



REUNION DES ACTIONNAIRES

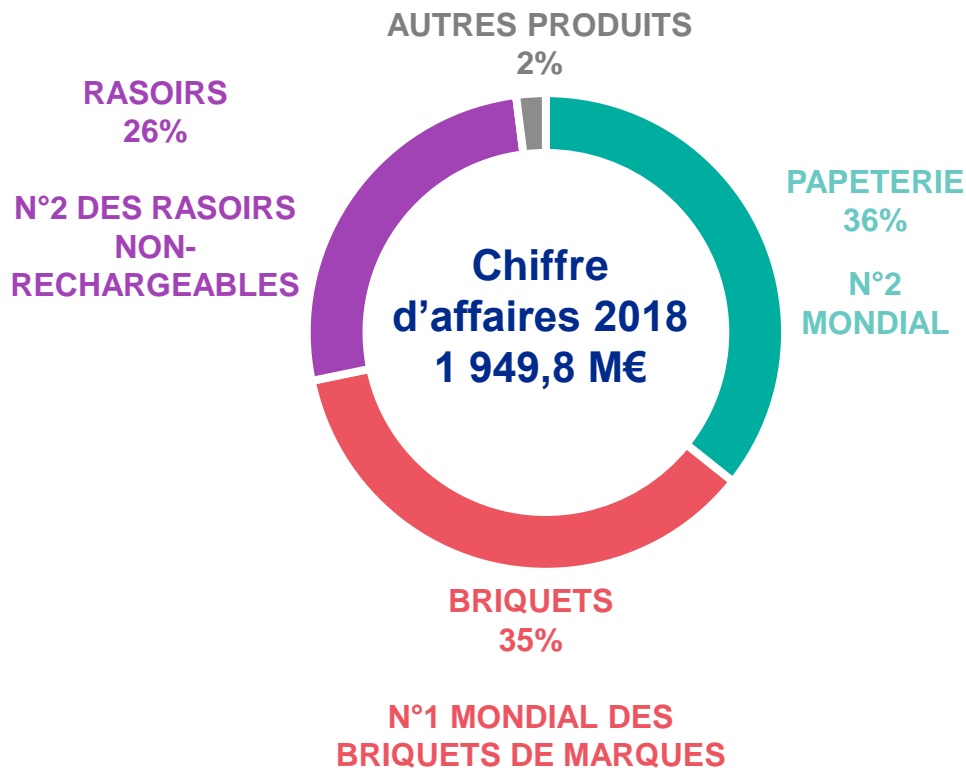
Paris
11 juin 2019



PRESENTATION DU GROUPE BIC



LEADER MONDIAL DES BIENS DE CONSOMMATION



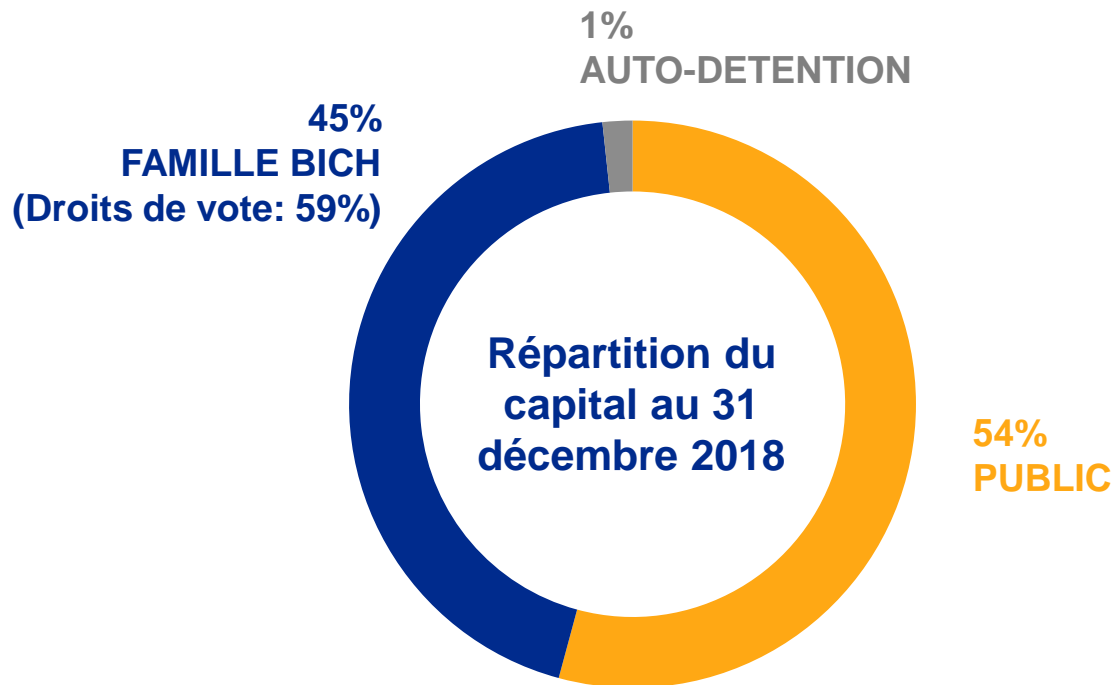
Chaque jour, les consommateurs choisissent d'acheter :

20,2 millions d'articles de papeterie BIC®

4,4 millions de briquets BIC®

6,8 millions de rasoirs BIC®

UN GROUPE FAMILIAL



Au 31 Décembre 2018, le nombre total d'actions de Société BIC était de 46 010 907 actions, représentant: 67 352 060 droits de vote.

GOVERNANCE

11 
MEMBRES

40% 
TAUX D'INDÉPENDANCE


 40%
TAUX DE FÉMINISATION

7 
RÉUNIONS

4 
NATIONALITÉS

94% 
TAUX DE PARTICIPATION



Pierre Vareille
Président




Gonzalve Bich
Directeur Général




Elizabeth Bastoni




Vincent Bedhome
Représentant des salariés





François Bich




**Marie-Aimée
Bich-Dufour**




Maëlys Castella




Marie-Pauline Chandon-Moët




John Glen




Candace Matthews




Société MBD
représentée par
Edouard Bich


NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE

RESSOURCES

Des collaborateurs
qui font le succès de BIC

Une chaîne de production
maîtrisée

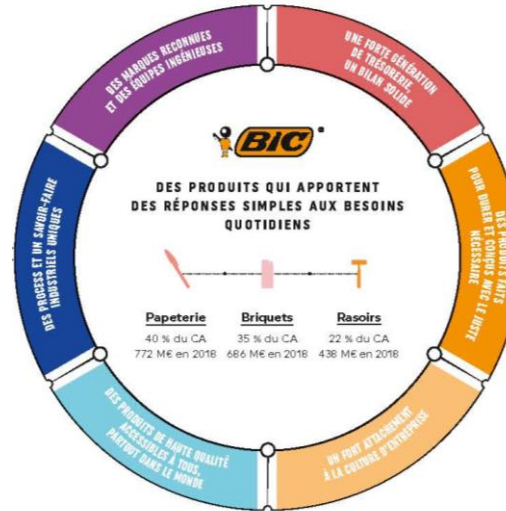
Un réseau de distribution global

Une culture de l'innovation
ancrée dans le Groupe

Une situation financière saine

Une stratégie
d'approvisionnement durable

SIMPLE, RESPONSABLE, DURABLE, CRÉATEUR DE VALEUR



VALEUR CRÉÉE

Employabilité, bien-être
et sécurité au travail

Des produits fiables,
de qualité, au juste prix

Des positions de leader
sur ses marchés

Des résultats au services d'une
croissance de long-terme

Des produits conçus
avec le juste nécessaire

PRESENCE MONDIALE, USINES PROCHES DE NOS MARCHES

160 pays

26 usines

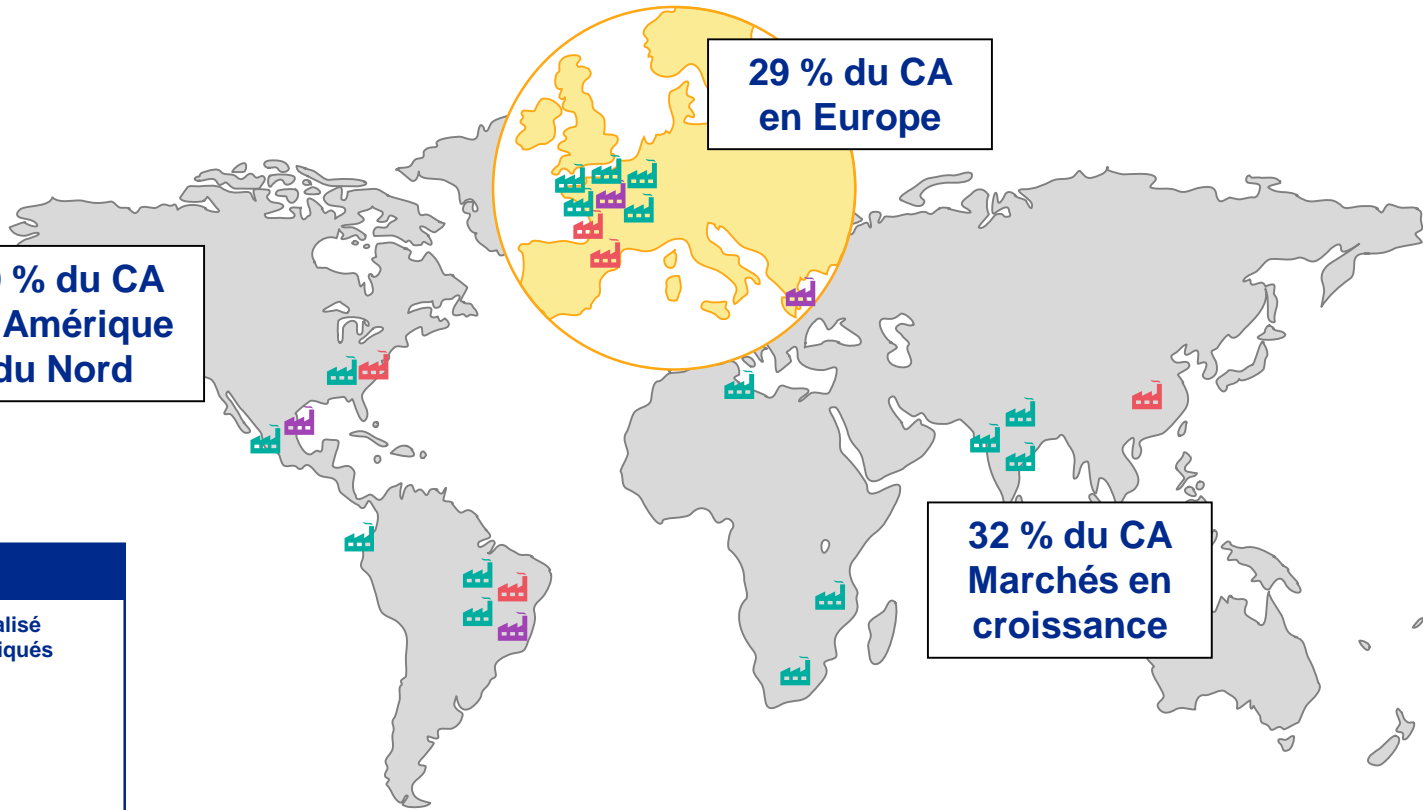
39 % du CA en Amérique du Nord

29 % du CA en Europe

32 % du CA Marchés en croissance

92%
du chiffre d'affaires réalisé avec des produits fabriqués dans des usines BIC

-  Papeterie
-  Briquets
-  Rasoirs



DEVELOPPEMENT DURABLE: ENGAGEMENTS 2025

Writing the Future, Together

#1 Favoriser l'innovation durable dans les produits BIC®.

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

#2 Agir contre le changement climatique.

D'ici 2025, BIC utilisera 80% d'électricité renouvelable.

#3 S'engager pour la sécurité au travail.

D'ici 2025, BIC vise zéro accident sur ses sites.

#4 Impliquer de manière proactive les fournisseurs.

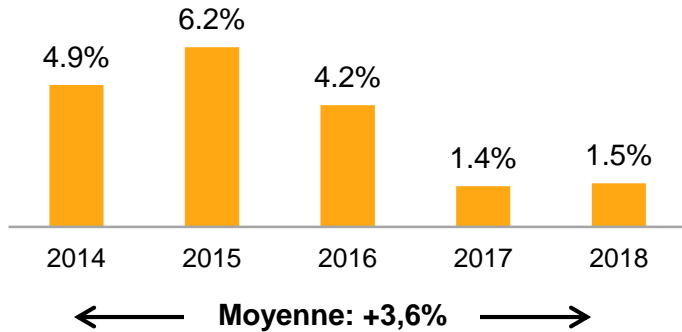
D'ici 2025, BIC continuera à travailler de manière responsable avec ses fournisseurs stratégiques pour assurer l'approvisionnement le plus sûr, le plus innovant et le plus efficace.

#5 S'investir pour une vie meilleure à travers l'éducation.

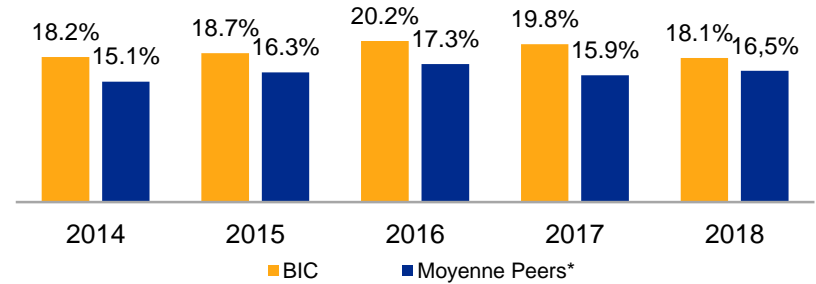
D'ici 2025, BIC améliorera les conditions d'apprentissage de 250 millions d'enfants à travers le monde.

SOLIDE PERFORMANCE FINANCIÈRE

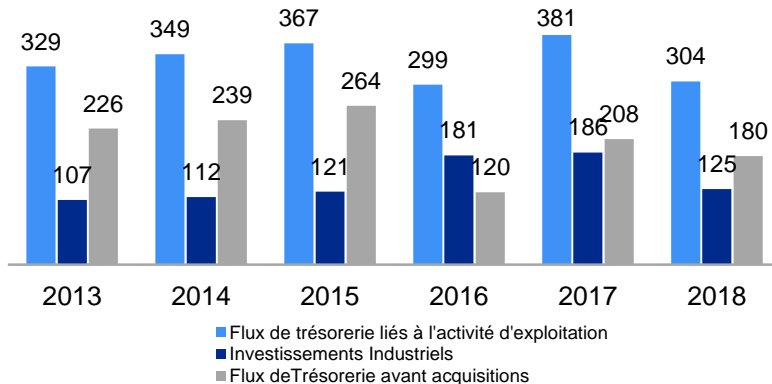
CROISSANCE ORGANIQUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES



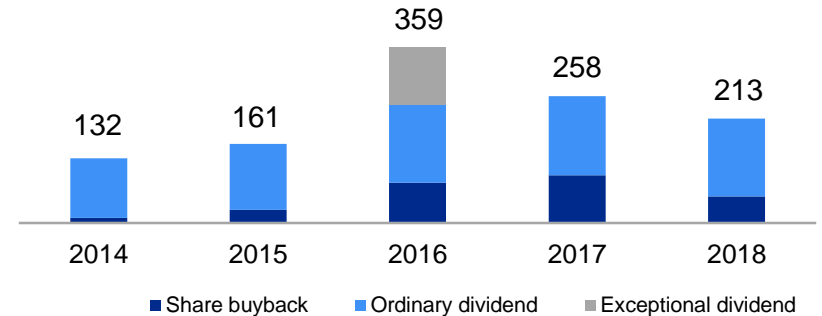
MARGE OPÉRATIONNELLE NORMALISÉE



GÉNÉRATION DE TRÉSorerIE



RÉMUNÉRATION TOTALE DES ACTIONNAIRES



*Beiersdorf, P&G, Edgewell, Pilot, Unilever, Newell Brands (except for 2018)

PERFORMANCE FINANCIÈRE EN 2018

CHIFFRE D'AFFAIRES

Variation à base comparable



1 949,8 M€
+1,5%

RÉSULTAT D'EXPLOITATION NORMALISÉ

Marge



352,4 M€
18,1%

RÉSULTAT NET PAR ACTION NORMALISÉ



5,87 €

POSITION NETTE DE TRÉSORERIE



161,5 M€

2018

PERSPECTIVES 2019

CHIFFRE D'AFFAIRES



Légère croissance
du chiffre d'affaires à base comparable

MARGE D'EXPLOITATION NORMALISÉE



Marge d'exploitation normalisée
comprise entre 16,5% et 18,0%.

LES TROIS CATÉGORIES DU GROUPE BIC

PAPETERIE

Leader en

Europe,
Amérique latine,
Afrique & Inde

#2

mondial

**Chiffre
d'affaires
2018:**
771,9 M€

Marge*:
8,1 %

9%

de part
de marché

BRIQUETS

**Leader
Mondial**

#1

Des briquets
de marque

**Chiffre
d'affaires
2018:**
685,8 M€

Marge*:
36,0 %

cc.50%

de part
de marché

RASOIRS

**Challenger
mondial**

États-Unis,
Europe &
Amérique latine

#2

des rasoirs
non-rechargeables

**Chiffre
d'affaires
2018:**
438,0 M€

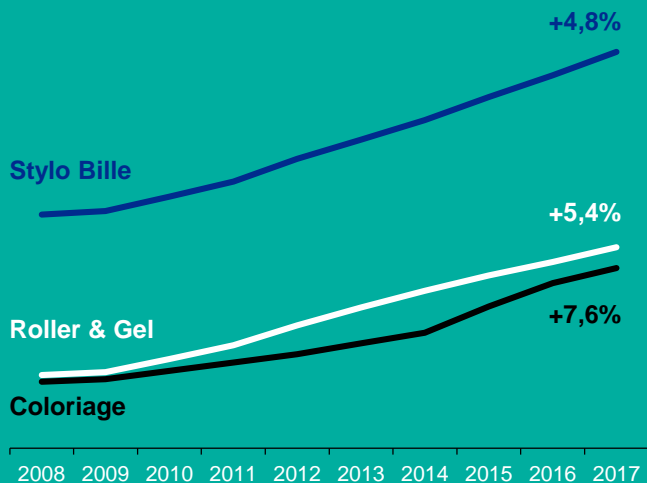
Marge*:
10,4 %

cc.20%

de part
de marché

PAPETERIE

TCAM 5 ANS



Source : Euromonitor 2018 Papeterie hors recharges – Prix Consommateurs

CONSOLIDER NOTRE LEADERSHIP DANS LES STYLOS BILLE RENFORCER NOS POSITIONS DANS LES STYLOS GEL

Stylo Bille



18,5%

Roller & Gel

6,9%

RENFORCER NOS POSITIONS DANS LE COLORIAGE

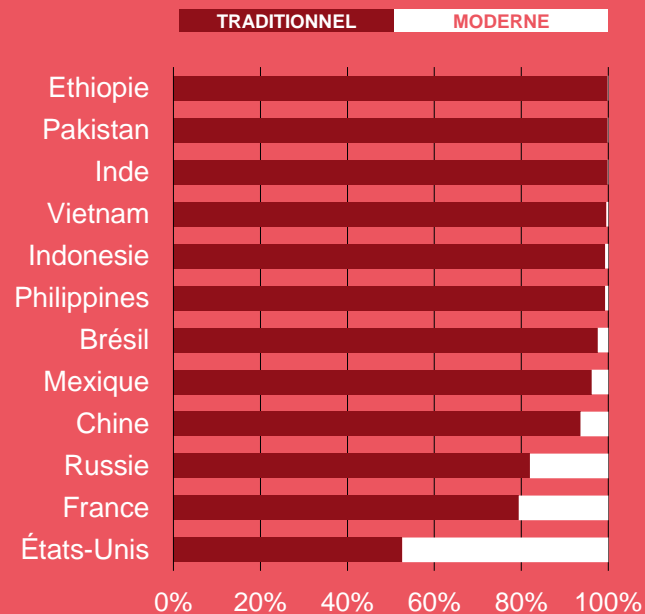
Coloriage

4,1%

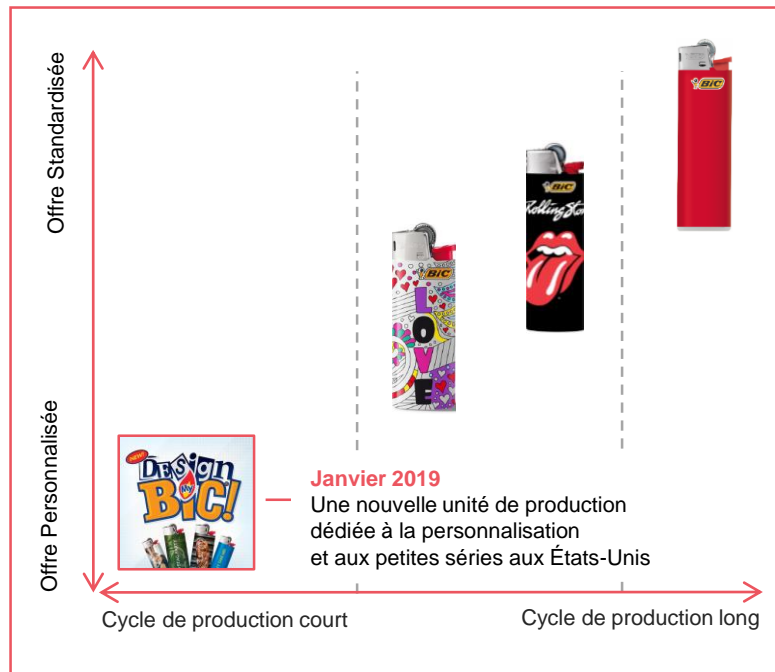
BRIQUETS

RÉSEAUX DE DISTRIBUTION DES BRIQUETS

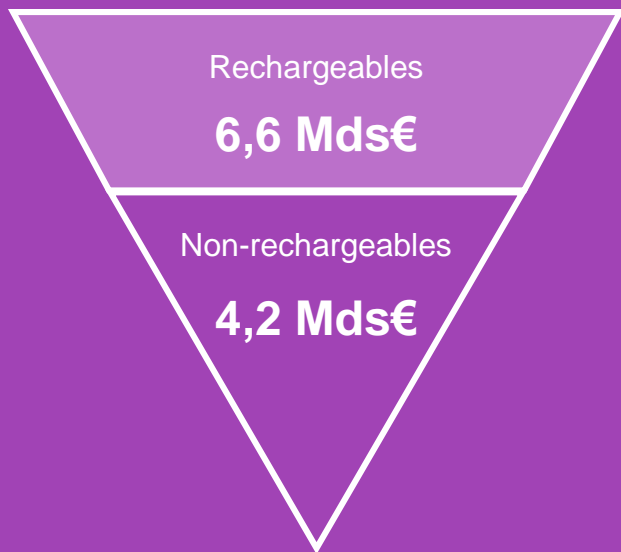
(Nombre de magasins en %)



SÉCURITÉ – DIFFÉRENTIATION – FLEXIBILITÉ DISTRIBUTION TRADITIONNELLE



RASOIRS



UNE GAMME COMPLÈTE POUR TOUS LES CONSOMMATEURS

Recruter des utilisateurs
de rechargeables



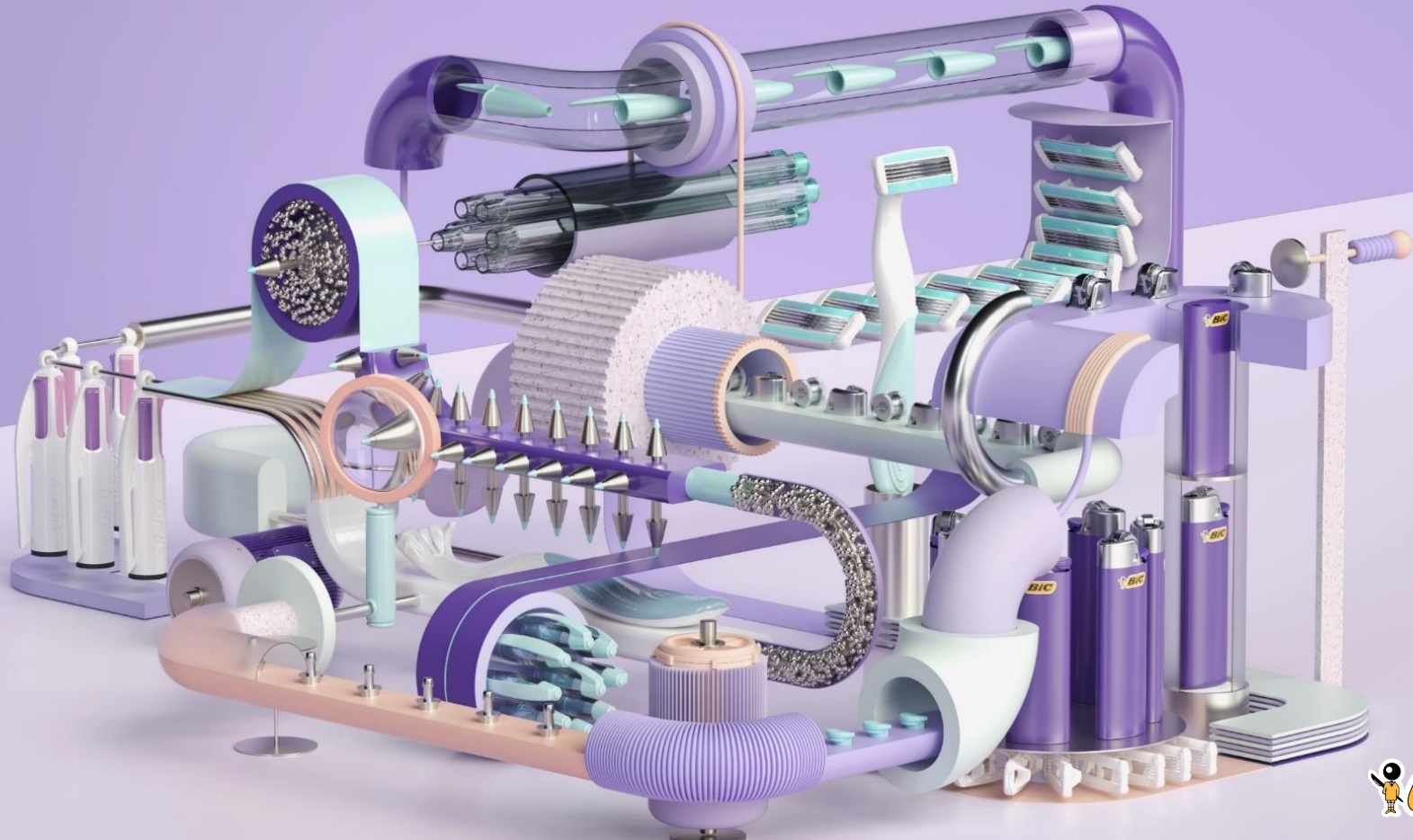
BIC Soleil

Continuer la montée en gamme
dans le non-rechargeable

Recruter des utilisateurs
de deux-lames



BIC - 2022 INVENT THE FUTURE





UNE ORGANISATION RECENTRÉE ET AGILE POUR MIEUX RÉPONDRE AUX CHANGEMENTS DE NOTRE ENVIRONNEMENT

ÉVOLUTION DE NOTRE ENVIRONNEMENT

MODES DE DISTRIBUTION

CROISSANCE
DU E-COMMERCE



ALLIANCES ENTRE
DISTRIBUTEURS



MAGASINS TRADITIONNELS ET DE PROXIMITÉ



HABITUDES DE CONSOMMATION

NOTORIÉTÉ



PERSONNALISATION



RAISON D'ÊTRE



PRIORITÉS ORGANISATIONNELLES

INNOVATION



Redynamiser nos processus d'innovation, en plaçant le consommateur au cœur

PRODUCTION



Optimiser l'efficacité à travers nos opérations de production tout en préservant la sécurité, la qualité et l'accessibilité de nos produits

OPÉRATIONS COMMERCIALES



Mettre en œuvre une stratégie de commercialisation omnicanale en ligne et dans les réseaux physiques, en intégrant les compétences de nouvelle génération

BRIQUETS



Sécuriser les process industriels et la R&D des briquets

BIC 2022 – INVENT THE FUTURE

QUATRE PILIERS STRATEGIQUES ET DES OBJECTIFS CLAIRS

Efficacité

Réaliser au moins

20 millions d'euros

d'économies en année pleine,
réinvesties dans la croissance



Innovation

Augmenter de **20%** par an
le nombre de brevets déposés



Marques orientées vers le consommateur

Interagir directement avec

20% de nos consommateurs

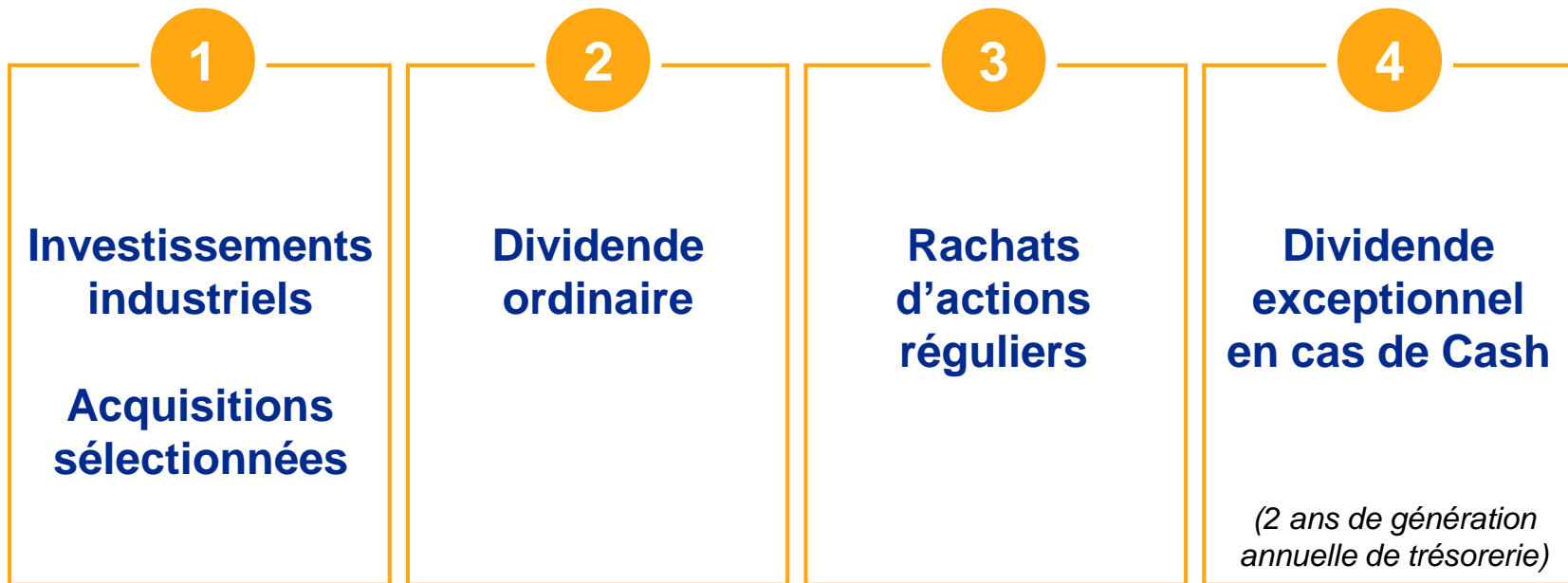


Distribution “Multi-canaux”

Atteindre **10%** du chiffre d'affaires
dans le commerce en ligne



POLITIQUE D'ALLOCATION DU CAPITAL INCHANGÉE





MISSION ET RAISON D'ÊTRE

- Proposer des produits et des solutions de qualité, inventifs et fiables, respectueux de notre environnement, pour tous, partout dans le monde
- Créer de la valeur à long terme pour toutes les parties prenantes : consommateurs, collaborateurs, communautés locales, clients et actionnaires

ENGAGEMENT

- Améliorer l'équité en matière d'éducation, pour tous, en améliorant les conditions d'apprentissage des élèves à travers le monde. Nous sommes convaincus qu'il s'agit d'un moyen puissant de construire un avenir durable, pour chacun d'entre nous.



AMBITION À LONG TERME

- Assurer une croissance rentable
- Investir en permanence dans nos collaborateurs, dans la recherche et le développement, les nouveaux produits et les marques
- Améliorer la productivité
- Assurer la rémunération totale des actionnaires grâce à une solide génération de trésorerie

LIENS AVEC NOS ACTIONNAIRES

- Possibilité de vote par correspondance
- 4 lettres aux actionnaires par an
- Un guide de l'actionnaire
- Une rubrique dédiée sur notre site Internet www.bicworld.com
- E-mail : actionnaires@bicworld.com
- Mais aussi suivez l'actualité de BIC sur  @BicGroup   
- Prochains évènements:
 - Résultats du 2ème trimestre 2019: le 31 juillet 2019
 - Résultats du 3ème trimestre 2019: le 23 octobre 2019

 N° Vert 0 800 10 12 14

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE



REUNION DES ACTIONNAIRES

Paris
11 juin 2019

