entreprises, conduite auprès de 11 000 personnes en France. 270 entreprises, françaises et internationales et de tous secteurs d'activités ont été étudiées et évaluées selon quatre critères émotionnels (estime, admiration, confiance, ressenti). Pour sa première entrée dans le classement, BIC s'est classé 4ème, avec un score de 80,2 sur 100.

Voir les résultats de l'enquête



©Grégoire Alexandre

- MODE -

## BIC® 4 Couleurs® en imprimé chez Proèmes de Paris

Pour sa nouvelle collection printemps-été 2016, le jeune label français Proèmes de Paris reprend l'iconique stylo BIC® 4 Couleurs® sur un imprimé très pop présent dans toute la collection. Décliné en imprimé sur neuf pièces (robes, jupes et chemisiers), le stylo est aussi brodé sur deux t-shirts : un classique et un crop top. Les créateurs ont été inspirés par le stylo qui les a toujours accompagnés, depuis leur trousse d'école jusqu'à leur sac à main.

Les vêtements seront vendus en boutiques de mode à Paris, Milan et Séoul.

Le site des créateurs et la boutique en ligne  
En vente chez Colette à Paris

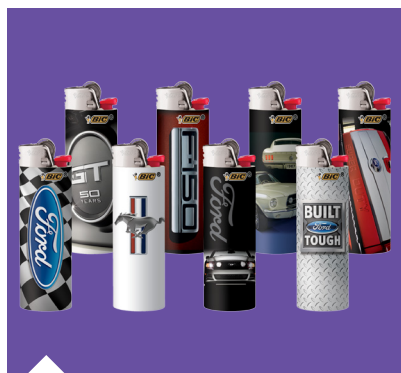
# ACTUALITÉS



## - PAPETERIE -

### La marque de coloriage BIC® Kids commercialisée au Japon

Sept références de la gamme BIC® Kids ont été lancées au printemps au Japon et distribuées dans 151 points de vente Toys'R'Us, le plus grand revendeur de jouets du pays. Deux packs promotionnels ont été développés, incluant un livre de coloriage qui permettra aux enfants de s'amuser et de mettre en valeur leurs talents de coloriage.



## - BRIQUETS -

### Série Motors sous licence Ford aux États-Unis

BIC® a développé une série de huit briquets Maxi sous licence avec la marque Ford Motor Company. Les briquets arborent des images de voitures iconiques de Ford ou des signes distinctifs de la marque.

Disponible en Amérique du Nord



## - DIGITAL -

### Lancement de l'application DrawyBook par BIC® Kids

BIC® Kids lance *DrawyBook*, un concept unique combinant une appli gratuite et un livre d'histoires pour les enfants de 5 à 10 ans. Grâce à l'appli, les enfants peuvent personnaliser l'histoire interactive de Marty et l'Extraterrestre avec leurs propres dessins en les scannant avec l'application. Le dessin est capturé, intégré et animé dans l'histoire ! Des mini-jeux viennent rythmer l'histoire, et un contenu éducatif permet de découvrir le système solaire par exemple.

Grâce au livre de coloriage, les enfants peuvent découvrir la réalité augmentée : d'un simple



scan avec un appareil mobile (tablette ou smartphone), les personnages et décors jaillissent de la page, s'animent et invitent les enfants à plonger dans un univers fascinant et interactif.

Avec *DrawyBook*, BIC® Kids propose une expérience de jeu originale autour de la créativité du papier et de l'interactivité du digital, mais aussi un moment privilégié en famille puisque les parents peuvent jouer avec les enfants !

Télécharger l'appli sur l'App Store / sur Google Play



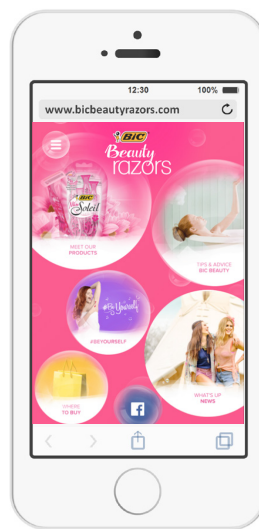
## - RASOIRS -

### Une grande campagne BIC®Soleil® est lancée en Europe

Fin mai, c'est l'écosystème digital "*BIC Beauty Razors*" qui démarre, avec une page Facebook sur les rasoirs féminins BIC® pour renforcer l'engagement des utilisatrices et un site Internet pour augmenter la visibilité en ligne, notamment sur les smartphones. La page Facebook et le site seront déployés progressivement dans plusieurs pays comme la France, le Royaume-Uni et la Roumanie.

À partir de juin, un film publicitaire télévisé sera diffusé en Roumanie, Ukraine, Royaume-Uni etc., accompagné d'une communication print (affichage dans la rue ou en magasin).

La page Facebook  
Le site Internet



©Patrik Poltak / BIC Sport

## - BIC SPORT -

### BIC Techno 293+ aux Jeux Olympiques de la Jeunesse 2018

BIC Sport est une fois de plus invité à fournir l'équipement de planche à voile aux Jeux Olympiques de la Jeunesse (JOJ) qui se dérouleront à Buenos Aires, en Argentine, du 1<sup>er</sup> au 12 octobre 2018. L'édition 2018 inclura trois événements mixtes : multicoque, kitesurf, planche à voile. Pour la première fois dans l'histoire des JOJ, l'épreuve de planche à voile rassemblera le plus grand nombre de concurrents. Elle mettra des garçons et filles du monde entier, âgés de 15 à 18 ans, en compétition. Le Comité International Olympique a accepté la recommandation de la Fédération internationale de voile (World Sailing) qui suggérait d'utiliser la planche BIC Techno 293+.

Plus d'informations

## AGENDA FINANCIER

- 27 JUIN 2016  
Réunion des actionnaires à Toulouse
- 29 JUIN 2016  
Réunion des actionnaires à Paris
- 4 AOÛT 2016  
Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2016
- 26 OCTOBRE 2016  
Résultats du 3<sup>ème</sup> trimestre et des 9 premiers mois 2016

## 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)

N° Vert 0 800 10 12 14  
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE