



BIC 2022 – Invent the Future

QUATRE PILLIERS STRATEGIQUES POUR UNE CROISSANCE RENTABLE DES VENTES A LONG-TERME

UNE ORGANISATION RECENTREE ET AGILE

POLITIQUE D'ALLOCATION DU CAPITAL INCHANGE

En décembre 2018, BIC a initié une revue organisationnelle destinée à réinventer le Groupe, à accroître la productivité et l'efficacité, afin de libérer des ressources et de réinvestir dans la croissance. La revue est en cours et bien que plusieurs mois soient encore nécessaires pour la mener à son terme, BIC annonce aujourd'hui les premières étapes de son plan de transformation « **BIC 2022 – Invent the future** ».

« Notre environnement de marché évolue et nous devons évoluer avec lui. Pour assurer la croissance à long terme des ventes et la pérennité des marges, le Groupe doit devenir plus agile, intégré et innovant.

« BIC 2022 - Invent the future » va augmenter l'efficacité de toute l'organisation afin d'accélérer l'innovation, tant dans nos produits que dans nos process, d'accompagner une stratégie plus orientée vers le consommateur et faciliter la trajectoire de croissance de BIC.

En mettant à profit le solide modèle économique du Groupe ainsi que son esprit entrepreneurial, et grâce à une meilleure organisation, je suis convaincu que nous serons en mesure de transformer les défis d'aujourd'hui en opportunités de demain. Nous sommes résolument engagés dans l'exécution de ce plan. »

Gonzalve Bich, Directeur Général de BIC

1/ QUATRE PILIERS STRATEGIQUES POUR UNE CROISSANCE RENTABLE DES VENTES A LONG TERME

Pour être plus agile et recentré, BIC doit devenir plus **efficace**, davantage **tourné vers l'innovation**, et centré sur le **consommateur** tout en améliorant sa **distribution omnicanale**.

- **Efficacité** : nous devons améliorer l'efficacité de l'ensemble de nos activités de production. Notre objectif est de bâtir un modèle plus responsable, plus global, flexible, rentable et « data-centric » en optimisant les processus d'approvisionnement et la chaîne logistique, tout en préservant la sécurité, la qualité et l'accessibilité des produits.
- **Innovation** : Nous devons améliorer notre connaissance des consommateurs et accélérer le rythme des lancements de nouveaux produits, afin de mettre le consommateur au cœur d'une innovation durable.
- **Des marques adaptées et orientées vers le consommateur** : nous devons interagir plus efficacement avec les consommateurs pour continuer à tirer parti de nos marques uniques, en adoptant des stratégies de communication digitale plus adaptées et sur-mesure et en intégrant davantage les nouvelles tendances, telle que la personnalisation des produits.
- **Distribution omnicanale** : nous devons renforcer nos opérations commerciales pour devenir un véritable spécialiste omnicanal, en ligne et dans les réseaux physiques, afin de générer de la croissance.

2/ UNE ORGANISATION RECENTREE ET AGILE

Afin de mieux répondre aux défis actuels, un **Comité Exécutif** a été créé. Responsable et expert, favorisant la collaboration transversale, ce comité, définira les ambitions à long terme du Groupe et sera chargé de mettre en œuvre la stratégie de BIC.

Le Comité Exécutif de BIC est composé de sept personnes reportant directement au Directeur Général, avec trois nouvelles fonctions :

- **Group Insights and Innovation Officer (Papeterie et Rasoirs), Thomas Brette**
Objectif : redynamiser nos processus d'innovation, en plaçant le consommateur au cœur, collecter des données et générer de nouvelles idées afin de créer des produits et des services innovants en ligne avec notre stratégie de marque et nos engagements en matière de développement durable.
- **Group Supply Chain Officer, Peter Dalsberg**
Objectif : optimiser l'efficacité à travers nos opérations de production, la centralisation des achats et une chaîne logistique « end-to-end » ; tout en préservant la sécurité, la qualité, et l'accessibilité de nos produits.
- **Group Commercial Officer, Benoit Marotte**
Objectif : diriger les activités commerciales et mettre en œuvre une stratégie de commercialisation omnicanale en ligne et dans les réseaux physiques en intégrant les compétences de nouvelle génération.

Certaines fonctions déjà existantes font également partie du Comité Exécutif du Groupe BIC :

- **Group Lighter General Manager, François Clément Grandcourt**
Objectif : poursuivre le développement de la catégorie Briquets en capitalisant sur ses procédés de fabrication et de R&D uniques, tout en continuant de mettre l'accent sur la sécurité et la qualité.
- **Chief Finance Officer, Jim DiPietro, Senior Executive Vice-President**
Objectif : Développer une fonction finance « best-in-class » à travers la mise en place de processus transverses fiables et continuer à assurer l'exactitude du reporting et l'efficacité du planning financier afin d'améliorer la performance financière du Groupe.
Chief Human Resources Officer, Alison James
Objectif : Développer les compétences organisationnelles et humaines à travers la mise en place de processus de recrutement et de développement efficaces, accompagner l'évolution de la culture du Groupe en support de la stratégie long terme.
- **Global Strategy and Business Development**
Objectif : Développer une stratégie globale pour le Groupe, identifier et analyser les opportunités de croissance.

3/ QUATRE OBJECTIFS STRATEGIQUES ET OPERATIONNELS CLAIRS POUR 2022

Afin de mesurer la réussite de ce plan, nous avons fixé les premiers objectifs opérationnels de chacun des quatre piliers stratégiques.

Efficacité	Dans un premier temps, réaliser au moins 20 millions d'euros d'économies annualisées et les réinvestir dans la croissance
Innovation	Augmenter le nombre de dépôts de brevets de 20 % par an
Des marques tournées vers les consommateurs	Interagir directement avec 20 % de nos consommateurs
Distribution omnicanale	Atteindre 10 % du chiffre d'affaires dans le commerce en ligne

4/ POLITIQUE D'ALLOCATION DU CAPITAL INCHANGÉE

Tout au long du plan de transformation, BIC entend maintenir une solide génération de trésorerie, un bilan solide et une politique d'allocation du capital inchangée :

- Des investissements pour une croissance rentable, via les investissements industriels et des acquisitions sélectionnées;

- Le dividende ordinaire ;
- Des rachats d'actions réguliers ;
- Un dividende extraordinaire en cas d'excédent de trésorerie (au moins deux ans de génération annuelle de flux de trésorerie disponibles).

5/ MISSION ET RAISON D'ÊTRE, AMBITION A LONG TERME

Tout en se réinventant, BIC reste fidèle à ses valeurs historiques, sa mission et sa 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 ;
- 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.

Notre ambition à long terme est de générer de la croissance rentable, d'accroître la productivité tout en investissant en permanence dans nos collaborateurs, dans la recherche et le développement, dans les nouveaux produits et les marques, et in fine assurer la rémunération totale de nos actionnaires grâce à une solide génération de trésorerie.

6/ UNE FEUILLE DE ROUTE CLAIRE

En 2019, nous mettons en place les fondations avec une nouvelle organisation et grâce à une amélioration des compétences globales du Groupe.

En 2020 et en 2021, nous renforcerons nos positions de marchés, développerons le commerce en ligne et accélérerons l'innovation et les lancements de nouveaux produits. Nous continuerons également à renforcer et à consolider l'efficacité du Groupe en améliorant l'efficacité des fonctions support, en développant de nouvelles compétences et en renforçant la fluidité des opérations.

A horizon 2022, le plan devrait produire tous ses effets avec une efficacité opérationnelle renforcée et une croissance long terme accélérée.

ANNEXES

COMITÉ EXECUTIF DE BIC

Gonzalve BICH – Chief Executive Officer

Gonzalve Bich, franco-américain, est administrateur et Directeur Général de SOCIÉTÉ BIC. Il a été Directeur des Opérations du Groupe de janvier 2017 à Mai 2018 et Directeur Général Délégué de juin 2016 à Mai 2018. Gonzalve Bich a rejoint BIC Asie en 2003 où il a travaillé pendant quatre ans à développer l'activité de cette région. Il a ensuite occupé le poste de Directeur du Développement des Carrières puis rejoint la catégorie Rasoirs en tant que Directeur Marketing. De 2008 à 2012, il a été responsable des activités de BIC Europe du Nord puis du Moyen-Orient, de l'Afrique, de l'Océanie et de l'Asie-Pacifique. En juillet 2013, il prend la responsabilité de l'ensemble de la zone Marchés en Croissance et est nommé Directeur des Catégories Grand Public et de l'Amérique latine au printemps 2016.

Gonzalve Bich est diplômé de Harvard où il a obtenu en 2001 son Bachelor of Arts en histoire avec mention.

Thomas BRETTE – Group Insights and Innovation Officer – Papeterie et Rasoirs

Thomas Brette a rejoint BIC en 1999 en tant que Contrôleur de gestion en Grèce. Il est ensuite parti à New York pour occuper le poste de Directeur financier de la catégorie Rasoirs. Il a été nommé Directeur Financier de BIC Sport en 2005 et Directeur Business Unit Papeterie en 2007. En 2009, Thomas a rejoint la catégorie Rasoirs en tant que Directeur du Marketing, avant d'être nommé Directeur Général Adjoint de la catégorie en 2013. Il a intégré l'équipe de direction en 2015, en charge de la catégorie Rasoirs.

Avant de rejoindre BIC, Thomas a travaillé pour la banque française Crédit Lyonnais.

Thomas est français et diplômé en comptabilité et finance de l'Institut National des Techniques Économiques et Comptables – Paris, France

François CLÉMENT-GRANDCOURT – Group Lighter General Manager

François Clément-Grandcourt a rejoint BIC en 2000 en tant que Directeur du Marketing produit de la catégorie Rasoirs. Il a accédé en 2004 au poste de Directeur du Marketing Europe-Moyen-Orient et Afrique des catégories Briquets et Rasoirs, avant d'officialier en tant que Directeur Général pour BIC Europe de l'Est. En 2007, il a été nommé Directeur Général Adjoint de la catégorie Briquets. Il a intégré l'équipe de direction en 2016 en tant que responsable de la catégorie Briquets.

Avant de rejoindre BIC, François a travaillé chez Coca-Cola et Danone.

François est franco-suisse et détient un master de l'INSEAD en gestion d'entreprise.

Peter DALSBURG – Group Supply Chain Officer

Peter Dalsberg a rejoint BIC en Octobre 2017 en tant que Responsable de la catégorie Papeterie.

Avant de rejoindre BIC, Peter travaillait chez Amcor où, après avoir mené des Opérations sur le continent américain, il était en charge de la Stratégie Globale et du Business Development pour la zone Asie Pacifique.

Avant de travailler chez Amcor, Peter a occupé différentes fonctions chez British American Tobacco où il a notamment été en charge de la Supply Chain pour la Région Asie Pacifique et des Opérations en Europe de l'Ouest.

Peter est danois et diplômé de la Copenhagen Business School, en Administration des Affaires.

Jim DIPIETRO – Executive Vice-President, Chief Finance Officer

Jim DiPietro a rejoint BIC en mai 1998 en tant que Directeur financier délégué senior de BIC Corporation et a été nommé Directeur financier en 2002. Avant de rejoindre BIC, Jim était Directeur financier des activités pharmaceutiques grand public de Bayer pour la région Amérique du Nord. Il a débuté sa carrière au sein de Chase Manhattan Bank au poste d'auditeur interne.

Jim est américain et titulaire d'une licence en comptabilité de l'Université St. John et un master en finance de l'Université Pace, tous deux à New York.

Alison JAMES – Chief Human Resources Officer

Alison James a rejoint BIC en 2014. Avant cela, Alison était Directrice des Ressources Humaines chez Life Technologies à San Diego. Elle a également occupé divers postes au sein des Ressources Humaines pour plusieurs autres sociétés, notamment Encore Capital Group et Gateway. Elle a commencé sa carrière chez Mars Inc., société au sein de laquelle elle a occupé différents postes. Alison est américaine et britannique et titulaire d'une licence en management et en français de l'Université de Bradford (Grande-Bretagne).

Benoit MAROTTE – Group Commercial Officer

Benoît Marotte a rejoint BIC en 2001 au poste de Directeur du Marketing Europe de la catégorie Rasoirs. Il a été promu Directeur du Marketing Europe en 2003 avant d'accéder à la fonction de Directeur Général au Royaume-Uni et en France. Il est devenu Directeur Général Adjoint de la catégorie Papeterie en 2007 et a rejoint l'équipe de direction en 2009 en tant que Directeur Général, Papeterie. Depuis 2017, il est en charge de l'Europe, de l'Amérique du Nord et de la zone Asie Pacifique.

Avant de travailler chez BIC, Benoît a travaillé pendant 10 ans chez Nestlé où il y a occupé différents postes au service marketing. Benoît a commencé sa carrière dans la vente chez Xerox.

Il est français et diplômé de l'ESSEC et de la Montpellier Business School.

* *

*

Ce document contient des prévisions. Bien que les estimations du Groupe BIC soient fondées sur des hypothèses raisonnables, ces prévisions sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes. Une description des risques relevés par le Groupe BIC apparaît dans la section « Facteurs de risques » du Document de Référence 2017 du Groupe BIC déposé auprès de l'autorité française des marchés financiers (AMF) le 21 mars 2018.

CONTACTS

Sophie Palliez-Capian – Engagement des Parties Prenantes - sophie.palliez@bicworld.com	
Contacts Relations Investisseurs +33 1 45 19 52 00	Contacts Presse +33 1 45 19 52 00
Michèle Ventura michele.ventura@bicworld.com	Albane de La Tour d'Artaise Albane.DeLaTourD'Artaise@bicworld.com
	Isabelle de Segonzac: +33 1 53 70 74 70 isegonzac@image7.fr

Pour plus d'informations, consulter le site : www.bicworld.com

AGENDA 2019

Résultats du premier trimestre 2019	25 avril 2019	Conférence téléphonique
Assemblée Générale 2019	22 mai 2019	Réunion (siège de BIC)
Résultats du premier semestre 2019	31 juillet 2019	Conférence téléphonique
Résultats du troisième trimestre 2019	23 octobre 2019	Conférence téléphonique

À PROPOS DE BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC fabrique depuis plus de 70 ans des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des marques les plus reconnues et visible dans plus de 160 pays. BIC a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires de 1 949,8 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60. BIC fait également partie des indices ISR suivants : Leadership Level du CDP (A-) et Leadership Level du module complémentaire Supplier, Euronext Vigeo – Eurozone 120, Euronext Vigeo – Europe 120, indices FTSE4Good, Ethibel Pioneer et Ethibel Excellence Investment Registers, Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe, Stoxx Global ESG Leaders Index.

