



Rapport
intégré 2018 •

RAPPORT INTÉGRÉ



À PROPOS DE CE RAPPORT :

Ce rapport intégré propose une présentation synthétique du Groupe BIC et de ce qui constitue notre identité : notre vision, notre modèle économique, notre organisation et nos actions pour créer durablement de la valeur.

Inspiré du cadre de référence publié par l'*International Integrated Reporting Council* (IIRC), ce rapport a été présenté au Conseil d'Administration et piloté en interne, dans une approche globale de la performance – financière, économique, sociale et environnementale.

Placé en introduction du Document de Référence, ce rapport s'adresse à l'ensemble de nos parties prenantes, en particulier nos actionnaires, nos clients et nos consommateurs, nos collaborateurs et l'ensemble de nos partenaires tels que fournisseurs et ONGs.

Profil 2018	p. 2-3
Vision	p. 4-5
Nos Marques	4
Notre Héritage	4
Notre Vision	5
Notre ADN	5
Modèle	p. 6 à 9
Leader sur l'ensemble de nos marchés	p.6
Modèle économique : simple, responsable, durable et créateur de valeur	p.7
Nos enjeux : transformer les risques en opportunités	p.8
La gestion des risques	p.9
Politiques	p. 10 à 16
Nos Priorités	p.10 à 13
Gouvernance : un Conseil d'Administration au service de la marque BIC®	p.14 à 15
Politique de rémunération : transparence et exemplarité	p.16
Performance	p. 17 à 19
Résultats 2018	p.17
Indicateurs clés du Groupe	p.18
Partage de la valeur : un équilibre entre investissement et redistribution	p.19



PROFIL 2018

BIC, entreprise familiale cotée à la Bourse de Paris, est l'un des leaders mondiaux de la papeterie, des briquets et des rasoirs. Depuis plus de 70 ans, BIC perpétue la tradition de proposer à tous, partout dans le monde et à tout moment, des produits de haute qualité, inventifs et fiables.

Depuis la création de la Société en 1944, la responsabilité sociale et la performance financière et opérationnelle de BIC reposent sur **différents piliers stratégiques fondamentaux** :

UN POSITIONNEMENT
PRODUIT ALLIANT
**JUSTE PRIX
ET QUALITÉ**

UN PORTEFEUILLE DE PRODUITS LARGE ET DIVERSIFIÉ

- nos produits classiques offrent une durée d'utilisation maximale et sont fonctionnels, fiables et d'un prix abordable, et leur fabrication nécessite peu de matières premières ;
- nos produits à valeur ajoutée visent à répondre à la demande croissante d'articles plus sophistiqués ;
- nos produits responsables utilisent des matières premières alternatives ou recyclées.

RÉMUNÉRATION
RÉGULIÈRE
DES ACTIONNAIRES

UN BILAN FINANCIER SOLIDE ET UNE STRATÉGIE CLAIRE D'UTILISATION DE LA TRÉSORERIE, NOTAMMENT, EN VUE :

- du développement interne via des investissements ciblés,
- de la croissance externe via des acquisitions sélectionnées destinées à :
 - acquérir une technologie non détenue par le Groupe à ce jour,
 - pénétrer un nouveau segment de marché,
 - investir une nouvelle zone géographique.

8
PRINCIPALES
MARQUES

BIC®, Cello®, Conté®,
BIC Kids®, Tipp-Ex®,
Wite-Out®, BIC Soleil®
et BIC Shave Club®

UN RÉSEAU
INTERNATIONAL
DE DISTRIBUTION
FIABLE ET COMPLET

UNE PRÉSENCE INTERNATIONALE HISTORIQUE, SUR LES MARCHÉS MATURES ET SUR LES MARCHÉS EN CROISSANCE :

- BIC est présent dans plus de 160 pays, avec une forte implantation sur les marchés en croissance ;
- BIC innove en adaptant la distribution aux populations les plus pauvres.

L'INNOVATION :
EN 2018,
BIC A RÉALISÉ
9 % DE SON CHIFFRE
D'AFFAIRES GRÂCE
AUX **NOUVEAUX
PRODUITS**

UNE POLITIQUE D'AMÉLIORATION CONTINUE ET DURABLE DE LA PRODUCTIVITÉ

La modernisation et la rationalisation constante de ses sites de production permettent à BIC de maintenir sa compétitivité à l'échelle mondiale et de réduire son empreinte environnementale.

1 949,8 M€

Chiffre d'affaires

173,4 M€

Résultat Net part
du Groupe

**Au moins 50 %
des produits BIC®**

présentent un ou
plusieurs avantages
environnementaux

4 millions

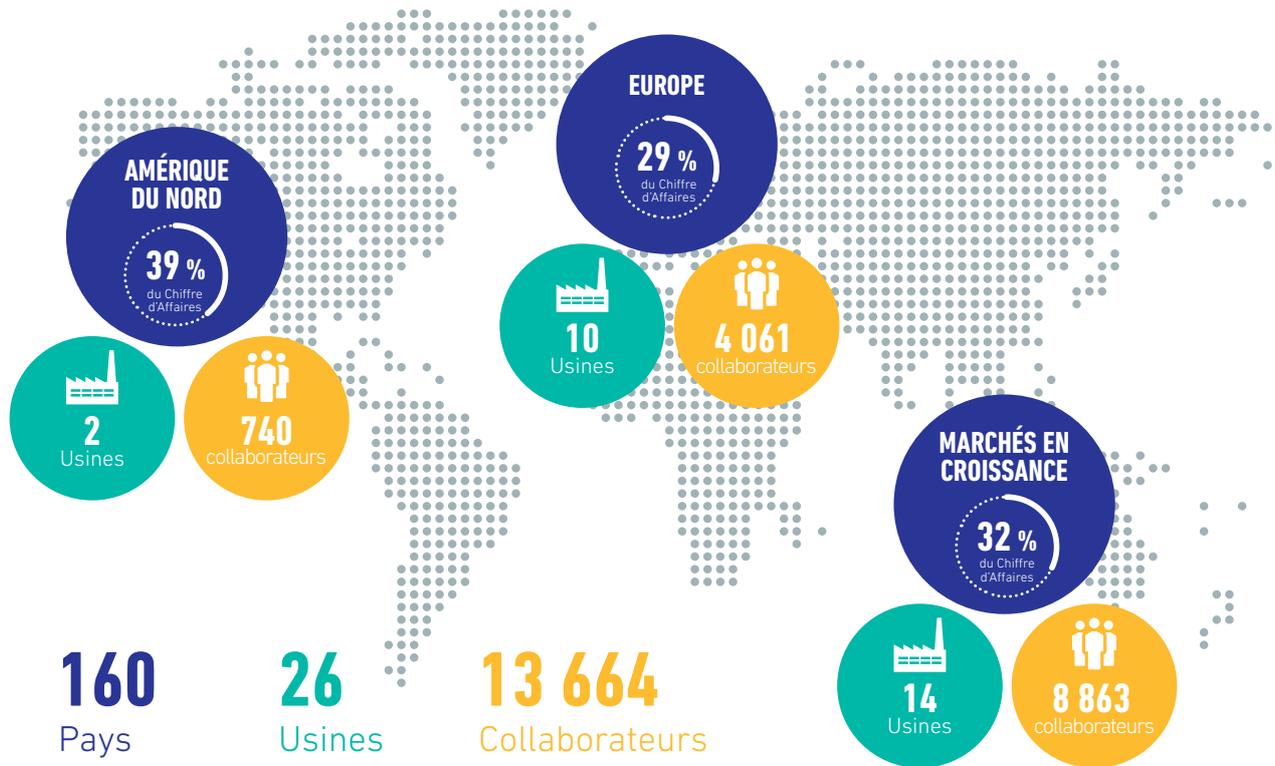
points de vente

**32 millions
de produits BIC®**

achetés chaque jour
dans le monde



UN LEADER MONDIAL SUR LE MARCHÉ DES BIENS DE CONSOMMATION*



* Chiffres à date du 31 décembre 2018.

UN VÉRITABLE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UNE CROISSANCE DURABLE ET RESPONSABLE



Des produits de qualité vendus au juste prix et optimisés de façon continue

- Des produits durables à faible empreinte environnementale, fabriqués avec un minimum de ressources et offrant une durée d'utilisation maximale.
- Une approche d'écoconception, qui intègre des solutions alternatives comme l'utilisation de matériaux recyclés ou de bioplastiques dans la fabrication de certains produits.



Une expertise industrielle unique et une maîtrise efficace des coûts de fabrication

- 26 usines haute performance (dont 21 basées dans des pays développés selon l'indice IDH*).
- 92 % du chiffre d'affaires généré avec des produits fabriqués dans nos propres usines.

* IDH: Indicateur de Développement Humain, Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD)



Une approche historique socialement responsable

- Un programme exhaustif dédié à la formation et au développement des compétences et à l'employabilité.
- Une vision claire, une philosophie axée sur la pérennité et sur des valeurs fondamentales partagées : Éthique, Responsabilité, Esprit d'équipe, Simplicité et Ingéniosité.

UNE GOUVERNANCE SOLIDE

Conseil d'Administration



7 réunions en 2018



94% taux de participation

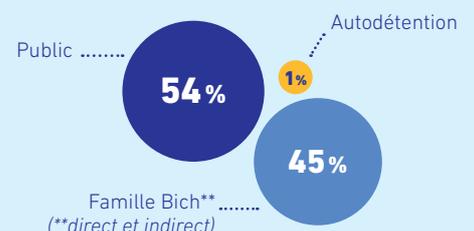
11 Administrateurs

4 Nationalités

40% Indépendants

40% Femmes

Répartition de l'actionariat



VISION

Notre Philosophie : se fonder sur nos Valeurs, Inventer le Futur

Notre frise chronologique montre l'évolution de BIC, de ses modestes débuts à la marque emblématique d'aujourd'hui.

Depuis près de 70 ans, grâce à une expertise industrielle unique et à l'engagement de l'ensemble de nos collaborateurs, nous nous sommes consacrés à notre mission : offrir des produits de haute qualité, inventifs et fiables pour tous, partout dans le monde.

NOS MARQUES



The Joy of Writing™



NOTRE HÉRITAGE

1944

En 1944, Marcel Bich (1914-1994) achète une usine à Clichy, en France, et avec son associé Édouard Buffard (1908-1996), se lance dans la fabrication de pièces d'instruments d'écriture

1950

Convaincu du potentiel du stylo à bille, Marcel Bich adapte et améliore un modèle inventé par le Hongrois László Bíró. En décembre 1950, il lance en France son propre stylo à bille sous la marque BIC®, une version raccourcie et facilement mémorisable de son propre nom. Grâce à sa qualité et à son prix abordable, le stylo à bille BIC® Cristal® est rapidement adopté par un nombre croissant de consommateurs.

1951-1960

Expansion géographique importante en Europe (Belgique, Italie, Royaume-Uni, Pays-Bas, Autriche, Suisse, Espagne et Scandinavie), en Amérique (États-Unis et Brésil), au Moyen-Orient et en Afrique.

1972

Société BIC est cotée à la Bourse de Paris.

1973

BIC diversifie son portefeuille de produits et lance le premier briquet de poche BIC® avec une flamme réglable. Sa fiabilité et sa qualité lui assurent un succès immédiat.

1975

BIC devient la première marque à lancer un rasoir monobloc.

1993

BIC lance BIC® Évolution®, une gamme de crayons graphite et de crayons couleurs fabriqués à partir de matériaux recyclés.

2004

BIC lance son Programme de Développement Durable

2009

BIC acquiert 40 % de Cello Pens, première marque et premier fabricant d'instruments d'écriture en Inde.

2012

BIC achète un site en Tunisie pour la construction d'une usine d'instruments d'écriture visant à élargir l'empreinte industrielle du Groupe et à mieux répondre aux demandes des consommateurs dans cette région.

2015

Octobre : BIC présente un projet d'investissement destiné à moderniser son outil industriel Papeterie. Étalu sur cinq ans, il inclut un investissement de 12 millions d'euros dans l'extension de l'outil de production de Samer (Nord de la France).

Décembre : le groupe Cello vend sa participation résiduelle dans Cello Pens à BIC, qui détient désormais 100 % de Cello Pens.

2018

Mai 2018 : Gonzalve Bich est nommé Directeur Général de BIC. Pierre Vareille devient Président du Conseil d'Administration.

Décembre 2018 : BIC vend sa filiale BIC Sport et se recentre sur ses trois métiers principaux : la papeterie, les briquets et les rasoirs.

Décembre 2018 : BIC annonce la finalisation du transfert à BIC des sites de production et de l'activité de distribution de produits d'écriture, briquets et rasoirs en Afrique de l'Est de HACO Industries Kenya LTD. Cette opération est cohérente avec la stratégie de développement de BIC en Afrique, un des marchés les plus porteurs pour les produits BIC® dans le monde.



NOTRE VISION

Offrir des produits inventifs et fiables pour tous partout dans le monde

SIMPLES

En créant son premier produit, le stylo à bille BIC® Cristal®, BIC a choisi d'aller à l'essentiel : concevoir un outil simple et de haute qualité vendu au prix juste, qui facilite un geste universel et qui puisse être utilisé par tous, partout dans le monde ;

INVENTIFS

Le développement du Groupe a toujours accompagné l'évolution des attentes des consommateurs. Chaque fois que BIC identifie un besoin ou une envie spécifique, ses équipes de Recherche et Développement répondent par une amélioration ingénieuse qui optimise la performance ;

FIABLES

La meilleure façon de fidéliser le consommateur est d'offrir la même haute qualité d'usage du début à la fin du produit : plus de 2 km d'écriture pour un stylo à bille BIC® Cristal®, 3 000 flammes constantes pour un briquet de poche BIC® Maxi et 17 rasages pour un rasoir BIC® Flex 3 ;

POUR TOUS, PARTOUT DANS LE MONDE

Avec les produits BIC®, chacun a la certitude de trouver la meilleure solution au meilleur prix et avec une grande garantie de qualité. BIC a aussi choisi d'être proche des consommateurs à travers plus de 4 millions de points de vente, du kiosque de rue à la grande surface, au commerce en ligne, dans plus de 160 pays.

NOTRE ADN

NOTRE SOCLE DE VALEURS COMMUNES

Éthique, Responsabilité, Esprit d'équipe, Simplicité, Ingéniosité

Dans ses activités en propre ou via ses sous-traitants, les mêmes principes directeurs définissent le cadre d'action de BIC et sont formalisés dans le Code de Conduite, la Charte d'éthique et la Politique de Lutte contre la Corruption.

NOTRE SOCLE HUMAIN

Les hommes et les femmes, clés de vôûte de notre philosophie

En s'engageant fermement à encourager nos collaborateurs actuels et futurs à « révéler le meilleur d'eux-mêmes », BIC réaffirme que la réussite de l'entreprise est d'abord le fruit de ceux qui y travaillent.

NOTRE SOCLE INDUSTRIEL

Une fabrication contrôlée, une implantation internationale

Grâce à ses 26 usines détenues et exploitées en propre, BIC bénéficie d'une maîtrise constante des coûts de fabrication. Partagés dans tout le Groupe, les outils, machines et méthodes développés par BIC garantissent la haute qualité, la fiabilité et la sécurité des produits.

NOTRE SOCLE ACTIONNARIAL

Un actionariat familial, une vision à long terme

Entreprise familiale cotée, BIC repose depuis sa création sur un actionariat familial stable, détenant à ce jour 45 % du capital du Groupe. Cette structure actionariale est un soutien fort de la vision à long-terme de BIC.



MODÈLE

Leader sur l'ensemble de nos marchés

Depuis 1944, le Groupe BIC a bâti un modèle d'entreprise fiable qui répond aux besoins toujours en évolution des consommateurs. Nous concevons et fabriquons des produits dans trois catégories : la papeterie, les briquets et les rasoirs.

Grâce à un savoir-faire unique et à une maîtrise de la chaîne de production, nous nous sommes positionnés en leader international sur ces trois marchés. BIC est présent dans la plupart des régions à travers le monde, avec un chiffre d'affaires de 1 949,8 millions d'euros en 2018.



NOS MARCHÉS ET ACTIVITÉS

PAPETERIE



Depuis le lancement du BIC® Cristal® en 1950, BIC n'a eu de cesse de diversifier sa gamme de produits.

Notre portefeuille de produits couvre les segments suivants : les stylos, les marqueurs, les produits de correction, de coloriage, et les porte-mines, et s'étend sur plus de 15 sous-segments (stylos à bille, rollers, stylos à plume, etc.).

#2 MONDIAL

BRIQUETS



Depuis 1973, BIC capitalise sur la sécurité et l'excellente qualité de ses briquets.

Les briquets BIC® sont conçus et fabriqués en parfaite conformité avec de très strictes normes de sécurité, de qualité et de performance.

#1 MONDIAL

DES BRIQUETS DE POCHE DE MARQUE

RASOIRS



En 1975, BIC a révolutionné le rasage mécanique en lançant le premier rasoir une pièce (monobloc).

BIC couvre aujourd'hui les segments des rasoirs non rechargeables, des lames à double tranchant et des rasoirs rechargeables à travers une offre de souscription en ligne.

Ces dernières années, BIC a investi dans la performance de ses produits ainsi que sur le développement de nouveaux modèles, notamment sur les segments des rasoirs trois-lames et cinq-lames

#2 MONDIAL

DU RASOIR NON RECHARGEABLE

* Part du chiffre d'affaires 2018.



NOS RESSOURCES

et les moyens que nous mettons en œuvre pour les mobiliser

DES COLLABORATEURS QUI FONT LE SUCCÈS DE BIC

- 13 664 collaborateurs dans le monde
- 5 valeurs partagées : Éthique, Responsabilité, Esprit d'équipe, Simplicité, Ingéniosité
- 506 M€ de coûts salariaux
- 27 517 jours de formation
- 25 % de taux de développement et de promotion interne

UNE CHAÎNE DE PRODUCTION MAÎTRISÉE

- 26 usines sur 4 continents
- 92 % du chiffre d'affaires généré avec des produits fabriqués dans nos propres usines
- 2 000 fournisseurs
- 998,7 M€ d'achats de matières premières, consommables et prestations de services

UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION GLOBAL

- 4 millions de points de vente dans 160 pays
- Des modes de distribution adaptés aux marchés émergents (kiosques individuels ou micro-boutiques) ainsi qu'aux marchés matures (e-commerce)

UNE CULTURE DE L'INNOVATION ANCRÉE DANS LE GROUPE

- 70 ans d'histoire de marque
- 8 marques reconnues : BIC®, Cello®, Conté®, BIC Kids®, Tipp-Ex®, Wite-Out®, BIC Soleil® et BIC Shave Club®
- 48,4M€ d'immobilisations marques et brevets
- 1,8 % du chiffre d'affaires investi dans la R&D
- 100% des nouveaux produits papeterie font l'objet d'une éco-mesure

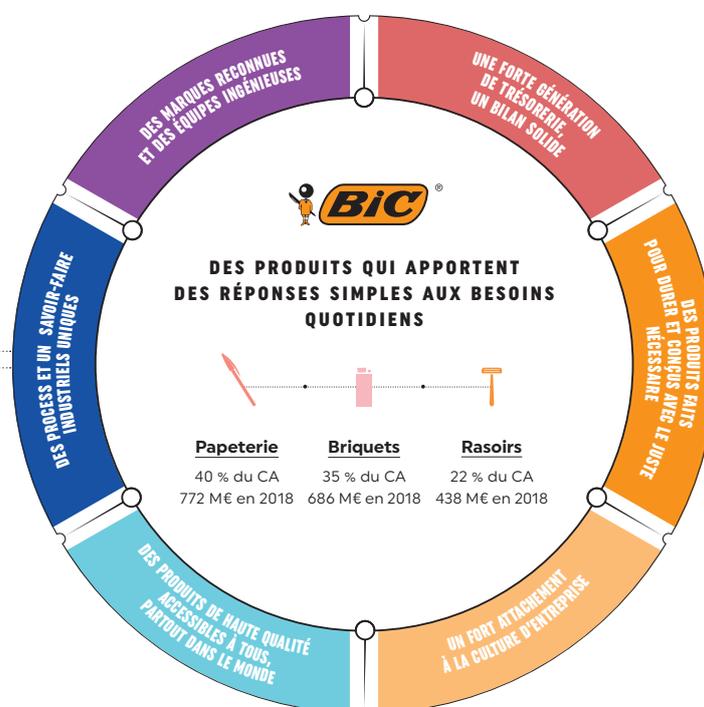
UNE SITUATION FINANCIÈRE SAINTE

- 1 638,1 M€ de capitaux propres
- 149,8 M€ de trésorerie
- 394,6 M€ de marge brute d'auto-financement

UNE STRATÉGIE D'APPROVISIONNEMENT DURABLE

- 509,3 M€ d'achats de matières premières*
- Une démarche de progrès continu et à long-terme dans toutes nos usines : réduction de la consommation d'eau, d'énergie, production de déchets.
- Une démarche d'optimisation des transports des produits. L'économie de matières premières au cœur de la démarche de conception et de fabrication des produits

NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE : SIMPLE, RESPONSABLE, DURABLE ET CRÉATEUR DE VALEUR



Afin de mener à bien notre mission qui consiste à proposer à nos consommateurs des produits de haute qualité répondant à leurs besoins au quotidien, nous nous appuyons sur nos atouts ainsi que sur nos ressources solides et diversifiées. Cette combinaison unique nous permet de créer de la valeur, et de la partager avec nos actionnaires, nos parties prenantes et avec la Société dans son ensemble.

* Matières premières consommables utilisées et variation des stocks
** par tonne de produit entre 2017 et 2018

LA VALEUR CRÉÉE

par le groupe pour lui-même, pour ses actionnaires et parties prenantes et pour la Société dans son ensemble

EMPLOYABILITÉ, BIEN-ÊTRE ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

- 84,3 % de taux d'engagement des salariés
- 2,09 de taux de fréquence des accidents du travail
- 1,4 % de taux d'absentéisme

DES PRODUITS FIABLES, DE QUALITÉ, TOUJOURS AU JUSTE PRIX QUI SIMPLIFIENT LA VIE

- 1 949,8 M€ de chiffre d'affaires
- 32 millions de produits choisis chaque jour dans le monde

UNE POSITION DE LEADER SUR CHACUN DE SES MARCHÉS : N°2 EN PAPERIE, N°1 EN BRIQUET, N°2 EN RASOIRS NON-RECHARGEABLES

- 15 à 20 nouveaux produits lancés chaque année dans les catégories papeterie et rasoirs
- Plus de 50 % de produits avec un avantage environnemental
- 19 références de produits d'écriture NF Environnement

DES RÉSULTATS AU SERVICE D'UNE CROISSANCE DE LONG TERME

- 173,4 M€ de résultat net
- 125,4 M€ de dépenses d'investissement
- 157,8 M€ de dividendes ordinaires
- 54,0 M€ de rachat d'actions

DES PRODUITS CONÇUS AVEC LE JUSTE NECESSAIRE

- Consommation d'eau** : -2,6 %
- Consommation d'énergie** : +1,3 %
- Production de déchets** : -1,9 %
- Emissions de gaz à effet de serre** : -1,9 %



NOS ENJEUX : TRANSFORMER LES RISQUES EN OPPORTUNITÉS

En 70 ans, l'environnement dans lequel BIC évolue s'est considérablement transformé. La globalisation des échanges commerciaux, la croissance démographique mondiale, la raréfaction des matières premières et l'accès à l'éducation figurent parmi les évolutions majeures de notre écosystème. Leur compréhension est déterminante, afin de répondre toujours mieux aux attentes de nos parties prenantes, de rester fidèle à notre mission et de tenir nos engagements sur la durée.

Par la diversité de nos activités et de nos implantations géographiques, nous nous exposons à des risques qui pourraient avoir un impact sur notre image et sur nos résultats. C'est la raison pour laquelle nous menons une démarche active et dynamique de gestion des risques afin de les anticiper, les gérer et les transformer en opportunités. Le Document de Référence fournit des informations complémentaires pour chacun des risques identifiés.

	CAPITAL SOCIAL ET HUMAIN	CAPITAL INDUSTRIEL ET COMMERCIAL	CAPITAL INTELLECTUEL, MARQUE ET IMAGE	CAPITAL ENVIRONNEMENTAL	CAPITAL FINANCIER
	<p>Opportunité : garantir un environnement de travail propice au développement et à l'épanouissement des collaborateurs</p>	<p>Opportunité : répondre aux exigences du client et s'imposer sur de nouveaux marchés</p>	<p>Opportunité : concevoir de nouveaux produits innovants</p>	<p>Opportunité : concevoir des produits responsables, nécessitant peu de matières premières et particulièrement durables</p>	<p>Opportunité : renforcer la capacité du Groupe à financer son développement et à investir pour l'avenir</p>
RISQUES	<ul style="list-style-type: none"> Expérience et compétence des collaborateurs Santé et sécurité des collaborateurs DPEF Droits de l'homme et libertés fondamentales DPEF 	<ul style="list-style-type: none"> Risques stratégiques et opérationnels Risques industriels Sécurité des produits et santé et sécurité du consommateur DPEF 	<ul style="list-style-type: none"> Réputation et marque Corruption et éthique dans les affaires DPEF 	<ul style="list-style-type: none"> Environnement et changement climatique DPEF Production de déchets plastiques et épuisement des ressources DPEF 	<ul style="list-style-type: none"> Risques de marché DPEF

DPEF : Déclaration de Performance Extra-Financière.



RÉPONSES DE BIC

<p>Présentation de programmes de formation, de plans individuels de développement des employés et de plans de succession</p> <p>Identification et accompagnement des futurs responsables</p> <p>Gestion de la santé et de la sécurité, amélioration continue des environnements de travail et de l'organisation, programme de prévention des accidents.</p> <p>Adoption du Code de Conduite BIC</p>	<p>Suivi rigoureux des ventes et des commandes des distributeurs</p> <p>Mise en œuvre et suivi de mesures préventives et de systèmes de sécurité pour les zones de stockage de gaz et de solvants</p> <p>Formation des collaborateurs afin de les aider à identifier les dangers potentiels et à prendre des mesures préventives et correctives</p> <p>Mise en œuvre d'une Politique Sécurité des Produits</p>	<p>Soutien au lancement de nouveaux produits, via des programmes de communication.</p> <p>Investissement d'une partie significative du chiffre d'affaires dans la R&D</p> <p>Définition de la Charte d'éthique du Groupe BIC</p> <p>Lancement de la Politique anti-corruption et de la Charte d'éthique du Groupe</p>	<p>Mise en place du Programme de Développement Durable, intitulé « Writing the Future, Together », et de la Politique SSE (Santé, Sécurité, Environnement) de BIC</p> <p>Réduction continue des émissions directes et indirectes de CO₂ par tonne de production.</p> <p>Définition d'une approche d'écoconception afin de limiter l'utilisation de matières premières non renouvelables, promouvoir l'économie de matière et le recours à des matériaux alternatifs</p>	<p>Gestion des capitaux propres de façon à conserver une trésorerie solide, nous permettant de réaliser des investissements ciblés, de procéder à des acquisitions stratégiques complémentaires et d'assurer le retour sur investissement des actionnaires</p>
---	--	---	--	--





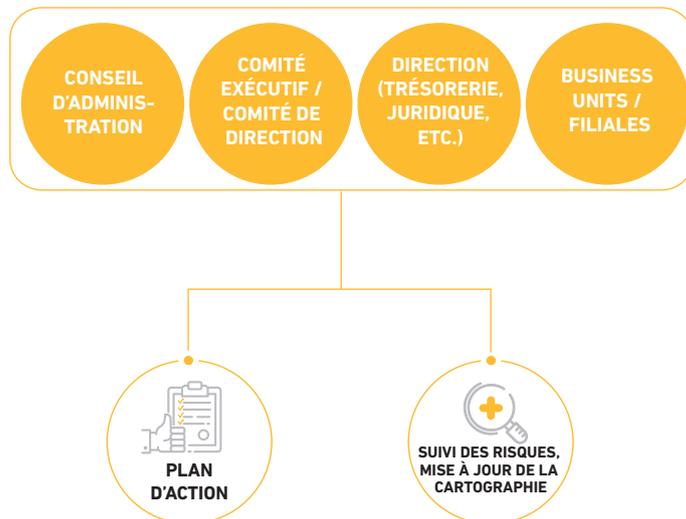
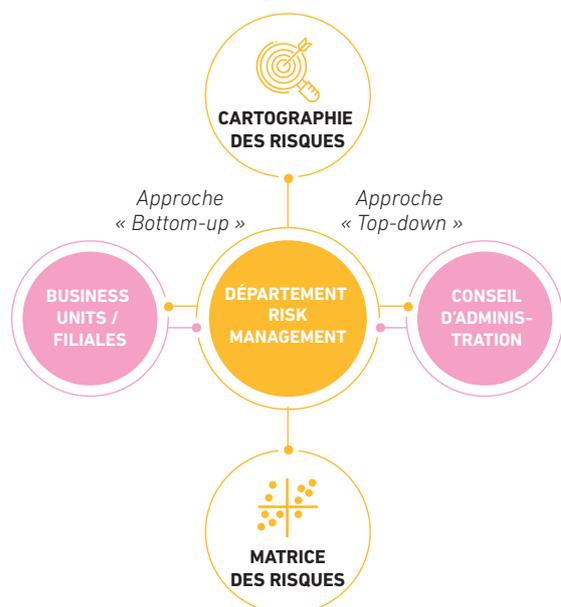
©Kai Jünemann, SOCIETE BIC



© Franck Juery

NOTRE GESTION DES RISQUES

Afin de réaliser pleinement ses objectifs stratégiques et d'assurer sa performance sur le long terme, BIC a mis en place une procédure proactive de gestion des risques qui vise à identifier, analyser, gérer et suivre ses principaux risques.



- Approche bottom-up : **autoévaluation des risques** significatifs
- Approche top-down : **mise à jour tous les deux ans de la cartographie des risques** du Groupe. Consolidation réalisée par le **Département Risk Management** qui édite une **matrice Groupe des risques**

- Plans d'action relatifs à certains risques clés revus et **discutés lors de séances du Conseil d'Administration**
- **Risques majeurs identifiés** gérés et suivis par le **Conseil d'Administration**
- **Chaque site/service** établit ses propres **tableaux de bord et indicateurs clés**, pour recenser et suivre les risques et évaluer les moyens pour réduire leur impact
- Cartographie des risques **mise à jour régulièrement**



POLITIQUES

Chez BIC, nous savons à quel point la façon dont nous fabriquons nos produits et gérons notre entreprise compte. C'est la raison pour laquelle nous sommes à l'écoute de nos parties prenantes et restons en phase avec notre environnement afin de répondre au mieux aux défis de notre temps. Depuis la création du Groupe, notre gouvernance est garante de cet engagement à long terme.

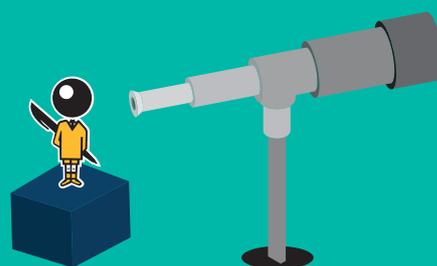
NOS PRIORITÉS



OBJECTIFS 2019

En 2019, nous prévoyons une **légère croissance** du chiffre d'affaires à base comparable et une marge d'exploitation normalisée **comprise entre 16,5 % et 18 %**.

- Dans un environnement de marché toujours difficile, notre performance pourrait être affectée par des incertitudes macro-économiques et par la poursuite de la pression concurrentielle dans les rasoirs aux Etats-Unis. Les gains de distribution et le succès de nos produits à valeur ajoutée constituent les moteurs de la croissance.
- La hausse du coût des matières premières, l'évolution défavorable des taux de change et l'impact potentiel des volumes de vente sur les coûts de production affecteront la marge brute. Le résultat d'exploitation normalisé sera également impacté par des investissements supplémentaires dans le soutien à la marque.



MISSION ET RAISON D'ÊTRE

Nous croyons en l'offre de produits et solutions de haute qualité, inventifs et fiables, et respectueux de notre environnement.

Dans le respect de nos Valeurs et fidèles à notre philosophie « Honorer le Passé, Inventer le Futur », nous nous engageons à long terme en faveur de l'ensemble de nos parties prenantes : consommateurs, collaborateurs, communautés locales, clients et actionnaires

Nous sommes convaincus que faciliter un accès équitable à l'éducation pour tous, en améliorant les conditions d'apprentissage, participe activement à la construction d'un avenir durable et respectueux de notre planète, pour chacun d'entre nous.

AMBITION À LONG TERME

Notre ambition à long terme est de se centrer sur les éléments suivants :

- **une croissance rentable ;**
- **les investissements continus dans le capital humain de l'entreprise, dans la recherche et développement dans des nouveaux produits et dans les marques ;**
- **l'amélioration de la productivité ;**
- **le maintien d'une forte génération de trésorerie ;**
- **s'assurer de la rémunération totale des actionnaires.**

“Writing the Future, Together”

Le nouvel engagement du Groupe pour 2025

Nous voulons inscrire notre engagement en faveur du développement durable sur le long terme et à grande échelle, une promesse qui crée de la valeur pour le Groupe et pour l'ensemble de ses parties prenantes.

Engagé depuis 2004 pour une croissance durable et responsable, le Programme BIC de Développement Durable, inscrit au cœur de la stratégie du Groupe, ne cesse de s'étoffer.

En 2018, le Groupe BIC a initié un programme ambitieux. Dans une démarche continue de progrès et afin de tirer profit du levier de transformation que représente le développement durable, BIC a ainsi défini cinq grands engagements à horizon 2025. Ces derniers

ont été définis sur la base de l'analyse des enjeux du Groupe, en accord avec les objectifs développement durable de l'ONU, et après des consultations internes dans toutes les grandes Directions du Groupe (catégories, continents et fonctions Groupe), suivies d'une phase de co-construction des engagements avec une implication majeure de la Direction Générale.

#1 FAVORISER L'INNOVATION DURABLE DANS LES PRODUITS BIC®



Objectifs développement durable de l'ONU

Un design simple et inventif, nécessitant peu de matières premières et garantissant une longue durée de vie : le développement durable est intégré aux produits BIC® dès la phase de conception.

NOTRE ENGAGEMENT POUR 2025

D'ici à 2025, l'empreinte environnementale et/ou sociétale des produits BIC® sera améliorée.

OÙ EN SOMMES-NOUS EN 2018 ?

- En 2018, nous avons défini **8 catégories de critères** destinés à améliorer l'empreinte environnementale et sociétale des produits BIC® et à adresser ainsi les enjeux du plastique et de la chimie responsable.

EN BREF

Dans le cadre de sa stratégie d'écoconception, le Groupe BIC travaille en étroite collaboration avec deux start-ups françaises : Microfactory, entreprise spécialisée dans les microfluides, et PILI, entreprise spécialisée dans la fabrication de colorants issus de bactéries.



#2 AGIR CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE



Objectifs développement durable de l'ONU

Le Groupe BIC adopte une approche globale au regard de la consommation énergétique (efficacité énergétique, utilisation d'énergie renouvelable, etc.) en se basant sur la feuille de route développée par le Groupe et sur des choix, au niveau local, qui tiennent compte des opportunités.

L'utilisation d'énergie renouvelable contribuera à réduire de manière notable les émissions de gaz à effet de serre générées par BIC d'ici à 2025.

NOTRE ENGAGEMENT POUR 2025

D'ici à 2025, BIC consommera 80 % d'électricité renouvelable⁽¹⁾.

OÙ EN SOMMES-NOUS EN 2018 ?

En 2018, le Groupe consommait **68 % d'électricité renouvelable**.

EN BREF

Les usines françaises et le siège de Clichy consomment déjà de l'électricité renouvelable, tout comme les usines de Manaus (Brésil), de Tarragone (Espagne), de Milford et le site de Shelton (États-Unis) depuis 2012, ainsi que l'usine d'Athènes (Grèce) depuis 2016.

#3 S'ENGAGER POUR LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

Le Groupe est, depuis toujours, attaché à la sécurité, la santé et le bien-être de toutes les personnes travaillant sur les sites du Groupe. Notre objectif : offrir un environnement de travail sûr et propice au développement.



Objectifs développement durable de l'ONU

NOTRE ENGAGEMENT POUR 2025

D'ici à 2025, BIC vise le zéro accident, tous sites confondus.

OÙ EN SOMMES-NOUS EN 2018 ?

- Un réseau international d'experts SSE (Santé, Sécurité et Environnement) issus d'horizons divers de **3 continents** a été constitué afin de partager les meilleures pratiques et de mettre en place des feuilles de route locales visant le zéro accident.
- Une **procédure de signalement des accidents** a été mise en place pour tous les sites, les usines et les bureaux.
- Un **outil SSE destiné à suivre et à gérer les accidents** est en cours de mise en œuvre sur la plupart des segments et continents.

EN BREF

Tous les Directeurs d'usine de la catégorie Papeterie se sont réunis pendant deux jours et chacun d'entre eux a défini une stratégie de sécurité pour sa propre usine. Ces stratégies ont été communiquées aux collaborateurs et leur mise en œuvre a démarré courant 2018.

(1) Au travers de certificats d'énergie renouvelable, de contrats verts, de contrats d'achat d'électricité spécifique (Power Purchase Agreements) ainsi que la production d'électricité renouvelable sur certains sites BIC.

#4 IMPLIQUER LES FOURNISSEURS DE MANIÈRE PROACTIVE

Pour que le Groupe soit considéré comme une entreprise responsable, il se doit de contrôler l'intégralité de sa chaîne de valeur. Pour ce faire, notre équipe Achats analyse l'ensemble des risques, puis sélectionne nos fournisseurs stratégiques et travaille de concert avec ces derniers en adoptant une démarche responsable.

NOTRE ENGAGEMENT POUR 2025

D'ici à 2025, BIC œuvrera avec ses fournisseurs stratégiques à garantir un approvisionnement particulièrement sûr, innovant et efficace.

OÙ EN SOMMES-NOUS EN 2018 ?

Fin 2018, les fournisseurs stratégiques et les risques et opportunités associés ont été identifiés. Le Groupe BIC a cartographié les risques liés à ses achats (100 % des montants investis) et les systèmes de gestion actuellement en place. La prochaine étape consiste à définir un plan d'action visant à renforcer les relations avec nos fournisseurs :

- **346 fournisseurs stratégiques** ;
- **10 catégories** d'achats évaluées ;
- **95 risques** identifiés ;
- **31 catégories d'actions** identifiées.

#5 S'INVESTIR POUR UNE VIE MEILLEURE À TRAVERS L'ÉDUCATION

L'éducation a le pouvoir de changer le monde et a toujours été au centre des préoccupations du Groupe.

NOTRE ENGAGEMENT POUR 2025

D'ici à 2025, BIC améliorera les conditions d'apprentissage de 250 millions d'enfants dans le monde.

OÙ EN SOMMES-NOUS EN 2018 ?

- Les conditions d'apprentissage d'environ **15 millions d'enfants** ont été améliorées sur la période 2017-2018.
- BIC a lancé sa toute **1^{re} Semaine Mondiale de l'Éducation**. Du 1^{er} au 5 octobre 2018, les équipes BIC ont dédié une journée complète de travail au bénévolat et contribué de manière positive à l'apprentissage dans le monde. 63 sites BIC répartis dans 40 pays ont pris part à cette action.
- **L'éducation** représente **82 % des actions de BIC auprès des communautés** (en valeur).



Objectifs développement durable de l'ONU

EN BREF

En 2018, les acheteurs et les responsables approvisionnement du Groupe se sont mobilisés pour procéder à une analyse complète de la base de données des fournisseurs afin d'identifier, sur les 15 000 prestataires du Groupe, les 346 fournisseurs stratégiques.



Objectifs développement durable de l'ONU

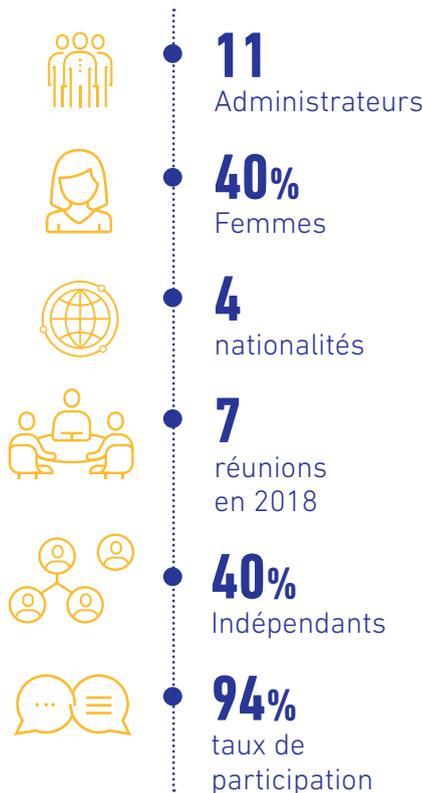
EN BREF

Pour renforcer l'engagement du Groupe en faveur de la promotion de l'éducation, BIC a créé un poste de « Directeur Engagement Éducation », en charge du développement des actions de BIC dans ce domaine.



GOVERNANCE : UN CONSEIL D'ADMINISTRATION AU SERVICE DE LA MARQUE BIC®

CHIFFRES CLÉS ET COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ⁽¹⁾



(1) Le Conseil d'Administration du 12 février 2019 a pris acte de la décision de Marie-Aimée Bich-Dufour de démissionner de ses fonctions de Directrice Générale Déléguée à effet du 31 mars 2019. Sur les recommandations du Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE, le Conseil proposera sa candidature en qualité d'administratrice à la prochaine Assemblée Générale des actionnaires du 22 mai 2019, succédant à Marie-Henriette Poinot, démissionnaire. Le Conseil d'Administration proposera également à l'Assemblée de nommer Maëlys Castella en qualité d'administratrice, pour succéder à Mario Guevara.

FONCTIONNEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

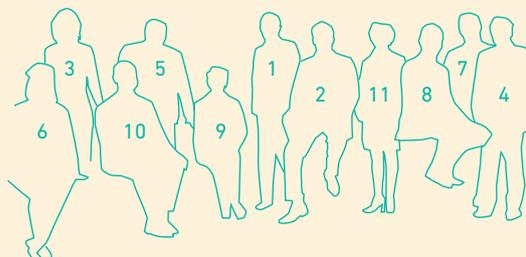
Notre Groupe est depuis toujours vivement animé par l'esprit d'entreprise qui est partie intégrante de notre ADN. Il est essentiel que le Conseil d'Administration et le Directeur Général encouragent cet état d'esprit et le perpétue dans notre culture, pour les générations futures.

BIC s'appuie sur un Conseil d'Administration compétent et engagé pour déterminer et mettre en œuvre la stratégie du Groupe et assurer son fonctionnement. Composé de onze administrateurs, le Conseil d'Administration est appuyé dans ses travaux par trois comités spécialisés : le Comité d'Audit, le Comité des Rémunérations et, depuis 2017, le Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE.

Les rôles respectifs du Conseil d'Administration et du Directeur Général sont complémentaires et clairement définis. Dans un premier temps, le Conseil d'Administration fournit une orientation et un ensemble d'objectifs et de directives au Directeur Général qui est chargé de bâtir la stratégie à long terme et les plans annuels qui lui permettront d'atteindre ces objectifs. Ensuite, le Conseil d'Administration examine ces plans, les remet en question si nécessaire et enfin les approuve.

Dès l'approbation, le Conseil d'Administration se range aux côtés du Directeur Général, ce qui rend les deux parties responsables de la stratégie à long terme de notre Groupe.

Le Conseil d'Administration est également chargé de suivre la performance de l'entreprise. L'une des missions les plus importantes du Conseil d'Administration consiste à définir les objectifs et les périmètres. Le Directeur Général est tenu de fournir les informations et analyses nécessaires au Conseil d'Administration, notamment des renseignements sur les tendances macro-économiques, l'environnement concurrentiel, les nouvelles technologies, les opportunités d'acquisition, des analyses de risques et d'opportunités et de retours sur investissements, etc.



1. Pierre Vareille  
Président du Conseil

2. Gonzalve Bich  
Directeur Général
Administrateur

3. Elizabeth Bastoni  
Administratrice

4. Vincent Bedhome 
Administrateur représentant
les salariés

5. François Bich 
Administrateur

**6. Marie-Pauline
Chandon-Moët** 
Administratrice

 *Indépendant*

7. John Glen  
Administrateur

8. Mario Guevara  
Administrateur

9. Candace Matthews  
Administratrice

10. Société MBD 
Administrateur représenté
par Édouard Bich

11. Marie-Henriette Poinso 
Administratrice

DES PROFILS DIVERSIFIÉS ET COMPLÉMENTAIRES

Avec l'aide du Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE, le Conseil d'Administration veille à l'équilibre de sa composition afin de s'adapter aux défis auxquels le Groupe fait face. Le Conseil d'Administration est ainsi composé d'hommes et de femmes disposant tous d'une grande expérience en matière de gestion et/ou d'une expertise dans un domaine particulier (comme la finance, la production et les ressources humaines). De plus, le Conseil d'Administration veille à intégrer au moins un tiers d'administrateurs indépendants. En mai 2018, le Groupe BIC a transformé sa structure de gouvernance en nommant Gonzalve Bich, au poste de Directeur Général et Pierre Vareille, en tant que Président du Conseil d'Administration.

TROIS COMITÉS PRÉSIDENTS PAR DES ADMINISTRATEURS INDÉPENDANTS

Chaque comité est composé d'administrateurs dont les compétences sont spécialement identifiées pour accomplir ses missions. Pour chaque comité, une description plus détaillée se trouve dans la section correspondante du Document de Référence.

Comité d'Audit

Le Comité d'Audit examine et contrôle la pertinence des informations financières et la fiabilité de la gestion des risques, le contrôle interne et le processus de nomination des auditeurs.

Comité des Rémunérations

Le Comité des Rémunérations formule des recommandations sur la politique de rémunération du Président du Conseil d'Administration et des Administrateurs (et sur tous leurs éléments de rémunération et/ou d'avantages), sur les jetons de présence et les mesures de performance, en collaboration avec le Comité d'Audit.

Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE

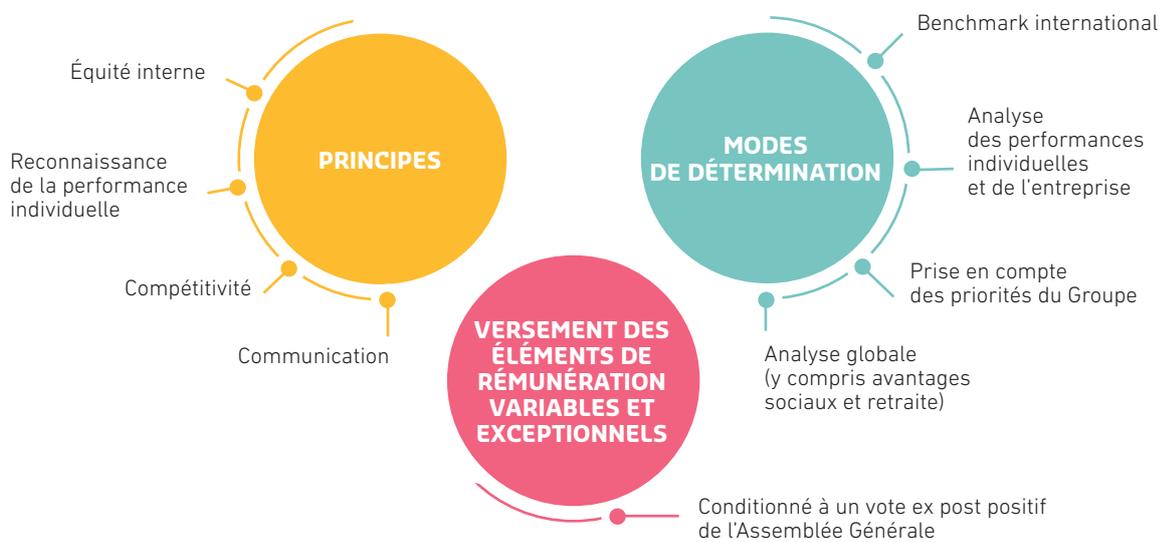
Le comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE examine régulièrement les questions relatives à la composition du Conseil d'Administration, propose au Conseil d'Administration des solutions pour le plan de succession du Président du Conseil, du Directeur Général et des Administrateurs. Il examine le rapport sur les aspects sociaux, sociétaux et sur la responsabilité environnementale, les actions entreprises par le Groupe dans ce domaine et les progrès réalisés par rapport à la stratégie et aux engagements pris.



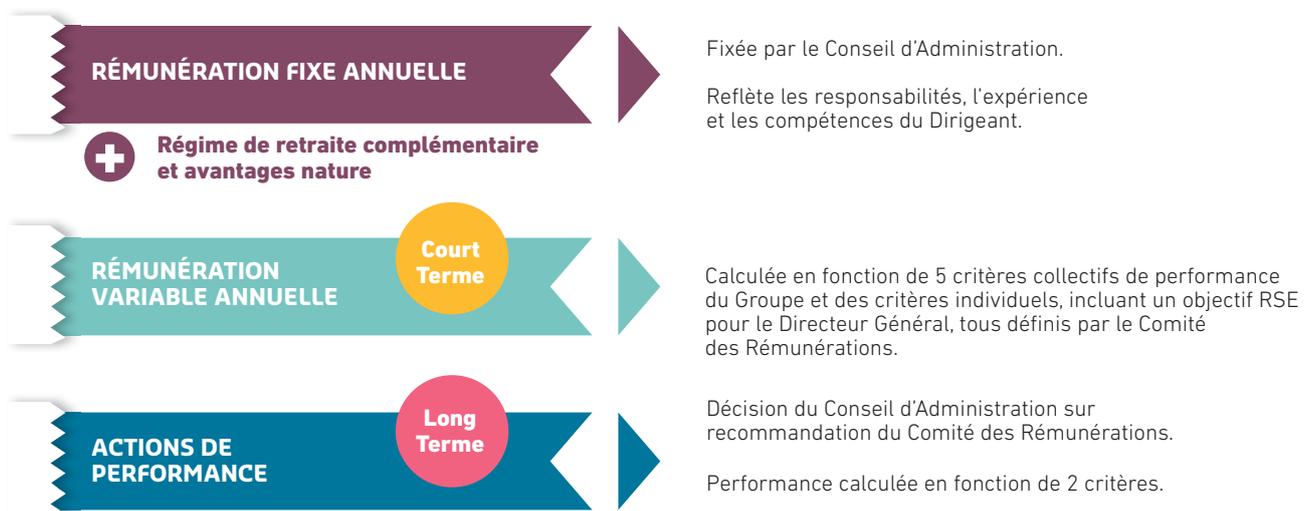
POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION : TRANSPARENCE ET EXEMPLARITÉ

Outre les principes du Code AFEP/MEDEF auquel BIC se réfère, la politique de rémunération des dirigeants repose sur quatre principes identiques à ceux applicables à l'ensemble des collaborateurs du Groupe : l'équité interne, la reconnaissance de la performance individuelle et collective (en lien avec la réalisation d'objectifs essentiels à la réussite de l'entreprise), la compétitivité et une communication claire autour des politiques de rémunération.

POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION PRINCIPES GÉNÉRAUX



POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION PRINCIPES PARTICULIERS DE RÉMUNÉRATION



PERFORMANCE

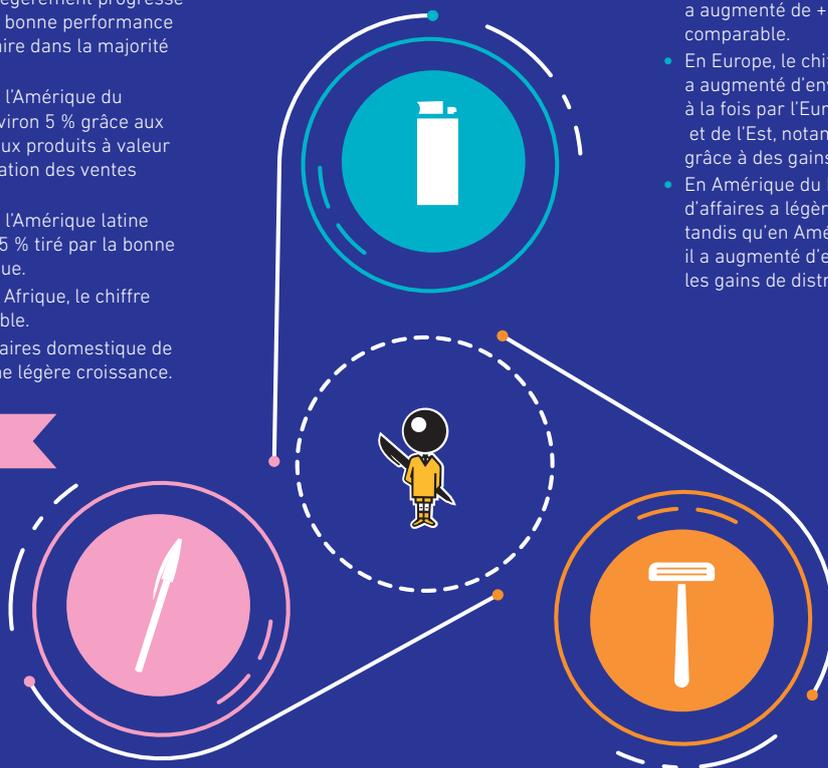
Afin de créer de la valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes, le Groupe capitalise sur ses marques, marchés historiques, produits et réseaux de distribution.

RÉSULTATS 2018

Le chiffre d'affaires 2018 s'est élevé à 1 949,8 millions d'euros, en progression de 1,5 % à base comparable. Les chiffres d'affaires de l'Europe et de l'Amérique du Nord ont progressé respectivement de 1,8 % et de 1,4 %, et le chiffre d'affaires des Marchés en Croissance a également augmenté de 1,5 % à base comparable.

- Le chiffre d'affaires 2018 de la Papeterie a augmenté de + 1,7 % à base comparable.
- Le chiffre d'affaires a légèrement progressé en Europe grâce à une bonne performance durant la rentrée scolaire dans la majorité des pays européens.
- Le chiffre d'affaires de l'Amérique du Nord a augmenté d'environ 5 % grâce aux lancements de nouveaux produits à valeur ajoutée et à l'augmentation des ventes en ligne.
- Le chiffre d'affaires de l'Amérique latine a augmenté d'environ 5 % tiré par la bonne performance du Mexique.
- Au Moyen-Orient et en Afrique, le chiffre d'affaires est resté stable.
- En Inde, le chiffre d'affaires domestique de Cello Pens a affiché une légère croissance.

PAPETERIE



- Le chiffre d'affaires 2018 des Rasoirs a augmenté de + 1,7 % à base comparable.
- Le chiffre d'affaires de l'Europe a progressé d'environ 5 %, porté par la performance solide de l'Europe de l'Est.
- Le chiffre d'affaires en Amérique du Nord était relativement stable dans des conditions de marchés toujours déstabilisées aux États-Unis.
- Le chiffre d'affaires a augmenté d'environ 5 % en Amérique latine, où BIC a surperformé le marché global, gagnant des parts de marché dans les principaux pays.
- Au Moyen-Orient et en Afrique, le chiffre d'affaires a baissé d'environ 10 %.

BRIQUETS

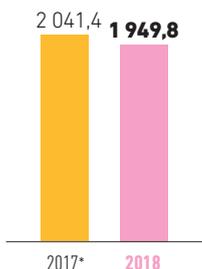
- Le chiffre d'affaires 2018 des Briquets a augmenté de + 2,4 % à base comparable.
- En Europe, le chiffre d'affaires a augmenté d'environ 5 %, porté à la fois par l'Europe de l'Ouest et de l'Est, notamment en Russie grâce à des gains de distribution.
- En Amérique du Nord, le chiffre d'affaires a légèrement progressé tandis qu'en Amérique Latine, il a augmenté d'environ 5% porté par les gains de distribution au Mexique.

RASOIRS

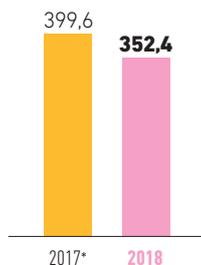


INDICATEURS CLÉS DU GROUPE

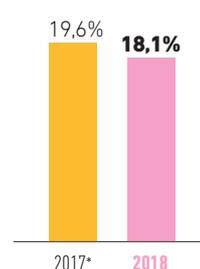
CHIFFRE D'AFFAIRES
(en millions d'euros)



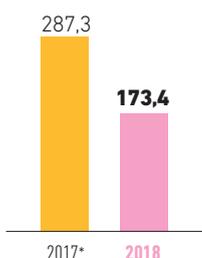
RÉSULTAT D'EXPLOITATION NORMALISÉ
(en millions d'euros)



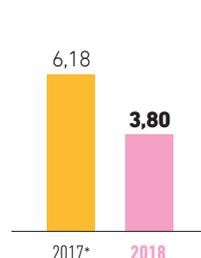
MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE
(en %)



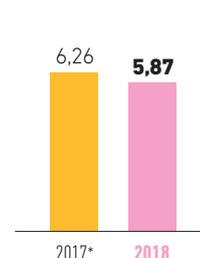
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE
(en millions d'euros)



BÉNÉFICE NET PART DU GROUPE PAR ACTION
(en euros)



BÉNÉFICE NET PART DU GROUPE PAR ACTION NORMALISÉ
(en euros)



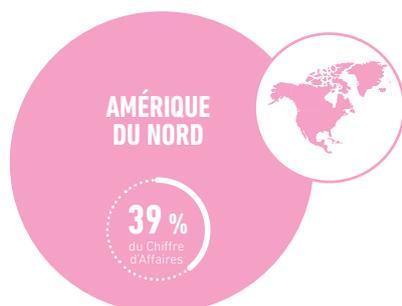
* Retraités d'IFRS 15.

PAR CATÉGORIES

(en millions d'euros)

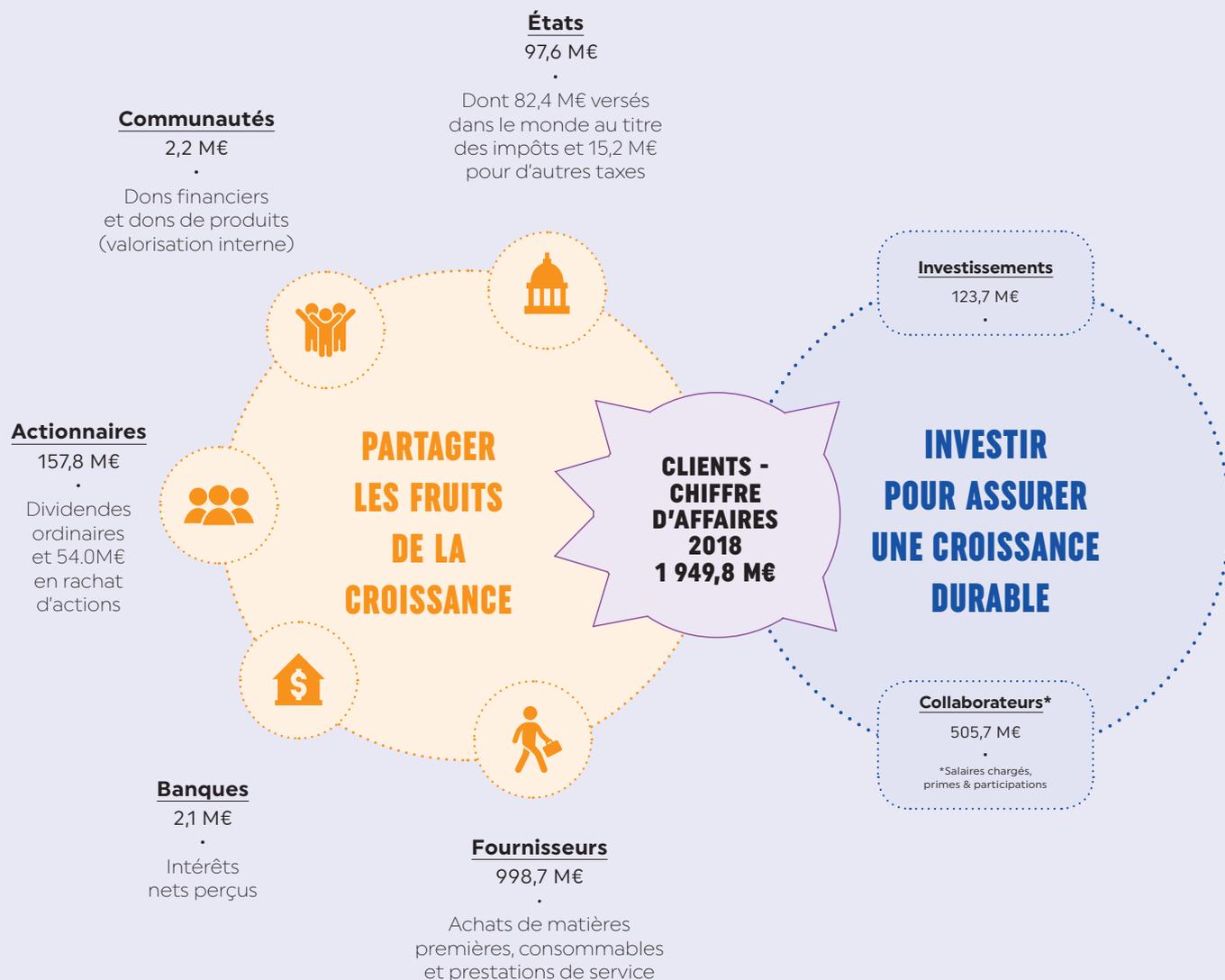
	Chiffre d'affaires 2018	Résultat d'exploitation normalisé 2018	Marge d'exploitation normalisée 2018
Groupe	1 949,8	352,4	18,1 %
Papeterie	771,9	62,8	8,1 %
Briquets	685,8	247,0	36,0 %
Rasoirs	438,0	45,4	10,4 %
Autres produits	54,0	- 2,8	-0,1 %

PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



PARTAGE DE LA VALEUR : UN ÉQUILIBRE ENTRE INVESTISSEMENTS ET REDISTRIBUTION

Le modèle d'entreprise de BIC a toujours été guidé par un objectif fondamental : créer de la valeur à long terme et la distribuer équitablement à toutes nos parties prenantes – consommateurs, collaborateurs, communautés locales, clients et actionnaires. Nos résultats de 2018 prouvent que notre engagement en faveur d'une croissance durable porte ses fruits. Cette philosophie continuera à inspirer la stratégie du Groupe dans les années à venir.



Distribution aux parties prenantes*

Investissements

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





Conception & réalisation  LABRADOR +33 (0)1 53 06 30 80
INFORMATION DESIGN

Conseil et rédaction : Capitalcom **Capitalcom**



• SOCIÉTÉ BIC

92611 CLICHY

CEDEX (FRANCE)

www.bicworld.com