

FAIT(S)



POUR DURER

RAPPORT DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE
2015

Extrait du document de référence



2

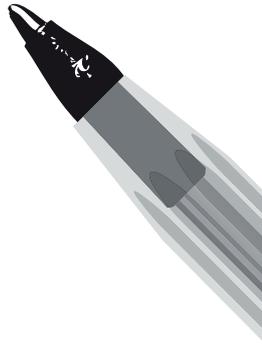
NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE**7**

2.1.	Le Programme BIC de Développement Durable	9
2.2.	Les responsabilités liées à nos produits	22
2.3.	La responsabilité environnementale liée à nos opérations	34
2.4.	Notre responsabilité sociale envers nos salariés	46
2.5.	Notre responsabilité sociétale	61
2.6.	Repères	70



**Rapport de
développement durable**
extrait du document de référence

2015



PROFIL ET STRATÉGIE

2 241,7 M€

**Chiffre
d'affaires
2015**

19,3 %

**Marge
d'exploitation
normalisée**

17 805 ⁽¹⁾

**Collaborateurs
dans le monde**

Depuis la création de la Société en 1944, l'exercice de la responsabilité de l'entreprise et les performances opérationnelles et financières de BIC reposent sur plusieurs piliers stratégiques fondamentaux :

- un positionnement produits axé sur la qualité et le juste prix ;
- une gamme de produits large et diversifiée visant à satisfaire les besoins des consommateurs :
 - des produits classiques fonctionnels, sûrs et abordables, fabriqués avec le minimum de matière et conçus pour remplir une fonction très précise : offrir le meilleur rapport qualité/prix et une bonne performance environnementale,
 - des produits à plus forte valeur ajoutée répondant à une demande croissante de solutions plus sophistiquées,
 - des produits responsables contenant des matériaux alternatifs ou recyclés ;
- de l'innovation : en 2015, BIC a réalisé 12 % de son chiffre d'affaires avec de nouveaux produits ⁽²⁾ ;
- des marques reconnues :
 - grand public : BIC®, Tipp-Ex®, Wite-Out®, BIC® Kids, BIC® Matic, BIC® Ecolutions® (produits responsables),
 - produits publicitaires et promotionnels : BIC Graphic,
 - Cello® (Inde) ;
- une présence mondiale historique sur les marchés développés et sur les marchés en croissance :
 - BIC est présent dans plus de 160 pays et a réalisé 30 % de son chiffre d'affaires 2015 sur les marchés en croissance grâce notamment à ses produits de qualité accessibles au plus grand nombre,
 - BIC innove avec des modes de distribution adaptés aux populations les plus démunies ;
- une politique constante d'amélioration de la productivité : la modernisation et la rationalisation continue des usines permettent de maintenir la compétitivité mondiale de BIC au plus haut niveau et de réduire son empreinte environnementale ;
- un réseau de distribution international, complet et solide (papeteries, fournisseurs de bureau, grandes surfaces, magasins de proximité, distributeurs, grossistes, réseaux *cash and carry*, e-commerce, etc.) ;
- un bilan solide et une utilisation claire de la trésorerie, dont :
 - la croissance interne, à travers des dépenses d'investissement ciblées,
 - la croissance externe, à travers des acquisitions complémentaires stratégiques ayant pour objectif :
 - l'acquisition de technologies dont le Groupe ne dispose pas encore,
 - la pénétration de nouveaux segments de marché,
 - la pénétration de nouvelles zones géographiques ;
- la rémunération régulière des actionnaires.

(1) Y compris Cello Pens.

(2) Un produit est considéré comme nouveau pendant son année de lancement et les trois années qui suivent.



“*Nous offrons des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde,*”

PRIORITÉS STRATÉGIQUES DU GROUPE À LONG TERME

Continuer à créer de la valeur à long terme en surperformant nos marchés et en assurant une croissance organique comprise entre 3 % et 5 % grâce à :

- l'élargissement de nos réseaux de distribution sur toutes les zones géographiques,
- une plus grande concentration sur nos segments à valeur ajoutée dans les pays développés,
- une base de consommateurs élargie dans les pays en croissance.

Augmenter le résultat d'exploitation normalisé grâce à une amélioration de la productivité en investissant dans le capital humain de l'entreprise, dans le soutien à la marque et la recherche et développement pour des nouveaux produits innovants et de qualité.

Maintenir une forte génération de trésorerie afin :

- de financer des acquisitions stratégiques complémentaires,
- d'assurer la rémunération globale des actionnaires.



“*Se fonder sur nos valeurs, inventer le futur,*”



PROFIL 2015

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATÉGORIE DE PRODUITS



33%
PAPETERIE

UN LEADER MONDIAL DES BIENS DE CONSOMMATION

70 ans d'histoire

- 1950** Lancement du stylo BIC® Cristal®
- 1969** Entrée dans les produits publicitaires et promotionnels
- 1973** Premier briquet BIC®
- 1975** Premier rasoir BIC®

Des marques reconnues

- BIC®, Tipp-Ex® | Wite-Out® | BIC® Kids |
- BIC® Matic | BIC® Ecolutions® |
- BIC Graphic (Produits promotionnels) |
- Cello® en Inde

Répartition géographique du chiffre d'affaires

160 pays





30%

BRIQUETS



20%

RASOIRS



14%

BIC GRAPHIC



3%

AUTRES PRODUITS

Un véritable engagement en faveur d'une **croissance durable et responsable**

DES PRODUITS DE QUALITÉ VENDUS AU JUSTE PRIX ET SANS CESSE AMÉLIORÉS

- Des produits légers pour l'environnement, utilisant le moins de matière possible, et permettant une durée d'utilisation maximale.
- Une démarche d'éco-conception, intégrant des solutions alternatives telles que l'emploi de matières recyclées ou de bioplastique dans la fabrication de certains produits.
- 1,3 % du chiffre d'affaires investi dans la recherche et le développement de nouveaux produits en 2015.

UNE EXPERTISE INDUSTRIELLE UNIQUE ET UNE MAÎTRISE CONSTANTE DES COÛTS DE FABRICATION

- 27 usines performantes (dont 21 dans les pays développés selon l'indicateur IDH).
- 86 % du chiffre d'affaires réalisé avec des produits fabriqués dans ses propres usines*.

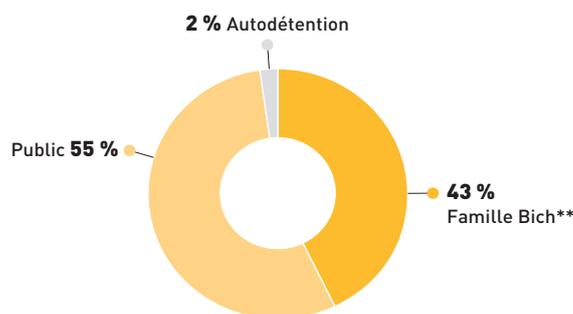
UN SENS HISTORIQUE DE LA **RESPONSABILITÉ SOCIALE**

- Un programme complet de formations et de développement de ses salariés, de leurs compétences et de leur employabilité.
- Une vision et une philosophie qui trouvent leur source dans des valeurs communes que sont l'éthique, la responsabilité, l'esprit d'équipe, la simplicité et l'ingéniosité.

UN PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DONT LES AVANCÉES SONT MESURÉES PAR **UN BAROMÈTRE COMPRENANT DIX OBJECTIFS ASSOCIÉS À DIX INDICATEURS DE PERFORMANCE** ET MIS À JOUR TOUS LES TROIS ANS.

Gouvernance d'entreprise

RÉPARTITION DU CAPITAL



Conseil d'Administration

8

RÉUNIONS
EN 2015
AVEC UN TAUX
DE PARTICIPATION DE

98 %

10
Administrateurs

40%
Indépendants

4
Nationalités

30%
Femmes

* Hors Cello Pens. ** Direct et indirect.





2.1. Le Programme BIC de Développement Durable	9
2.1.1. Les quatre axes de la démarche	9
2.1.2. Les enjeux de développement durable pour le Groupe BIC	9
2.1.3. Pilotage de la démarche : le Baromètre BIC de Développement Durable	12
2.1.4. Le développement durable intégré à nos activités	16
2.1.5. L'interaction avec nos parties prenantes	18
2.2. Les responsabilités liées à nos produits	22
2.2.1. La performance environnementale de nos produits	22
2.2.2. Des produits conçus pour satisfaire et anticiper les attentes des consommateurs	27
2.2.3. La sécurité de nos produits	30
2.2.4. L'optimisation de nos emballages	32
2.3. La responsabilité environnementale liée à nos opérations	34
2.3.1. Nos usines	34
2.3.2. Nos activités de transport	41
2.3.3. Nos activités commerciales et de support	44
2.4. Notre responsabilité sociale envers nos salariés	46
2.4.1. Les effectifs	46
2.4.2. Le partage des valeurs et les dispositifs d'écoute	48
2.4.3. La sécurité au travail	50
2.4.4. La santé et le bien-être au travail	51
2.4.5. Le développement des collaborateurs	54
2.4.6. Le système de rémunérations	57
2.4.7. La promotion de la diversité	57
2.4.8. Le dialogue social	59
2.5. Notre responsabilité sociétale	61
2.5.1. Exercer notre responsabilité sur l'ensemble de notre chaîne de valeur	61
2.5.2. Agir en acteur économique local et solidaire	66
2.6. Repères	70
2.6.1. Notations extra-financières	70
2.6.2. Prix reçus	70
2.6.3. Périmètre et choix des indicateurs	70
2.6.4. Table des indicateurs	72
2.6.5. Rapport de l'organisme tiers indépendant sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées figurant dans le rapport de gestion	75
2.6.6. Table de concordance des indicateurs environnementaux et sociaux	77



NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE





2.1. Le Programme BIC de Développement Durable

L'histoire de BIC est d'abord celle d'une vision : « Offrir des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde ». La démarche de développement durable de BIC s'est construite dans la droite ligne de cette vision et vient la nourrir en s'inscrivant au cœur de la stratégie du Groupe.

2.1.1. LES QUATRE AXES DE LA DÉMARCHÉ

Pour assurer l'animation de son Programme de Développement Durable, BIC a défini un axe stratégique pour chacun de ses domaines de responsabilité :

- innover pour réduire sans cesse l'empreinte environnementale des produits et de leurs emballages et pour les rendre accessibles au plus grand nombre ;
- améliorer la performance environnementale des usines BIC et réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) des opérations de transport ;
- être un employeur engagé en faisant vivre les valeurs du Groupe, en assurant la sécurité au travail et l'employabilité des salariés ;
- exercer sa responsabilité au-delà de son périmètre d'action direct, dans sa chaîne de valeur pour faire respecter les Droits de l'Homme au travail et faire progresser les pratiques environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) parmi ses fournisseurs.

2.1.2. LES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR LE GROUPE BIC

2.1.2.1. Mise à jour de l'évaluation de la matérialité des enjeux

En 2014, BIC a approfondi l'évaluation de l'importance de ces enjeux et des risques liés à la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), via la réalisation d'une matrice de matérialité, notamment pour :

- mettre à jour sa connaissance des enjeux considérés comme les plus significatifs par ses parties prenantes ;
- identifier d'éventuels « signaux faibles », thématiques émergentes qui pourraient représenter un risque ou une opportunité à court ou à moyen terme ;
- travailler sur les enjeux les plus importants et nécessitant une attention particulière du Groupe ;
- s'assurer de l'alignement de sa perception avec celle de ses parties prenantes.

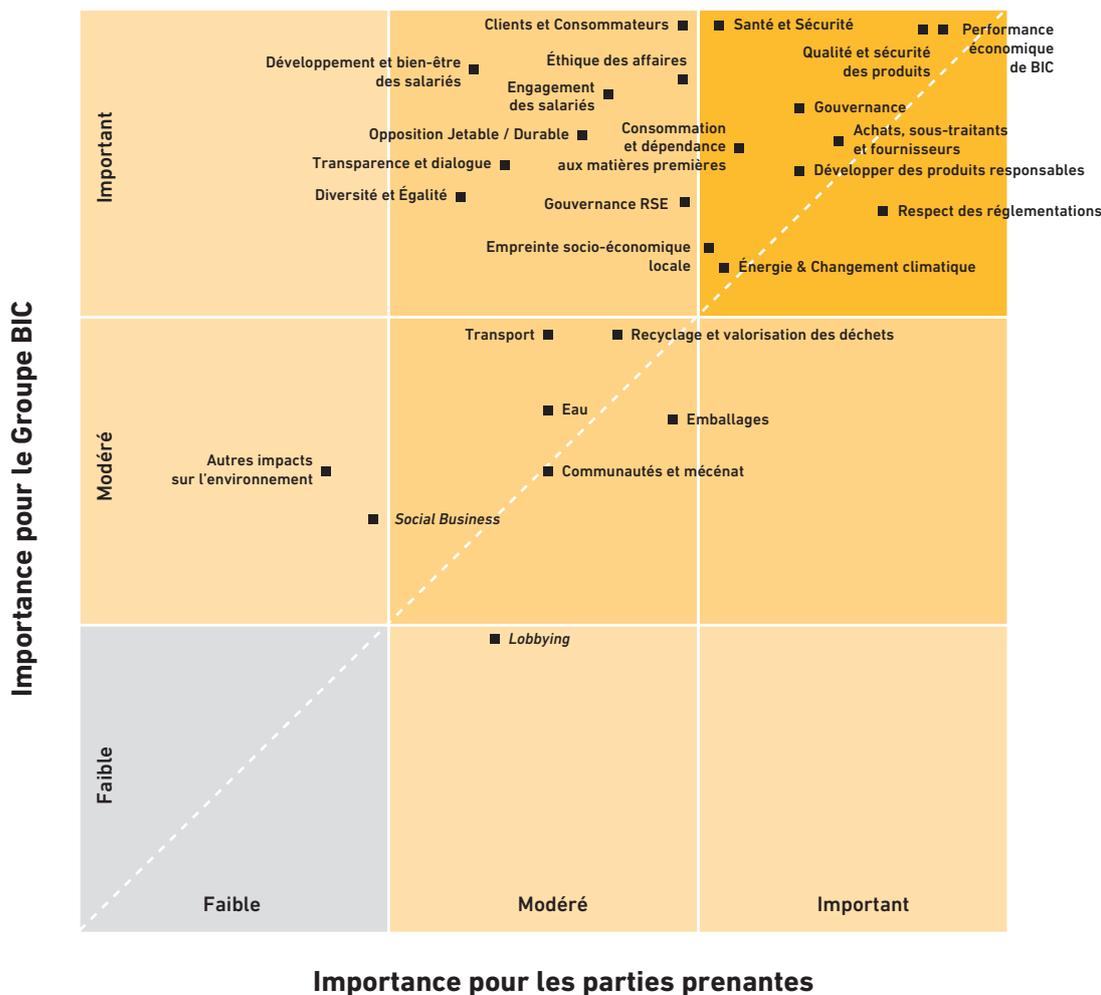
Cette évaluation de la matérialité, menée avec l'appui d'un consultant externe, a été réalisée sur la base d'une analyse documentaire (comme l'exploitation des questionnaires d'évaluation de BIC par ses clients, la cartographie des risques extra-financiers, les résultats d'enquêtes salariés, etc.) et d'entretiens avec des parties prenantes internes ou externes du Groupe (fournisseurs, clients, associations, investisseurs, Direction Générale du Groupe BIC, etc.).





Les sept parties prenantes clés du Groupe ont ainsi été mobilisées (salariés, clients, investisseurs, actionnaires, fournisseurs et sous-traitants, communautés et société civile, organismes de régulation et de contrôle).

Matrice de matérialité des enjeux de développement durable



La bonne perception par BIC de ses enjeux matériels a été confirmée par cette analyse de matérialité. Cette dernière souligne par ailleurs que le Baromètre 2014-2016 aborde bien les sujets clés du Groupe. Ainsi, via son Baromètre, BIC assure le suivi et le pilotage de sa démarche de développement durable et contribue à la performance globale de l'entreprise.

Cette matrice a été présentée au Conseil d'Administration, à l'Assemblée Générale des Actionnaires et au Comité de Direction en 2015.

2.1.2.2. Les enjeux de BIC sur le cycle de vie de ses produits et la préparation aux évolutions mondiales à venir

Dans le tableau ci-dessous sont présentés les principaux enjeux liés aux grandes étapes de l'activité du Groupe BIC, de l'approvisionnement à l'utilisation et la fin de vie des produits.

Étapes	Enjeux	Plans d'actions
Approvisionnement 	L'approvisionnement en matières premières qui composent les produits BIC® <ul style="list-style-type: none"> Le plastique représente 45 % des achats du Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> Réduire la consommation de matières premières non renouvelables Favoriser l'utilisation de matériaux alternatifs (d'origine recyclée ou végétale) S'assurer du respect par les fournisseurs de standards environnementaux, sociaux et de gouvernance
Production 	La fabrication des produits BIC® dans les usines du Groupe et chez les fabricants sous contrat <ul style="list-style-type: none"> Des millions de produits vendus chaque jour dans le monde 	<ul style="list-style-type: none"> Réduire la consommation d'eau et d'énergie Réduire les émissions de CO₂ et les déchets Réduire l'impact sur la biodiversité Maintenir les bonnes conditions de travail des salariés S'assurer du respect des Droits de l'Homme S'engager pour le développement des compétences des collaborateurs Favoriser la diversité dans l'entreprise
Distribution 	Le transport des produits BIC® par des prestataires <ul style="list-style-type: none"> 0,633 teqCO₂ par tonne de produits transportés 	<ul style="list-style-type: none"> Optimiser les expéditions et les routes de distribution Assurer une distribution responsable et adaptée aux contraintes locales
Utilisation 	L'utilisation des produits BIC® (écriture, allumage, rasage...) <ul style="list-style-type: none"> Plus de 2 km pour un stylo BIC® Cristal® Jusqu'à 3 000 flammes pour un briquet BIC® Maxi Jusqu'à 17 rasages avec le BIC® Flex 3 	<ul style="list-style-type: none"> Garantir une longue durée d'utilisation des produits (papeterie, briquets, rasoirs, produits promotionnels) Assurer la qualité et la sécurité des produits Favoriser la consommation responsable Anticiper les attentes des clients et consommateurs Réduire les déchets d'emballage
Fin de vie 	L'élimination des produits BIC® <ul style="list-style-type: none"> Poids d'un stylo à bille BIC® Cristal® : 5,9 g Poids d'un briquet BIC® Maxi : 21,8 g Poids d'un rasoir BIC® 3 : 8,8 g 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuer à réduire la quantité de déchets produite Étudier les solutions possibles de récupération et de recyclage



→ SE PRÉPARER AUX MUTATIONS À VENIR

Le Groupe BIC tient compte de certaines tendances sociales et économiques qui l'impacteront fortement à moyen et long termes :

La mondialisation des échanges commerciaux permet un accès facilité à des nouveaux marchés porteurs de croissance. Cette ouverture s'accompagne également pour le Groupe d'une plus grande concurrence liée à une main-d'œuvre à bas coût. Depuis plusieurs années déjà, BIC développe son offre de produits et adapte ses modes de distribution sur les marchés émergents. Le Groupe a également renforcé son positionnement sur ces marchés notamment avec l'acquisition en 2013 de Cello Pens en Inde et s'est fixé pour objectif de « créer des produits pour les marchés en croissance » à travers l'Engagement #2 du Baromètre 2014-2016. De plus, BIC détient un savoir-faire industriel qui lui permet de maintenir des emplois compétitifs, notamment en Europe. Grâce à son modèle économique pragmatique, adapté aux réalités des différentes zones géographiques, BIC est en mesure de saisir les opportunités liées à la mondialisation.

La croissance démographique mondiale portera à plus de neuf milliards la population humaine en 2050, selon les dernières estimations des Nations Unies. Elle s'accompagnera d'une explosion des classes moyennes, élargissant ainsi la consommation de biens et de services ainsi que la demande d'accès à l'éducation, à la santé et aux services financiers. La croissance démographique représente une opportunité pour le Groupe car les gammes de produits BIC® sont particulièrement bien adaptées à ces classes moyennes : des produits classiques ou plus sophistiqués, des produits responsables. Ces gammes sont conçues pour couvrir toutes les attentes et continueront d'évoluer selon les tendances de consommation.

L'accès à l'éducation des populations les plus démunies est un des 17 objectifs de développement durable portés par l'ONU. En 2015, on estimait à 121 millions⁽¹⁾ le nombre d'enfants privés de leur droit à l'éducation dans le monde et à près de 800 millions le nombre d'adultes analphabètes⁽²⁾. En offrant des produits simples, fiables et accessibles à tous partout dans le monde, BIC apporte une partie de la solution pour atteindre cet objectif fixé par les Nations Unies. Le Groupe entend poursuivre l'adaptation de ses produits et de son outil de production aux populations dites du bas de la pyramide.

La raréfaction des matières premières, notamment les énergies fossiles et les métaux, complexifiera encore le contexte dans lequel les besoins grandissants des populations s'exprimeront. Prônant depuis l'origine l'utilisation du « juste nécessaire⁽³⁾ » comme *credo* pour la fabrication de ses produits, BIC s'y prépare de longue date. Le Groupe innove en permanence pour réduire l'empreinte environnementale de ses produits et de ses usines, ce qui lui permettra de continuer de proposer des produits en phase avec les enjeux environnementaux et sociaux des années à venir.

→ LES PRODUITS DE DEMAIN VUS PAR LE WOMEN'S FORUM FOR THE ECONOMY AND SOCIETY

« Le développement durable requiert l'émergence de produits simples et intelligents, utilisables par tous. Les entreprises doivent réaliser que les produits aux plus fortes qualités environnementales sont l'avenir. Elles ont aussi besoin de comprendre l'importance des produits simples et abordables, qui correspondent aux besoins des populations pauvres et exclues. »

Women's Forum for the Economy and Society 2010 – Deauville (France)

2.1.3. PILOTAGE DE LA DÉMARCHE : LE BAROMÈTRE BIC DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Depuis 2008, le Groupe anime sa démarche avec un outil de pilotage : le Baromètre BIC de Développement Durable. Ce Baromètre est constitué de dix engagements qui sont la déclinaison opérationnelle de ses quatre axes stratégiques.

Pour sa troisième édition, le Baromètre 2014-2016, lancé en 2014, fixe à nouveau dix engagements pour le Groupe, associés à des indicateurs de performance. Les trois grands thèmes abordés sont toujours « produits », « industrie », « social/sociétal », mais certains engagements ont été sortis pour laisser la place à de nouveaux, qui couvrent des points sur lesquels BIC souhaite concentrer ses efforts pour améliorer sa performance.

Le périmètre retenu est mondial (hormis BIC Graphic dans certains cas).

Bilan de la deuxième année du Baromètre BIC 2014-2016

Pour sa deuxième année, le Baromètre BIC de Développement Durable a augmenté son score en passant de 3,8 à 7,6 (sur 10). Une progression significative est à noter pour les engagements produits avec notamment l'atteinte du cap des 50 % de produits ayant au moins un avantage environnemental et la création de cinq produits adaptés aux marchés en croissance. L'engagement #5 (performance environnementale des usines) recule en raison d'une augmentation du ratio de la production de déchets non recyclés. Les engagements emballages et transport sont conformes aux attentes de l'année. Enfin, la progression importante de la part de fabricants sous contrat audités avec un système de notation permet de consolider le score global.

(1) Source : Rapport Unicef/Unesco.

(2) Source : Observatoire des inégalités.

(3) « Il y aura l'âge des choses légères » par Thierry Kazazian, Victoires Éditions, 2003.





→ COMMENT LE BAROMÈTRE BIC DE DÉVELOPPEMENT DURABLE MESURE-T-IL LA PERFORMANCE ?

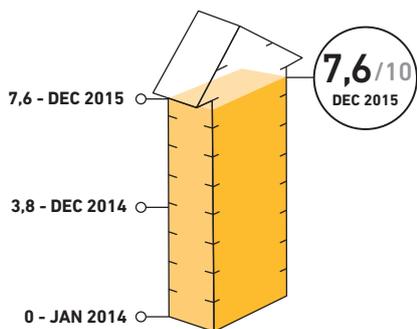
- Il définit les dix indicateurs prioritaires du Groupe en matière de développement durable pour la période triennale 2014-2016.
- Les dix indicateurs ont été construits avec les métiers concernés et approuvés par le Directeur Général.
- Il couvre le périmètre du Groupe BIC (hors Cello Pens), sauf indication spécifique.
- La valeur de référence « JAN 2014 » correspond à celle de l'exercice clos de l'année 2013.
- Les indicateurs sont tous représentés graphiquement de la manière suivante : la valeur de référence janvier 2014 équivaut à la note de 0/10 et l'objectif 2016 équivaut à la note de 10/10.
- Dans le cas où un indicateur comprend plusieurs objectifs, sa représentation est la moyenne de leur avancement.
- Le Baromètre est consolidé au début de chaque année.

Des informations méthodologiques complémentaires se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 71).





Baromètre 2014-2016



Le score global est la moyenne des 10 engagements

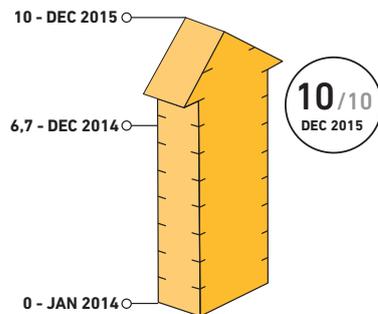
« Le Baromètre BIC de Développement Durable transcrit de manière concrète l'engagement du Groupe. Il permet aussi de communiquer facilement avec l'ensemble des équipes en donnant une direction claire sur 3 ans et des résultats précis sur nos avancées. »

Mario Guevara, Directeur Général

■ PRODUITS ■ INDUSTRIE ■ SOCIAL/SOCIÉTAL



Lancer des produits responsables innovants

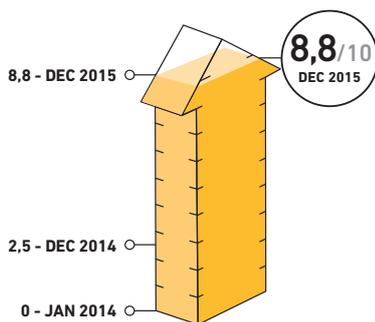


- Entre 2014 et 2016, BIC aura fait 3 lancements de produits responsables innovants (Départ JAN 14 : 0 > DEC 15 : 4)

1



Créer des produits pour les marchés en croissance

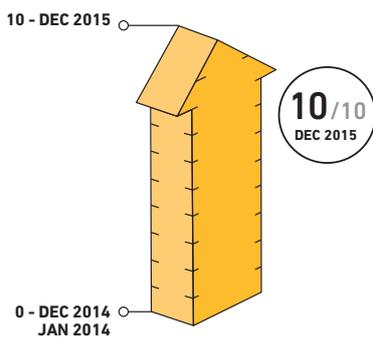


- Entre 2014 et 2016, BIC aura créé 8 produits adaptés aux marchés en croissance (Départ JAN 14 : 0 > DEC 15 : 7)

2



Proposer des produits BIC® ayant des avantages environnementaux*

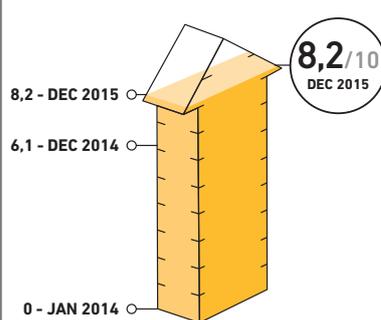


- En 2016, 50 % des produits BIC® auront au moins un avantage environnemental (Départ JAN 14 : 49,88 % > DEC 15 : 50 %)

3



Sélectionner des matières responsables pour les emballages*

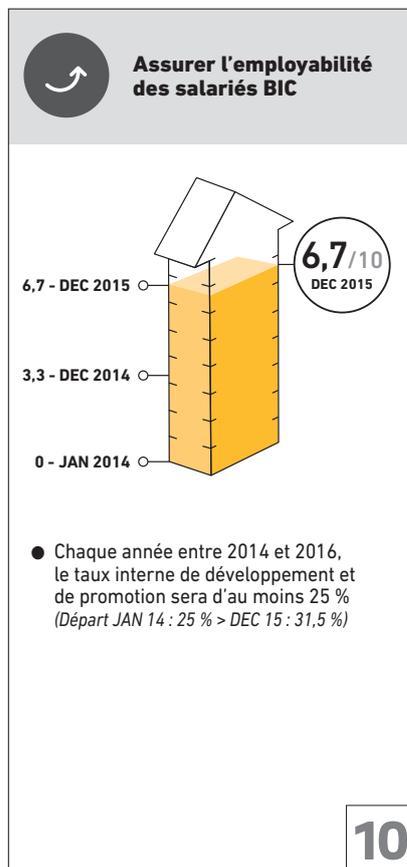
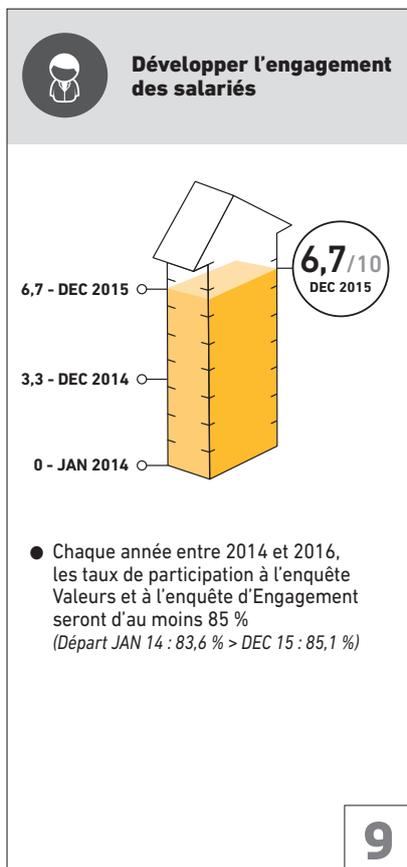
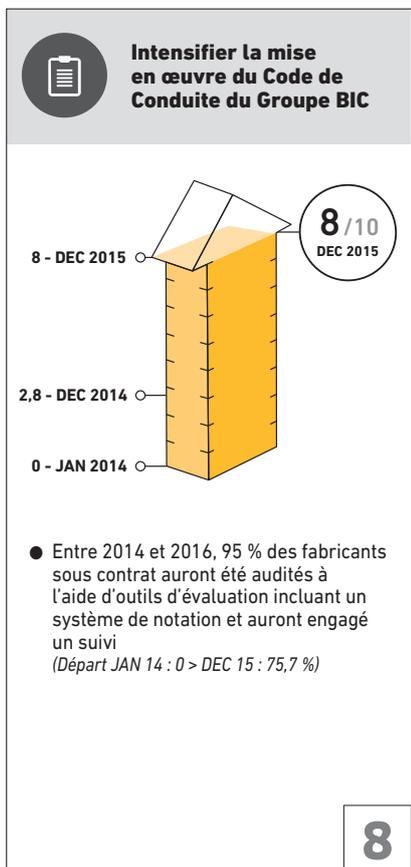
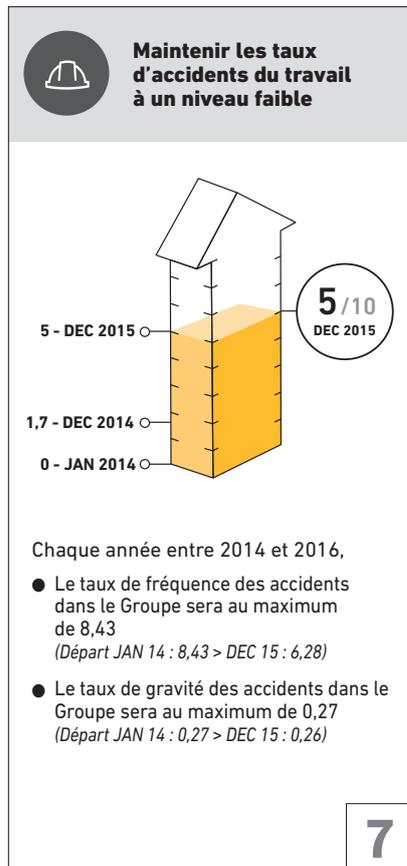
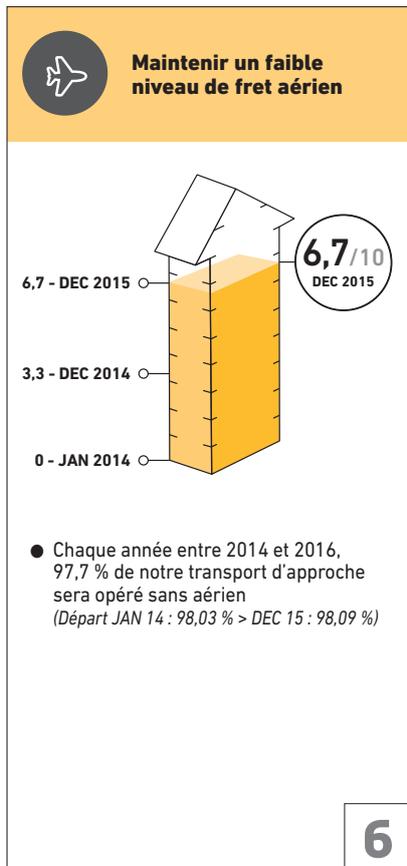
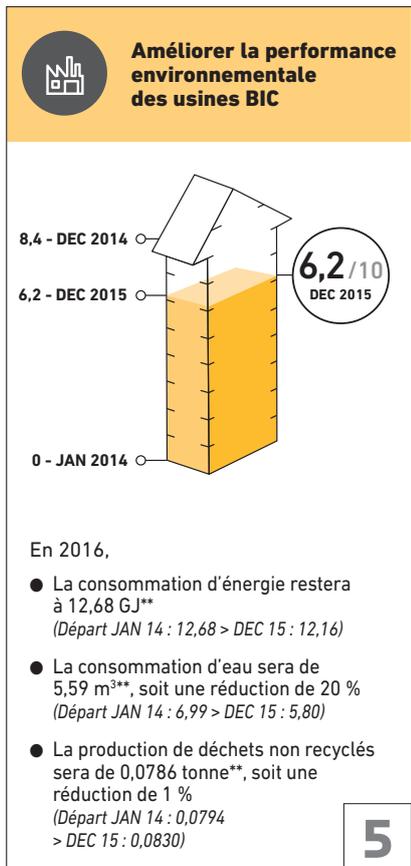


- En 2016,
- 90 % des emballages BIC en carton proviendront de sources certifiées et/ou recyclées, soit une amélioration de 18 % (Départ JAN 14 : 75,9 % > DEC 15 : 90,29 %)
 - 90 % des emballages BIC en plastique seront sans PVC, soit une amélioration de 27 % (Départ JAN 14 : 70,6 % > DEC 15 : 83,1 %)

4

* Hors BIC Graphic





** Par tonne de production





2.1.4. LE DÉVELOPPEMENT DURABLE INTÉGRÉ À NOS ACTIVITÉS

2.1.4.1. Le développement durable au cœur des systèmes décisionnels

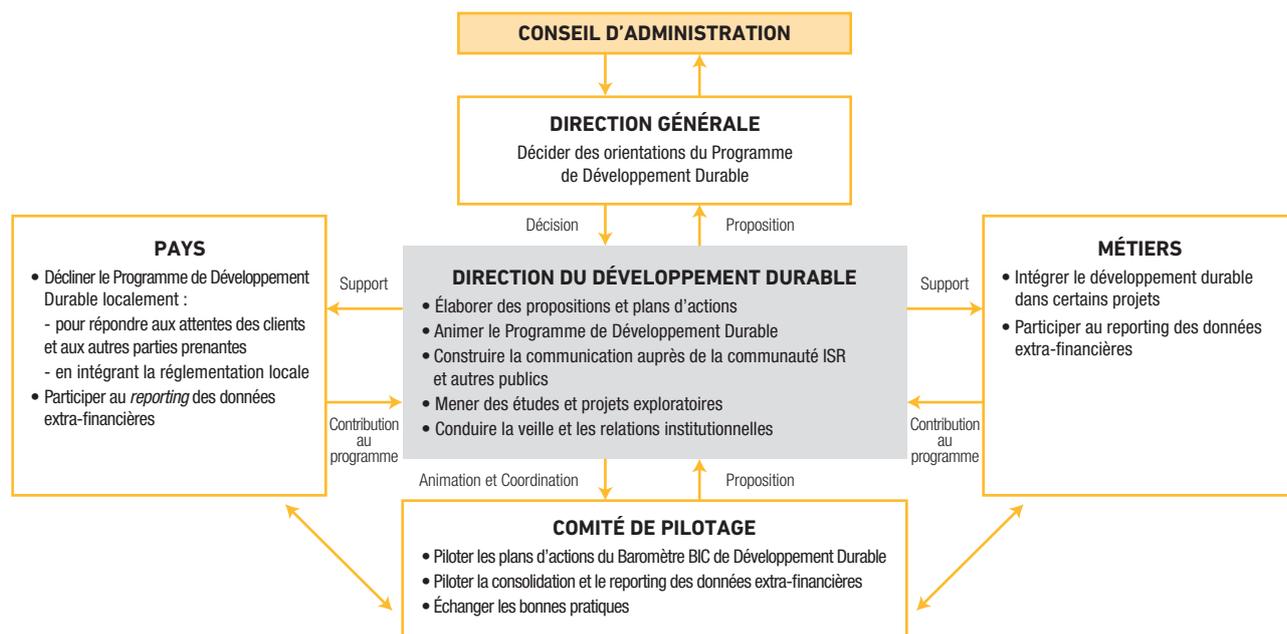
Les enjeux de développement durable sont pris en compte dans les systèmes décisionnels de l'entreprise. Le Directeur Général du Groupe préside le Comité de Pilotage du Développement Durable et chaque réunion du Comité de Direction comporte à son ordre du jour un point d'actualité sur le développement durable. En 2015, les points suivants ont été abordés : participation du Groupe BIC à la COP21, création de la Fondation d'entreprise BIC, diffusion et appropriation interne de la Charte d'éthique, présentation de la matrice de matérialité. Le Programme BIC de Développement Durable, ses objectifs et son niveau d'avancement sont présentés au moins une fois par an au Conseil d'Administration et aux actionnaires lors de l'Assemblée Générale. Par ailleurs, le Comité d'Audit est informé des politiques et des programmes mis en œuvre par le Groupe.

Les risques extra-financiers sont pris en compte par le Département des Risques lors de l'élaboration de sa cartographie des risques.

2.1.4.2. Notre organisation opérationnelle

Le management du développement durable chez BIC repose sur une démarche de progrès continu déployée à l'échelle du Groupe et fait l'objet d'une organisation dédiée. Celle-ci s'articule autour du Comité de Pilotage du Développement Durable, composé de 25 représentants de fonctions et de nationalités diverses, qui siège deux fois par an sous la présidence du Directeur Général. En alliant niveaux décisionnel et opérationnel, ce comité a pour rôle de proposer à la Direction du Groupe des orientations et les plans d'action correspondants, de rendre compte de la mise en œuvre des programmes et de développer la mobilisation interne.

Ces programmes sont portés par les Directions et les équipes opérationnelles et coordonnés par la Directrice du Développement Durable du Groupe qui est rattachée à l'un des deux Directeurs Généraux Délégués.



Le Forum annuel du Comité de Développement Durable, présidé par Mario Guevara, s'est tenu les 11 et 12 juin, en présence des 25 membres du Comité de Développement Durable et de tous les membres de l'équipe de Direction. Ce rendez-vous essentiel est l'occasion d'effectuer une revue annuelle du Programme du Groupe, de ses avancées, de ses objectifs et de ses perspectives. Ont notamment figuré parmi les sujets abordés en 2015 : le recyclage des matières plastiques, l'économie circulaire, la création de valeur et l'engagement des collaborateurs grâce au développement

durable. Un atelier de travail a permis de sensibiliser les participants à la notion d'empreinte locale, notamment sous l'angle de la création d'emploi et de la redistribution de la valeur créée aux parties prenantes.

Ce fut également l'opportunité d'écouter les représentants de deux entreprises du CAC 40 dont l'un a exposé sa démarche approfondie de mesure de l'empreinte socio-économique locale et l'autre, son programme d'économie circulaire et ses solutions pour une économie de la fonctionnalité.





2.1.4.3. Nos politiques

La démarche de développement durable de BIC repose sur un ensemble de documents qui portent la vision du Groupe et encadrent l'activité de chacun au quotidien, en assurant le respect des principes du développement durable.

Les cinq Valeurs : Éthique, Responsabilité, Esprit d'équipe, Simplicité, Ingéniosité.

La Charte d'éthique de BIC formalise, depuis 2007, les principes éthiques fondamentaux que le Groupe souhaite voir respectés par l'ensemble de ses salariés, en toutes circonstances et dans tous les pays. (Voir aussi page 65)

Le Code de Conduite du Groupe BIC est constitué d'un ensemble de principes professionnels et sociaux qui transcrivent les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). (Voir aussi page 63)

La Politique Sécurité des Produits, mise en place en 2001, présente les dix engagements pris pour s'assurer que les produits conçus et fabriqués par BIC sont sûrs pour la santé et l'environnement. Plus spécifiquement, BIC développe sept engagements pour assurer la qualité et la sécurité de ses briquets. (Voir aussi page 30)

La Politique Santé, Sécurité, Environnement (SSE), formalisée en 2005 et signée par le Directeur Général, engage le Groupe à minimiser les impacts de son activité industrielle. (Voir aussi page 34)

La Charte de la Diversité de BIC, signée en 2011 par le Directeur Général et par le Directeur des Ressources Humaines Groupe, démontre la volonté de BIC à agir en faveur de la diversité. (Voir aussi page 57)

La Charte des Achats Responsables, signée en 2014, à travers laquelle le Groupe affirme sa volonté de développer des relations avec ses fournisseurs en respect de ses cinq Valeurs. (Voir aussi page 61)

La Charte de la Communication Responsable, définie en 2013, formalise la prise en compte par le Groupe BIC de la valeur de Responsabilité dans sa communication. Elle couvre l'ensemble des communications émises par le Groupe dans le monde. (Voir aussi page 18)

Un Moratoire mondial sur tous les tests sur animaux, déclaré par BIC en 1997, engage l'entreprise à tirer profit des dernières avancées technologiques afin d'utiliser des alternatives fiables à ces tests sur les produits chimiques.

2.1.4.4. Les collaborateurs BIC, parties prenantes de la démarche

Afin que ses salariés maîtrisent les sujets liés au développement durable, sachent anticiper les demandes des clients et transmettre l'engagement du Groupe, BIC soutient et développe des actions de formation et de sensibilisation appropriées :

- depuis avril 2012, une lettre interne dédiée au développement durable informe très régulièrement tous les salariés dans le monde (hors Cello Pens) ;
- les sites organisent des animations en lien avec les actualités locales et nationales (ex : Semaine du Développement Durable en France, participation à l'opération du WWF « Soixante minutes pour la planète » au Canada, « Semaine de l'environnement et de la santé sécurité » au Brésil) ;
- certains pays, comme le Canada ou les États-Unis, ont mis en place depuis plusieurs années des *Green Teams*, particulièrement proactives dans l'animation de la démarche auprès des salariés. Elles les sensibilisent aux « gestes verts », les incitent à se fixer des objectifs d'amélioration, réalisent un suivi de ces objectifs, encouragent la participation à des manifestations de solidarité sociale ou environnementale, organisent des conférences avec interventions d'experts et d'associations, etc.

Depuis 2013, les collaborateurs de toutes les entités de BIC sont conviés à nommer un(e) de leurs collègues dans le cadre des récompenses du programme « Valeurs en Action » (page 48). C'est à partir de ces nominations que les membres du Comité de Direction déterminent les lauréats.

L'implication des salariés en faveur du développement durable est également animée et mesurée à travers l'enquête bisannuelle sur le Programme BIC de Développement Durable (page 49).

Fin 2013-début 2014, toutes les entités du Groupe ont été invitées à fêter les dix ans de son Programme de Développement Durable, ce qui a donné lieu à de nombreuses opérations de sensibilisation des collaborateurs, à l'instar des « 10 jours pour le DD » aux États-Unis et au Canada, pendant lesquels chaque jour fit l'objet d'une mobilisation sur un sujet nouveau. Un Concours Photo a également été organisé à l'échelle du Groupe autour du thème « Chaque Geste Compte », mobilisant plus de 2 260 participants et 800 photos ont été publiées.

En 2015, une vidéo de sensibilisation au développement durable a été réalisée en six langues. Dès 2016, elle sera mise à disposition de toutes les entités RH dans le monde pour une utilisation lors des événements internes organisés localement.

En marge de la COP21 (voir aussi page 39), l'exposition de Yann Arthus-Bertrand « 60 solutions face au changement climatique » a été installée au siège de Clichy (France) pour sensibiliser les collaborateurs du site. En parallèle, un concours *Selfie for Climate* a permis de les mobiliser en faveur d'un projet concret : chaque *selfie* réalisé par un collaborateur a ainsi contribué à une levée de fonds (dotée par le Groupe BIC) au profit d'un projet de reforestation au Brésil, porté par la Fondation Anne Fontaine.





2.1.5. L'INTERACTION AVEC NOS PARTIES PRENANTES

2.1.5.1. Le partage de la valeur avec nos parties prenantes

◆ Enjeux et démarche

Les performances économiques et financières du Groupe BIC ont des retombées pour ses parties prenantes, dans le monde entier :

DISTRIBUTION AUX PARTIES PRENANTES EN 2015 ⁽¹⁾

→ CLIENTS CHIFFRE D'AFFAIRES DE 2 241,7 MILLIONS D'EUROS						
Salariés	Fournisseurs	Actionnaires	Banques	États	Investissements	Communautés
602,1 millions d'euros. Ce montant correspond aux salaires chargés, aux primes et participations versées aux salariés.	1 095,7 millions d'euros. Ce montant correspond aux achats de matières premières, de consommables et aux achats de prestations de services.	134,8 millions d'euros de dividendes ordinaires et 26,3 millions de rachat d'actions.	10,9 millions d'euros d'intérêts nets perçus.	160,3 millions d'euros, dont 143,3 millions d'euros versés dans le monde au titre des impôts sur les bénéfices et 17,0 millions d'euros au titre des taxes.	103,5 millions d'euros. Ce montant intègre 118,4 millions d'euros d'acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, 14,9 millions d'euros reçus au titre de cessions d'immobilisations.	2,7 millions d'euros de dons financiers et de dons de produits aux communautés locales (valorisation interne).

(1) La distribution aux parties prenantes ne tient pas compte de la variation du besoin d'exploitation.

2.1.5.2. La communication responsable

◆ Enjeux

BIC souhaite maîtriser ses communications pour s'assurer qu'elles lui permettent de maintenir la confiance de ses parties prenantes.

◆ Démarche

La **Charte de la Communication Responsable**, définie en 2013, formalise la prise en compte par le Groupe BIC de la valeur de Responsabilité dans sa communication. Cette charte porte la volonté de BIC de diffuser des informations exactes et de délivrer des messages justes et clairs ; elle couvre l'ensemble des communications émises par le Groupe dans le monde à destination de toutes ses parties prenantes.

Cette charte comporte trois principes pour une communication maîtrisée, à travers lesquels BIC s'engage à :

- mettre en œuvre les moyens nécessaires en termes d'organisation et d'outils pour vérifier l'ensemble des communications émises par le Groupe ;
- utiliser les données personnelles de ses parties prenantes de façon responsable, notamment en conformité avec les réglementations ;
- intégrer l'impact environnemental et social dans les critères de choix de ses communications.

collaborateurs, fournisseurs, pouvoirs publics, communautés. Le Groupe fait des choix stratégiques quant au partage de la valeur créée qui lui permettent de nourrir les objectifs de l'entreprise et de préparer l'avenir de manière responsable.

◆ Performances

Le schéma ci-après présente les principaux flux de trésorerie enregistrés en 2015 entre BIC et ses parties prenantes. Il permet de comprendre comment le chiffre d'affaires, réalisé par le Groupe grâce à ses ventes auprès de ses clients, est utilisé et redistribué.

Elle définit également les modalités d'action de communication pour construire un monde plus responsable.

Des ambassadeurs accompagnent le déploiement de la charte et recensent les bonnes pratiques.

Depuis 2013, BIC, en tant que signataire de la charte d'engagement des annonceurs pour une communication responsable de l'Union Des Annonceurs (UDA), transmet annuellement à l'UDA le bilan de ses actions en matière de communication responsable.

◆ Réalisations de l'année

En 2015, BIC a renforcé la visibilité de son Baromètre de Développement Durable en lui dédiant un site Internet : <http://www.bicworld.com/barometer/fr/>

Le Groupe a également réalisé une vidéo pédagogique sur le développement durable, destinée tant à un public interne qu'au grand public : <https://www.youtube.com/watch?v=jfsWl8XgQyo>

→ 100 % des allégations sont validées par le service juridique





2.1.5.3. Le Panel BIC

◆ Enjeux et démarche

Afin de disposer d'un regard externe sur l'ensemble de la démarche de développement durable, BIC a constitué depuis 2005 un panel de quatre parties prenantes : deux clients, un analyste investisseur et un fournisseur.

Chaque année, des entretiens individuels permettent à chaque membre du panel de :

- commenter les orientations et pratiques de l'entreprise ;
- suggérer des améliorations qui peuvent alimenter les plans d'action ;
- faire émerger les attentes de demain ;
- formuler un avis sur le Programme de Développement Durable du Groupe.

Le point de vue des membres du panel sur le Programme BIC de Développement Durable et ses avancées en 2015 :

→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR LYRECO

Cette année encore, je constate une belle progression de la démarche de BIC et ce dans la continuité des actions de ces dernières années.

J'apprécie particulièrement la gouvernance du Programme de Développement Durable de BIC, avec son Baromètre qui est un bon outil stratégique, avec la formalisation de la matrice de matérialité, point clé pour avoir une approche globale, puisque l'identification des enjeux et des parties prenantes est fondamentale et, enfin, avec l'engagement de sa Direction Générale. En effet, certaines actions en 2015 démontrent cet engagement, par exemple comme le fait que l'ensemble de l'équipe de Direction ait consacré deux journées entières au Forum annuel interne du Développement Durable.

Parmi les actions importantes de l'année, je note aussi la poursuite des programmes de certification avec deux usines certifiées ISO 50001, la recherche continue de BIC sur les matériaux ainsi que la meilleure visibilité donnée au programme BIC par une communication renforcée. Ce sont des actions fondamentales qu'il faut vraiment poursuivre.

Enfin, un véritable fait marquant est selon moi le lancement d'une Fondation d'entreprise pour l'éducation qui pourrait inscrire BIC dans un rôle sociétal fort.

Nasser Kahil, Directeur Qualité, Sécurité et Développement Durable Groupe, **Lyreco**

→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR HACO TIGER BRANDS

Comme les années précédentes, Haco Tiger Brands salue la maturité de BIC et son engagement pour le développement durable : en 2015, la Direction du Groupe a participé aux deux journées du Forum de Développement Durable et BIC a sollicité ses parties prenantes pour mettre à jour sa matrice de matérialité.

Les actions qui seront mises en place dans le futur concernant les produits sont essentielles pour BIC, et Haco Tiger Brands est intéressé à comprendre comment le partenariat entre BIC et TerraCycle en Europe pourrait, le moment venu, être étendu en Afrique, par exemple. L'initiative de transport multimodal au Mexique gagnerait à être partagée et étendue, et BIC pourrait également bénéficier des meilleures pratiques développées par les distributeurs africains. Haco Tiger Brands souhaiterait également bénéficier de l'expérience de BIC dans d'autres domaines comme le suivi des consommations énergétiques ou le programme de bien-être au États-Unis, *You First by BIC*, ou encore profiter des outils de communication développés par BIC, comme l'exposition proposée en marge de la Conférence Climat de Paris.

La force de la marque Cello® rend cruciale pour le Groupe l'intégration de ces entités indiennes. Elle sera étroitement suivie par les observateurs africains.

Enfin, le lancement de la Fondation d'entreprise BIC est fondamental ; des partenariats seront certainement possibles dans les régions africaines dont les besoins en matière d'éducation sont immenses.

Anthony Mburu, Directeur Marketing, **Haco Tiger Brands**, fabricant sous contrat pour BIC et distributeur





→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR ODDO

J'apprécie le travail réalisé sur l'évaluation de la matérialité des enjeux qui valide les grands engagements du Baromètre BIC de Développement Durable. Le fait que la Direction de l'entreprise présente cette matrice à l'Assemblée Générale des Actionnaires est un vrai signe de maturité. Toujours en matière de stratégie développement durable, je salue également la décision de lancer en 2016 un projet pilote sur le rapport intégré, démarche ô combien structurante pour le moyen et long terme.

À nouveau cette année, BIC a montré, avec des programmes gagnant/gagnant comme le transport multimodal au Mexique, que l'on peut parfaitement économiser du CO₂ et réduire les coûts, que développement durable et performance économique ne doivent pas s'opposer. BIC débute l'intégration de l'entité indienne Cello Pens, un enjeu social majeur en termes de culture d'entreprise que nous suivrons de près en 2016 et 2017. Enfin, le programme *You First by BIC* aux États-Unis apparaît comme très différenciant et pourrait se prolonger avec un indicateur mesurable sur le bien-être des salariés. Plus largement, les critères ESG pourraient être généralisés pour certains projets et intégrés dans la rémunération variable de certains managers, une approche dont nous connaissons la grande efficacité.

Sur la question de l'économie circulaire et des matières alternatives, je suis conscient des difficultés, en particulier avec un prix du baril de pétrole bas (inférieur à 30 dollars américains début 2016) qui rend la bascule économique plus compliquée, mais j'apprécie que ces sujets soient au cœur du Forum BIC de Développement Durable.

Enfin, suite à l'Accord de Paris de la COP21 en décembre 2015 qui n'a pas donné de signal prix CO₂ au niveau global, nous sommes très attentifs à ce que les entreprises à enjeux climat mettent en place de façon proactive un prix du carbone en interne (autour de 30 euros et plus), pour l'intégrer dans le calcul de leurs décisions économiques (investissements, lancements produits ou services...). Nous souhaiterions que BIC s'inscrive dans cette démarche avant 2020.

Jean-Philippe Desmartin, Responsable de la recherche ESG (Environnement, Social, Gouvernance), **Oddo Securities**

→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR FEDEX BRÉSIL

Le Programme BIC de Développement Durable me paraît exhaustif, avec une vision claire et un bon équilibre entre les volets opérationnel et stratégique.

J'apprécie tout particulièrement certaines actions mises en place en 2015, comme la matrice de matérialité qui constitue un outil intéressant pour l'organisation, l'engagement renforcé de l'équipe de Direction qui a consacré deux journées entières au sujet du développement durable, l'intérêt porté à l'économie circulaire, l'initiative de transport multimodal qui a bénéficié tant à BIC qu'à ses prestataires de transport en terme de coûts et de réduction des émissions de CO₂. Je constate également avec beaucoup de satisfaction que BIC se dote progressivement d'outils de communication afin d'embarquer ses collaborateurs. Ainsi les animations proposées pendant la COP21 à Paris ont été l'occasion de partager l'engagement de BIC et de mettre en lumière ses actions. Enfin, la Fondation d'entreprise BIC pour l'éducation est porteuse de perspectives et elle sera, j'en suis convaincue, un levier de l'engagement des collaborateurs de BIC en faveur du développement durable.

Pour le Groupe BIC, le défi est maintenant de maintenir son engagement, tant en interne qu'à l'externe, sans modifier sa stratégie. Il y parviendra en créant une dynamique de progrès continu et en mobilisant ses partenaires, ses fournisseurs et ses clients pour qu'ils soient partie intégrante de sa démarche.

Denise Thomazotti, Manager Marketing, **FedEx Brésil**

→ L'ÉVALUATION PAR LES CLIENTS DE LA DÉMARCHÉ RSE ET DE LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE DES PRODUITS

Le Groupe BIC distingue les « clients » (les entreprises, les administrations, les distributeurs de fournitures de bureau mais aussi les acteurs majeurs de la grande distribution) et les « consommateurs », qui sont les utilisateurs finaux de ses produits (leurs attentes sont précisées au paragraphe 2.2.2.).

Les clients sont de plus en plus exigeants quant à la performance environnementale et sociale des produits et sur l'évaluation des politiques de développement durable de leurs fournisseurs.

Leurs questionnaires, nombreux, portent sur des thématiques toujours plus précises et diversifiées. Des questions sur les risques liés à la santé, l'origine locale de produits, le respect des Droits de l'Homme... viennent s'ajouter à celles portant sur le respect des réglementations en matière de qualité et de sécurité des produits, sur les avantages environnementaux et l'étiquetage des produits, les politiques de management de l'environnement ou les dispositifs mis en place pour la collecte et le recyclage des déchets.

Les distributeurs souhaitent également que les acteurs de la chaîne de distribution démontrent comment ils participent à réduire l'empreinte environnementale et sociale globale.

Au-delà de la réponse aux questionnaires spécifiques de ses clients sur la démarche RSE, BIC entretient avec eux une relation commerciale sur tous les sujets, y compris les sujets de développement durable. Dans certains cas, ces relations peuvent aller jusqu'à prendre la forme de partenariats, pour optimiser les transports par exemple. L'ensemble des métiers concernés (marketing, communication, commercial) disposent des outils nécessaires pour présenter le Programme BIC de Développement Durable.





2.1.5.4. **Lobbying responsable et participation aux groupes de travail et aux réflexions sectoriels**

◆ Enjeux

Le Groupe BIC considère le *lobbying* comme une action positive, utile pour faire valoir son expertise industrielle et sa connaissance du marché auprès des autorités. Le *lobbying* n'est rien d'autre pour le Groupe BIC que la communication, ciblée vers les décisionnaires et acteurs sur des sujets clés, des enseignements tirés de son expérience afin de faire valoir les équilibres nécessaires. Le *lobbying* vise à renforcer la sécurité des briquets mis sur le marché et donc la sécurité du consommateur. BIC souhaite être reconnu et consulté en tant que partie prenante des décisions et actions qui concernent ses activités.

◆ Démarche

La participation aux réflexions sectorielles

Ainsi, le Groupe BIC exerce son *lobbying* de manière responsable et éthique, pour s'assurer que les décisions légales et réglementaires, mais aussi les actions d'application des règles ont des conséquences techniques et économiques réalistes et préservent ou rétablissent la loyauté des relations entre les acteurs du marché.

Il n'existe pas chez BIC de tradition d'exposition publique sur des sujets industriels ou sociétaux majeurs. Le Groupe participe cependant aux réflexions sectorielles et exerce son influence sur quatre enjeux directement liés à ses engagements d'entreprise responsable : la sécurité des produits, la lutte contre la contrefaçon, la lutte contre la concurrence déloyale et la protection de l'environnement.

Ses pratiques de *lobbying* consistent principalement à adhérer à des organisations en participant aux travaux et à la conception des positions de ces organisations :

- les fédérations professionnelles françaises, européennes et américaines ;
- les comités de normalisation pour les jouets, les briquets et l'écriture ;
- les groupes de veille et les associations sectorielles françaises.

BIC est membre du bureau des principales associations professionnelles, pour certaines depuis de nombreuses années.

Les activités de *lobbying* peuvent également prendre la forme de contacts directs avec les autorités concernées.

Les filiales du Groupe entretiennent également des relations directes avec les autorités nationales de leur pays d'implantation. En revanche, le Groupe ne dispose pas dans ses effectifs de lobbyiste professionnel.

Des responsabilités en matière de *lobbying* clairement identifiées

Au plus haut niveau du Groupe, Bruno Bich – Président du Conseil d'Administration, François Bich – Directeur Général Délégué et Responsable Briquets, Marie-Aimée Bich-Dufour – Directeur Général Délégué et Directeur Juridique, et Mario Guevara, Directeur Général de SOCIÉTÉ BIC, sont responsables de donner les orientations sur les actions de *lobbying* et d'en assurer le suivi régulièrement.

La responsabilité opérationnelle des relations avec les institutions et les autorités est déléguée à un petit nombre de managers, précisément identifiés et chargés de représenter le Groupe dans les instances décrites précédemment. Les Directeurs de Catégories et de Continents sont tenus informés de l'avancement des dossiers qui les concernent.

Le Groupe BIC s'assure du respect strict du cadre législatif et réglementaire local dans l'exercice de ses pratiques de *lobbying* et comme pour toute activité du Groupe, la Charte d'éthique de BIC s'applique. Les personnes à alerter sont listées dans cette charte.

La sensibilisation des collaborateurs

L'actualité concernant les briquets est partagée avec les salariés du Groupe lors des présentations des résultats. Les Directeurs Généraux et les Directeurs Marketing sont également directement informés des actions de *lobbying* sur les briquets.

◆ Réalisations de l'année

L'activité de *lobbying* du Groupe BIC a été faible en 2015, elle s'est concentrée sur le suivi des dossiers réglementaires en cours, au sein de l'EFLM d'une part et de l'EWIMA d'autre part.

2.1.5.5. **Le dialogue avec la communauté financière**

◆ Enjeux

Les actionnaires et investisseurs cherchent de plus en plus à intégrer le développement durable dans la sphère financière. BIC, dans son dialogue régulier avec la communauté financière, s'attache à fournir les informations et indicateurs utiles et à montrer comment son Programme de Développement Durable lui permet de saisir les opportunités et de maîtriser les risques associés.

◆ Réalisations de l'année

Le dialogue sur le thème du développement durable s'est articulé, en 2015, autour de différents temps forts :

- l'Assemblée Générale du 6 mai 2015, au cours de laquelle ce thème a été abordé avec les actionnaires ;
- la Conférence *Oddo mid Cap Forum*, en janvier 2015, à Lyon où BIC a rencontré, à leur demande, des analystes et des gérants financiers et extra-financiers lors d'entretiens individuels ou collectifs ;
- des réunions organisées avec différents investisseurs socialement responsables.

→ **7 rencontres avec des investisseurs et fonds d'investissements sur le thème du développement durable en 2015**

En tant qu'actionnaire majoritaire, la famille Bich bénéficie d'une présentation périodique par la Directrice du Développement Durable du Programme BIC de Développement Durable, de ses ambitions et de ses avancées.





2.2. Les responsabilités liées à nos produits

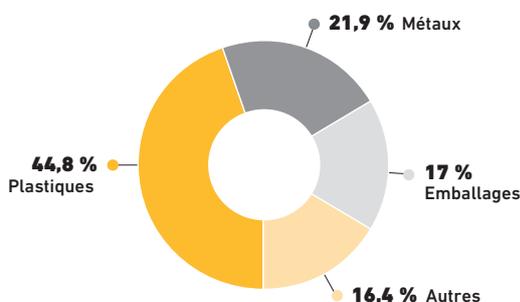
BIC fabrique et commercialise des produits d'utilisation courante qui sont légers tout en offrant une longue durée d'utilisation et accessibles à tous. Ces produits ont, dès l'origine, été conçus et fabriqués avec juste ce qu'il faut de matière première, sans rien de superflu. Pour cela, le Groupe a toujours mis la priorité sur l'économie de matière et développé une approche basée sur l'innovation. En animant cette démarche active d'éco-conception et en initiant des partenariats pour l'usage de matières premières secondaires, BIC prépare la transition vers une économie plus circulaire. Les produits BIC® sont également conçus pour satisfaire et anticiper les attentes de tous les consommateurs des pays matures et des pays émergents.

2.2.1. LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DE NOS PRODUITS

◆ Enjeux

Pour fabriquer ses produits, BIC utilise des matières premières (plastiques, encres, emballages, métaux, etc.), consomme des ressources (eau, énergie) et produit des déchets. L'enjeu pour BIC est donc de minimiser le principal impact environnemental de ses produits, à savoir l'utilisation de ces matières premières.

RÉPARTITION DES ACHATS DE MATIÈRES PREMIÈRES EN 2015



2.2.1.1. Les trois solutions d'éco-conception de BIC

◆ Démarche

Pour minimiser la consommation de matières premières non renouvelables, BIC développe une démarche d'éco-conception en trois volets :

- la minimisation de la quantité de matière utilisée dans la fabrication d'un produit tout en conservant une longue durée d'utilisation ;

- l'intégration de matériaux alternatifs (d'origine recyclée ou végétale) ;
- le développement de produits rechargeables.

→ LES TROIS SOLUTIONS D'ÉCO-CONCEPTION

L'économie de matière

L'intégration de matériaux alternatifs

Le développement de produits rechargeables

L'économie de matières

L'approche de BIC a toujours été d'optimiser au maximum l'usage des matières premières. Expert de la transformation des matières plastiques, BIC exerce sa responsabilité avant tout en économisant ces matières.

Dans la catégorie papeterie, le BIC® Cristal®, produit phare du Groupe, est un exemple emblématique de cette démarche (voir Engagement #3 page 24). Depuis sa conception en 1950 avec une utilisation de matière déjà optimisée, il a continué de faire l'objet de recherches constantes pour minimiser la quantité de matière utilisée :

- il a une longueur minimum d'écriture de plus de 2 km ;
- il n'utilise que 2,9 grammes de matière par kilomètre d'écriture, alors qu'un produit concurrent avec des caractéristiques comparables en utilise 6,4 grammes.

Dans la catégorie rasoirs, BIC enregistre une très bonne performance sur ses marchés grâce à un rapport qualité/prix très compétitif. Ce rapport qualité/prix est rendu possible, pour chaque segment de gamme, par une démarche de conception des produits avec la quantité optimale de matière et le plus grand niveau de simplicité.

Le rasoir BIC® Simply Soleil® par exemple est conçu au plus léger. Bien qu'évidé, son manche maintient un haut niveau de performance, de qualité et de confort de rasage. En 2015, le rasoir BIC® Simply Soleil® a continué d'enregistrer une croissance forte aux États-Unis, en Europe et en Amérique latine et s'étendra à d'autres pays en 2016, notamment la Russie.





→ L'ÉCOLABEL NF ENVIRONNEMENT POUR DES PRODUITS D'ÉCRITURE BIC®

À performance d'usage égale, la marque NF Environnement, délivrée, en France, par AFNOR Certification, distingue les produits plus respectueux de l'environnement. Pour obtenir la marque NF Environnement, le produit doit être conforme à des critères d'aptitude à l'usage et à des critères écologiques, qui visent à réduire ses impacts environnementaux tout au long de son cycle de vie.

Dans le cas des produits d'écriture BIC®, les principaux critères retenus sont la limitation des quantités de matières utilisées ou l'utilisation de matières recyclées, la grande longueur d'écriture et la résistance des mines. BIC fut le premier fabricant d'instruments d'écriture à obtenir la marque NF Environnement. Aujourd'hui, une gamme complète de 22 produits BIC® a reçu cet écolabel, dont des produits historiques comme le BIC® Cristal® vendu en boîte de 50 ou le stylo à bille BIC® 4 Couleurs™, ainsi que des stylos de la gamme BIC® Ecolutions®.

L'intégration de matériaux alternatifs

La Recherche et Développement

Concernant les nouveaux matériaux, les équipes BIC de Recherche et Développement, en collaboration avec les services Achats, privilégient deux approches :

- l'utilisation de matériaux innovants existants. Un inventaire des matières innovantes disponibles pour une utilisation industrielle est tenu à jour. Parmi ces matières, sont sélectionnées celles qui répondent aux exigences industrielles et économiques en vue de réaliser les tests de faisabilité. En l'absence de solution simple et économique pour développer la biomasse dans les produits, matières d'origine végétale, la matière recyclée est alors choisie ;
- la recherche, en lien avec les fournisseurs, pour identifier les nouvelles matières (ex. : matière végétale, recyclée...), les nouveaux concepts ou les matériaux hybrides. De nombreux matériaux sont considérés ou analysés : fécule de pomme de terre, canne à sucre, fibre végétale, filière bois... Une fois la formulation préparée, elle est testée pour vérifier si elle répond aux besoins industriels de qualité et de sécurité, parfois jusqu'à l'étape de qualification du produit fini.

À fin 2015, 79 matières alternatives ont été testées, soient 31 plastiques recyclés, 24 matières hybrides, et 24 matières issues de ressources renouvelables.

→ 79 matières alternatives testées

En 2014, BIC avait accentué son programme d'études dont l'ambition est d'assurer à terme l'utilisation de matières recyclées/alternatives dans un maximum de produits BIC®. Pour cela, les équipes ont identifié tous les produits BIC® dont la conception peut être modifiée ou adaptée pour une fabrication à partir de matière alternative/recyclée tout en préservant la qualité. Il s'agit de comprendre d'une part comment capter la matière disponible sur le marché répondant au cahier des charges de façon pérenne et d'autre part de convertir les produits pour lesquels cela est possible.

BIC au cœur d'une communauté d'innovation

BIC a développé depuis plusieurs années de multiples partenariats avec des instituts et laboratoires externes afin d'animer une communauté d'innovation avec laquelle il mène notamment des programmes de prospective et de développement sur le long terme. Ainsi, le Département de R&D du Groupe BIC a adhéré en 2012 au Pôle de compétitivité Matériaux Chimie, Chimie Verte (anciennement appelé MAUD) basé à Villeneuve-d'Ascq qui soutient les projets d'innovation concernant les matériaux, la chimie, la chimie verte et le développement durable. Les projets accompagnés par le Pôle concernent les matériaux multifonctionnels, les matériaux éco-conçus, les matériaux biosourcés, les procédés performants et les technologies propres.

Par ailleurs, BIC noue des partenariats stratégiques pour travailler sur les matériaux du futur.

La gamme BIC® Ecolutions®, emblématique de la démarche d'intégration de matériaux alternatifs

Emblématique du volet « Intégrer des matériaux alternatifs », la gamme BIC® Ecolutions® est une gamme de papeterie complète composée de produits fabriqués à partir de matériaux recyclés (au moins 50 %) répondant à la définition de la norme ISO 14021. Le porte-mines BIC® Matic Ecolutions®, par exemple, intègre 65 % de matière recyclée. Le crayon graphite BIC® Ecolutions® Évolution™ intègre lui 57 % de matière recyclée notamment issue du recyclage de pots de yaourt (pré-consommateur) et d'intérieurs de réfrigérateur (post-consommateur).

Preuve de l'engagement du Groupe à développer des produits présentant des avantages environnementaux, cette gamme est maintenue et élargie malgré ses performances commerciales inégales. Le Groupe est en effet convaincu que cette gamme répond aux besoins de certains clients et anticipe les futures attentes des consommateurs.

En 2015, BIC a étendu la gamme BIC® Ecolutions® en déclinant le M10®, premier modèle de stylo à bille rétractable lancé par le Groupe, en une version fabriquée à partir de 52 % de matière recyclée : le M10® Ecolutions®.

Une gamme de surfs à base de produits naturels développée par BIC Sport

En 2015, BIC Sport a poursuivi ses efforts pour réduire l'empreinte environnementale de ses activités et de ses produits. Ainsi, une gamme Earth SURF de six surfs fabriqués à partir de bois de paulownia et de fibre de lin a été lancée en 2015, dans le même esprit que la gamme de *Stand-Up Paddle* « Earth SUP » en 2014. Ces planches ne contiennent ni vernis ni peinture ainsi que le minimum de fibre de verre nécessaire à leur fabrication.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Les responsabilités liées à nos produits

Le développement de produits rechargeables

BIC s'efforce de lancer des produits rechargeables en tenant compte de l'acceptabilité des clients, des consommateurs et des bénéfices écologiques.

Dans la catégorie papeterie, BIC maintient et accentue son engagement sur la possibilité de recharger les stylos. Ainsi, la gamme Atlantis de stylos à bille rétractables s'est enrichie de deux nouveautés en 2015 avec le BIC® Atlantis® Ultra Comfort et le BIC® Atlantis® Air, toutes deux rechargeables. Autre marque « Championne » de notre assortiment, la gamme 4-couleurs™ a vu elle l'arrivée du 4-couleurs™ Stylus, un vrai multi-fonction qui allie non seulement quatre encres de couleurs différentes mais aussi un *pad* pour pouvoir naviguer sur *smartphone* ou tablette plus aisément.

En parallèle, la gamme de marqueurs BIC® Marking (marqueurs permanents, marqueurs effaçables à sec et surligneurs) entièrement rechargeable a poursuivi son fort développement au Brésil.

Sur le marché américain, les recharges de stylo sont disponibles sur un site dédié : www.wheresmybic.us. De plus, elles sont disponibles sur le site www.bicworld.com qui renvoie sur un site marchand européen offrant des recharges BIC®.

Dans la catégorie rasoirs, le manche du rasoir « hybride » BIC® Easy/BIC® Hybrid est vendu avec des recharges (non vendues séparément). Il utilise 20 % de matière plastique en moins grâce à sa face interne striée tout en conservant des caractéristiques ergonomiques identiques à celles d'un manche classique. Grâce aux quatre à six têtes vendues avec un manche, la durée d'utilisation du produit est au moins quatre fois plus longue que celle d'un rasoir standard non rechargeable. Aussi, sur l'ensemble de son cycle de vie et pour un an de rasage, l'impact environnemental du rasoir BIC® Easy/BIC® Hybrid est inférieur de 59 % à celui d'un modèle similaire BIC® non rechargeable, comme le BIC® Comfort 3® Advance®. Ce modèle étant référencé par les clients comme non rechargeable, il a été décidé de le comparer à un modèle non rechargeable.

Cette gamme de rasoirs trois-lames hybride connaît un fort succès commercial et est sans cesse étendue, offrant au consommateur qualité de rasage et performance environnementale combinées. Ainsi en 2015, le BIC® Simply Soleil® Click, comportant un manche évidé et léger, vendu avec six têtes, pour une durée de rasage prolongée, a été lancé aux États-Unis, offrant aux consommatrices un rasage de qualité allié à des performances environnementales.

→ DÉPASSER L'OPPOSITION DU JETABLE/DURABLE

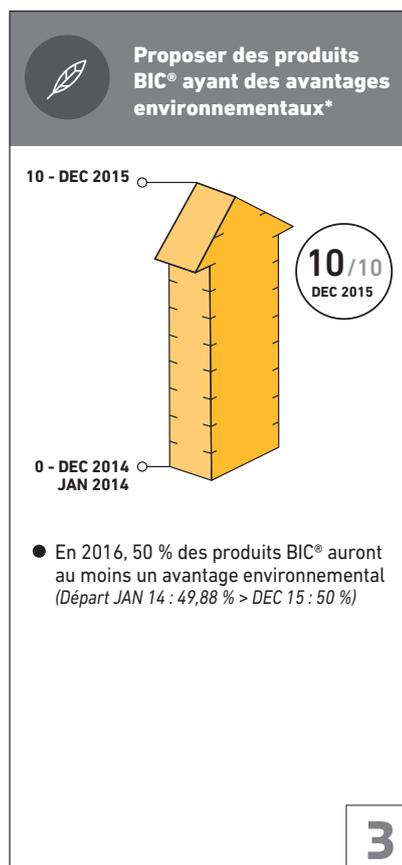
Les produits BIC® sont souvent qualifiés de produits « jetables ». Sans être tous rechargeables, ils ne sont pas pour autant à usage unique. Bien au contraire, ils offrent pour la majorité d'entre eux une longue durée d'utilisation : plus de 2 km d'écriture pour un stylo à bille, jusqu'à 3 000 flammes pour un briquet et 17 rasages pour un rasoir. Par ailleurs, pour la plupart, ils sont fabriqués sans rien de superflu, avec le minimum de matière nécessaire et BIC continue de travailler pour réduire leurs impacts sur l'environnement au quotidien. Chacun des différents produits existants sur le marché, qu'il soit ou non rechargeable, répond à des attentes spécifiques des consommateurs.

◆ Perspectives

S'appuyant sur le succès de la gamme BIC® Easy/BIC® Hybrid aux États-Unis et en Europe, BIC prévoit en 2016 :

- d'étendre la distribution du BIC® Simply Soleil® Click au Canada ;
- d'étendre la distribution aux États-Unis du BIC® Hybrid 3 contenant un manche et 12 têtes, lancé en 2014.

◆ Performances de la démarche d'éco-conception



* Hors BIC Graphic.

BILAN 2015 : Les trois catégories ont dépassé l'objectif de 50 % de produits ayant au moins un avantage environnemental. Les catégories papeterie et briquets ont enregistré une hausse de leur taux (notamment 6 % pour la première), alors que la catégorie rasoirs a enregistré une baisse de 4,5 % en raison de lancements de produits à valeur ajoutée, plus lourds.





2.2.1.2. Les outils au service de la démarche d'éco-conception

La mesure de la performance environnementale des produits

La mesure environnementale montre que le ratio poids du produit/durée d'utilisation est un indicateur pertinent. En fait, plus un produit est léger et plus il dure longtemps, meilleure est sa performance environnementale, d'où la nécessité de trouver des solutions adaptées pour épargner les ressources.

Pour mettre en œuvre une politique efficace de limitation des impacts environnementaux des produits, la première étape est la mesure de ces impacts sur l'ensemble du cycle de vie. Dès 1994, BIC est pionnier en lançant des études de cycle de vie de ses produits, menées par des cabinets d'experts externes, qui permettent de connaître la manière dont ses produits impactent l'environnement. Leurs résultats confirment que l'impact environnemental d'un produit est principalement dû à l'utilisation de la matière première qui le compose. BIC s'engage alors dans une démarche de responsabilité environnementale et démontre que son principe fondateur du « juste nécessaire »⁽¹⁾ permet non seulement de proposer des produits au juste prix, mais aussi d'avoir un moindre impact sur l'environnement.

MESURE DE LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DES TROIS PRINCIPAUX PRODUITS BIC®

L'approche en cycle de vie – méthode <i>recipe end point</i> (h/h) Europe	 Matières premières	 Production	 Distribution	 Fin de vie
Stylo à bille BIC® Cristal®	88 %	7 %	4 %	1 %
Briquet BIC® Maxi	87 %	6 %	5 %	2 %
Rasoir BIC® Classic 1 lame	83 %	11 %	4 %	2 %

Pour effectuer cette mesure de la performance environnementale de ses produits, BIC se concentre sur les étapes du cycle de vie sur lesquelles il peut agir. Pour les rasoirs, une approche incluant l'étape d'utilisation montre que cette étape, impliquant la consommation d'eau, le chauffage de l'eau et l'élimination de l'emballage de la mousse à raser, est prépondérante (78 % de l'ensemble de l'impact environnemental selon certaines estimations) et souligne l'importance de la sensibilisation du consommateur.

De 2008 à 2014, BIC a suivi la mesure des performances environnementales de ses produits dans le cadre d'un engagement du Baromètre. Cette étape est désormais complètement intégrée dans les processus de conception ou de modification d'un produit. Ainsi en papeterie, 100 % des nouveaux produits font l'objet d'une éco-mesure.

- 100 % des nouveaux produits de papeterie font l'objet d'une éco-mesure
- À fin 2014, 92,5 % des produits BIC® existants ont fait l'objet d'une éco-mesure

L'ACV et l'éco-conception

En 2004, en lançant son Programme de Développement Durable, BIC étendait cette démarche et avait fait réaliser une Analyse en Cycle de Vie (ACV) normalisée et plusieurs ACV simplifiées sur ses trois produits phares. Cette étape fut immédiatement suivie par l'acquisition d'un outil de mesure environnementale interne à l'usage des designers de BIC.

En 2009, dans la continuité de cette démarche, BIC a remplacé son premier outil par SimaPro, un logiciel professionnel d'ACV, associé à l'interface e-DEA⁽²⁾ pour permettre aux concepteurs de Recherche et

Développement (R&D) de réaliser aussi bien des évaluations environnementales complètes et détaillées que des études rapides d'aide à la décision en cours de conception.

Ainsi, lorsque les produits étudiés le permettent, les équipes de R&D de BIC explorent différents *scenarii* pour minimiser les impacts en faisant varier les hypothèses : la nature et la quantité de matière utilisée, tout en respectant les exigences de design et de fabrication. BIC poursuit ainsi sa recherche d'équilibre entre exigences de qualité, de coût et de respect de l'environnement.

En 2015, les bases de données utilisées par l'outil SimaPro ont été mises à jour, permettant ainsi de prendre en compte les connaissances scientifiques les plus récentes. Ces mises à jour échelonnées concerneront progressivement toutes les catégories.

Au sein du Groupe BIC, les utilisateurs de SimaPro et de l'interface e-DEA sont essentiellement les concepteurs dans les équipes de R&D en lien avec les Directions Industrielles et la Direction du Développement Durable pour le développement d'une expertise scientifique en interne afin de réaliser des ACV normalisées (ISO 14040).

Pour renforcer et partager la culture de l'éco-conception en interne, le Groupe BIC a lancé pour la catégorie papeterie deux chantiers majeurs en 2015 :

- le partage du profil environnemental des produits avec les équipes en charge de leur développement, sous la forme d'une fiche synthétisant les résultats issus de l'outil SimaPro. Les chefs de produits auront ainsi une meilleure connaissance des bénéfices environnementaux de chaque produit ;
- l'élaboration d'un guide de l'éco-conception et de l'ACV chez BIC, à destination des équipes en charge de la conception des produits et du lancement des nouveaux produits.

Ces outils, élaborés en pilote dans la catégorie papeterie, sont conçus pour être duplicables aux autres catégories.

(1) « Il y aura l'âge des choses légères » par Thierry Kazazian, Victoires Éditions, 2003.

(2) *Everybody can Design with Environmental Awareness*.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Les responsabilités liées à nos produits

→ L'ACV CHEZ BIC

L'Analyse en Cycle de Vie (ACV) est une méthode qui permet d'évaluer tous les impacts environnementaux d'un produit, aux étapes successives de sa vie : l'extraction et le transport des matières premières qui le composent, les procédés de fabrication, le transport du produit jusqu'au consommateur, son utilisation jusqu'à la fin de sa vie et son traitement en tant que déchet. Le Groupe BIC emploie fréquemment la méthode simplifiée de l'approche en cycle de vie, semblable à l'ACV, excepté qu'elle ne se conclut pas par une vérification indépendante.

L'ACV est une approche complète et multicritère. Contrairement à une empreinte carbone, focalisée sur la mesure de l'impact du produit sur le changement climatique, l'ACV permet de tenir compte de tous les aspects environnementaux : eau, air, sols, déchets, santé humaine, etc. Depuis le commencement de sa démarche, le Groupe BIC a fait le choix engagé de l'approche en cycle de vie afin de s'assurer de progresser de front sur tous les domaines pertinents.

2.2.1.3. Participer à l'émergence de l'économie circulaire

Le Groupe BIC prépare son engagement dans l'économie circulaire en identifiant de nouveaux modèles économiques.

→ PARTENARIAT BIC-TERRACYCLE POUR LE RECYCLAGE DES INSTRUMENTS D'ÉCRITURE USAGÉS

En 2015, BIC a poursuivi son partenariat avec TerraCycle, entreprise pionnière en matière de collecte et de réutilisation des déchets non recyclables. Lancé en 2011 en France puis dans d'autres pays européens, c'est le premier programme de collecte et de recyclage d'instruments d'écriture usagés en Europe. Ce programme propose aux utilisateurs d'organiser sur leur lieu même de consommation une collecte volontaire de tous les instruments d'écriture, qu'ils soient ou non de marque BIC®, afin qu'ils soient recyclés en bancs ou en pots à crayons. En récompense de ce geste citoyen, deux centimes d'euro par instrument collecté sont reversés à une association à but non lucratif du choix de l'organisateur de la collecte ou, dans le cas d'un établissement scolaire, directement à la coopérative de l'école pour financer un projet pédagogique. Plus de 250 000 euros de dons financiers ont été reversés depuis 2011. Ce programme permet au Groupe BIC, grâce à la récupération des produits une fois usagés, de mieux comprendre la manière dont ses propres produits sont au préalable consommés et, d'un point de vue éducatif, de promouvoir le geste de tri. Les instruments d'écriture n'étaient avant cela pris en charge par aucune filière spécifique de recyclage. BIC en est maintenant à l'étape de transformation des 13 millions d'instruments d'écriture déjà collectés et a créé à cette fin un groupe de travail pour réfléchir à un modèle inspiré de l'économie circulaire.

Grâce à la transparence et à la traçabilité du programme, l'initiative connaît un grand succès ; une opportunité pour les écoles et les entreprises de pratiquer le développement durable au quotidien.

Dans le prolongement de ce partenariat, BIC a développé un module éducatif sur le recyclage, intitulé « Halte aux déchets », à destination des professeurs du primaire, qui disposent ainsi de tout le matériel pédagogique nécessaire. Les enfants sont invités à découvrir la thématique des déchets et du recyclage de manière ludique, à travers des leçons et des exercices et à recycler leurs stylos en classe grâce au programme BIC-TerraCycle. Le module est distribué via le site EDD-Primaire.fr et en démonstration sur le site www.bicworld.com.

→ **11 % des quantités de plastiques consommés par la catégorie papeterie sont des plastiques recyclés**





2.2.2. DES PRODUITS CONÇUS POUR SATISFAIRE ET ANTICIPER LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Depuis l'origine, BIC considère que ses produits doivent satisfaire et anticiper les attentes de tous ses consommateurs. Ainsi, BIC s'applique à concevoir et proposer des produits simples, accessibles et sans rien de superflu, qui répondent à la fois aux attentes des consommateurs des pays matures et des pays en croissance.

2.2.2.1. Guider les consommateurs vers une consommation plus responsable

◆ Enjeux

Depuis quelques années, la demande de produits responsables est une tendance des marchés des pays matures. Si cette attente est forte de la part des clients (grands comptes, administrations et distributeurs – voir page 20), sur ses marchés, BIC constate néanmoins que les segments de « produits présentant de meilleures qualités environnementales ou sociales » ne font pas l'objet d'une demande notablement accrue de la part des consommateurs. Pourtant, le Groupe souhaite promouvoir la consommation responsable à travers son offre de produits et l'information des consommateurs.

◆ Démarche

Afin de favoriser la consommation responsable, BIC met son savoir-faire au service de ses produits et le fait savoir à ses consommateurs, en s'attachant notamment à :

- proposer des produits dont l'empreinte environnementale et sociale est la plus faible possible ;
- donner aux consommateurs les informations nécessaires et justes pour un choix éclairé.

Certains de ces produits portent l'écolabel NF Environnement, d'autres des informations sur leurs qualités environnementales et sociales (les écovaleurs), permettant aux consommateurs d'opérer les choix qui satisfont leurs attentes. Sur chaque continent, l'approche la plus appropriée est choisie. En Europe par exemple, la communication privilégie l'écolabel NF Environnement, le lieu de fabrication, la mention de la part de matière recyclée d'un produit ou la longueur d'écriture.



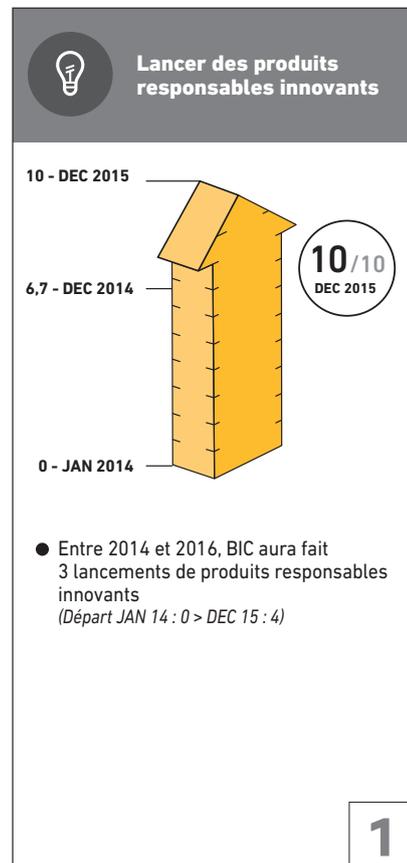
BIC s'efforce de clarifier la communication sur son offre de produits responsables afin de mieux guider les consommateurs.

À travers sa Charte de Communication Responsable, le Groupe privilégie notamment une communication claire et juste au consommateur sur les bénéfices des produits BIC® (voir 2.1.5.2 La communication responsable).

En France, BIC est membre de la plateforme Ademe Afnor et suit à ce titre les travaux collectifs en cours sur l'affichage environnemental des produits. Dans ce cadre, BIC propose depuis 2012 un affichage-test sous la forme d'un site Internet dédié⁽¹⁾ qui permet de découvrir l'empreinte écologique des rasoirs BIC® Flex 3 et BIC® Flexi Lady et les éco-gestes qui permettent de la réduire.

Depuis 2015, conformément à la législation française, le Groupe BIC informe ses consommateurs sur les consignes de tri qui concernent ses emballages. Une rubrique du site Internet du Groupe est dédiée à ces informations.

◆ Performances



BILAN 2015 : Sur la lancée de 2014, deux produits ont été mis sur le marché en 2015 : un stylo 4 couleurs™ avec un pad pour écrire sur smartphones/tablettes pour la catégorie produits d'écriture et un rasoir féminin hybride avec six têtes, une première pour un rasoir féminin. En deux ans, quatre produits sont déjà lancés, dépassant l'objectif à horizon 2016.

(1) www.bicworld.com/fr/affichage-environnemental.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Les responsabilités liées à nos produits

→ VOICE OF CONSUMER : LE SUIVI DES RÉCLAMATIONS CLIENTS ET CONSOMMATEURS

L'organisation BIC permet de collecter partout dans le Groupe les retours clients et consommateurs sur les produits. Ces réclamations font l'objet d'une analyse détaillée, puis les produits concernés sont envoyés à l'équipe qualité de leur usine de fabrication. Les rapports d'analyse ainsi produits sont appelés *Voice of Consumer* ; ils contiennent un indicateur clé de performance : le nombre de réclamations par million de produits vendus. Aujourd'hui, ce ratio est par exemple de 1,6 pour l'ensemble des produits papeterie et l'objectif à l'horizon 2017 est de ne plus compter qu'une réclamation par million de produits vendus.

→ 163 références de produits d'écriture répondant aux critères BIC des écovaleurs

→ Parmi les 23 références de produits d'écriture NF Environnement (NF 400) sur le marché, 22 sont des produits du Groupe BIC

◆ Perspectives

L'offre de produits responsables est permanente et s'enrichit chaque année. Dans les années à venir, BIC souhaite continuer à ancrer ces produits dans la stratégie du Groupe et à leur offrir une plus grande visibilité en poursuivant les efforts engagés sur la communication de son offre responsable.

2.2.2.2. Rendre nos produits accessibles au plus grand nombre

◆ Enjeux

Le Groupe BIC s'appuie sur une vision : « nous offrons des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde ». Pour le Groupe BIC, rendre ses produits accessibles au plus grand nombre implique de les adapter aux spécificités des pays en croissance. Grâce aux stylos et rasoirs commercialisés dans plus de 160 pays, BIC favorise l'accès à l'éducation et à l'hygiène, et participe ainsi au progrès social partout dans le monde.

En 2015, BIC effectue 30 % de son chiffre d'affaires sur ces marchés en croissance.

◆ Démarche

La démarche du Groupe BIC consiste à adapter tous les paramètres possibles pour rendre ses produits accessibles :

Rapprocher les unités de production de leurs marchés de distribution, facilitant la fabrication de produits adaptés aux modes de consommation et au pouvoir d'achat locaux. Ainsi, l'usine de Tunisie ouverte en 2013 a permis de mieux répondre aux besoins des marchés d'Afrique du Nord. En 2015, le Groupe a ouvert un bureau en Côte d'Ivoire ainsi qu'une filiale au Maroc, toujours pour desservir au mieux ces marchés.

Créer des produits pour les marchés en croissance. BIC s'est fixé pour objectif de créer entre 2014 et 2016 huit produits adaptés aux marchés en croissance, qui incluent majoritairement des pays en développement. C'est l'objet de l'engagement #2 du Baromètre. Ainsi en 2015, le stylo BIC® Cristal® Fine a pu être lancé en Afrique du Sud et au Ghana grâce à une production locale permettant un coût de revient adapté au pouvoir d'achat de ces pays. Trois stylos BIC® Xtra EZ RT, BIC® Xtra EZ+ et BIC® Xtra EZ Stic, particulièrement adaptés aux attentes des consommateurs avec une écriture très fine et une encre très peu visqueuse ont été lancés sur les marchés asiatiques.

Adapter les produits BIC® au pouvoir d'achat des pays en croissance, pour répondre aux besoins essentiels avec des produits de qualité. Ainsi, en 2011, le rasoir BIC® Comfort 3® avait encore été simplifié en Amérique du Sud pour s'adapter au pouvoir d'achat des pays concernés.

Repenser entièrement l'emballage. Dans certains pays émergents, BIC commercialise ses stylos, briquets et rasoirs dans des emballages contenant un ou deux articles seulement. Ainsi le rasoir BIC® 1 et le rasoir féminin BIC® 1 Lady sont vendus à l'unité ou en pochette de deux au Nigéria, au Kenya, à Madagascar, en Côte d'Ivoire, au Cameroun, au Mali, au Pakistan et au Bangladesh.

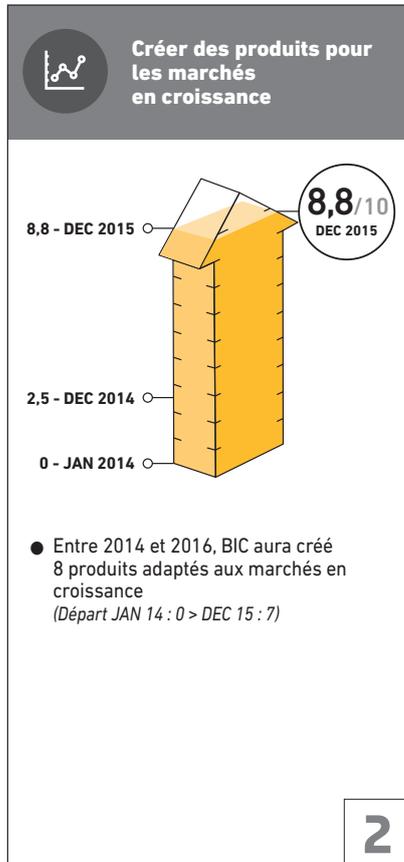
Offrir la fonctionnalité au meilleur prix. Dans les pays émergents, où l'optimisation du rapport qualité/prix revêt pour les populations à faibles revenus une importance toute particulière, BIC définit le prix le plus juste pour ses produits en collaboration avec les distributeurs locaux, en fonction des modes de consommation et de seuils de prix de vente.

Développer des modèles de distribution innovants. Pour atteindre les consommateurs les plus démunis là où ils se trouvent : le plus souvent en zone rurale isolée ou dans la périphérie des grandes agglomérations, BIC s'appuie sur ses distributeurs locaux pour développer des modes de distribution adaptés : kiosques individuels ou microboutiques, points de service à proximité des écoles, ou initiatives relevant du *Social Business* (voir page 29).





◆ Performances



BILAN 2015 : En 2015, cinq produits ont été créés afin de répondre aux besoins des marchés en croissance. Un stylo emballé par 10 unités au lieu de 50, afin de le rendre plus accessible financièrement ; un stylo fabriqué localement afin de réduire les coûts de production tout en maintenant le niveau de qualité, en Côte d'Ivoire ; enfin, trois stylos avec encre très peu visqueuse pour répondre aux besoins d'une écriture fine, en Asie.

◆ Perspectives

Un stylo à bille rétractable sera lancé en 2016 en Amérique latine, spécifiquement développé pour répondre à une demande de ces marchés : il propose des couleurs « à la mode », différentes des couleurs classiques.

2.2.2.3. Expérimenter d'autres modes de distribution innovants avec une initiative de Social Business

◆ Enjeux et démarche

BIC profite de sa présence au Bangladesh sur des circuits conventionnels pour expérimenter un modèle innovant de *Social Business* : distribution de produits simples, accessibles et de qualité par et pour les habitants des zones reculées. C'est pour le Groupe l'occasion de mieux appréhender les besoins et attentes des habitants du Bangladesh, et de participer à renforcer l'autonomie financière, économique et sociale des femmes dans les zones rurales reculées.

Ainsi, en mai 2011, BIC a lancé sa première initiative de *Social Business* au Bangladesh en rejoignant le *Rural Sales Program* de l'ONG CARE, appelé JITA, en hommage aux femmes auto-entrepreneurs, les *Aparajitas* (les femmes qui ne renoncent jamais). Lancé en 2004, JITA a pour vocation de lutter contre la pauvreté en promouvant l'entrepreneuriat auprès de femmes en situation de précarité. Dans le cadre du programme soutenu par BIC et d'autres multinationales, ces femmes s'impliquent dans la vente en porte-à-porte de produits simples, et sont rémunérées par commission. Avant de démarrer la vente effective, elles sont formées par les équipes locales de CARE et du distributeur de BIC. Ce programme est mis en place dans les zones isolées et pauvres du pays qui ne sont pas directement couvertes par le distributeur.

BIC pense que JITA est pour ces femmes une solution appropriée et durable : il leur donne les moyens de sortir de la pauvreté, mais aussi de l'isolement social, ainsi qu'un rôle nouveau dans leur communauté. Il leur donne un sentiment de fierté et une plus grande estime de soi.

◆ Réalisations de l'année

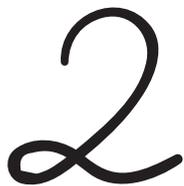
En 2015, 1 000 femmes ont participé au programme.

Le programme JITA s'efforce de développer de nouveaux outils de marketing visant à augmenter l'activité des *Aparajitas*. Depuis 2013, les équipes ont travaillé à de nombreuses initiatives de promotion. En 2015, la démarche s'est poursuivie avec 80 événements de sensibilisation des consommateurs et 40 conférences de sensibilisation aux produits et à leur utilisation. Au total, 319 villages ont été concernés, soit près de 80 000 foyers et 314 000 consommateurs potentiels. Au cours de ces événements interactifs, l'importance de l'hygiène et du rasage est expliquée aux consommateurs, des publicités BIC pour la télévision sont diffusées et les produits sont présentés. Des véhicules aux couleurs BIC sont également utilisés pour renforcer la visibilité.

◆ Perspectives

À ce jour, seuls des rasoirs simples sont vendus (BIC® Metal, BIC® Body et BIC® 1) dans le programme JITA. Une évaluation de la production des principaux produits de papeterie au Bangladesh est en cours, afin d'envisager leur mise en vente.





2.2.3. LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS

◆ Enjeux

Garantir la qualité et la sécurité des produits est une priorité essentielle pour le Groupe : BIC fournit chaque jour des millions de produits d'une qualité constante, vérifiée par de multiples tests et qui respectent les exigences nationales et internationales en matière de sécurité.

Les préoccupations de santé se traduisent par des réglementations et des restrictions toujours plus sévères dans l'usage des produits et des substances chimiques. Afin de s'assurer que ses produits sont toujours sûrs pour la santé des consommateurs, BIC anticipe activement ces évolutions et leurs impacts sur ses activités.

◆ Démarche

La **Politique Sécurité des Produits**, mise en place en 2001, présente les dix engagements pris pour s'assurer que les produits conçus et fabriqués par BIC sont sûrs pour la santé et l'environnement :

- un programme systématique de tests avant mise sur le marché des produits ;
- la conformité aux standards de sécurité nationaux et internationaux ;
- l'engagement des fournisseurs aux côtés de BIC dans cet objectif de conformité ;
- la prise en compte de la sécurité dès la conception des produits ;
- la veille réglementaire et technique active sur ces sujets ;
- l'innovation au service de la sécurité ;
- la sensibilisation des clients ;
- la conduite d'études approfondies ;
- la mise en place de mesures appropriées de rappel des produits en cas d'incident ;
- un Directeur de la sécurité des produits est chargé de l'application de cette Politique.

Plus spécifiquement, BIC développe aussi sept engagements pour assurer la qualité et la sécurité de ses briquets.

→ LES SEPT ENGAGEMENTS DE BIC POUR ASSURER LA QUALITÉ ET LA SÉCURITÉ DE SES BRIQUETS

1. Toutes les unités de production de briquets BIC® sont certifiées ISO 9001. Les briquets BIC® respectent ou excèdent les exigences de la norme internationale de sécurité ISO 9994 ;
2. BIC est un membre actif de diverses organisations telles que la Fédération Européenne des Fabricants de Briquets, l'ISO, le CEN, l'AFNOR et ce afin d'être en mesure de fournir à ses clients l'information la plus récente et la plus fiable en matière de qualité et de sécurité ;
3. Chaque briquet BIC® est soumis à plus de 50 contrôles qualité, automatiques et individuels. En outre, BIC procède régulièrement à des vérifications de ses briquets déjà mis sur le marché ;
4. BIC développe et améliore en permanence sa technologie exclusive afin d'assurer la qualité et la sécurité de tout briquet BIC®, comme par exemple la hauteur, la stabilité et le temps d'extinction de la flamme, et la résistance du réservoir à des tests extrêmes de résistance aux chocs et d'exposition à des températures élevées ;
5. Des matières premières jusqu'au conditionnement des briquets, BIC a un système de production intégré ; l'entreprise dessine et développe elle-même la plupart de ses machines et utilise les technologies les plus modernes ;
6. Les collaborateurs de BIC sont guidés par trois principes : Méthode – Précision – Discipline. Chaque membre du personnel de production consacre près de 25 % de son temps à vérifier la conformité des briquets et le bon fonctionnement des appareils de contrôle ;
7. Depuis plus de 30 ans, BIC est engagé dans des programmes de sécurité à long terme.

Au sein du Groupe BIC, les Directeurs de Catégories sont responsables de la mise sur le marché de produits conformes et sûrs pour la sécurité des consommateurs. Pour cela, ils s'appuient sur des équipes dédiées, qui assurent la veille réglementaire et la qualification des produits.

En cohérence avec la politique du Groupe, l'activité Produits Publicitaires et Promotionnels de BIC Graphic a développé une organisation et des processus dédiés lui permettant de répondre à ses enjeux propres en matière de sécurité. Il s'agit en effet pour BIC Graphic d'assurer la sécurité de gammes de produits variées, dont la fabrication fait intervenir de nombreux fabricants sous contrat.





La sécurité dès la conception des produits

Dès sa conception, un produit BIC® répond aux exigences nationales sur la sécurité du marché auquel il est destiné et parfois à des exigences internationales. De ce fait, les produits excèdent souvent les exigences locales sur la sécurité. Ainsi, un stylo vendu en France respectera les réglementations françaises et européennes mais aussi les normes du Brésil et les exigences des États-Unis et pourra donc être vendu partout dans le monde et bénéficier des standards de sécurité les plus exigeants.

Des programmes de tests systématiques

Avant la mise sur le marché, tous les produits BIC®, y compris les produits modifiés, doivent réussir un programme complet de qualification sur la sécurité des produits. Ces tests permettent d'évaluer les risques potentiels : physiques, chimiques et d'inflammabilité. Par exemple, toutes les encres des stylos sont revues par un toxicologue indépendant qui évalue les risques potentiels et des tests sont réalisés pour qualifier les substances chimiques présentes, évaluer leur dangerosité, vérifier la conformité et préparer les substitutions en vue de réduire les risques. De plus, les produits d'écriture BIC® sont conformes aux diverses exigences sur la sécurité concernant les métaux lourds applicables dans le monde.

Le Groupe BIC est soumis à la concurrence de nombreux modèles de briquets à bas coût, qui trop souvent ne respectent pas les normes internationales de sécurité. Selon les tests de laboratoires accrédités indépendants, plus des trois quarts des modèles de briquets mis sur le marché européen sont non conformes. Le Groupe a mis en place des actions lui permettant de sensibiliser les différents acteurs.

Ainsi en 2010, pointant les effets sur la sécurité des consommateurs, BIC avait porté plainte auprès de la Commission européenne pour la non-application par les Pays-Bas d'une décision de celle-ci sur les briquets (2006). La Commission européenne avait alors décidé d'ouvrir une procédure en manquement à l'encontre des Pays-Bas. En mars 2012 puis en juillet 2014, les Pays-Bas ont été mis en demeure d'expliquer leurs manquements. La procédure reste en cours.

→ CONFORMITÉ AVEC LE RÈGLEMENT REACH

Le règlement européen REACH (enRegistrement, Évaluation et Autorisation des substances CHimiques) fixe le cadre réglementaire pour les substances chimiques : il revient à l'industriel de démontrer l'innocuité des substances chimiques qu'il utilise.

Afin de répondre à cet impératif, BIC a mis en place une organisation lui permettant d'intégrer la problématique REACH. Un expert a été nommé au niveau du Groupe qui, avec l'appui de cabinets spécialisés, assure le suivi réglementaire, l'analyse des impacts pour l'entreprise et le montage des dossiers administratifs. Cette personne est l'interface de l'ensemble des entités à ce sujet. BIC a pris en compte le règlement REACH, dès 2008, notamment en préenregistrant 70 substances pour cinq entités légales. Les enregistrements de ces substances, auprès de l'Agence européenne des produits chimiques (ECHA), sont prévus en deux temps : la première échéance a eu lieu en 2013, la seconde aura lieu en 2018. Les trois substances qui devaient l'être ont été enregistrées par BIC au titre de l'échéance 2013. Les équipes concernées ont démarré la planification de l'enregistrement des substances restantes à horizon 2018.

◆ Réalisations de l'année

En 2015, BIC a continué de faire évoluer son organisation pour s'adapter aux nombreuses évolutions réglementaires ayant un impact sur les produits et pour répondre aux demandes croissantes des clients. Ainsi, deux recrutements sont venus renforcer les rangs des équipes sécurité en central et pour la catégorie papeterie. BIC a également renforcé ses actions de formation sur la sécurité des produits qui ont concerné, pour la Catégorie papeterie, les Directeurs d'usines, les responsables qualité, les responsables R&D, les responsables marketing et développement ainsi que les acheteurs des catégories papeterie, rasoirs et briquets. Enfin, plus de 430 références ont été testées pour vérifier l'absence de métaux lourds.

En novembre 2015, en marge du « Mois National de la Prévention des Incendies » aux États-Unis, BIC a lancé un site Internet de prévention : www.flickitsafely.com, qui informe les consommateurs sur les briquets BIC® et leur usage sécurisé ainsi que sur le programme éducatif développé par BIC à l'attention des enfants : *play safe! be safe!*®.

◆ Perspectives

Dans les années à venir, le Groupe continuera d'adapter ses moyens et méthodologies de travail pour maintenir ses standards et son niveau d'exigence relatif à la sécurité des produits.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Les responsabilités liées à nos produits

2.2.4. L'OPTIMISATION DE NOS EMBALLAGES

Enjeux

Les emballages sont nécessaires à plusieurs étapes de la vie des produits BIC® : pour les protéger, les transporter, les stocker, les vendre et comme support de promotion. Les emballages utilisés par BIC comportent majoritairement des boîtes et étuis en plastique, papier et carton. Ces emballages ont un impact environnemental lors de leur fabrication, de leur transport et de leur fin de vie.

Démarche et réalisations de l'année

Historiquement, BIC favorise la vente de produits sans emballage consommateur ou par lots multiples. Ainsi en Europe, 73 % des articles d'écriture sont conditionnés en boîte, barquette ou pochette d'au moins dix produits (73 % en Amérique du Nord) ; 79 % des briquets sont vendus en barquette d'au moins 50 (72 % en Amérique du Nord) et 70 % des rasoirs sont commercialisés en pochette de cinq, dix ou plus encore (48 % en Amérique du Nord).

La Communauté Emballages du Groupe BIC

La « Communauté Emballages » réunit et met en réseau des correspondants sur tous les continents pour partager les outils et les meilleures pratiques en matière d'emballages responsables et les dupliquer lorsque c'est pertinent. Elle a aussi pour rôle de piloter le suivi de l'Engagement #4 du Baromètre BIC de Développement Durable : « Sélectionner des matières responsables pour les emballages » ainsi que la mise en œuvre d'autres bonnes pratiques liées aux emballages (réduction des déchets et optimisation).

Trois priorités pour réduire les impacts liés aux emballages

Priorité 1 : Sélectionner des matières responsables pour les emballages

Afin de renforcer et d'élargir ses efforts pour réduire l'empreinte environnementale liée à la fabrication des emballages, BIC a fait le choix d'y consacrer un engagement du Baromètre 2014-2016 avec deux objectifs, l'un portant sur les emballages en papier et carton, l'autre sur les emballages plastique :

- en 2016, 90 % des emballages BIC en carton proviendront de sources certifiées et/ou recyclées, soit une amélioration de 18 % ;
- en 2016, 90 % des emballages BIC en plastique seront sans PVC, soit une amélioration de 27 %.

Approvisionnement en emballages cartons d'origine certifiée ou recyclée

Afin d'augmenter la part des fibres de cellulose certifiées ou recyclées dans ses emballages, BIC travaille en étroite relation avec ses fournisseurs d'emballages pour les accompagner dans l'obtention d'une certification ou dans l'amélioration de leur processus d'approvisionnement. Les certifications concernées sont notamment FSC (*Forest Stewardship Council*), SFI (*Sustainable Forestry Initiative*) ou PEFC (*Pan European Forest Certification*).

En 2015, le Groupe enregistre les résultats suivants :

- depuis 2014, tous les fournisseurs américains d'emballages sont certifiés FSC ou SFI, sauf les fournisseurs d'étiquettes. Les équipes BIC poursuivent leurs efforts pour atteindre 100 % de

fournisseurs certifiés et un système de traçabilité a été mis en place pour le suivi des certifications ;

- à la demande de BIC, les fournisseurs d'emballages en papier ou en carton au Brésil ont mobilisé tous leurs efforts pour obtenir une certification ou pour intégrer des fibres recyclées. Ces aspects font maintenant partie des priorités lors de la conception de nouveaux emballages.

Suppression du PVC dans les emballages

La suppression du PVC par le Groupe BIC est déjà ancienne en Europe (plus de 99 % d'emballages sans PVC) et bien entamée aux États-Unis et au Mexique.

Selon les emballages, la transition du PVC vers le PET peut ne nécessiter que des ajustements simples sur le paramétrage des machines ou au contraire une modification complète du système d'emballage. Pour y parvenir, la « Communauté Emballages » collabore avec les usines et la R&D et associe au plus tôt les équipes de marketing.

En 2015, le Groupe enregistre les progrès suivants :

- aux États-Unis, la transition du PVC vers 100 % PET a démarré en 2012. En 2015, l'installation sur l'usine de Charlotte (Caroline du Nord) d'une quatrième machine permettant d'utiliser du PET pour la fabrication des blisters a permis d'atteindre 70 % d'emballages sans PVC (contre 40 % en 2013). Les coques plastiques de grand format, les blisters et les boîtes de rangement sont désormais fabriqués en PET ; et les équipes élaborent un plan de marche pour atteindre une transition de plus de 90 % du PVC vers le PET d'ici fin 2016 ;
- l'usine de Milford (États-Unis) a modifié la machine de production des blisters, ce qui lui permettra de produire des emballages sans PVC dès le début de l'année 2016 ;
- l'usine de BIC Mexico (Mexique) a remplacé en 2015 l'emballage en plastique utilisé pour le briquet BIC® Mini (briquet le plus vendu dans la zone) par un emballage en carton, permettant ainsi l'économie de près de 95 tonnes de plastique par rapport à 2014 ;
- au Brésil, un rasoir BIC® Soleil® et un rasoir BIC® Comfort 3® ont été mis sur le marché sous blister 100 % sans PVC.

Priorité 2 : Réduire la quantité d'emballages par produit vendu

Sur tous les continents, et en fonction des modes de distribution locaux, le Groupe BIC cherche à réduire le poids et le volume de ses emballages par de nombreuses actions ciblées. Aux États-Unis par exemple, BIC a poursuivi en 2015 sa participation au programme « Scorecard emballages » de Walmart. Ce programme est fondé sur sept axes de progrès : supprimer, réduire, réutiliser, recycler, utiliser des matières d'origine renouvelable, économiser, et enfin, éduquer le consommateur.

Au Brésil, une étude a été menée pour un rangement optimisé des produits sous blisters dans les boîtes en carton. L'objectif est de réduire les dimensions des boîtes, la quantité de carton pour l'emballage, l'espace de stockage et les coûts de transport. Une première opération pilote, réalisée avec le BIC® Cristal® Gel 2 (emballés par deux), a enregistré une diminution du volume des boîtes de 33 %, soit une augmentation de 36 % de la quantité de produits par palette. La même approche est en cours d'étude pour d'autres produits.





Priorité 3 : Réduire les déchets d'emballage

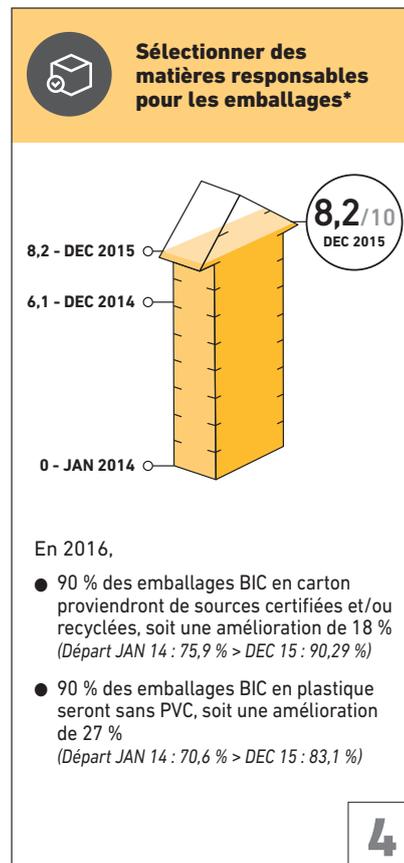
Le Groupe souhaite augmenter le recyclage des déchets de production d'emballages dans les centres d'emballage avec un objectif de 100 % de déchets valorisés. L'objectif est déjà atteint pour le site de Charlotte (États-Unis). Cet objectif est accompagné d'une démarche de réduction de la production de déchets en amont.

La « Communauté Emballages » cherche également à réduire les déchets générés lors des destructions des emballages obsolètes.

Aux États-Unis, le site de Charlotte a maintenu sa performance de zéro déchet d'emballage enfoui (contre 26 % en 2006). Ce résultat a été obtenu grâce à la conception des emballages et à la collaboration avec les fournisseurs pour réduire les déchets et fournir des équipements permettant le recyclage des emballages en carton et plastique et par la valorisation énergétique des déchets non recyclables (3,8 %).

En Australie, BIC est membre depuis 2013 d'une initiative gouvernementale : *The Australian Packaging Covenant* (APC), qui promeut la conception d'emballages plus durables, l'augmentation du recyclage et la réduction des déchets d'emballage, soit les trois mêmes priorités que celles du Groupe BIC. En tant que membre, BIC Australia s'est fixé des objectifs pour progresser dans ce sens : s'assurer que tous les nouveaux emballages sont conformes aux recommandations, collaborer avec les fournisseurs dans ce sens, mesurer la part de matériaux recyclés utilisés dans les emballages, etc. Le tri et le recyclage des déchets d'emballages sont en place sur le site depuis 2013.

◆ Performances



* Hors BIC Graphic.

BILAN 2015 : L'objectif d'avoir 90 % de cellulose certifiée et/ou recyclée est atteint et dépassé grâce aux efforts portés sur toutes les zones. Celui concernant la réduction de l'utilisation du PVC dans nos emballages est en ligne avec les prévisions. Des efforts sont encore à porter principalement aux États-Unis, Brésil et Mexique.

◆ Perspectives

Plusieurs actions d'optimisation des emballages pour le transport des produits sont à l'étude en Europe, aux États-Unis et au Brésil.

En outre, BIC poursuivra ses programmes de réduction des emballages pour les produits et des déchets d'emballage dans ses usines.





2.3. La responsabilité environnementale liée à nos opérations

Société industrielle leader dans la fabrication de produits de consommation, BIC s'engage à ce que ses usines fonctionnent dans le respect de l'environnement. BIC travaille ainsi à réduire les impacts de ses activités de fabrication, à optimiser les opérations de transport des produits et à maîtriser l'empreinte environnementale de ses activités commerciales et de support.

BIC dispose d'une bonne maîtrise environnementale sur l'ensemble de son outil de production : d'une part du fait de ses choix entre fabrication en propre et sous-traitance, puisque BIC réalise 86 % de son chiffre d'affaires en fabriquant des produits dans ses propres usines (90 % dans l'activité Grand Public et 65 % dans l'activité de Produits Publicitaires et Promotionnels de BIC Graphic) ; d'autre part grâce à la répartition géographique de ses usines : 58 % des produits de l'activité Grand Public vendus sur un continent sont fabriqués sur ce même continent (88 % en Europe et 46 % aux Amériques).

2.3.1. NOS USINES

◆ Enjeux

Pour fabriquer ses produits, BIC utilise des matières premières (plastiques, encres, carton, métaux, etc.), consomme des ressources (eau, énergie) et produit des déchets. Le Groupe est conscient de l'impact environnemental de son activité et s'engage à le minimiser. Si les besoins en matières premières sont déterminés essentiellement par la conception même des produits (voir partie 2.2.1 – « La performance environnementale de nos produits » page 22), les usines qui fabriquent les produits BIC® ont une responsabilité importante pour optimiser les consommations de matières, d'eau, d'énergie et pour réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) et la production de déchets.

◆ Démarche

La **Politique Santé, Sécurité, Environnement (SSE)**, formalisée en 2005 et signée par le Directeur Général, engage le Groupe à minimiser les impacts de son activité industrielle de la production à la distribution, afin de protéger au mieux l'environnement. BIC s'engage ainsi à :

- prévenir les risques de pollution ;
- prévenir les risques santé, sécurité ;
- respecter la réglementation ;
- s'améliorer de façon continue ;
- sensibiliser et impliquer.

La Politique SSE est affichée dans les sites de production.

Depuis 2010, elle s'applique à l'ensemble des usines du Groupe (hors Cello Pens).

En 2014, BIC a formalisé les règles de révision de sa Politique SSE pour s'assurer de son caractère pertinent et approprié. Ces règles incluent en particulier une évaluation régulière au regard de l'évolution des activités et des produits du Groupe, de ses acquisitions et des évolutions des attentes de ses parties prenantes.

2.3.1.1. Les systèmes de management et autres mesures pour maîtriser les conséquences de notre activité industrielle sur l'environnement

La Politique industrielle du Groupe en matière de Santé, Sécurité et d'Environnement (SSE) est basée sur la mise en place de systèmes de management pragmatiques permettant de garantir l'implication de tous et l'amélioration continue des performances opérationnelles. Pour aider les sites de production à déployer ces systèmes de management, BIC dispose d'une équipe de trois experts SSE, représentant les usines d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Amérique latine. Cette équipe s'assure notamment que ces dispositifs sont conformes à la politique et aux objectifs du Groupe et suit leurs performances en consolidant, analysant et communiquant les résultats obtenus.

Par ailleurs, dans le cadre des systèmes de management, des plans d'action sont établis pour limiter les impacts environnementaux. Des objectifs simples sont fixés aux usines qui contribuent à la performance environnementale globale du Groupe tout en répondant à leurs enjeux spécifiques (production, ressources, implantation géographique, etc.).

La mise en place d'un système de management de l'environnement implique une identification des exigences réglementaires applicables au site et une analyse de sa conformité au regard de celles-ci, ainsi qu'une analyse complète et détaillée de tous les aspects et impacts environnementaux de l'activité (l'eau, l'air, les sols, le bruit, etc.).

Le système de management de l'environnement permet donc d'assurer la **conformité de l'activité avec les dispositions législatives et réglementaires applicables en matière d'environnement**. Ainsi, les sites planifient et réalisent des contrôles quotidiens et périodiques, afin de répondre aux dispositions réglementaires locales. Selon le besoin, ces contrôles sont réalisés en interne ou avec l'assistance de prestataires extérieurs. Si une non-conformité est mise en évidence lors du contrôle, un plan d'action est mis en place pour y remédier.

Les systèmes de management de l'environnement déployés par le Groupe BIC dans ses usines prévoient **l'organisation nécessaire pour faire face aux accidents de pollution ayant des conséquences**





au-delà des établissements. Dans le cas où des risques d'accidents pourraient avoir des conséquences à l'extérieur des usines, des plans de prévention et d'urgence ont été mis en œuvre.

En particulier en France, les deux sites Seveso disposent d'un Plan d'Opération Interne. De plus, pour ces deux sites Seveso seuil haut, une politique de prévention des risques majeurs a été définie et un système de gestion de la sécurité pour la prévention des accidents majeurs a été mis en place, conformément à l'arrêté ministériel du 10 mai 2000, transposition en droit français de la directive européenne 96/82/CE.

Hors de France, certains des sites du Groupe possèdent des plans équivalents de gestion des accidents ayant de possibles impacts au-delà des sites. À titre d'exemple, tous les sites des États-Unis ont un plan d'intervention d'urgence qui comprend des actions de prévention et de gestion des conséquences hors site d'éventuels accidents.

Rejets dans l'air, l'eau, le sol affectant gravement l'environnement

La nature des activités industrielles du Groupe BIC, principalement le moulage et l'assemblage de produits en plastique et le marquage des produits, a un impact environnemental local relativement faible, comparé à d'autres secteurs industriels. Néanmoins, le Programme BIC de Développement Durable s'appuyant sur la Politique SSE (voir page précédente), demande que chaque site mesure, évalue et réduise ses impacts environnementaux significatifs.

Le détail des consommations d'eau et d'énergie, des rejets de gaz à effet de serre et de la production de déchets est présenté dans les pages 36 à 41, ainsi que les actions mises en œuvre par le Groupe et les sites pour maîtriser et réduire les impacts.

Conditions d'utilisation des sols

En Europe comme aux États-Unis où se situe la majorité des sites du Groupe, lorsqu'un site industriel est fermé, BIC veille à ce que la remise en état des sites soit réalisée en accord avec les lois locales et les meilleures pratiques environnementales. Lorsque c'est approprié ou exigé par la loi, BIC mène des études de sol et de sous-sol, même si la majorité des sites n'est soumise à aucune obligation de diagnostic. Les études de pollution effectuées sur des sites européens longtemps exploités montrent que l'activité du Groupe n'a pas d'impact notable sur les sols et sous-sols.

Pour les sites français assujettis à des exigences réglementaires spécifiques, la politique de prévention des risques de pollution des sols est intégrée dans la démarche.

Nuisances olfactives et sonores

Les nuisances olfactives ne sont pas considérées comme significatives dans l'activité de moulage, assemblage et marquage de produits du Groupe.

Concernant les nuisances sonores, des mesures sont faites en limite de propriété dans le cadre de l'instruction des dossiers administratifs compte tenu de la réglementation locale. Dans l'hypothèse où des nuisances seraient portées à la connaissance du Groupe, des études seraient effectuées et des actions correctives adaptées seraient mises en place.

Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité sur l'environnement

Les budgets d'investissements liés aux programmes d'amélioration à court et long termes, destinés à prévenir ou minimiser les

conséquences sur l'environnement, font partie intégrante des budgets des usines. Un montant de 4,8 millions d'euros a été engagé pour ces programmes au cours de l'année 2015.

Montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement

Aucune provision.

Les garanties reçues en matière d'environnement sont incluses dans la liste en Note 25 des comptes consolidés de l'exercice *Engagements hors bilan : aval, cautions et garanties.*

Montant des indemnités versées au cours de l'exercice en exécution d'une décision judiciaire

Aucune indemnité.

◆ Réalisations de l'année

Cette année encore, les systèmes de management de BIC Sport (France) ont été reconnus comme une très bonne pratique et la filiale a obtenu le niveau or du label Ecoride, initiative du syndicat du secteur de la glisse EuroSIMA Cluster (en partenariat avec l'Ademe Aquitaine). Ce label certifie le haut niveau d'engagement de BIC Sport.

Depuis 2014, la mise en place de la plateforme WCA pour les audits des conditions de travail des sous-traitants (voir page 63), a permis l'intégration d'un questionnaire complet concernant leurs performances environnementales ; 10 % des questions sont consacrées à l'environnement. Parmi les 69 sous-traitants actifs et audités en 2015, 24 présentaient des non-conformités environnementales. Au total, ce sont 59 non-conformités qui ont été détectées, dont 73 % mineures et 27 % modérées.

BIC Écriture 2000 (France) et BIC Sport (France) ont tous deux reçus la certification sur la qualité ISO 9001:2015, permettant ainsi à BIC de disposer de 22 usines certifiées ISO 9001. Les investissements constants du Groupe BIC en matière de certifications soulignent son engagement fort pour la qualité et la protection de l'environnement.

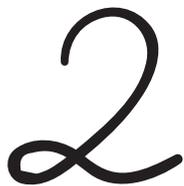
◆ Performances

→ DEUX USINES CERTIFIÉES LEED

Après l'obtention en 2013 par l'usine BMT 11 (Tunisie) de la certification LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), l'usine de briquets BIC (Nantong) Plastic Products ouverte en 2015 en Chine a reçu à son tour cette certification. Elle a été obtenue notamment grâce à une gestion de l'eau optimisée, à un ensemble de mesures visant la réduction de la consommation d'énergie (visant - 14,5 % par rapport à une conception de base), à l'élimination des liquides réfrigérants susceptibles de détériorer la couche d'ozone, à la promotion de moyens de transport respectueux de l'environnement auprès des usagers du bâtiment, au recours à plus de 20 % de matériaux sourcés dans un rayon inférieur à 800 km, au choix de bois certifié pour une gestion durable des forêts, à la gestion rigoureuse de la qualité de l'air, etc.

En 2015, la mise en place de systèmes de management BIC dans ses usines est effectuée à 89 % pour l'environnement et à 88 % pour la santé-sécurité. Ces taux, bien qu'évoluant d'une année sur l'autre avec l'intégration de nouveaux sites au périmètre de *reporting* et les avancées réalisées par chacun, restent globalement élevés.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

La responsabilité environnementale liée à nos opérations

Par ailleurs, 80 % des salariés travaillent dans des usines certifiées ou engagées dans une démarche ISO 14001 et 40 % des salariés travaillent dans des usines certifiées ou engagées dans une démarche OHSAS 18001.

2.3.1.2. Réduire les consommations d'eau et évaluer la rareté de la ressource

Réduire les consommations d'eau

◆ Réalisations de l'année et performances

La consommation d'eau rapportée à la tonne de production a diminué de 7 % entre 2014 et 2015. Sur cette période, la consommation totale d'eau a baissé de 2,8 % alors que la production a augmenté de 4,5 %. C'est le résultat des efforts continus dans les usines du Groupe BIC en matière d'efficacité d'utilisation de l'eau.

En rapportant la consommation d'eau à la production, la mesure de cette efficacité est moins impactée par les variations du volume de production. Cependant, il est à noter :

- qu'une part des consommations d'eau, pour l'entretien des bâtiments ou l'arrosage extérieur par exemple, ne peut être totalement corrélée à la production, notamment parce qu'elle est aussi la conséquence d'événements extérieurs (climatiques notamment) ;
- que l'indicateur rapporté à la tonne de production propose une lecture particulièrement cohérente pour les activités à fort tonnage du Groupe (ce qui n'est pas le cas pour l'entreposage et l'emballage des produits ou encore l'impression des produits publicitaires et promotionnels) ;
- que les indicateurs en valeur brute, présentés en page 72, constituent une information complémentaire.

En 2015, 15 sites ont amélioré leur ratio de consommation d'eau par tonne de production. BIC Rasoirs (France), qui représente une part importante de la consommation d'eau du Groupe (30 %), a reporté une diminution de son ratio de près de 16 % et ce, du fait notamment de l'utilisation des nouvelles tours de refroidissement hybrides, installées en 2013, fonctionnant en circuit fermé, et sans apport en eau en période hivernale. Par ailleurs, Conté-Samer (France) a réduit sa consommation d'eau par tonne de production de plus de 30 % grâce à diverses actions, notamment la mise en place pour les laveurs de gaz d'une cuve de récupération.

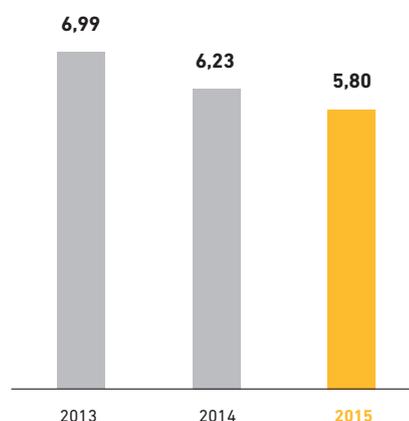
D'autres sites comme BIC Écriture 2000 (France), Conté-Boulogne (France), BIC Mexico (Mexique), BIC Amazonia (Brésil), BIC Iberia (Espagne), BIC Viorex (Grèce) ou BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis) ont également reporté des améliorations. Ces usines, qui représentent 32 % de la consommation d'eau du Groupe et 55 % de la production de produits finis et semi-finis, ont amélioré au global de 6 % leur ratio de consommation d'eau par tonne de production.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé 11 projets spécifiquement dédiés aux économies d'eau en 2015.

→ L'USINE BIC VIOLEX (GRÈCE) CERTIFIÉE EWS

En avril 2015, l'usine BIC Viorex (Grèce) a obtenu la certification *European Water Stewardship Gold*. Cette certification reconnaît la mise en place d'un système de management de l'eau assurant notamment l'optimisation des consommations, la réduction des pollutions et le partage des bonnes pratiques. L'obtention de la certification demande également une concertation étroite avec les autres usagers du bassin versant pour gérer ensemble la ressource.

CONSOMMATION ANNUELLE D'EAU RAPPORTÉE À LA PRODUCTION - USINES BIC - EN M³/TONNE



Évaluer la rareté de la ressource en eau de nos usines

Le Groupe BIC a consommé, en 2015, 551 968 m³ d'eau à travers le monde. Cependant, au-delà des volumes consommés, il est primordial de considérer la localisation de ces consommations, celles-ci pouvant intervenir dans des zones dites de stress hydrique où l'eau est une ressource sensible. L'eau et l'accès à l'eau sont en effet répartis de façon inégale sur la planète, générant des tensions politiques et sociales fortes.

En 2014, le Groupe, soucieux d'identifier ses zones d'actions prioritaires, a souhaité connaître le niveau de rareté de l'eau pour ses usines. Une évaluation des risques liés à l'eau et à sa disponibilité a été conduite à partir de la localisation géographique des usines et de l'outil de référence *Global Water Tool* du *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD).

Seules cinq usines du Groupe sont situées dans des régions à stress hydrique modéré (en France – région Picardie) ou fort (Afrique du Sud et Espagne). La pression sur la ressource en eau dans ces zones s'explique notamment par une densité de population élevée et une ressource hydrique limitée.

L'analyse croisée de la rareté de l'eau et des consommations en eau des usines montre que pour les sites en zone de stress fort, les consommations d'eau sont d'ores et déjà limitées. Le Groupe continuera à porter ses efforts sur l'amélioration de leurs ratios de consommation d'eau. Ce regard mettant en vis-à-vis consommation d'eau et rareté de la ressource permettra à BIC de prioriser ses plans d'action en matière de réduction des consommations d'eau.





2.3.1.3. Réduire les consommations d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre

◆ Réalisations de l'année et performances

L'optimisation des consommations d'énergie

Au niveau Groupe, le service Achats a développé une démarche ambitieuse concernant l'achat de « fluides » (électricité, gaz, eau). Un acheteur est dédié à la négociation des contrats de fourniture d'électricité en collaboration étroite avec les usines. Il entretient le dialogue avec les fournisseurs et négocie pour toutes les usines françaises le contrat le plus avantageux. En contact avec les responsables du suivi de consommations d'énergie dans chaque site, il a également pour rôle de les informer des meilleures pratiques développées dans le Groupe, de réaliser une veille auprès d'experts et de la diffuser.

En parallèle, les usines les plus engagées mettent en place des partenariats avec leurs fournisseurs pour explorer toutes les options de réduction des consommations d'électricité.

Enfin, BIC recherche constamment l'équilibre entre la meilleure productivité des machines et le besoin associé en énergie. Ainsi le Groupe a engagé un programme de remplacement des machines d'injection hydraulique par des machines électriques, dont le rendement énergétique est meilleur.

L'énergie consommée par tonne de production a légèrement baissé entre 2014 et 2015 (-0,5 %), c'est le résultat des efforts continus dans les usines du Groupe BIC en matière d'efficacité énergétique. En effet, il est à noter que sur cette même période, la production a augmenté de 4,5 %.

En rapportant la consommation d'énergie à la production, la mesure de l'efficacité énergétique est moins impactée par les variations du volume de production. Cependant, il est à noter :

- qu'une part des consommations d'énergie, pour le chauffage ou l'éclairage des bâtiments notamment, ne peut être totalement corrélée à la production, parce qu'elle est aussi la conséquence d'événements extérieurs (par exemple climatiques) ;
- que l'indicateur rapporté à la tonne de production propose une lecture particulièrement cohérente pour les activités à fort tonnage (ce qui n'est pas le cas pour l'entreposage et l'emballage des produits ou encore l'impression des produits publicitaires et promotionnels) ;
- que les indicateurs en valeur brute, présentés en page 72, constituent une information complémentaire.

13 usines ont amélioré leur ratio de consommation d'énergie rapportée à la production en 2015.

Conté-Samer (France), BIC Mexico (Mexique), B.J.75 (France), BIC CORPORATION Milford (États-Unis), BIC Viorex (Grèce) et BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis), qui réalisent près de 50 % des consommations d'énergie et 59 % de la production de produits finis et semi-finis du Groupe, ont ainsi amélioré leur efficacité énergétique de 0,4 %. En particulier, Conté-Samer (France) enregistre une réduction de plus de 10 % de son ratio de consommation d'énergie par tonne de production grâce à diverses

actions parmi lesquelles : l'optimisation des systèmes de gestion centralisée de l'énergie, la réalisation de travaux sur le cyclone réduisant les consommations électriques, une marche en continu des équipements ne nécessitant pas de redémarrage énergivore et enfin l'achat de deux groupes froids avec récupération de chaleur.

Par ailleurs, des améliorations ont également été reportées par d'autres usines comme BIC South Africa (Afrique du Sud), BMT 11 (Tunisie), BIC Iberia (Espagne), BIC Shavers Mexico (Mexique), BIC Graphic Red Wing (États-Unis), BIC Technologies (France) et BIC Sport (France) qui représentent près de 10 % des consommations d'énergie et de la production de produits finis et semi-finis du Groupe. Ces sites ont au global amélioré leur efficacité énergétique de 11 %.

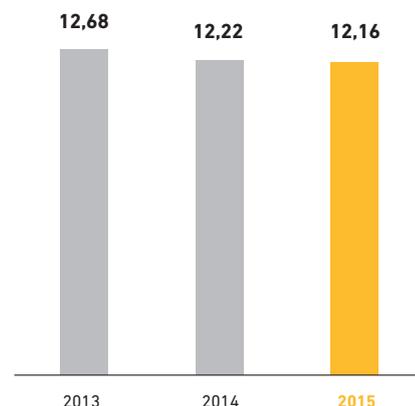
Enfin, des programmes d'optimisation de la consommation d'énergie se sont poursuivis sur les sites du Groupe avec notamment le remplacement d'ampoules par des modèles à économie d'énergie ou des LED, le remplacement de certains équipements (comme des chaudières) par des équipements plus performants ou l'optimisation des systèmes de chauffage et de climatisation.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé 38 projets spécifiquement dédiés aux économies d'énergie en 2015.

→ DEUX USINES CERTIFIÉES ISO 50001

L'usine Conté-Samer (France) et l'usine BIC Viorex (Grèce) ont obtenu en 2015 la certification ISO 50001, standard international de gestion de l'énergie. Cette certification implique la définition d'objectifs pour une meilleure utilisation de l'énergie, ainsi que la mise en place d'un système de mesure afin d'assurer l'amélioration continue de la gestion de l'énergie.

CONSOMMATION ANNUELLE D'ÉNERGIE RAPPORTÉE À LA PRODUCTION - USINES BIC - EN GIGAJOULES/TONNE

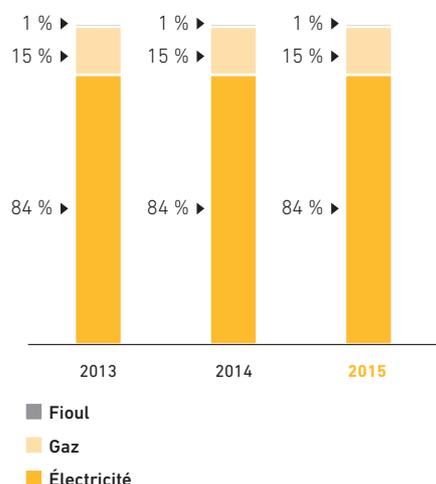




NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

La responsabilité environnementale liée à nos opérations

RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE - USINES BIC



Le recours aux Énergies Renouvelables

Le Groupe BIC est en veille permanente et les opportunités sont saisies de recourir aux énergies renouvelables en fonction de l'intérêt et des contextes locaux. Ainsi, depuis 2012, BIC achète des Certificats d'Énergie Renouvelable couvrant 100 % de ses besoins en électricité du réseau pour les trois sites du Connecticut (États-Unis) : le siège social, une usine et un centre de R&D. BIC s'est engagé à nouveau en 2015 pour la période 2015-2017 et souhaite de cette façon contribuer à la promotion et au développement de l'éolien. Le fournisseur, Constellation NewEnergy, a estimé, sur la base des prévisions des consommations de BIC sur les deux ans à venir, à environ 9 800 teqCO₂ par an les émissions indirectes évitées qui auraient été sinon produites par le réseau de distribution d'électricité (estimation basée sur US EPA eGRID2010 BVersion1.0).

Une partie de cet achat de Certificats d'Énergie Renouvelable, couvrant 6 501 teqCO₂, correspond aux émissions imputables à la consommation d'électricité de BIC CORPORATION Milford (États-Unis). Ce site faisant partie du périmètre du reporting environnemental du Groupe, ces certificats représentent 7 % des émissions indirectes de gaz à effet de serre des usines du Groupe.

La limitation de la contribution au changement climatique

La lutte contre le changement climatique fait partie intégrante du Programme de Développement Durable du Groupe, principalement au travers de ses actions concernant les produits, les usines et les activités de transport.

La démarche d'éco-conception des produits vise à proposer des produits légers avec une longue durée d'utilisation et se traduit par un usage économe des matières vierges, permettant de limiter les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à l'extraction des matières naturelles.

En matière de transport, le Groupe BIC a mis en œuvre une démarche de réduction de ses émissions de GES (voir page 41).

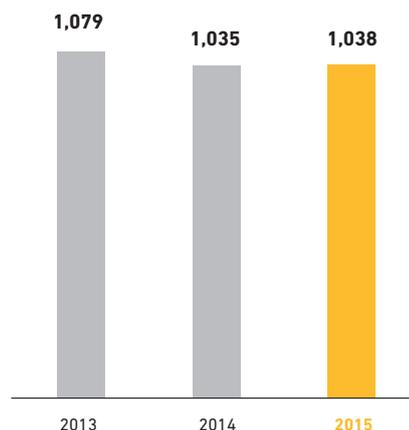
Enfin, une empreinte carbone a été réalisée sur le siège social de Clichy (France) et dans deux usines, BIC Amazonia (Brésil) et BIC Rasoirs (France), selon la méthode Bilan Carbone® de l'Ademe. Les études dans les usines ont montré que les émissions indirectes de GES (émises par les fournisseurs lors de la fabrication des matières ou composants et lors de la production de l'énergie achetée par les usines) représentent l'essentiel des émissions. Les axes de progrès identifiés par le Groupe sont la diminution de la consommation électrique et l'utilisation de plastique recyclé.

En 2015, sur le périmètre de ses usines, le Groupe BIC a quantifié les émissions directes et indirectes de GES (scopes 1 et 2) :

- **les émissions directes (scope 1)** sont les émissions de GES provenant de la combustion des ressources fossiles – majoritairement le gaz naturel et le fioul – principalement utilisées pour chauffer les bâtiments. La quantité totale d'émissions directes de GES est estimée à 9 275 teqCO₂ en 2015, soit une augmentation de 3,7 % par rapport à 2014 ;
- **les émissions indirectes (scope 2)** sont les émissions de GES provenant de la production de l'électricité consommée par les usines du Groupe. La quantité totale d'émissions indirectes de GES est estimée à 89 580 teqCO₂ en 2015, soit une hausse de 4,9 %.

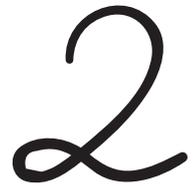
La quantité totale d'émissions directes et indirectes de GES est donc estimée à 98 855 teqCO₂ en 2015. Entre 2014 et 2015, la production ayant augmenté de 4,5 %, le ratio des émissions directes et indirectes rapportées à la tonne de production a légèrement augmenté (+ 0,3 %). Le ratio d'énergie consommée ramenée à la production a lui diminué sur la même période (- 0,5 %).

ÉMISSIONS ANNUELLES DIRECTES ET INDIRECTES DE GAZ À EFFET DE SERRE RAPPORTÉES À LA PRODUCTION - EN TONNE ÉQUIVALENT CO₂/TONNE - USINES BIC



Le Groupe BIC répond depuis huit années maintenant au Carbon Disclosure Project (CDP). En 2015, le Groupe a été maintenu dans le CDP Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) et classé parmi les 19 entreprises en France ou au Benelux ayant obtenu la note de 100/100. Le Groupe, avec une note de A-, fait aussi partie des 16 entreprises ayant reçu une note A ou A- en « Performance », soulignant les efforts constants du Groupe pour limiter ses émissions et son impact sur le changement climatique.





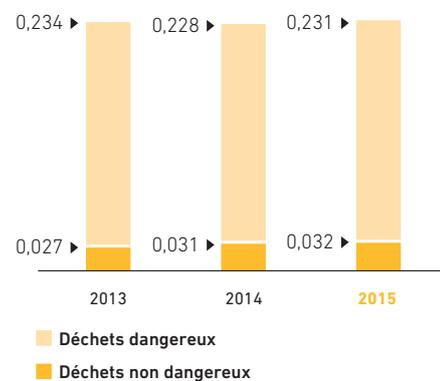
→ **BIC PARTENAIRE DE LA COP21**

Afin de marquer son soutien à la COP21, BIC a offert le stylo et le crayon officiels de la Conférence Climat inclus dans le kit d'accueil remis aux représentants officiels (30 000 stylos BIC® 4 Couleurs™ et 30 000 crayons BIC® Ecolutions® Évolution™, deux produits certifiés par l'écolabel NF Environnement). Le Groupe a également participé du 4 au 10 décembre à « Solutions COP21 », une initiative de sensibilisation du grand public sur les solutions qui existent pour lutter contre le changement climatique, organisée à Paris par l'Ademe et le Comité 21.

prise de conscience par les opérateurs des déchets générés. De plus, l'absence d'essais sur les nouvelles machines n'engendre pas de déchets supplémentaires liés à leur réglage.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé dix projets spécifiquement dédiés à la réduction des déchets en 2015.

PRODUCTION ANNUELLE DES DÉCHETS INDUSTRIELS RAPPORTÉE À LA PRODUCTION - USINES BIC - EN TONNE PAR TONNE



L'adaptation aux conséquences du changement climatique : précipitations extrêmes, inondations, sécheresses

Certains sites BIC sont localisés dans des zones exposées à des risques liés au changement climatique, en particulier à des précipitations extrêmes plus fréquentes.

BIC a mis en place une évaluation des risques et des systèmes de management qui lui permettront de faire face à de tels événements et dispose des assurances nécessaires pour se prémunir des conséquences financières. Notamment, les sites concernés disposent d'un plan d'urgence en cas d'inondation, mis à jour annuellement.

En complément, un plan spécifique établi et animé par un groupe d'experts internes a pour rôle de protéger les systèmes d'information indispensables à ses activités. Il permet d'identifier les menaces d'accident et les risques environnementaux et de mettre en place les mesures de sécurité appropriées.

2.3.1.4. Réduire la production de déchets

◆ **Réalisations de l'année et performances**

En 2015, le Groupe BIC a enregistré une légère hausse de 2 % de la quantité de déchets générés par tonne de production par rapport à 2014. Cette variation est le résultat d'une augmentation du ratio par tonne de production des déchets non dangereux générés (+ 1,7 %), représentant près de 88 % des déchets du Groupe, et d'une hausse du ratio des déchets dangereux générés (+ 4,2 %). Cette augmentation sur les déchets non dangereux s'explique notamment par des travaux d'agrandissement ou de rénovation des bâtiments ou d'équipements de production. Concernant les déchets dangereux, l'augmentation s'explique notamment par la destruction de produits non conformes et la mise en œuvre de nouvelles réglementations sur les déchets. Les programmes de tri, de recyclage et de réutilisation de certains types de déchets (exemple palettes) se sont par ailleurs poursuivis sur les sites comme à BIC Amazonia (Brésil), BIC Graphic Europe (Espagne), BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis) ou BIC Graphic Tampa (États-Unis).

Depuis 2014, Conté-Boulogne (France) a par ailleurs mis en place un important programme visant à davantage intégrer le recyclage des plastiques via l'optimisation des réglages sur les procédés d'utilisation de la gomme, une implication des fournisseurs pour le traitement des non-conformités, la conduite d'opérations de broyage et la mise en place d'un plan d'action pour diminuer les taux de rebuts. Sur le site de Conté-Samer (France), la baisse des ratios de déchets par tonne de production s'explique notamment par la mise en place d'une pesée en fin de poste pour faciliter l'évaluation et la

Déchets industriels dangereux

En 2015, le Groupe BIC a enregistré une augmentation de la quantité de déchets dangereux générés par tonne de production de 4,2 % par rapport à 2014. Cette augmentation s'explique notamment par des évolutions du cadre réglementaire reclassifiant certains déchets non dangereux en dangereux en 2015, l'augmentation de la production de certains produits générant davantage de déchets dangereux, la mise au rebut de produits non conformes et la réalisation d'opérations de maintenance en 2014. Ainsi, neuf sites ont amélioré leur ratio de déchets dangereux générés par tonne de production en 2015.

BIC Amazonia (Brésil) reporte ainsi une baisse de 31 % de son ratio de déchets dangereux par tonne de production suite à des opérations de maintenance en 2014 et à la stabilisation de certains processus de fabrication en 2015. BIC CORPORATION – Gaffney (États-Unis) reporte une amélioration de près de 2 % de son ratio notamment grâce à une gestion minutieuse des couleurs permettant de réduire la quantité de solvants générée. Des améliorations ont également été reportées par BIC Mexico (Mexique), PIMACO (Brésil), BIC Stationery (Shanghai) Manufacturing (Chine), BIC Rasoirs (France), BIC Viorex (Grèce), BIC Shavers Mexico (Mexique) et BIC Technologies (France).

Ces usines qui réalisent 40 % de la production de produits finis et semi-finis du Groupe ont au global diminué leur ratio de déchets dangereux générés par tonne de production de 26 %.

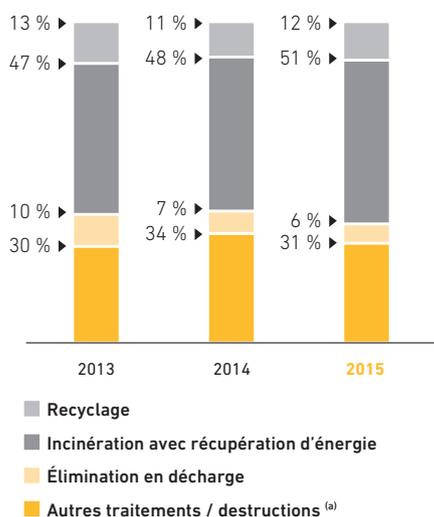




NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

La responsabilité environnementale liée à nos opérations

RÉPARTITION DES DÉCHETS INDUSTRIELS DANGEREUX – USINES BIC – % DU TOTAL EXPRIMÉ EN TONNE



(a) La catégorie «Autres traitements/destructions» regroupe les autres techniques de traitement des déchets, comme l'incinération sans récupération d'énergie.

Déchets industriels non dangereux

En 2015, le Groupe BIC a enregistré une légère hausse de son ratio de déchets industriels non dangereux par tonne de production de 1,7 % par rapport à 2014.

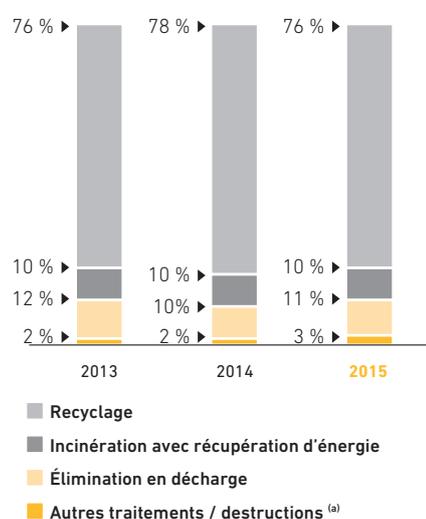
Huit usines ont amélioré leur ratio de déchets industriels non dangereux générés par tonne de production entre 2014 et 2015.

Des améliorations ont notamment été reportées par Conté-Samer (France), BIC Technologies (France), BIC South Africa (Afrique du Sud), BIC Iberia (Espagne), BIC Viorex (Grèce), BIC Shavers Mexico

(Mexique), BIC Graphic Tampa (États-Unis) et BIC Sport (France). Ces usines, qui réalisent 25 % de la production de produits finis et semi-finis du Groupe, ont au global diminué leur ratio de déchets non dangereux générés par tonne de production de 11 %.

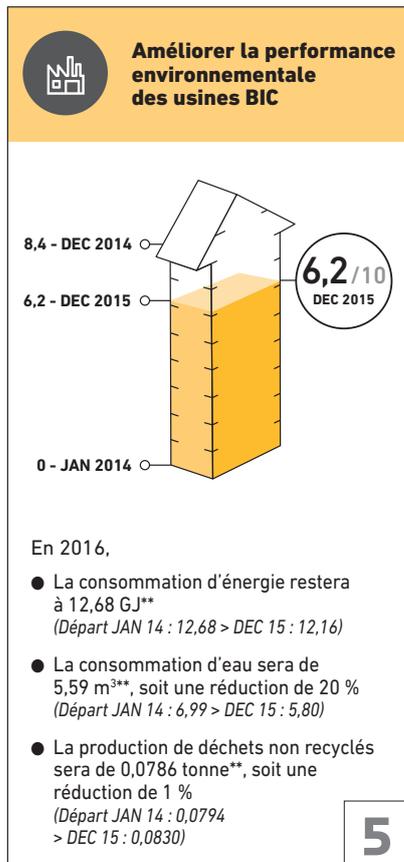
Par ailleurs, BIC CORPORATION – Gaffney (États-Unis) a poursuivi en 2015 ses initiatives pour broyer et réutiliser certains déchets qui étaient auparavant envoyés hors site. À titre d'exemple, 23 tonnes de plastique ont été re-broyées et réutilisées en 2015.

RÉPARTITION DES DÉCHETS INDUSTRIELS NON DANGEREUX – USINES BIC – % DU TOTAL EXPRIMÉ EN TONNE



(a) La catégorie «Autres traitements/destructions» regroupe les autres techniques de traitement des déchets, comme l'incinération sans récupération d'énergie.





**Par tonne de production.

BILAN 2015 : Le score de l'engagement est en baisse en raison d'une augmentation de la production de déchets non recyclés. Les réductions de consommations d'énergie et d'eau, quant à elles, sont en ligne avec les attentes. L'ensemble de ces indicateurs est rapporté à la tonne de production.

2.3.1.5. Réduire l'impact sur la biodiversité

◆ Enjeux

Le Groupe BIC entretient un lien avec la biodiversité à deux niveaux principalement. D'abord *via* son emprise foncière dans le monde (sites industriels, logistiques ou administratifs). Ce premier enjeu est de la responsabilité directe du Groupe BIC. Ensuite *via* l'achat de matières premières (plastique, métal, etc.) et dont l'extraction peut avoir un impact sur la biodiversité. De la même façon, le transport mandaté par le Groupe peut porter atteinte à la biodiversité.

En réponse au premier enjeu considéré comme prioritaire, BIC s'est concentré sur une « approche sites » pour l'intégration de la thématique biodiversité dans son Programme.

◆ Démarche

Une première analyse cartographique du contexte environnant de chaque usine BIC a été réalisée afin de répertorier les zones sensibles aux alentours et hiérarchiser les risques d'impacts des usines sur la biodiversité remarquable locale. La grande majorité des usines BIC est localisée dans des zones non sensibles, voire industrielles et son emprise foncière ainsi que son fonctionnement ne présentent *a priori* pas de risque pour ces zones.

◆ Réalisations de l'année

Pour la cinquième année, en 2015, BIC centralise les obligations réglementaires applicables aux sites de production au regard de la protection de la biodiversité et recense les actions mises en place. Ce *monitoring* a permis de confirmer que l'ensemble des sites est en conformité. Lorsque des obligations existent, les systèmes de management couvrent la problématique et permettent d'assurer un suivi.

◆ Perspectives

Une analyse plus fine, notamment selon l'activité précise du site, sera conduite dans les années à venir pour les sites à proximité d'une zone protégée, de concert avec ces mêmes sites. BIC évaluera de cette manière la nécessité de mettre en place des actions de préservation de la biodiversité locale.

2.3.2. NOS ACTIVITÉS DE TRANSPORT

◆ Enjeux

L'objectif de BIC en matière de gestion des transports est d'une part d'assurer la disponibilité de ses produits dans plus de trois millions de points de vente dans le monde tout en maximisant la satisfaction de ses clients et d'autre part, de réduire les impacts environnementaux liés à ses activités de transport tout en assurant les coûts les plus justes possible.

BIC réalise deux types de transport de ses produits :

- le transport dit d'approche, soit l'ensemble des liaisons usine-usine et usine-entrepôt (inter et intracontinental) ;
- le transport de distribution, soit les liaisons entre les usines ou les entrepôts et le client final.

Pour le Groupe, du fait de l'impact environnemental et financier du recours au fret aérien, le défi majeur réside dans sa capacité à le maintenir à un niveau aussi faible que possible. En effet, avec seulement 1,4 % des tonnages transportés en avion, le fret aérien est le mode de transport le plus émetteur de GES : il représente 58,9 % des émissions liées au transport en 2015.

◆ Démarche et réalisations de l'année

En premier lieu, c'est la répartition des usines BIC à travers le monde qui tend à limiter le transport de ses produits. En effet, en moyenne, 58 % des produits de l'activité Grand Public vendus sur un continent sont fabriqués sur ce même continent (88 % en Europe et 46 % aux Amériques).



NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

La responsabilité environnementale liée à nos opérations

Pour les produits de l'activité Grand Public

- **88 % des produits vendus en Europe y sont fabriqués**
- **46 % des produits vendus aux Amériques y sont fabriqués**

De plus, BIC a fait le choix d'externaliser l'exécution de ses transports, tout en gardant une expertise interne forte relative à la gestion des prestataires, à l'ingénierie de flux et à la maîtrise des outils de gestion du transport. En effet, seul un travail spécifique sur chaque flux permet à la fois d'en réduire les impacts environnementaux tout en garantissant la qualité et la compétitivité du transport.

Animée par la « Communauté Transport », composée de tous les décisionnaires du transport du Groupe, la démarche transport responsable est déployée en trois axes :

- développer la prise de conscience et mesurer les émissions ;
- optimiser les expéditions et les routes ;
- sélectionner des transporteurs responsables.

En 2014, pour concentrer les efforts du Groupe sur la réduction du fret aérien, BIC a fait le choix d'y consacrer l'Engagement #6 de son nouveau Baromètre (voir page 43). Pour aller plus loin, BIC étudie la mise en place d'un dispositif de compensation des émissions liées à ce mode de transport.

Développer la prise de conscience et mesurer les émissions

Comme toute fonction relative à la *supply-chain*, l'optimisation du transport est une responsabilité partagée par plusieurs équipes chez BIC : de la production au transport de distribution, en passant par les ventes et la gestion des entrepôts.

En 2015, de nouveaux pays des zones Moyen-Orient, Afrique, Océanie et l'Australie ont intégré la « Communauté Transport », élargissant ainsi le partage des connaissances au sein du Groupe. Depuis 2014, la « Communauté Transport » associe étroitement les Catégories (papeterie, briquets, rasoirs) à ses travaux et anime un groupe de travail chargé d'identifier les solutions pour une réduction importante et pérenne du transport aérien. Elle a poursuivi en 2015 ses consultations d'experts et ses coopérations avec les clients. Des transporteurs engagés dans le domaine du développement durable sont régulièrement consultés sur des sujets tels que la mutualisation des convois, la réduction des émissions de GES, l'optimisation des routes.

Depuis 2014, le fret par transport aérien est suivi chaque trimestre et fait l'objet d'un *reporting* aux équipes dirigeantes de chaque zone. Avec ce suivi régulier, la Communauté Transport renforce la prise en compte de l'enjeu au plus haut niveau.

Optimiser les expéditions et les routes

En transport, les leviers principaux de réduction des émissions sont la réduction du kilométrage, le choix modal et l'optimisation du chargement. Les équipes logistiques de BIC travaillent sur ces trois axes, en collaboration avec les autres fonctions comme les Ventes ou les Usines mais aussi les prestataires.

De nombreuses actions ont été mises en place en 2015 pour optimiser les expéditions et les routes :

- depuis 2014, le transport des rasoirs de Grèce vers le Mexique est optimisé grâce à l'expédition de têtes de rasoirs, par la suite assemblées à des manches sur le site de Saltillo (Mexique). En 2015, cette optimisation a permis la réduction du nombre de conteneurs expédiés de 18 à 14, soit une diminution de 22 % ;
- la part du transport multimodal train/route depuis l'usine d'emballage de rasoirs de Saltillo (Mexique) vers l'entrepôt de Charlotte (États-Unis) a continué de croître en 2015 pour atteindre plus de 76 %, permettant ainsi d'éviter l'émission de 747 teqCO₂ ;
- en 2015, près de 40 % des expéditions arrivant au Mexique par voie maritime sont acheminées par voie ferroviaire jusqu'à l'usine du Mexique ;
- l'ouverture d'une nouvelle filiale au Maroc avec l'installation d'un nouvel entrepôt à Casablanca et l'installation d'une usine d'emballages à Dubaï, permettront de réduire l'empreinte carbone de la logistique en Afrique du Nord et au Moyen-Orient. De plus, des efforts permanents sont réalisés pour optimiser le remplissage des conteneurs.

Sélectionner des prestataires responsables

Ce sont les transporteurs choisis par BIC qui effectuent les opérations logistiques. Ce sont donc leurs équipements, méthodes et systèmes de contrôle qui déterminent en grande partie le niveau d'émissions de GES : modernité de la flotte, formations à l'écoconduite, bridage des moteurs, technologie des pneus, capacité de mesure des émissions, etc.

En lien avec la politique d'achats responsables du Groupe, BIC sélectionne des transporteurs lui permettant d'améliorer l'empreinte environnementale de ses activités de transport : aux États-Unis et au Canada par exemple, la sélection d'un transporteur est conditionnée à la détention de la certification SmartWay®. Lancé en 2014, SmartWay® est un programme de l'Agence de Protection de l'Environnement américaine visant à réduire les émissions de GES et la pollution de l'air liées au transport.

Afin d'accompagner les prestataires de transport vers des pratiques responsables, BIC a développé une politique d'achats exigeante en matière de développement durable et intégré le critère de réduction des émissions de GES dans la sélection des transporteurs.

Enfin, pour inciter l'engagement de ses transporteurs en matière de responsabilité de l'entreprise, BIC a rendu son Code de Conduite applicable aux prestataires logistiques. Ce Code de Conduite amendé a été mis à disposition de toutes les équipes transport du Groupe à travers le monde afin de le mettre en pratique avec leurs prestataires. Pour accompagner leurs prestataires de transport, les équipes brésiliennes ont développé en 2015 une méthodologie d'évaluation de la démarche du transporteur au regard des exigences du Code de Conduite de BIC, avec pour objectif de valoriser les démarches les plus engagées.

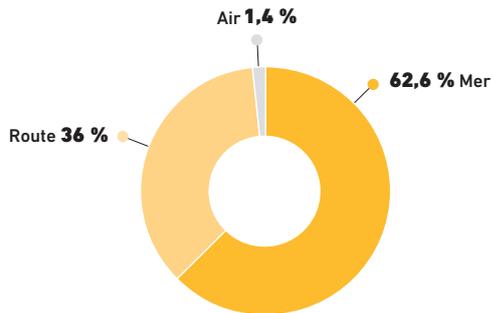




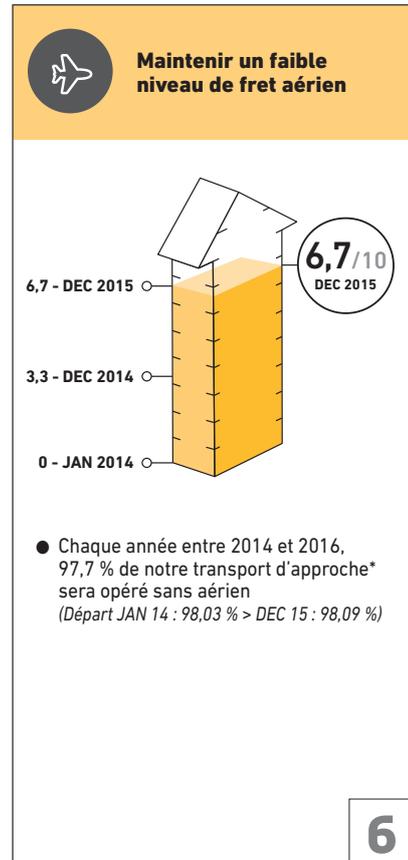
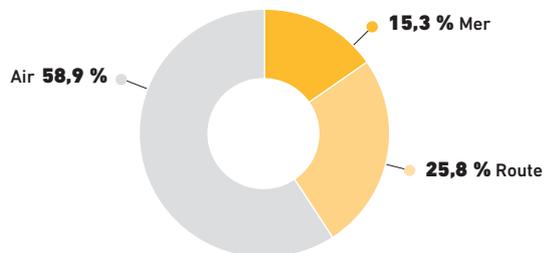
◆ Performances

Pour 95 % des appels d'offres de transport du Groupe, la réduction des émissions de GES est un critère de sélection

RÉPARTITION DES TONNAGES TRANSPORTÉS PAR MODE DE TRANSPORT - EN % DU TOTAL



RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE GES PAR MODE DE TRANSPORT - EN % DU TOTAL



* Exprimé en tonnes-kilomètres.

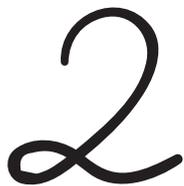
BILAN 2015 : L'objectif est de maintenir pour chacune des trois années un niveau de transport aérien bas. Cet objectif a de nouveau été atteint pour l'année 2015.

◆ Perspectives

En 2016, les programmes déjà lancés seront poursuivis et d'autres sont prévus :

- une route plus directe – qui ne passera plus par le Mexique – de la France vers l'Amérique centrale (Guatemala, République Dominicaine, Honduras) sera ouverte en 2016 qui permettra de réduire les coûts et les émissions de GES liés au transport ;
- le reporting trimestriel sur l'usage du fret aérien, complet pour la première année en 2015, sera analysé dans le détail et un plan d'action sera défini ;
- une étude d'évaluation du transport maritime à l'échelle du Groupe sera réalisée ;
- l'accent sera également mis sur l'optimisation du transport des emballages et la réduction des émissions de GES associées.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

La responsabilité environnementale liée à nos opérations

2.3.3. NOS ACTIVITÉS COMMERCIALES ET DE SUPPORT

◆ Enjeux

Dans un souci d'exemplarité, la démarche de développement durable de BIC concerne toutes ses activités, y compris les activités de bureau.

◆ Démarche et réalisations de l'année

Empreinte environnementale des activités commerciales et de support

Dès 2006, BIC avait mesuré les émissions de GES de son siège social de Clichy (France). Un Bilan Carbone® avait été réalisé sur les données de 2005, prenant en compte l'ensemble des activités du siège social. Le profil d'émissions est celui d'une activité de bureau, dont les principaux impacts concernent :

- le transport du personnel ; dont les émissions se répartissaient comme suit : les déplacements en avion représentaient 73 % des émissions liées au transport et les déplacements des véhicules BIC (force de vente principalement) représentaient plus de 10 % des émissions liées au transport ;
- les émissions des prestataires de services ;
- l'électricité : le chauffage et les appareils.

Flotte d'entreprise

La gestion des véhicules d'entreprise est faite localement dans les continents qui disposent de politiques locales, lesquelles intègrent l'environnement et la sécurité notamment par le moyen d'indicateurs de suivi, par exemple des émissions de GES de leur flotte ou des accidents.

En 2015, les taux moyens d'émissions de GES ont baissé pour les véhicules de forces de vente de 111,9 à 105,9 g eqCO₂/km et ceux des commerciaux des bureaux de 120 à 112,9 g eqCO₂/km.

En France en 2015, BIC enregistre une augmentation du nombre d'accidents avec les véhicules d'entreprise, notamment liée aux conditions météorologiques difficiles.

Reporting des principaux sièges sociaux

Depuis 2014, BIC a mis en place un reporting sur ses trois principaux sièges sociaux : Clichy (France), Shelton (États-Unis) et Cajamar (Brésil).

Environnement

En 2015, les sièges de BIC ont consommé 0,80 GJ/m². Cette performance, relativement stable par rapport à 2014, est influencée par différents facteurs, dont certains propres à chaque site :

- le site de Clichy a mis en place un programme de réduction de ses consommations d'énergie depuis 2014, avec notamment un arrêt de l'unité de traitement d'air pendant les week-ends et la nuit. Depuis 2015, un rideau d'air chaud installé au niveau de l'accès arrière favorise l'isolation du bâtiment. Un audit énergétique du siège de Clichy a également été initié afin d'établir les coûts et bénéfices des scénarii d'améliorations possibles;
- le site de Shelton a été conçu selon les standards du LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), certifié « bâtiment durable » par le *Green Building Council* américain en mai 2009. Ce label renommé au niveau international est une marque de reconnaissance pour un bâtiment à haute performance environnementale du point de vue de sa conception

et de sa construction. Ce site dispose également d'un important *data-center* influençant grandement sa consommation d'énergie ;

- le site de Cajamar dispose d'activités de production pouvant entraîner une consommation d'énergie plus importante que des activités de bureau classiques.

Les émissions associées à la consommation d'énergie des sites de BIC représentent près de 2 170 teqCO₂, dont 1 933 teqCO₂ d'émissions indirectes et 237 teqCO₂ d'émissions directes. Le site de Shelton achète par ailleurs des certificats d'énergies renouvelables couvrant 100 % des consommations électriques du site.

En 2015, la consommation d'eau a augmenté de 2 % et s'est élevée à 17 473 m³, soit 19 m³/poste de travail occupé. La consommation de papier, principale matière première des activités de bureau, a diminué en 2015 pour atteindre 22 tonnes, soit 23 kg/poste de travail occupé.

La production de déchets s'est, quant à elle, élevée à 279 tonnes, en hausse de 10 % par rapport à 2014 du fait notamment de l'intégration des déchets liés au restaurant d'entreprise à Clichy et à l'augmentation des effectifs à Cajamar. Concernant le siège de Shelton, 100 % des déchets produits sont valorisés. Les trois sites disposent de programmes spécifiques concernant la fin de vie du matériel informatique. En 2015, 69 écrans collectés sur le siège de Clichy (France) ont été donnés au Collège Albert Camus (France), les équipements qui ne peuvent pas être réutilisés sont donnés à une association qui emploie des personnes en situation de handicap, qui les démontent et en récupèrent les pièces.

Quatre bornes de recharge de voiture électrique ont par ailleurs été aménagées en 2014 sur le site de Clichy. Les visiteurs peuvent ainsi désormais se rendre sur le site avec leur véhicule électrique et les salariés ont à leur disposition une voiture électrique pour leurs déplacements professionnels. En 2015, les parcs à vélos ont été réaménagés pour favoriser l'accès au site des collaborateurs cyclistes.

◆ Perspectives

Sur le site de Clichy, une étude est prévue pour le réaménagement de l'espace réservé à la cantine avec pour objectif une utilisation en dehors des horaires de déjeuner : cet espace lumineux et chauffé pourrait en effet être transformé en un lieu d'échanges et de travail collaboratif en dehors des heures de repas.

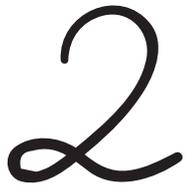
Green IT (technologies de l'information vertes)

Les services de support informatique participent à la démarche de développement durable du Groupe BIC directement dans les choix d'équipements informatiques économes en énergie et en proposant aux collaborateurs du Groupe des solutions et des outils leur permettant de réduire leur empreinte environnementale dans l'exercice de leurs activités.

À travers les filiales du Groupe, diverses initiatives de *Green IT* ont été mises en place ces dernières années. Le nombre de serveurs informatiques a été considérablement réduit grâce à la virtualisation, ce qui permet d'importantes économies d'énergie tout en assurant des performances et une qualité de service égales.

Depuis 2012, la virtualisation est en cours sur l'ensemble des serveurs du Groupe, qu'ils soient détenus en propre ou externalisés. Cette virtualisation permet de réduire le nombre de machines et de recourir à des machines toujours plus performantes, minimisant ainsi les consommations d'énergie pour le refroidissement. En 2015, grâce à la virtualisation de 30 nouvelles machines sur le site de Clichy (France), à l'arrêt de dispositifs anciens et à la rationalisation des dispositifs de stockage, la consommation d'électricité a diminué de 20 %.





Les nouvelles applications partagées par des utilisateurs dans tout le Groupe sont installées en *cloud*, c'est-à-dire sur des serveurs virtuels, externalisés et donc mutualisés. Cette virtualisation est régulièrement optimisée pour une réduction des coûts et des consommations d'énergie. Les applications sont paramétrées pour une mise en veille automatique et dans une recherche d'ergonomie : seules les fonctions utiles des logiciels sont activées, ce qui permet d'optimiser la consommation d'énergie liée à leur usage. Le choix des prestataires pour le *cloud* externalisé est systématiquement conditionné à la détention d'une certification ISO 27001, garantissant la sécurité des données.

Les outils *Skype for Business* proposent un chat interne, une vidéoconférence et la fonction *Live meeting*, qui permet à plusieurs collaborateurs, chacun connecté à son poste, de voir à l'écran le document commenté ou modifié par l'administrateur de la réunion. Cela permet notamment aux salariés effectuant de nombreux déplacements de réduire leurs trajets et de travailler plus rapidement. Depuis 2013, dans les zones Europe et Moyen-Orient, Afrique, 100 % des collaborateurs disposant d'un ordinateur sont

équipés de *Skype for Business*, ce qui porte à plus de 2 200 ses utilisateurs. Le siège de Clichy (France) est équipé de quatre salles de visioconférence et près de 15 filiales de BIC en Europe disposent d'au moins une salle équipée. À titre d'exemple, depuis 2009, des *Live meetings* multisites réunissent les 25 représentants du Comité de Développement Durable répartis sur sept sites différents : Clichy, et Redon en France, Athènes en Grèce, Shelton aux États-Unis, Toronto au Canada, Johannesburg en Afrique du Sud et São Paulo au Brésil.

◆ Perspectives

La migration vers le *cloud* sera poursuivie en 2016. Elle est notamment prévue pour l'outil de planification des ventes pour la zone Europe qui concerne plus de 600 utilisateurs dans le Groupe. Enfin, elle est prévue pour le pack d'applications de bureautique qui sera mis à la disposition de l'ensemble des collaborateurs de BIC.

Le Groupe prévoit le recrutement d'une personne dont le poste sera en partie dédié à la sécurité des données, des installations et à l'animation de la démarche de *Green IT*.





2.4. Notre responsabilité sociale envers nos salariés

Les femmes et les hommes qui composent le Groupe BIC sont les acteurs de son succès depuis sa création. Avec des usines sur tous les continents, des équipes dans 57 pays pour distribuer ses produits dans plus de 3,2 millions de points de vente à travers le monde, BIC est fort d'une culture commune, enrichie des spécificités locales. L'enjeu de l'organisation des Ressources Humaines est donc de continuer à construire cette culture commune fondée sur les valeurs et la philosophie de BIC, à travers des frontières géographiques, métiers et organisationnelles. Des référentiels communs, issus de l'histoire de BIC et au service des objectifs industriels et commerciaux d'aujourd'hui et de demain, sont déployés pour développer les compétences et l'engagement de tous, tout en préservant la santé, la sécurité et le bien-être de chacun. BIC s'emploie, avec ses partenaires sociaux, à créer un environnement favorable au développement des collaborateurs et de l'entreprise sur le long terme.

2.4.1. LES EFFECTIFS

Les paragraphes suivants présentent les effectifs BIC en 2015 et leurs évolutions.

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, BIC comptait au total 9 640 salariés permanents et 1 504 temporaires à travers 57 pays dans le monde.

Les sept entités juridiques de Cello Pens qui ont rejoint le Groupe BIC en 2013 reportaient 8 165 salariés permanents et 2 316 temporaires présents au 31 décembre 2015.

Au total, le Groupe reportait 17 805 salariés permanents et 3 820 temporaires.

2.4.1.1. Les effectifs par zone géographique et par pôle d'activité

Les variations du nombre de salariés par zone géographique se présentent comme suit :

EFFECTIF PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE - EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN AU 31 DÉCEMBRE (HORS CELLO PENS)

Effectif par zone géographique	Décembre 2013	Décembre 2014	Décembre 2015	Variation 2015/2014
Europe	3 758	3 850	3 928	+ 2,0 %
Amérique du Nord	2 254	2 311	2 317	+ 0,2 %
Marchés en croissance	3 361	3 389	3 395	+ 0,2 %
TOTAL EFFECTIFS PERMANENTS	9 373	9 550	9 640	+ 1,0 %
Temporaires	1 389	1 475	1 504	+ 2,0 %
TOTAL	10 762	11 025	11 144	+ 1,1 %

En 2015, les effectifs permanents sont en hausse de 1 %.

Cette variation s'explique par la hausse des effectifs dans l'usine au Brésil (+ 43 dans l'usine de Manaus), en Grèce (+ 29 dans l'usine rasoirs) et en Chine (+ 24 dans l'usine briquets). Les effectifs de la branche BIC Graphic restent stables en 2015 par rapport à 2014.

L'effectif permanent (en contrat à durée indéterminée) représente 87 % de l'effectif total du Groupe. L'effectif temporaire représente 13 % de l'effectif total du Groupe, réparti entre personnel

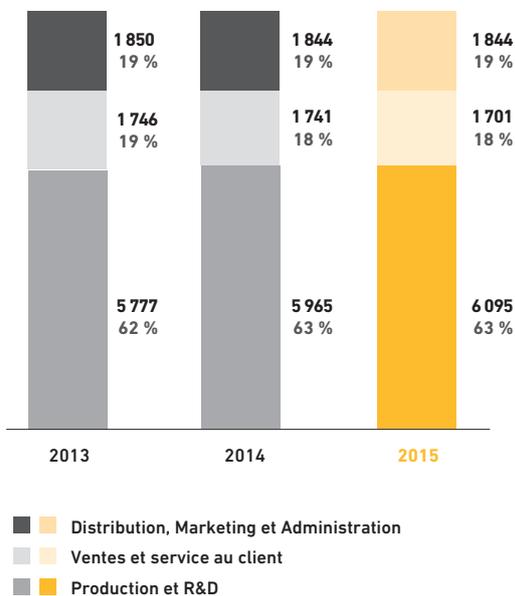
intérimaire, contrats à durée déterminée et stagiaires d'école ou d'université. Le nombre de temporaires à fin décembre 2015 est plus important qu'à fin 2014 : + 29 (1 504 vs. 1 475).

Comme l'année précédente, les travailleurs temporaires sont employés en production (69 % des effectifs temporaires), en support à la vente (23 %) et dans la distribution et l'administration (8 %), essentiellement en raison de la forte saisonnalité des activités de BIC.





EFFECTIFS PERMANENTS PAR PÔLE D'ACTIVITÉ (HORS CELLO PENS)

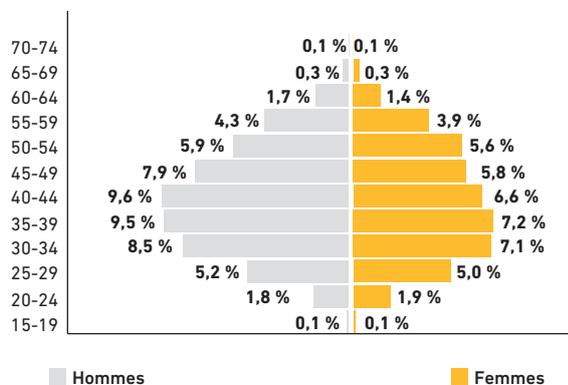


La répartition des effectifs par pôle d'activité est constante depuis plusieurs années, ce qui traduit la stabilité du mode d'organisation.

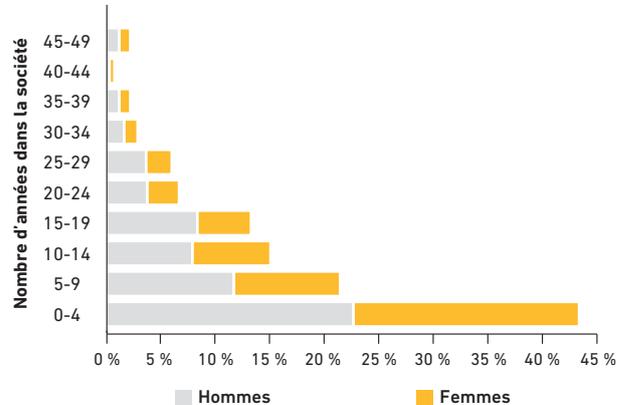
2.4.1.2. L'âge et l'ancienneté

En novembre 2014, une analyse approfondie a montré que les salariés de BIC avaient un âge moyen de 41 ans et une ancienneté moyenne de dix ans. La pyramide des âges 2014 montre que toutes les tranches d'âge sont représentées. La pyramide des anciennetés 2014 montre la fidélité des salariés de BIC, puisque 29 % ont plus de 15 ans d'ancienneté et 500 collaborateurs ont plus de 30 ans d'ancienneté.

PYRAMIDE DES ÂGES - 2014 (HORS CELLO PENS)



PYRAMIDE DES ANCIENNETÉS - 2014 (HORS CELLO PENS)



Effectif couvert par les deux indicateurs ci-dessus : 9 484 salariés permanents en 2014.

2.4.1.3. La répartition des effectifs par statut professionnel

EFFECTIFS PERMANENTS PAR STATUT PROFESSIONNEL (HORS CELLO PENS)

	Décembre 2013	Décembre 2014	Décembre 2015	Variation 2015/2014
Managers	2 440 (26 %)	2 513 (26 %)	2 680 (28 %)	+ 6,6 %
Non-managers	6 933 (74 %)	7 037 (74 %)	6 960 (72 %)	- 1,1 %

Les managers représentent en 2015 environ 28 % des effectifs permanents du Groupe. Selon la définition du Groupe BIC, la caractéristique principale d'un manager est qu'il coordonne un ensemble de moyens qui lui sont confiés, avec le degré d'autonomie et de responsabilité nécessaire à la réalisation d'objectifs au moins annuels. Le management peut porter sur une équipe, sur des projets, sur un processus, sur une technique ou sur un portefeuille de clients ou de fournisseurs.

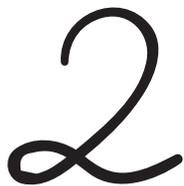
2.4.1.4. Les embauches et licenciements (hors Cello Pens)

Pour ses recrutements, le Groupe a développé depuis plusieurs années une politique de mobilité et de promotion interne active, qui s'appuie sur des outils de gestion de carrière (Plan de Développement Individuel, Plan de Succession, accélérateurs de talents, etc.) qui sont utilisés efficacement.

Le Groupe a réalisé **335 recrutements** externes de cadres et **1 014 recrutements** d'ouvriers et employés. Ces chiffres sont en progression de 20 % par rapport à 2014. En 2015, le taux d'embauche externe est de 12 % pour les managers et de 15 % pour les autres collaborateurs.

Le Groupe ne connaît pas de difficulté de recrutement externe, grâce à l'utilisation d'outils innovants et qualitatifs (LinkedIn) qui valorisent la notoriété de l'entreprise sur le marché de l'emploi international et grâce à la collaboration avec des cabinets de recrutement



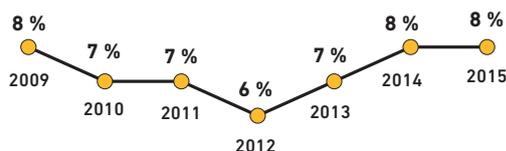


NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Notre responsabilité sociale envers nos salariés

spécialisés de renommée internationale. En interne, le Groupe a renforcé, depuis plusieurs années, les compétences de ses managers aux techniques de recrutement et a développé une nouvelle procédure de sélection et de traçabilité plus performante.

TAUX DE DÉPART VOLONTAIRE



Le taux de départ volontaire du Groupe, hors Cello Pens, est de 8 %, ce qui correspond à 737 démissions et départs en retraite. En 2015, le taux le plus élevé du Groupe est en Amérique du Nord (11 %), en hausse de 2 points par rapport à 2014 (9 %). L'Asie connaît une baisse de 20 points du taux de départs volontaires, 10 % en 2015 contre 30 % en 2014. Depuis deux ans, l'Europe est le continent avec le moins de départs volontaires (4 %) dus à la grande stabilité des effectifs dans les usines.

Le taux de départ volontaire faible et stable est également la marque de l'engagement des salariés et de leur adhésion aux valeurs de l'entreprise.

Le Groupe a effectué 480 licenciements en 2015 dont près de 50 % en Amérique latine, surtout au Mexique (106) et au Brésil (76). BIC connaît une grande croissance dans ces deux pays, entraînant l'ajustement des effectifs à la hausse. Dans ce contexte, de nombreuses réorganisations sont en cours et ont entraîné des suppressions de postes et des licenciements de profils non adaptés à ces futures organisations.

Dans le cas de **réorganisations des effectifs**, la politique du Groupe est de garantir *a minima* le respect des obligations légales locales, en concertation avec les partenaires sociaux, de favoriser le reclassement des personnes chaque fois que cela est possible et d'attribuer des indemnités de départ supérieures au minimum légal.

2.4.1.5. Les effectifs Cello Pens

En 2015, les effectifs permanents de Cello Pens sont répartis par pôle d'activité comme suit :

- Production : 7 489 (92 %)
- Ventes : 525 (6 %)
- Distribution, Marketing & Administration : 151 (2 %)

Les managers représentent environ 2 % des effectifs permanents de Cello Pens.

2.4.2. LE PARTAGE DES VALEURS ET LES DISPOSITIFS D'ÉCOUTE

◆ Enjeux

La philosophie du Groupe, « Se fonder sur nos valeurs. Inventer le futur », symbolise chez BIC à la fois le respect de son héritage, clé

(1) Ces taux d'adhésion représentent le cumul des réponses qualifiant les Valeurs du Groupe comme étant « toujours » et « souvent » en application.

de son succès, et la manière dont ses collaborateurs construiront ensemble l'avenir du Groupe. L'héritage de BIC comprend à la fois un esprit d'entrepreneur, des produits devenus des icônes sur leurs marchés, une qualité sans faille, l'attention aux détails et l'engagement des collaborateurs qui ont construit la marque BIC®.

Cette philosophie constitue un élément central de la culture de BIC et trouve sa source dans ses cinq Valeurs communes : l'Éthique, la Responsabilité, l'Esprit d'équipe, la Simplicité et l'Ingéniosité.

BIC est à l'écoute de ses salariés et sollicite régulièrement l'avis de chacun sur le Groupe, son environnement de travail et sa perception des programmes.

◆ Démarche

Depuis 2005, BIC mène tous les deux ans une enquête d'adhésion aux Valeurs. Cette enquête fait partie du programme « Les Valeurs en Action » et mesure la différence entre les Valeurs telles qu'elles sont définies par les outils de communication et telles qu'elles sont réellement vécues par les salariés dans leur travail.

Les prix « Valeurs en Action » sont une autre partie du programme. Chaque année, ces prix sont attribués aux collaborateurs qui incarnent et excellent au travail dans certaines Valeurs BIC. À ce jour, plus de 970 collaborateurs ont été reconnus au sein de ce programme, débuté en 2006.

Par ailleurs, BIC mène, tous les deux ans, une enquête auprès des salariés pour comprendre leur degré d'engagement et les leviers de cet engagement (conditions de travail, valorisation de l'individu, autonomie, opportunités de carrière, efficacité managériale).

Enfin depuis 2011, le Groupe réalise une enquête bisannuelle sur le Programme BIC de Développement Durable. Menée par une société indépendante auprès de 5 500 collaborateurs dans le monde entier, elle permet de mieux comprendre les perceptions et attentes en matière de développement durable dans le Groupe.

◆ Performances et réalisations de l'année

L'enquête d'adhésion aux Valeurs

En juin 2015, pour la sixième fois, BIC a réalisé l'enquête Valeurs. Cette année, le périmètre a été élargi à 9 485 salariés, contre 8 992 en 2013 et le taux de participation enregistré est de 85 %, stable en comparaison avec 2013 (84 %). Cette enquête évalue le niveau d'application des cinq Valeurs dans le Groupe BIC et comment les collaborateurs les vivent au quotidien dans leur entité ou filiale. En 2015, les résultats de l'enquête montrent un taux d'adhésion à l'ensemble des valeurs de 85 %, soit une augmentation de 10 points depuis la première édition de l'enquête en 2005.

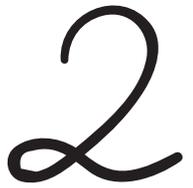
Les bons résultats obtenus en 2013 se maintiennent en 2015, avec la Responsabilité (89 % d'adhésion⁽¹⁾) et l'Éthique (88,5 %) qui restent les deux Valeurs les plus fortes. L'Esprit d'équipe qui avait progressé de 6 points en 2013 se maintient avec 81 % d'adhésion.

Suite à cette enquête, les résultats ont été partagés avec les équipes dans les entités et les filiales et leur analyse a permis de vérifier l'impact des plans d'actions déployés suite à l'enquête d'engagement menée en 2014.

L'enquête d'engagement

Cette enquête, réalisée tous les deux ans, permet de mesurer l'engagement des salariés et ses principaux leviers. Elle est l'occasion pour les salariés d'exprimer leur opinion et pour le Groupe de lancer des actions pour répondre aux opportunités d'amélioration identifiées.





Les résultats de l'enquête d'engagement menée en 2014 sur un périmètre couvrant plus de 9 000 salariés montrent un très fort taux de participation de 90 % pour un taux d'engagement global de 85 %, qui place BIC dans la catégorie des « Entreprises de Haute Performance » de Towers Watson. Les points forts du Groupe sont notamment : la bonne compréhension des objectifs, la perception de BIC comme une entreprise responsable et la conciliation des obligations professionnelles et de la vie personnelle.

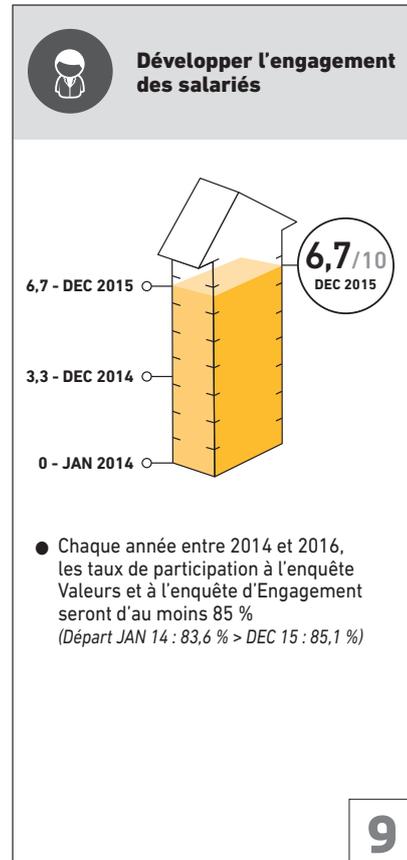
L'enquête sur le développement durable

En décembre 2013, et pour la seconde fois, BIC avait mené une enquête sur le Programme interne de Développement Durable. Le taux de participation avait été de 40 % (39 % en 2011). Les résultats montraient que 86 % des salariés se disent concernés par le développement durable, un taux quasiment identique à celui de 2011, mais le nombre de salariés se disant très concernés a augmenté significativement (33 % contre 24 % en 2011). 94 % des salariés disaient connaître le Programme BIC de Développement Durable, soit 5 points de plus qu'en 2011. Les salariés les plus récemment arrivés étaient également plus nombreux à dire connaître le Programme (88 %). 99 % des répondants estimaient que le Programme était important pour le Groupe, un taux très haut et plus élevé qu'en 2011 (+ 5 points). Mais c'est surtout la part de salariés déclarant que le Programme est indispensable qui avait fortement augmenté.

Perspectives

BIC poursuivra son programme d'enquêtes auprès de ses collaborateurs. À partir de 2016, l'enquête d'Engagement et l'enquête d'adhésion aux Valeurs seront regroupées en une seule enquête, menée tous les deux ans avec toujours pour objectif d'être à l'écoute des collaborateurs et de mettre en place les plans d'amélioration attendus. La troisième enquête sur le Programme BIC de Développement Durable aura lieu au premier trimestre 2016.

Performances



BILAN 2015 : L'objectif est atteint pour l'année 2015 car l'enquête Valeurs a enregistré un taux de participation de 85,1 % sur un périmètre de 83,1 % des effectifs permanents et temporaires.





2.4.3. LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

◆ Enjeux

La sécurité au travail est une priorité fondamentale pour le Groupe BIC. Les activités de BIC, industrielles et commerciales, exposent les travailleurs à des risques physiques (mécaniques, chimiques) qui diffèrent en nature et en intensité d'un métier à l'autre (sièges, usines, forces de vente). En matière de sécurité au travail, il s'agit pour le Groupe de garantir l'intégrité physique de ses collaborateurs par la prévention des accidents du travail. Pour cela, le Groupe met en œuvre tous les leviers utiles : le management de la santé et sécurité, l'amélioration permanente des environnements et de l'organisation du temps de travail et la sensibilisation des personnes aux enjeux de sécurité.

◆ Démarche

BIC met en place des actions qui permettent de garantir un environnement de travail en faveur de l'intégrité physique de ses collaborateurs, notamment en déployant **des systèmes de management de la sécurité sur les sites de production. La Politique Santé, Sécurité, Environnement (SSE)** de BIC engage le Groupe à prévenir ou, tout du moins, réduire les risques pour la santé et la sécurité des salariés, des sous-traitants et du voisinage des usines. Cette politique est affichée dans les sites de production. BIC en assure la mise en œuvre par le déploiement et le maintien au quotidien de systèmes de management santé et sécurité, qui couvrent les risques propres aux différents métiers du Groupe. Une équipe de trois experts SSE est d'ailleurs en charge d'accompagner les sites dans le déploiement et le suivi des programmes de réduction des risques santé et sécurité des salariés. Depuis 2011, les trois usines de rasoirs ont poussé cette démarche jusqu'à l'obtention d'un triple certificat : Sécurité, Qualité, Environnement.

Les autoévaluations sur le respect du Code de Conduite dans les usines viennent renforcer ce dispositif. Par exemple, dans les usines BIC, l'organisation du travail est encadrée par les lois locales, mais aussi par le Code de Conduite du Groupe, qui reprend les conventions de l'Organisation Internationale du Travail. Le niveau d'heures supplémentaires réalisées est notamment strictement mesuré et encadré dans les établissements concernés.

En outre, depuis 2013, un **reporting des indicateurs de taux de fréquence et de taux de gravité des accidents du travail** est réalisé dans les trois principaux sièges sociaux du Groupe situés à Clichy (France), Shelton (États-Unis) et São Paulo (Brésil). La mise en place de ce système de mesure est la première étape d'une démarche plus poussée d'amélioration des conditions de travail et de prévention des accidents au sein de nos sièges sociaux.

◆ Réalisations de l'année

En 2015, une nouvelle session d'audits sociaux a été lancée auprès de l'ensemble des usines BIC dans le monde. Les thèmes et questions, autour de la santé et de la sécurité, revus en 2014, ont permis d'insuffler une nouvelle dynamique, et une nouvelle méthode d'interrogation est en test. Pour compléter les autoévaluations, certaines usines BIC ont été auditées selon le protocole WCA (voir page 63) utilisé pour les audits des fabricants sous contrat. Un audit WCA a été réalisé à l'usine de Mexico par une agence d'audit externe.

Chaque année, les usines et sites du Groupe améliorent les conditions de sécurité au travail par des initiatives de diverses natures. Quelques exemples en 2015 :

- les usines de BIC Graphic à Tarragone (Espagne) et de BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis) ont animé des formations à destination de l'encadrement et de la Direction pour améliorer le management hygiène, santé, environnement, comportant les modules suivants :

suivi des incidents et *reporting*, ergonomie, protection des machines, sensibilisation aux risques chimiques, manipulation et étiquetage. Des plans d'actions ont également été mis en place pour continuer à progresser ;

- l'usine BIC Viorex (Grèce) a déployé en 2015 des formations hygiène & santé, destinées en priorité aux salariés de la production, de la maintenance et des laboratoires, couvrant les thèmes suivants : substances chimiques, premiers secours, protection incendie. L'amélioration du plan de circulation de l'usine a également démarré en octobre 2015, avec pour objectif de renforcer la sécurité des travailleurs, des sous-traitants et des visiteurs.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé 220 projets spécifiquement dédiés à la sécurité en 2015.

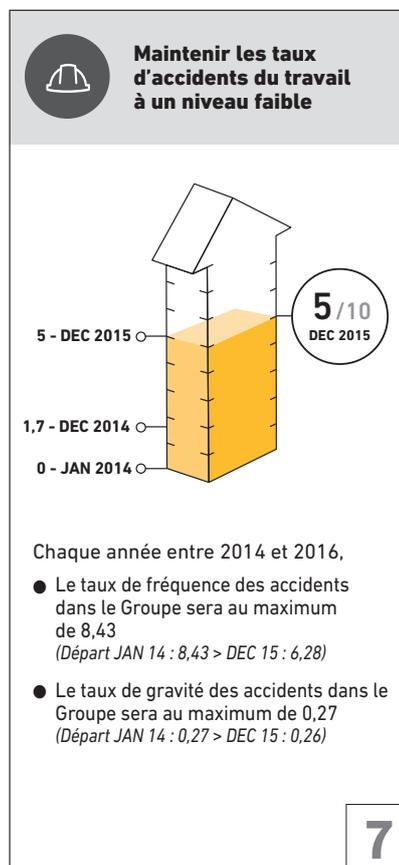
◆ Performances

En 2015, les systèmes de management santé et sécurité sont opérationnels à 88 % dans les sites BIC.

Les accidents du travail dans les usines sont majoritairement causés par des chutes au niveau du sol ou des manutentions et les maladies professionnelles, suivies uniquement en France, sont majoritairement liées à des troubles musculo-squelettiques.

En 2015, le Groupe dans ses trois principaux sièges sociaux déplore trois accidents (hors accidents de trajet) avec arrêts, soit des taux de fréquence de 1,8 et de gravité de 0,01.

Par ailleurs, en 2015, le Groupe déplore un décès par crise cardiaque sur un de ses sites industriels.

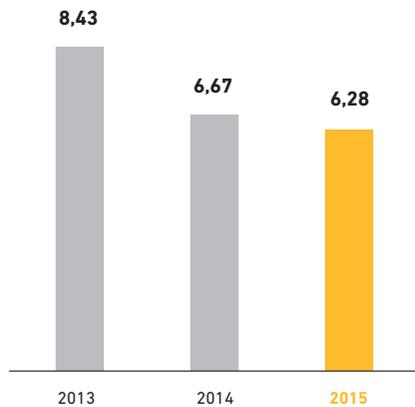


BILAN 2015 : Des progrès ont été réalisés avec un taux de fréquence et un taux de gravité maintenus à un niveau bas.

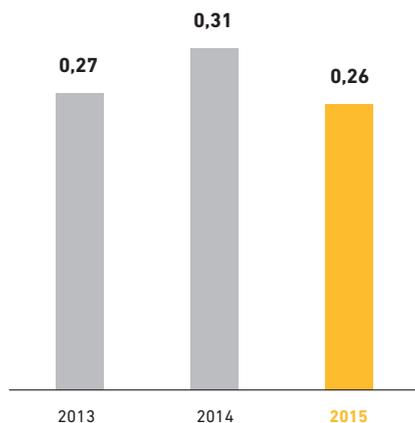




**TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL :
NOMBRE D'ACCIDENTS QUI ENGENDRENT UNE INTERRUPTION
DE TRAVAIL - PAR MILLION D'HEURES TRAVAILLÉES - USINES BIC**



**TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL : NOMBRE
DE JOURS CALENDRIERS PERDUS SUITE À UN ACCIDENT - PAR
MILLIER D'HEURES TRAVAILLÉES - USINES BIC**



◆ **Perspectives**

La catégorie papeterie se dotera dès le début de l'année 2016 d'un responsable SSE en central, en complément des responsables SSE présents dans chaque site. Ce renfort d'expertise vise une coordination encore plus efficace de l'approche SSE pour continuer de progresser dans ce domaine.

**2.4.4. LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE
AU TRAVAIL**

◆ **Enjeux**

Pour le Groupe BIC, il s'agit également de réduire la survenance des maladies professionnelles, essentiellement des troubles musculo-squelettiques et des risques psychosociaux (RPS) tels que le stress et le harcèlement. Face à ces enjeux, BIC est vigilant et souhaite progresser dans la réduction de toutes les formes de souffrance au travail.

Pour cela, articulés avec les démarches d'organisation du travail et de santé sécurité décrites précédemment, des programmes de promotion du bien-être au travail sont animés au niveau de Groupe et déployés localement selon les besoins spécifiques.

◆ **Démarche**

Le **programme mondial intitulé « Mieux vivre au travail »**, développé dans le but de proposer une ambition et une stratégie globale en matière de promotion de la qualité de vie sur le lieu de travail, continue à être développé dans de nombreux endroits. Les plans d'action ont été décidés et mis en place localement dans le cadre de ce programme mondial, en s'appuyant sur les initiatives historiquement déployées dans différents pays d'implantation du Groupe. BIC entend ainsi promouvoir le mieux-être au travail, dans l'intérêt des collaborateurs et de leur engagement. Ce faisant, le Groupe contribuera à limiter les effets du stress sur la santé des collaborateurs, quelles qu'en soient les origines : professionnelles ou privées.

Ce programme promeut des initiatives et des plans d'action aussi bien à court qu'à plus long terme, combinant des démarches réactives et préventives. Il comprend un volet complet dédié au « Rôle du Manager ». Le programme « Mieux vivre au travail » entend également se focaliser sur le contenu des responsabilités des collaborateurs ainsi que sur leur environnement de travail.

Le programme concentre ses efforts sur quatre principaux domaines :

- **la santé et le bien-être** : sécurité, activités sportives, nutrition ;
- **le rôle du manager** : notamment en matière de gestion et de prévention du stress ainsi que les nouvelles compétences requises au niveau des responsables d'équipe ;
- **l'espace et le poste de travail** : ergonomie et aménagement des espaces de travail et des parties communes ;
- **les services aux salariés** : pour leur faciliter la vie au quotidien et pour les accompagner dans leurs difficultés personnelles ou professionnelles.

Dans chacun des quatre domaines listés ci-dessus, des initiatives nouvelles ont été engagées et les programmes développés depuis plusieurs années dans les différents pays d'implantation se sont poursuivis. Les programmes les plus emblématiques sont présentés ci-après.

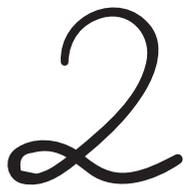
◆ **Réalisations de l'année en matière de santé et bien-être**

L'année 2015 a été marquée par de nombreuses réalisations, variables selon les contextes :

Le programme *You First by BIC* aux États-Unis

Aux États-Unis, BIC CORPORATION continue de construire un cadre permettant de mieux prendre en compte tous les aspects de la santé et du bien-être de ses salariés. En 2015, la démarche a été rendue plus visible avec la marque : *You First by BIC*, lancée avec succès.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Notre responsabilité sociale envers nos salariés

L'accent est mis sur la motivation et la responsabilisation personnelle des collaborateurs et de leur famille pour les rendre acteurs de leur santé et de leur bien-être sur trois volets : bien-être physique, bien-être psychologique et bien-être financier. L'ambition de *You First by BIC* est d'encourager un changement durable pour accompagner des équipes performantes.

Pour le bien-être physique, BIC CORPORATION continue de proposer à ses salariés, à titre préventif, plusieurs programmes de dépistage sur site (ostéoporose, glaucome, cancer de la bouche, tension artérielle, mammographie, etc.). 2015 a vu le lancement d'un service de télémédecine (MDLive) qui propose des consultations virtuelles par téléphone ou vidéo entre les salariés/leurs ayants droit et un médecin. Le participant peut ainsi bénéficier de soins médicaux pour des maladies banales (rhumes, état grippal, etc.) de façon plus pratique et moins onéreuse. Des repas sains sont proposés sur chaque site et un calendrier d'événements « bien-être » rythme l'année.

Le volet bien-être psychologique a été renforcé en 2015, par la présence de coaches santé/style de vie sur chaque site américain et disponibles pour accompagner les collaborateurs dans leurs démarches de bien-être.

Le volet bien-être financier offre aux salariés des outils leur permettant d'optimiser leurs stratégies d'épargne. Ainsi les avantages BIC – plans de retraite, d'épargne, etc. – leur sont expliqués, et des solutions sont mises en avant pour les aider à planifier leur avenir financier. L'opération pilote baptisée *Wealthcare Week* (semaine de la santé financière) à Shelton (États-Unis), a eu des répercussions positives : une part croissante de collaborateurs a diversifié son portefeuille d'épargne. D'autres opérations *Wealthcare* ont eu lieu dans d'autres sites américains, toujours en vue de sensibiliser les salariés aux stratégies d'épargne et de retraite.

Des campagnes de prévention/sensibilisation en Amérique latine

En Argentine, BIC a poursuivi ses campagnes de prévention en permettant notamment à ses salariés de faire un bilan de santé, aux frais de l'entreprise.

Les sites au Brésil (BIC Amazonia, PIMACO et le siège à Cajamar) proposent depuis plusieurs années des sessions hebdomadaires d'exercice physique en vue de réduire le stress et de prévenir les maladies professionnelles. Ces sites ont également poursuivi en 2015 leurs campagnes de prévention du cancer (sein, prostate), de vaccination contre la grippe, et de dépistage des maladies cardiaques (PIMACO).

Le site de BIC Amazonia a complété ces initiatives avec un programme de suivi de grossesse pour les femmes enceintes et avec le *Healthy BIC Project* dont l'ambition est d'encourager une « culture de la santé » parmi les salariés. Il met l'accent sur l'importance pour chacun de contrôler sa pression sanguine, son indice de masse corporelle et son taux de glycémie.

Au Mexique, un programme mensuel de communication aborde différents sujets : prévention contre l'intoxication alimentaire, prévention contre la grippe, prévention du stress, programmes de nutrition et d'exercices physiques pour la santé de tous, etc.

Enfin, à l'occasion de la semaine BIC de la santé, les équipes en Colombie ont proposé aux salariés différentes activités : visite médicale annuelle, dépistages, examen ophtalmologique...

La lutte contre le VIH/SIDA en Afrique du Sud et l'accompagnement des salariés dans le suivi de leur santé

Depuis 2000, BIC Afrique du Sud dispose d'un programme pour combattre le VIH/SIDA, dans ce pays particulièrement touché par le virus. Cette initiative est gérée par une clinique interne et par un groupe d'éducateurs composé de salariés de l'entreprise, formés chaque année. Elle comporte trois volets : l'éducation des salariés, des consultations et le dépistage volontaire pour tout salarié, permanent ou temporaire, et un programme de santé. Pour les salariés séropositifs, BIC Afrique du Sud prend en charge la majorité des dépenses médicales, ainsi 100 % des salariés qui demandent un traitement antirétroviral peuvent en bénéficier. Lorsque nécessaire, les salariés séropositifs bénéficient d'une vaccination contre l'hépatite B. L'anniversaire des 15 ans d'engagement de BIC Afrique du Sud dans la lutte contre le SIDA a été l'occasion de revenir sur les progrès réalisés et de rappeler l'importance de ne pas stigmatiser les personnes atteintes. Cette année encore, les résultats enregistrés sont bons : efficacité des traitements sur la charge virale des malades et aucun nouveau cas diagnostiqué.

La clinique interne apporte également des soins médicaux primaires pour des problèmes de santé et de maladies professionnelles, notamment pour les collaborateurs en travail posté. Ce dispensaire anime également de nombreuses campagnes de prévention et de dépistage : santé oculaire, auditive, pression sanguine, glycémie, cholestérolémie, *check-up* médical annuel complet, dépistage de différents cancers et tuberculose, etc.

Réduction de la pénibilité au travail en France

En ligne avec les engagements pris en 2012 et 2013 pour trois années en matière de pénibilité au travail en France, la mise en œuvre et la sensibilisation des employés se sont poursuivies en 2015 : formations et sensibilisation aux gestes et postures, investissements contre les nuisances sonores et pour l'ergonomie des postes de travail, aménagements pour éviter l'alternance des équipes ou atténuer la pénibilité subie par des salariés en fin de carrière.

Par ailleurs, et conformément aux évolutions réglementaires, les diagnostics de pénibilité sont mis à jour sur l'ensemble des sites sur la période 2015-2016.

Faire progresser les régimes de protection sociale proposés aux salariés BIC

Aux États-Unis, BIC CORPORATION continue d'offrir à ses salariés les meilleures couvertures de prévoyance et régimes de santé et prévoit de les élargir et de les adapter à la réforme du système de santé américain (voir Perspectives en matière de santé et bien-être).

En France, l'année 2015 a aussi été marquée par l'harmonisation des mutuelles qui a permis de pérenniser le système actuel en réduisant les coûts sur le long terme, de mettre en place un suivi plus efficace en vue d'éviter les dérives et de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux sociaux et financiers de l'assurance santé.

Dans le même objectif, BIC Iberia, en Espagne, a mis en place un régime complémentaire privé permettant aux personnes d'être mieux et plus rapidement soignées que dans le système public.

◆ Perspectives en matière de santé et bien-être

En 2016, BIC CORPORATION prévoit la mise en place d'un partenariat avec *OneExchange*, une mutuelle privée qui lui permettra d'offrir un plus large choix de prestations et de se mettre en conformité avec la réforme du système de santé américain. Dans le prolongement de la stratégie santé et bien-être du Groupe BIC, des « comptes épargne santé » seront proposés aux salariés : les initiatives prises en faveur





de leur santé leur permettront de gagner une prime financière, mobilisable lors de futures dépenses de santé.

Des « Comités Bien-être » seront mis en place dans chaque site aux États-Unis, dont la mission sera de déployer les programmes répondant aux besoins des salariés et de leurs familles. En 2016, ces comités testeront un processus de certification des programmes de santé et de bien-être, définissant des critères de responsabilisation et un système de mesure de l'atteinte des objectifs sur chaque site.

En 2016, le « compte pénibilité », qui a été mis en place en France en 2015 sur les quatre premiers critères définis par la loi, sera élargi aux huit nouveaux critères entrant en vigueur.

◆ Réalisations de l'année concernant le rôle du manager

Le comportement des managers est la clé de voûte de toute démarche de lutte contre les risques psychosociaux (RPS). Pour exercer sa responsabilité, BIC forme ses managers tant dans leurs capacités à acquérir et déployer de nouvelles compétences managériales que dans leur rôle fondamental dans la mise en place de dynamiques positives pour soi et pour ses équipes. Ils ont également pour objectif clair de savoir identifier les signaux faibles permettant de détecter une personne en difficulté et sont formés pour cela. Les formations : *My job : Manager at BIC* et *My job : Leader at BIC*, dont l'objet est d'aider les managers à mieux faire face à leurs enjeux de responsables d'équipe, vont intégrer de façon croissante cette dimension des risques psychosociaux et de gestion de stress dans leur programme.

Ainsi, en 2015, ces formations ont été rendues accessibles à une grande majorité des managers du Groupe, par le déploiement d'un réseau de formateurs locaux. Avec cette approche locale, chaque manager est formé au plus près de sa culture et de ses problématiques, afin d'être le mieux à même d'accompagner ses équipes. Cette année, les 300 managers qui ont suivi la formation *Manager at BIC* à travers le monde ont appris à identifier les « interférences » de l'environnement de chacun de leurs collaborateurs, qui sont souvent sources de stress, d'insatisfaction et de moindre performance.

Dans certaines zones, cela peut se concrétiser par des actions de management : ainsi dans le sud de l'Amérique latine (Argentine, Chili, Uruguay), les managers ont été invités à s'engager sur une feuille de route incluant la promotion des cinq Valeurs, l'amélioration du climat social par la participation au plan d'actions issu des résultats de l'enquête d'Engagement réalisée en 2014 et la réalisation d'un *feedback* régulier avec chacun de leurs collaborateurs.

Enfin, des actions spécifiques ont été menées pour des équipes identifiées comme « sous tension », notamment le développement de leurs compétences de gestion du temps pour contribuer à réduire leur stress.

◆ Réalisations de l'année concernant l'espace et le poste de travail

Des initiatives sont prises localement pour améliorer l'ergonomie des postes ou aménager les espaces de travail.

En Amérique du Nord, des consultations ergonomiques mensuelles sont mises à la disposition des collaborateurs de BIC CORPORATION. Après les tests réalisés en 2013, 40 stations assis-débout ont été installées (à Shelton, Milford et en pilote à Toronto) et, constatant que ces postes de travail permettent effectivement de réduire fortement les TMS, les équipes souhaitent en poursuivre l'extension progressivement. Une salle de réunion « debout » est également à l'étude.

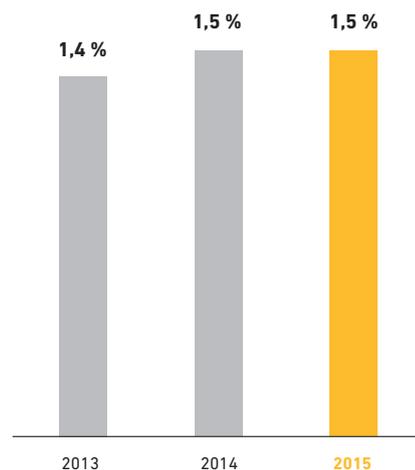
◆ Réalisations de l'année concernant les services aux salariés

Un *Employee Assistance Program* (EAP) existe depuis plusieurs années aux États-Unis. Proposé par BIC CORPORATION à ses collaborateurs et leurs familles, il offre un service d'écoute 24h/24 et la possibilité de rencontrer un professionnel en face-à-face. Sur le même modèle, la France a déployé son « Programme d'Assistance aux Salariés » (PASS) en 2012 pour l'ensemble des sociétés du Groupe en France. Ce dispositif a été mis en place en liaison avec la Médecine du Travail et les représentants du personnel dans les entités concernées. Chaque trimestre, l'ensemble des acteurs concernés étudient et recherchent de nouvelles façons de faire évoluer ce système lors des réunions du Comité d'Hygiène, de Sécurité et Conditions de Travail (CHSCT).

◆ Performances

En France, à fin décembre 2015, BIC a enregistré 38 maladies professionnelles reconnues comme telles.

TAUX D'ABSENTÉISME - GROUPE BIC (HORS ACCIDENT DU TRAVAIL ET MATERNITÉ)



Le taux d'absentéisme, hors accidents du travail et maternité, reste faible, soit en moyenne 1,5 % dans le Groupe en 2015, comme en 2014 et contre 1,4 % en 2013.

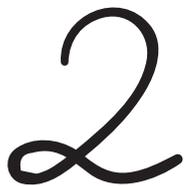
Le taux d'absentéisme incluant les absences pour accidents de travail et maternité reste également faible et stable autour de 2 % comme les trois dernières années.

◆ Perspectives

Le Groupe poursuivra ses efforts pour ancrer la démarche « Mieux vivre au travail » dans la durée en poursuivant la diffusion et le partage de sa vision autour des quatre principaux domaines, travaillant tant sur le court que le long terme, de manière curative et préventive. Toute nouvelle initiative sera étudiée et mise en place si nécessaire.

Le lancement d'un Programme d'Assistance aux Salariés, proposant les mêmes services qu'aux États-Unis et en France, est prévu dans la zone Asie-Pacifique en 2016.





2.4.5. LE DÉVELOPPEMENT DES COLLABORATEURS

◆ Enjeux

Les valeurs de Responsabilité et d'Éthique mises en avant par BIC se traduisent aussi par la mise en œuvre de programmes destinés à développer les compétences et l'employabilité de tous les collaborateurs.

Le développement des collaborateurs constitue un enjeu déterminant dans la mesure où il facilite :

- l'atteinte des objectifs économiques des différentes entités de BIC ;
- la constitution de plans de succession internes favorisant la continuité des activités du Groupe ;
- l'augmentation du niveau des compétences et d'expertise des collaborateurs ;
- le maintien d'un niveau d'engagement des équipes au-delà de la moyenne du marché ;
- le développement de l'employabilité interne et externe de chacun des hommes et des femmes travaillant chez BIC.

◆ Démarche

Quels que soient sa fonction, son niveau de responsabilité, le type et la durée de son contrat, chaque collaborateur se verra offrir chez BIC des possibilités d'augmenter son employabilité externe et interne. Telle est la promesse d'employabilité de BIC à ses salariés.

Pour porter son engagement en faveur du développement personnel, BIC vise à devenir un environnement apprenant pour ses salariés, sur la base du modèle 70/20/10 qui favorise le développement des collaborateurs en combinant trois dimensions :

- **l'apprentissage à partir de nouvelles expériences professionnelles** (70 %) : BIC encourage le management par projet et offre ainsi à ses salariés la possibilité de travailler au sein d'équipes pluridisciplinaires ;
- **l'apprentissage au contact des autres** (20 %) : grâce au développement d'une « culture du *feedback* », chaque collaborateur peut offrir et recevoir davantage de *feedback*, soit pour capitaliser sur un point fort soit pour renforcer un axe de progrès ;
- **l'apprentissage par la formation** (10 %) : par une augmentation de l'accès aux programmes de *BIC University* ainsi qu'à des formations développées localement.

Les équipes de Développement des Talents font de ce modèle un outil utilisable par toutes les équipes et il aide à structurer les outils BIC (système Taleo, plan de développement des compétences *People Acceleration Plan*, etc.).

◆ Réalisations de l'année

En 2015, BIC a mis à jour son référentiel de compétences fondamentales. Capitalisant sur les systèmes de compétences existants dans le Groupe, ce référentiel recense les compétences clés qui doivent être mises en œuvre et investies par tous partout

dans le monde pour faire le succès du Groupe BIC : « fait preuve d'agilité stratégique », « a le sens du résultat », « supporte la culture MPD (Méthode – Précision – Discipline) », « a la capacité à fédérer », « agit avec courage », « se développe soi-même et les autres ». Ce référentiel des Compétences Fondamentales est intégré dans toutes les formations *BIC University* et 800 managers y ont été spécifiquement formés en 2015.

Par ailleurs, de nombreuses actions ont été mises en œuvre pour faire vivre le modèle 70/20/10. Quelques exemples sont présentés ci-dessous.

Apprendre à partir de nouvelles expériences professionnelles (« 70 »)

La diffusion des *Talent Frameworks*

En 2015, les Ressources Humaines du Groupe BIC ont mené une large campagne de formation visant à informer dans la transparence sur ce qui fait le rôle d'un manager chez BIC et comment les fonctions RH accompagnent les managers dans ce rôle en leur proposant process et outils. Plus de 500 managers ont participé à ces ateliers sur tous les continents, qui présentaient :

- **les missions** que partagent les managers et la fonction RH : recruter, développer et fidéliser des collaborateurs ;
- **les compétences fondamentales** qui font « la manière de travailler et d'être ensemble chez BIC » ;
- **les outils** mis à disposition du manager pour l'aider à exercer son rôle RH.

La présentation de ces *Talent Frameworks* s'est faite d'une zone à l'autre en mettant l'accent sur différents aspects, en fonction des besoins.

Par exemple, en Europe, à l'occasion d'un *roadshow RH*, les *Talent Frameworks* et la boîte à outils du manager pour exercer sa mission RH (recruter, développer, évaluer, anticiper les successions) ont été présentés en complément d'un point de transparence sur la politique de rémunération et le système des *levels*.

Toujours en Europe, BIC Graphic a formé tous ses managers aux *Talent Frameworks* (comportant missions, compétences et outils) et des ateliers ont été animés avec tous les salariés, y compris les non-managers, pour l'appropriation des compétences fondamentales.

Mobilité et plans de succession

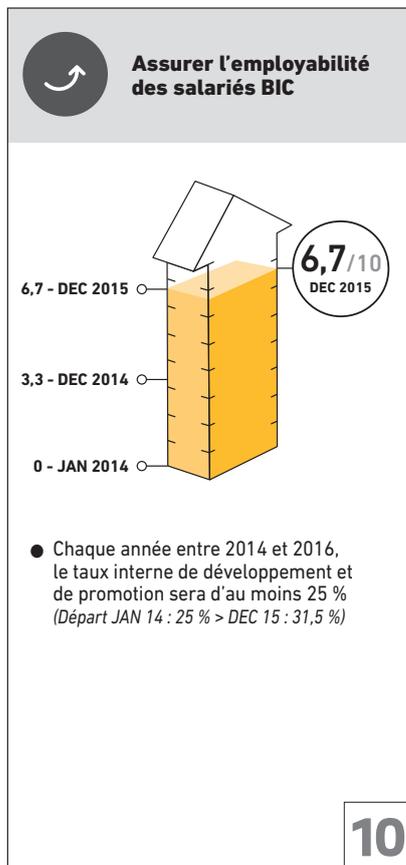
Les sessions *People in Play* lancées en 2014 au niveau de l'équipe dirigeante, et destinées à fluidifier le processus de mobilité ont été généralisées en 2015. Lors de ces réunions, les dirigeants discutent des situations précises de personnes spécifiques afin de veiller à ce qu'elles se voient proposer les meilleures options pour leur développement et pour l'entreprise. La mobilité entre les entités et l'anticipation des mouvements sont ainsi améliorées.

Au niveau du Groupe, un processus de planification de la succession est en place pour garantir la pérennité de l'activité et veiller à ce que les collaborateurs accèdent à des plans de succession à travers l'ensemble des entités. Dans cet esprit, la *Talent Review* réalisée en 2015 a été l'occasion de clarifier les critères d'identification des successeurs pour une plus grande transparence.



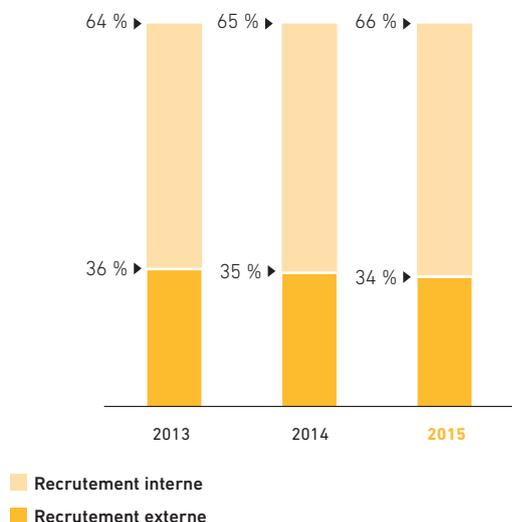


◆ Performances



BILAN 2015 : L'objectif est de maintenir pour chacune des trois années un taux de 25 % ; cet objectif a été atteint en 2015 grâce à 616 promotions internes.

TAUX DE PROMOTION INTERNE DES MANAGERS (NIVEAUX 3, 4, 5 ET 6) - GROUPE BIC



En 2015, pour les quatre premiers niveaux de managers du Groupe, le taux de promotion interne a été de 66 %, alors qu'il était de 65 % en 2014, de 64 % en 2013, de 76 % en 2012 et de 63 % en 2011. Pour l'ensemble des managers, le taux de promotion interne reste stable depuis plusieurs années : 45 %.

Apprendre au contact des autres (« 20 »)

Pour le Groupe BIC, le développement d'une « culture de *feedback* » représente la clé de voûte du développement personnel, du développement des performances et par conséquent du développement de carrière. En 2015, BIC a continué de promouvoir le développement et la culture du *feedback* par la formation :

- le *feedback* est un point clé des programmes *Manager at BIC* et *Recruiter at BIC* ;
- des ateliers spécifiquement dédiés au *feedback* ont été menés en Europe et aux États-Unis.

Le développement de la culture du *feedback* peut aussi entrer dans la feuille de route des managers. Ainsi, en Amérique du Sud, l'amélioration du *feedback* d'un point de vue qualitatif et quantitatif est un des objectifs des managers : ils doivent réaliser un *feedback* trimestriel avec chacun de leurs collaborateurs. Une enquête locale auprès des salariés permet de mesurer tant le nombre de *feedbacks* réalisés que la qualité de ceux-ci.

Toujours avec pour objectif d'intégrer le *feedback* dans la culture du Groupe, celui-ci est progressivement inclus parmi les critères d'évaluation de performance des managers et l'utilisation du *feedback* à 360° s'est accentuée (la personne obtient un retour non plus seulement de son manager mais d'une sélection de collaborateurs ou clients internes représentatifs de ses relations professionnelles).

Apprendre par la formation (« 10 »)

Les programmes développés par BIC University

Fort de ses usines et de ses équipes commerciales dans 57 pays, BIC s'attache à rendre la formation accessible à tous partout dans le monde. C'est la mission principale de *BIC University*. Créé en 1998, *BIC University* est un réseau de centres de formation de l'entreprise dont le but est de développer le potentiel des collaborateurs et de partager la culture commune du Groupe. Depuis sa création, *BIC University* a développé de nombreux programmes de formation qui sont autant d'occasions de développer les compétences fondamentales qui doivent être partagées par tous dans le Groupe.

En 2015, *BIC University* a travaillé à augmenter l'accès à la formation pour tous les collaborateurs qu'ils soient managers ou non.

Pour les non-managers :

- un programme de gestion du temps a été dispensé aux équipes administratives (50 personnes formées en Europe) pour les aider à mieux faire face au stress ;
- des formations en langue et en bureautique sont rendues possibles n'importe où dans le Groupe grâce à des cours individuels par téléphone et des exercices en ligne.

Pour les managers, en 2015, l'accent a été mis sur l'appropriation des *Talent Frameworks* (voir page 54), notamment avec les programmes *Recruiter at BIC* et *Manager at BIC* partout dans le monde.

La 3^e édition de l'*Executive Management Program* s'est poursuivie en Europe avec trois séminaires complets sur le *leadership*, le développement du Capital Humain et la *supply chain*. Tirant profit de l'approche 70/20/10, ce programme combine formation théorique, apprentissage aux contacts des pairs et mise en pratique sur le terrain.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Notre responsabilité sociale envers nos salariés

→ LANCEMENT DU PROGRAMME *LEADERS IN ACTION*

Lancé pour la première fois aux États-Unis en 2015, le programme *Leaders In Action* orienté sur le développement des collaborateurs à haut potentiel combine les trois modalités d'apprentissage : par l'expérience, par le *feedback* et par la formation. Sur une période d'une année, deux équipes se sont penchées sur des problématiques réelles pour proposer des solutions concrètes aux dirigeants du Groupe. La première a développé une solution *web* permettant l'accès direct des consommateurs à des produits BIC® partout dans le monde et à tout moment. La seconde a élaboré à partir de données d'enquêtes une stratégie de promotion du bien-être au travail qui soit transposable et reproductible. Son projet s'est concrétisé par la mise en place d'un programme de réduction du stress sur le site de Charlotte (États-Unis).

L'évaluation des formations et l'extension du rayonnement de *BIC University*

Au sein de *BIC University*, la qualité des formations et leur impact sont toujours évalués par le système ForMetris, dont les questionnaires permettent de mesurer de nombreuses dimensions qualitatives et de faire des comparaisons avec les résultats d'autres entreprises (plus de 1,5 million de questionnaires collectés chaque année). Les formations *BIC University* sont ainsi évaluées depuis plusieurs années bien au-dessus de la moyenne.

En 2015, BIC s'est attaché à développer le réseau *BIC University* de formateurs locaux, certifiés aux formations clés *BIC University*. L'existence de ces formateurs locaux accroît fortement le périmètre d'impact de *BIC University* à travers le monde. En 2015, BIC dispose de dix formateurs certifiés qui commencent à déployer les formations fondamentales, sur tous les continents en anglais, espagnol, français et portugais.

Les formations métiers

Les formations techniques et relatives aux spécificités industrielles de BIC sont développées par chaque entité qui investit dans un programme de développement des compétences techniques et fonctionnelles.

Tous les sites de production proposent un programme de formation technique. En France, en 2015, 413 personnes⁽¹⁾ ont ainsi assisté à des formations techniques.

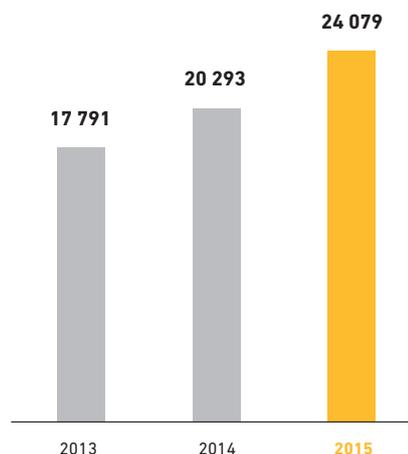
Par exemple, 2015 a été marquée par le lancement en Europe de deux programmes spécifiques de développement des compétences. Le premier baptisé *The Best In Class Program for Sales* est destiné à l'ensemble du personnel de vente, le second : *The Best In Class Program for Customer Service*, aux services de Relations Clients. 17 situations de relations avec le client ont été identifiées (15 pour les Ventes, deux pour les Relations Clients). Pour chacune de ces situations, un cursus de formation composé de plusieurs modules a été élaboré avec pour objectifs de développer la personne, d'améliorer sa performance, et l'encourager à prendre de nouvelles responsabilités. Le contenu du programme est adapté à chaque pays, animé par des formateurs internes ou des facilitateurs externes et introduit par un kit de mise en œuvre à destination des managers. Ces deux programmes s'adressent à des collaborateurs managers et non managers.

(1) Données Agefos.

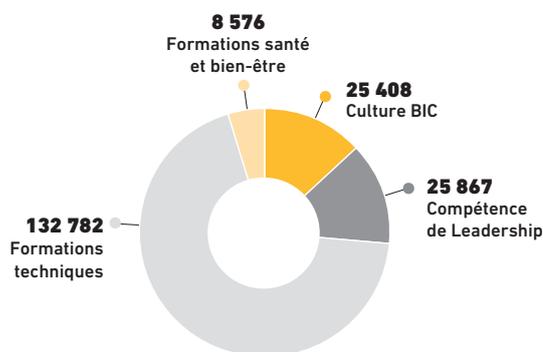
◆ Performances

En 2015, 8 874 collaborateurs ont bénéficié d'une formation et la durée moyenne de formation est de 2,7 jours par personne.

NOMBRE DE JOURS DE FORMATION REÇUS - GROUPE BIC



NOMBRE D'HEURES DE FORMATION REÇUES (PAR THÈME) - GROUPE BIC - 2015



◆ Perspectives

La diffusion des *Talent Frameworks* auprès de tous les managers du Groupe se poursuivra en 2016, suivant des méthodes adaptées aux contextes locaux.

Le Groupe poursuivra également sa démarche d'élargissement du périmètre d'action de *BIC University* notamment par la définition d'un catalogue de solutions pour le développement des compétences clés et la constitution d'une communauté de « pilotes *BIC U* » chargés d'assurer dans tous les pays la mise à disposition de ces solutions, d'en garantir la qualité et de partager les bonnes pratiques locales.





2.4.6. LE SYSTÈME DE RÉMUNÉRATIONS

◆ Enjeux et démarche

Le Groupe BIC cherche à développer un système de rémunérations juste et motivant lui permettant de combiner compétitivité et attractivité.

La politique salariale du Groupe est déterminée chaque année par la Direction des Ressources Humaines en accord avec le Comité de Direction. Elle repose sur trois principes fondamentaux :

- la reconnaissance de la performance individuelle et/ou collective ;
- l'équité interne ;
- la compétitivité externe.

La reconnaissance de la performance individuelle et de la performance des équipes est un élément essentiel de la politique de rémunération du Groupe BIC. Ainsi, pour les managers, les augmentations de salaire sont fondées sur le mérite individuel (excepté dans certains pays ayant des obligations légales en matière d'augmentations générales). 85 % des managers présents (hors Cello Pens) pendant toute l'année 2015 ont reçu une augmentation de leur salaire de base en 2015.

En 2015, les rémunérations variables liées à la performance représentent en moyenne 15 % des rémunérations fixes des salariés du Groupe (hors Cello Pens).

Pour les non-managers, BIC garantit une rémunération décente, respectant les minima fixés par les lois locales.

Les équipes de Ressources Humaines dans le monde ont la responsabilité de mettre en œuvre la politique salariale et de contrôler son application.

◆ Performances

Dans le Groupe (hors Cello Pens), le coût moyen annuel par salarié (charges sociales incluses) est de 56 800 euros en 2015, en hausse de 7 % par rapport à 2014 à taux réel.

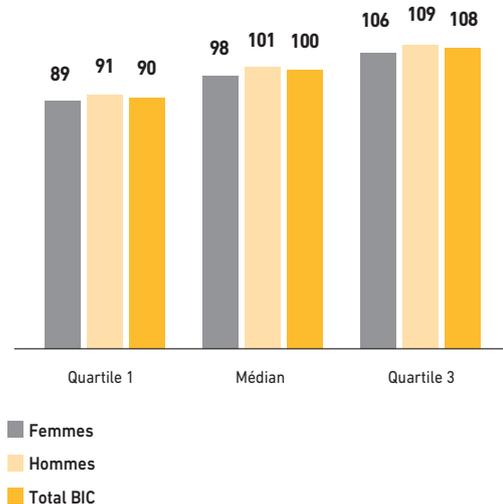
L'analyse à taux de change constants montre une augmentation de 4 % par rapport à 2014. Globalement, cette hausse du coût moyen annuel par salarié est due à :

- l'augmentation de la rémunération fixe moyenne (+ 4 %) ;
- une augmentation des rémunérations variables (+ 14 %) par rapport à 2014 ;
- l'augmentation de + 5 % des charges sur salaire et autres avantages.

L'information sur la rémunération des dirigeants est présentée dans les pages 117 à 130 du document de référence.

En 2015, une analyse complète de la compétitivité externe des salaires de base du personnel cadre de BIC avait été menée. Pour les 57 pays où BIC emploie des collaborateurs, les données médianes du marché 2015 par niveau de responsabilité ont été fournies par Hay Group.

COMPARAISON DES SALAIRES DES MANAGERS PAR RAPPORT À LEUR MARCHÉ (EN 2015)



Les résultats de l'analyse de compétitivité ont montré qu'en moyenne, les managers de BIC, hommes ou femmes, sont positionnés autour de la médiane de leur marché local. Globalement, l'écart de 3 points entre hommes et femmes chez BIC en 2015 s'explique par la structure de la population analysée (ancienneté et expérience). Cet écart s'est réduit de 1 point par rapport à 2013, date de l'étude précédente.

Les différences de rémunération entre les salariés sont justifiables ; elles reflètent les responsabilités confiées, l'expérience, la performance, le potentiel et tiennent compte des spécificités des marchés locaux.

Le compa-ratio médian des femmes a progressé de 1 point depuis 2013 (98 *versus* 97). Le compa-ratio médian des hommes est le même qu'en 2013 (101).

2.4.7. LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ

◆ Enjeux

En tant que Groupe international, la diversité fait partie de la culture de BIC. Elle est considérée comme un facteur clé pour sa croissance durable, au-delà des aspects légaux et éthiques. Ainsi, en 2014, une analyse des effectifs montre que 89 nationalités étaient représentées dans les effectifs permanents du Groupe, soit 15 nationalités de plus que dans la dernière étude menée en 2012. Cette croissance s'explique certes par le développement du Groupe dans de nouvelles filiales, notamment au Moyen-Orient et en Afrique, mais aussi par l'enracinement de la diversité dans les politiques de recrutement du Groupe.

Ainsi, le site de BIC Graphic en Espagne, qui employait 350 salariés permanents au 31 décembre 2015, abritait à lui seul 17 nationalités différentes en 2014.

La diversité contribue aussi à l'attractivité de l'entreprise tant auprès des consommateurs et des partenaires que des collaborateurs qui souhaitent travailler au sein d'une entreprise responsable et soucieuse de refléter la société qui l'entoure.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Notre responsabilité sociale envers nos salariés

◆ Démarche

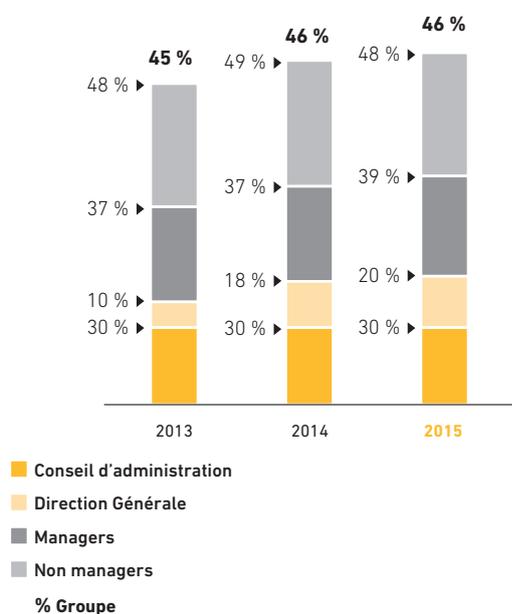
La **Charte de la Diversité** de BIC, signée en 2011 par le Directeur Général et par le Directeur des Ressources Humaines Groupe, démontre la volonté de BIC à agir en faveur de la diversité. Elle est diffusée à toutes les entités du Groupe dans le monde et a été, à ce titre, traduite dans les principales langues utilisées dans le Groupe.

Dans sa démarche, BIC prend en compte différentes expressions de la diversité : mixité homme/femme, handicap, minorités, générations, etc. Chaque année des actions sont organisées localement sur ces différentes thématiques, au gré des initiatives et contextes locaux.

◆ Réalisations de l'année et performances

Égalité homme/femme

POURCENTAGE DE FEMMES - GROUPE BIC (HORS CELLO PENS)



En 2015, 29 % des Directeurs et cadres supérieurs sont des femmes, stable par rapport à 2014.

En 2015, les femmes représentaient 46 % des effectifs permanents du Groupe, dont 38 % des effectifs en Europe, 54 % en Amérique du Nord, et 49 % dans les marchés en croissance (Moyen-Orient, Afrique, Océanie, Amérique latine et Asie).

Depuis 2014, en Europe, le programme *Young Female Leadership* aide les jeunes professionnelles à avoir davantage conscience de certains enjeux clés en début de carrière pour leur permettre de prendre les bonnes décisions pour trouver leur voie chez BIC.

En 2015, en Amérique du Nord, BIC a sponsorisé l'adhésion de 30 femmes au *Network of Executive Women*. Ce réseau s'est fondé en 2001 sur la conviction que le secteur de la grande distribution et des biens de consommation gagnerait à employer plus de femmes. Aujourd'hui, ce réseau qui compte plus de 10 000 membres issus de 750 entreprises aux États-Unis et au Canada est le plus important du secteur. Il développe formations, événements, partage de bonnes pratiques, recherches et programmes de développement du *leadership* au bénéfice des femmes, en faveur de leur avancement

professionnel et pour favoriser l'amélioration des conditions de travail pour tous.

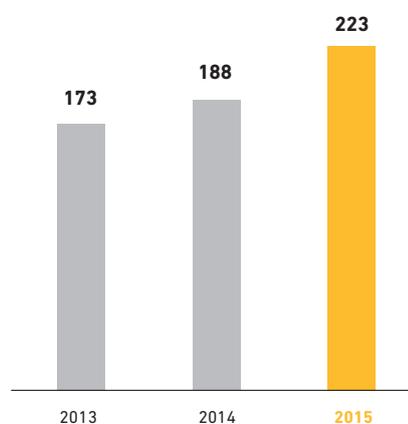
BIC Graphic Europe a signé un Accord d'Égalité avec les organisations représentatives du personnel. Cet accord prévoit la mise en place d'une organisation garantissant le traitement égal des femmes et des hommes. Cette entité compte en effet 60 % de femmes de 35 ans d'âge moyen. Les questions de l'équilibre vie privée/vie professionnelle et de l'égalité de traitement y sont donc cruciales.

Le handicap

Favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap est une conviction pour BIC. Les entités du Groupe prennent des initiatives locales ponctuelles ou de long terme :

- BIC Graphic Europe travaille depuis plusieurs années avec BAIX CAMP, un fournisseur qui emploie des personnes en situation de handicap (ou sous-traite à des organismes employant des personnes handicapées), favorisant ainsi l'accès de ces personnes au marché du travail ;
- en Amérique du Sud, les différentes filiales sont régulièrement distinguées par divers prix pour leurs démarches d'inclusion et de recrutement des personnes en situation de handicap.

NOMBRE DE TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP - GROUPE BIC (HORS CELLO PENS)



En 2015, le nombre de travailleurs en situation de handicap recensés dans les sites les plus importants du Groupe est de 223 (hors emplois indirects liés à la sous-traitance) : 56 sont employés en Europe, 127 en Amérique du Nord (*versus* 82 en 2014) et 40 dans la zone marchés en voie de développement (Moyen-Orient, Afrique, Océanie, Amérique latine et Asie). L'engagement de BIC pris en faveur de la diversité se traduit notamment par des formations locales et des programmes d'aide à l'emploi des personnes en situation de handicap.

Les seniors

L'évolution de la démographie et ses conséquences seront un enjeu majeur dans les années à venir, notamment dans certaines zones comme l'Europe et les États-Unis. À ce titre, dans un souci de transmission des compétences et de continuité dans le savoir-faire de l'entreprise, une analyse de la pyramide des âges a été faite pour les usines du Groupe.





Dans ce contexte, BIC tient à favoriser :

- la coopération intergénérationnelle ;
- la motivation des seniors et leur employabilité tout au long de leur carrière ;
- la transmission des savoirs et des compétences.

Pour développer la coopération intergénérationnelle, les équipes d'Amérique du Nord ont renouvelé cette année certaines initiatives pour améliorer la compréhension et la collaboration entre les générations. Quelques exemples :

Déjeuner-jeu quiz : les salariés du site de Shelton étaient invités à apporter leur propre repas et à se joindre à des collègues d'autres départements chez BIC. Les participants pouvaient soit participer à un jeu de quiz sur scène, soit encourager leurs collègues. Les questions posées provenaient de différentes générations, de façon à favoriser la constitution d'équipes multi-générationnelles.

Formation aux différences générationnelles au travail : ce module d'une demi-journée, disponible chez *BIC University*, offre un regard plus détaillé sur la culture et les événements qui ont modelé chaque génération et leur influence sur les générations au travail.

En France, l'usine de Verberie a dispensé une formation à l'ensemble de l'encadrement, sur proposition du Comité de Direction, afin de faciliter la compréhension et le management des jeunes générations.

D'autre part, de nombreuses cérémonies ont lieu dans le Groupe pour mettre à l'honneur les salariés qui ont le plus d'ancienneté dans l'entreprise. Un moment important pour reconnaître leur fidélité et leur engagement dans la durée.

L'intégration professionnelle des minorités

En France, BIC a adhéré en avril 2012 à l'association « Nos Quartiers ont des Talents » et son programme de parrainage. Créée en 2005, cette association vise à accompagner vers l'emploi les jeunes diplômés bac + 4 et plus, issus prioritairement des quartiers populaires et/ou en difficultés sociales. Le dispositif de parrainage mobilise des cadres des entreprises adhérentes pour qu'ils accompagnent les jeunes diplômés dans leur recherche d'emploi. L'opération de lancement a été très bien accueillie par l'ensemble des salariés du site de Clichy souhaitant s'impliquer de manière plus personnelle dans les actions de diversité du Groupe. Ainsi, plus de 39 cadres se sont inscrits volontairement auprès de « Nos Quartiers ont des Talents ». Les parrains/marraines BIC actifs ont suivi et conseillé 123 jeunes diplômés dans leur recherche depuis le début du programme. À fin 2015, 53 de ces jeunes ont pu trouver un emploi.

Respecter la diversité signifie aussi comprendre l'environnement culturel dans lequel les filiales de BIC sont implantées.

À ce titre par exemple, le management de la zone Moyen-Orient et Afrique, basé dans la filiale récemment implantée à Dubaï (Émirats Arabes Unis) a participé à la cérémonie Ifthar (rupture du jeûne) durant le Ramadan 2014 et visité le centre culturel de Dubaï afin de mieux comprendre la culture locale.

◆ Perspectives

Le Groupe poursuivra le déploiement d'actions déclinées localement. De nouvelles initiatives seront menées en matière de sensibilisation, de communication, de formation et de déploiement des dispositifs relatifs aux obligations légales.

2.4.8. LE DIALOGUE SOCIAL

◆ Enjeux

Le Groupe BIC souhaite utiliser tous les moyens à sa disposition pour entretenir le dialogue avec ses salariés. C'est d'ailleurs dans cet état d'esprit que sont mis en place les dispositifs d'écoute (pages 48 et 49). Afin de soutenir le niveau d'engagement des salariés et de rester à l'écoute de leurs attentes, l'ensemble des acteurs est sollicité pour développer un dialogue social de qualité : que ce soit directement avec le management, les salariés, les représentants du personnel ou les représentants syndicaux quand ils existent.

◆ Démarche

Dans tous ses pays d'implantation, le Groupe respecte les conventions ou les accords collectifs applicables. Et, dans la mesure de ses moyens, chaque filiale travaille à améliorer ses conditions d'emploi en proposant des rémunérations supérieures aux minima légaux, des avantages sociaux plus importants ou des investissements pour améliorer l'environnement de travail.

Ces avancées sociales sont toujours discutées en amont et font l'objet d'informations aux salariés ainsi qu'aux représentants du personnel pour une communication optimale.

◆ Réalisations de l'année

Les thématiques abordées dans les négociations sont soit liées aux obligations locales soit aux sujets de management abordés précédemment. À titre d'exemple, c'est grâce au dialogue social que de nombreux dispositifs ont été mis en place en matière de sécurité et de santé au travail, présentés en pages 50 à 53.

Certains exemples d'accords sont repris dans le tableau récapitulatif ci-dessous, sans pour autant être exhaustifs.

Périmètre	Thématique
Mexique – Catégorie papeterie – En-cours	Négociation sur la classification et les parcours de carrière au sein de l'entité industrielle. L'objectif est de donner à chacun une meilleure visibilité dans les évolutions de carrière possibles tout en assurant une équité salariale liée au niveau de responsabilité et de compétences sur le poste occupé.
France – Négociations locales, toutes entités confondues	Renégociation importante des accords d'épargne salariale dans les entités industrielles françaises pour : <ul style="list-style-type: none"> ● revoir et valoriser l'atteinte des objectifs de performance locaux ; ● permettre un lien direct entre les résultats du Groupe et les montants dégagés par l'épargne salariale. 2016 sera marquée par l'ouverture de négociations importantes sur l'entité administrative BIC Services concernant le temps de travail et aussi une refonte des accords sur l'emploi tels que l'accord sur l'emploi des seniors, ou l'égalité entre les hommes et les femmes, par exemple.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Notre responsabilité sociale envers nos salariés

◆ Performances

L'audit mené en 2014 a fait apparaître qu'au 31 décembre, près de 63 % des salariés du Groupe étaient couverts par une forme de représentation du personnel : Comités d'Entreprise, Comités Santé & Sécurité, syndicats, accords collectifs ou équivalents. Le dialogue prend la forme de réunions régulières, notamment pour la présentation des résultats mensuels et annuels, de la stratégie de l'entreprise et pour répondre aux questions.

Il est à noter que pour les employés des sites américains et grecs (soit 30 % des employés BIC) qui ne bénéficient pas d'une représentation formelle, un dialogue direct avec le management est activement mis en œuvre.

Par ailleurs, outre les réunions régulières d'échange, qui permettent de faire émerger les zones d'amélioration, ou les attentes des salariés, d'autres moyens sont mis en œuvre, tels que : intégrer des

salariés en tant que membres des Comités Santé & Sécurité, installer des boîtes à idées sur les sites, ou encore, proposer chaque mois à dix employés choisis au hasard de participer à un déjeuner avec le Directeur du site ou le manager RH.

De cette manière, au total, 93 % des salariés du Groupe ont accès à leur management que ce soit sous la forme d'une représentation du personnel classique (63 %) ou par un dialogue direct.

◆ Perspectives

Cette culture d'écoute et de prise en compte des demandes collectives est primordiale pour le Groupe et continuera dans les années à venir tant au niveau des représentants du personnel, qu'au niveau des représentants syndicaux. Les initiatives restent locales et très diversifiées pour répondre au mieux aux situations et besoins locaux.





2.5. Notre responsabilité sociétale

L'ONU a adopté en septembre 2015 un nouveau Programme de Développement Durable composé de 17 objectifs mondiaux pour mettre fin à la pauvreté et lutter contre les inégalités et les injustices. Ces objectifs donnent une place prépondérante à l'accès à l'éducation et à l'hygiène pour tous. Le Groupe répond à ces enjeux de société à travers son implantation économique locale – 3,2 millions de points de vente distribuent les produits BIC® dans le monde – et sa présence globale – BIC fabrique et distribue ses produits dans 160 pays, sur les marchés les plus développés comme les plus défavorisés (voir page 28).

BIC reconnaît également parmi ses enjeux sociétaux le respect de l'éthique et des Droits de l'Homme au travail, et la lutte contre la corruption. En réponse à ces enjeux, BIC encadre ses activités et sa sous-traitance par la mise en application de son Code de Conduite et de sa Charte d'éthique.

Enfin, BIC développe le soutien aux communautés par une démarche de mécénat favorisant autant l'implication du Groupe que celle de ses collaborateurs.

2.5.1. EXERCER NOTRE RESPONSABILITÉ SUR L'ENSEMBLE DE NOTRE CHAÎNE DE VALEUR

2.5.1.1. Achats responsables et relations durables avec les fournisseurs

◆ Enjeux

Le Groupe BIC fabrique essentiellement dans ses propres usines ; 86 % de son chiffre d'affaires provient de la fabrication de produits sur ses sites. Il est organisé pour ne pas disperser sa responsabilité lorsqu'il recourt à la sous-traitance : des processus exigeants de qualification des fournisseurs et des produits sont mis en œuvre préalablement à tout achat ou contractualisation (qualité, sécurité, social).

Dans le cadre de ses activités, BIC fait appel à environ 2 000 fournisseurs et sous-traitants. Pour le Groupe, être une entreprise responsable impose de maîtriser l'ensemble de sa chaîne de valeur. Pour cela, les services Achats analysent l'ensemble des risques : stocks, diversification des zones d'approvisionnement, diversité des fournisseurs, risque pays et rareté de la ressource. BIC s'efforce également d'étendre l'exigence de qualité, de respect de l'environnement, de l'éthique et des Droits de l'Homme qu'il applique

dans le cadre de ses propres activités, à l'ensemble des acteurs intervenant dans la fabrication et la distribution de ses produits. Ainsi ses exigences portent non seulement sur le respect des délais, la maîtrise des coûts, la qualité et l'innovation, mais également sur le respect des valeurs et engagements du Groupe en matière de développement durable.

Les enjeux de respect des droits humains relatifs à la sous-traitance sont présentés dans la partie 2.5.1.2 Le respect des Droits de l'Homme au travail (page 63).

◆ Démarche et réalisations de l'année

La Charte des Achats Responsables

Le Groupe souhaite entretenir des relations commerciales durables avec ses fournisseurs, en instaurant une relation responsable avec eux, notamment à travers son engagement pour les Achats Responsables. La Charte des Achats Responsables, finalisée en 2014, inscrit les relations du Groupe avec ses fournisseurs dans le respect de ses cinq Valeurs : Éthique, Responsabilité, Esprit d'équipe, Simplicité, Ingéniosité. Cette charte couvre les relations avec les fournisseurs et les sous-traitants dont l'activité participe à la fabrication ou au transport des produits BIC®.

Avec sa Charte des Achats Responsables, BIC rappelle à ses fournisseurs et sous-traitants que l'ensemble des engagements qu'il a pris pour encadrer ses activités est également applicable aux leurs. Cette charte est transmise aux fournisseurs et sous-traitants auxquels elle s'applique.





La cartographie des fournisseurs, sous-traitants et prestataires de services

Pour mettre en application sa Charte des Achats Responsables, BIC a développé trois programmes de maîtrise des risques : le respect du Code de Conduite (voir page 63), les programmes d'audits (voir page 63), les évaluations ESG par EcoVadis (voir ci-dessous).

EXEMPLE DE PROGRAMMES DE MAÎTRISE DES RISQUES LIÉS AUX FOURNISSEURS ET AUX SOUS-TRAITANTS DONT L'ACTIVITÉ PARTICIPE À LA FABRICATION ET AU TRANSPORT DES PRODUITS BIC®

	Évaluation ESG par EcoVadis	Code de Conduite	Programme d'audits
Fournisseurs de matières premières (plastiques, métaux, emballages et encres)	X		
Fabricants sous contrat, fabricants sous licence, fabricants de produits promotionnels à la marque BIC		X	X
Transporteurs		X	

L'évaluation des performances RSE des fournisseurs et la collaboration pour une amélioration continue

Depuis 2011, BIC s'appuie sur l'outil EcoVadis pour évaluer la performance de ses fournisseurs de matières premières selon des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). La notation EcoVadis comporte 21 indicateurs répartis en quatre thèmes : Environnement, Social, Éthique et Fournisseurs/Chaîne d'approvisionnement. L'évaluation porte sur les politiques, les actions mises en œuvre et les résultats obtenus par les fournisseurs en matière de développement durable. Le fournisseur obtient une note pour chaque thème et un score global sur 100. Cette initiative permet à BIC d'identifier les fournisseurs présentant des risques, et permettra à terme de les accompagner dans une démarche d'amélioration continue et de faire émerger les bonnes pratiques pour les partager.

La dernière campagne d'évaluation EcoVadis a porté sur les familles d'achat stratégiques de matières premières : Plastiques, Métaux, Emballages et Encres. Au total, 213 fournisseurs stratégiques ont été sollicités et 97 ont répondu favorablement, soit un taux de réponse de 46 %. Le score moyen obtenu lors de l'évaluation de ces fournisseurs est de 45, supérieur au score moyen EcoVadis qui est de 41.

La « Communauté Transport » utilise les outils mis à sa disposition par le Groupe pour faire progresser les prestataires de transport sur la voie du développement durable. Ainsi en 2013, le Code de Conduite BIC a été amendé pour le rendre applicable aux prestataires logistiques et a été diffusé dans toutes les zones d'implantation du Groupe. Au Brésil, un guide explicatif présente le Code de Conduite aux transporteurs.

La « Communauté Emballages » accompagne également ses fournisseurs dans une logique similaire, notamment les fournisseurs d'emballages en papier et carton qui sont incités à obtenir une certification SFI, FSC ou PEFC ou contenant de la matière recyclée (voir page 32).

La collaboration opérationnelle des services Achats avec les différentes entités du Groupe

Les services Achats, dans chacune des catégories, collaborent étroitement avec les équipes pour trouver et fournir les matériaux performants et innovants et apporter des réponses opérationnelles aux besoins de la production et de la R&D. Leur rôle est également de centraliser et partager les bonnes pratiques à travers le Groupe.

En matière de développement durable, les services Achats sont également support auprès des usines, pour assurer une relation durable avec les fournisseurs et en étroite collaboration avec eux, concourent à l'optimisation de la consommation des sites français. Cela permet au Groupe de s'améliorer au contact de ses fournisseurs par une écoute active et de tirer parti de leurs suggestions.

Sécurisation des approvisionnements

Les services Achats animent la démarche de gestion des risques d'approvisionnement et suivent les plans d'action qui en découlent. Les acheteurs et les approvisionneurs sécurisent la fourniture de matières premières de leur usine et notamment des matières premières secondaires ou recyclées (fiabilité des sources, disponibilité des matières, volatilité du prix). La collaboration et la communication étroites entre les personnes impliquées dans la relation fournisseurs permettent un suivi fluide ainsi qu'un partage des bonnes pratiques.

◆ Performances

- **45 : Score moyen des fournisseurs stratégiques évalués par EcoVadis sur des critères de développement durable**
- **2 % des fournisseurs évalués ont obtenu un score inférieur à 24 sur 100**
- **BIC entretient une relation de plus de dix ans avec 50 % de ses fournisseurs**

◆ Perspectives

À partir de 2016, un processus de suivi sera mis en place pour améliorer l'efficacité de la gestion du programme d'évaluation EcoVadis en partenariat avec les fournisseurs stratégiques. Le Groupe BIC utilisera les résultats issus de la dernière campagne EcoVadis d'évaluation des fournisseurs stratégiques pour établir des plans d'action qui seront définis et mis en œuvre en collaboration avec les usines.

Dès 2016, le Groupe prévoit de mettre en place une formation des acheteurs sur les achats responsables.



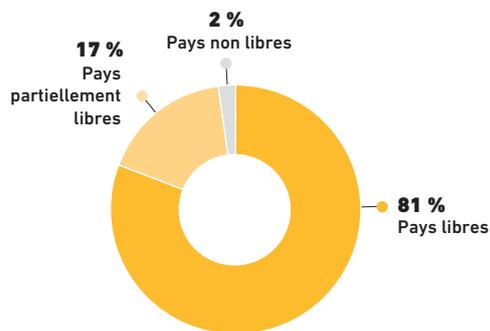
2.5.1.2. Le respect des Droits de l'Homme au travail

◆ Enjeux

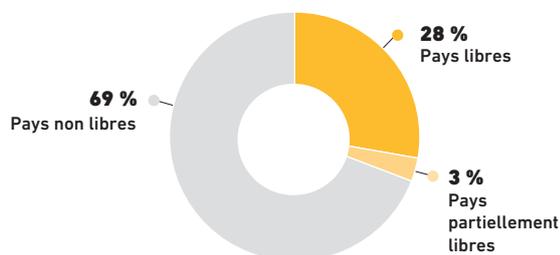
BIC maintient la sous-traitance à un niveau relativement faible puisque 86 % de son chiffre d'affaires proviennent des produits fabriqués dans ses propres usines : 90 % dans l'activité Grand Public, 65 % dans l'activité de Produits Publicitaires et Promotionnels de BIC Graphic. Ces usines se trouvent à 86 % dans des pays sans risque Droits de l'Homme selon la source Freedom House ⁽¹⁾.

BIC fait appel à la sous-traitance principalement pour les produits de papeterie de l'activité Grand Public et pour les produits publicitaires et promotionnels. Cette sous-traitance lui permet d'accroître sa flexibilité.

EFFECTIFS PERMANENTS BIC PAR CATÉGORIE DE PAYS À RISQUE « DROITS DE L'HOMME » ⁽¹⁾ EN 2015 - GROUPE BIC



FABRICANTS SOUS CONTRAT PAR CATÉGORIE DE PAYS À RISQUE « DROITS DE L'HOMME » ⁽¹⁾ EN 2015 - GROUPE BIC



Démarche

Une démarche encadrée par le Code de Conduite du Groupe BIC

Pour assurer le respect des Droits de l'Homme au travail, BIC s'est doté d'un **Code de Conduite**, constitué d'un ensemble de principes

professionnels et sociaux qui transcrivent les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT). Le Groupe s'engage ainsi à avoir un comportement socialement responsable sur l'ensemble de ses activités. Ce document s'applique aux usines BIC comme à celles des fabricants sous contrat et sa mise en œuvre y est contrôlée régulièrement par BIC à travers des audits.

Le Code de Conduite repose sur les dix principes suivants :

- un environnement de travail sûr et sain ;
- des salaires équitables et une durée de travail raisonnable ;
- l'interdiction du travail des enfants ;
- l'interdiction du travail obligatoire ou forcé ;
- l'interdiction des discriminations ;
- la liberté d'association ;
- la conformité légale ;
- l'interdiction des tests sur les animaux ;
- la responsabilité environnementale ;
- l'affichage du Code.

Ce Code de Conduite s'applique aux usines BIC, lesquelles sont principalement implantées en Afrique du Sud, au Brésil, en Espagne, aux États-Unis, en France, en Grèce et au Mexique. Il s'applique aussi aux fabricants sous contrat, principalement implantés en Chine, aux États-Unis, en Italie.

Le programme d'audits sociaux

Le contrôle du respect du Code de Conduite se traduit concrètement par la mise en œuvre d'un programme d'audits couvrant toutes les usines qui fabriquent des produits BIC®. Ainsi, BIC anime depuis 15 ans un programme spécifique d'audits du respect de son Code de Conduite par ses **fabricants sous contrat**. Ce programme s'applique aussi bien à ses **fabricants sous contrat mondial** qu'à ses **fabricants sous contrat local** (qui fabriquent des produits BIC® seulement pour les marchés locaux) et pour toutes les activités de BIC : **BIC Grand Public** et **BIC Graphic** (Produits Publicitaires et Promotionnels). Des audits de suivi sont effectués tous les trois ans et permettent de vérifier que les standards sont maintenus à un niveau satisfaisant.

- Pour les fabricants sous contrat de l'activité Grand Public, ces audits sont réalisés par des auditeurs externes. Depuis 2014, BIC a déployé un nouvel outil d'évaluation : la plateforme *Workplace Condition Assessment* (WCA) considérée comme la nouvelle génération d'audits sociaux. Elle permet aux marques et aux fabricants de disposer d'une meilleure mesure de la performance, de résultats plus communicants et d'améliorer les conditions de travail. Ce système d'évaluation est basé sur les lois nationales, intègre les standards de l'OIT et les meilleures pratiques existantes et est en cohérence avec les exigences du Code de Conduite du Groupe BIC. Il comporte plus de 180 critères d'évaluation répartis sur les sujets suivants : travail des enfants, travail forcé, discrimination, harcèlement, liberté d'association, heures travaillées, salaires, contrats de travail, santé et sécurité, environnement.

Les fabricants sous contrat sont audités, notés sur chaque critère et obtiennent ainsi un score global. Cette plateforme permet un suivi très précis des performances de ces fabricants, indicateur par indicateur et classe les non-conformités majeures, modérées, mineures, permettant ainsi de cibler prioritairement les non-conformités majeures dans les plans d'actions correctives. Elle donne également accès à des *benchmarks* par pays ou sur le secteur d'activité du Groupe.

(1) Source : Étude *Freedom in the World 2014* de l'organisation non gouvernementale Freedom House.





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Notre responsabilité sociétale

Tous les fabricants sous contrat sont audités au cours d'un cycle de trois années, au cours duquel des plans d'actions correctives sont déployés pour pallier les faiblesses identifiées. À moyen terme, des programmes d'accompagnement pourront être mis en place par BIC pour aider les fabricants sous contrat à améliorer leurs pratiques sur les points de faiblesse récurrents.

BIC conçoit la responsabilité sociale comme un partenariat, au service de valeurs communes. Ainsi, le Groupe favorise l'engagement en faveur de l'amélioration plutôt que l'interruption de la relation avec ses partenaires. L'encadré ci-dessous résume les étapes de l'évaluation des fabricants sous contrat.

- Pour les fabricants sous contrat de BIC Graphic, les processus combinent des audits externes et des audits par des salariés BIC formés.
- Pour les usines BIC, des autoévaluations sont menées depuis 2006. Les réponses sont analysées par des auditeurs indépendants et chaque Directeur d'usine doit mettre en place, le cas échéant, un plan d'actions correctives (PAC) en accord avec le Département Ressources Humaines.

→ LES SIX ÉTAPES DE L'ÉVALUATION DES FABRICANTS SOUS CONTRAT

1. Le fabricant sous contrat analyse et signe le Code de Conduite du Groupe BIC.
2. Un organisme de contrôle externe indépendant (ou dans le cas de BIC Graphic un salarié formé) procède à une évaluation initiale du fabricant sous contrat.
3. BIC soumet un plan d'actions correctives (PAC) au fabricant sous contrat.
4. Le fabricant sous contrat met en place le PAC pendant une période concertée et raisonnable.
5. L'auditeur confirme l'application des mesures correctives par une évaluation de suivi.
6. Des évaluations régulières sont effectuées tous les trois ans.

→ L'USINE DE BIC AMAZONIA, CERTIFIÉE SA 8000

En 2010, l'usine de BIC Amazonia avait obtenu volontairement la certification selon le référentiel social SA 8000, puis en 2013, le renouvellement de son certificat pour trois nouvelles années. Le second cycle de certification a débuté et un audit de suivi est réalisé annuellement. Quelques exemples des résultats obtenus grâce à cette démarche sont : l'amélioration conséquente de la relation entre l'encadrement et les collaborateurs, la transparence plus grande sur les processus RH, notamment pour les recrutements internes, la formation et le développement des compétences et l'extension des meilleures pratiques aux sous-traitants travaillant directement sur le site BIC.

Les audits sociaux dans l'activité Produits Promotionnels et Publicitaires

Lancée en 2000, la démarche d'audits sociaux est aujourd'hui ancrée dans les processus du Groupe. Ainsi, le respect des standards BIC en matière de respect des Droits de l'Homme fut une exigence incontournable lors de l'intégration de BIC Graphic. En raison du grand nombre de fabricants sous contrat de l'activité Produits Publicitaires et Promotionnels, le processus d'audit

combine des audits externes menés par des auditeurs indépendants et des audits par des salariés de BIC Graphic qui ont reçu une formation professionnelle.

Quality Certification Alliance (QCA)

En Amérique du Nord, BIC Graphic a obtenu au cours du quatrième trimestre 2012 la certification par la *Quality Certification Alliance* (QCA). Cette certification exige des scores supérieurs à 91 % (pour les usines de BIC Graphic aux États-Unis) et supérieurs à 81 % (pour le bureau d'approvisionnement de BIC Graphic en Asie et pour les fabricants sous contrat) dans cinq domaines. Ces cinq domaines de la certification QCA couvrent : qualité, sécurité des produits et conformité réglementaire, maîtrise de l'environnement, sécurité d'approvisionnement et conformité au droit social. En 2015, comme chaque année impaire, trois fabricants de produits finis sous contrat de BIC Graphic Amérique du Nord ont été choisis par QCA et audités avec succès. En 2016, comme chaque année paire, les usines de BIC Graphic aux États-Unis, le bureau d'approvisionnement en Asie et trois autres fabricants de produits finis seront à leur tour audités. Le succès de ces audits est nécessaire pour le maintien de la certification QCA.

La plateforme SEDEX et les audits SMETA

BIC Graphic Europe et BIC Graphic Amérique du Nord ont rejoint la plateforme SEDEX en 2012. SEDEX (*Supplier Ethical Data Exchange*) est une organisation à but non lucratif visant à améliorer l'éthique des affaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Être membre permet également de bénéficier d'une plateforme confidentielle de partage des rapports d'audits sociaux et des informations associées et de participer à des groupes de travail. Le standard SEDEX *Members Ethical Trade Audits* (SMETA) combine différents standards reconnus, notamment : les conventions de l'OIT, le Code de l'ETI (*Ethical Trading Initiative*), la norme SA 8000, la norme ISO 14001. En 2015, les usines de Sleepy Eye, de Clearwater et de Red Wing (États-Unis) ont été auditées selon le référentiel SMETA et le programme d'audit d'un client majeur. Tous les sites ont obtenu la certification.

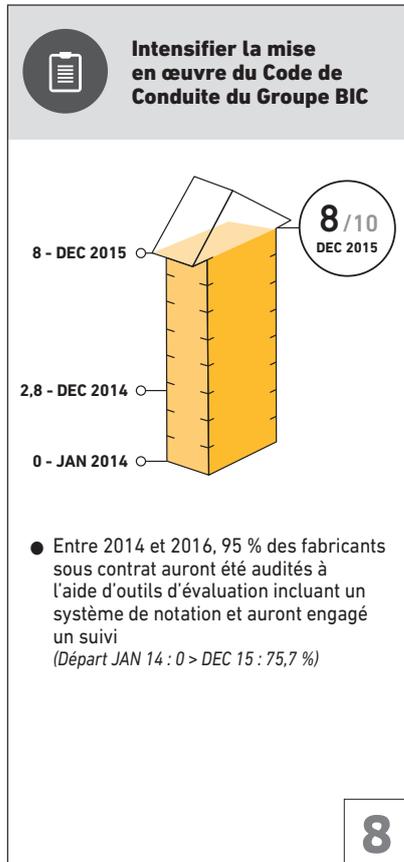
◆ Réalisations de l'année

En 2015, 42 fabricants sous contrat de produits Grand Public ont été audités (représentant 61 %) ainsi que 147 fabricants sous contrat de Produits Publicitaires et Promotionnels (BIC Graphic) (31 %). Dans l'activité Grand Public, les audits ont montré deux carences classées « zéro tolérance », 56 carences majeures, 337 modérées et 311 mineures. 42 plans d'actions correctives ont été mis en place. Les trois principaux domaines de carence concernant les systèmes de management sont (1) l'application inappropriée des procédures et process de préparation aux situations d'urgence, (2) l'application inappropriée des procédures et process relatifs à la sécurité des employés, (3) l'absence d'évaluation périodique du système de management permettant d'identifier les opportunités de son amélioration. En 2015, 50 % des usines auditées présentaient des carences de type 1, 50 % des carences de type 2, et 42 % des carences de type 3.

L'usine d'un fabricant sous licence sri-lankais, E B Creasy & Co. PLC, s'est distinguée par l'obtention d'un *Silver Award* lors de la cérémonie des *National Green Awards*, qui s'est tenue le 5 octobre 2015 sous le patronage du Président du Sri Lanka. 17 critères sont évalués pour l'attribution de cette distinction, notamment : la qualité de la politique environnementale et les stratégies de mise en œuvre, les moyens alloués à la protection de l'environnement, les stratégies d'optimisation des ressources, la gestion des déchets, la conformité réglementaire, etc.



◆ Performances



BILAN 2015 : L'accélération des audits annoncée pour l'année 2015 a bien eu lieu, que ce soit pour les activités Grand Public ou BIC Graphic. Le calendrier de l'année 2016 prévoit l'atteinte des objectifs.

- **BIC dans son activité Grand Public entretient une relation suivie d'au moins cinq ans avec deux tiers de ses sous-traitants asiatiques**
- **BIC Graphic en Asie entretient des relations commerciales depuis plus de 15 ans avec ses plus importants fournisseurs**

◆ Perspectives

BIC souhaite mettre en place un programme ciblé pour évaluer la performance environnementale de ses sous-traitants et s'appuie pour cela sur l'évaluation des systèmes de management de l'environnement, incluse dans l'actuel cycle d'audits.

2.5.1.3. L'éthique et la lutte contre la corruption

Enjeux

BIC réalise 31 % de ses ventes dans les pays où le risque de corruption est perçu comme étant haut ou très haut (Brésil, Mexique,

Inde, Italie, Argentine) et 69 % dans des pays à risque de corruption moyen ou faible, parmi lesquels se trouvent la France, les États-Unis et l'Espagne, selon Transparency International.

Ces ventes sont effectuées à environ 95 % directement par le Groupe et ses filiales. Les distributeurs ne réalisent qu'environ 5 % du chiffre d'affaires.

◆ Démarche

Le respect de l'éthique et la lutte contre toute forme de corruption active ou passive sont inscrits parmi les standards de **la Charte d'éthique du Groupe BIC**.

Ce document formalise, depuis 2007, les principes éthiques fondamentaux que le Groupe souhaite voir respectés par l'ensemble de ses salariés, en toutes circonstances et dans tous les pays. L'objectif recherché est de construire et maintenir une véritable culture BIC d'intégrité, d'honnêteté et d'équité. Cette charte se compose :

- de 14 standards couvrant le respect des Droits Humains fondamentaux, le respect de l'environnement, le respect de la législation, l'écoute et le dialogue, et la prévention contre toute forme de corruption active et passive ;
- de 13 principes encadrant les comportements des salariés BIC afin de maîtriser les risques liés aux conflits d'intérêts, la protection des biens du Groupe, l'engagement professionnel et les relations avec les parties prenantes ;
- d'un Guide qui formule les questions que chacun doit se poser pour évaluer son niveau de conformité à la Charte d'éthique, et qui en facilite la compréhension et la mise en œuvre.

La Charte d'éthique et le Guide existent en 15 langues. La charte est accessible à tous les salariés sur l'Intranet du Groupe.

Cette charte a été approuvée par le Conseil d'Administration et le Directeur Général.

Pour limiter le risque de corruption, BIC dispose au niveau du Groupe et de ses filiales d'une organisation qui implique à la fois le Comité de Direction, les Directions des Catégories, les Continents et les services centraux comme le Juridique, les Ressources Humaines et la Finance. Le Groupe BIC dispose d'un protocole de *reporting* des cas de fraude incluant les aspects de corruption en vigueur depuis 2012. Les filiales font l'objet de campagnes régulières d'audits internes et externes. Ces missions d'audit et les contrôles opérés par les différents services du Groupe incluent notamment les aspects relations clients et taxes.

Chez ses distributeurs, BIC cherche à mettre en œuvre les moyens nécessaires pour couvrir les principaux risques relatifs aux relations clients, aux marchés publics et aux douanes.

◆ Réalisations de l'année

Après sa révision en 2014, pour renforcer les standards concernant notamment la lutte contre la corruption, les dons aux partis politiques, la protection des informations confidentielles et le *lobbying* responsable, la Charte d'éthique du Groupe sera communiquée à tous les salariés en 2016, accompagnée d'un message vidéo de Mario Guevara, Directeur Général de SOCIÉTÉ BIC et Marie-Aimée Bich-Dufour, Directeur Général Délégué. En Amérique du Nord, la diffusion de la Charte d'éthique s'accompagne d'un *e-learning* d'une heure qui comporte la vidéo de présentation et des quizz-tests et se termine par la signature de la charte par le salarié, attestant ainsi qu'il en a pris connaissance.





2.5.2. AGIR EN ACTEUR ÉCONOMIQUE LOCAL ET SOLIDAIRE

2.5.2.1. Créer et maintenir des emplois

◆ Démarche

Partout où le Groupe BIC est présent, il participe directement et indirectement à l'économie locale.

Le Groupe, lorsqu'il s'implante dans une nouvelle région, a une politique d'emplois locaux plutôt que d'expatriation. Ainsi, au sein du Groupe, le nombre de personnes expatriées n'est que de 74, soit 0,76 % des salariés en CDI. BIC contribue donc directement à l'économie locale en générant des emplois.

Historiquement implanté en Europe, BIC y développe et maintient depuis plusieurs décennies des emplois industriels, en particulier en France, en Espagne et en Grèce. Le Groupe fait la promotion des produits *Made in France* et *Made in Europe* dans ses catalogues et participe ainsi à la création de valeur et d'emplois dans ces pays particulièrement touchés par la crise économique qui a débuté en 2008.

BIC accorde également une grande importance à la fabrication locale de ses produits afin d'être partie prenante du développement économique local et d'intégrer les populations dans la chaîne de valeur. Le Groupe a fortement localisé la fabrication de ses produits, notamment via un réseau de six usines sous licence opérant sur la seule zone Moyen-Orient et Afrique. Cette démarche de partenariats locaux permet de rendre les produits BIC® plus proches des consommateurs et plus abordables, tout en minimisant les coûts de transport. Les intérêts sont multiples pour les partenaires et pour les communautés, comme notamment :

- **la création d'emplois locaux** : plus de 1 000 emplois directs sont générés dans les usines des partenaires du Groupe producteurs sous licence grâce à l'activité de BIC sur la zone Moyen-Orient et Afrique. Le développement d'initiatives comme les kiosques de distribution en zone isolée au Nigeria permet également à plusieurs familles issues de milieux modestes de vivre de l'activité générée par BIC ;
- **des partages et transferts de technologie** : la production locale de stylos et de rasoirs comporte essentiellement des opérations de moulage et d'assemblage de produits. En maîtrisant avec BIC ces technologies de moulage plastique, quelques producteurs sous licence fabriquent également d'autres produits en plastique. Gage de qualité, le partenariat avec le Groupe BIC permet aux partenaires locaux d'attirer d'autres grandes entreprises et de diversifier leur activité ;
- **une meilleure compétitivité des produits** mis sur le marché et un positionnement local qui permet de conserver la qualité BIC au prix le plus juste pour tous.

→ ÉTUDE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE L'USINE BIC À MANAUS (BRÉSIL)

Réalisée en 2004, et présentée dans le détail dans le Rapport de Développement Durable 2005 du Groupe BIC, une étude pilote a permis de mieux comprendre l'impact des activités d'un site BIC sur l'économie locale dans un pays émergent. Cette étude montrait que la ville de Manaus étant située dans une région très isolée (l'Amazonie) où l'industrie est concentrée sur quelques secteurs, seul un quart des dépenses du site était effectué localement. Les autres dépenses allant au reste du Brésil et à l'international.

En ce qui concerne les emplois, l'étude avait montré qu'un emploi direct sur le site de BIC Amazonia générerait jusqu'à trois emplois locaux et faisait indirectement vivre jusqu'à dix personnes sur la seule ville de Manaus.

Depuis 2004, l'ouverture à l'international et l'amélioration des infrastructures économiques et de transport au Brésil ont probablement sensiblement modifié ce résultat, qui reste cependant valable pour un site implanté dans un pays émergent.

2.5.2.2. Favoriser l'accès à l'éducation

◆ Enjeux

En matière d'éducation et d'alphabétisation, il est aussi important d'avoir accès à des stylos permettant l'écriture que de disposer de livres pour apprendre à lire. En matière d'apprentissage, l'écriture à la main est une compétence fondamentale qui contribue à la structuration de la pensée. Le stylo et le crayon sont donc des instruments indispensables pour favoriser l'éducation.

◆ Démarche et réalisations de l'année

Lancement de la Fondation d'entreprise BIC

La Fondation d'entreprise BIC a vu le jour à la fin de l'année 2015. Née de la volonté du Groupe de promouvoir son action citoyenne, de structurer sa démarche de mécénat et de renforcer le sentiment de fierté et d'appartenance des salariés BIC, elle a pour vocation de contribuer à l'accès à l'éducation en mettant l'accent sur le financement de l'entrepreneuriat social et de l'innovation dans l'éducation. Son action se concrétisera dans deux domaines principaux ; la lutte contre le décrochage scolaire et le développement de l'éducation des filles mais aussi l'éducation à l'environnement.

Son Conseil d'Administration est composé de neuf membres, six personnes appartenant au Groupe BIC et trois experts externes.

Promotion de l'écriture manuscrite

Au cours des dernières années, les équipes BIC se sont mobilisées pour promouvoir l'écriture à la main et son importance pour le développement des enfants, notamment à travers :

- le lancement de la gamme BIC® Kids en Europe et aux États-Unis, créée avec le concours de psychomotriciens, d'ergonomes et d'enseignants ;
- la campagne *BIC's Fight for Your Write* aux États-Unis, qui rappelle aux enseignants, aux étudiants et aux parents l'importance de l'apprentissage de l'écriture sur le développement cognitif, les compétences motrices, la confiance en soi et la créativité ;
- le lancement du site Internet BIC® Kids en Europe qui propose des activités créatives et d'apprentissage ludiques dans deux espaces, l'un dédié aux enfants, l'autre aux enseignants ;





- en Afrique du Sud, un *roadshow* annuel permet de sensibiliser les écoliers à l'importance de l'éducation, de l'écriture, de l'orientation scolaire et de la lutte contre le harcèlement à l'école.

Actions de mécénat et produits-partage en faveur de l'éducation

Chaque année, BIC développe et met sur le marché des produits-partage, dont certains sont des produits utiles à l'éducation. Pour le consommateur, c'est la possibilité de consommer de manière solidaire pour le même prix, car une partie de son achat sera reversée au profit d'une association. Laquelle association diversifie ses sources de recettes et bénéficie d'une visibilité supplémentaire. Pour BIC, c'est l'occasion de marquer son engagement citoyen et d'augmenter ses ventes.

En 2015, BIC Afrique du Sud a renouvelé la campagne de produits-partage *Choose BIC and Change a Future*. L'enjeu de l'éducation est majeur dans ce pays : 4,7 millions de personnes sont illettrées et le taux de chômage dépasse les 24 %. Avec cette campagne, pour tout produit acheté, un stylo est donné par BIC Afrique du Sud à l'association *READ Educational Trust*, qui les redistribue à des enfants défavorisés. Comme les années précédentes, l'opération a connu un grand succès : 1,2 million de stylos ont de nouveau été donnés, portant à 5 millions le nombre total de dons en cinq ans.

En Europe, pour la sixième année consécutive, l'opération « Kit Scolaire 2015 » à laquelle BIC contribue auprès de l'association française Dons Solidaires, spécialisée dans le mécénat de produits depuis dix ans, a connu un vif succès. Au total, 140 associations ont

reçu des lots de produits qu'elles ont redistribués à 20 000 enfants défavorisés au début des vacances d'été et en prévision de la rentrée des classes. Ces kits, composés de fournitures scolaires mais également de produits d'hygiène, sont très appréciés pour leur qualité et la variété des fournitures données par 15 entreprises partenaires. Parallèlement à cette opération, les produits donnés par BIC répondent aux besoins d'autres publics en difficulté via le réseau d'épicerie sociales de Dons Solidaires.

En 2015, BIC est allé plus loin dans ce partenariat avec la participation volontaire de cinq salariés à la confection des Kits Scolaires. Pour ce faire, le salarié prend une demi-journée de congés et le Groupe abonde en offrant l'autre demi-journée.

En France, comme chaque année depuis 2008, BIC a soutenu l'AFEV sous forme de don financier. Créée en 1992, l'AFEV (Association de la Fondation Étudiante pour la Ville) a pour but de lutter contre les inégalités. Elle s'adresse particulièrement aux enfants et aux jeunes en difficulté scolaire ou sociale. En partie financée par l'Éducation nationale, cette association a développé le tutorat scolaire grâce à un réseau d'étudiants bénévoles agissant dans les quartiers populaires.

En complément du programme *BIC Citizens in Action* (voir ci-après), le Groupe et les filiales sont à l'initiative de dons de produits et de dons financiers. Les initiatives locales sont pilotées par les filiales et peuvent être à l'initiative des salariés, de la filiale ou des parties prenantes ayant identifié des besoins. Ces opérations répondent à des enjeux locaux mais aussi globaux. En cohérence avec les métiers du Groupe, BIC intervient principalement dans le domaine de l'éducation (voir ci-dessous).

Types de programme	Exemples d'opérations au sein des filiales du Groupe BIC dans le domaine de l'éducation
Dons de produits	<p>États-Unis : don de stylos et de crayons à l'organisation <i>Adopt-a-classroom</i>, qui identifie les écoles ayant besoin de fournitures et dans le cadre du projet <i>BIC's Fight For Your Write</i> (le combat de BIC pour votre écriture), des parents ont été invités à signer une pétition pour encourager l'écriture. Pour la deuxième année, pour chaque signature sur la pétition, BIC donne un stylo ou un crayon à un enfant dans le besoin.</p> <p>États-Unis : don de stylos à la Fondation pour l'Éducation du Comté de Pinellas. Ces fournitures sont distribuées aux enfants qui n'ont pas les moyens financiers de les acheter, leur permettant ainsi de se concentrer sur leur éducation, plutôt que de se soucier du coût des fournitures.</p> <p>Espagne, France : don de produits d'écriture à des écoles et à des associations répondant à des besoins caritatifs.</p> <p>Brésil : don de produits et travail volontaire de salariés pour la rénovation des bibliothèques de trois écoles. Depuis 2013, ce projet a bénéficié à plus de 3 200 étudiants.</p>
Dons financiers	<p>États-Unis : depuis 17 ans, BIC est partenaire de l'association ENACTUS, qui propose des projets collectifs sur les campus d'université combinant les atouts du monde éducatif et du monde de l'entreprise. Partout dans le monde, des universités identifient et mettent en place des initiatives socialement responsables, au niveau local comme au niveau global, qui impactent positivement des milliers de personnes, notamment par la promotion de l'esprit d'entreprise.</p> <p>États-Unis : depuis 1994, l'objectif de <i>Play Safe ! Be safe!</i> est d'enseigner aux jeunes enfants les bases de la sécurité incendie et de faire de la prévention. Ce programme multimédia a été créé pour BIC par des éducateurs et des spécialistes de la sécurité incendie.</p> <p>France : don à « L'enfant@l'hôpital », association qui équipe, forme et accompagne en informatique les enfants hospitalisés pour rompre leur isolement et les aider à poursuivre leur scolarité.</p> <p>Espagne : Talita est une fondation qui soutient l'intégration sociale des enfants souffrant de maladies mentales telles que le syndrome de Down, par exemple. Chaque année, un calendrier de solidarité avec des photos d'enfants et de célébrités espagnoles est édité pour recueillir des fonds. En 2015, pour la septième année, BIC a rejoint la cause en parrainant le mois de septembre, en organisant des ateliers de peinture lors de la présentation du calendrier et en faisant don de produits pour les enfants.</p>

Les exemples d'actions en faveur de la santé ou celles engagées, en fonction des besoins, pour l'environnement, l'aide humanitaire d'urgence ou le sport sont présentés dans le paragraphe suivant « 2.5.2.3 Les autres actions de mécénat ».

◆ Perspectives

Le Groupe étudie l'opportunité de créer un observatoire de l'impact de l'écriture manuscrite sur le développement neurocognitif.





2.5.2.3. Les autres actions de mécénat

◆ Démarche et réalisations de l'année

BIC Citizens in Action

Le programme *BIC Citizens in Action* est un programme mondial, lancé par le Groupe en 2008. Il est basé sur un engagement partagé des salariés et de l'entreprise dans le but de protéger la planète et d'aider les communautés locales. Il répond donc à des enjeux sociétaux aux niveaux global et local.

Au niveau global : l'engagement partagé entre les salariés et l'entreprise se matérialise par la collecte de fonds auprès des

collaborateurs puis d'un abondement du Groupe permettant de doubler les sommes récoltées. La mobilisation des salariés se fait dans les filiales du monde entier. En 2014, 120 000 euros avaient ainsi été collectés et BIC s'était associé comme en 2010 et 2012 à l'ONG Planète Urgence pour apporter une aide aux familles haïtiennes au travers de l'initiative de soutien scolaire et financier « Haïti : sur le chemin de l'école ».

Au niveau local : le programme *BIC Citizens in Action* est aussi composé de nombreuses actions de volontariat des salariés sur tous les continents. Ceux-ci dédient du temps, de l'énergie et des ressources pour aider des associations et organisations locales dans le besoin.

Types de programme	Exemples d'opérations au sein des filiales du Groupe BIC dans le domaine de la santé, de l'environnement, du sport ou de l'aide humanitaire d'urgence
Dons de produits	<p>France : dons de produits d'écriture et de rasoirs à plusieurs associations qui répondent à des besoins caritatifs (Secours Populaire, Restos du Cœur, etc.).</p> <p>États-Unis : BIC HONORS, le programme caritatif de BIC USA Inc., s'efforce d'accompagner les communautés, d'aider les plus démunis et d'inspirer un changement positif au bénéfice de multiples causes. Ainsi, BIC HONORS soutient un groupe de plusieurs organisations caritatives locales et nationales alignées avec les valeurs du Groupe BIC, qui ont démontré une longue expérience et de bons résultats en matière d'efficacité, de travail d'équipe, de responsabilité et d'honnêteté.</p>
Travail bénévole des salariés	<p>France : participation de plus de 100 salariés et membres de leurs familles à une course de charité organisée par l'association « Odyssea ». Les frais d'inscription ont été reversés à l'Institut Gustave Roussy spécialisé dans le traitement du cancer.</p>
Dons financiers	<p>États-Unis : en 2015, BIC Consumer Products USA a renouvelé son soutien à <i>Susan G. Komen for the Cure®</i> pour participer à la lutte contre le cancer du sein grâce à la vente de produits de papeterie. À Milford et Shelton, BIC a également organisé une journée « <i>Pink Day</i> » pour sensibiliser au cancer du sein. Les employés ont été invités à porter du rose, acheter des rubans de sensibilisation ; les profits de ces ventes ont été reversés à <i>Susan G. Komen Connecticut</i>.</p> <p>Canada : des employés BIC se sont mobilisés pour apporter leur soutien aux victimes du tremblement de terre qui a touché le Népal. Ils ont ainsi fait une donation à « <i>Nepal Relief</i> », un marathon solidaire organisé par la Croix-Rouge. La donation a été doublée par BIC Inc.</p> <p>France : BIC Graphic et <i>BIC Citizens in Action</i> ont organisé une vente du stock d'échantillons aux collaborateurs du site de Clichy en soutien à l'association Proximité, une association installée près des locaux de BIC à Clichy, qui accompagne des jeunes défavorisés dans leur parcours vers l'emploi en leur proposant du mentorat, du soutien scolaire, des stages et des formations.</p> <p>Singapour : la <i>Singapore Children's Society</i> (SCS) organise chaque année une levée de fonds : une marche et une vente d'articles divers. BIC a choisi de sponsoriser cet événement en louant un stand pour y mettre à la vente des produits de papeterie (instruments d'écriture, marqueurs) et des rasoirs avec recharges. Toutes les recettes ont été reversées à SCS. La mission de SCS est la protection de l'enfance. En 2014, SCS a aidé 68 292 enfants, jeunes et familles dans le besoin.</p>

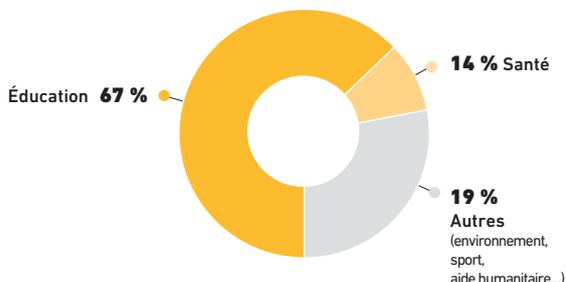
◆ Performances

→ **Objectif Groupe atteint : le montant de la contribution auprès des communautés est supérieur à 0,50 % du bénéfice avant impôt**

→ **206 opérations de volontariat, de dons de produits et de dons financiers dans le monde en 2015 (tous domaines confondus)**

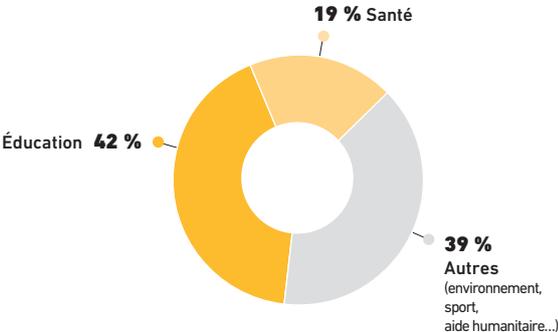
En 2015, les dons de produits et dons financiers dans le monde ont représentés 2,7 millions d'euros (valorisation interne), principalement dans les domaines de l'éducation et de la santé. Ces deux types d'opérations représentent 61 % des actions auprès des communautés en nombre et 81 % en valeur financière.

RÉPARTITION DE LA VALEUR FINANCIÈRE DES OPÉRATIONS - GROUPE BIC - 2015

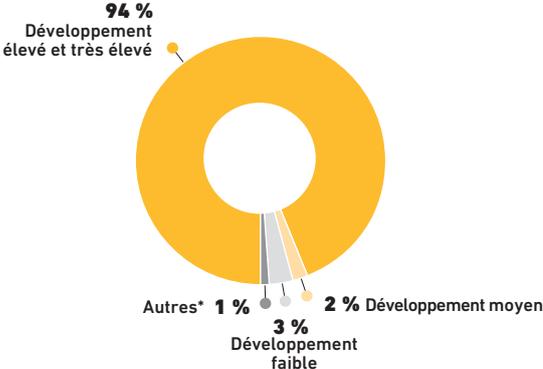




RÉPARTITION EN NOMBRE D'OPÉRATIONS - GROUPE BIC - 2015



RÉPARTITION DES ACTIONS PAR PAYS SELON L'INDICE DE DÉVELOPPEMENT HUMAIN (IDH) DES NATIONS UNIES - 2015



* Pays non répertoriés dans l'IDH.





2.6. Repères

2.6.1. NOTATIONS EXTRA-FINANCIÈRES

En 2015, BIC est présent dans les indices d'investissement socialement responsable suivants :

- Série des indices FTSE4Good ;
- Ethibel Excellence Investment Register ;
- Ethibel Pioneer Investment Register ;
- Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe ;
- Euronext Vigeo – Eurozone 120 ;
- Stoxx Global ESG Leaders Index.

Carbon Disclosure Project : BIC se maintient pour la septième année consécutive parmi les entreprises classées au CDLI (*Carbon Disclosure Leadership Index*), qui regroupe cette année 19 entreprises qui ont obtenu la note de 100/100. En terme de performance, BIC fait partie des 16 entreprises ayant reçu une note de A ou A- (Note BIC : 100 A- avec une progression de 96B à 100 A- entre 2014 et 2015).

2.6.2. PRIX REÇUS

En 2015, le Groupe BIC a de nouveau été récompensé pour la transparence de son information financière par les « Grands Prix de la Transparence Financière des Sociétés Cotées » organisés par Labrador. BIC a reçu le 1^{er} prix parmi les entreprises du secteur de la grande consommation et est classé 4^e parmi les sociétés françaises du SBF 120.

BIC a également reçu le 2^e prix « Éthique et évaluation des risques » parmi les Grands Prix de la Gouvernance 2015, décernés par l'AGEFI.

Christine Desbois, Directrice du Développement Durable du Groupe BIC a été classée parmi les trois finalistes de la catégorie Développement Durable du Trophée des Femmes de l'Industrie, décerné par l'Usine Nouvelle.

BIC est classé dans le Top 6 des fournisseurs Lyreco évalués sur le thème du développement durable (*Lyreco Supplier Sustainability Assessment*).

Au Canada, BIC a reçu le prix *Outstanding Partner Award* décerné par deux associations de distributeurs généralistes (*National Association of Convenience Distributors* et *Canadian Convenience Store Association*) pour valoriser la contribution de BIC à maintenir une filière de distribution durable.

2.6.3. PÉRIMÈTRE ET CHOIX DES INDICATEURS

La période de *reporting* couverte par le présent document est celle du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015.

2.6.3.1. Périmètre

Pour les indicateurs relatifs aux Ressources Humaines et aux communautés, le périmètre concerne les effectifs permanents de l'ensemble des sociétés françaises et étrangères du Groupe.

Pour les indicateurs environnement et sécurité, le *reporting* concerne les activités ayant un impact significatif, à savoir les activités industrielles détenues par le Groupe. Sont donc concernées toutes les usines BIC fabriquant des produits finis ou semi-finis ainsi que les sociétés d'ingénierie et les opérations d'emballages de plus de 50 salariés ou dont les opérations sont soumises à un cadre réglementaire spécifique (Seveso en Europe, PSM ou RMP aux États-Unis) compte tenu de leurs activités. Les autres sites sont inclus sur une base volontaire.

Le périmètre de *reporting* environnement et santé-sécurité est fixé pour la période 2014-2016 afin d'assurer la cohérence avec les données du Baromètre sur ces sujets. Tout nouveau site ou nouvelle acquisition au cours de cette période ne pourra ainsi être inclus qu'à l'occasion d'une prochaine période de Baromètre.

La part du Groupe BIC dans le capital des sept entités Cello Pens est passée de 75 % à 100 % en décembre 2015. Les activités de Cello Pens ont été exclues du périmètre de *reporting* environnemental, social et sociétal concernant les exercices 2013 à 2015. BIC a initié en 2014 une démarche visant à mettre en place un *reporting* environnement et santé-sécurité et à intégrer les usines de Cello Pens dans le *reporting* consolidé du Groupe d'ici à 2017.

Le *reporting* des sièges sociaux concerne les sièges du Groupe à travers le monde de plus de 200 salariés permanents.

2.6.3.2. Indicateurs

Les indicateurs publiés sont choisis pour représenter au mieux les principaux enjeux et impacts sociaux et environnementaux de BIC.

Le recensement des actions envers les communautés provient de la consolidation des informations envoyées annuellement par chaque Direction de filiale.

Les indicateurs financiers, ceux relatifs aux Ressources Humaines, à la sécurité au travail et à l'environnement sont issus de plusieurs systèmes de collecte qui utilisent de manière privilégiée des outils dédiés sur Intranet, sous la responsabilité de leur département respectif. Un contrôle de cohérence des données est effectué avant leur consolidation.





Pour le *reporting* environnement seulement, et pour assurer une meilleure fiabilité des données publiées, les données des années précédentes peuvent être corrigées ou affinées quand cela est nécessaire.

Pour le *reporting* des émissions de gaz à effet de serre, les facteurs de conversion ont été normalisés sur la base de ceux proposés annuellement par l'Agence Internationale de l'Énergie. Ce document tient compte des conseils méthodologiques de la *Global Reporting Initiative* (GRI) dont les indicateurs traités sont référencés dans le tableau de correspondance des indicateurs environnementaux et sociaux de la page 77.

2.6.3.3. Informations méthodologiques sur le Baromètre BIC de Développement Durable

◆ Définitions

Produits

Lancer des produits responsables innovants

Les produits concernés ont un avantage environnemental ou social qu'ils cumulent à une innovation. Cette dernière est définie comme n'ayant jamais été faite chez BIC.

Créer des produits pour les marchés en croissance

Grâce à sa vision « Nous offrons des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde », BIC développe ou adapte des produits de manière à apporter l'essentiel au plus grand nombre. Les huit produits seront conçus pour répondre aux besoins des marchés en croissance. Les marchés considérés par BIC comme en croissance (définition dans le document de référence BIC) incluent notamment les pays en développement selon d'IDH (Indice de Développement Humain du Programme des Nations Unies pour le Développement).

Proposer des produits BIC® ayant des avantages environnementaux

BIC a défini les avantages environnementaux pour ses produits comme suit :

- léger et utilisable longtemps (instrument d'écriture ≤ 3 g/km ; briquet ≤ 8 g/1 000 flammes ; rasoir ≤ 1 g/rasage) ;
- fabriqué à partir de matériaux alternatifs (recyclé, origine végétale, etc.) ;
- rechargeable ;
- éco-labellisé (NF Environnement, etc.).

Cet engagement est calculé sur le chiffre d'affaires.

Industrie

Sélectionner des matières responsables pour les emballages

Cet engagement concerne tous les produits BIC® emballés dans le monde et remis à un client du Groupe (sauf les palettes) : emballage consommateur (pochon, blister, boîte en carton), *outer/inner*, film bulles, présentoir. Il est calculé sur le poids de matière.

Améliorer la performance environnementale des usines BIC

Depuis 2002, BIC a mis en place un *reporting* environnemental auprès de ses usines, permettant de suivre notamment leurs consommations d'énergie et d'eau ainsi que leur production de déchets dangereux et non dangereux. Le déploiement et le maintien des SME assurent la mise en place régulière de programmes ayant pour objectif d'améliorer la performance de ces indicateurs.

Maintenir un faible niveau de fret aérien

En minimisant le fret aérien, maintenir de faibles émissions de GES dues au transport de produits est possible. Cet objectif a pour périmètre le transport dit d'approche, soit l'ensemble des liaisons usine à usine et usine à entrepôt (usines et entrepôts BIC et sous-traitants ; inter et intracontinental). Il est exprimé en tonnes-kilomètres.

Social/Sociétal

Maintenir les taux d'accidents du travail à un niveau faible

En 2013, BIC détient des Taux de Fréquence (TF) de 8,43 et Taux de Gravité (TG) de 0,27 pour ses usines, inférieurs aux derniers taux publiés par l'industrie de la métallurgie française (2012) : 21,4 pour le TF et 1,1 pour le TG. Le TF est exprimé en nombre d'accidents ayant entraîné plus d'un jour calendaire d'arrêt par million d'heures travaillées et le TG est exprimé en nombre de jours calendaires d'arrêt par millier d'heures travaillées.

Intensifier la mise en œuvre du Code de Conduite du Groupe BIC

L'engagement concerne tous les fabricants sous contrat de produits finis. Le système de notation mesure le niveau de performance de chaque fabricant sous contrat basé sur des indicateurs sociaux du Code de Conduite BIC. Les audits BIC Graphic sont effectués uniquement dans les sites implantés dans les pays à risque « Droits de l'Homme » (pays non libres et partiellement libres, source : Freedom House 2013).

Développer l'engagement des salariés

BIC réalise des enquêtes annuelles qui sont lancées en alternance : en 2014 l'enquête d'Engagement, en 2015 l'enquête Valeurs et en 2016 l'enquête d'Engagement. Le périmètre doit porter *a minima* sur 80 % des effectifs permanents BIC.

Assurer l'employabilité des salariés BIC

Cet engagement mesure le nombre de postes cadres et non cadres pourvus en interne par rapport au nombre total de postes pourvus dans le Groupe pendant la même période. Cela inclut : les promotions (changement de *level*) et les développements (changement de poste ou de zone géographique ou d'entité).





2.6.4. TABLE DES INDICATEURS

Indicateurs environnementaux	Baromètre	Unité	2013	2014	2015
Systèmes de management des usines					
Part des usines ayant des systèmes de management environnement et santé-sécurité (ou en cours de déploiement)		%	99,7	89,0	89,0
Part des salariés de BIC travaillant dans des usines certifiées ISO 14001 (ou engagées dans une démarche)		%	81,0	84,0	80,0
Consommation d'énergie					
Consommation annuelle d'énergie		Giga joules	1 100 313	1 113 281	1 157 395
Consommation annuelle d'énergie rapportée à la production	Baromètre	Giga joules /tonne	12,68	12,22	12,16
Émissions de gaz à effet de serre (GES)					
Total des émissions annuelles de GES		teqCO ₂	93 679	94 375	98 855
• Émissions directes de GES		teqCO ₂	9 354	8 941	9 275
• Émissions indirectes de GES		teqCO ₂	84 325	85 434	89 580
Total des émissions annuelles de GES rapportées à la production		teqCO ₂ /tonne	1,079	1,035	1,038
Consommation d'eau					
Consommation annuelle d'eau		m ³	606 884	568 084	551 968
Consommation annuelle d'eau rapportée à la production	Baromètre	m ³ /tonne	6,99	6,23	5,80
Production de déchets					
Production annuelle de déchets industriels		Tonnes	22 682	23 575	25 118
• Déchets industriels non dangereux		Tonnes	20 314	20 744	22 036
• Déchets industriels dangereux		Tonnes	2 368	2 831	3 082
Production annuelle de déchets industriels rapportée à la production		Tonnes/tonnes	0,261	0,259	0,264
Production annuelle de déchets industriels non recyclés rapportée à la production	Baromètre	Tonnes/tonnes	0,0794	0,0780	0,0830
Part des déchets valorisés		%	84	84	83
Transport					
Émissions de GES liées au transport d'approche*		teqCO ₂ /tonne de produits	0,592	0,662	0,633
Part du transport d'approche opéré sans aérien	Baromètre	%	98,03	98,15	98,09
Produits					
Nombre de références certifiées par l'écolabel français NF Environnement			22	22	22
Nombre de produits responsables innovants lancés	Baromètre		n/a	2	4**
Nombre de produits adaptés aux marchés en croissance créés	Baromètre		n/a	2	7**
Part des produits ayant au moins un avantage environnemental*	Baromètre	%	49,9	49,6	50
Emballages					
Part des emballages BIC en carton provenant de sources certifiées et/ou recyclées	Baromètre	%	75,9	87,7	90,3
Part des emballages en plastique sans PVC	Baromètre	%	70,6	78,2	83,1

* Hors BIC Graphic (Produits Publicitaires et Promotionnels).

** Pour 2014 et 2015.





Indicateurs sociaux	Baromètre	Unité	2013	2014	2015
Effectifs Groupe					
Total effectifs en équivalent temps plein – Groupe BIC			10 762	11 025	11 144
• Effectifs permanents			9 373	9 550	9 640
• Effectifs temporaires			1 389	1 475	1 504
Taux de départ volontaire		%	7	8	8
Effectifs permanents par zone géographique					
Part des effectifs permanents par zone géographique					
• Europe		%	40,0	40,5	40,7
• Amérique du Nord		%	24,0	24,0	24,0
• Marchés en croissance		%	36,0	35,5	35,3
Effectifs permanents par pôle d'activité					
Part des effectifs permanents par pôle d'activité					
• Production et R&D		%	62	63	63
• Distribution, marketing et administration		%	19	19	18
• Vente et service au client		%	19	18	19
Formation, gestion des carrières et engagement					
Part des salariés ayant reçu une formation		%	85	92	92
Nombre de jours de formation reçus		Jours	17 791	20 293	24 079
Nombre de jours de formation reçus par salarié		Jours	1,89	2,21	2,7
Nombre d'heures de formation reçues par thème		Heures	142 327	162 347	192 633
• Formations techniques		Heures	101 762	100 837	132 782
• Formations au management		Heures	17 921	21 648	25 867
• Culture BIC		Heures	22 644	35 384	25 408
• Santé et Bien-être		Heures	n/a	4 478	8 576
Taux de promotion interne des managers (niveaux les plus élevés : 3 à 6)					
• Recrutement externe		%	36	35	34
• Recrutement interne		%	64	65	66
Taux de participation aux enquêtes	Baromètre	%	84	90,5	85,1
Taux interne de développement et de promotion	Baromètre	%	25	30,5	31,5
Diversité					
Part de femmes dans le management et les effectifs					
• Conseil d'Administration		%	30	30	30
• Direction Générale		%	10	18	20
• Managers (niveaux les plus élevés : 3 à 6)		%	28	29	29
Sécurité					
Taux de fréquence des accidents du travail dans les usines (accidents avec incapacité temporaire ou permanente)	Baromètre	Nombre/million d'heures travaillées	8,43	6,67	6,28
Taux de gravité des accidents du travail dans les usines (en jours d'incapacité temporaire)	Baromètre	Nombre/millier d'heures travaillées	0,27	0,31	0,26
Absentéisme					
Taux d'absentéisme (hors accident du travail et maternité)		%	1,4	1,5	1,5





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE
Repères

Indicateurs sociétaux	Baromètre	Unité	2013	2014	2015
Respect des Droits de l'Homme au travail					
Part du chiffre d'affaires provenant des produits BIC® fabriqués dans ses propres usines		%	84,6	84,6	86,0
Part des effectifs permanents BIC travaillant dans des pays sans risque Droits de l'Homme ^(a)		%	80,0	80,4	81,0
Part des usines BIC implantées dans des pays sans risque Droits de l'Homme ^(a)		%	84	83	86
Part des fabricants sous contrat implantés dans des pays sans risque Droits de l'Homme ^(a)		%	33	22	28
Part des fabricants sous contrat ayant été audités à l'aide d'outils d'évaluation incluant un système de notation et ayant engagé un suivi	Baromètre	%	-	26,8	75,7
Part du chiffre d'affaires réalisé dans des pays sans risque Droits de l'Homme ^(a)		%	87,3	87,4	88,3
Mécénat					
Hauteur de la contribution auprès des communautés en part du bénéfice avant impôt		%	> 0,5	0,49	> 0,7

(a) Source : Freedom House.





2.6.5. RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT SUR LES INFORMATIONS SOCIALES, ENVIRONNEMENTALES ET SOCIÉTALES CONSOLIDÉES FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION

ERNST & YOUNG et Associés

SOCIÉTÉ BIC

Exercice clos le 31 décembre 2015

Aux Actionnaires,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant accrédité par le COFRAC⁽¹⁾ sous le numéro 3-1050, nous vous présentons notre rapport sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées relatives à l'exercice clos le 31 décembre 2015, présentées dans le chapitre 2 du document de référence incluant le rapport de gestion, ci-après les « Informations RSE », en application des dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce.

Responsabilité de la Société

Il appartient au Conseil d'Administration d'établir un rapport de gestion comprenant les Informations RSE prévues à l'article R. 225-105-1 du Code de commerce, conformément aux référentiels utilisés par la Société, composés des protocoles de *reporting* environnement, santé-sécurité et RH dans leurs versions datées de décembre 2015 (ci-après les « Référentiels ») dont un résumé figure en introduction du chapitre 2.6.3 « Périmètre et choix des indicateurs » du document de référence.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les textes réglementaires, le code de déontologie de la profession ainsi que les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du Code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des règles déontologiques, des normes professionnelles et des textes légaux et réglementaires applicables.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux :

- d'attester que les Informations RSE requises sont présentes dans le rapport de gestion ou font l'objet, en cas d'omission, d'une explication en application du troisième alinéa de l'article R. 225-105 du Code de commerce (Attestation de présence des Informations RSE) ;
- d'exprimer une conclusion d'assurance modérée sur le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, dans tous leurs aspects significatifs, de manière sincère, conformément aux Référentiels (Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE).

Nos travaux ont été effectués par une équipe de quatre personnes entre octobre 2015 et février 2016 pour une durée d'environ 12 semaines.

Nous avons conduit les travaux décrits ci-après conformément aux normes professionnelles applicables en France et à l'arrêté du 13 mai 2013 déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et concernant l'avis motivé de sincérité, à la norme internationale ISAE 3000⁽²⁾.

1. Attestation de présence des Informations RSE

Nous avons pris connaissance, sur la base d'entretiens avec les responsables des directions concernées, de l'exposé des orientations en matière de développement durable, en fonction des conséquences sociales et environnementales liées à l'activité de la Société et de ses engagements sociétaux et, le cas échéant, des actions ou programmes qui en découlent.

Nous avons comparé les Informations RSE présentées dans le rapport de gestion avec la liste prévue par l'article R. 225-105-1 du Code de commerce.

En cas d'absence de certaines informations consolidées, nous avons vérifié que des explications étaient fournies conformément aux dispositions de l'article R. 225-105 alinéa 3 du Code de commerce.

Nous avons vérifié que les Informations RSE couvraient le périmètre consolidé, à savoir la Société ainsi que ses filiales au sens de l'article L. 233-1 du Code de commerce et les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3 du même code avec les limites précisées dans la note méthodologique présentée au chapitre 2.6.3 « Périmètre et choix des indicateurs » du document de référence, notamment celles relatives à l'exclusion des activités de Cello Pens pour l'exercice 2015.

Sur la base de ces travaux, et compte tenu des limites mentionnées ci-dessus, nous attestons de la présence dans le rapport de gestion des Informations RSE requises.

2. Avis motivé sur la sincérité des Informations RSE

Nature et étendue des travaux

Nous avons mené une douzaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des Informations RSE auprès des Directions Développement Durable, Ressources Humaines, Sécurité au travail, Éco-conception, Sécurité des produits et Éthique des affaires, en charge des processus de collecte des informations et, le cas échéant, responsables des procédures de contrôle interne et de gestion des risques, afin :

- d'apprécier le caractère approprié des Référentiels au regard de leur pertinence, leur exhaustivité, leur fiabilité, leur neutralité et leur caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- de vérifier la mise en place d'un processus de collecte, de compilation, de traitement et de contrôle visant à l'exhaustivité et à la cohérence des Informations RSE et prendre connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques relatives à l'élaboration des Informations RSE.

Nous avons déterminé la nature et l'étendue de nos tests et contrôles en fonction de la nature et de l'importance des Informations RSE au regard des caractéristiques de la Société, des enjeux sociaux et environnementaux de ses activités, de ses orientations en matière de développement durable et des bonnes pratiques sectorielles.

(1) Portée d'accréditation disponible sur www.cofrac.fr

(2) ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical information





NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

Repères

Pour les Informations RSE que nous avons considérées les plus importantes⁽¹⁾:

- au niveau de l'entité consolidante, nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (organisation, politiques, actions, etc.), nous avons mis en œuvre des procédures analytiques sur les informations quantitatives et vérifié, sur la base de sondages, les calculs ainsi que la consolidation des données et nous avons vérifié leur cohérence et leur concordance avec les autres informations figurant dans le rapport de gestion ;
- au niveau d'un échantillon représentatif d'entités que nous avons sélectionnées⁽²⁾ en fonction de leur activité, de leur contribution aux indicateurs consolidés, de leur implantation et d'une analyse de risque, nous avons mené des entretiens pour vérifier la correcte application des procédures et mis en œuvre des tests de détail sur la base d'échantillonnages, consistant à vérifier les calculs effectués et à rapprocher les données des pièces justificatives. L'échantillon ainsi sélectionné représente 21 % des

effectifs au 31 décembre 2015, 15 % de la production annuelle (en tonnes), 14 % des consommations d'énergie, 9 % des consommations d'eau et 12 % des déchets produits.

Pour les autres Informations RSE consolidées, nous avons apprécié leur cohérence par rapport à notre connaissance de la Société.

Enfin, nous avons apprécié la pertinence des explications relatives, le cas échéant, à l'absence totale ou partielle de certaines informations.

Nous estimons que les méthodes d'échantillonnage et tailles d'échantillons que nous avons retenues en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus. Du fait du recours à l'utilisation de techniques d'échantillonnages ainsi que des autres limites inhérentes au fonctionnement de tout système d'information et de contrôle interne, le risque de non-détection d'une anomalie significative dans les Informations RSE ne peut être totalement éliminé.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que les Informations RSE, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément aux Référentiels.

Observations

Sans remettre en cause la conclusion ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'élément suivant :

Sur les indicateurs sociaux, des améliorations ont été apportées sur les méthodes de *reporting* et les contributeurs locaux ont été formés aux définitions des indicateurs. Cependant, le dispositif de contrôle interne n'a pas permis de détecter de nombreux écarts, qui ont été corrigés.

Paris-La Défense, le 1^{er} mars 2016

L'Organisme Tiers Indépendant
ERNST & YOUNG et Associés

Eric Mugnier
Associé Développement Durable

Bruno Perrin
Associé

(1) Informations quantitatives :

Produits : nombre de produits responsables innovants lancés en 2015, nombre de produits créés en 2015 pour les marchés en croissance, part des produits BIC® ayant au moins un avantage environnemental, production de produits finis et semi-finis, score des engagements 1, 2 et 3 du Baromètre BIC de Développement Durable ;

Environnement : pourcentage des emballages en carton provenant de sources certifiées et/ou recyclées, pourcentage des emballages en plastique sans PVC, consommation annuelle d'eau rapportée à la production, consommation annuelle d'énergie rapportée à la production, émissions annuelles de GES directes et indirectes, production de déchets dangereux et non dangereux, production annuelle de déchets industriels non recyclés rapportée à la production, part du transport d'approche opéré sans fret aérien, score des engagements 4, 5 et 6 du Baromètre BIC de Développement Durable ;

Sécurité : taux de fréquence et de gravité des accidents du travail et score de l'engagement 7 du Baromètre BIC de Développement Durable ;

Sociétal : part des fabricants sous contrat audités à l'aide d'outils d'évaluation incluant un système de notation et engagés dans un suivi et score de l'engagement 8 du Baromètre BIC de Développement Durable ;

Ressources humaines : taux de participation à l'enquête Valeurs et à l'enquête d'Engagement, taux interne de développement et de promotion, effectifs au 31 décembre 2015, part des femmes dans l'effectif, entrées et sorties du personnel, taux d'absentéisme, nombre d'heures de formation dispensées, score des engagements 9 et 10 du Baromètre BIC de Développement Durable.

Informations qualitatives :

Déploiement du Baromètre BIC de Développement Durable, politiques générales en matière de ressources humaines, d'environnement et de sécurité au travail, éco-conception des produits, sécurité des produits, bien-être et développement des salariés du Groupe et éthique des affaires.

(2) BIC Mexico (Mexique), BIC Graphic Red Wing (États-Unis), BIC Graphic Europe et BIC Iberia (Espagne).





2.6.6 TABLE DE CONCORDANCE DES INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX

Le tableau ci-dessous indique, pour chaque partie du document, les indicateurs GRI ⁽¹⁾, les principes du Pacte Mondial des Nations Unies et les principes généraux de l'OCDE ⁽³⁾ abordés.

Sommaire	Article 225 alinéa 5 du Code de commerce	CDSB référentiel pour le reporting des informations environnementales et le capital naturel ⁽²⁾	Principes du Pacte Mondial ⁽²⁾	Principes généraux de l'OCDE ⁽³⁾	Page
1. Profil du Groupe		G4-3, G4-4, G4-17, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9	REQ-07	6, 10	2 à 5
2.1. Le Programme BIC de Développement Durable	3.b, c	G4-2, G4-45, G4-47, G4-56, G4-15, G4-24, G4-26, G4-27, G4-PR5, G4-EC1, G4-8, G4-27, G4-PR5, G4-16, G4-S05	P1, P2, P7, REQ-01, REQ-02, REQ-03	1 à 10, 1, 5	9 à 21
2.2. Les responsabilités liées à nos produits	3.d	G4-PR1, G4-EN27	P5, P6, REQ-04, REQ-05,	2, 3, 7, 8, 10, 8 et 9, 12, 13, 14	22 à 33
2.3. La responsabilité environnementale liée à nos opérations	2.a, b, c, d, e	G4-EC2, G4-EN1, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN5, G4-EN7, G4-EN6, G4-EN8, G4-EN12, EN14, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN19, G4-EN23, G4-EN29, G4-EN30, G4-EN31	P4, P5, P6, REQ-01, REQ-02, REQ-04, REQ-05	7, 8 et 9, 12	34 à 45
2.4. Notre responsabilité sociale envers les salariés	1.a, b, c, d, e, f, g	G4-10, G4-11, G4-LA1, G4-LA6, G4-LA7, G4-LA8, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11, G4-LA12		1, 3 et 6, 2, 10	46 à 60
2.5. Notre responsabilité sociétale	3.a, c, d, e	G4-S03, G4-HR10, G4-HR5, G4-HR6, G4-EC8		1, 2, 4, 5, 10, 4, 8, 14	61 à 69
2.6. Repères		G4-13, G4-28, G4-30, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23, G4-32, G4-33	P1, P2, P4, P6, REQ-04, REQ-05, REQ-07, REQ-08, REQ-09, REQ-10, REQ-11, REQ12	1, 2, 3, 7, 9, 13	70 à 77

(1) GRI : Global Reporting Initiative, version G4.

(2) CDSB : Climate Disclosure Standards Boards.

(3) OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économiques.

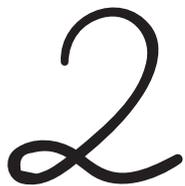




NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE







NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE



SOCIÉTÉ BIC14,
RUE JEANNE D'ASNIÈRES
92611 CLICHY CEDEX - FRANCE
TEL : 33 (0) 1 45 19 52 00
CONTACT : CHRISTINE DESBOIS – DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
SOCIÉTÉ ANONYME AU CAPITAL DE 183 108 384,24 EUROS
DIVISÉ EN 47 934 132 ACTIONS DE 3,82 EUROS
COTATION : EUROLIST D'EURONEXT PARIS
CODE ISIN : FR0000120966
MNÉMONIQUE : BB COTATION EN MARCHÉ CONTINU
552.008.443 RCS NANTERRE
Rédaction : Direction du Développement Durable du Groupe BIC & Elsa Boniface



SOCIÉTÉ BIC - 92611 CLICHY CEDEX (FRANCE)

WWW.BICWORLD.COM