Fait(s) pour durer

Pour vous
Pour tous

RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE
EXTRAIT DU DOCUMENT
DE RÉFÉRENCE

2016

Profil et Stratégie **2**
Profil 2016 **4**

NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE **7**
2.1. Le Programme BIC de Développement Durable 8
2.2. Les responsabilités liées à nos produits 21
2.3. La responsabilité environnementale liée à nos opérations 33
2.4. Notre responsabilité sociale envers nos salariés 45
2.5. Notre responsabilité sociétale 60
2.6. Repères 68
2.7. Table de concordance des indicateurs environnementaux et sociaux 75

Rapport de développement durable 2016

extrait du document de référence

PROFIL
ET STRATÉGIE

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 2016, BIC a réalisé 12 % de son chiffre d'affaires avec de nouveaux produits [(1)] ;
- des marques reconnues :
  - grand public : BIC®, Tipp-Ex®, Wite-Out®, BIC® Kids, BIC® Matic, BIC® Ecolutions® (produits responsables), Cello®,
  - produits publicitaires et promotionnels : BIC Graphic ;
- une présence mondiale historique sur les marchés développés et sur les marchés en croissance :
  - BIC est présent dans plus de 160 pays avec une forte présence 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, fourniturists 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) 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 2016

UN LEADER MONDIAL DES BIENS DE CONSOMMATION

Plus de **70 ans** d'histoire

1950 Lancement du 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 (1)

(1) Exercice 2016 en publié.

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.

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).
- 90 % du chiffre d'affaires réalisé avec des produits fabriqués dans ses propres usines*.

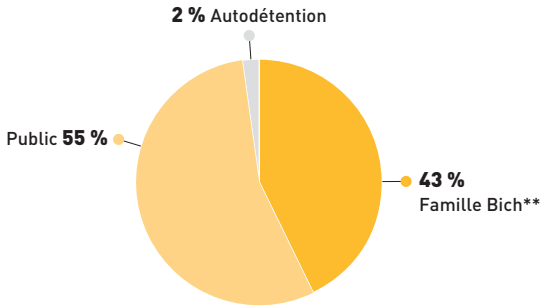
UN SENS HISTORIQUE DE LA **RESPONSABILITÉ SOCIALE**

- 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.

Une grande importance accordée à la **gouvernance d'entreprise**

RÉPARTITION DU CAPITAL



Conseil d'Administration

6

RÉUNIONS EN 2016 AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE

95 %

10 Administrateurs

40 % Indépendants

4 Nationalités

30 % Femmes ***

* *Hors Cello Pens.*

** *Direct et indirect.*

*** *Ce taux sera porté à 40 % sous réserve de l'adoption de la résolution de l'Assemblée Générale du 10 mai 2017, relative à la nomination de Mme Candace Matthews.*

2 NOTRE RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SOCIÉTALE

2.1. Le Programme BIC de Développement Durable 8

2.1.1. Les quatre axes de la démarche 8
2.1.2. Les enjeux de développement durable pour le Groupe BIC 8
2.1.3. Pilotage de la démarche : le Baromètre BIC de Développement Durable 13
2.1.4. Le développement durable intégré à nos activités 16
2.1.5. L'interaction avec nos parties prenantes 17

2.2. Les responsabilités liées à nos produits 21

2.2.1. La performance environnementale de nos produits 21
2.2.2. Des produits conçus pour satisfaire et anticiper les attentes des consommateurs 26
2.2.3. La sécurité de nos produits 28
2.2.4. L'optimisation de nos emballages 30

2.3. La responsabilité environnementale liée à nos opérations 33

2.3.1. Nos usines 33
2.3.2. Nos activités de transport 39
2.3.3. Nos activités commerciales et de support 43

2.4. Notre responsabilité sociale envers nos salariés 45

2.4.1. Les effectifs 45
2.4.2. Le partage des valeurs et les dispositifs d'écoute 47
2.4.3. La santé/sécurité au travail 49
2.4.4. La santé et le bien-être au travail 50
2.4.5. Le développement des collaborateurs 53
2.4.6. Le système de rémunérations 57
2.4.7. La promotion de la diversité 58
2.4.8. Le dialogue social 59

2.5. Notre responsabilité sociétale 60

2.5.1. Exercer notre responsabilité sur l'ensemble de notre chaîne de valeur 60
2.5.2. Agir en acteur économique local et solidaire 65

2.6. Repères 68

2.6.1. Notations extra-financières 68
2.6.2. Prix reçus 68
2.6.3. Périmètre et choix des indicateurs 68
2.6.4. Table des indicateurs 70
2.6.5. Rapport de l'organisme tiers indépendant sur les informations sociales, environnementales et sociétales consolidées figurant dans le rapport de gestion 73

2.7. Table de concordance des indicateurs environnementaux et sociaux 75

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 DÉMARCHE

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. 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.

➔ 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 9 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 avec notamment 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 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. 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 » 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.

2.1.2.2. La contribution du Groupe BIC aux Objectifs de Développements Durable de l'ONU

Parmi les 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) fixés par l'Organisation des Nations unies à l'horizon 2030, le Groupe BIC en a identifié 13 auxquels il contribue à sa mesure.

Objectifs de Développement Durable auxquels BIC contribue

Pour quatre d'entre eux, le Groupe a une contribution active depuis plusieurs années notamment à travers les produits qu'il fabrique et commercialise dans plus de 160 pays, et qui concrétisent sa vision « Offrir des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde ».

1. Éliminer la pauvreté, en rendant accessibles à tous des produits simples et fiables, qui répondent à des besoins essentiels (voir page 27).

4. Assurer une éducation équitable, par l'ensemble des mesures prises pour favoriser l'accès à l'éducation (voir page 65).

8. Promouvoir une croissance économique soutenue et durable, notamment en concevant des produits et en développant des modes de production qui privilégient l'utilisation efficace des ressources et le recours aux matières recyclées (voir pages 21 à 25 et 34 à 39).

12. Établir des modes de consommation et de production durable, notamment au travers de son programme d'éco-conception, des informations mises à la disposition des consommateurs pour guider leurs choix ou encore par son programme de veille et de conformité assurant la mise sur le marché de produits conformes et sûrs pour la santé et l'environnement (voir pages 21, 23, 24 et 28 à 30).

Sur le périmètre direct de ses activités ou dans sa sphère d'influence directe, au travers de ses initiatives en faveur de l'accompagnement des collaborateurs, de ses programmes de réduction des impacts environnementaux de ses usines, du respect des Droits de l'Homme dans ses usines et par ses fournisseurs et sous-traitants, ou encore par l'action de sa Fondation d'entreprise, le Groupe participe également aux objectifs suivants :

3. Promouvoir la bonne santé et le bien-être de tous à tout âge.

5. Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.

6. Améliorer la qualité de l'eau [(1)].

7. Améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables [(1)].

9. Adapter les industries afin de les rendre durables [(1)].

10. Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.

13. Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques.

15. Promouvoir la gestion des forêts, mettre un terme à la déforestation.

16. Réduire la corruption [(1)].

(1) Pour certains objectifs, ne sont mentionnées ici que les sous-thématiques pertinentes au regard des activités du Groupe.

2.1.2.3. Les enjeux de BIC sur le cycle de vie de ses produits

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® • Le plastique représente 45 % des achats du Groupe • 9,5 % des plastiques utilisés par la catégorie Papeterie sont des plastiques recyclés	• Réduire la consommation de matières premières non renouvelables • Favoriser l'utilisation de matériaux alternatifs (d'origine recyclée ou végétale) et participer à l'émergence de l'économie circulaire • 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 • Des millions de produits vendus chaque jour dans le monde	• Réduire la consommation d'eau et d'énergie • Réduire les émissions de CO_2 • Réduire les déchets et améliorer la part de déchets valorisés • 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 • 0,768 teqCO_2 par tonne de produits transportés	• 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…) • 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	• 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® • 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	• Contribuer à réduire la quantité de déchets produite • Étudier les solutions possibles de récupération et de recyclage

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).

➔ 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.

Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans le paragraphe 2.6.3.3. (page 69).

Clôture du Baromètre BIC 2014-2016 et poursuite du Programme BIC de Développement Durable

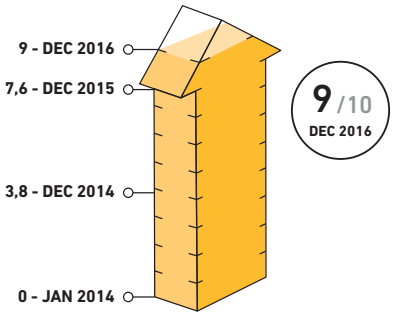
À l'issue des trois ans et de beaucoup d'efforts des équipes du Groupe, le score final est de 9/10, en progression de 0,3 point par rapport au précédent exercice.

Plusieurs engagements ont obtenu le score maximal : ceux concernant les produits (les produits innovants et responsables, ceux adaptés aux marchés en croissance et l'engagement des trois catégories à avoir au moins 50 % de produits ayant au moins un avantage environnemental). Ceux sur la stabilisation du recours au fret aérien, l'intensification de la mise en œuvre du Code de Conduite BIC auprès de ses fabricants sous contrat, et l'employabilité de ses salariés participent aussi à l'atteinte de ce résultat.

D'autres engagements auront besoin de plus de temps pour atteindre leurs objectifs. Le Groupe continuera de les surveiller afin de s'assurer de les atteindre à court terme.

BIC souhaite accélérer ses efforts pour tirer profit du levier de transformation que représente le développement durable et créer ainsi de la valeur sur le long terme au bénéfice de ses parties prenantes. Ainsi, en 2017, le Groupe définira des engagements ambitieux dans le cadre de son Programme de Développement Durable ainsi que les modalités de pilotage permettant l'atteinte des objectifs. Ces engagements seront pris à l'horizon 2025, afin de pouvoir, d'ici là, déployer toutes les actions nécessaires.

Baromètre 2014-2016



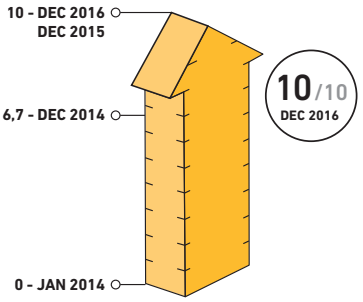
Le score global est la moyenne des 10 engagements

« 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. »

Christine Desbois, Directrice Développement Durable

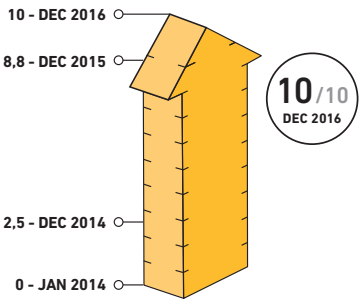
PRODUITS **INDUSTRIE** **SOCIAL/SOCIÉTAL**

1 Lancer des produits responsables innovants



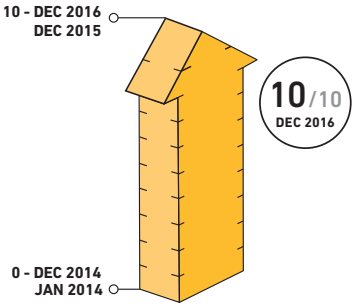
- Entre 2014 et 2016, BIC aura fait 3 lancements de produits responsables innovants
  (Départ JAN 14 : 0 > DEC 16 : 5)

2 Créer des produits pour les marchés en croissance



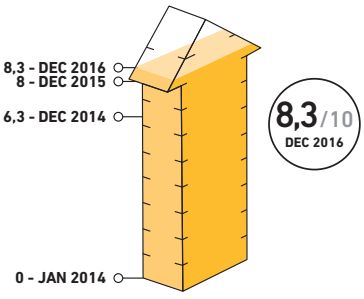
- Entre 2014 et 2016, BIC aura créé 8 produits adaptés aux marchés en croissance
  (Départ JAN 14 : 0 > DEC 16 : 8)

3 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 16 : 50 %)

4 Sélectionner des matières responsables pour les emballages*

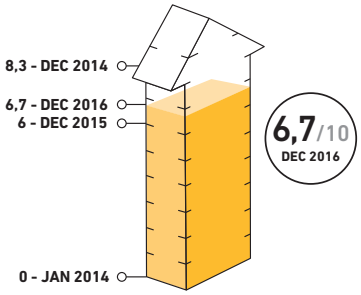


En 2016,

- 90 % des emballages BIC en carton proviendront de sources certifiées et/ou recyclées, soit une amélioration de 17 %
  (Départ JAN 14 : 76,45 % > DEC 16 : 92,26 %)
- 90 % des emballages BIC en plastique seront sans PVC, soit une amélioration de 27 %
  (Départ JAN 14 : 71,32 % > DEC 16: 83,46 %)

** Hors BIC Graphic*

Améliorer la performance environnementale des usines BIC

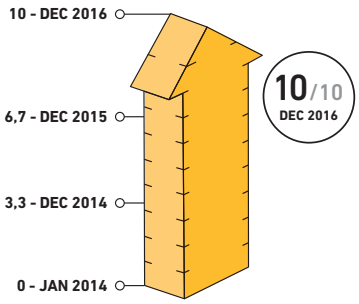


En 2016,

- La consommation d'énergie restera à 12,65 GJ **
  (Départ JAN 14 : 12,65 > DEC 16 : 11,77)
- La consommation d'eau sera de 5,25 m^3**, soit une réduction de 20 %
  (Départ JAN 14 : 6,56 > DEC 16 : 4,86)
- La production de déchets non recyclés sera de 0,0786 tonne**, soit une réduction de 1 %
  (Départ JAN 14 : 0,0794 > DEC 16 : 0,0855)

5

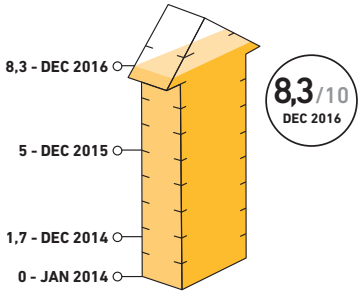
Maintenir un faible niveau de fret aérien



- Chaque année entre 2014 et 2016, 97,7 % de notre transport d'approche sera opéré sans aérien
  (Départ JAN 14 : 98,03 % > DEC 16 : 97,71 %)

6

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

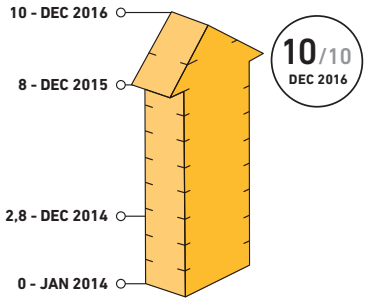


Chaque année entre 2014 et 2016,

- Le taux de fréquence des accidents dans le Groupe sera au maximum de 8,43
  (Départ JAN 14 : 8,43 > DEC 16 : 7,1)
- Le taux de gravité des accidents dans le Groupe sera au maximum de 0,27
  (Départ JAN 14 : 0,27 > DEC 16 : 0,24)

7

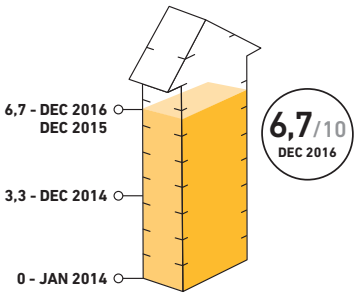
Intensifier la mise en œuvre du Code de Conduite du Groupe BIC



- Entre 2014 et 2016, 95 % des fabricants sous contrat auront été audités à l'aide d'outils d'évaluation incluant un système de notation et de suivi
  (Départ JAN 14 : 0 > DEC 16 : 96,1 %)

8

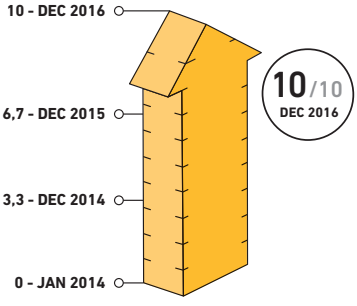
Développer l'engagement des salariés



- Chaque année entre 2014 et 2016, les taux de participation à l'enquête Valeurs et à l'enquête d'Engagement seront d'au moins 85 %
  (Départ JAN 14 : 83,6 % > DEC 16 : 83,1 %)

9

Assurer l'employabilité des salariés BIC



- Chaque année entre 2014 et 2016, le taux interne de développement et de promotion sera d'au moins 25 %
  (Départ JAN 14 : 25 % > DEC 16 : 30,8 %)

10

*** 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 2016, deux sujets ont été abordés : les enjeux liés à la sécurité des produits et la poursuite du Programme BIC de Développement Durable. Le Comité de Direction a pris la décision d'engager le Groupe dans la définition d'engagements ambitieux à l'horizon 2025.

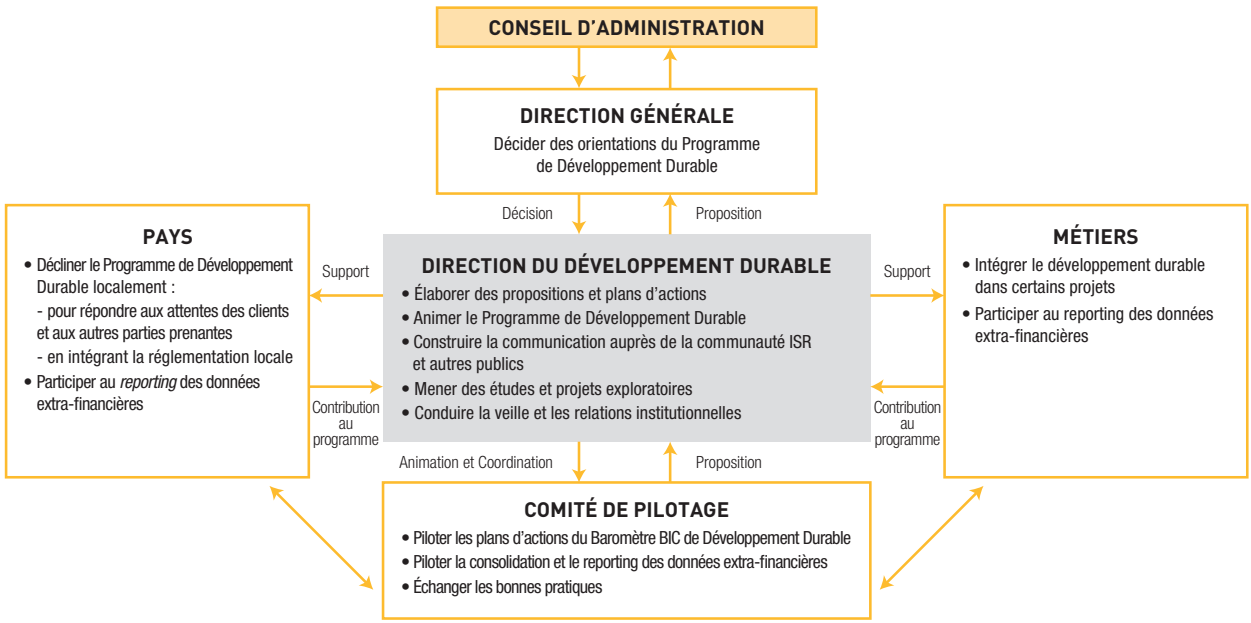
Le Programme BIC de Développement Durable, ses objectifs et son niveau d'avancement sont présentés au moins une fois par an au Conseil d'Administration et aux actionnaires lors de l'Assemblée Générale. Par ailleurs, le Comité d'Audit est informé des politiques et des programmes mis en œuvre par le Groupe.

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 trois Directeurs Généraux Délégués.



Le Forum annuel du Comité de Développement Durable, présidé par Bruno Bich, Président Directeur Général, s'est tenu du 8 au 10 juin 2016, 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 2016 : les enjeux du développement durable pour l'avenir et comment préparer le futur, la contribution du développement durable à la croissance du Groupe, le recyclage des matières plastiques, l'économie circulaire, l'implication des collaborateurs, la performance environnementale des produits, ou encore, le positionnement du Groupe sur les marchés dits « de la base de la pyramide » (BOP).

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 64).

La Politique de lutte contre la corruption du Groupe BIC, définie en 2016, affirme que le Groupe BIC ne tolère pas la concussion ni la corruption, partout où il exerce ses activités, préservant ainsi sa réputation d'intégrité (voir page 64).

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 62).

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 28).

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 33).

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 58).

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 60).

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) en cinq langues ;
- 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 nominer un(e) de leurs collègues dans le cadre des récompenses du programme « Valeurs en Action » (page 47). 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 48).

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

La lettre interne du mois d'octobre 2016 rappelait aux salariés BIC tous les supports de communication sur le développement durable déployés par le Groupe, la nature des informations diffusées et les supports où les trouver.

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, financières et extra-financières du Groupe BIC ont des retombées pour ses parties prenantes, dans le monde entier : collaborateurs, clients, consommateurs, fournisseurs, pouvoirs publics, communautés. Le Groupe fait des choix stratégiques quant aux modalités de création et de partage de la valeur qui lui permettent de nourrir les objectifs de l'entreprise et de préparer l'avenir de manière responsable.

♦ Performances

DISTRIBUTION AUX PARTIES PRENANTES EN 2016*

➔ CLIENTS
CHIFFRE D'AFFAIRES DE 2 272,4 MILLIONS D'EUROS

Salariés	Fournisseurs	Actionnaires	Banques	États	Investissements	Communautés
641,5 millions d'euros. Ce montant correspond aux salaires chargés, aux primes et participations versés aux salariés.	1 119,7 millions d'euros. Ce montant correspond aux achats de matières premières, de consommables et aux achats de prestations de services.	277,0 millions d'euros de dividendes ordinaires et 81,6 millions de rachat d'actions.	5,6 millions d'euros d'intérêts nets perçus.	151,8 millions d'euros, dont 134,8 millions d'euros versés dans le monde au titre des impôts sur les bénéfices et 17,0 millions d'euros au titre des taxes.	178,9 millions d'euros. Ce montant intègre 180,8 millions d'euros d'acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, 1,9 million d'euros reçus au titre de cessions d'immobilisations.	2,4 millions d'euros de dons financiers et de dons de produits aux communautés locales (valorisation interne).

* *La distribution aux parties prenantes ne tient pas compte de la variation du besoin d'exploitation et est retraitée des activités destinées à être cédées.*

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.

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 2016, BIC a complété son dispositif de communication sur le Programme de Développement Durable avec la publication en français et en anglais de « L'essentiel du Développement Durable 2015 ». En une vingtaine de pages illustrées, cette brochure présente les éléments clés de la démarche et les performances et initiatives de l'année.

➔ 100 % des allégations environnementales sur le packaging, les pages catalogues et les sites Internet des produits BIC® 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 de trois des membres du panel sur le Programme BIC de Développement Durable et ses avancées en 2016 :

→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR LYRECO

Je constate encore cette année que BIC est un partenaire essentiel sur les thématiques du développement durable. BIC occupe clairement une place de leader et ce, pour quatre raisons : par le développement d'une véritable stratégie et d'une organisation dédiée, par ses actions pratiques et pragmatiques comme par exemple l'obtention de l'écolabel NF Environnement pour de nombreux produits d'écriture et enfin grâce à la prise en compte de l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement qui lui permet de maîtriser ses enjeux au-delà de ceux de ses propres usines. Parmi les actions importantes de l'année, je note le travail réalisé sur les enjeux du Groupe, à partir de la matrice de matérialité, afin de définir les engagements développement durable du futur. Je salue aussi la bonne gouvernance du développement durable de BIC qui permet à la Direction Générale de porter les messages. Enfin, un possible axe d'amélioration serait de se référer de façon plus systématique à un cadre normatif.

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

→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR HACO TIGER BRANDS

Comme les années précédentes, Haco Tiger Brands salue l'engagement de BIC en faveur du développement durable et apprécie les initiatives de BIC sur les produits, l'environnement et la gouvernance. Cette année encore, nous recommandons des actions locales similaires avec Haco Tiger Brands en Afrique de l'Est et un partage des bonnes pratiques. Il me paraît important de souligner que BIC renforce ses chartes et ses politiques et s'engage clairement dans la lutte contre la corruption, en particulier parce que la contrefaçon et la corruption sont des défis majeurs en Afrique. Nous considérons également que l'intégration de Cello Pens est importante car la marque Cello® est présente et forte en Afrique, cela peut contribuer à lutter contre la contrefaçon.

Enfin, je vois une occasion fantastique pour la Fondation BIC de lancer des projets en Afrique pour lutter contre le décrochage scolaire tout en collaborant avec les parties prenantes locales.

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

→ L'ENGAGEMENT DE BIC VU PAR ODDO

Je salue la démarche positive de BIC qui annonce vouloir inscrire le développement durable dans des objectifs de long terme. Ceci témoigne à la fois d'une vision et du leadership de l'équipe de direction ainsi que de la prise en compte de la succession à venir du CEO. Je recommande que ces engagements ne soient pas trop subjectifs mais bien choisis en fonction de la matérialité des enjeux et du modèle économique et soient dotés de jalons permettant de les rendre rapidement opérationnels. L'accès à l'éducation est un thème en relation très directe avec l'activité de BIC et sa fondation d'entreprise et le lien avec les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies pourrait être mis en évidence dans les publications du Groupe. L'intégration de Cello en Inde représente un enjeu social réel et il serait important de mettre en avant toutes les démarches mises en œuvre pour donner ainsi un message aux investisseurs. Enfin, le travail en cours sur le rapport intégré dénote un degré de maturité, il permet de rassembler économie et développement durable sur les enjeux de long terme, ce qui en fait l'instrument idéal en termes de matérialité ; nous attendons donc les résultats de ce difficile exercice.

Nicolas Jacob, Responsable de la recherche ESG (Environnement, Social, Gouvernance), **Oddo Securities**

→ L'ÉVALUATION PAR LES CLIENTS DE LA DÉMARCHE 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. Le Groupe BIC participe au *Sustainability Index* du Groupe Walmart (depuis 2014, pour les rasoirs et 2016 pour les instruments d'écriture) qui évalue la performance de développement durable des fournisseurs selon le référentiel du *Sustainability Consortium*. BIC effectue également un *reporting* spécifique pour Walmart *via* le CDP (*CDP Supply Chain*) chaque année.

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) dispose 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 contribuer à l'amélioration de l'efficacité des actions des autorités dans l'application des réglementations et notamment à renforcer la sécurité des produits mis sur le marché et donc la sécurité du consommateur, en même temps qu'une concurrence loyale. 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 efficaces 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 Directeur Général, Marie-Aimée Bich-Dufour – Directeur Général Délégué de SOCIÉTÉ BIC, ainsi que les Directeurs des catégories et Directeurs de continents, 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 des 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 et la Politique de lutte contre la corruption s'appliquent. 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 en 2016 s'est concentrée sur le suivi des dossiers réglementaires et normatifs en cours concernant les produits de papeterie d'une part (règlements et directives européens : REACH, CLP, Jouets), les briquets d'autre part (normes ISO 9994 et Sécurité Enfants). Le Groupe BIC a également participé aux consultations et conférences organisées par la Commission européenne visant l'amélioration de la surveillance du marché.

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 2016, autour de différents temps forts :

- l'Assemblée Générale du 18 mai 2016, au cours de laquelle ce thème a été abordé avec les actionnaires ;
- la Conférence *Oddo mid Cap Forum*, en janvier 2016, 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.

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

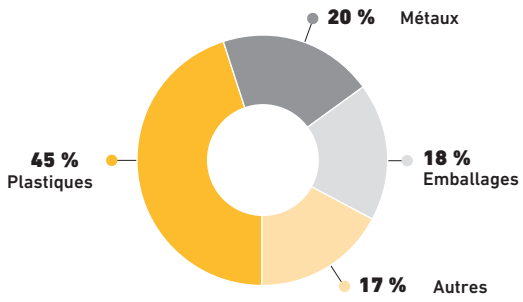
BIC fabrique et commercialise des produits d'utilisation courante qui sont légers tout en offrant une longue durée d'utilisation et accessibles à tous. Ces produits ont, dès l'origine, été conçus et fabriqués avec juste ce qu'il faut de matière première, sans rien de superflu. Pour cela, le Groupe a 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 participe à l'émergence de l'économie circulaire. Les produits BIC® sont également conçus pour satisfaire et anticiper les attentes de tous les consommateurs des pays matures comme 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 2016



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

♦ Démarche et réalisations de l'année

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 matière

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 stylo à bille BIC® Cristal®, produit phare du Groupe, est un exemple emblématique de cette démarche (voir Engagement #3 page 23). 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 2016, la commercialisation du rasoir BIC® Simply Soleil® a été étendue à la Russie. BIC® Simply Soleil® a également été repositionné en Europe sous la franchise BIC® Miss Soleil® avec une nouvelle offre BIC® Miss Soleil® Colour Collection qui lui a permis d'étendre sa distribution partout en Europe.

➜ 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, etc.), 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 2016, 83 matières alternatives ont été testées, soient 33 plastiques recyclés, 26 matières hybrides et 24 matières issues de ressources renouvelables.

➜ *83 matières alternatives testées*

L'intégration de matériaux alternatifs ou recyclés dans les produits de Papeterie

Depuis 2014, BIC poursuit 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 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.

Emblématique de cette démarche, 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. Progressivement, toutes les gammes de papeterie proposent au moins un produit intégrant des matériaux alternatifs ou recyclés.

➜ LE PROJET RECYBIC RECONNU PAR L'ADEME

Le projet RecyBIC, initié en 2016 sur le site de Boulogne (France) consiste à augmenter la capacité de production des crayons de la gamme Evolution® en matière recyclée (+ 100 millions d'unités). Ce projet, retenu dans le cadre d'ORPLAST (Objectif Recyclage PLASTiques), un appel à projets de l'ADEME, s'est vu décerner un prix et une bourse visant à sponsoriser l'achat de ces produits en matière recyclée par les consommateurs, à accompagner l'investissement dans les équipements nécessaires et à financer la recherche.

Une nouvelle technologie plus propre et plus facile à recycler pour BIC Sport

En 2016, BIC Sport a poursuivi ses efforts pour réduire l'empreinte environnementale de ses activités et de ses produits. Une nouvelle technologie de fabrication, le TOUGH TEC a été développée pour produire les *Stand-Up-Paddle* (SUP) de la gamme destinée aux débutants et aux écoles. Elle permet de sortir des planches plus légères et plus solides que la technologie DURA TEC qui utilisait la mousse polyuréthane. Elle est remplacée par de la mousse polystyrène, moins polluante et plus facile à recycler.

Les gammes Earth SUP et Earth Surf fabriquées à partir de bois de paulownia et de fibre de lin se sont enrichies de plusieurs modèles en 2016. Un des modèles de la gamme Earth SUP, le 12'6 Biscayne, a reçu une Étoile du Design 2016 par l'Observeur du design, pour récompenser sa conception et sa fabrication respectueuse de l'environnement.

BIC au cœur d'une communauté d'innovation

BIC entretient depuis plusieurs années plus de 45 partenariats stratégiques de recherche et développement avec des start-up, des entreprises en pointe dans l'innovation, des universités, des instituts de recherche et des laboratoires externes afin d'animer une communauté avec laquelle il mène notamment des programmes de prospective et de développement sur le long terme. À titre d'exemple, le Groupe BIC collabore étroitement avec deux start-up françaises : Microfactory et Pilibio, respectivement spécialisées dans les microfluides et la fabrication d'encres à partir de micro-organismes. Le Département R&D du Groupe BIC est également membre depuis 2012 du 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 bio-sourcés, les procédés performants et les technologies propres.

Le développement de produits rechargeables

BIC s'efforce de lancer des produits rechargeables en tenant compte des bénéfices écologiques. Dans le cas des produits d'entrée de gamme en papeterie cependant, la demande en recharges des consommateurs et des clients est quasiment nulle.

Dans la catégorie Papeterie, BIC continue à proposer la possibilité de recharger les stylos. Ansi, BIC a lancé une gamme complète de stylos à encre gel rechargeables sous la marque BIC® Gel-ocity® en 2016. La game 4-Couleurs™ a été complétée par l'arrivée du 4-Couleurs™ Fluo, avec trois encres de couleurs « classiques » et une encre fluo. Sur le marché américain, les recharges de stylo sont disponibles sur un site dédié : www.shopbic.com. 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 moins de matière plastique 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 2016, le BIC® Simply Soleil® Click, comportant un manche évidé et léger, vendu avec six têtes, pour une durée de rasage prolongée, a été lancé au Canada, offrant aux consommatrices un rasage de qualité allié à des performances environnementales. La distribution du BIC® Hybrid 3, contenant un manche et 12 têtes, a été étendue aux États-Unis et le rasoir BIC® Flex 3 Hybrid connaît de très bonnes performances en Russie.

→ DÉPASSER L'OPPOSITION DU JETABLE/DURABLE

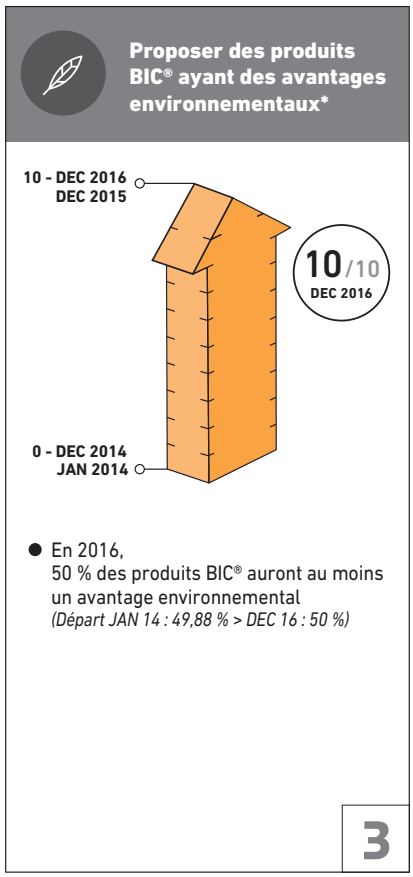
Les produits BIC® sont souvent qualifiés de produits « jetables ». Sans être tous rechargeables, ils ne sont pas pour autant à usage unique. Bien au contraire, ils offrent pour la majorité d'entre eux une longue durée d'utilisation : plus de 2 km d'écriture pour un stylo à bille, jusqu'à 3 000 flammes pour un briquet et 17 rasages pour un rasoir trois-lames. 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

La distribution du rasoir BIC® Simply Soleil® continuera d'être étendue notamment en France et sa présence en linéaire sera maximisée avec la création d'un BIC® Miss Soleil® pack de huit unités pour la France et la Pologne.

S'appuyant sur le succès de la gamme BIC® Easy/BIC® Hybrid, BIC prévoit en 2017 le lancement d'un rasoir BIC® Flex 5 Hybrid composé d'un manche vendu avec quatre têtes à cinq lames.

♦ Performances de la démarche d'écoconception



** Hors BIC Graphic.*

BILAN 2016 : En 2016, les trois catégories : Papeterie, Briquets et Rasoirs, ont toutes atteint l'objectif d'avoir 50 % de leurs produits avec au moins un avantage environnemental (engagement en valeur). Cela est dû à la bonne performance des produits historiques pour les catégories Papeterie et Briquets, et de la bonne progression des produits hybrides pour la catégorie Rasoirs. Le score final de cet engagement est donc de 10/10. [(1)]

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.

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 95).

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 *recipe end point (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 concernent 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 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 déployé deux outils en 2016 :

- 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. Cette fiche est intégrée au process de conception et de développement et donne aux chefs de produits une meilleure connaissance des bénéfices environnementaux de chaque produit ;
- un **guide de l'éco-conception** et de l'ACV chez BIC est mis à disposition des équipes en charge de la conception des produits et du lancement des nouveaux produits.

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

(2) Everybody can Design with Environmental Awareness.

→ 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. La contribution du Groupe BIC à l'économie circulaire

♦ Démarche de prévention et de gestion des déchets

Le Groupe BIC développe en partenariat avec TerraCycle un modèle original de **collecte et de recyclage des instruments d'écriture** usagés.

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

En 2016, BIC a poursuivi son partenariat avec TerraCycle, entreprise pionnière dans la collecte et la 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, un centime d'euro par instrument collecté est reversé 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 350 000 euros de dons financiers ont été reversés depuis 2011. Ce programme permet au Groupe BIC, grâce à la récupération des produits 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 20 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.

Dans les usines BIC, plus de 85 % des déchets sont recyclés ou valorisés sous d'autres formes (voir page 38). Depuis plus de 12 ans, les indicateurs de suivi des déchets montrent une diminution constante de la part de déchets non recyclés par tonne de production (- 16 % entre 2004 et 2016). Le Groupe BIC s'est engagé à réduire les déchets non recyclés dans ses usines et en a fait un sous-objectif de l'Engagement #5 du Baromètre BIC de Développement Durable (voir page 39).

La **lutte contre le gaspillage alimentaire** n'est pas un enjeu majeur pour le Groupe BIC. Des animations pour la sensibilisation des collaborateurs sont néanmoins régulières dans les restaurants d'entreprise du Groupe, notamment au Brésil.

♦ Démarche d'utilisation durable des ressources

Des mesures de prévention des déchets sont mises en place aux différentes étapes du cycle de vie sur lesquelles le Groupe a le plus de moyens d'agir :

- la démarche d'éco-conception en trois volets : l'économie de matière, l'intégration de matériaux alternatifs, le développement de produits rechargeables (pages 21 et 22) est suivie par l'Engagement #3 du Baromètre BIC de Développement Durable (voir page 23) ;
- le projet RecyBIC vise une augmentation de la capacité de production de crayons de la gamme Evolution® en matière recyclée (voir page 22) ;
- le recours à des fibres certifiées ou recyclées pour les emballages est mesuré par l'Engagement #4 du Baromètre BIC de Développement Durable (voir page 31) ;
- la réduction des consommations d'eau fait l'objet d'un sous-objectif dans l'Engagement #5 du Baromètre BIC de Développement Durable (voir page 39) et de nombreuses actions de réduction des consommations d'eau sont mises en œuvre chaque année par les usines ;
- la réduction des consommations d'énergie fait l'objet d'un sous-objectif dans l'Engagement #5 du Baromètre BIC de Développement Durable (voir page 39) et de nombreuses actions d'amélioration de l'efficacité énergétique sont mises en œuvre chaque année par les usines (voir page 35) ;
- le recours aux énergies renouvelables est mis en œuvre aux États-Unis depuis 2012 et en Grèce depuis 2016 (voir page 36).

→ *9,5 % des quantités de plastiques consommés par la catégorie Papeterie sont des plastiques recyclés.*

Bien que la préservation des sols ne soit pas un enjeu majeur pour lui, le Groupe BIC reste vigilant. Les conditions d'utilisation des sols et les mesures prises pour les protéger sont présentées page 39.

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 19), 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.

Tous les produits qui intègrent de la matière recyclée portent la boucle de Moebius et des informations pour accompagner le choix du consommateur. Certains produits BIC® portent l'écolabel NF Environnement, d'autres des informations sur leurs qualités environnementales et sociales, 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.

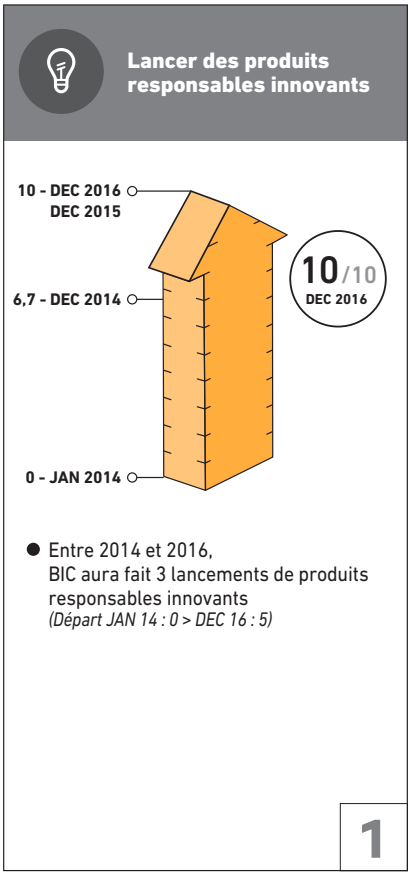
BIC s'efforce de clarifier la communication sur son offre de produits responsables afin de mieux guider les consommateurs.

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-Quantis 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 2016 : Un produit vient s'ajouter à la liste de produits innovants ayant un avantage environnemental, le BIC® Cristal Like Me! Ce produit présente un design bi-couleur moderne et innovant grâce à une technique de moulage unique. Il présente également un avantage environnemental : il est léger et utilisable longtemps.[(2)]

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

(2) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

➔ *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 a été divisé par 2 en cinq ans. L'objectif à l'horizon 2020 est de ne plus compter qu'une réclamation par million de produits vendus.

➔ ***22 références de produits d'écriture du Groupe BIC ont reçu l'écolabel français NF Environnement (NF 400).***

♦ 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 2016, BIC effectue 33 % 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 aux pouvoirs 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 2016, le stylo BIC® Cristal® Ultra Fine a été lancé au Nigeria, avec une pointe fine pour répondre aux spécificités d'écriture locales.

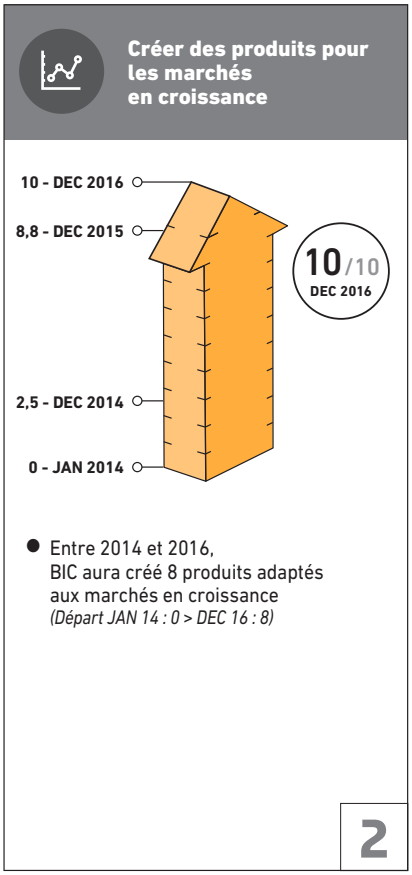
Adapter les produits BIC® au pouvoir d'achat des pays en croissance, pour répondre aux besoins essentiels avec des produits de qualité. Ainsi, en 2011, le rasoir BIC® Comfort 3® avait encore été simplifié en Amérique du Sud pour s'adapter au pouvoir d'achat des pays concernés. Le stylo BIC® Cristal® Ultra Fine lancé au Nigeria est spécialement conçu et fabriqué en adaptation au pouvoir d'achat et au système de monnaie locaux.

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 Nigeria, 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 28).

♦ Performances



BILAN 2016 : En 2016, l'engagement clôture avec un score de 10/10 grâce à un nouveau produit adapté aux marchés en croissance : le BIC® Cristal® Ultra Fine pour le Nigeria. Ce stylo à bille classique offre une écriture super lisse et précise adaptée aux étudiants et jeunes adultes. De plus, il est fabriqué localement en raison de la réglementation d'importation qui ne permettrait pas d'offrir aux consommateurs nigérians le produit à un coût abordable [(1)].

♦ Perspectives

Le Groupe prévoit le lancement en 2017 d'un nouveau rasoir BIC® Soleil® Sensitive – spécialement développé pour les marchés d'Amérique du Sud, prioritairement au Brésil et au Mexique. En s'appuyant sur le savoir-faire qu'il a acquis pour répondre aux attentes des consommatrices d'Amérique du Nord, le Groupe a adapté ce produit pour offrir une grande qualité de rasage à un meilleur coût.

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

♦ Enjeux

L'expression « base de la pyramide » (*bottom of the pyramid* - BOP) en anglais) désigne les populations aux plus faibles revenus et pour lesquelles la plupart des produits de grande consommation ne sont jamais rendus accessibles, notamment parce qu'ils sont conçus pour les populations les plus riches, du « haut de la pyramide ». Aujourd'hui, on estime que plus de 3 milliards d'êtres humains vivent avec moins de trois dollars par jour. La vision de BIC est « d'offrir des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde », c'est pourquoi le Groupe s'attache à explorer les moyens de mettre sur le marché des produits qui répondent aux besoins des populations du bas de la pyramide. Son engagement de longue date en faveur du développement durable et la réputation de qualité au meilleur prix dont jouit la marque BIC® sont des atouts majeurs pour que le Groupe se positionne sur ces marchés.

♦ Démarche

En 2016, le Groupe BIC a structuré son approche des marchés de la base de la pyramide pour renforcer son engagement dans ce domaine. Ainsi, le poste de *BOP and Social Business Director* a été créé et la stratégie BOP du Groupe BIC est en cours d'élaboration.

Par ailleurs, BIC profite depuis plusieurs années 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. Ainsi, en mai 2011, BIC a rejoint le *Rural Sales Program* de l'ONG CARE, appelé JITA, en hommage aux femmes autoentrepreneurs, 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. Suite au changement de direction de JITA, des études ont été lancées afin d'explorer les opportunités à venir.

♦ Perspectives

À travers sa démarche *BOP and Social Business*, l'objectif du Groupe est d'identifier les orientations possibles pour rendre ses produits accessibles au plus grand nombre. Le Groupe participera ainsi à diffuser à grande échelle des solutions en faveur de l'accès à l'éducation et à l'hygiène.

2.2.3. LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS

♦ Enjeux

Les préoccupations de santé et de sécurité des consommateurs se traduisent non seulement par des réglementations et des restrictions toujours plus sévères et en constante évolution de l'usage des produits et des substances chimiques, mais aussi par des attentes de plus en plus nombreuses et spécifiques de la part des clients et des autorités de régulation.

♦ Démarche

Les sujets de sécurité des produits et de protection de la santé des consommateurs revêtent une importance stratégique pour le Groupe. La conformité réglementaire et la maîtrise des risques liés à la sécurité des produits sont intégrées à la stratégie de BIC par un corpus de documents portant l'engagement du Groupe et par la mise en place de processus rigoureux pour assurer la conformité à toutes les réglementations et la mise sur le marché de produits sûrs et conformes. Ainsi, 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.

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

Les politiques BIC pour la sécurité des produits

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 des briquets (voir encadré).

➜ 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, des groupes de travail et comités techniques de l'ISO, du CEN, et de nombreux autres organismes normatifs nationaux 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.

Veille et conformité réglementaires

Le Groupe BIC a mis en place un système complet de veille réglementaire qui s'appuie sur des veilles formalisées et sur ses ressources internes et externes, notamment la connaissance précise des produits BIC® par les équipes de sécurité des produits, de leurs composants et des substances utilisées. Le Groupe BIC participe également aux travaux conduits par les organisations sectorielles et les fédérations professionnelles [(1)]. Il peut ainsi anticiper les évolutions réglementaires, mieux comprendre les exigences et partager, en tant qu'industriel, sa connaissance des réalités économiques et techniques dans leur mise en œuvre.

Processus de mise sur le marché de produits conformes et sûrs pour la santé et l'environnement

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'adossent à :

- l'engagement du Groupe BIC d'assurer que ses produits sont conformes et sûrs pour la santé et l'environnement (voir ci-dessus) ;
- la veille réglementaire assurée par les équipes dédiées (voir ci-dessus) ;
- un process de qualification sécurité des produits, mis en œuvre pour tous les produits avant leur mise sur le marché (voir ci-dessous).

Cette organisation robuste, mise en place de longue date, s'adapte et se renforce en permanence pour tenir compte des évolutions réglementaires. Les sujets de sécurité des produits et l'actualité réglementaire sont remontés systématiquement à la Direction Générale et aux équipes de Direction.

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.

(1) Le Groupe BIC est notamment membre de EWIMA (European Writing Instrument Manufacturer's Association), de WIMA (Writing Instrument Manufacturer's Association), d'ACMI (Art & Creative Materials Institute), de TIE (Toy Industries of Europe), d'EFLM (European Federation of Lighter Manufacturers), de la Fédération des Entreprises de la Beauté en France.

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 : chimiques, physiques ou d'inflammabilité. Par exemple, toutes les encres des stylos sont revues par un toxicologue indépendant qui évalue les risques potentiels. Des tests sont également 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

Les actions de formation sur la sécurité des produits engagées en 2015 pour la catégorie Papeterie se sont poursuivies en 2016 avec des sessions spécifiques pour les usines de BIMA 83 (France) et BIC Bizerte (Tunisie). Elles ont également été étendues aux usines de la catégorie Rasoirs en Europe et ont concerné les Directeurs d'usines, les responsables qualité, les responsables R&D et les responsables marketing et développement.

En 2016, ces formations ont particulièrement mis l'accent sur la connaissance des inventaires de substances chimiques dans les différents pays (REACH en Europe, TSCA aux États-Unis, NICNAS en Australie, etc.).

Enfin, plus de 356 références ont été testées dans des laboratoires indépendants.

♦ 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. Le Groupe souhaite également continuer d'étendre et de renforcer les formations sur la sécurité des 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, 72 % des articles d'écriture sont conditionnés en boîte, barquette ou pochette d'au moins dix produits (78 % en Amérique du Nord) ; 80 % des briquets sont vendus en barquette d'au moins 50 (72 % en Amérique du Nord) et 68 % des rasoirs sont commercialisés en pochette de cinq, dix ou plus encore (50 % en Amérique du Nord).

La Communauté Emballages du Groupe BIC

La « Communauté Emballages » a pour rôle de définir et de piloter la stratégie emballages du Groupe notamment à travers 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). Elle 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 se réunit environ six fois par an.

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 carton 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*).

Depuis décembre 2015, l'objectif de 90 % des emballages provenant de sources certifiées et/ou contenant plus de 50 % de fibres recyclées est atteint. À fin 2016, le pourcentage est de plus de 92 % au global pour le Groupe. Ce résultat reflète les efforts réalisés sur plusieurs continents et dans certaines usines pour sélectionner des fournisseurs engagés dans une démarche responsable sur le long terme.

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 2016, les principales avancées sont les suivantes :

- les contraintes techniques pour le paramétrage des machines et la stabilité des matériaux ont retardé la transition du PVC vers le PET au Brésil et au Mexique ;
- au Mexique cependant, depuis décembre 2016, les emballages en PVC de deux des briquets les plus vendus ont été remplacés par du PET ;
- aux États-Unis, la transition du PVC vers le PET a démarré en 2012. En 2016, l'installation sur l'usine de Charlotte (Caroline du Nord) de deux nouvelles machines (portant leur nombre à six) permettant d'utiliser du PET pour la fabrication des blisters, permettra d'atteindre l'objectif de 90 % de transition au cours du premier trimestre 2017.

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 2016 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, suite à l'étude menée en 2015 pour un rangement optimisé des produits sous blisters dans les boîtes en carton, deux améliorations majeures ont été opérées : les rasoirs BIC® 3 et BIC® Comfort 3® seront vendus en blister de huit à partir du premier trimestre 2017. Cette modification de l'emballage permet de réduire la quantité d'emballage de 40 % par produit vendu comparé au support de 12 blisters de 2 rasoirs pour le BIC® 3 et de 47 % pour le BIC® Comfort 3®.

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).

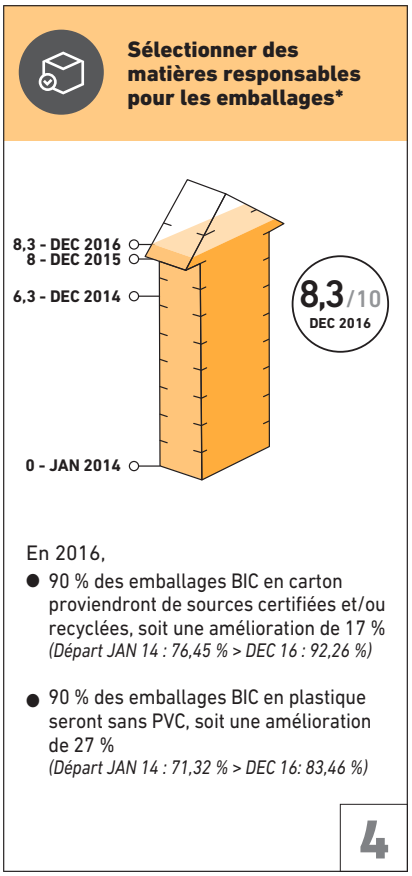
Ce résultat a été obtenu grâce à la conception des emballages et à la collaboration avec les fournisseurs pour réduire les déchets et fournir des équipements permettant le recyclage des emballages en carton et plastique et par la valorisation énergétique des déchets non recyclables (3,8 %).

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

Aux États-Unis, afin de faciliter le recyclage des déchets chez le consommateur, tous les emballages « Clubs », et les packs blister des catégories Papeterie et Briquets ont été repensés pour faciliter la séparation des différents matériaux et donc améliorer le recyclage.

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. BIC Australia s'est fixé des objectifs pour progresser.

♦ Performances



** Hors BIC Graphic.*

BILAN 2016 : L'Engagement #4 du Baromètre BIC de Développement Durable fixait le double objectif d'avoir 90 % de ses emballages en carton provenant de sources certifiées et/ou recyclées, et 90 % de ses emballages plastiques sans PVC. En 2016, le premier objectif a été atteint et dépassé (92,26 %) grâce à une bonne performance de toutes les zones. Le second objectif n'est pas encore atteint (83,46 %) mais

continuera à être surveillé afin d'être atteint dans de brefs délais. L'engagement clôture avec un score de 8,3/10 (1).

♦ Perspectives

Aux États-Unis, une réduction de la taille de l'emballage du briquet Mega Lighter™ Flex® est à l'étude, avec pour objectif d'augmenter de 50 % la quantité de produits transportés par palette.

Toujours aux États-Unis, une fois que tous les emballages plastiques seront 100 % sans PVC, le Groupe réfléchira aux modalités de sensibilisation des consommateurs sur la séparation des matériaux en vue du recyclage.

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

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

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 90 % de son chiffre d'affaires en fabriquant des produits dans ses propres usines (93 % dans l'activité Grand Public et 74 % dans l'activité de Produits Publicitaires et Promotionnels de BIC Graphic) ; d'autre part, en Europe, 85 % des produits de l'activité Grand Public vendus sur ce continent y sont également fabriqués.

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 § 2.2.1 – *La performance environnementale de nos produits*, page 21), 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 déployée dans les sites de production. Depuis 2010, elle s'applique à l'ensemble des usines du Groupe. Elle est en cours de déploiement sur les usines Cello Pens.

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

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. Chaque usine du Groupe BIC est dotée d'un responsable SSE, en charge de déployer ces systèmes de management. De plus, dans la catégorie Papeterie, qui dispose du plus grand nombre de sites, un responsable SSE assure l'animation et la coordination du réseau des responsables SSE de cette catégorie. Il s'assure également que les dispositifs en place sont conformes à la politique et aux objectifs du Groupe et suit les performances des sites en consolidant, analysant et communiquant les résultats obtenus.

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 revue 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 de piloter 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.

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

Les usines Conté-Samer (France) et BIC Violex (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

En avril 2015, l'usine BIC Violex (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.

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, d'un Plan Particulier d'Intervention et d'une Politique de Prévention des Accidents Majeurs. De plus, pour ces deux sites SEVESO un Système de Gestion de la Sécurité a été mis en place.

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.

→ DEUX USINES CERTIFIÉES LEED

Après l'obtention en 2013 par l'usine BIC Bizerte (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 (objectif de - 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 ou à la gestion rigoureuse de la qualité de l'air.

♦ Réalisations de l'année

Les systèmes de management de BIC Sport (France) ont été une nouvelle fois reconnus comme une très bonne pratique et le niveau Or du label Ecoride a été confirmé en 2016. Ce label qui est une initiative du syndicat du secteur de la glisse EuroSIMA Cluster (en partenariat avec l'ADEME Aquitaine), certifie le haut niveau d'engagement de BIC Sport.

Au-delà de la prise en compte de ses propres impacts environnementaux, le Groupe BIC s'intéresse aux impacts de sa chaîne d'approvisionnement. Ainsi, depuis 2014, la mise en place de la plateforme *Workplace Conditions Assessment* (WCA) pour les audits des conditions de travail des sous-traitants (voir page 62), a permis l'intégration d'un questionnaire complet concernant leurs performances environnementales ; 10 % des questions sont consacrées à l'environnement. Parmi les 68 sous-traitants actifs et audités en 2016, 9 présentaient des non-conformités environnementales. Au total, ce sont 19 non-conformités qui ont été détectées, dont 42 % mineures et 58 % modérées.

PIMACO (Brésil) et BIC Graphic La Granada (Espagne) ont reçu la certification ISO 14001 en 2016, permettant ainsi à BIC de disposer de 15 usines certifiées selon la norme environnementale. BIC Graphic La Granada a aussi rejoint les 22 usines BIC certifiées ISO 9001 pour la qualité.

♦ Performances

En 2016, la mise en place de systèmes de management BIC dans ses usines est effectuée à 92 % pour l'environnement et à 91 % pour la santé-sécurité. Ces taux, bien qu'évoluant d'une année sur l'autre avec l'intégration ou la sortie de sites au périmètre de *reporting* et les avancées réalisées par chacun, restent globalement élevés.

Par ailleurs, 83 % des salariés travaillent dans des usines certifiées ou engagées dans une démarche ISO 14001 et 41 % des salariés travaillent dans des usines certifiées ou engagées dans une démarche OHSAS 18001.

Les investissements constants du Groupe BIC en matière de certifications soulignent son engagement fort pour la qualité et la protection de l'environnement.

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 11,7 % entre 2015 et 2016. Sur cette période, la consommation totale d'eau a baissé de 7,2 % alors que la production a augmenté de 5,1 %. 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 :

- que le Groupe BIC entend par consommation d'eau le prélèvement en eau qui est réalisé. Une partie de l'eau utilisée n'est pas consommée dans le cadre de l'activité des usines et est retraitée puis rejetée. Ainsi, le Groupe BIC en tenant compte du prélèvement et non de sa consommation réelle tend à maximiser son impact ;
- 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 70 constituent une information complémentaire.

En 2016, 13 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 (23 %), a reporté une diminution de son ratio de 25 %, du fait notamment de la baisse des consommations en eaux souterraines (- 38 % entre 2015 et 2016) obtenue en connectant des équipements à des systèmes de refroidissement plus économes en eau.

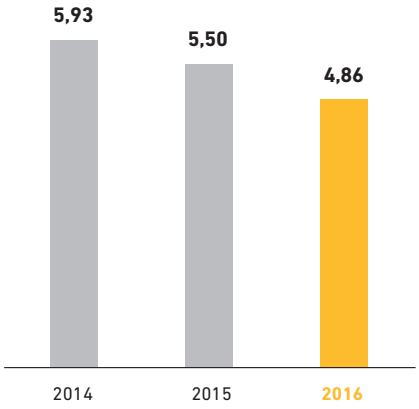
D'autres sites comme BIMA 83 (France), BIC CORPORATION - Gaffney (États-Unis), PIMACO (Brésil), BIC Ecuador (Équateur), BIC Bizerte (Tunisie), B.J.75 (France), BIC Iberia (Espagne), BIC Shavers Mexico (Mexique), BIC CORPORATION - Milford (États-Unis), BIC Technologies

(France), BIC Graphic Tampa (États-Unis) et BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis) ont également reporté des améliorations. Ces usines, qui représentent 29 % de la consommation d'eau du Groupe et 48 % de la production de produits finis et semi-finis, ont amélioré au global de 16 % leur ratio de consommation d'eau par tonne de production.

Les sites de PIMACO (Brésil) et BIC Amazonia (Brésil) ont mis en place des systèmes de récupération de l'eau de pluie : PIMACO la réutilise pour couvrir une partie de ses besoins en eaux pour un usage domestique et BIC Amazonia pour le refroidissement.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé six projets spécifiquement dédiés aux économies d'eau en 2016.

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 2016, 482 452 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 permet 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 concernant l'achat de « fluides » (électricité, gaz, eau). Un acheteur est ainsi 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 baissé entre 2015 et 2016 (- 3,6 %), 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 5,1 %.

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 70, constituent une information complémentaire.

14 usines ont amélioré leur ratio de consommation d'énergie rapportée à la production en 2016.

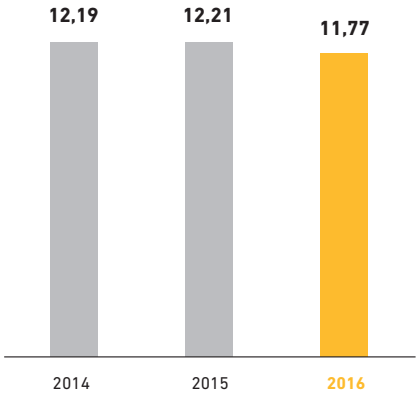
Conté-Boulogne (France), BIMA 83 (France), BIC CORPORATION - Gaffney (États-Unis), BIC Mexico (Mexique), B.J.75 (France), BIC Iberia (Espagne), BIC Violex (Grèce), BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis) et BIC Graphic Red Wing (États-Unis), qui réalisent 54 % des consommations d'énergie et 60 % de la production de produits finis et semi-finis du Groupe, ont ainsi amélioré leur efficacité énergétique de 4 %. En particulier, BIMA 83 (France) enregistre une réduction de plus de 10 % de son ratio de consommation d'énergie par tonne de production grâce notamment à la nouvelle chaudière mise en place en 2015.

Par ailleurs, des améliorations ont également été reportées par d'autres usines comme PIMACO (Brésil), BIC South Africa (Afrique du Sud), BIC Bizerte (Tunisie), BIC Shavers Mexico (Mexique), BIC Technologies (France) et BIC Sport (France).

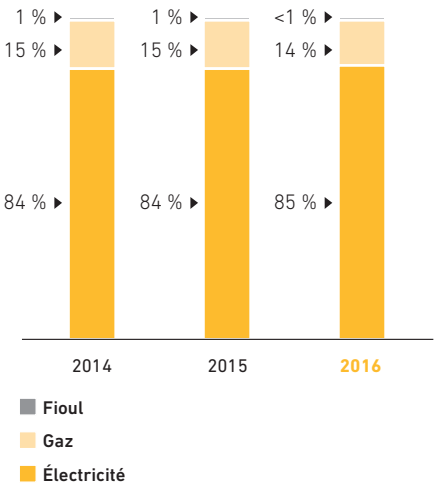
Enfin, des programmes d'optimisation de la consommation d'énergie se sont poursuivis sur les sites du Groupe avec notamment le remplacement de machines de production au profit de machines plus efficaces d'un point de vue énergétique, le changement des systèmes d'éclairage pour des modèles à économie d'énergie ou des LED, ainsi que le remplacement de certains équipements de chauffage ou climatisation plus performants.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé 28 projets spécifiquement dédiés aux économies d'énergie en 2016.

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



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 entrepôt. 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 teqCO_2 par an les émissions indirectes évitées qui auraient été sinon produites par le réseau de distribution d'électricité.

Une partie de cet achat de certificats d'énergies renouvelables, couvrant 7 100 teqCO_2, 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 8 % des émissions indirectes de gaz à effet de serre des usines du Groupe.

De plus, en 2016, le site de BIC Violex en Grèce a acheté des certificats de garanties d'origine (GoO) lui permettant de couvrir l'intégralité de sa consommation d'énergie par des énergies renouvelables. Ces certificats couvrent 37 % des émissions indirectes de gaz à effet de serre des usines du Groupe. Cette démarche volontaire d'un des principaux sites consommateurs d'énergie du Groupe souligne, au-delà des investissements pour l'efficacité énergétique réalisés chaque année, son engagement à réduire l'impact lié à sa consommation d'énergie.

Ainsi en 2016, le Groupe dispose de certificats d'énergies renouvelables (CER ; GoO) pour 23 % de la consommation en électricité du Groupe correspondant à 45 % de ses émissions indirectes de gaz à effet de serre.

La limitation de la contribution au changement climatique

La lutte contre le changement climatique fait partie intégrante du Programme de Développement Durable du Groupe BIC.

En 2016, sur le périmètre de ses usines, le Groupe BIC a quantifié les émissions directes et indirectes de GES (*scopes* 1 et 2) :

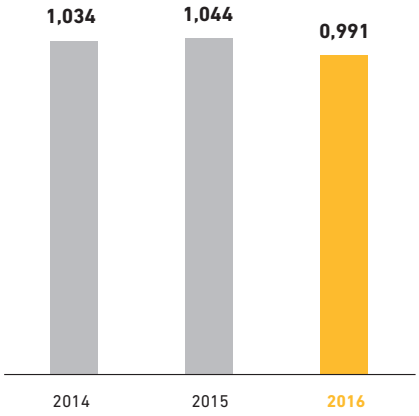
- **les émissions directes** (*scope* 1) sont les émissions de GES provenant de la combustion des ressources fossiles – majoritairement le gaz naturel et le fioul – principalement utilisées pour chauffer les bâtiments. La quantité totale d'émissions directes de GES est estimée à 8 689 teqCO_2 en 2016, soit une diminution de 4,1 % par rapport à 2015 ;
- **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 89 742 teqCO_2 en 2016, soit une hausse de 0,2 % par rapport à 2015.

La quantité totale d'émissions directes et indirectes de GES est donc estimée à 98 431 teqCO_2 en 2016. Entre 2015 et 2016, la production ayant augmenté de 5,1 %, le ratio des émissions directes et indirectes rapportées à la tonne de production a diminué (- 5,1 %). Le ratio d'énergie consommée ramenée à la production a lui diminué sur la même période (- 3,6 %).

Par ailleurs, l'étude des postes significatifs des émissions de gaz à effet de serre des activités et de l'usage des biens et services de BIC, basée sur l'étude de l'empreinte carbone du siège social de Clichy (France) et de deux usines (BIC Amazonia (Brésil) et BIC Rasoirs (France)) selon la méthode Bilan Carbone® de l'ADEME, a montré qu'au-delà des émissions directes *(scope 1)* et indirectes *(scope 2)*, les postes significatifs du scope 3 étaient en particulier : les postes d'achats de produits et de services, de transports amont et aval et de fin de vie des produits. Sur ces postes, le Groupe mène une démarche de limitation de son empreinte avec : l'éco-conception des produits (voir page 21), l'optimisation des transports par la limitation du poids des produits, la réduction du recours au transport aérien, l'optimisation des trajets, les implantations locales des sites (voir page 39) et la démarche d'économie circulaire (voir page 25).

Ajoutés aux scopes 1 et 2, ces cinq postes couvrent près de 80 % des émissions totales du Groupe (hors Cello Pens). Le Groupe BIC étudiera en 2017 la possibilité de mettre en place un *reporting* plus fin de ces postes significatifs du scope 3.

ÉMISSIONS ANNUELLES DIRECTES ET INDIRECTES DE GAZ À EFFET DE SERRE RAPPORTÉES À LA PRODUCTION – EN TONNE ÉQUIVALENT CO_2/TONNE – USINES BIC



Le Groupe BIC répond depuis neuf années maintenant au *Carbon Disclosure Project* (CDP). En 2016, BIC a reçu la note de A, faisant ainsi partie de la *Climate A List* du CDP récompensant les entreprises leaders dans l'effort de lutte contre le changement climatique. BIC fait ainsi partie des 14 entreprises françaises distinguées par ce prix sur plus d'un millier d'entreprises ayant répondu. Le Groupe BIC a également intégré en 2016 la *Supplier Climate A list*, en répondant au module complémentaire *Supplier* à la demande de certains de ses clients.

De plus, le Groupe BIC fait partie des 29 entreprises au monde à intégrer le *Supplier Engagement Leader Board* reconnaissant les efforts et actions du Groupe en matière de changement climatique dans la gestion de sa chaîne de valeur.

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 permettent 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.

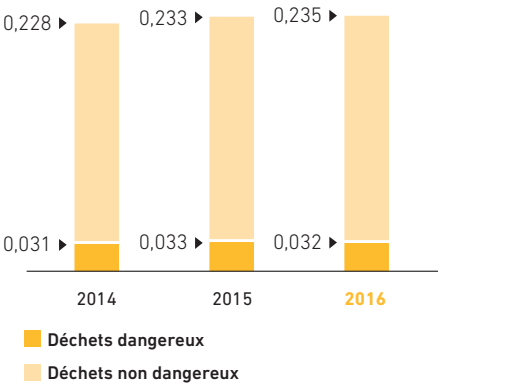
2.3.1.4. Réduire la production de déchets

♦ Réalisations de l'année et performances

En 2016, le Groupe BIC a enregistré une légère hausse de 0,5 % de la quantité de déchets générés par tonne de production par rapport à 2015. Cette variation est le résultat d'une augmentation du ratio par tonne de production des déchets non dangereux générés (+ 1,0 %), représentant près de 88 % des déchets du Groupe, et d'une baisse du ratio des déchets dangereux générés (- 3,6 %). Cette augmentation sur les déchets non dangereux s'explique notamment par des travaux d'agrandissement ou de rénovation des bâtiments ou le développement de nouveaux produits et nouveaux équipements de production.

Les usines du Groupe BIC ont mis en place ou finalisé 11 projets spécifiquement dédiés à la réduction des déchets en 2016.

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



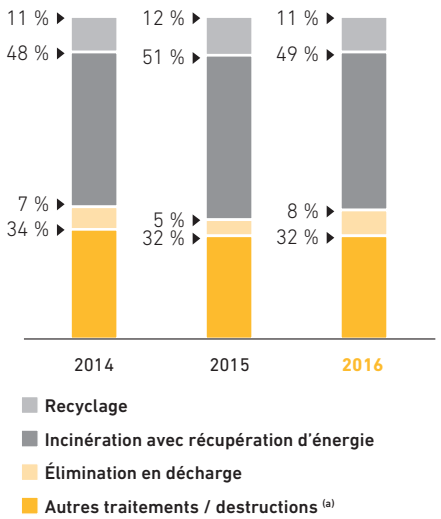
Déchets industriels dangereux

En 2016, le Groupe BIC a enregistré une baisse de la quantité de déchets dangereux générés par tonne de production de 3,6 % par rapport à 2015. Cette diminution s'explique notamment par un retour à une situation stable après une année 2015 marquée par la destruction de produits non conformes. Ainsi, neuf sites ont amélioré leur ratio de déchets dangereux générés par tonne de production en 2016.

PIMACO (Brésil) reporte ainsi une baisse de 20 % de son ratio de déchets dangereux par tonne de production suite à la substitution d'un liquide de nettoyage des éléments peints par un produit non dangereux. Des améliorations ont également été reportées par Conté-Boulogne (France), BIC CORPORATION - Gaffney (États-Unis), BIC South Africa (Afrique du Sud), BIC Iberia (Espagne), BIC Sport (France), BIC Technologies (France), BIC Graphic Europe (Espagne) et BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis). Ces usines, qui réalisent 26 % 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 31 %.

De plus, certaines usines sont dotées de stations d'épuration capables de traiter les déchets dangereux comme ceux issus des ateliers de traitement de surface et de les transformer en boues hydroxydes métalliques dont la gestion finale permet d'éliminer quasiment tous les risques pour l'environnement.

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



(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 2016, le Groupe BIC a enregistré une légère hausse de son ratio de déchets industriels non dangereux par tonne de production de 1,0 % par rapport à 2015.

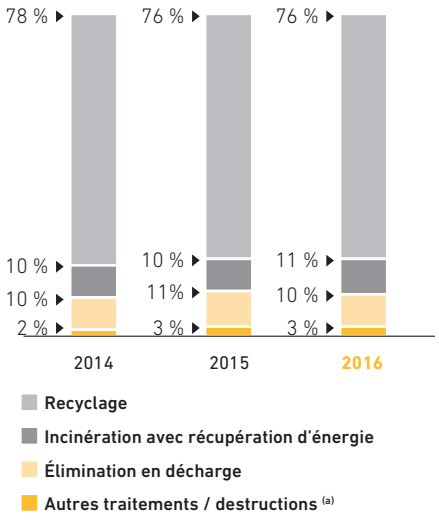
Douze usines ont amélioré leur ratio de déchets industriels non dangereux générés par tonne de production entre 2015 et 2016.

Des améliorations ont notamment été reportées par Conté-Boulogne (France), BIMA 83 (France), BIC CORPORATION - Gaffney (États-Unis), PIMACO (Brésil), BIC Mexico (Mexique), BIC Bizerte (Tunisie), BIC South Africa (Afrique du Sud), BIC Iberia (Espagne), BIC Shavers Mexico (Mexique), BIC Technologies (France), BIC Graphic Red Wing (États-Unis) et BIC Graphic Sleepy Eye (États-Unis). Ces usines, qui réalisent 37 % 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 14 %.

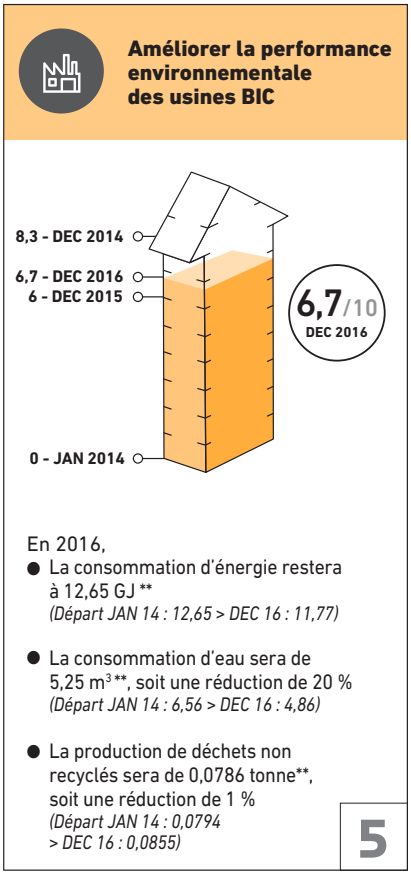
En particulier, BIC Iberia (Espagne) a amélioré son processus d'extrusion, ce qui a contribué à réduire la quantité de purge plastique et à diminuer la quantité de déchets de films plastiques.

BIC Shavers Mexico (Mexique) a de plus diminué ses quantités de matières premières livrées par avion (et emballées dans des caisses en bois), contribuant à la baisse de 23 % de son ratio de quantité de déchets non dangereux générés par tonne de production entre 2015 et 2016.

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



(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 2016 : Le score de l'engagement est en hausse mais l'objectif n'est pas atteint. Les réductions de consommations d'énergie et d'eau ont dépassé les objectifs fixés, puisque concernant l'énergie la baisse de consommation rapportée à la tonne de production a été de près de 7 %, et pour l'eau de plus de 25 %. La production de déchets non recyclés a, quant à elle, augmenté. L'engagement termine avec un score de 6,7/10 (1).

2.3.1.5. Réduire les autres impacts sur l'environnement

Impacts sur la biodiversité

L'impact du Groupe BIC sur la biodiversité se fait notamment *via* son emprise foncière dans le monde (sites industriels, logistiques ou administratifs).

Pour évaluer cet impact, BIC s'est concentré sur une « approche sites » et a ainsi réalisé une première analyse cartographique du contexte environnant de chaque usine BIC 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.

Pour la sixième année, en 2016, BIC recense les actions mises en place en matière de préservation de la biodiversité. De plus, lorsque des obligations existent, les systèmes de management couvrent la problématique et permettent d'assurer un suivi.

En 2016, trois ruches ont été installées sur le site du siège à Clichy (France) en partenariat avec Ekodev. Par ailleurs, à travers ce partenariat, BIC parraine une ruche mélipone installée dans la péninsule du Yucatan au Mexique et participe ainsi à la réintroduction de cette abeille dans son environnement naturel.

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 33), demande que chaque site mesure, évalue et réduise ses impacts environnementaux significatifs.

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 du site 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.

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 environ 4 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.

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

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 1,9 % des tonnages transportés en avion, le fret aérien est le mode de transport le plus émetteur de GES : il représente 67,7 % des émissions liées au transport en 2016.

♦ 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. Par exemple, 85 % des produits de l'activité Grand Public vendus en Europe sont fabriqués sur ce même continent.

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 41).

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 2016, l'Équateur a 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 2016 ses consultations d'experts et ses coopérations avec les clients. Des transporteurs engagés dans le domaine du développement durable sont régulièrement consultés. En 2016, les sujets abordés ont été : mieux comprendre le secteur de l'aviation, sa contribution au changement climatique et présentation du plan global mis en place par le secteur aérien pour réduire ses émissions de GES. Un transporteur majeur a également présenté sa démarche et ses outils pour le développement durable.

Depuis 2016, des objectifs en lien avec le développement durable sont fixés aux équipes en charge du transport dans certains pays, au même titre que la réduction des coûts ou la satisfaction des clients, contribuant ainsi à stimuler l'innovation et la prise d'initiatives.

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. L'analyse détaillée de ce *reporting* a permis d'identifier les flux mondiaux et a conduit la Communauté Transport à sélectionner trois actions clés à mettre en œuvre pour les optimiser. Un process d'appel d'offres favorisant l'optimisation des coûts et des flux et permettant d'inclure des critères de développement durable a également été mis en place suite à cette analyse.

En Europe, un nouvel outil est en cours d'implémentation dans le cadre d'un projet pilote (pour le transport de distribution en France, Benelux et Royaume-Uni) : l'indice TK'Blue. Cet indice mesure non seulement les émissions de GES des activités de transport, mais aussi leurs autres externalités négatives (bruit, pollution de l'air et du sol, accidentologie, congestion) et prend en compte les critères sociaux. Cet outil permet un suivi précis et fiable des émissions de GES liées au transport des produits BIC® : il est basé sur les flottes réelles des fournisseurs et applique la même méthode de calcul pour tous les fournisseurs. Il pourra être inclus dans les critères de sélection des transporteurs.

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. Suite à la réalisation d'une cartographie des flux intra-Groupe, une étude est en cours pour mutualiser les expéditions à l'échelle de l'entreprise.

De nombreuses actions ont été mises en place en 2016 pour optimiser les expéditions et les routes :

- aux États-Unis, la modification des emballages des rasoirs de la gamme BIC® Simply Soleil® a permis une réduction de 20 à 40 % des quantités de plastique et de carton et une optimisation du transport ;
- une route plus directe – qui ne passe plus par le Mexique – de la France vers l'Amérique centrale (Guatemala, République dominicaine, Honduras) a été ouverte en 2016 permettant de réduire les coûts et les émissions de GES liés au transport de 153,9 teqCO_2 ;
- depuis 2014, le transport des rasoirs de Grèce vers le Mexique est optimisé grâce à l'expédition de têtes de rasoir, par la suite assemblées à des manches sur le site de Saltillo (Mexique). En 2016, cette optimisation a permis la suppression de 13 conteneurs expédiés, soit une diminution de gaz à effet de serre de 77 teqCO_2 ;
- en 2016, près de 44 % des importations arrivant au Mexique par voie maritime sont acheminés par voie ferroviaire du port de Veracruz jusqu'à l'entrepôt du Mexique ;
- au Brésil, un centre de distribution a été ouvert dans le nord-est du pays, permettant de remplacer le transport routier par du cabotage. L'objectif est d'expédier par cette route 20 % des volumes de vente auprès de consommateurs de la région nord-est avec une réduction des délais de livraison de 38 % et d'éviter l'émission de 370 tonnes de CO_2 annuellement ;
- en France, le transport fluvial depuis l'usine de rasoirs de BIC vers le port du Havre a été étudié, mais considéré non concluant. Malgré des réductions des émissions de GES, les délais de livraison sont trop importants. Le Groupe reste en veille sur l'évolution du service, une augmentation de sa fréquence permettrait d'en reconsidérer l'utilisation.

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®, un programme de l'Agence de Protection de l'Environnement américaine.

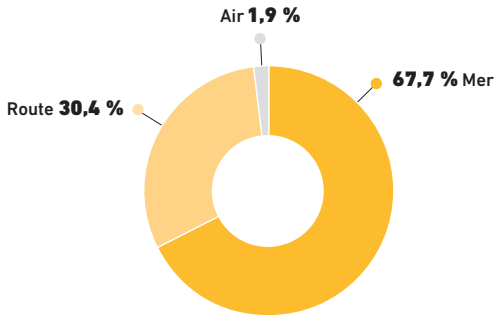
Afin d'accompagner les prestataires de transport vers des pratiques responsables, BIC a intégré le critère de réduction des émissions de GES dans la sélection des transporteurs.

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.

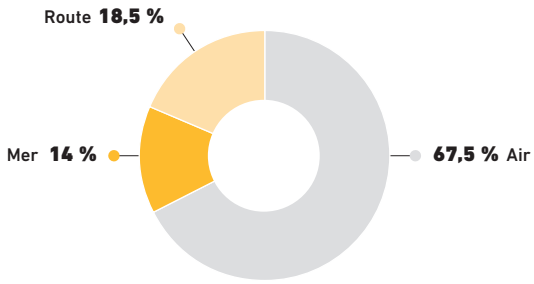
♦ Performances

➜ ***Pour 100 % des nouveaux appels d'offres de transport du Groupe, le développement durable est un critère de sélection.***

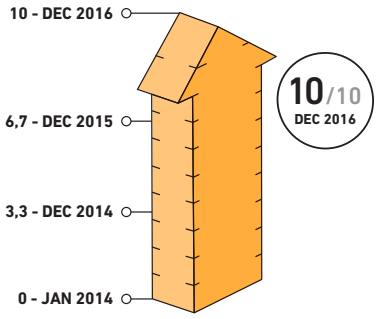
RÉPARTITION DES TONNAGES TRANSPORTÉS PAR MODE DE TRANSPORT – EN % DU TOTAL



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



Maintenir un faible niveau de fret aérien



- Chaque année entre 2014 et 2016, 97,7 % de notre transport d'approche sera opéré sans aérien
(Départ JAN 14 : 98,03 % > DEC 16 : 97,71 %)

6

** Exprimé en tonnes-kilomètres.*

BILAN 2016 : En 2016, le transport d'approche opéré sans aérien a légèrement baissé mais se situe toujours au-dessus de 97,7 %. Chaque année entre 2014 et 2016, l'objectif a été atteint, le score est donc de 10/10 pour cet engagement [1].

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

♦ Perspectives

En 2017, les programmes déjà lancés seront poursuivis et d'autres sont prévus :

- au Mexique, la rationalisation des flux intersite permettra d'optimiser les mouvements logistiques en réduisant de moitié le nombre d'expéditions et d'éviter l'émission de 56 tonnes de CO_2 ;
- une étude de faisabilité est en cours sur l'usage du rail en remplacement de l'aérien pour des expéditions directes vers l'Europe depuis les usines écriture d'une dizaine de fabricants sous contrat situés en Asie. Jusqu'à 95,8 % de tonnes de CO_2 pourraient ainsi être évités. Cependant, d'autres paramètres seront à prendre en compte tels que le délai d'approvisionnement ou la disponibilité des produits ;
- le Groupe poursuivra l'optimisation des emballages pour réduire les émissions de GES liées au transport.

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) plus de 10 % ;
- 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 selon les politiques locales qui intègrent l'environnement et la sécurité. Les équipes suivent notamment les émissions de GES de leur flotte ou les accidents.

En France, en 2016, le taux moyen d'émissions de GES est de 130 g $eqCO_2$/km sur l'ensemble du parc automobile.

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 2016, les sièges de BIC ont eu une consommation énergétique de 0,72 GJ/m^2. Cette performance s'est améliorée de 9,5 % par rapport à 2015, notamment portée par une efficacité énergétique accrue des *data centers* du site de Clichy.

Les émissions associées à la consommation d'énergie de ces sites représentent près de 1 961 $teqCO_2$, dont 1 741 $teqCO_2$ d'émissions indirectes et 220 $teqCO_2$ d'émissions directes. Le site de Shelton achète par ailleurs des certificats d'énergies renouvelables couvrant 100 % de ses consommations électriques.

En 2016, la consommation d'eau a augmenté de 6 % et s'est élevée à 18 540 m^3, soit 18,5 m^3/poste de travail occupé.

La consommation de papier, principale matière première des activités de bureau, a très légèrement augmenté en 2016 pour atteindre 26,7 tonnes, soit 26 kg/poste de travail occupé.

La production de déchets s'est, quant à elle, élevée à 340 tonnes, en hausse de 22 % par rapport à 2015 du fait des travaux de réfection du restaurant d'entreprise de Clichy. Concernant le siège de Shelton, 100 % des déchets produits sont valorisés. Les trois sites disposent également de programmes spécifiques concernant la fin de vie du matériel informatique.

Afin de lutter contre le gaspillage alimentaire, le site de Cajamar a mis en place une communication renforcée avec le restaurant d'entreprise pour communiquer chaque jour le nombre d'employés absents afin que le nombre de repas servis soit ajusté au plus près des consommations réelles.

Depuis 2014, le site de Clichy dispose de quatre bornes de recharge de voiture électrique. Les visiteurs peuvent ainsi se rendre sur le site avec leur véhicule électrique et les salariés ont à leur disposition une voiture électrique pour leurs déplacements personnels et professionnels.

À noter également que le site de Shelton a été conçu selon les standards du LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*). 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.

♦ Perspectives

Afin d'optimiser ses consommations de fluides et pour améliorer les conditions de travail, le Groupe BIC prévoit une étude de potentiel pour équiper le bâtiment du siège à Clichy (France) de capteurs connectés à un système de pilotage central orienté *smart building*.

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.

En 2016, un poste *IT Risk Manager* a été pourvu avec une dimension *Green IT*.

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.

Entamée en 2012, la virtualisation de l'ensemble des serveurs du Groupe, qu'ils soient détenus en propre ou externalisés, atteint en 2016 le taux optimal de l'ordre de 80 %. Cette virtualisation progressive 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. Sa finalisation est prévue pour fin 2017.

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. En 2016, le pack d'applications de bureautique, utilisé par 100 % des collaborateurs disposant d'un ordinateur, a été installé en *cloud*, tout comme l'outil de planification des ventes pour la zone Europe (plus de 600 utilisateurs dans le Groupe). 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 4 000 ses utilisateurs. Toutes les salles de réunion du Groupe sont désormais équipées de systèmes de vidéoconférence plus ou moins sophistiqués selon l'usage et la capacité de la salle. 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 dans les années à venir avec l'objectif de maximiser l'usage du *cloud* à l'horizon 2020.

Le Groupe prévoit de recenser dans toutes les zones les meilleures pratiques en matière de configuration des postes de travail (incluant les consommations d'énergie et la fin de vie des équipements), en vue d'une homogénéisation d'ici la fin de l'année 2017.

Enfin, la fiabilisation des systèmes de vidéoconférence est prévue avec l'objectif d'atteindre 100 % de taux de service.

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 53 pays pour distribuer ses produits dans environ 4 millions de points de vente à travers le monde, BIC est fort d'une culture commune, enrichie des spécificités locales. L'enjeu 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

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2016, le Groupe reportait 17 362 salariés permanents et 3 268 temporaires.

BIC comptait, hors Cello Pens, 9 856 salariés permanents et 1 578 temporaires à travers 53 pays dans le monde.

Les sept entités juridiques de Cello Pens qui ont rejoint le Groupe BIC en 2013 reportaient 7 506 salariés permanents et 1 689 temporaires présents au 31 décembre 2016.

Les paragraphes suivants présentent les effectifs BIC en 2016 et leurs évolutions hors Cello Pens.

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)

Effectifs par zone géographique	Décembre 2014	Décembre 2015	Décembre 2016	Variation 2016/2015
Europe	3 850	3 928	4 144	+ 5,5 %
Amérique du Nord	2 311	2 317	2 345	+ 1,2 %
Marchés en croissance	3 389	3 395	3 367	- 0,8 %
TOTAL EFFECTIFS PERMANENTS	**9 550**	**9 640**	**9 856**	**+ 2,2 %**
Temporaires	1 475	1 504	1 579	+ 5,0 %
TOTAL	**11 025**	**11 144**	**11 435**	**+ 2,6 %**

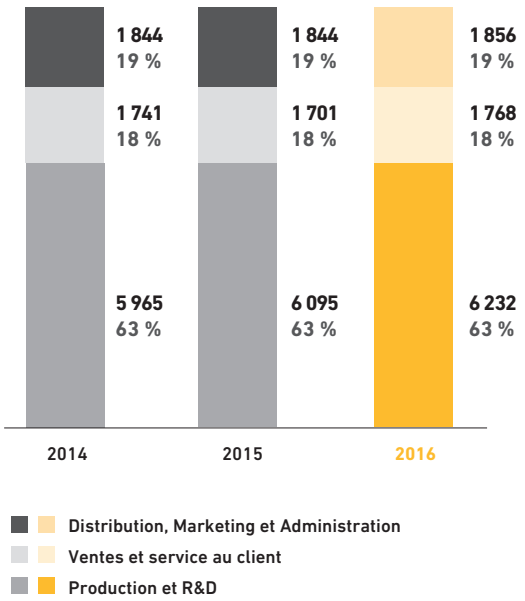
En 2016, les effectifs permanents sont en hausse de 2,6 %.

Cette variation s'explique par la hausse des effectifs dans les usines, principalement en Grèce (+ 82), au États-Unis (+ 44 dans l'usine de Charlotte) et en Tunisie (+ 29 dans l'usine écriture). Les effectifs augmentent également significativement dans les filiales d'Europe de l'Est et du Maroc.

L'effectif permanent (en contrat à durée indéterminée) représente 86 % de l'effectif total du Groupe. L'effectif temporaire représente 14 % 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 2016 est plus important qu'à fin 2015 : + 75 (1 579 *vs.* 1 504).

Les travailleurs temporaires sont employés en production (83 % des effectifs temporaires), en support à la vente (9 %) 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)



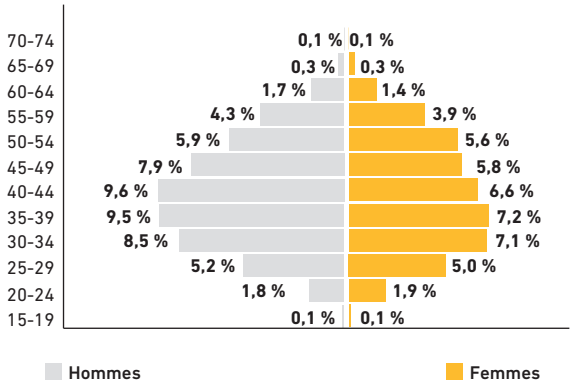
La répartition des effectifs par pôle d'activité est constante depuis plusieurs années, ce qui traduit la stabilité du mode d'organisation.

Dans la suite de ce document, les indicateurs et chiffres reportés concernent les effectifs permanents du Groupe BIC (hors Cello Pens).

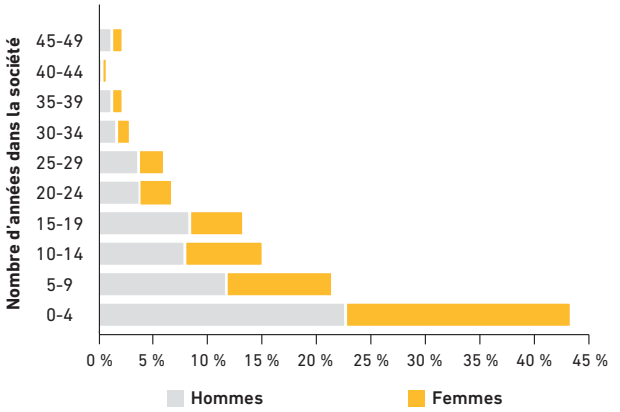
2.4.1.2. L'âge et l'ancienneté

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) – EFFECTIFS PERMANENTS



PYRAMIDE DES ANCIENNETÉS – 2014 (HORS CELLO PENS) – EFFECTIFS PERMANENTS



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 2014	Décembre 2015	Décembre 2016	Variation 2016/2015
Managers	2 513 (26 %)	2 680 (28 %)	2 830 (29 %)	+ 5,6 %
Non-managers	7 037 (74 %)	6 960 (72 %)	7 026 (71 %)	+ 0,9 %

Les managers représentent, en 2016, 29 % 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.

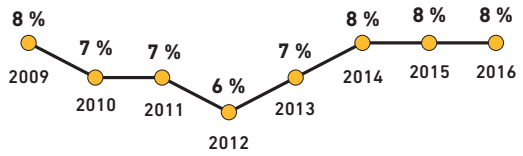
2.4.1.4. Les embauches et licenciements (hors Cello Pens)

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.).

Le Groupe a réalisé 397 recrutements externes de cadres et 976 recrutements d'ouvriers et employés. Ces chiffres sont en progression de 2 % par rapport à 2015. En 2016, le taux d'embauche externe est de 15 % pour les managers et de 14 % pour les autres collaborateurs.

Le Groupe a des outils tels que LinkedIn et valorise sa notoriété sur le marché de l'emploi international grâce à la collaboration avec des cabinets de recrutement 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 procédure de sélection et de traçabilité plus performante.

TAUX DE DÉPART VOLONTAIRE – EFFECTIFS PERMANENTS



Le taux de départ volontaire du Groupe, hors Cello Pens, est de 8 %, ce qui correspond à 726 démissions et départs en retraite. En 2016, le taux le plus élevé du Groupe est en Amérique du Nord (11 %), stable par rapport à 2015. Depuis deux ans, l'Asie connaît une baisse du taux de départs volontaires, soit 8 % en 2016 et 10 % en 2015, contre 30 % en 2014. Depuis trois ans, l'Europe est le continent avec le moins de départs volontaires (5 %) 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 448 licenciements en 2016, dont 65 % en Amérique latine, surtout au Mexique (138) et au Brésil (101). 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.

2.4.1.5. Les effectifs Cello Pens

En 2016, les effectifs permanents de Cello Pens (7 506) sont répartis par pôle d'activité comme suit :

- Production : 6 949 (92 %) ;
- Ventes : 424 (6 %) ;
- Distribution, Marketing & Administration : 133 (2 %).

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

Les femmes représentent environ 65 % des effectifs.

L'effectif temporaire est de 1 689.

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 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 menait une année sur deux une enquête d'adhésion aux Valeurs, l'autre année, une enquête d'engagement. À partir de 2016, ces deux enquêtes sont fusionnées en une seule : l'enquête d'engagement et d'adhésion aux Valeurs. Elle mesure toujours 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 et le degré et les leviers d'engagement des collaborateurs (conditions de travail, valorisation de l'individu, autonomie, opportunités de carrière, efficacité managériale).

Faisant écho à cette enquête, les prix « Valeurs en Action » sont attribués sur proposition des salariés, aux collaborateurs qui incarnent et excellent au travail dans certaines Valeurs BIC. À ce jour, plus de 1 300 collaborateurs ont été reconnus au sein de ce programme, débuté en 2006.

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'engagement et d'adhésion aux Valeurs

En 2016, l'enquête d'engagement et d'adhésion aux Valeurs a été menée pour la première fois dans son format « fusionné ». 9 980 collaborateurs (effectifs permanents et temporaires sous contrat) ont été sollicités, contre 9 155 en 2014. Le taux de participation de 83,1 % reste élevé et stable, bien que légèrement inférieur à l'objectif de 85 % que le Groupe BIC s'est fixé dans le cadre de son Engagement #9. Cette année, 78 % des réponses ont été complétées en ligne, contre 48 % en 2014.

En 2016, les résultats de cette étude montrent un taux d'engagement de près de 83 %, soit un résultat relativement stable comparé à 2014 (85 %).

Nouveauté 2016, l'Indice de Communication qui est un des principaux leviers d'engagement des collaborateurs a été mesuré pour la première fois. Au global, l'indice s'élève à 68 %, montrant que les managers communiquent plutôt efficacement avec leurs équipes.

En 2016, les points forts de BIC qui contribuent à créer l'engagement et une forte adhésion aux Valeurs de l'entreprise sont :

- **la fierté d'appartenance au Groupe :** 85 % des collaborateurs recommanderaient BIC comme une entreprise où il fait bon travailler ;
- 85 % des employés ont une **bonne compréhension des objectifs** tant au niveau du Groupe que de leur département ;
- 86 % des collaborateurs considèrent avoir **l'autonomie** nécessaire pour bien faire leur métier.

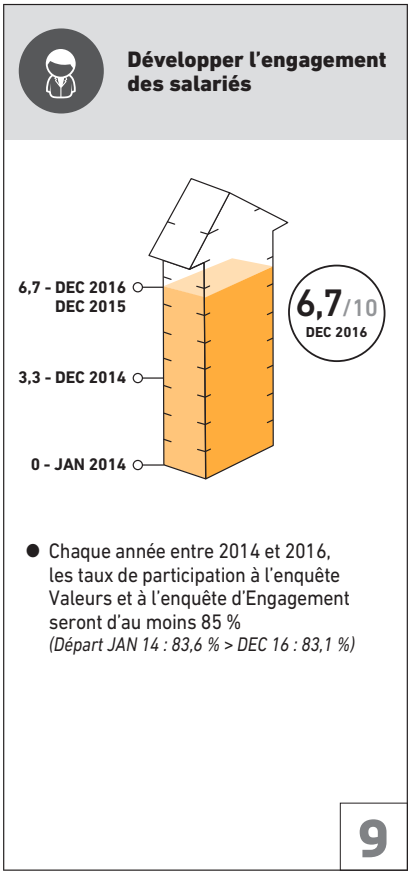
Des points d'amélioration ont aussi été mis en évidence. Ils concernent notamment la perception par les collaborateurs de leurs opportunités de développement, la reconnaissance de la performance et sa rétribution, la possibilité pour chacun de s'accomplir dans son travail, la gestion du stress et la capacité du Groupe à recruter les bonnes personnes pour préparer son avenir.

L'engagement de ses collaborateurs est un atout fort que le Groupe souhaite entretenir. Pour cela, des outils ont été développés et un accompagnement est proposé aux managers dans la construction des plans d'actions locaux en réponse aux résultats de l'enquête.

L'enquête sur le développement durable

En février 2016, et pour la troisième fois, BIC a mené une enquête sur son Programme de Développement Durable auprès de 6 185 collaborateurs. Le taux de participation, de 49 %, a fortement progressé en 2016 (40 % en 2013 et 39 % en 2011). La part des salariés qui se disent concernés ou très concernés par le développement durable reste très importante : 80 %. Pour 99 % des répondants, le Programme BIC de Développement Durable est essentiel (77 %) ou important (22 %), soit un résultat stable comparé à 2013. À noter également que 94 % des répondants estiment que le développement durable apporte de la valeur ajoutée à l'entreprise. Enfin, 60 % d'entre eux pensent que le Groupe devrait être plus ambitieux dans ce domaine. Le Groupe BIC en tiendra compte lors de la fixation des nouveaux objectifs du Programme de Développement Durable à l'horizon 2025.

♦ Performances



BILAN 2016 : En 2016, l'Engagement #9 du Baromètre n'est pas atteint. Bien que le taux de couverture ait été atteint (86 %), le taux de participation est insuffisant (83,1 %).

Cela est notamment dû au passage de questionnaires écrits à l'informatique pour les usines BIC, ainsi que la participation plus faible des employés BIC Graphic.

L'Engagement #9 du Baromètre clôture donc avec un score de 6,7/10 [(1)].

♦ Perspectives

BIC poursuivra son programme d'enquêtes auprès de ses collaborateurs avec toujours pour objectif d'être à l'écoute des collaborateurs et de mettre en place les plans d'amélioration attendus.

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

2.4.3. LA SANTÉ/SÉCURITÉ AU TRAVAIL

♦ Enjeux

La sécurité au travail est un pilier fondamental pour le Groupe BIC. Les activités de BIC, industrielles et commerciales, exposent les travailleurs à des risques professionnels différents (physiques, chimiques, psychosociaux, biologiques, ergonomiques) selon les métiers du Groupe (sièges, usines, forces de vente). En matière de sécurité au travail, il s'agit pour le Groupe de garantir l'intégrité physique et mentale de ses collaborateurs par la prévention des accidents du travail et des maladies professionnelles. 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.

Les informations présentées dans ce chapitre consacré à la santé-sécurité au travail concernent essentiellement les usines du Groupe BIC, qui représentent plus des trois quarts des salariés du Groupe (hors Cello Pens).

♦ 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 déployée dans les sites de production. Un responsable SSE est en charge dans chaque site du déploiement et du suivi des programmes de réduction des risques santé et sécurité des salariés, dont la responsabilité est portée par les directeurs industriels. Pour la catégorie Papeterie, qui compte le plus grand nombre d'usines au sein du Groupe, un poste de Responsable SSE catégorie a été pourvu en 2016. Il pilote et anime le déploiement de la démarche. Pour la catégorie Rasoirs, trois des quatre usines ont poussé depuis 2011 la Politique SSE 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. Ainsi, 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.

En outre, en complément du suivi réalisé depuis plus de dix ans dans les usines, un *reporting* des indicateurs de taux de fréquence et de taux de gravité des accidents du travail est réalisé depuis 2013 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 des sièges sociaux.

♦ Réalisations de l'année

Chaque année, les usines et sites du Groupe améliorent les conditions de sécurité au travail par des initiatives de diverses natures. Quelques exemples en 2016 :

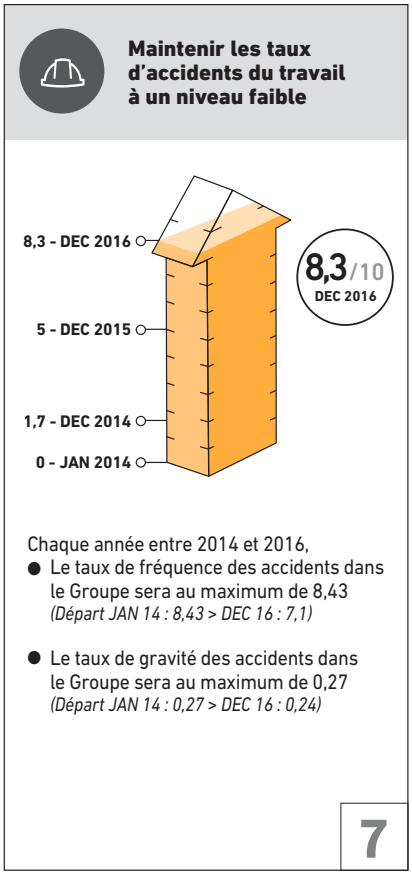
- pour la catégorie Papeterie, un **référentiel HSE** a été défini avec trois niveaux d'exigence permettant aux sites d'engager une démarche d'amélioration continue ;
- le **process d'accueil des nouveaux arrivants** dans les usines de la catégorie Papeterie a été renforcé. Dans les deux semaines qui suivent l'embauche, trois étapes doivent être suivies : module d'*e-learning* sur les règles de sécurité basiques communes à tous les sites, formation par le responsable HSE sur les règles spécifiques au site, accueil et formation individuelle au poste de travail par le manager ;
- la **formation à la sécurité pour les managers** de la catégorie Papeterie a été renforcée avec une journée consacrée au *leadership* en matière de sécurité. Tous les managers du site de Bizerte (Tunisie) ont suivi ce module ;
- l'usine de rasoirs de Saltillo (Mexique) a mis en place le projet « **Promotion de la Sécurité** » dont l'objectif est de sensibiliser les collaborateurs à la prévention des accidents, les gestes et situations dangereux, à travers le partage d'expérience ;
- l'usine de rasoirs de BIC Violex (Grèce) a, quant à elle, conduit **25 projets d'amélioration de la sécurité** dans les domaines suivants : protection des machines, réduction du bruit, prévention incendie, prévention des chutes pour le travail en hauteur. De nombreuses formations ont concerné ces sujets (premiers secours, sécurité en atelier mécanique, équipements personnels). Totalisant plus de 700 participants et 1 700 heures de formation ;
- BIC Technologie (France) a mené un programme de prévention et de lutte contre les addictions ;
- le programme triennal d'audits sociaux lancé en 2015 auprès des usines BIC dans le monde s'est poursuivi en 2016. Suite à l'audit réalisé selon le protocole WCA (voir page 62) à l'usine de Mexico (Mexique) en 2015, un plan d'action en 10 points a été mis en œuvre pour améliorer les conditions de travail.

♦ Performances

En 2016, les systèmes de management santé et sécurité sont opérationnels à 91 % dans les sites BIC.

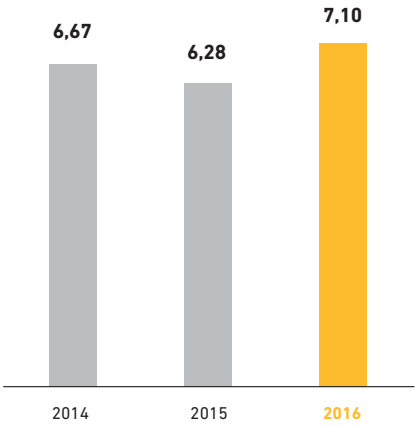
Dans les usines, les accidents du travail avec arrêt dont sont victimes les salariés BIC sont majoritairement causés par des chutes au niveau du sol ou des manutentions. Les maladies professionnelles, suivies jusqu'à maintenant uniquement en France, sont majoritairement liées à des troubles musculo-squelettiques.

En 2016, le Groupe dans ses trois principaux sièges sociaux déplore deux accidents (hors accidents de trajet) avec arrêts, soit des taux de fréquence de 1,45 et de gravité de 0,01.

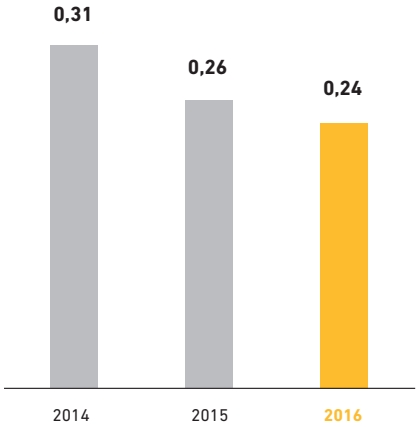


BILAN 2016 : Les deux objectifs de l'engagement ont été atteints cette année encore. Le Taux de Fréquence s'améliore et le Taux de Gravité se stabilise par rapport à 2015. L'objectif n'ayant pas été entièrement atteint en 2014, le score final est de 8,3/10 [(1)].

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



TAUX DE GRAVITÉ DES ACCIDENTS DU TRAVAIL : NOMBRE DE JOURS CALENDAIRES PERDUS À LA SUITE D'UN ACCIDENT – PAR MILLIER D'HEURES TRAVAILLÉES – EFFECTIFS PERMANENTS – USINES BIC



♦ Perspectives

Dès 2017, la catégorie Papeterie prévoit d'accélérer le déploiement de l'ensemble de son dispositif HSE :

- déploiement du référentiel HSE ;
- déploiement du module d'*e-learning* à destination de tous les collaborateurs en usines ;
- programme d'audits internes croisés ;
- formation de managers pour les sites français et de Mexico ;
- animation mensuelle de *safety talk* pour renforcer la participation des salariés à la prévention.

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. 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 du 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

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

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 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 2016 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. La marque : *You First by BIC*, lancée en 2015 avec succès, met l'accent sur trois volets : bien-être physique, bien-être psychologique et bien-être financier. En 2016, le programme s'est poursuivi avec le déploiement des « Comités Bien-être » et avec la mise à disposition de coachs santé et qualité de vie dans tous les sites américains. À la fin de l'année 2016, plus de 2 400 sessions individuelles de coaching ont eu lieu. L'ambition de *You First by BIC* est d'encourager les collaborateurs à prendre en main leur santé en mettant tous les outils et ressources nécessaires à leur disposition.

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.). De plus, des examens sont proposés dans tous les sites du Groupe aux États-Unis (indice de masse corporelle, taux de cholestérol, etc.).

Des campagnes de prévention/sensibilisation en Amérique latine

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 2016 leurs campagnes de prévention du cancer (sein, prostate), de prévention du stress, de vaccination contre la grippe, et de dépistage des maladies cardiaques.

Le site de BIC Amazonia a renouvelé ces initiatives telles que le programme de suivi de grossesse pour les femmes enceintes et 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. En 2016, le site Saltillo (Mexique) a enregistré une hausse de 57 % de la participation avec plus de 290 consultations médicales.

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. La Journée mondiale de lutte contre le SIDA, organisée le 1er décembre 2016, a été comme chaque année l'occasion d'une sensibilisation accrue du personnel. Dans l'objectif de toucher le maximum de collaborateurs, des petits groupes de conversation se sont tenus toute la journée sur le thème « C'est entre vos mains », qui mettait l'accent sur la responsabilisation de chacun face à l'épidémie.

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. Des journées dédiées au bien-être sont l'occasion pour les salariés de participer à des ateliers de fitness, de réflexologie, etc.

Réduction de la pénibilité au travail en France

En 2016 et conformément aux évolutions réglementaires, les diagnostics de pénibilité ont été mis à jour sur l'ensemble des sites. L'un des enseignements phares est la diminution du nombre de postes concernés par les facteurs de pénibilité. Le « compte pénibilité », qui a été mis en place en France en 2015 sur les quatre premiers critères définis par la loi, a été élargi aux huit nouveaux critères entrés en vigueur.

Faire progresser les régimes de protection sociale proposés aux salariés BIC

En 2016, 75 % des employés BIC aux États-Unis ont souscrit à un régime d'assurance-maladie en lien avec un « compte épargne santé ». Ces comptes épargne santé permettent aux collaborateurs de placer des fonds (exempts d'impôts) pour couvrir leurs dépenses de santé. Par ailleurs, des initiatives prises en faveur de leur santé leur permettront d'y cumuler des primes financières. Fin octobre 2016, 73 % des salariés et leurs conjoints avaient participé à ce dispositif incitatif.

En France, après une année de mise en œuvre de l'harmonisation des régimes de frais de santé, les résultats sont en ligne avec les objectifs : pérennisation du système par la réduction des coûts sur le long terme, suivi efficace pour anticiper les dérives et sensibilisation des collaborateurs aux enjeux sociaux et financiers de l'assurance santé.

À Dubai, les salariés qui s'inscrivent dans une salle de sport bénéficient d'une aide. Il est régulièrement rappelé aux collaborateurs que leur assurance médicale prend en charge les examens de dépistage ou les services liés au bien-être.

♦ Perspectives en matière de santé et bien-être

En 2017, BIC CORPORATION aux États-Unis prévoit de poursuivre son partenariat avec OneExchange (une mutuelle privée offrant un large choix de prestations en conformité avec la réforme du système de santé américain). La part des salariés ayant souscrit un régime d'assurance-maladie lié à un compte épargne santé devrait continuer de progresser et le Groupe continuer d'y inciter ses salariés.

Une nouvelle consultation des assureurs et intermédiaires du secteur sera l'occasion d'essayer d'associer au régime actuel des campagnes de dépistage sur l'ensemble des sites français. Les domaines de prévention proposés aux salariés pourraient être notamment les causes principales de mortalité et maladie en France : maladies cardio-vasculaires, cancer cutané, cancer du sein, hygiène bucco-dentaire.

♦ 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 eux et pour leurs 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@BIC* et *My job : Leader@BIC*, dont l'objet est d'aider les managers à mieux faire face à leurs enjeux de responsables d'équipe, intègrent de façon croissante cette dimension des risques psychosociaux et de gestion de stress dans leur programme.

L'usine de BIC Amazonia (Brésil) a lancé en 2016 le programme *Leadership Development* pour 50 managers. Deux objectifs principaux ont été poursuivis : le développement de compétences managériales, avec un focus sur l'humain, et le partage d'expériences en vue de développer des comportements managériaux alignés avec la culture de BIC.

En Grèce, les priorités 2016 ont été le développement des compétences managériales et le développement d'un management orienté sur l'humain. Les managers ont ainsi bénéficié de la formation *recruiter@BIC* et de deux ateliers de management centrés sur l'humain. Totalisant, en 2016, 114 participants, ces formations se poursuivront dans les années à venir.

♦ 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. Quelques exemples en 2016 :

- dans l'usine de Saltillo (Mexique), une évaluation du niveau de risque de blessures a été réalisée pour les opérations d'emballage. Les postes de moulage, d'impression et d'assemblage seront évalués en 2017. Par ailleurs, l'atelier de moulage a été équipé d'une machine permettant de soulever et de manipuler les moules sans risques de troubles musculo-squelettiques ;
- à Manaus (Brésil), l'année 2016 a été consacrée à identifier et supprimer les postes à haut risque en matière d'ergonomie ;
- au siège de Clichy (France), le réaménagement du rez-de-chaussée a permis d'agrandir l'espace de restauration, de le rendre plus confortable et de créer ainsi un espace plus convivial pendant et en dehors des heures de repas.

♦ Réalisations de l'année concernant les services aux salariés

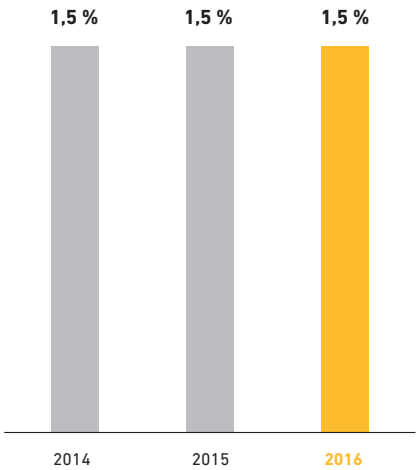
En 2016, un Programme d'Assistance aux Salariés, proposant les mêmes services qu'en France et aux États-Unis (voir ci-dessous), a été lancé pour la zone Asie-Pacifique.

Un *Employee Assistance Program* (EAP) existe depuis plusieurs années aux États-Unis (BIC CORPORATION) et en France (« Programme d'Assistance aux Salariés » (PASS)). Proposé aux collaborateurs et leurs familles, ces programmes visant à favoriser le bien-être des collaborateurs au sein de BIC offrent une écoute 24 heures/24 et la possibilité de rencontrer un professionnel en face à face.

♦ Performances

En France, à fin décembre 2016, BIC a enregistré 33 maladies professionnelles reconnues comme telles.

TAUX D'ABSENTÉISME – GROUPE BIC (HORS ACCIDENT DU TRAVAIL ET MATERNITÉ) – EFFECTIFS PERMANENTS



Le taux d'absentéisme, hors accidents du travail et maternité, reste faible, soit en moyenne 1,5 % dans le Groupe en 2016, comme en 2015 et 2014 et contre 1,4 % en 2013.

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

♦ Perspectives

En France, afin de fournir des prestations encore plus abouties, il sera étudié la possibilité d'intégrer les services aux salariés comme le PASS au contrat d'assurance complémentaire maladie dès 2017.

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 manières curative et préventive. Toute nouvelle initiative sera étudiée et mise en place si nécessaire.

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.).

Le référentiel de Compétences Fondamentales du Groupe BIC 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*.

♦ Réalisations de l'année

De nombreuses actions ont été mises en œuvre en 2016 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*

La diffusion des *Talent Frameworks* et leur appropriation par tous les collaborateurs restent la pierre angulaire de la culture managériale de BIC. En 2016, chaque site continue de déployer des actions spécifiques pour ancrer ces outils et référentiels. Quelques exemples ci-dessous :

- en Équateur et en Colombie, afin d'aider chaque employé à développer la compétence « fait preuve d'agilité stratégique », la communication interne entre services est favorisée et des réunions trimestrielles informent régulièrement les employés des résultats de l'entreprise. Une initiative similaire existe à Dubai, baptisée *BICause we need to chat* ;
- en Argentine et au Chili, les Compétences Fondamentales ont été incluses dans le programme d'induction. En 2016, tous les nouveaux collaborateurs ont pu s'approprier ce référentiel lors de leur parcours d'intégration ;
- dans la catégorie Papeterie, les Compétences Fondamentales ont été intégrées au programme de formation socle de la culture industrielle de la catégorie, le *BIC Manufacturing System*.

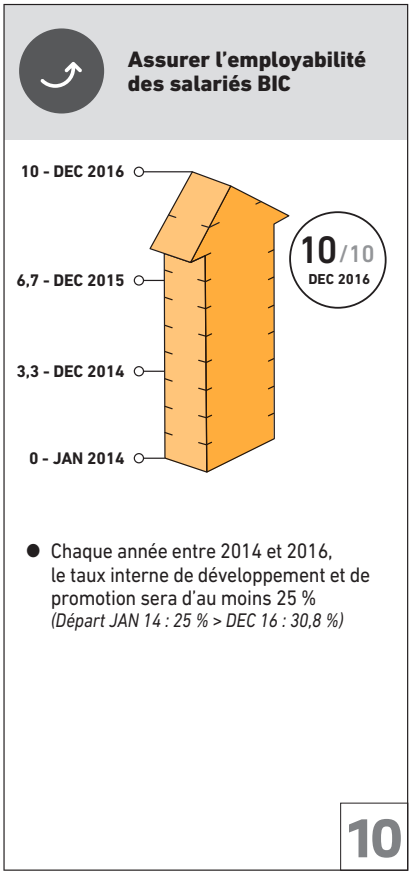
Pour la première fois en 2016, des *webinars* ont été proposés au monde entier pour développer la compréhension de tous les collaborateurs du processus de gestion de performance. Ces *webinars* ont été réalisés en français, en anglais et en espagnol. Ils ont été enregistrés et mis à disposition sur la plateforme virtuelle *BIC University*, accessible à volonté.

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 et renforcées en 2016. 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.

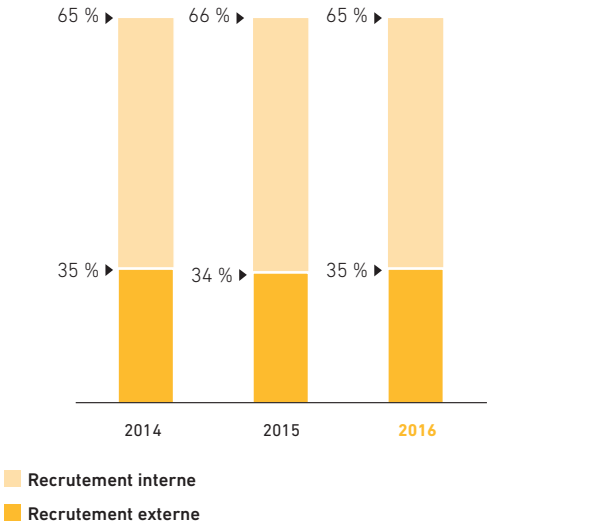
Au niveau du Groupe, un processus de planification de la succession est en place pour garantir la pérennité de l'activité et veiller à ce que les collaborateurs accèdent à des plans de succession à travers l'ensemble des entités. Dans cet esprit, la *Talent Review* réalisée en 2015 a été l'occasion de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

♦ Performances



BILAN 2016 : L'objectif de cet engagement est de maintenir pour chacune des trois années un taux interne de développement et de promotion d'au moins 25 %. Cet objectif a été atteint en 2016 avec un taux de 30,8 %. 613 postes cadres et non-cadres ont été pourvus en interne sur un total de 1 986 postes pourvus [(1)].

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



En 2016, pour les quatre premiers niveaux de managers du Groupe, le taux de promotion interne a été de 65 %, alors qu'il était de 66 % en 2015, de 65 % en 2014, de 64 % en 2013. Pour l'ensemble des cadres, 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. Cette culture du *feedback* est renforcée dans toutes les formations au management. C'est un message clé des formations *manager@BIC*, *recruiter@BIC*, et *learner@BIC*.

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° continue de progresser : 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.

En 2016, quelques exemples illustrent les initiatives qui sont prises pour le *feedback* :

- dans l'usine de BIC Graphic à Tarragone (Espagne), des formations « savoir donner et recevoir du *feedback* » ont été organisées pour les équipes ventes et marketing et pour les équipes de production ;
- en Argentine et au Chili, tous les trimestres, chaque collaborateur reçoit de son manager un feedback sur sa performance et son développement. Les managers reçoivent également du *feedback* des personnes avec qui ils travaillent.

En 2016, le *coaching* interne et externe s'est développé dans plusieurs régions du Groupe : les activités Grand Public en Europe, au Brésil et en Afrique du Sud, ont permis à des managers de bénéficier de *coachs* externes, en Grèce, un programme de développement des compétences de *coaching* interne a démarré, enfin, à Dubai, tous les managers bénéficient de *coaching* ou de mentoring.

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3 (page 69)

Pour apprendre en s'inspirant des autres, BIC offre aussi à ses collaborateurs des perspectives extérieures à BIC. Ainsi, tous les managers du Groupe ont accès à une plateforme qui met à disposition les meilleures pratiques de management observées à travers le monde. Chaque manager peut ainsi se former et utiliser avec son équipe des outils qui couvrent toutes les dimensions du management.

Apprendre par la formation (« 10 »)

Les programmes développés par *BIC University*

Fort de ses usines et de ses équipes commerciales dans 53 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 2016, le déploiement des formations Groupe (*Core Curriculum*) s'est intensifié dans toutes les régions du monde, autour de deux thèmes principaux

- **le modèle de *leadership* de BIC** : plus de 800 participants sur les cinq continents, dans près de 80 sessions ;
- **ratios et langage financiers de BIC** : 137 participants au cours de 12 sessions, qui pour la première fois ont couvert tous les continents, en face à face ou en classes virtuelles.

Le cursus de formations au management est maintenant complet et disponible partout. Il permet de s'approprier la culture managériale de BIC et de pouvoir utiliser les outils spécifiques de BIC pour construire et développer son équipe et chaque membre qui la compose (*Talent Frameworks*). Ce cursus s'articule autour de quatre formations clés, construites pour BIC en collaboration entre ses équipes et un prestataire externe

- *recruiter@BIC* : comment recruter la bonne personne pour aujourd'hui et pour demain ;
- *manager@BIC* : comment créer pour chaque collaborateur les conditions de son succès ;
- *leader@BIC* : comment développer une équipe performante en se fondant sur ses valeurs et sa vision ;
- *learner@BIC* : comment apprendre en conscience et efficacement pour sa performance d'aujourd'hui et son développement de demain.

En 2016, une équipe de chefs de projets et leaders du changement des équipes BIC ont travaillé avec un cabinet extérieur expert en gestion de projet et gestion du changement pour développer le référentiel BIC *ProChange*: pour encore renforcer les compétences de BIC en gestion de projet et gestion du changement.

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.

Parallèlement, BIC continue d'investir dans ses capacités organisationnelles pour que *BIC University* soit effectivement disponible partout pour tous. Pour cela, la stratégie de déploiement définie fin 2015 a commencé à être mise en œuvre en 2016. Pour chacun des piliers de *BIC University*, les réalisations de l'année sont les suivantes :

- **Les équipes** :
  - la formalisation du réseau de formateurs externes, pilotés par l'équipe *BIC University* centrale,
  - la création d'une communauté de *BIC U pilots*, dix collaborateurs RH s'assurent du déploiement local des solutions globalement cohérentes de *BIC University*, et partagent les bonnes pratiques locales;
- **Les processus** : les processus « gestion de la qualité des formations », « organisation d'une formation » (afin d'en assurer l'excellence opérationnelle) ont été formalisés et des lignes directrices pour la conception des formations ont été élaborées;
- **Les outils** :
  - déploiement de ForMetris partout dans le monde et la formation des utilisateurs,
  - finalisation en Europe du déploiement de la plateforme virtuelle *BIC University,*
  - création du premier *reporting* global *BIC University* qui permet d'en piloter la pénétration dans tous les pays et toutes les entités et d'évaluer la qualité des programmes.

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.

L'activité Grand Public en Europe a poursuivi en 2016 les formations *The Best In Class*. Au total, 54 % des équipes de Ventes et Service Client ont été formées à travers 72 sessions.

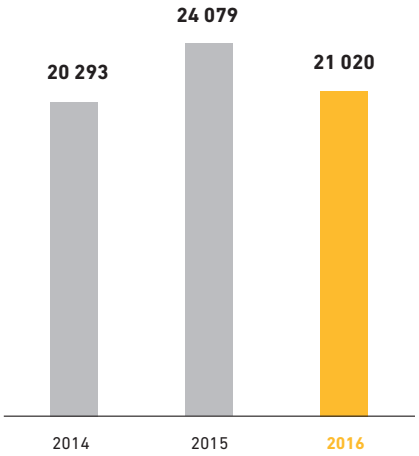
Le cursus finance, qui permet d'apprendre les fondamentaux des concepts et outils financiers spécifiques à BIC, a été revu et rendu disponible partout dans le monde, avec un focus particulier en Amérique du Sud. Une formation en classe virtuelle avec des participants sur trois continents en même temps a été testée pour la première fois.

Le programme *Manufacturing* a été lancé en 2016. Son objectif : former des jeunes aux métiers mécaniques et pérenniser ainsi des compétences techniques clés pour le Groupe BIC. En 2016, le Groupe est en relation avec sept centres de formation par l'apprentissage en France et deux écoles espagnoles et forme déjà dix apprentis.

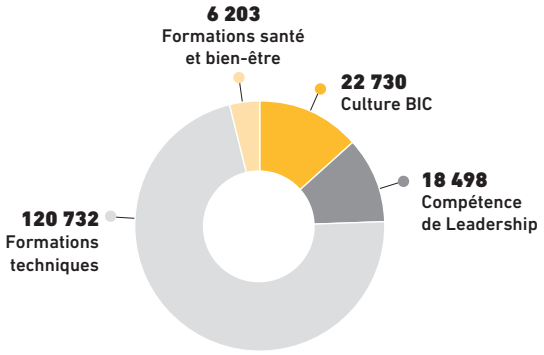
♦ Performances

En 2016, 10 042 collaborateurs ont bénéficié d'une formation et la durée moyenne de formation est de 2,1 jours par personne.

NOMBRE DE JOURS DE FORMATION REÇUS – GROUPE BIC – EFFECTIFS PERMANENTS ET TEMPORAIRES



NOMBRE D'HEURES DE FORMATION REÇUES (PAR THÈME) – GROUPE BIC – 2016 – EFFECTIFS PERMANENTS ET TEMPORAIRES



♦ Perspectives

La qualité des programmes globaux de *BIC University* (management & finance) et leur impact sur la performance des collaborateurs ont conduit à une demande encore accrue (+ 45 %) pour 2017.

Le référentiel BIC *ProChange* est en cours de déclinaison en formations *BIC University* qui seront déployées dans le monde en 2017.

En 2017, *BIC University* améliorera encore son implantation en Amérique latine.

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).

En 2016, les rémunérations variables liées à la performance représentent en moyenne 11 % 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 58 800 euros en 2016, en hausse de 3,5 % par rapport à 2015 à taux réel.

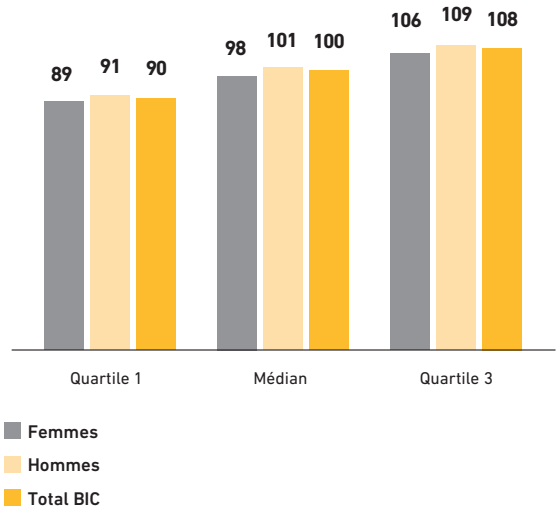
L'analyse à taux de change constants montre une augmentation de 5 % par rapport à 2015. Globalement, cette hausse du coût moyen annuel par salarié est due à :

- l'augmentation de la rémunération fixe moyenne (+ 3 %) ;
- une augmentation des rémunérations variables (+ 17 %) par rapport à 2015, due en partie au versement d'une prime exceptionnelle à tous les employés du Groupe non éligibles aux attributions d'actions de performance ;
- l'augmentation de + 6 % des charges sur salaire et autres avantages.

L'information sur la rémunération des dirigeants est présentée aux pages 119 à 140 du document de référence.

Une analyse de la compétitivité externe de salaires de base du personnel cadre de BIC est menée régulièrement sur une cinquantaine de pays. Les résultats de cette analyse de compétitivité menée fin 2015 montrent que les managers de BIC, hommes ou femmes, sont positionnés en moyenne autour de la médiane de leur marché local.

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



Une nouvelle analyse sera conduite à la fin de l'année 2017.

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.

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. 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.

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.

♦ Démarche

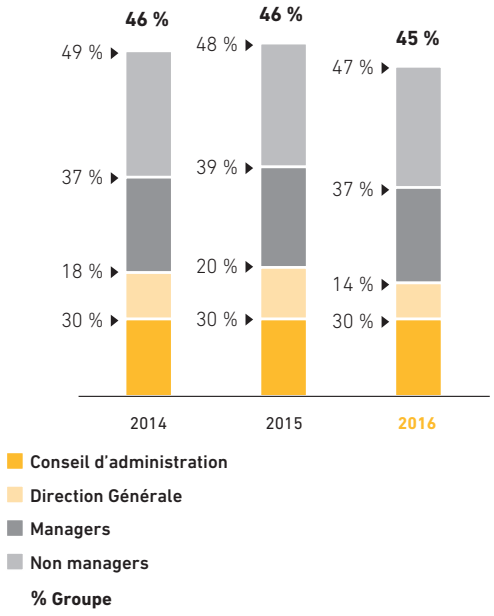
La **Charte de la Diversité** de BIC, signée en 2011 par le Directeur Général et par le Directeur des Ressources Humaines Groupe, démontre la volonté de BIC d'agir en faveur de la diversité. Elle est diffusée à toutes les entités du Groupe dans le monde et a été, à ce titre, traduite dans les principales 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. Ainsi en 2016, dans certains pays d'Amérique du Sud a été célébré le mois de la diversité. Des événements festifs et sociaux ont permis de renforcer les fondamentaux de la Charte de la Diversité.

♦ Réalisations de l'année et performances

Égalité homme/femme

POURCENTAGE DE FEMMES PARMI LES EFFECTIFS PERMANENTS – GROUPE BIC (HORS CELLO PENS)

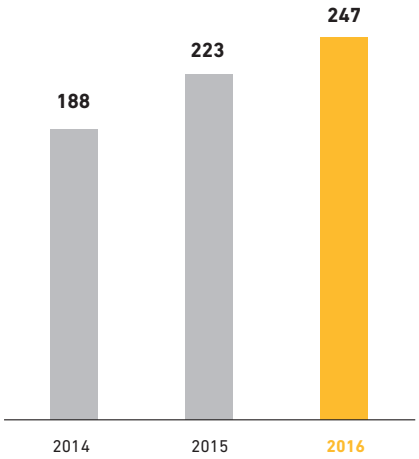


En 2016, les femmes représentaient 45 % des effectifs permanents du Groupe, dont 37 % des effectifs en Europe, 53 % en Amérique du Nord, et 48 % dans le reste du monde (Moyen-Orient, Afrique, Océanie, Amérique latine et Asie).

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.

NOMBRE DE TRAVAILLEURS EN SITUATION DE HANDICAP PARMI LES EFFECTIFS PERMANENTS – GROUPE BIC (HORS CELLO PENS)



En 2016, le nombre de travailleurs en situation de handicap recensés dans les sites les plus importants du Groupe est de 247 (hors emplois indirects liés à la sous-traitance) : 52 sont employés en Europe, 138 en Amérique du Nord et 57 dans le reste du monde (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.

L'intergénérationnel

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.

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. Sur le site du siège social de Clichy, 26 cadres participent au programme. 147 jeunes diplômés ont été suivis depuis le début du partenariat et six le sont actuellement. 70 jeunes diplômés ont été embauchés entre 2012 et fin 2016 à la suite de l'accompagnement par des parrains et marraines BIC.

♦ 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 47 et 48). 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.

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

Périmètre	Thématique
France – catégorie Papeterie	Signature de l'accord sur les mesures d'accompagnement du projet Samer 2020, visant à développer et pérenniser l'entreprise Conté en procédant à un investissement important sur l'usine de Samer après fermeture du site de Boulogne.
France – Accord d'intéressement BIC Services	Signature d'un accord définissant une formule d'intéressement plus étroitement liée à la performance des salariés, plus lisible et plus motivante.

♦ 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 (Sleepy Eye, Red Wing, Clearwater et Shelton) 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 qu'installer des boîtes à idées sur les sites, ou 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.

En 2017, le temps de travail fera l'objet de négociations dans différentes entités en France et l'accord quinquennal global concernant le site de Milford (États-Unis) sera renégocié.

L'étude de la couverture et des formes de représentation des salariés réalisée en 2014 sera mise à jour en 2017.

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 pour tous à l'éducation et à l'hygiène. Le Groupe répond à ces enjeux de société à travers son implantation économique locale – environ 4 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 27).

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, de sa Charte d'éthique et depuis 2016 de sa Politique de lutte contre la corruption.

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 ; 90 % 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 62).

♦ 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 62), les programmes d'audits (voir page 62), 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 ESG 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.

Suite à la campagne d'évaluation EcoVadis réalisée en 2014-2015 sur les familles d'achat stratégiques de matières premières : Plastiques, Métaux, Emballages (France et Grèce) et Encres, une nouvelle campagne a été lancée en octobre 2016. Elle cible les fournisseurs et prestataires nouvellement qualifiés par les achats, ceux qui n'ont pas répondu aux précédentes campagnes ou encore ceux pour lesquels le score est expiré en décembre 2016.

Au total, 301 fournisseurs stratégiques sont enregistrés sur la plateforme et 155 d'entre eux ont répondu au questionnaire. Le score moyen est de 46,8 sur 100, supérieur au score moyen EcoVadis qui est de 42. Parmi les fournisseurs réévalués, 75 % d'entre eux ont augmenté leur score.

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 30).

Formation aux achats responsables et mise en place d'une communauté Achats Responsables

En 2016, des acheteurs des trois catégories et de l'Europe ont été formés aux achats responsables, soit 19 personnes. Cette session d'une journée de formation présente les enjeux des achats responsables, la démarche mise en œuvre par le Groupe BIC et propose une boîte à outils pour intégrer des critères de responsabilités dans le process achats.

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

- ***46,8 : score moyen des fournisseurs stratégiques évalués par EcoVadis sur des critères de développement durable.***
- ***Moins de 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

Dans les années à venir, le Groupe poursuivra ses campagnes d'évaluation des fournisseurs et ses plans d'actions définis et mis en œuvre en collaboration avec les usines.

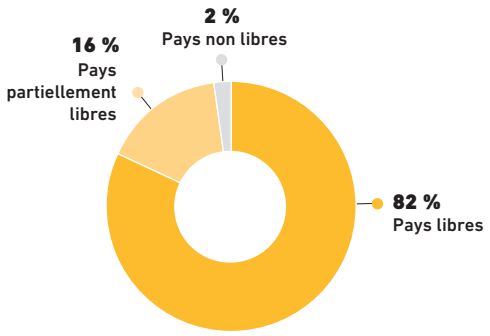
2.5.1.2. Le respect des Droits de l'Homme au travail

♦ Enjeux

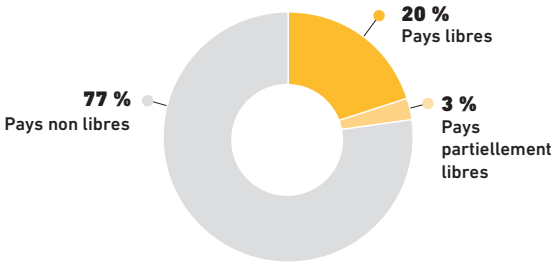
BIC maintient la sous-traitance à un niveau relativement faible puisque 90 % de son chiffre d'affaires proviennent des produits fabriqués dans ses propres usines : 93 % dans l'activité Grand Public, 74 % dans l'activité de Produits Publicitaires et Promotionnels de BIC Graphic. 86 % de ces usines se trouvent 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 PAR CATÉGORIE DE PAYS À RISQUE « DROITS DE L'HOMME » [(1)] EN 2016 – GROUPE BIC



NOMBRE DE FABRICANTS SOUS CONTRAT PAR CATÉGORIE DE PAYS À RISQUE « DROITS DE L'HOMME » [(1)] EN 2016 – 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.

(1) Source : Étude Freedom in the World 2015 de l'organisation non gouvernementale Freedom House.

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.

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. Le niveau d'heures supplémentaires réalisées est notamment strictement mesuré et encadré dans les établissements concernés. Chaque Directeur d'usine doit mettre en place, le cas échéant, un plan d'actions correctives 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 et en 2016 le renouvellement de son certificat pour trois nouvelles années. Quelques exemples des résultats obtenus : 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 en 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 : qualité, sécurité des produits et conformité réglementaire, maîtrise de l'environnement, sécurité d'approvisionnement et conformité au droit social. En 2016, les trois usines de BIC Graphic aux États-Unis, le bureau d'approvisionnement en Asie situé à Shenzen (Chine) et trois fabricants de produits finis ont été choisis et audités avec succès.

La plateforme SEDEX et les audits SMETA

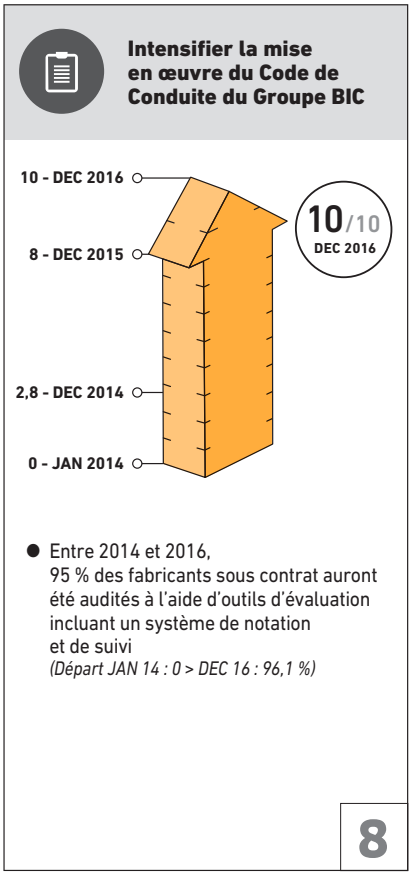
BIC Graphic Europe et BIC Graphic Amérique du Nord ont rejoint la plateforme SEDEX en 2012. SEDEX (*Supplier Ethical Data Exchange*) est une organisation à but non lucratif visant à améliorer l'éthique des affaires tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Être membre permet également de bénéficier 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 2016, les usines de Sleepy Eye, de Clearwater et de Red Wing (États-Unis) n'ont pas été auditées selon le référentiel SMETA mais par un client majeur.

♦ Réalisations de l'année

En 2016, 14 fabricants sous contrat de produits Grand Public, soit 21 %, ont été audités ainsi que 108 fabricants sous contrat de Produits Publicitaires et Promotionnels (BIC Graphic) (31 % dans les pays à risque). Dans l'activité Grand Public, les audits ont montré 28 carences majeures, 210 modérées et 195 mineures. 24 plans d'actions correctives ont été mis en place. Les quatre principaux domaines de carence concernant les heures travaillées et les systèmes de management sont :

1) le total des heures supplémentaires excède les seuils autorisés par loi ou agrément – 3 % ;
2) l'usine dispose de process et de procédures écrites de gestion des substances chimiques en cohérence avec les exigences sociales, mais ils ne sont pas correctement appliqués – 3 % ;
3) l'usine dispose de process et de procédures écrites de gestion des heures travaillées et des salaires en cohérence avec les exigences sociales, mais ils ne sont pas correctement appliqués – 4 %
4) l'usine dispose de process et de procédures écrites pour la sécurité des salariés en cohérence avec les exigences sociales, mais ils ne sont pas correctement appliqués – 5 %.

♦ Performances



BILAN 2016 : Entre 2014 et 2016, 96,1 % des fabricants sous contrat de BIC ont été audités à l'aide d'outils d'évaluation incluant un système de notation. Ce résultat est atteint grâce à une bonne performance des deux activités Produits Grand Public et BIC Graphic. Les résultats dépassent l'objectif de 95 %, le score est donc de 10/10 [(1)].

➔ ***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.***

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 selon *Transparency International*, parmi lesquels se trouvent la France, les États-Unis et l'Espagne.

♦ 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 facilitent la compréhension et la mise en œuvre.

La Charte d'éthique, approuvée par le Conseil d'Administration et le Directeur Général, et le Guide existent en 15 langues. La Charte est accessible à tous les salariés sur l'Intranet du Groupe.

♦ Réalisations de l'année

La Charte d'éthique du Groupe a été communiquée à tous les salariés en 2016, accompagnée d'un message vidéo de Marie-Aimée Bich-Dufour, Directeur Général Délégué.

En outre, BIC a adopté une **Politique de lutte contre la corruption** qui s'applique à tous les employés, dirigeants, administrateurs, filiales et entreprises affiliées de BIC. Document interne, cette politique rappelle les principes et responsabilités, les comportements à tenir et répond aux questions qui peuvent se poser. Publiée en 18 langues, elle a été diffusée à l'ensemble des collaborateurs du Groupe en décembre 2016.

Dans les pays à risque de corruption, une campagne d'évaluation des risques a été lancée fin 2016 pour se terminer au printemps 2017. Ces évaluations sont revues par un auditeur indépendant et suivies d'une visite sur place.

En Amérique du Nord, un *e-learning* de 30 minutes couvrant la Charte d'éthique et la Politique anti-corruption a été diffusé à tous les collaborateurs. Il se termine par un système de « signature » attestant que le salarié a pris connaissance des engagements du Groupe et entièrement réalisé la formation en ligne.

(1) Les définitions et les informations méthodologiques complémentaires sur le calcul du Baromètre se trouvent dans la partie 2.6.3.3. (page 69).

♦ Perspectives

Le Groupe prévoit de compléter son dispositif de lutte contre la corruption avec :

- le déploiement du module d'*e-learning* (qui couvre aussi l'éthique) en Europe dès janvier 2017 ;
- la mise en place d'une formation en présentiel pour tous les managers dans les pays à risque ;
- la mise à disposition des collaborateurs dès 2017 d'une ligne d'alerte fonctionnant 24 heures/24 tous les jours de l'année dans 200 langues ;
- une réflexion sur l'intégration des tiers dans le système d'alerte.

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.

BIC, 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 81, soit 0,82 % 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, des partages et transferts de technologie, une meilleure compétitivité des produits mis sur le marché.

→ 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 générait 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

L'Objectif de Développement Durable n° 4 de l'ONU est « d'assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie ». Aujourd'hui, 57 millions d'enfants n'ont toujours pas accès à la scolarité et plus de la moitié de ces enfants vivent en Afrique subsaharienne.

♦ Démarche et réalisations de l'année

Avec sa vision historique « d'offrir des produits simples, inventifs et fiables, pour tous, partout dans le monde », le Groupe BIC apporte une réponse directe à cet enjeu, qu'il s'attache à amplifier encore, d'une part en approfondissant sa présence sur les marchés de la base de la pyramide (voir page 28), d'autre part à travers les projets soutenus par la Fondation d'entreprise BIC, ou encore en promouvant activement l'écriture manuscrite et les produits-partage en faveur de l'éducation. Depuis plus de 60 ans, les instruments d'écriture BIC sont partie intégrante de la vie des étudiants. Ils évoluent en permanence pour s'adapter aux différentes étapes de l'apprentissage de l'écriture manuscrite. Par une collaboration étroite avec la communauté éducative (enfants, étudiants, parents, enseignants), BIC identifie les nouveaux besoins en instruments d'écriture et développe les produits les mieux adaptés pour y répondre, à travers ses programmes de R&D sur les matériaux, les encres et les technologies.

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, à plus long terme, 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 l'accès égalitaire à l'éducation entre les filles et les garçons, mais aussi dans le domaine de l'éducation à l'environnement.

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

- Runa Khan : fondatrice et Directrice Générale de l'ONG Friendship ;
- Marine de Bazelaire : Déléguée Générale de la Fondation HSBC pour l'éducation ;
- Jean-Marc Guesné : Directeur Général du réseau Ashoka France.

Après avoir tenu son premier Conseil d'Administration en mai 2016, la Fondation d'entreprise BIC s'est attelée à construire sa mission, sa vision et ses valeurs afin de guider au mieux ses actions.

Les premiers soutiens ont été apportés en décembre 2016 et seront communiqués en 2017 avec les premiers retours sur les projets.

La promotion de l'écriture manuscrite

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. 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.

2.5.2.3. Les actions de mécénat du Groupe BIC et de ses filiales

♦ Démarche

Les actions de mécénat du Groupe BIC et de ses filiales peuvent se faire sous trois formes : le don de produits, le don financier et/ou le volontariat/mécénat de compétences. Le Groupe BIC et ses filiales privilégient des opérations au bénéfice des populations proches de leurs implantations.

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 l'environnement 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 collectées. 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.

Des actions phares de mécénat et de 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 2016, 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 6 millions le nombre total de dons en cinq ans.

En Europe, pour la septième année consécutive, l'opération « Kit Scolaire 2016 » à laquelle BIC contribue auprès de l'association française Dons Solidaires, 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. Comme en 2015, BIC a proposé à cinq salariés de participer volontairement à la confection des Kits Scolaires (le salarié prend une demi-journée de congés et le Groupe abonde en offrant l'autre demi-journée).

Au Maroc, BIC participe également à l'initiative « Un cartable pour tous », dans le cadre de l'opération *Back to School* organisée par l'association les Colis du Cœur. Ces cartables qui contiennent chacun quelques cahiers, une ardoise et une trousse complète, ont bénéficié à 407 enfants de la province de Timahdit.

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.

Aux États-Unis, l'organisation à but non lucratif Enactus apporte son soutien au monde étudiant en connectant entreprises et universités. Les entreprises peuvent notamment participer au financement d'initiatives identifiées par les universités pour leur caractère social et responsable et leur capacité à impacter positivement les milliers de personnes dans le monde. En 2016, BIC a fait un don financier et un don de produits pour sponsoriser trois événements : la « *U.S. National Exposition* » à St. Louis, la « *Canada National Exposition* » et la « *Enactus World Cup* » à Toronto.

Exemples d'opérations de mécénat menées au sein des filiales du Groupe BIC en 2016

Partout, les salariés BIC se mobilisent au profit d'associations locales, à l'instar des exemples ci-dessous :

- en France, les salariés ont participé à l'opération « Mets tes baskets » au profit de l'association ELA (association européenne contre les leucodystrophies). Chaque pas effectué par un salarié contribuait pour un centime d'euro à la cagnotte reversée à l'association. Avec une moyenne de 10 000 pas par personne, environ 7 000 euros ont été collectés ;
- au Canada, les collaborateurs de BIC Inc. ce sont mobilisés toute l'année dans diverses opérations caritatives (rencontres sportives, déjeuners solidaires, ventes, etc.) pour lever des fonds au profit de l'association *The Children's Breakfast Club*. Au total, les équipes ont collecté 3 500 dollars canadiens ;
- en Équateur, suite au tremblement de terre dans la province de Manabí, le programme *BIC with Manabí* invitait les collaborateurs à faire don de vêtements, de denrées non périssables ou d'autres produits de première nécessité. BIC a également donné 3 960 euros en produits : marqueurs, briquets, produits d'hygiène et de premiers secours.

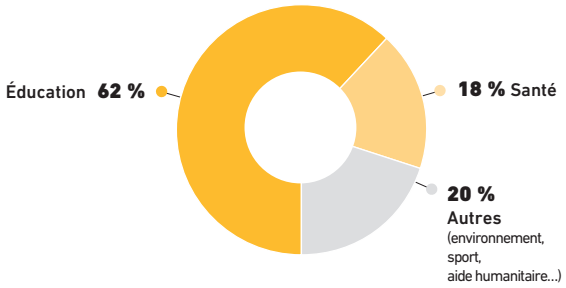
♦ Performances

En 2016, les dons de produits et dons financiers dans le monde ont représenté 2,4 millions d'euros (valorisation interne), principalement dans les domaines de l'éducation et de la santé. Ces deux types d'opérations représentent 75 % des actions auprès des communautés en nombre et 80 % en valeur financière.

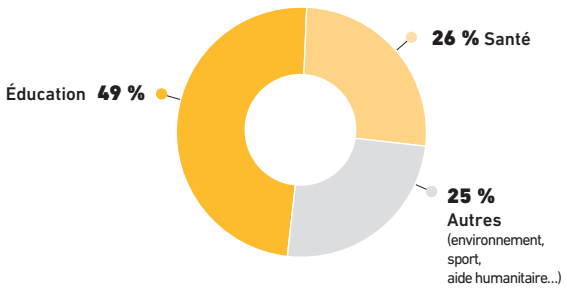
➜ ***Objectif Groupe atteint : le montant de la contribution auprès des communautés est supérieur à 0,50 % du bénéfice avant impôt.***

➜ ***228 opérations de volontariat, de dons de produits et de dons financiers dans le monde en 2016 (tous domaines confondus).***

RÉPARTITION DE LA VALEUR FINANCIÈRE DES OPÉRATIONS – GROUPE BIC – 2016



RÉPARTITION EN NOMBRE D'OPÉRATIONS – GROUPE BIC – 2016



2.6. Repères

2.6.1. NOTATIONS EXTRA-FINANCIÈRES

En 2016, BIC est présent dans les indices d'investissement socialement responsable suivants :

- Liste A du CDP 2016 (voir page 37) ;
- Liste A du CDP Supplier 2016 ;
- Membre du *Supplier Engagement Leader Board* du *Supplier Engagement Rating* du CDP ;
- Série des indices FTSE4Good ;
- *Ethibel Sustainability Index* (ESI) *Excellence Europe* ;
- Euronext Vigeo – Eurozone 120 ;
- Euronext Vigeo – Europe 120 ;
- Stoxx Global ESG Leaders Index.

2.6.2. PRIX REÇUS

BIC a été désigné « Meilleur Document de Gestion 2015 » lors des « Grands Prix de la Transparence Financière des Sociétés Cotées » organisés par Labrador.

L'usine de BIC Boulogne (France) s'est vue décerner un prix par l'Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) pour son projet RecyBIC dans le cadre de l'appel à projets ORPLAST : une reconnaissance de l'engagement de BIC pour le développement de l'intégration du plastique recyclé dans sa gamme Ecolution®.

Christine Desbois, Directrice du Développement Durable du Groupe BIC a été reconnue « Femme parisienne d'influence en faveur de l'environnement 2016 » par le journal « La Parisienne ».

Le Groupe BIC a été classé parmi les « Top Performers 2016 : Management Responsable de la Chaîne d'Approvisionnement » par Vigeo-Eiris.

BIC a reçu le « Prix Spécial du Jury : Rapport Intégré » lors de la 16e édition des Trophées RSE co-organisés par le Conseil supérieur de l'ordre des experts-comptables et la Compagnie nationale des Commissaires aux Comptes.

2.6.3. PÉRIMÈTRE ET CHOIX DES INDICATEURS

La période de *reporting* couverte par le présent document est celle du 1er janvier au 31 décembre 2016.

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, sauf pour le handicap et la formation pour lesquels les effectifs temporaires sont inclus.

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 activités 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 2016. 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. De façon similaire, le Groupe BIC a initié en 2016 une démarche visant à publier des données spécifiques pour l'Inde, extraites des indicateurs de performance des Ressources Humaines (KPI RH) à partir de décembre 2018.

Le *reporting* des sièges sociaux concerne les sièges du Groupe à travers le monde de plus de 200 salariés permanents. Les indicateurs relatifs aux taux de fréquence et de gravité concernent uniquement les salariés permanents du Groupe.

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 75.

2.6.3.3. Informations méthodologiques sur le Baromètre BIC de Développement Durable

♦ Définitions

Produits

#1 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.

#2 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).

#3 Proposer des produits BIC® ayant des avantages environnementaux

BIC a défini un avantage environnemental pour ses produits par le respect d'au-moins un des critères suivants :

- léger et utilisable longtemps (instrument d'écriture ≤ 3 g/km ; correction ≤ 1,8 g/m ; 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

#4 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.

#5 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.

#6 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

#7 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.

#8 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).

#9 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. En 2016, les deux enquêtes ont été fusionnées en une seule : l'enquête d'Engagement et d'adhésion aux Valeurs. Le périmètre doit porter a minima sur 80 % des effectifs permanents BIC et temporaires sous contrat.

#10 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	2014	2015	2016
Systèmes de management des usines					
Part des usines ayant des systèmes de management environnement et santé-sécurité (ou en cours de déploiement)		%	89,0	89,0	91,5
Part des salariés de BIC travaillant dans des usines certifiées ISO 14001 (ou engagées dans une démarche)		%	84,0	80,0	83,0
Consommation d'énergie					
Consommation annuelle d'énergie		Giga joules	1 111 280	1 154 083	1 168 908
Consommation annuelle d'énergie rapportée à la production	Baromètre	Giga joules/tonne	12,19	12,21	11,77
Émissions de gaz à effet de serre (GES)					
Total des émissions annuelles de GES		$teqCO_2$	94 234	98 641	98 431
• Émissions directes de GES		$teqCO_2$	8 800	9 061	8 689
• Émissions indirectes de GES		$teqCO_2$	85 434	89 580	89 742
Total des émissions annuelles de GES rapportées à la production		$teqCO_2$/tonne	1,034	1,044	0.991
Consommation d'eau					
Consommation annuelle d'eau		m^3	540 531	519 911	482 451
Consommation annuelle d'eau rapportée à la production	Baromètre	m^3/tonne	5,93	5,50	4,86
Production de déchets					
Production annuelle de déchets industriels		Tonnes	23 575	25 130	26 531
• Déchets industriels non dangereux		Tonnes	20 744	22 017	23 377
• Déchets industriels dangereux		Tonnes	2 831	3 113	3 154
Production annuelle de déchets industriels rapportée à la production		Tonnes/tonnes	0,259	0,266	0,267
Production annuelle de déchets industriels non recyclés rapportée à la production	Baromètre	Tonnes/tonnes	0,078	0,084	0,086
Part des déchets valorisés (recyclage ou incinération avec récupération d'énergie)		%	84	83	83
Transport					
Émissions de GES liées au transport d'approche*		$teqCO_2$/tonne de produits	0,662	0,633	0,768
Part du transport d'approche opéré sans aérien	Baromètre	%	98,15	98,09	97,71
Produits					
Nombre de références certifiées par l'écolabel français NF Environnement			22	22	22
Nombre de produits responsables innovants lancés	Baromètre		2	4**	5
Nombre de produits adaptés aux marchés en croissance créés	Baromètre		2	7**	8
Part des produits ayant au moins un avantage environnemental***	Baromètre	%	49,6	50,0	50,0
Emballages					
Part des emballages BIC en carton provenant de sources certifiées et/ou recyclées	Baromètre	%	87,97	90,44	92,26
Part des emballages en plastique sans PVC	Baromètre	%	79,00	82,43	83,46
Autres indicateurs					
Dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité sur l'environnement [(a)]		Millions d'euros	3,8	4,8	6,1
Montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement [(b)]		Millions d'euros	0	0	0
Montant des indemnités versées au cours de l'exercice en exécution d'une décision judiciaire		Millions d'euros	0	0	0

* *Hors BIC Graphic (Produits Publicitaires et Promotionnels).*

** *Pour 2014 et 2015.*

*** *Hors BIC Graphic (Produits Publicitaires et Promotionnels) et BIC Sport.*

(a) 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.

(b) 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.

Indicateurs sociaux	Baromètre	Unité	2014	2015	2016
Effectifs Groupe (hors Cello Pens)					
Total effectifs en équivalent temps plein			11 025	11 144	11 435
• Effectifs permanents			9 550	9 640	9 856
• Effectifs temporaires			1 475	1 504	1 578
Taux de départ volontaire		%	8	8	8
Effectifs permanents par zone géographique					
Part des effectifs permanents par zone géographique					
• Europe		%	40,5	40,7	42,0
• Amérique du Nord		%	24,0	24,0	23,8
• Marchés en croissance		%	35,5	35,3	34,2
Effectifs permanents par pôle d'activité					
Part des effectifs permanents par pôle d'activité					
• Production et R&D		%	63	63	63
• Distribution, marketing et administration		%	19	18	18
• Vente et service au client		%	18	19	19
Formation, gestion des carrières et engagement					
Part des salariés ayant reçu une formation		%	92	92	95
Nombre de jours de formation reçus		Jours	20 293	24 079	21 020
Nombre de jours de formation reçus par salarié		Jours	2,2	2,7	2,1
Nombre d'heures de formation reçues par thème		Heures	162 347	192 633	168 163
• Formations techniques		Heures	100 837	132 782	120 732
• Formations au management		Heures	21 648	25 867	18 498
• Culture BIC		Heures	35 384	25 408	22 730
• Santé et Bien-être		Heures	4 478	8 576	6 203
Taux de promotion interne des managers (niveaux les plus élevés : 3 à 6)					
• Recrutement externe		%	35	34	35
• Recrutement interne		%	65	66	65
Taux de participation aux enquêtes	Baromètre	%	90,5	85,1	83,1
Taux interne de développement et de promotion	Baromètre	%	30,5	31,5	30,8
Diversité					
Part de femmes dans le management et les effectifs		%	46	46	45
• Conseil d'Administration		%	30	30	30
• Direction Générale		%	18	20	14
• Managers (niveaux les plus élevés : 3 à 6)		%	29	29	30
Sécurité					
Taux de fréquence des accidents du travail dans les usines (accidents avec incapacité temporaire ou permanente)	Baromètre	Nombre/million d'heures travaillées	6,67	6,28	7,10
Taux de gravité des accidents du travail dans les usines (en jours d'incapacité temporaire)	Baromètre	Nombre/millier d'heures travaillées	0,31	0,26	0,24
Absentéisme					
Taux d'absentéisme (hors accident du travail et maternité)		%	1,5	1,5	1,5

Indicateurs sociétaux	Baromètre	Unité	2014	2015	2016
Respect des Droits de l'Homme au travail					
Part du chiffre d'affaires provenant des produits BIC® fabriqués dans ses propres usines		%	84,6	86,0	90,0
Part des effectifs permanents BIC travaillant dans des pays sans risque Droits de l'Homme [(a)]		%	80,4	81,0	82,0
Part des usines BIC implantées dans des pays sans risque Droits de l'Homme [(a)]		%	83	86	89
Part des fabricants sous contrat implantés dans des pays sans risque Droits de l'Homme [(a)]		%	22	28	20
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	96,1
Part du chiffre d'affaires réalisé dans des pays sans risque Droits de l'Homme [(a)]		%	87,4	88,3	88,1
Mécénat					
Hauteur de la contribution auprès des communautés en part du bénéfice avant impôt		%	0,49	> 0,7	> 0,5

(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 2016

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 2016, 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, préparées conformément aux procédures utilisées par la société, composées des procédures de reporting environnement, santé-sécurité, RH et Baromètre dans leurs versions datées de janvier ou novembre 2016 (ci-après les « Référentiels ») dont un résumé figure dans le chapitre 2 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. 225105 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 mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre octobre 2016 et février 2017 sur une durée totale d'intervention d'environ douze 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

Nature et étendue des travaux

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.

Conclusion

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 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.

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

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

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.

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 11 % des effectifs au 31 décembre 2016, 18 % de la production annuelle (en tonnes), 20 % des consommations d'énergies, 14 % des déchets produits, considérées comme grandeurs caractéristiques des volets sociaux et environnementaux.

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 ces 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.

Paris-La Défense, le 1er mars 2017

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 2016 (et score de l'Engagement #1 du Baromètre BIC de Développement Durable), nombre de produits créés en 2016 pour les marchés en croissance (et score de l'Engagement #2), part des produits BIC® ayant au moins un avantage environnemental (et score de l'Engagement #3), production de produits finis et semi-finis ;*
***Environnement** : pourcentage des emballages en carton provenant de sources certifiées et/ou recyclées et pourcentage des emballages en plastique sans PVC (et score de l'Engagement #4 du Baromètre BIC de Développement Durable), 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, score de l'Engagement #5 du Baromètre BIC de Développement Durable, production annuelle de déchets industriels non recyclés rapportée à la production, part du transport d'approche opéré sans fret aérien (et score de l'Engagement #6) ;*
***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 de suivi (et score de l'engagement #8 du Baromètre BIC de Développement Durable) ;*
***Ressources humaines** : taux de participation à l'enquête d'enquête d'engagement et d'adhésion aux valeurs (et score de l'Engagement #9 du Baromètre BIC de Développement Durable), taux interne de développement et de promotion (et score de l'Engagement #10), effectifs au 31 décembre 2016, part des femmes dans l'effectif, entrées et sorties du personnel, taux d'absentéisme.*
Informations qualitatives :
Déploiement du Baromètre BIC de Développement Durable, politiques générales en matière de ressources humaines, d'environnement et de sécurité au travail, développement des collaborateurs, enquête d'engagement et d'adhésion aux Valeurs auprès des collaborateurs, activités de transport, stratégie « base de la pyramide » du Groupe, Fondation d'entreprise BIC et actions de mécénat.

(2) BIC Gaffney (États-Unis), BIC Rasoirs (France) BIC Amazonia (Brésil) et BIC Sport (France).

2.7. Table de concordance des indicateurs environnementaux et sociaux

Le tableau ci-dessous indique, pour chaque partie du document de référence, les indicateurs GRI [1], les principes du Pacte mondial des Nations unies et les principes généraux de l'OCDE [3] abordés.

Sommaire	Article 225 -105-1 du Code du commerce	GRI [1]	CDSB référentiel pour le *reporting* des informations environnementales et le capital naturel [2]	Principes du Pacte mondial	Principes généraux de l'OCDE [3]	Page
1. Profil et stratégie		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-SO5	P1, P2, P7, REQ-01, REQ-02, REQ-03	1 à 10	1, 5	8 à 20
2.2. Les responsabilités liées à nos produits	3.c, d	G4-PR1, G4-EN27	P5, P6, REQ-04, REQ-05,	8 et 9	2, 3, 7, 8, 10, 12, 13, 14	21 à 32
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	33 à 44
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, 4, 10	45 à 59
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, 13, 14	60 à 67
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	68 à 74

(1) GRI : Global Reporting Initiative, version G4.

(2) CDSB : Climate Disclosure Standards Boards.

(3) OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques.

SOCIÉTÉ BIC
14, 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 181 542 184,24 EUROS
DIVISÉ EN 47 524 132 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

Conception & réalisatio LABRADOR +33 (0)1 53 06 30 80

SOCIÉTÉ BIC - 92611 CLICHY CEDEX (FRANCE)
WWW.BICWORLD.COM