



RAPPORT
intégré
2020

Panorama

DES PUBLICATIONS

DOCUMENT D'ENREGISTREMENT UNIVERSEL

Publié le 1^{er} avril 2021

Document établi conformément aux réglementations françaises et européennes, comprenant le rapport financier, le rapport de gestion du Conseil d'Administration, les comptes annuels consolidés, ainsi que toutes les informations relatives à notre responsabilité sociale environnementale et sociétale, y compris la déclaration de performance extra-financière du Groupe

PRÉSENTATION DU GROUPE POUR LES INVESTISSEURS

<https://fr.bic.com/fr/investisseurs-en-bref>

Présentation de la performance financière et opérationnelle de BIC

RAPPORT **intégré** 2020

PRÉSENTATION DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

19 mai 2021

Présentation faite lors de l'Assemblée Générale annuelle, un événement clé dédié à nos actionnaires

BIC.COM

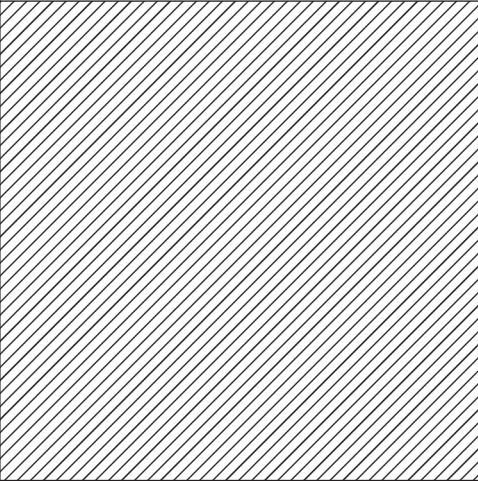
Notre site Internet Corporate avec des informations générales sur BIC, ses produits, ses engagements, ses résultats financiers et les dernières actualités



Tous ces documents sont disponibles sur le site Internet de BIC :
<https://fr.bic.com/fr/investisseurs-en-bref>

À propos

DE CE RAPPORT
2020



Depuis 2018, le Rapport intégré de BIC explique comment nous créons et partageons une valeur durable pour toutes nos parties prenantes. Notre rapport 2020 se concentre sur la manière dont, grâce à notre plan stratégique « Horizon », nous nous adaptons à un environnement en mutation afin d'accélérer la croissance à long terme de BIC.

Basé sur le cadre de référence publié par l'International Integrated Reporting Council (IIRC), ce rapport a été préparé sous la supervision du Conseil d'Administration et reflète une approche globale de tous les aspects de notre performance financière, économique, sociale et environnementale. Il a été rédigé pour toutes les parties prenantes, en particulier nos actionnaires, nos clients, nos consommateurs, nos équipes et nos partenaires, y compris nos fournisseurs et les ONG.

Accélérer
LA CROISSANCE

Répondre
AUX TENDANCES DE
CONSOMMATION

Assurer
UNE VISION À LONG TERME

Créer ET PARTAGER
LA VALEUR DANS LA DURÉE

10

19

Les progrès réalisés dans le cadre du plan de transformation lancé en 2019 ont permis à BIC d'améliorer son efficacité, de renforcer son approche centrée sur le consommateur et de stimuler une croissance rentable à long terme, tout en limitant l'impact de la crise de la COVID-19 sur ses activités commerciales. Ces actions ont posé les bases du nouveau plan « Horizon ».

20

29

« Human Expression », « Flame for Life » et « Blade Excellence » reflètent la transformation de BIC, qui passe d'une approche tournée vers les produits à une approche centrée sur les consommateurs. Ce recadrage des activités permet au Groupe de tirer parti des tendances de consommation et de stimuler sa croissance à long-terme, tout en renforçant ses efforts en matière de développement durable.

30

41

Supervisée par le Conseil d'Administration et mise en œuvre par l'équipe dirigeante, la stratégie du Groupe en faveur d'une croissance durable repose sur le professionnalisme et l'engagement de ses équipes.

42

47

BIC propose aux consommateurs des solutions responsables sur le plan environnemental et social, et continuellement améliorées grâce au retour d'information de toutes les parties prenantes. Grâce à une approche globale, visant à créer de la valeur pour toutes ses parties prenantes, BIC garantit un équilibre durable entre la répartition des bénéfices et les investissements dans sa croissance future.

BIC EST UN LEADER MONDIAL DES MARCHÉS DE LA PAPETERIE, DES BRIQUETS ET DES RASOIRS, GUIDÉ PAR UNE VISION DE LONG TERME : PROPOSER AUX CONSOMMATEURS DU MONDE ENTIER, DES PRODUITS DE HAUTE QUALITÉ ET ABORDABLES. CETTE PRIORITÉ A CONTRIBUÉ À FAIRE DE BIC® L'UNE DES MARQUES LES PLUS RECONNUES AU MONDE, AVEC DES PRODUITS VENDUS DANS PLUS DE 160 PAYS.

Simplifier et enchainer le quotidien

NOTRE VISION

Nous voulons créer un sentiment de facilité et de plaisir dans les millions de moments qui composent nos vies.

C'est cette passion à apporter simplicité et gaieté aux gens du monde entier qui anime chaque jour les membres de nos équipes. Nous réinventons les essentiels du quotidien, en concevant des produits qui font partie intégrante de nos vies. Nous pensons avoir un impact positif sur le monde en offrant des solutions pérennes qui, grâce à une conception intelligente et à la création de produits durables, respectent la planète.

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Créer des produits essentiels de haute qualité, sûrs, abordables et dans lesquels chacun a confiance

NOS VALEURS

<p>Intégrité</p> <p>Nous sommes honnêtes, ouverts et justes, et exigeons un environnement où chacun se sente respecté, inclus et compris.</p>	<p>Durabilité</p> <p>Nous favorisons une croissance durable tout en soutenant chacun de nos collaborateurs, nos communautés et la société dans son ensemble.</p>	<p>Responsabilité</p> <p>Nous prenons des décisions courageuses et pertinentes et obtenons des résultats ambitieux qui réjouissent les consommateurs du monde entier.</p>
<p>Ingéniosité</p> <p>Nous rêvons grand et créons des solutions intelligentes, simples mais audacieuses pour nos consommateurs, nos clients et nos équipes.</p>	<p>Travail d'équipe</p> <p>Nous sommes exigeants, nous nous faisons confiance et nous travaillons ensemble au-delà des frontières, en nous tenant collectivement responsables.</p>	<p>Simplicité</p> <p>Nous considérons que les solutions simples sont souvent les meilleures. Face à la complexité, nous agissons avec clarté.</p>

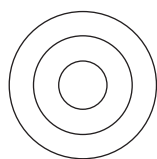
NOS MARQUES



The Joy of Writing™



NOTRE POSITIONNEMENT



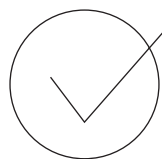
HAUTE QUALITÉ

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 quotidien et qui peut être utilisé par tous, partout dans le monde.



INVENTIF

BIC a évolué en répondant de manière efficace à l'évolution des attentes des consommateurs. Nos équipes de R&D travaillent de manière proactive pour identifier leurs besoins et trouver des solutions ingénieuses pour optimiser les performances de nos produits.



FIABLE

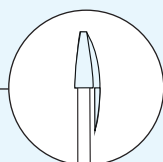
La meilleure façon de fidéliser le consommateur est d'offrir la même qualité d'usage du début à la fin du produit : plus de 2 km d'écriture pour un stylo à bille BIC® Cristal®, 3 000 flammes constantes pour un briquet de poche BIC® Maxi et 17 rasages pour un rasoir BIC® Flex 3.



DURABLE

Nous nous sommes toujours efforcés de créer des produits qui durent longtemps, avec une faible empreinte environnementale et fabriqués avec un minimum de ressources. Nous utilisons une approche d'écoconception qui intègre dans de nombreux produits des solutions alternatives telles que l'utilisation de matériaux recyclés ou de bioplastiques.

LEADER DU MARCHÉ SUR CHACUNE DE NOS TROIS ACTIVITÉS NOTRE CŒUR D'ACTIVITÉ



PAPETERIE HUMAN EXPRESSION

35 % du CA 2020

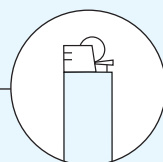
● **N°2** mondial des instruments d'écriture env. 9 % de part de marché*

Leader en Europe, en Amérique latine, au Moyen Orient, en Afrique et en Inde

● 13,4 millions de produits de papeterie BIC® vendus chaque jour

Engagement sur la qualité

- 100 % des billes de stylos à bille sont contrôlées. Parfaitement sphériques, elles sont presque aussi dures que le diamant
- Plus de 2 km d'écriture pour un stylo à bille BIC® Cristal®



BRIQUETS FLAME FOR LIFE

38 % du CA 2020

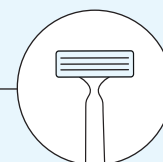
● **N°1** des briquets de poche de marque env. 55 % de part de marché (hors Asie)*

● Leader sur le marché des produits de marque

● 3,9 millions de briquets BIC® vendus chaque jour

Engagement sur la qualité

- Jusqu'à 3 000 flammes constantes pour un briquet BIC® Maxi
- Chaque briquet BIC® est soumis à plus de 50 contrôles automatiques de qualité et de sécurité



RASOIRS BLADE EXCELLENCE

25 % du CA 2020

● **N°2** des rasoirs non rechargeables env. 23 % de part de marché*

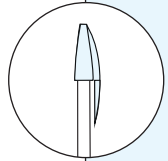
● Position de leader aux États-Unis, en Europe et en Amérique latine

● 6,2 millions de rasoirs BIC® vendus chaque jour

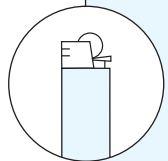
Engagement sur la qualité

- Jusqu'à 17 rasages avec un rasoir BIC® Flex 3
- 100 % des lames de rasoir sont inspectées visuellement

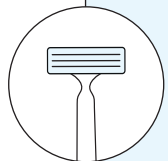
UNE PRÉSENCE MONDIALE



15*



6



4

* Dont BIC Graphic Europe
(Produits publicitaires et promotionnels) /
PIMACO a été cédée le 26 février 2021.

25

usines

92 %

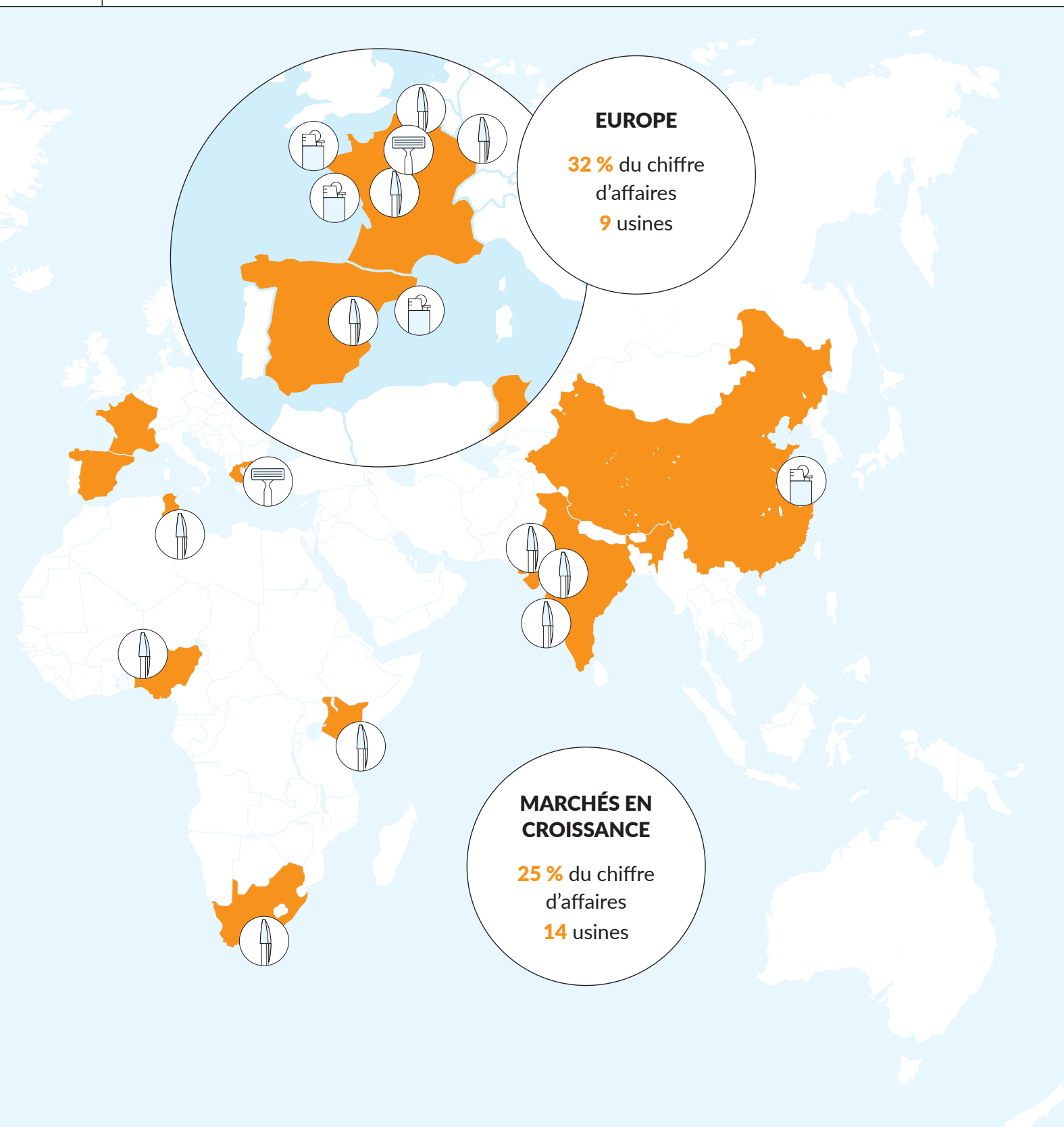
des produits BIC®
sont fabriqués dans
ses propres usines

AMÉRIQUE DU NORD

43 % du chiffre
d'affaires
2 usines



LES 25 USINES BIC RÉPARTIES À TRAVERS LE MONDE PERMETTENT AU GROUPE DE RESTER PROCHE DE SES CONSOMMATEURS, D'ANTICIPER ET DE RÉPONDRE À L'ÉVOLUTION DES TENDANCES DE CONSOMMATION, TOUT EN MINIMISANT SON IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT.



MESSAGE

DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE BIC



Gonzalve Bich
Directeur Général

Si l'on me demandait de citer les années qui ont le plus marqué notre entreprise au cours de ses 75 ans d'existence, l'année 2020 figurerait certainement en tête de liste. Alors que le monde faisait face à une crise sanitaire mondiale sans précédent, et tout en nous efforçant de donner vie à notre Raison d'Être à travers chacune de nos actions, nous avons réimaginé et remodelé notre entreprise pour l'inscrire durablement dans le futur. Un futur plus fort, plus agile, et centré sur les besoins des consommateurs.

Bien qu'ayant dû faire face à de nombreux défis personnels, partout dans le monde nos équipes ont travaillé sans relâche afin d'assurer la production, en toute sécurité, et poursuivi notre transformation tout en redéfinissant notre stratégie, désormais connue sous le nom « Plan Horizon ».

Pour assurer croissance et rentabilité, nous transformons BIC, entreprise centrée sur la production et sur ses réseaux de distribution, en une entreprise résolument tournée vers les consommateurs et leurs besoins. En capitalisant sur nos capacités d'innovation, sur l'optimisation de notre chaîne d'approvisionnement et sur notre excellence commerciale, nous renforçons notre compétitivité tout en enchantant le quotidien des consommateurs.

Nous intensifions également nos efforts en matière de Développement Durable, en fixant de nouveaux objectifs visant à transformer notre approche vis-à-vis du plastique, dans nos produits et nos emballages, d'ici 2030. Ces objectifs ambitieux prolongent notre promesse historique d'agir de manière responsable, en diminuant notre empreinte environnementale et en répondant aux attentes de nos parties prenantes, conformément à nos engagements du plan « Writing the Future, Together ».

Je tiens à remercier tous nos collaborateurs pour leur engagement, leur professionnalisme et leur rigueur. Grâce à leur travail d'équipe et à leur courage, nous avons réalisé une solide performance opérationnelle. Nous avons démontré notre résilience au cours d'une année difficile, et établi une base solide à partir de laquelle nous continuerons à créer durablement de la valeur au service de tous.

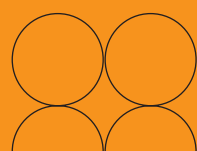
23,7 millions

PRODUITS BIC® ACHETÉS
CHAQUE JOUR



CHIFFRE D'AFFAIRES
2020

1 627,9
millions €



COLLABORATEURS

11 246

7,6 %

POURCENTAGE
DU CHIFFRE D'AFFAIRES
ISSU D'INNOVATIONS
LANCÉES AU COURS
DES TROIS DERNIÈRES
ANNÉES

RÉSULTAT NET
PART DU GROUPE
EN 2020

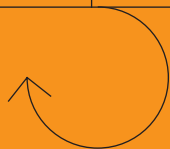
93,7
millions €

UTILISATION DE
PLASTIQUES RECYCLÉS
OU ALTERNATIFS DANS
LES PRODUITS BIC®

4,3 %

POURCENTAGE DE
PLASTIQUE RÉUTILISABLE,
RECYCLABLE OU
COMPOSTABLE DANS
LES EMBALLAGES
CONSOMMATEURS

49,3 %



80 %

POURCENTAGE D'ÉLECTRICITÉ
RENOUVELABLE UTILISÉE

PLUS DE
50 %
DE PRODUITS BIC®
PRÉSENTANT
DES BÉNÉFICES
ENVIRONNEMENTAUX

Accélé

LA CROISSANCE

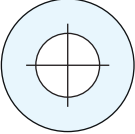
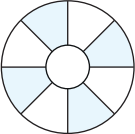
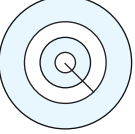
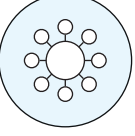
- 12 ▶ BIC 2022 - Invent the future : les bases du plan Horizon
- 14 ▶ S'adapter à un environnement en mutation rapide
- 16 ▶ Le plan Horizon : générer une croissance durable
- 18 ▶ Orienter notre modèle économique vers le consommateur

rer

Les progrès réalisés dans le cadre du plan de transformation lancé en 2019 ont permis à BIC d'améliorer son efficacité, de renforcer son approche centrée sur le consommateur et de stimuler une croissance rentable à long terme, tout en limitant l'impact de la crise de la COVID-19 sur ses activités commerciales. Ces actions ont posé les bases du nouveau plan « Horizon ».

BIC 2022 - INVENT THE FUTURE : LES BASES DU PLAN HORIZON

EN FÉVRIER 2019, NOUS AVONS LANCÉ NOTRE PLAN DE TRANSFORMATION « BIC 2022 - INVENT THE FUTURE ». FONDÉ SUR QUATRE PILIERS STRATÉGIQUES – EFFICACITÉ, INNOVATION, MARQUES CIBLÉES ET CENTRÉES SUR LE CONSOMMATEUR ET DISTRIBUTION OMNISCANALE – CE PLAN VISE À AMÉLIORER NOTRE EFFICACITÉ POUR FAVORISER UNE CROISSANCE RENTABLE À LONG TERME

	OBJECTIF	CIBLE 2022	PERFORMANCE 2020
	<p>Efficacité</p> <p>Accroître l'efficacité des opérations de fabrication et, tout en maintenant la qualité, la sécurité et le juste prix de nos produits, mettre en place un modèle de production plus complet, flexible, rentable, centré sur les données et responsable en explorant les moyens d'optimiser les processus d'approvisionnement et notre chaîne d'approvisionnement</p>	50 M€ d'économies annuelles	<ul style="list-style-type: none"> • Plus de 25 M€ d'économies, dont 13 M€ venant de l'efficacité du processus d'approvisionnement • Réduction d'environ 25 % des références du portefeuille de produits, permettant 10 % d'économie
	<p>Innovation</p> <p>Renforcer les capacités de BIC en matière de connaissance des consommateurs et accélérer le rythme des lancements de nouveaux produits innovants répondant à leurs attentes et respectueux de l'environnement</p>	Accroître de 20 % par an le rythme des dépôts de nouveaux brevets	<ul style="list-style-type: none"> • 68 brevets déposés. Nombre similaire à 2019 • 346 brevets en portefeuille, en hausse de 50% par rapport à 2019. • Lancement du <i>Data-Driven Invention Lab</i>, développé en collaboration avec IPProva • Partenariat avec Plug and Play, la plus grande plateforme d'innovation mondiale pour les start-ups et les entreprises
	<p>Des marques ciblées et centrées sur le consommateur</p> <p>Interagir directement et plus efficacement avec nos consommateurs afin de continuer à tirer profit de nos marques iconiques en adaptant et renforçant notre infrastructure de communication digitale et en adoptant les nouvelles tendances d'achat telles que la personnalisation</p>	Engager un dialogue direct avec les consommateurs en allouant aux médias numériques plus de 2/3 des investissements de soutien à la marque sur nos principaux marchés	<ul style="list-style-type: none"> • 83 % des investissements médias réalisés sur des supports numériques
	<p>Distribution omniscanale</p> <p>Renforcer nos opérations commerciales pour devenir un véritable spécialiste de l'omniscanale, en ligne et dans les réseaux physiques, afin de stimuler la croissance de valeur</p>	Atteindre 10 % de chiffre d'affaires dans le e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> • +18 % de croissance dans le e-commerce • 7,3 % du chiffre d'affaires réalisé grâce au e-commerce

LA CRISE DE LA COVID-19



Malgré les difficultés sans précédent créées par la pandémie de la Covid-19, BIC a maintenu la continuité de ses opérations, tout en jouant un rôle actif dans la lutte contre la propagation de la pandémie.

Le Groupe a adapté ses sites de production pour fabriquer des équipements de protection individuelle, notamment des visières de protection pour les soignants. Il s'est également associé avec des entreprises et des institutions académiques pour transformer des masques de plongée de la marque Decathlon en masques filtrant donnés ensuite aux hôpitaux. Parmi les autres actions menées : des dons d'instruments d'écriture et de rasoirs pour soutenir les communautés locales, les hôpitaux, les enfants et les sans-abris, mais également des contributions financières et de ressources matérielles pour répondre aux besoins des personnels soignants et des ONG dans le monde entier.

Le plan de transformation «BIC 2022 - Invent the Future» a permis à BIC de rester résistant et agile pendant cette période difficile.

La crise de la Covid-19 a agi comme un catalyseur du changement, permettant au Groupe d'accélérer sa transformation.



S'ADAPTER À UN ENVIRONNEMENT EN MUTATION RAPIDE

DANS UN MONDE QUI CONNAÎT DES CHANGEMENTS RAPIDES, NOUS SURVEILLONS ACTIVEMENT LES TENDANCES ÉMERGENTES SUSCEPTIBLES D'AFFECTER NOS MARCHÉS ET LE PAYSAGE CONCURRENTIEL EN GÉNÉRAL. ANTICIPER LES ÉVOLUTIONS ÉCONOMIQUES ET CELLES DES TENDANCES DE CONSOMMATION NOUS PERMET DE RÉPONDRE EFFICACEMENT AUX BESOINS ET AUX ATTENTES DE TOUTES NOS PARTIES PRENANTES.

Tendances économiques et de consommation

- Pays en développement lourdement impactés : l'Inde, le Brésil et le Mexique ont particulièrement souffert de la crise sanitaire.
- Confiance des consommateurs réduite : au plus fort de la première vague de la pandémie à l'été 2020, la confiance des consommateurs a brusquement chuté, et elle ne devrait pas être entièrement rétablie avant la fin 2021¹.
- Nouvelles méthodes d'achat : 78 % des Américains ont modifié leur façon de consommer en adoptant un nouveau comportement d'achat – comme la livraison en drive, un changement de commerçant ou de marque ou les nouvelles méthodes d'achat en ligne – depuis le début de la crise de la Covid-19. Les trois quarts disent qu'ils ont l'intention de conserver ces habitudes après la crise².
- Personnalisation : les décisions d'achat des consommateurs reposent de plus en plus sur la perception qu'ils ont d'une marque et sur sa capacité à tisser une relation unique avec eux.
- Quête de sens : les consommateurs s'attendent à ce que les produits qu'ils achètent soient éco-responsables. Ils fondent de plus en plus leurs décisions d'achat sur des preuves de la contribution de ces marques à l'intérêt général.
- Domination croissante du numérique : un monde de plus en plus numérique ouvre des opportunités immenses dans le e-commerce, améliorant l'expérience du client, la personnalisation et l'écriture numérique.

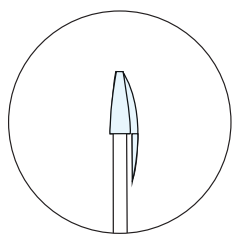
Développement durable

Alors que le monde est confronté à des défis majeurs, le changement climatique représente une menace pour la planète. Les ressources naturelles s'épuisent ou sont contaminées par la pollution. Les pressions économiques et sociales mettent à rude épreuve les liens sociaux. Les parties prenantes attendent des entreprises qu'elles prennent leur part de responsabilité dans la protection de la planète, notamment en opérant de manière durable.

¹ Source: Fitch Ratings' Estimates: Croissance du PIB mondial

² McKinsey & Company, COVID-19 US Consumer Pulse Survey October 2020

TENDANCES DE MARCHÉ

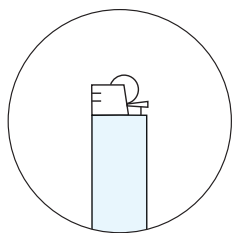


TENDANCES¹

- La forte demande de produits de coloriage a bénéficié du surcroît de temps consacré à la maison aux arts créatifs/bricolage
- Les fermetures d'écoles partout dans le monde ces derniers mois, les délais de réouverture et le nouveau modèle d'apprentissage en ligne ont affecté la demande d'instruments d'écriture
- La pandémie a provoqué une demande massive d'outils numériques
- Passage à des achats en ligne

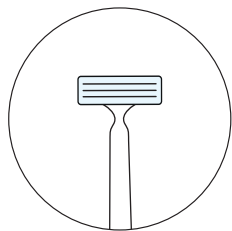
OPPORTUNITÉS

- Profiter de la tendance positive dans le coloriage pour stimuler la « créativité à la maison »
- Explorer les segments/produits de papeterie les mieux adaptés à l'apprentissage et au travail à distance
- Tirer parti de la tendance croissante du e-commerce grâce à des produits et des emballages pertinents/adaptés à ce canal de distribution.



- Baisse de la consommation de tabac
- Besoin de personnalisation
- Augmentation de la population mondiale
- Croissance de la demande de briquets utilitaires aux États-Unis, dopée par un plus grand nombre de repas cuisinés à la maison

- Lancement d'EZ Reach qui combine les avantages fonctionnels du briquet utilitaire et le faible encombrement du briquet de poche



- Changement des habitudes de rasage (rasage du visage moins fréquent, rasage du corps et taille de la barbe plus fréquents)
- Part croissante du e-commerce pour les achats de produits de beauté et de soins personnels qui devrait perdurer au-delà de la COVID-19

- Tirer parti de la croissance du rasage féminin
- Capitaliser sur la tendance aux rasoirs non rechargeables chez les hommes pour accroître la pénétration de BIC
- Intégrer l'évolution vers le e-commerce des achats de soins personnels

¹ Sources : UNESCO 05/11/20



LE PLAN **Horizon** GÉNÉRER UNE CROISSANCE DURABLE

En novembre 2020, BIC a dévoilé son nouveau plan « Horizon » visant à repenser ses activités face aux évolutions du marché et à stimuler la croissance et la rentabilité futures. L'objectif : transformer BIC, aujourd'hui ancrée sur son excellence industrielle et centrée sur ses réseaux de distribution en une entreprise centrée sur le consommateur.

Conçu dans la continuité du plan de transformation en cours « **BIC 2022 - Invent the Future** » le Plan Horizon se concentre sur un ensemble d'initiatives qui s'appuient sur les points forts de BIC, en se focalisant davantage sur les besoins du consommateur et le développement durable. Ses objectifs visent à stimuler la croissance et assurer une solide rémunération des actionnaires.

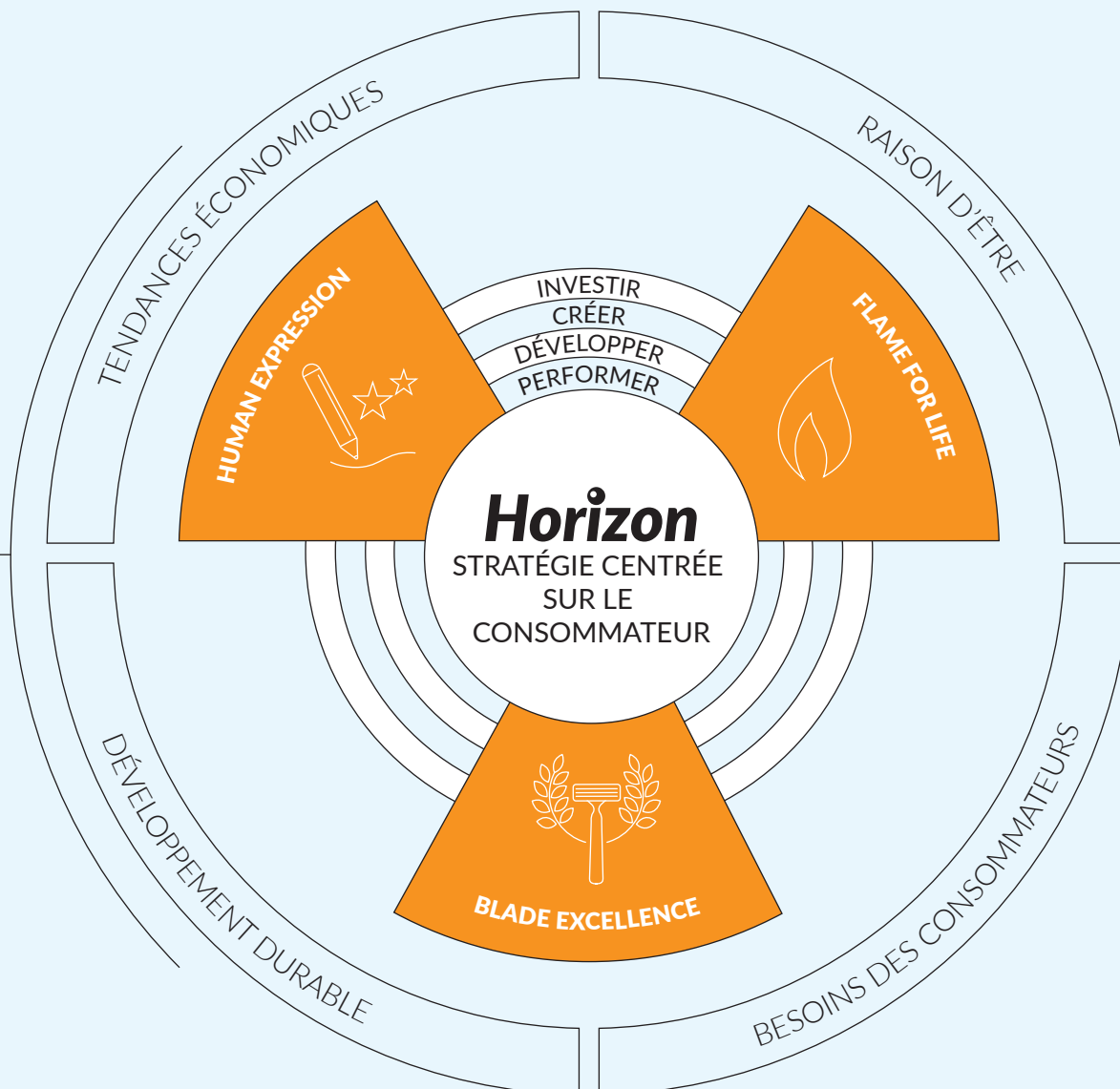
Dans une optique davantage centrée sur le consommateur, le Groupe repense ses trois activités principales :

- de la Papeterie à « **Human Expression** »
- des Briquets à « **Flame for Life** »
- des Rasoirs à « **Blade Excellence** »

Grâce à d'excellentes capacités commerciales, une organisation industrielle et une chaîne logistique repensée, et une stratégie d'innovation tournée vers les consommateurs, BIC entend accélérer sa trajectoire de croissance tout en renforçant son **programme de développement durable** et en transformant son approche des plastiques.

Grâce à l'engagement quotidien de ses collaborateurs, le plan Horizon permettra au Groupe de remplir sa mission : **créer des produits essentiels de haute qualité, sûrs, abordables et dans lesquels chacun a confiance.**

**Créer des produits essentiels de haute qualité, sûrs, abordables
et dans lesquels chacun a confiance**



INNOVATION

Nous créons des opportunités de croissance uniques, en répondant mieux aux besoins des consommateurs grâce à des technologies nouvelles et surprenantes, qui reposent sur un écosystème d'innovations ouvert et efficace.

ORGANISATION INDUSTRIELLE ET CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Nous avons repensé notre chaîne d'approvisionnement mondiale selon une organisation « end-to-end » axée sur la simplification des processus et la réduction de la complexité des produits. Ces changements permettront de réduire les coûts et donc d'optimiser la trésorerie.

EXCELLENCE COMMERCIALE

Nous mettons la barre toujours plus haut en matière d'excellence commerciale, pour développer les capacités nécessaires à une croissance rentable.

Cela comprend une approche de « gestion de portefeuille » de nos marchés, l'accélération de nos ventes en e-commerce et la mise en œuvre des techniques de « Revenue Growth Management » qui permettront d'accroître le chiffre d'affaires et la rentabilité.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Dans le cadre de notre programme de Développement Durable « Writing the Future, Together », nous allons considérablement améliorer l'empreinte environnementale de nos produits et réduire nos émissions de gaz à effet de serre en repensant notre approche des plastiques.

COLLABORATEURS

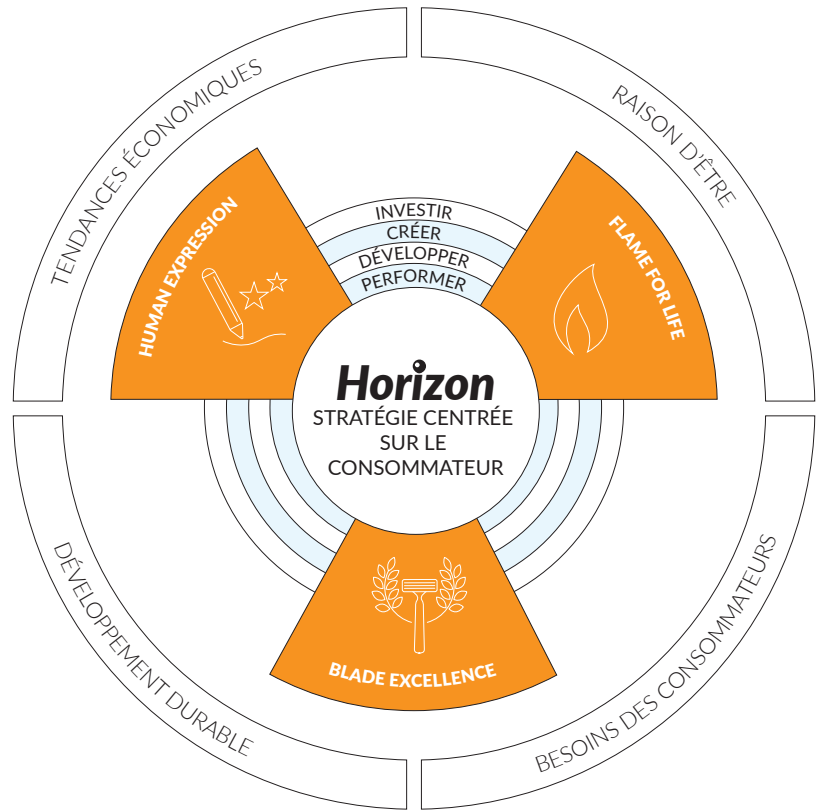
Depuis le début, BIC doit son succès à ses collaborateurs et à la passion qui les anime, pour apporter simplicité et gaieté aux gens du monde entier. Nous mettons tout en œuvre pour leur offrir un environnement de travail sûr, stimulant et épanouissant, et pour unir nos équipes autour de nos six valeurs que sont l'intégrité, la durabilité, la responsabilité, l'ingéniosité, le travail d'équipe et la simplicité.

RENFORCER L'ORIENTATION DE NOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE VERS LE CONSOMMATEUR

	<ul style="list-style-type: none"> ● 11 246 collaborateurs ● 24 202 jours de formation ● 466 M€ de coûts salariaux 	<p>Nos équipes : la clé de notre succès</p> <p>Afin de soutenir la croissance et le développement, nous renforçons en permanence les compétences et les capacités des équipes, en proposant des programmes de formation personnalisés et des possibilités d'évolution de carrière.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 25 usines sur 4 continents ● 92 % du chiffre d'affaires issu de produits fabriqués dans des usines BIC ● Progrès constants dans toutes les usines : réduction de la consommation d'eau et d'énergie, et de la production de déchets 	<p>Une production de pointe et responsable</p> <p>Nous nous appuyons sur notre processus de fabrication de pointe, tout en réduisant l'impact environnemental des usines BIC et en protégeant la santé de nos équipes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 862,2 M€ d'achats de matières premières, consommables et prestations de services ● 300 fournisseurs stratégiques identifiés à fin 2020 ● Plus de 80 % des produits fabriqués en Europe sont vendus sur ce continent 	<p>Une stratégie d'achat responsable</p> <p>Grâce à notre stratégie d'achat responsable, nous nous efforçons de minimiser l'empreinte environnementale des produits BIC®.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 456,2 M€ de capitaux propres ● 357,6 M€ de flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation ● 183,9 M€ de position nette de trésorerie 	<p>Une base financière solide</p> <p>Grâce à une gestion saine de la trésorerie et à un bilan solide, nous garantissons l'accès aux capitaux nécessaires pour financer les activités et la croissance de BIC.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● 346 brevets en portefeuille à la fin de 2020 ● 1,5 % du chiffre d'affaires investi en R&D ● 100 % des nouveaux produits de papeterie font l'objet d'une éco-mesure 	<p>Innovation</p> <p>Fidèles à notre culture de l'innovation, nous nous concentrons sans relâche sur le développement de produits nouveaux et innovants, respectueux de l'environnement.</p>



Créer des produits essentiels de haute qualité, sûrs, abordables et dans lesquels chacun a confiance



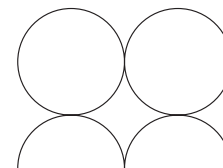
<p>INNOVATION OUVERTE ET CENTRÉE SUR LE CONSOMMATEUR</p>	<p>ORGANISATION INDUSTRIELLE ET CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT MONDIALE CENTRÉE SUR LA VALEUR</p>	<p>EXCELLENCE COMMERCIALE RENFORCÉE</p>
<p>DÉVELOPPEMENT DURABLE INTÉGRÉ</p>		
<p>COLLABORATEURS ENGAGÉS</p>		

GRÂCE AU PLAN HORIZON, NOUS ÉVOLUONS D'UN MODÈLE ÉCONOMIQUE FONDÉ SUR LES VOLUMES VERS UN MODÈLE DAVANTAGE AXÉ SUR LA VALEUR. UN MODÈLE QUI REPOSE DÉSORMAIS SUR UNE ATTENTION ACCRUE AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS ET SUR DES ENGAGEMENTS RENFORCÉS EN TERMES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE.

Bien-être et sécurité au travail

Pour favoriser l'engagement et la fidélité de nos équipes, nous nous efforçons de faire en sorte que leurs tâches quotidiennes soient enrichissantes et sûres.

- **1,63 de taux de fréquence des accidents du travail**
- **1,4 % de taux d'absentéisme**
- **-32% d'accidents déclarés**

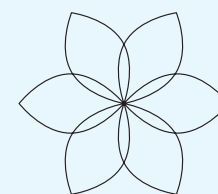


Une empreinte environnementale réduite

Nous avons considérablement réduit l'empreinte environnementale de BIC en travaillant sur l'ensemble de notre chaîne de production : de la création du produit à la fin de son cycle de vie, en passant par une stratégie de recyclage et des émissions contrôlées des usines et des bureaux BIC.

- **+7 % de consommation d'eau***
- **+3 % de consommation d'énergie***
- **-13 % production de déchets***
- **-4 % d'émissions de gaz à effet de serre (GES) (scopes 1 & 2)***

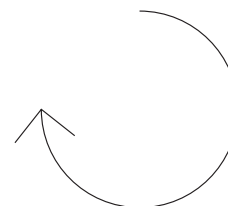
*par tonne de production entre 2019 et 2020



Des produits qui durent longtemps

Nous accélérons l'innovation pour relever les défis de demain : répondre aux besoins des consommateurs tout en réduisant l'impact environnemental des produits BIC®. Avec les préoccupations croissantes de la société en matière d'environnement, nous sommes de plus en plus reconnus pour nos produits de haute qualité et durables.

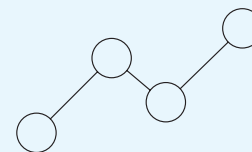
- **2 km d'écrire pour un stylo à bille BIC®**
- **3 000 flammes pour un briquet BIC®**
- **17 jours de rasage avec le rasoir BIC® Flex 3**



Une croissance rentable à long terme

En tant qu'entreprise, la création de valeur financière est essentielle à la pérennité de BIC. Au fil des ans, nous sommes restés engagés à créer de la valeur pour toutes nos parties prenantes, avec une attention particulière sur le partage de notre succès avec nos actionnaires.

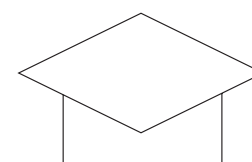
- **1 627,9 M€ de chiffre d'affaires**
- **93,7M€ de résultat net**
- **83,1 M€ de dépenses d'investissement**
- **110,2M€ de dividendes ordinaires**



L'éducation, une priorité

Motivés par notre conviction que l'éducation est essentielle pour lutter en faveur du libre arbitre, du développement de l'autonomie et contre la pauvreté, nous poursuivons notre engagement avec des objectifs ambitieux fixés en 2018, afin d'améliorer les conditions d'apprentissage de 250 millions d'enfants dans le monde d'ici à 2025.

- **142 projets philanthropiques soutenus**
- **118 M d'enfants dont les conditions d'apprentissage ont été améliorées depuis 2018**
- **1,4 M€ investi dans les actions de mécénat**



Répond

AUX TENDANCES
DE CONSOMMATION




« Human Expression », « Flame for Life » et « Blade Excellence » reflètent la transformation de BIC, d'une approche tournée vers les produits, à une approche centrée sur les consommateurs. Ce recadrage des activités permet au Groupe de tirer parti des tendances de consommation et de stimuler sa croissance à long-terme, tout en renforçant ses efforts en matière de développement durable.

dre

- 22 ▶ D'une approche axée sur le produit à une approche centrée sur le consommateur
- 23 ▶ Trois compétences en support de la nouvelle stratégie
- 23 ▶ 1. Innover pour répondre aux besoins du consommateur
- 24 ▶ 2. Une chaîne d'approvisionnement mondiale axée sur la valeur
- 25 ▶ 3. Excellence commerciale
- 26 ▶ Développement durable : au cœur du développement de BIC

D'UNE APPROCHE AXÉE SUR LE PRODUIT À UNE APPROCHE CENTRÉE SUR LE CONSOMMATEUR

AFIN DE NOUS ADAPTER AUX ATTENTES ACTUELLES ET FUTURES DE NOS CONSOMMATEURS, NOUS ADOPTONS UNE DÉMARCHE PRAGMATIQUE QUI CONSISTE À PASSER D'UNE APPROCHE AXÉE SUR LE PRODUIT À UNE APPROCHE CENTRÉE SUR LE CONSOMMATEUR. NOUS AVONS REPENSÉ NOS TROIS ACTIVITÉS : DE LA PAPETERIE À « HUMAN EXPRESSION », DES BRIQUETS À « FLAME FOR LIFE » ET DES RASOIRS À « BLADE EXCELLENCE ». CE CHANGEMENT, QUI PERMET UN ÉLARGISSEMENT DE NOS MARCHÉS CIBLES À DES SEGMENTS ADJACENTS À CROISSANCE RAPIDE, CONTRIBUERA À LA CROISSANCE ET À LA CRÉATION DE VALEUR À LONG TERME.

	PRINCIPALES TENDANCES	POURQUOI CHANGER	RÉALISATIONS 2020
<p>De la Papeterie à... Human Expression</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Forte demande de produits de coloriage • Nouveau modèle d'apprentissage en ligne affectant la demande d'instruments d'écriture • Passage à des achats en ligne 	<p>«Human Expression» va au-delà des instruments d'écriture et intègre la créativité et l'écriture digitale.</p> <p>L'ouverture de marchés adjacents, tels les arts créatifs, la création sur la peau « skin creation » et l'écriture digitale, va multiplier par quatre la valeur estimée du marché potentiel total de BIC, qui devrait atteindre 80 milliards d'euros d'ici 2025</p>	<p>En novembre 2020, BIC a fait l'acquisition de Rocketbook, la marque leader de carnets intelligents et réutilisables aux États-Unis, un tremplin idéal pour BIC dans le segment émergent de l'écriture digitale</p>
<p>Des Briquets à... Flame for Life</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Diminution de la consommation de tabac • Besoin de personnalisation • Augmentation de la demande de briquets utilitaires 	<p>En tirant parti de toutes les occasions d'utiliser une flamme et en évoluant vers un modèle fondé sur la valeur, la stratégie « Flame for Life » soutiendra la rentabilité et stimulera la croissance de l'activité briquets.</p> <p>Alors que 50 % de l'utilisation des briquets n'est pas liée à la consommation du tabac, ce marché présente un énorme potentiel de croissance pour BIC</p>	<p>En juin 2020, BIC a acquis Djeep, l'un des principaux fabricants de briquets et un fournisseur clé du marché des briquets décorés. Cette acquisition renforce la position de BIC dans les briquets de poche, ouvrant des opportunités de croissance substantielles en Europe et en Amérique du Nord, en offrant au consommateur une valeur réelle à un prix premium</p>
<p>Des Rasoirs à... Blade Excellence</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement des habitudes de rasage (rasage du visage moins fréquent, rasage du corps et taille de la barbe plus fréquents) • Augmentation des achats en ligne 	<p>BIC capitalise sur sa R&D de pointe et ses capacités de fabrication pour permettre à d'autres marques de tirer parti de l'excellence de ses lames (Blade Excellence). Cette stratégie permet à BIC de cibler la totalité du marché du rasage mécanique et des lames de précision tout en apportant des innovations centrées sur le consommateur</p>	<p>La gamme de rasoirs hybrides Développement Durable</p> <p>Lancée en 2021, elle illustre la capacité de BIC à créer de nouvelles gammes de produits durables. Ce rasoir hybride et révolutionnaire, pour les hommes et pour les femmes, est facile à recharger et fabriqué à partir de matériaux recyclés et soigneusement sélectionnés pour répondre aux critères de qualité de la production</p>

TROIS COMPÉTENCES POUR VALORISER LA NOUVELLE STRATÉGIE

NOTRE PLAN HORIZON RÉPOND AUX DÉFIS MONDIAUX D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN EN EXPLOITANT TROIS LEVIERS : L'INNOVATION, L'OPTIMISATION DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE MONDIALE ET L'EXCELLENCE COMMERCIALE.

1

Innover pour répondre aux besoins du consommateur

INNOVER SIGNIFIE ADAPTER L'OFFRE DE PRODUITS GRÂCE AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES AFIN DE RÉPONDRE PLEINEMENT AUX ATTENTES DU CONSOMMATEUR.

Exploiter l'Internet des objets (IoT) et l'intelligence artificielle (IA)

BIC utilise l'IoT, l'IA et les technologies d'apprentissage automatique pour collecter des données sur la façon dont les consommateurs utilisent ses produits afin de mieux répondre à leurs besoins.

Engager un dialogue direct avec les consommateurs

BIC interagit et co-crée avec les consommateurs à travers les défis hebdomadaires menés par de la communauté créative BIC. Un exemple de produit lancé cette année par le biais de ce processus : le BIC® Clic Stic PrevaGuard™.

Un écosystème d'innovation ouvert

Développé avec IProva, le Data-Driven Invention Lab de BIC identifie les technologies émergentes dans d'autres secteurs et pouvant être utilisées par le Groupe. Son partenariat avec Plug&Play permet par exemple à BIC d'accéder à une grande variété de start-ups et de talents.

Innovation durable

Les efforts d'innovation de BIC sont motivés par un souci constant de durabilité. Les nouveaux produits sont approuvés et développés après évaluation de leur durabilité. Un exemple récent : le lancement prévu d'une gamme complète de rasoirs hybrides fabriqués et emballés à partir de matériaux recyclés.

7,6 %

du chiffre d'affaires 2020 vient de l'innovation introduite au cours des trois dernières années

346

brevets en portefeuille à fin 2020

L'innovation en action : le Rasoir Connecté

BIC a étudié en temps réel les besoins d'un panel de plus de 500 consommateurs en utilisant un « rasoir connecté ». Grâce à des capteurs IoT qui ont transmis directement les données à l'équipe R&D de BIC et à la technologie d'IA, le rasoir a collecté des données sur l'intégralité de l'expérience de rasage, notamment la température, l'humidité, la densité des poils et la vitesse de rasage. L'un des résultats de cette étude est le développement d'une technologie de rasage des poils longs sans obstruction de la tête de recharge, une consommation d'eau réduite et une meilleure expérience de rasage.

TROIS COMPÉTENCES POUR APPUYER LA NOUVELLE STRATÉGIE

2

Une chaîne d'approvisionnement mondiale axée sur la création de valeur

LE MOTEUR DE LA TRANSFORMATION EN UNE ENTREPRISE MONDIALE, AXÉE SUR LE CLIENT ET LE CONSOMMATEUR, EST UNE CHAÎNE GLOBALE D'APPROVISIONNEMENT GUIDÉE PAR LES TROIS MAÎTRES-MOTS DE BIC : FIABILITÉ, RÉACTIVITÉ ET RÉDUCTION DES COÛTS.

Un partenaire commercial fiable

Notre ponctualité et notre capacité de production sont le socle de la fiabilité de BIC. Les relations étroites de BIC avec ses fournisseurs stratégiques et l'éco-système de ses fabricants sous-licence (OEM) sont la clé de la flexibilité du portefeuille de produits du Groupe.

Répondre à un monde qui change

En gérant, segmentant et agissant pour assurer l'efficacité de son portefeuille, BIC met ses produits sur le marché plus rapidement que jamais. Cela implique un niveau de gamme et de valeur adapté pour les clients, qui libère de la place pour de nouvelles références innovantes.

Réduction des coûts et optimisation de notre empreinte industrielle

Partout dans le monde, BIC s'adapte à un environnement en évolution, en améliorant l'efficacité de sa fabrication et en générant des économies d'échelle. L'objectif : produire plus près du client, raccourcir les délais d'exécution, répondre plus rapidement aux nouvelles demandes du marché, minimiser l'impact environnemental et réduire les coûts.

13

millions d'euros d'économies réalisées en 2020 grâce à l'amélioration de l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement

Réduction des coûts d'approvisionnement

Notre chaîne logistique contribuera pour plus de 60 % à l'objectif global de BIC - visant à effectuer 50 millions d'euros d'économies d'ici 2022 - grâce à l'optimisation du mix de fournisseurs de produits, une plus grande efficacité de fabrication, l'amélioration de la productivité et la réduction des coûts de stockage.

Réduction de
25 %
 de références
 => 10 % d'économie en 2020

3

Excellence commerciale

TROIS COMPOSANTES GUIDENT NOTRE PROJET DE TRANSFORMATION COMMERCIALE : LA DISTRIBUTION OMNISCANALE, LE REVENUE GROWTH MANAGEMENT ET LA GESTION DE PORTEFEUILLE.

Distribution omniscanale

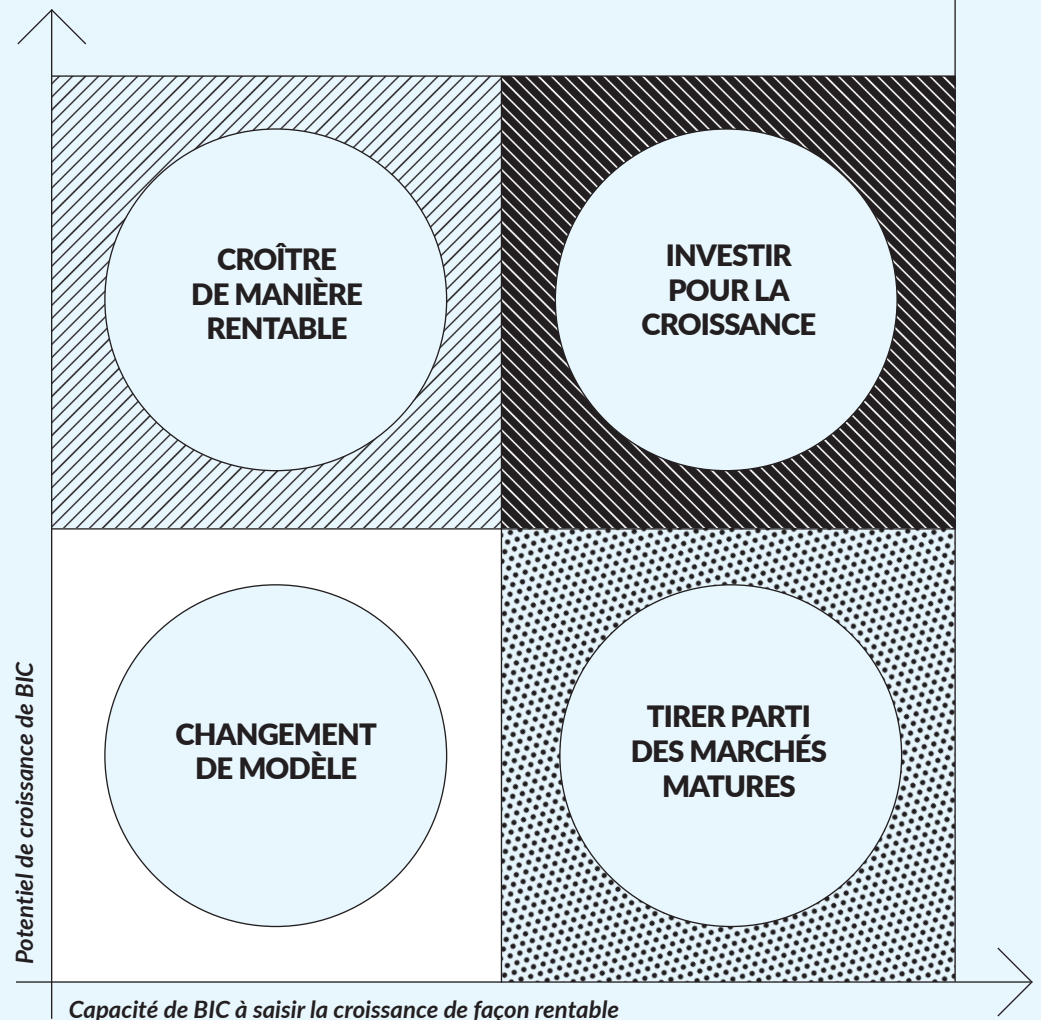
Grâce à sa stratégie omniscanale, BIC crée une expérience fluide d'achat en ligne et hors ligne.

Revenue growth management

Il repose sur une approche analytique des prix fondée sur les données, sur une meilleure efficacité promotionnelle, sur une personnalisation à grande échelle et sur une réduction de la complexité interne.

Gestion de portefeuille

L'approche de BIC en matière de gestion de portefeuille consiste à allouer les ressources aux marchés les plus prometteurs, investir dans les régions au fort potentiel de développement, modifier les modèles économiques sur les marchés à faible potentiel et accroître la rentabilité des marchés matures.



+18 %

croissance du chiffre d'affaires dans le e-commerce en 2020

DÉVELOPPEMENT DURABLE : AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT DE BIC

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE A DEPUIS PLUS DE 15 ANS GUIDÉ LA FAÇON DONT BIC GÈRE SES ACTIVITÉS. L'AMBITION DE BIC « WRITING THE FUTURE, TOGETHER » DÉCRIT NOTRE ENGAGEMENT À AGIR COMME UNE ENTREPRISE RESPONSABLE, EN LIMITANT NOTRE IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT ET EN ÉTANT À LA HAUTEUR DES ATTENTES DE NOS PARTIES PRENANTES.

Le développement durable est intégré à notre approche et sous-tend toutes nos actions et décisions. Nous travaillons pour réduire l'empreinte environnementale et sociétale de nos produits et de nos opérations, notamment par une transformation complète de notre approche des plastiques. Nous nous engageons à lutter contre le changement climatique. Pour BIC, une entreprise ne peut exister sans respecter les principes éthiques et les droits de l'homme ou agir avec intégrité. Nous nous devons d'offrir à nos employés un lieu de travail sûr, étendre notre approche responsable tout au long de la chaîne d'approvisionnement et nous investir dans l'éducation. En tant qu'entreprise citoyenne, nous soutenons les communautés locales dans lesquelles nous exerçons nos activités. Avec ces actions mais aussi bien d'autres, nous nous efforçons d'améliorer constamment nos performances tout en participant à la création d'un avenir durable pour nous tous.

Gouvernance

Chez BIC, le développement durable est intégré dans les processus de gouvernance. Les programmes et les actions liés au développement durable, notamment le changement climatique, les plastiques et les progrès dans la réalisation des ambitions de « Writing the Future, Together », figurent régulièrement à l'ordre du jour du Comité Exécutif. Le Programme de Développement Durable, ses objectifs et son niveau d'avancement font l'objet d'une présentation, au moins une fois par an, au Conseil d'Administration et aux actionnaires lors de l'Assemblée Générale.

Les défis posés par le changement climatique sont évalués en termes de risques et d'opportunités spécifiques et identifiés. Ils sont également pris en compte dans l'élaboration de la stratégie, des plans d'action et du suivi des enjeux de BIC.

1

FAVORISER L'INNOVATION DURABLE DANS LES PRODUITS BIC®

Description

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

Principales réalisations de 2020

- Fin 2020, l'outil EMA, qui comprend le processus et les critères d'évaluation et d'amélioration des produits, a été finalisé et intégré dans les modèles opérationnels
- 19 produits BIC® labellisés NF Environnement
- 4,3 % de produits BIC® fabriqués à partir de matière recyclée ou alternative
- Fin 2020, plus de 50 millions de stylos avaient été collectés via TerraCycle

Engagement 2025

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

ODD des Nations Unies¹




¹ Objectifs de développement durable des Nations Unies


2 AGIR CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

<p>Description</p> <p>Le Groupe BIC déploie une approche globale en matière de consommation énergétique (efficacité énergétique, utilisation d'énergie renouvelable, etc.) en se basant sur une feuille de route développée par le Groupe et sur des choix au niveau local</p>	<p>Principales réalisations de 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> Utilisation de 80 % d'électricité renouvelable - Objectif atteint Installation de panneaux solaires à Daman (Inde) Signature d'un partenariat avec Schneider Electric pour la mise en place d'outils de gestion de la consommation d'énergie sur tous les sites
<p>Engagement 2025 D'ici 2025, BIC utilisera 80 % d'électricité renouvelable</p>	<p>ODD des Nations Unies¹</p> 


3 S'ENGAGER POUR LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL

<p>Description</p> <p>Le Groupe est attaché à la sécurité, la santé et le bien-être de tous ses collaborateurs</p>	<p>Principales réalisations de 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> 50 déclarations d'accident (-32 % versus 2019) Mise en oeuvre des feuilles de route pour la santé-sécurité, retardée en raison de la COVID-19 Construction d'un système centralisé de gestion de la santé-sécurité Formalisation des fiches de poste HSE Mise en oeuvre du tableau de bord de la sécurité
<p>Engagement 2025 D'ici 2025, BIC vise zéro accident sur ses sites</p>	<p>ODD des Nations Unies¹</p> 

4 IMPLIQUER DE MANIÈRE PROACTIVE LES FOURNISSEURS

<p>Description</p> <p>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, l'équipe Achats analyse l'ensemble des risques, puis sélectionne les fournisseurs stratégiques et travaille de concert avec ces derniers en adoptant une démarche responsable</p>	<p>Principales réalisations de 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> 300 fournisseurs stratégiques identifiés fin 2020 25,8 %² des fournisseurs stratégiques ont intégré le programme d'achats responsables 100 % des acheteurs sont formés au processus d'achats responsables
<p>Engagement 2025 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</p>	<p>ODD des Nations Unies¹</p> 

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

<p>Description</p> <p>L'éducation a le pouvoir de changer le monde et a toujours été au centre des préoccupations du Groupe</p>	<p>Principales réalisations de 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> Amélioration des conditions d'apprentissage de plus de 118 millions d'enfants depuis 2018 53 % des actions de mécénat sont en faveur de l'éducation
<p>Engagement 2025 D'ici 2025, BIC améliorera les conditions d'apprentissage de 250 millions d'enfants dans le monde</p>	<p>ODD des Nations Unies¹</p> 

¹ Objectifs de développement durable des Nations Unies

² Hors Cello Pens

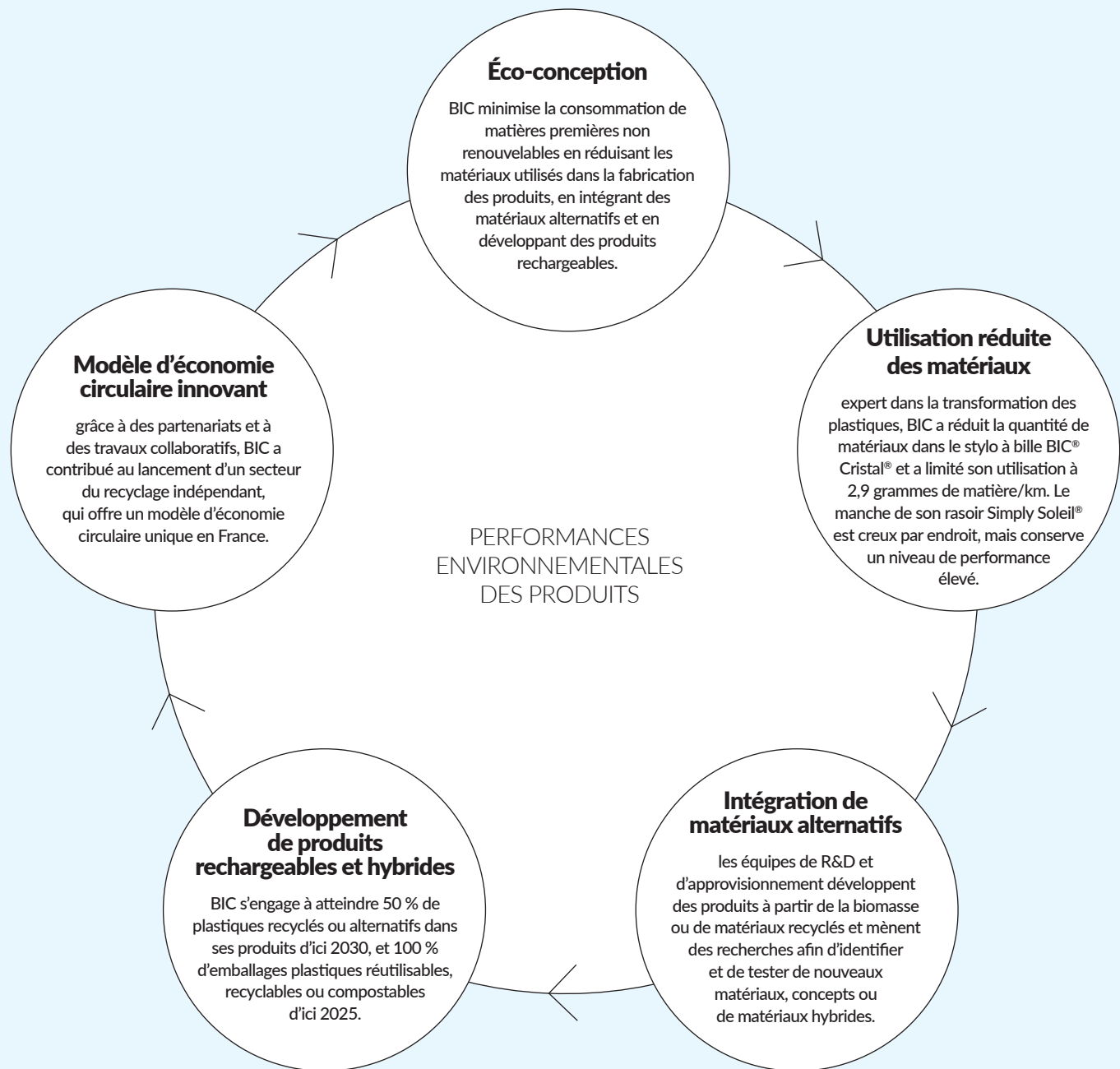
Nouveaux engagements pour les plastiques

En 2020, dans le cadre de son plan Horizon, BIC a renforcé sa contribution au Développement Durable. Le Groupe a défini deux objectifs ambitieux pour réduire son empreinte sur le climat et l'environnement liée à l'utilisation des plastiques :

- D'ici 2025, 100 % de ses emballages consommateurs plastiques seront réutilisables, recyclables ou compostables
- D'ici 2030, 50 % de plastiques recyclés ou alternatifs seront utilisés dans la fabrication de ses produits

A travers ces objectifs, BIC répond simultanément à trois grands défis environnementaux : le changement climatique, l'épuisement des ressources naturelles dû à la consommation de combustibles fossiles et la pollution environnementale, en particulier la pollution plastique dans les océans et sur terre.

L'achat de marchandises compte pour 29 % de l'empreinte carbone du Groupe BIC, en particulier les matériaux achetés pour la fabrication des produits. Les plastiques représentent 21 % de l'empreinte carbone du Groupe. BIC estime que réaliser ces engagements pourrait réduire ses émissions de CO₂ d'environ 10 % d'ici 2030.



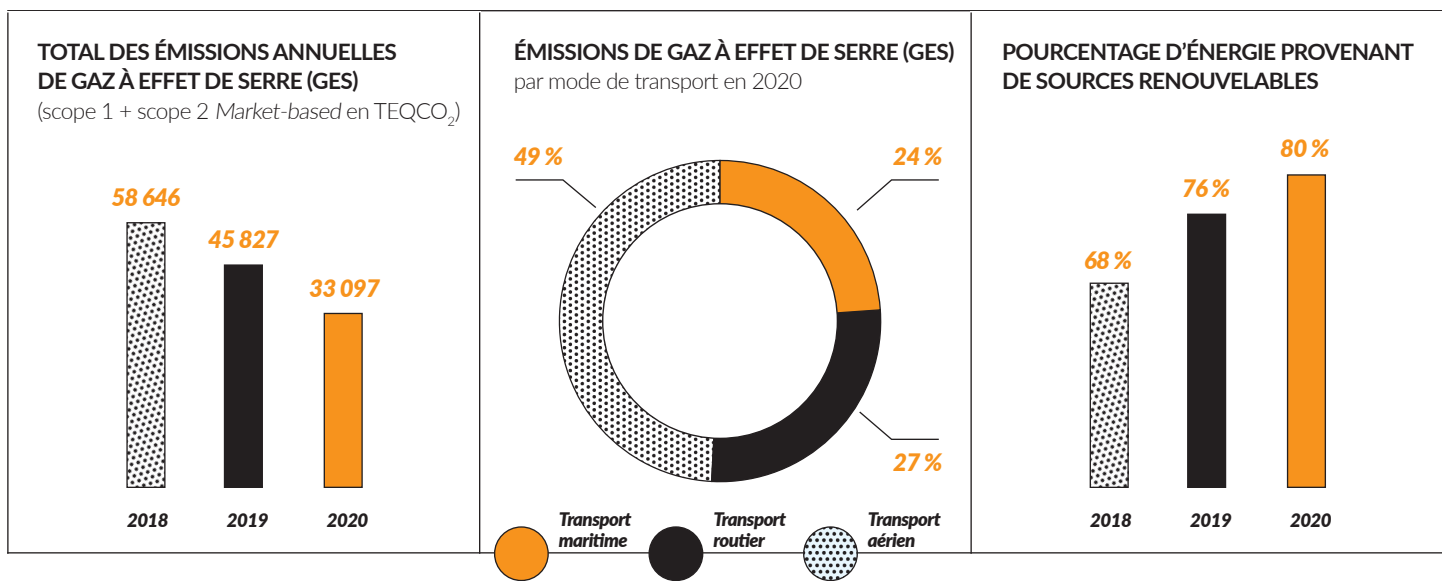
Le développement durable en action

Grâce à son approche « 4 R » (réduire, utiliser des matériaux recyclés et alternatifs, recharger, recycler), BIC contribue à la progression de l'économie circulaire.

PHILOSOPHIE DES « 4 R »...	...APPLIQUÉE AUX PRODUITS BIC®
Réduire la consommation de matière	Le stylo à bille BIC® Cristal®, grâce à son utilisation optimisée des matériaux, a une longueur d'écriture minimum de plus de 2 km et n'utilise que 2,9 grammes de matière par kilomètre d'écriture, contre 6,6 grammes pour la concurrence
Recourir aux matières Recyclées ou alternatives	Fin 2020, BIC a lancé le briquet utilitaire EZ Reach, avec une empreinte environnementale réduite des deux tiers par rapport au briquet utilitaire U140
Concevoir et fabriquer des produits Rechargeables	Le rasoir hybride BIC®, vendu avec un manche et quatre à six têtes, utilise moins de matière plastique et dure au moins quatre fois plus longtemps qu'un rasoir standard non rechargeable
Concevoir et fabriquer des produits Recyclables	Le mobilier Ubicity™ est fabriqué à partir de stylos usagés, transformés en plastique recyclable et imputrescible, résistant aux rayons ultraviolets et aux graffitis, et aussi extrêmement robuste et facile à entretenir

Un reporting climat renforcé

En 2020, BIC a renforcé son reporting lié au climat conformément aux recommandations de la « Task Force on Climate-related Financial Disclosure » (TCFD).



GOUVERNANCE	STRATÉGIE	GESTION DES RISQUES	INDICATEURS ET OBJECTIFS
<ul style="list-style-type: none"> Le développement durable et le changement climatique sont intégrés à la prise de décisions et aux processus de cartographie des risques L'équipe dirigeante passe en revue les engagements chaque année, y compris ceux qui contribuent à la lutte contre le changement climatique En 2020, le Directeur Général de BIC a renouvelé la signature du « French Business Climate Pledge » 	<p>La stratégie de BIC pour faire face aux risques et aux opportunités liés au changement climatique comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> L'utilisation d'énergies renouvelables pour l'approvisionnement énergétique des sites L'optimisation de la consommation d'énergie La diminution des émissions liées aux achats La réduction de l'empreinte carbone des activités de transport 	<ul style="list-style-type: none"> Les risques liés au climat provenant de sources externes et internes sont intégrés aux processus d'identification, d'évaluation et de gestion des risques à l'échelle de l'entreprise Ces risques sont gérés et intégrés dans la cartographie globale des risques par le Comité Exécutif, puis revus par le Conseil d'Administration 	<ul style="list-style-type: none"> En 2020, BIC a révisé sa méthode d'évaluation des émissions de Scope 3 pour assurer un reporting annuel sur tous les postes d'émissions liés à ses activités, en plus des achats de matières premières et du fret sortant En 2020, BIC fait partie de l'indice d'investissement socialement responsable CDP Climat 2020 au niveau de leadership A-

Assure

UNE VISION
À LONG TERME

Supervisée par le Conseil d'Administration et mise en œuvre par l'équipe dirigeante, la stratégie de BIC pour une croissance durable repose sur le professionnalisme et l'engagement de ses équipes.

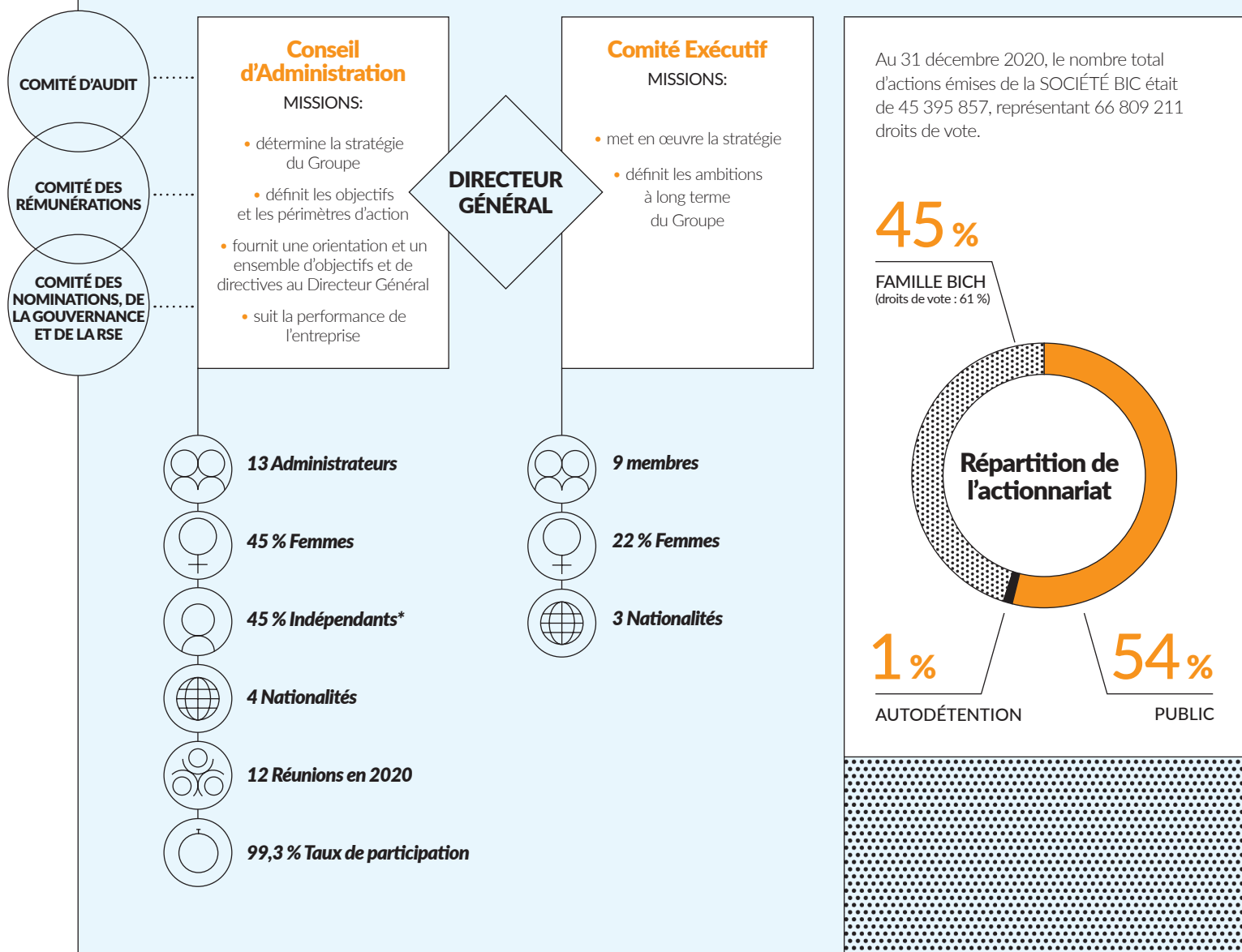
- 32 ► **Une gouvernance conçue pour soutenir une croissance durable**
- 32 ► *Une gouvernance claire et bien structurée*
- 33 ► *Un Conseil d'Administration engagé pour stimuler la croissance de BIC*
- 34 ► *Un Conseil d'Administration actif, soutenu par ses comités*
- 35 ► *Un Comité Exécutif qui met en œuvre la stratégie*
- 36 ► **Nos collaborateurs : la clé de notre transformation**
- 38 ► **Un système de rémunération juste et motivant**
- 40 ► **Risques et opportunités**
- 41 ► **Un système efficace de gestion des risques**



UNE GOUVERNANCE CONÇUE POUR SOUTENIR UNE CROISSANCE DURABLE

Une gouvernance claire et bien structurée

La gouvernance de BIC est organisée de manière à assurer le bon fonctionnement du Groupe et le respect de ses valeurs



* Conformément au Code AFEP-MEDEF, les administrateurs qui représentent les salariés ne sont pas pris en compte dans l'évaluation du ratio d'administrateurs indépendants. En outre, conformément à la loi, les administrateurs qui représentent les salariés ne sont pas inclus dans l'évaluation du pourcentage de femmes au sein du Conseil. Données au 31 décembre 2020.

Un Conseil d'Administration engagé pour stimuler la croissance de BIC

Le Conseil d'Administration a pour mission de définir la stratégie du Groupe. Il s'appuie sur trois comités spécialisés : le Comité des Rémunérations, le Comité d'Audit et le Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la Responsabilité sociale d'entreprise (RSE).



● Indépendant

1 Pierre Vareille ●

Président du Conseil d'Administration

Nommé Administrateur indépendant le 14 mai 2009.

Président du Conseil d'Administration depuis le 16 mai 2018

Expertises : Management, Finance, Production

2 Gonzalve Bich

Administrateur et Directeur Général

Administrateur et Directeur Général depuis le 16 mai 2018

Expertises : Management, International, Consommateur, Innovation, Ressources Humaines

3 Elizabeth Bastoni ●

Administratrice

Nommée Administratrice indépendante le 15 mai 2013.

Présidente du Comité des Rémunérations, Présidente du Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE

Expertises : Consommateur, Ressources Humaines, RSE

4 Vincent Bedhome

Administrateur

Représentant des salariés.

Nommé Administrateur le 13 décembre 2017. Membre du Comité des Rémunérations

Expertise : Production

5 Marie-Aimée Bich-Dufour

Administratrice

Nommée Administratrice le 22 mai 2019. Membre du Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE

Expertises : Droit, RSE

6 Timothée Bich

Administrateur

Coopté Administrateur le 10 décembre 2019.

Cooptation ratifiée par l'Assemblée Générale des Actionnaires de BIC du 20 mai 2020

Expertises : Finance, International

7 Maëlys Castella ●

Administratrice

Nommée Administratrice indépendante le 22 mai 2019.

Membre du Comité des Rémunérations et Présidente du Comité d'Audit

Expertises : Finance, RSE, Innovation

8 Marie-Pauline Chandon-Moët

Administratrice

Nommée Administratrice le 28 mai 2003

Expertises : Consommateur, Management

9 John Glen

Administrateur

Coopté Administrateur indépendant le 10 décembre 2008.

Cooptation ratifiée par l'Assemblée Générale des Actionnaires de BIC le 14 mai 2009

Expertises : Management, Finance

10 Inna Kostuk

Administratrice

Nommée Administratrice le 8 Décembre 2020.

Représentante des salariés

Expertise : Finance

11 Candace Matthews ●

Administratrice

Nommée Administratrice indépendante le 10 mai 2017.

Membre du Comité d'Audit et du Comité des Nominations, de la Gouvernance et de la RSE

Expertises : Management, Distribution, Consommateur, International

12 Société MBD

Administratrice

Représentée par Édouard Bich. Nommé Administrateur le 24 mai 2006. Membre du Comité d'Audit

Expertises : Investissements, Finance

13 Jake Schwartz ●

Nommé Administrateur

indépendant le 20 mai 2020

Membre du Comité d'Audit.

Expertises : Digital, Finance, Management

¹ Prenant acte de la perte de son statut d'Indépendant douze ans après sa première nomination comme Administrateur, Pierre Vareille a informé le Conseil qu'il ne sollicitera pas le renouvellement de son mandat d'Administrateur lors de l'Assemblée Générale Annuelle des Actionnaires du 19 mai 2021. Le recrutement d'un nouveau Président non Exécutif indépendant reste en cours, mais ne pourra être finalisé avant l'Assemblée Générale Annuelle des Actionnaires 2021. Le Conseil d'Administration proposera donc aux actionnaires de renouveler le mandat d'Administrateur de John Glen lors de la prochaine Assemblée Générale des Actionnaires, et entend le nommer Président non Exécutif par intérim. Le mandat de John Glen en tant qu'administrateur sera effectif pour une période d'un an. Le Conseil d'Administration a par ailleurs prévu de nommer Elizabeth Bastoni Administrateur Indépendant Référént dans l'intérim.

Un Conseil d'Administration actif, soutenu par ses comités

En 2020, le Conseil d'Administration s'est fortement mobilisé pendant la crise sanitaire de la Covid-19. En plus de ses obligations habituelles (ex. : établissement des comptes, revue des résultats trimestriels, validation du budget annuel, approbation des éléments de rémunérations des dirigeants mandataires sociaux, etc.), le Conseil a notamment statué sur les sujets suivants :

- L'évaluation de la composition et de la performance du Conseil conduite avec le support d'un cabinet de conseil spécialisé et la mise en œuvre des actions consécutives
- La revue du Rapport sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise 2019 et le suivi des objectifs et plans d'actions du Groupe en matière de développement durable
- L'actualisation des plans d'urgence de succession pour le Directeur Général et pour le Président du Conseil d'Administration
- La détermination et la mise en œuvre de la succession au Comité d'Audit
- L'élaboration des plans de succession des mandataires sociaux, exécutifs ou non exécutifs, et des administrateurs
- La définition et la revue des mesures de protection contre la Covid-19 et de la manière dont l'activité s'est adaptée. La revue des impacts de la pandémie sur les résultats du Groupe, sur ses marchés ainsi que des plans commerciaux de la Société, les mesures applicables aux employés en ce compris la révision des plans d'intéressement à court et long terme au regard de la crise de la Covid-19
- L'élaboration du modèle de financement du Groupe et l'actualisation des scénarii en fonction des ventes et des résultats
- L'étude des options de financements externes du Groupe et la sécurisation de l'accès à des financements externes
- L'examen du plan d'atténuation des risques du Groupe
- Le contrôle de la mise en route de la société prestataire de services internes à Sofia ainsi que de la pertinence des contrôles internes y relatifs

LES ADMINISTRATEURS NON EXÉCUTIFS AINSI QUE LES ADMINISTRATEURS INDÉPENDANTS SE SONT RÉUNIS À PLUSIEURS REPRIS AU COURS DE L'EXERCICE 2020

Trois Comités présidés par des administrateurs indépendants

Chaque Comité est composé d'administrateurs dont les compétences sont indispensables à la conduite de ses missions



Comité d'Audit

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



Comité des Rémunérations

Le Comité des Rémunérations, en collaboration avec le Comité d'Audit, fait des recommandations sur la politique de rémunération du Président du Conseil d'Administration et des dirigeants, et sur tous leurs éléments de rémunération et/ou avantages, sur les rémunérations des Administrateurs et sur les mesures de performance



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 et au fonctionnement du Conseil d'Administration. Il propose au Conseil des solutions pour la planification de la succession du Président du Conseil d'Administration et des Dirigeants et examine le rapport sur la responsabilité sociale, sociétale et environnementale, les mesures prises par le Groupe à cet égard et les progrès réalisés par rapport à la stratégie et aux engagements de BIC

Un Comité Exécutif qui met en œuvre la stratégie



1 Gonzalve Bich
Directeur Général

2 Thomas Brette
Insights et Innovation

Objectif : redynamiser nos processus d'innovation, en plaçant le consommateur au cœur de notre activité, 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

3 François Clément-Grandcourt
Briquets

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

4 Peter Dalsberg
Chaîne d'approvisionnement

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

5 Sara LaPorta
Stratégie et Développement Business

Objectif : développer une stratégie globale pour le Groupe, identifier et analyser les opportunités de croissance

6 Mallory Martino
Resources Humaines

Objectif : à travers la mise en place de processus de recrutement et de développement efficaces, développer les compétences organisationnelles et humaines, en support à la stratégie à long-terme

7 Charles Morgan
Technologies de l'Information

Objectif : diriger la fonction Technologies de l'Information du Groupe

8 Chad Spooner
Finance

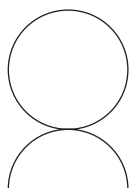
Objectif : développer une fonction finance « best-in-class » à travers la mise en place de processus transverses fiables et continuer à assurer l'exactitude du reporting et l'efficacité du planning financier afin d'améliorer la performance financière du Groupe

9 Chester Twigg
Ventes

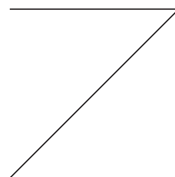
Objectif : diriger les activités commerciales et mettre en œuvre une stratégie de commercialisation omnicanale, en ligne et dans les réseaux physiques, en intégrant les compétences des nouvelles générations

LES COLLABORATEURS : LA CLÉ DE NOTRE TRANSFORMATION

UNIS PAR UNE CULTURE COMMUNE ET UNE VISION PARTAGÉE, TRAVAILLANT DANS UN ENVIRONNEMENT PROPICE À LEUR ÉVOLUTION ET À LEUR DÉVELOPPEMENT, LES COLLABORATEURS DE BIC SONT LA PIERRE D'ANGLE DE LA TRANSFORMATION DU GROUPE.



Santé et bien-être au travail



Développement des collaborateurs

ENJEUX

Assurer la santé et le bien-être de ses employés est un engagement prioritaire de BIC

La perte de collaborateurs expérimentés pourrait entraîner un ralentissement dans la mise en œuvre des plans de développement et de la stratégie de BIC

DÉMARCHE DE BIC

Grâce à différentes initiatives comme son programme « La Qualité de vie au travail », BIC définit des objectifs et des actions à mettre en place pour améliorer la qualité de vie sur le lieu de travail. Dans le cadre de son ambition de développement durable, BIC s'engage pour la sécurité sur le lieu de travail, avec un objectif de zéro accident sur ses sites d'ici 2025

Donner des opportunités d'évolution et de développement à ses collaborateurs est primordial pour BIC. Tous les collaborateurs du Groupe ont la possibilité d'apprendre et de se développer grâce à de nouvelles expériences professionnelles, des formations et des échanges continus

PRINCIPALES ACTIONS DE 2020

- Construction d'un système de management de la santé-sécurité centralisé
- Formalisation des fiches de poste HSE
- Mise en place du tableau de bord de la sécurité

Dans le cadre de la crise sanitaire de la COVID-19

- Fabrication et distribution de masques et de gel hydro-alcoolique
- Organisation du télétravail et ouverture d'une négociation pour un accord Groupe sur le télétravail

- Au 31 décembre 2020, tous les cours de BIC University avaient été convertis en formations virtuelles
- Poursuite des programmes de définition des plans de succession interne
- Développement et déploiement d'un programme de formation à la gestion de crise pour aider les collaborateurs à s'adapter à leur nouvel environnement

INDICATEUR DE PERFORMANCE

- 1,63 de taux de fréquence des accidents du travail
- Taux d'absentéisme (hors accidents du travail et congés de maternité) : 1,4%
- Effectifs permanents 2020 : 11 246 (-12 % vs 2019),
- Systèmes de gestion de la santé et de la sécurité opérationnels dans 86 % des sites BIC

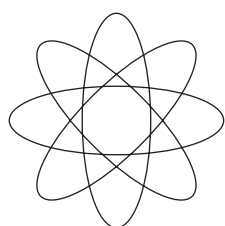
- Nombre de jours de formation 2020 : 24 202
- En 2020, plus de 2 000 collaborateurs ont suivi une formation complète dans 54 pays, et ce dans toutes les business units (+59 % vs 2019)

L'engagement de BIC en faveur de la diversité des sexes

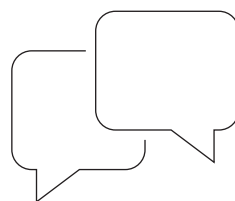
Les actions de BIC visant à améliorer la représentation des femmes dans ses effectifs portent leurs fruits :

- 36 % de femmes dans les 10 % de postes les plus importants
- 27 % de femmes aux postes de direction
- 22 % des membres du Comité Exécutif sont des femmes

Le Groupe s'est fixé comme objectif d'atteindre 40 % de femmes aux postes de direction d'ici fin 2027. Les programmes visant à consolider cette dynamique se proposent d'améliorer le processus d'identification et de gestion des talents, de dresser des listes de candidatures équilibrées selon le genre, d'introduire une formation obligatoire sur les biais inconscients et de revoir les offres d'emploi pour attirer et fidéliser les talents féminins.



Promotion de la diversité et de l'inclusion



Dialogue social

ENJEUX

La diversité et l'inclusion (D&I) sont une priorité avec l'objectif de représenter les communautés dans lesquelles BIC opère, ainsi que les clients et les consommateurs que le Groupe sert au quotidien. La diversité enrichit la culture de BIC et accroît le dynamisme de ses équipes. Elle est un moteur de l'innovation et un facteur essentiel du succès de l'entreprise

Créer et maintenir un niveau élevé d'engagement des salariés, écouter leurs attentes et y répondre

DÉMARCHE DE BIC

BIC s'engage dans de nombreux programmes et initiatives pour promouvoir la diversité et l'inclusion, y compris des programmes de formation, des communications de sensibilisation aux enjeux de D&I ou encore le parrainage de réseaux et de colloques

Les filiales nationales s'efforcent d'améliorer les conditions d'emploi, notamment en proposant des rémunérations et des avantages compétitifs et en investissant pour améliorer l'environnement de travail. Les actions sont discutées en amont avec les employés et leurs représentants

PRINCIPALES ACTIONS DE 2020

- Signature des normes des Nations unies pour la lutte contre la discrimination à l'égard des personnes LGBTQI+
- Participation au sommet américain pour le partage des bonnes pratiques en matière d'inclusion
- Lancement du programme « EmpowHerment » au sein du département Global Supply Chain et création du réseau « Women in Supply Chain »
- Création du groupe de leadership « Women @ BIC » en Amérique du Nord
- Lancement du programme « Alliances for Diversity & Inclusion », qui invite les collaborateurs à manifester leur intérêt pour la diversité et l'inclusion et à devenir des « Alliés »
- Lancement de l'académie « Black Leadership », pour soutenir les cadres et les dirigeants noirs du monde entier
- Adhésion au CEO Action for Diversity and Inclusion™, le plus grand engagement impulsé par des chefs d'entreprise visant à promouvoir la diversité et l'inclusion au travail

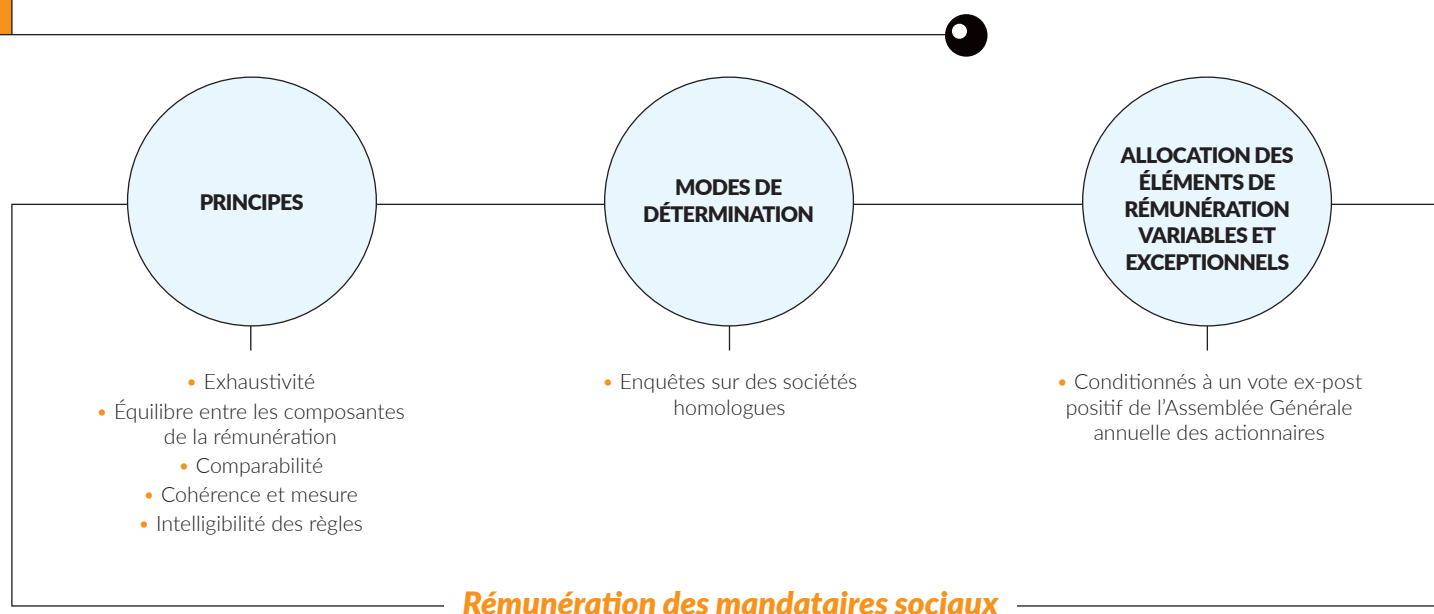
- Négociations des mesures de chômage partiel dues à la crise sanitaire et économique (France)
- Poursuite de la mise en œuvre du plan social (France)
- Enquêtes et discussions pour s'assurer qu'il n'y a pas eu de discrimination (États-Unis)
- Échanges et discussions sur la crise sanitaire et ses conséquences (États-Unis, Mexique, Brésil)

INDICATEUR DE PERFORMANCE

- Pourcentage de femmes managers : 36%
- Pourcentage de femmes non managers : 49%
- Nombre de travailleurs en situation de handicap : 137

UN SYSTÈME DE RÉMUNÉRATION JUSTE ET MOTIVANT

BIC CHERCHE À PÉRENNISER UN SYSTÈME DE RÉMUNÉRATION JUSTE ET MOTIVANT QUI PERMETTE AU GROUPE DE CONJUGUER COMPÉTITIVITÉ ET ATTRACTIVITÉ. IL REPOSE SUR TROIS PRINCIPES FONDAMENTAUX : LA RECONNAISSANCE DE LA PERFORMANCE INDIVIDUELLE ET/OU COLLECTIVE, L'ÉQUITÉ INTERNE ET LA COMPÉTITIVITÉ EXTERNE.



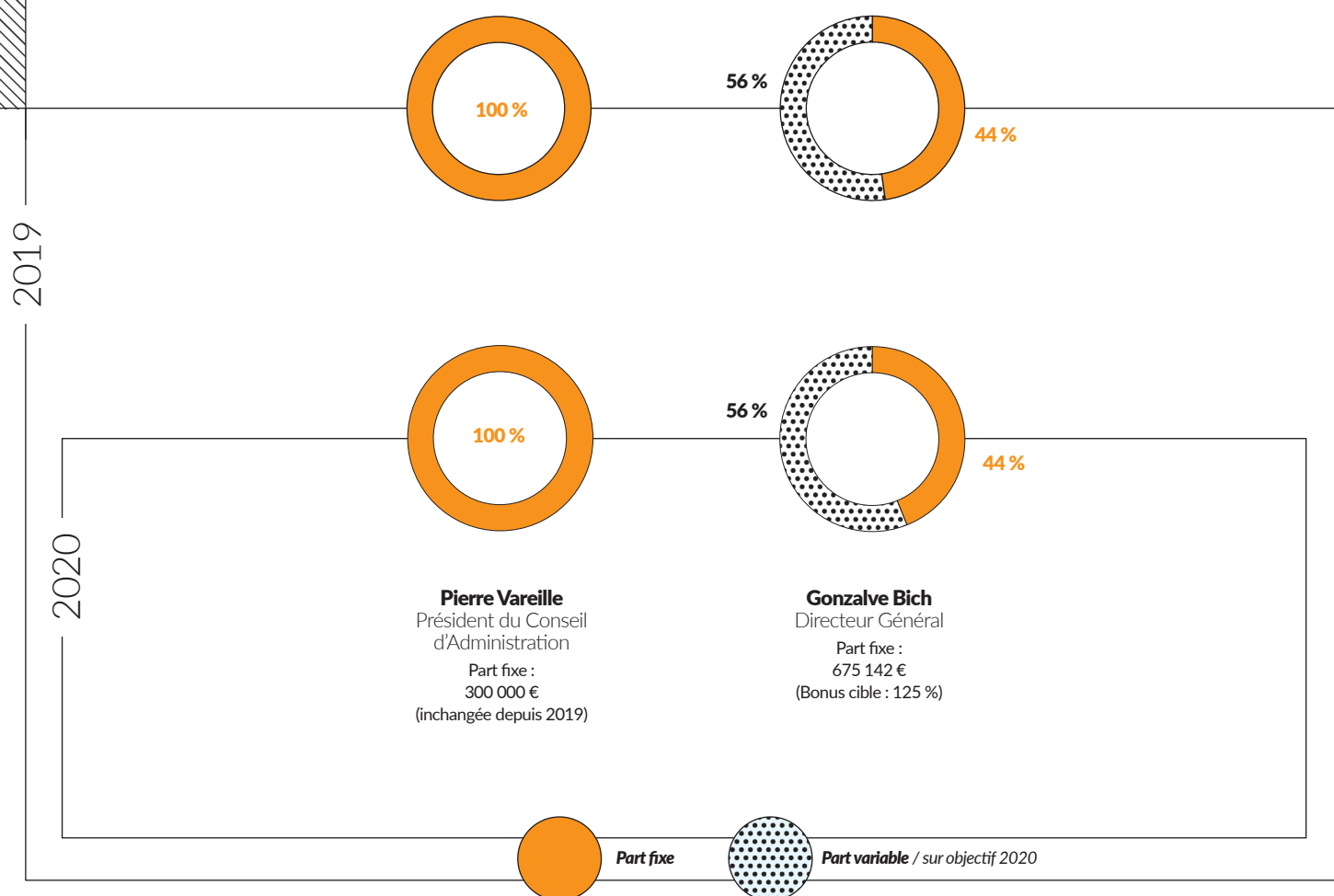
Politique de rémunération – principes spécifiques

(Président, Directeur Général, Directeurs Généraux Délégués)

Rémunération fixe annuelle (+ régime de retraite complémentaire et avantages en nature)	<ul style="list-style-type: none"> • Fixée par le Conseil d'Administration • Reflète les responsabilités, l'expérience et les compétences du Dirigeant
Rémunération variable annuelle (court terme)	<ul style="list-style-type: none"> • Critères établis pour renforcer la corrélation entre les résultats de l'entreprise et le versement des bonus • Continuer à mettre l'accent et à se concentrer sur la RSE dans le cadre des objectifs individuels • Structure de la rémunération variable : <ul style="list-style-type: none"> - 25 % chiffre d'affaires - 25 % résultat d'exploitation normalisé du Groupe - 20 % besoin en fonds de roulement - 30 % objectifs individuels: les objectifs individuels du Directeur Général incluent des critères de RSE. Pour 2020, un élément important était lié à l'exécution du Programme de Développement Durable « Writing the Future, Together »
Actions de performance (long terme)	<ul style="list-style-type: none"> • Le nombre total d'actions attribuées aux dirigeants ne dépassera pas 0,4 % du capital social • Performance calculée en fonction de deux critères : <ul style="list-style-type: none"> - Évolution du chiffre d'affaires - Flux nets de trésorerie liés à l'activité d'exploitation et évolution des stocks

Structure de la rémunération des Dirigeants

Le Conseil d'Administration, sur les recommandations du Comité des Rémunérations et conformément à la politique de rémunération déterminée, approuve chaque année la rémunération des mandataires sociaux.



Rémunération des collaborateurs

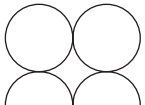
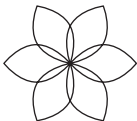
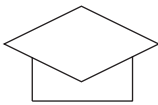

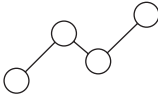
La reconnaissance de la performance individuelle et collective est un élément essentiel de la politique de rémunération du Groupe BIC. Ainsi, pour les managers, les augmentations de salaire sont fondées sur le mérite individuel, excepté dans certains pays ayant des obligations légales d'augmentations générales. Les rémunérations représentent un pourcentage cible de la rémunération fixe pouvant varier de 5 % pour des positions juniors à plus de 50 % pour certains membres du Comité Exécutif. Pour les non-managers, BIC garantit une rémunération décente qui respecte les minima sociaux et qui s'inscrit dans la lignée des entreprises locales comme des entreprises internationales présentes localement.

Aligner la rémunération avec le plan Horizon

L'attribution de plan de rémunération variable à long terme (LTI) aux dirigeants et à d'autres collaborateurs stratégiques est un élément central de la stratégie de rémunération globale de BIC. À partir de 2021, les performances sont évaluées en fonction des résultats obtenus, sur trois ans, au regard de trois objectifs fixés par le Conseil d'Administration. Pour aligner davantage sa politique de rémunération avec sa stratégie Horizon, BIC a ajouté le « chiffre d'affaires issu de l'innovation » et le « pourcentage de matériaux recyclés, recyclables et compostables dans les emballages » aux critères de mesure de la performance pour déterminer l'attribution des LTI. Le troisième critère est la génération de flux de trésorerie disponible, exprimée en pourcentage du chiffre d'affaires.

RISQUES ET OPPORTUNITÉS

BIC EST EXPOSÉ À DIFFÉRENTS RISQUES SUSCEPTIBLES D'AFPECTER SA RÉPUTATION, SES PERFORMANCES ET SA CAPACITÉ À ATTEINDRE LES OBJECTIFS DE SON BUSINESS PLAN STRATÉGIQUE. LE GROUPE A ADOPTÉ UNE DÉMARCHE ACTIVE ET DYNAMIQUE DE LA GESTION DES RISQUES, AFIN DE LES ANTICIPER ET DE LES TRANSFORMER EN OPPORTUNITÉS.

 <p>Social et Humain</p>	 <p>Industriel et Commercial</p>	 <p>Intellectuel, marque et image</p>	 <p>Environnemental</p>	 <p>Financier</p>
--	--	---	---	---

RISQUE

<ul style="list-style-type: none"> • Santé et sécurité des salariés DPEF* • Expérience et compétences des équipes 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 DPEF* • Corruption et éthique dans les affaires DPEF* 	<ul style="list-style-type: none"> • Empreinte environnementale DPEF* • Changement climatique DPEF* • Production de déchets plastique et épuisement des ressources DPEF* 	<ul style="list-style-type: none"> • Risques de marché
--	--	---	---	---

OPPORTUNITÉS

Garantir un environnement de travail propice au développement et à l'épanouissement des équipes tout en garantissant leur épanouissement et leur loyauté	Répondre à l'évolution des besoins des consommateurs et pénétrer de nouveaux marchés grâce à des relations étroites avec les fournisseurs de BIC et à des contrôles de qualité constants sur ses produits	Positionner le Groupe comme une marque leader en termes de qualité, de prix, de sécurité et de responsabilité des produits grâce à des processus d'innovation permanents	Faire de l'approche responsable de BIC en matière de conception de produits un facteur de différenciation sur ses marchés et limiter son impact sur la planète	Renforcer la capacité du Groupe à financer son développement et à investir pour son avenir
--	---	--	--	--

RÉPONSE DE BIC

<ul style="list-style-type: none"> • Identification et soutien des futurs managers • Amélioration continue de l'environnement de travail • Surtout dans le contexte de la Covid-19, attention particulière apportée à la santé et à la sécurité au travail • Soutien à l'évolution de la carrière des salariés par des plans de développement individuels • Programmes de BIC University 	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi rigoureux des ventes et des commandes des distributeurs • Mise en œuvre et suivi de mesures préventives et de systèmes de sécurité pour les zones de stockage de gaz et de solvants • Formation des collaborateurs afin de les aider à identifier les dangers potentiels et à prendre des mesures préventives et correctives • Mise en œuvre d'une Politique sécurité des produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien au lancement de nouveaux produits via des programmes de communication • Investissement d'une partie significative du chiffre d'affaires dans la R&D • Renforcement de l'engagement de BIC en faveur des droits de l'homme : système d'alerte BIC Speak-Up, ouvert aux tiers en 2019 • Formation à la lutte contre la corruption • Soutien continu aux communautés par l'intermédiaire de la Fondation BIC en portant une attention particulière à l'éducation 	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuite du Programme de Développement Durable « Writing the Future, Together » de BIC et de sa Politique SSE (Santé, Sécurité, Environnement) • Réduction continue des émissions directes et indirectes de CO₂ par tonne de production • Approche d'écoconception pour limiter l'utilisation de matières premières non renouvelables • Amélioration du processus d'approvisionnement des fournisseurs d'emballages • Adaptation du processus de production à l'économie circulaire 	Maintien d'une trésorerie solide, permettant à BIC de réaliser des investissements dans ses opérations et des acquisitions ciblées, et d'assurer la stabilité de la rémunération des actionnaires
---	---	---	---	---

*DPEF : Déclaration de Performance Extra-Financière

UN SYSTÈME EFFICACE DE GESTION DES RISQUES

LE GROUPE A MIS EN PLACE UNE MÉTHODOLOGIE CLAIRE ET EFFICACE POUR GÉRER LES RISQUES SUSCEPTIBLES D'AVOIR UN IMPACT SIGNIFICATIF SUR L'ENTREPRISE. CE PROCESSUS COMPREND L'IDENTIFICATION, LA CARTOGRAPHIE ET LA SURVEILLANCE DES RISQUES EXTERNES ET INTERNES AFIN DE LES ATTÉNUER OU MINIMISER LEUR IMPACT.

1

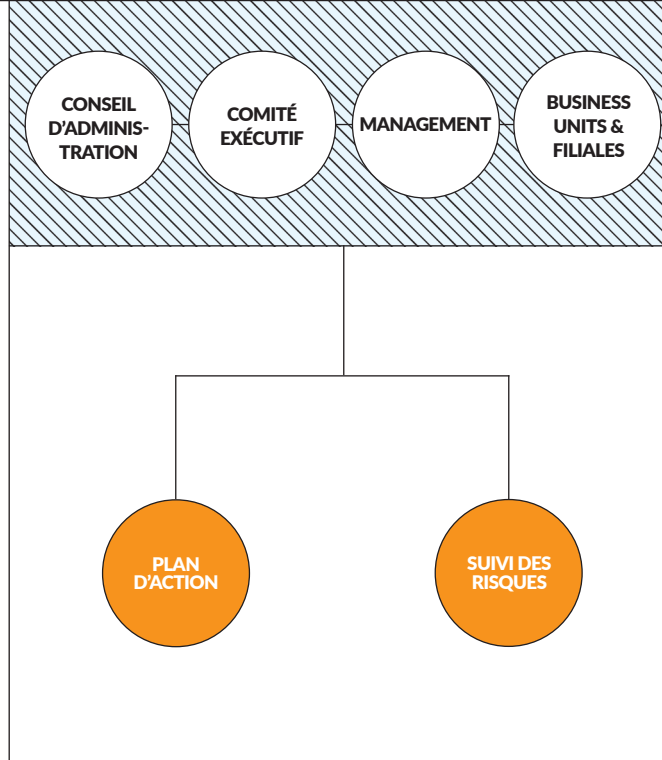
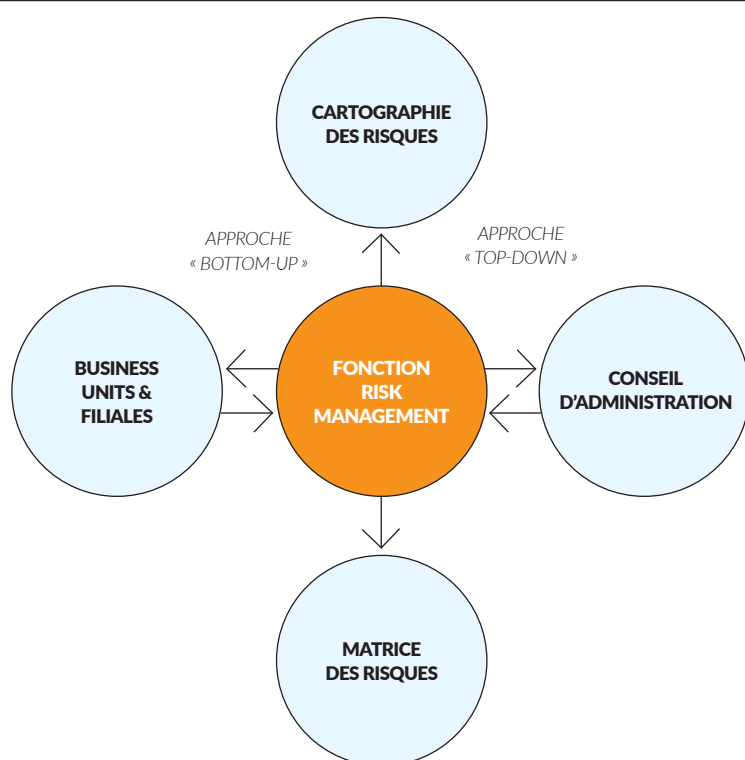
IDENTIFICATION ET
ANALYSE DES RISQUES

2

GESTION DES RISQUES

3

SUIVI DES RISQUES



- **Approche « bottom-up »** : auto-évaluation des risques significatifs
- **Approche « top-down »** : mise à jour tous les deux ans de la cartographie des risques du Groupe ; consolidation réalisée par la fonction « Risk Management » qui édite une matrice des risques du Groupe

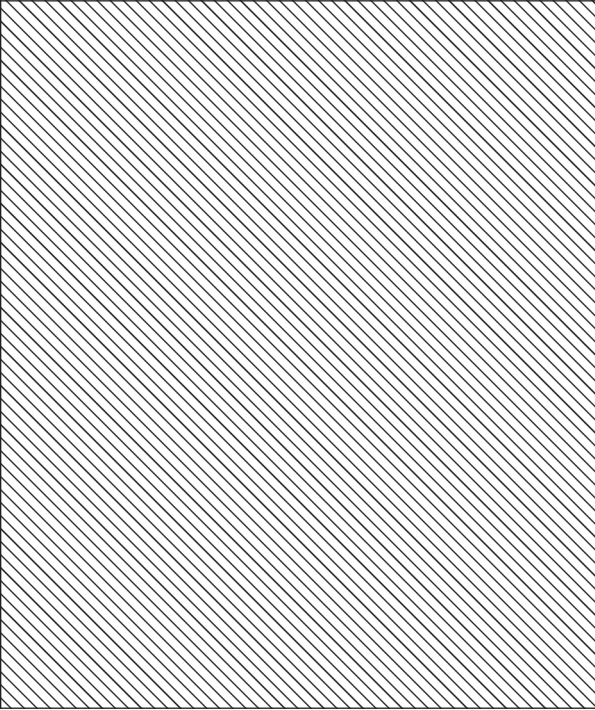
- Plan d'action : relatif à certains risques clés revus et discutés lors de séances du Conseil d'Administration
- Risques majeurs identifiés, gérés et suivi par le Conseil d'Administration

- Établissement par chaque site/service de ses propres tableaux de bord et indicateurs clés, afin d'identifier et de suivre les risques, d'évaluer les ressources et de réduire leur impact
- Cartographie des risques mise à jour régulièrement



Créer

ET PARTAGER DE
LA VALEUR DANS
LA DURÉE



BIC propose aux consommateurs des solutions responsables sur le plan environnemental et social, et continuellement améliorées grâce au retour permanent d'information de toutes les parties prenantes. Par une approche globale, visant à créer de la valeur pour toutes ses parties prenantes, BIC garantit un équilibre durable entre la répartition des bénéfices et les investissements dans sa croissance future.

44

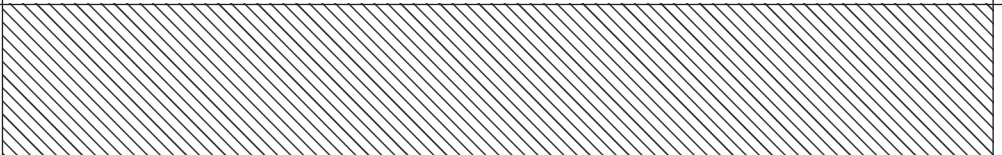
▶ Créer de la valeur dans la durée

46

▶ Engagement avec les parties prenantes

47

▶ Partager la valeur entre toutes les parties prenantes



CRÉER DE LA VALEUR DANS LA DURÉE

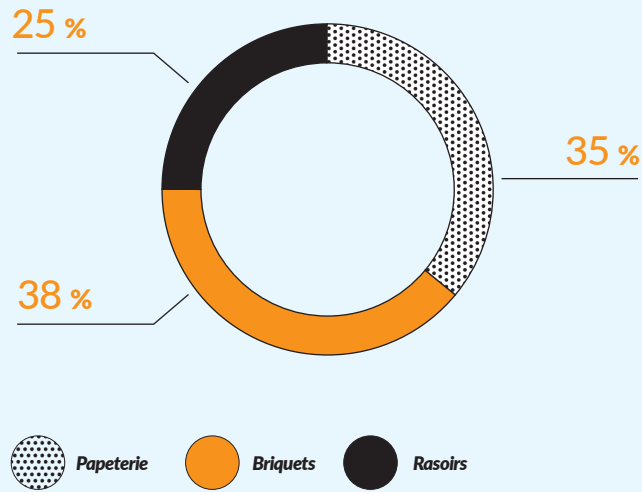
INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE	2018	2019	2020	OBJECTIFS	ODD ¹
PERFORMANCE FINANCIÈRE					
Chiffre d'affaires (en million d'euros)	1 949,8	1 949,4	1 627,9		
Résultat d'exploitation normalisé (en million d'euros)	352,4	331,8	229,1		
Marge d'exploitation normalisée (en %)	18,1 %	17,0 %	14,1%		
Résultat net part du Groupe (en million d'euros)	173,4	176,1	93,7		
Situation nette de trésorerie (en millions d'euros)	161,5	146,9	183,9		
Bénéfice net part du Groupe par action (en euros)	3,80	3,91	2,08		
Bénéfice net part du Groupe par action normalisé (en euros)	5,87	5,47	3,54		
PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE					
Consommation d'énergie (gigajoules/tonne)	12,14	12,59	12,96		
% d'énergie renouvelable utilisée (WTFT ²)	68 %	76 %	80 %	80 % d'ici 2025	7,8,9,12,13
Consommation d'eau (m3/tonne)	5,32	4,87	5,22		
Émissions annuelles de gaz à effet de serre rapportées à la production (teqCO ₂ /tonne)	1,014	1,070	1,031		
Nombre de jours de formation	19 511	16 629	24 202		
% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables	ND ³	ND ³	49,3%	100 % d'ici 2025	
Utilisation de plastiques recyclés ou alternatifs dans les produits BIC®	ND ³	3 %	4,3 %	20 % d'ici 2025 et 50 % d'ici 2030	
% de produits avec une empreinte environnementale ou sociétale améliorée (WTFT)	15	45	68	100 % d'ici 2025	3,6,8,12
Nombre d'accidents sur l'ensemble des sites (WTFT)	84	74	50	0 d'ici 2025	3 et 8
Nombre d'enfants dont les conditions d'apprentissage ont été améliorées (WTFT) (données cumulées)	15	61	118	250 M d'ici 2025	1, 4, 5, 6, 8 et 13

¹ Objectifs de développement durable des Nations Unies

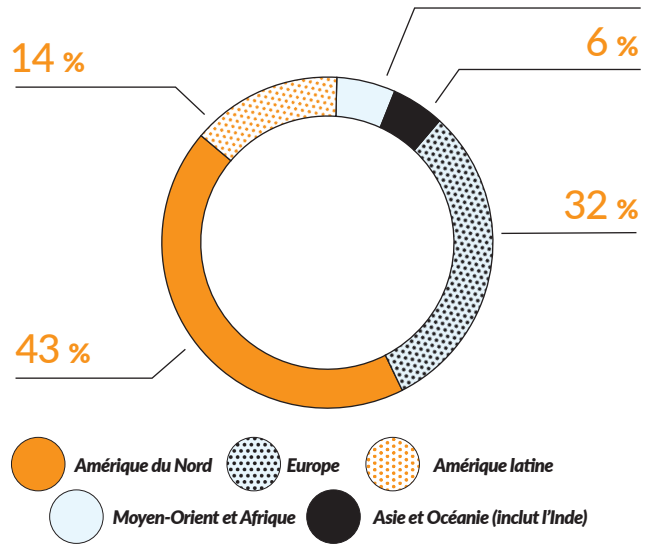
² Writing the Future, Together

³ Indicateurs mesurés pour la première fois en 2020, pour le suivi de l'engagement pris par le Groupe BIC

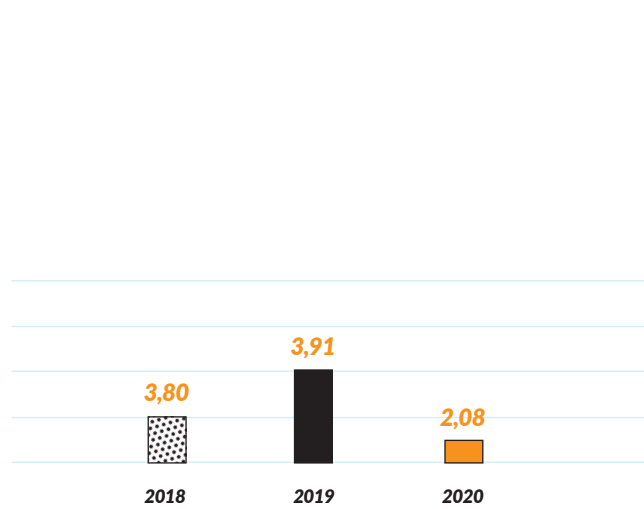
% CHIFFRE D'AFFAIRES PAR CATEGORIE



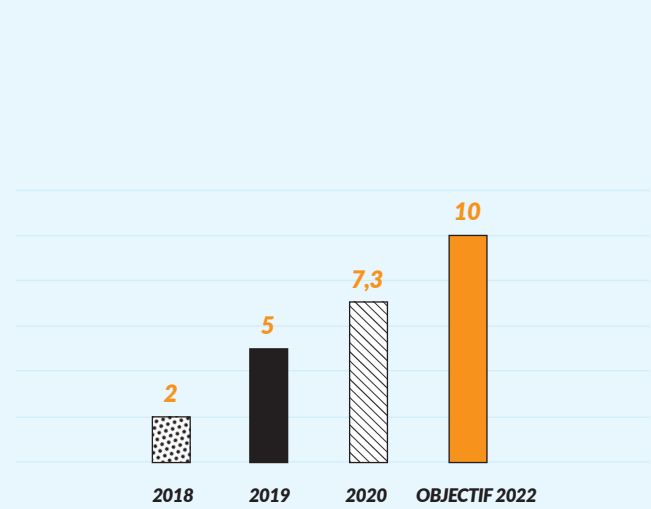
% CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GEOPGRAPHIQUE



BÉNÉFICE NET PART DU GROUPE PAR ACTION (en €)

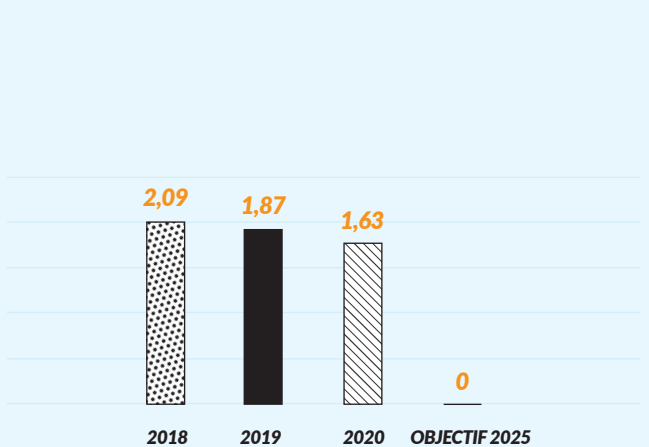


% CHIFFRE D'AFFAIRES EN E-COMMERCE

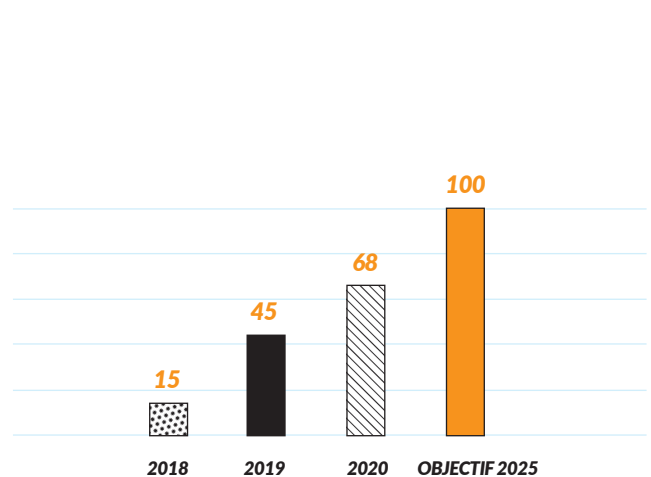


TAUX DE FRÉQUENCE DES ACCIDENTS DU TRAVAIL – EFFECTIFS BIC ET INTÉRIMAIRES

(accidents avec incapacité temporaire ou permanente)



% DE PRODUIT AVEC UNE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE/SOCIÉTALE AMÉLIORÉE



ENGAGEMENT AVEC LES PARTIES PRENANTES

UN DIALOGUE PERMANENT AVEC LES PARTIES PRENANTES NOUS PERMET DE MIEUX RÉPONDRE À LEURS ATTENTES, TOUT EN APPRENANT D'ELLES ET EN INTÉGRANT LEURS POINTS DE VUE DANS NOS ACTIONS.

QUI SONT LES PARTIES PRENANTES DE BIC ?	QUE NOUS APPORTENT-ELLES ?	QUE LEUR APPORTE BIC ?	COMMENT BIC S'ENGAGE-T-IL ?
CONSOUMATEURS Les consommateurs de BIC sont celles et ceux qui achètent et utilisent ses produits	<ul style="list-style-type: none"> Chiffre d'affaires issu de leurs achats et de leurs recommandations de produits BIC® Retour d'expérience des consommateurs qui pousse BIC à améliorer continuellement ses produits 	<ul style="list-style-type: none"> Produits de haute qualité, innovants, fiables et durables Une politique d'innovation ambitieuse pour répondre aux besoins nouveaux 	<ul style="list-style-type: none"> Plusieurs canaux, notamment les sites Internet d'entreprise et « Direct to Consumer » de BIC, ainsi que les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et LinkedIn) Enquêtes régulières
CLIENTS Les clients de BIC sont des entreprises, des administrations publiques, des distributeurs de fournitures de bureau, ainsi que des acteurs de la grande distribution	<ul style="list-style-type: none"> Accès aux consommateurs de BIC Promotion et amélioration des produits de BIC 	<ul style="list-style-type: none"> Produits de haute qualité, innovants, fiables et durables Chaîne d'approvisionnement fiable et efficace 	<ul style="list-style-type: none"> Interactions régulières
COLLABORATEURS Les collaborateurs de BIC sont au cœur de la création de valeur de l'entreprise et permettent au Groupe d'atteindre ses objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Temps Ressources Compétences et connaissances 	<ul style="list-style-type: none"> Salaires et avantages équitables Formation, développement des compétences et opportunités de carrière Environnement de travail collaboratif et ouvert Santé et bien-être 	<ul style="list-style-type: none"> Enquêtes sur l'engagement des salariés Séances de formation Revue de performance régulières Relations avec les représentants des organisations syndicales Protection contre les risques posés par la situation sanitaire de la COVID-19
AUTORITÉS PUBLIQUES Les administrations et les autorités locales établissent les règles de fonctionnement des marchés dans tous les pays dans lesquels BIC mène ses activités	<ul style="list-style-type: none"> Services publics Infrastructures Accès à la main-d'œuvre et aux marchés Permis d'exploitation 	<ul style="list-style-type: none"> Paiement des impôts Contribution aux débats publics et réflexions sur des sujets relatifs au modèle économique du Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> Réunions régulières avec des représentants locaux, nationaux et internationaux
COMMUNAUTÉS Les communautés de BIC sont celles et ceux qui vivent dans les régions où l'entreprise est présente : populations, entreprises, établissements d'enseignement et associations	<ul style="list-style-type: none"> Opportunité de mettre en avant l'engagement citoyen du Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> Programmes philanthropiques impliquant des actions bénévoles, ainsi que des dons matériels et financiers Lutte contre le décrochage scolaire grâce à la Fondation d'entreprise BIC 	<ul style="list-style-type: none"> Consultations publiques Réunions régulières avec les représentants des communautés
ACTIONNAIRES Les actionnaires investissent dans BIC pour obtenir un retour sur investissement et pour partager l'aventure commerciale du Groupe	<ul style="list-style-type: none"> Du capital 	<ul style="list-style-type: none"> Une compréhension globale, transparente et objective de l'entreprise Retour sur investissement régulier et durable 	<ul style="list-style-type: none"> Assemblée Générale annuelle Publications des résultats trimestriels Réunions avec la Direction de l'entreprise
BANQUES ET COMMUNAUTÉ FINANCIÈRE Il s'agit de toutes les institutions par l'intermédiaire desquelles BIC finance ses opérations	<ul style="list-style-type: none"> Des capacités de financement 	<ul style="list-style-type: none"> Paiements d'intérêts 	<ul style="list-style-type: none"> Contact régulier avec le département de la Trésorerie Publications des résultats trimestriels
FOURNISSEURS Les fournisseurs de BIC sont les partenaires commerciaux avec lesquels l'entreprise partage un objectif	<ul style="list-style-type: none"> Des matières et ressources de grande qualité au meilleur prix possible Engagement en faveur de pratiques commerciales éthiques 	<ul style="list-style-type: none"> Expertise Relation professionnelle de confiance Partenariat et partage des connaissances Relation étroite avec les fournisseurs stratégiques de BIC (300) dans le cadre de sa démarche d'achat responsable d'ici 2025 	<ul style="list-style-type: none"> Rencontres régulières Enquête sur la responsabilité des fournisseurs

PARTAGER LA VALEUR ENTRE TOUTES LES PARTIES PRENANTES

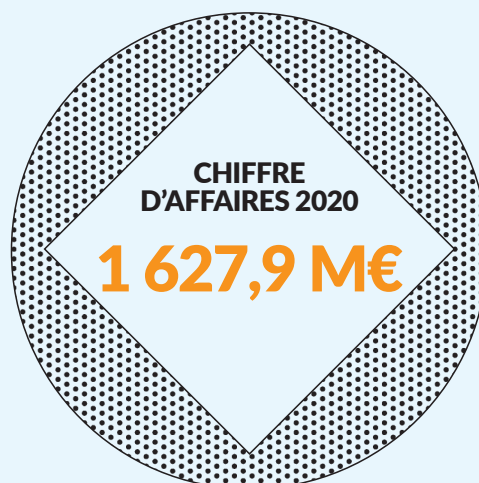
PAR UNE APPROCHE GLOBALE VISANT À ASSURER UNE CROISSANCE À LONG TERME POUR TOUTES LES PARTIES PRENANTES, NOUS GARANTISSONS UN ÉQUILIBRE DURABLE ENTRE UNE RÉPARTITION DES BÉNÉFICES GÉNÉRÉS ET LES INVESTISSEMENTS DANS L'AVENIR DE BIC.

DISTRIBUTION AUX PARTIES PRENANTES¹

ÉTATS	COMMUNAUTÉS	ACTIONNAIRES	BANQUES	FOURNISSEURS
65,2 M€ Dont 50,0 M€ versés dans le monde au titre des impôts et 15,2 M€ pour d'autres taxes	1,4 M€ Dons financiers et dons de produits	110,2 M€ dividendes ordinaires 7,4 M€ rachat d'actions Dividendes versés et actions rachetées	+1,4 M€ Intérêts nets perçus	862,2 M€ Achats de matières premières, consommables et prestations de service



Partager les fruits de la croissance



Investir pour assurer une croissance durable



INVESTISSEMENTS

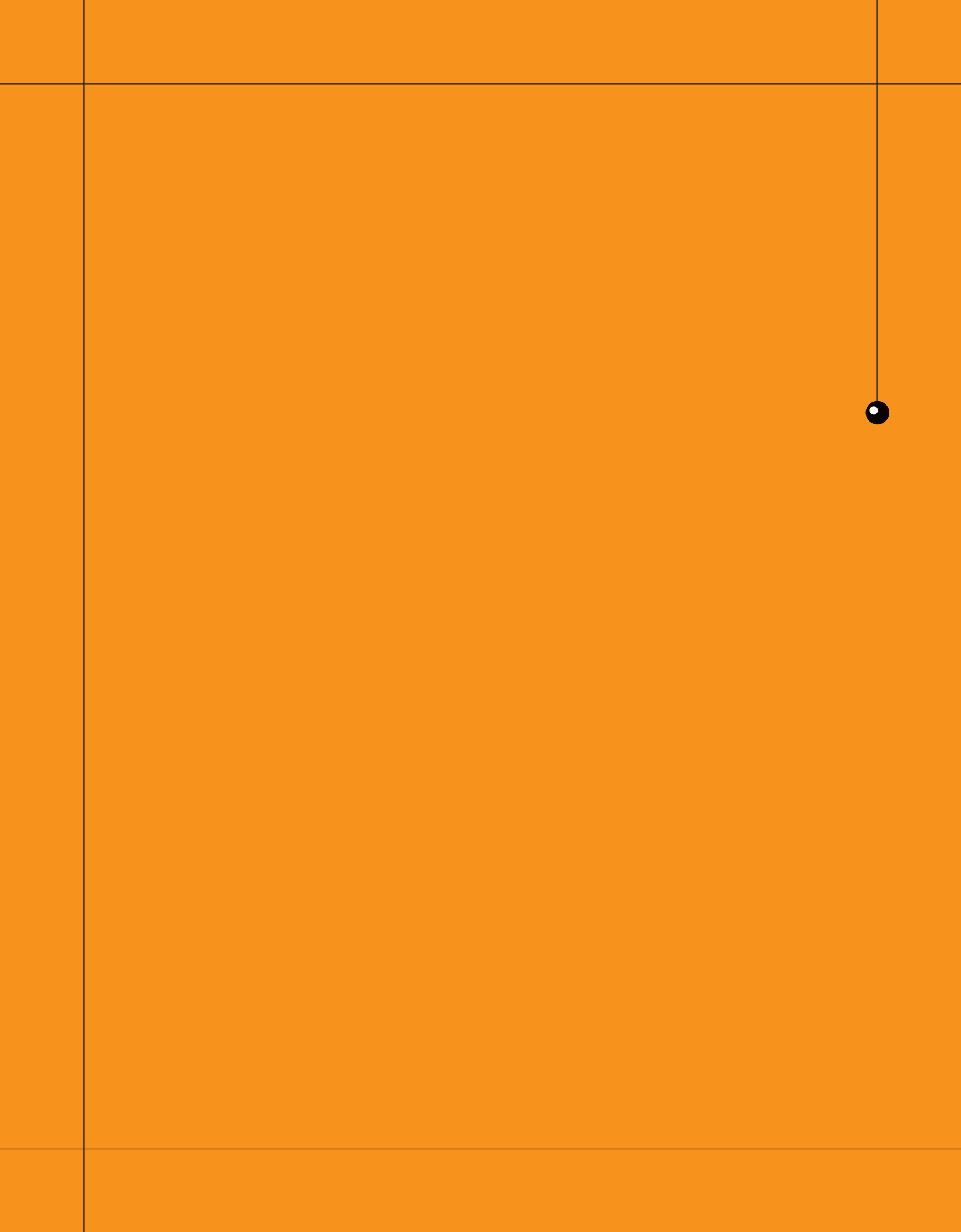
DÉPENSES D'INVESTISSEMENT 83,1 M€	COLLABORATEURS² 465,5 M€
--	--

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

² Salaires chargés, primes & participations

- ▶ DESIGN ET PRODUCTION:
O-Communication
- ▶ RÉDACTION:
Capitalcom
- ▶ PHOTOGRAPHIE:
Frank Juery - SOCIETE BIC

Credits





SOCIÉTÉ BIC
92611 CLICHY CEDEX (FRANCE)
www.bicworld.com