



## BIC lance son plan stratégique « Horizon »

### Accélération de la croissance

- Nous repensons nos trois catégories, tout en accélérant vers **une trajectoire de croissance annuelle du chiffre d'affaires d'environ 5%**,
  - de la Papeterie à « **Human Expression<sup>1</sup>** »
  - des Briquets à « **Flame for life<sup>1</sup>** »
  - des Rasoirs à « **Blade Excellence<sup>1</sup>** »

### Efficacité renforcée et solide génération de trésorerie

- Objectifs opérationnels du plan « BIC 2022- Invent the Future », en bonne voie
- Au moins 200 millions d'euros de génération de flux nets de trésorerie par an jusqu'en 2022.

### Développement durable

- Franchir une nouvelle étape en matière de développement durable et transformer notre approche des plastiques.
  - o D'ici 2025, 100% de nos emballages seront réutilisables, recyclables ou compostables,
  - o D'ici 2030, nous utiliserons 50% de plastique recyclé ou alternatif pour nos produits.

### Allocation du Capital

- Investissements dans nos opérations pour soutenir la croissance organique (CAPEX),
- Acquisitions ciblées destinées à renforcer nos activités principales et à nous développer sur des marchés adjacents,
- Solide rémunération des actionnaires.

**Clichy, France, le 10 novembre 2020** - BIC dévoile aujourd'hui « Horizon », son nouveau plan stratégique destiné à stimuler la croissance et à assurer une rémunération solide des actionnaires. Cette stratégie, qui s'inscrit dans la continuité du plan de transformation « BIC 2022-Invent the Future », est axée sur un ensemble d'initiatives qui s'appuient sur les forces de BIC et qui permettront de répondre aux besoins des consommateurs et aux exigences en matière de développement durable.

Cette stratégie est en cohérence avec la nouvelle vision de BIC : "Apporter joie et simplicité au quotidien", et sa Raison d'être "Créer des produits essentiels de haute qualité, sûrs, abordables et fiables pour tous ».

« L'objectif de notre plan « Horizon » est non seulement de consolider et de renforcer ce qui a fait le succès de notre Groupe depuis plus de 75 ans mais d'aller bien au-delà, notamment en se développant sur des marchés adjacents afin d'assurer une croissance durable et rentable à long-terme. Mon ambition est de transformer BIC, aujourd'hui ancré sur son excellence industrielle et centré sur son réseau de distribution, vers un Groupe agile, davantage tourné vers le consommateur, et en constante recherche de plus d'efficacité et de moins de complexité. Cette stratégie permettra d'accélérer notre croissance et donnera la priorité à la génération de trésorerie afin d'assurer une solide rémunération aux actionnaires et de créer de la valeur pour toutes nos parties-prenantes, et ce pour de nombreuses années. » a déclaré **Gonzalve BICH, Directeur général de BIC.**

---

<sup>1</sup> « Expression personnelle », « une flamme, la vie », « Excellence des lames »

## Repenser nos trois catégories du point de vue du consommateur afin d'accélérer notre trajectoire de croissance.

La stratégie « Horizon » a pour objectif d'atteindre une trajectoire de croissance annuelle du chiffre d'affaires d'environ 5% (mid-single digit). Soutenus par d'excellentes capacités commerciales et des techniques de « Revenue Growth Management », nous atteindrons nos objectifs :

- en accroissant de manière significative la taille de nos marchés (TAM) sur des segments en forte croissance, adjacents à nos activités, et en faisant évoluer notre modèle opérationnel pour gagner des parts de marchés en valeur, avec une attention toute particulière portée à l'exécution commerciale et au Retour sur Investissement,
- en tirant partie de nos capacités d'innovation et notre excellence industrielle afin de générer du chiffre d'affaire additionnel à travers de nouvelles voies d'accès aux marchés,
- en capitalisant sur la marque BIC dans nos principaux marchés et en intégrant l'évolution des styles de vie afin de développer un portefeuille complet de marques centrées sur le consommateur.

**Dans la Papeterie**, nous évoluons vers « *Human Expression* », un concept et un marché qui va au-delà des instruments d'écriture et qui intègre la créativité et l'écriture digitale. Ce segment enregistre une croissance annuelle d'environ 5 à 10% (« *mid to high single digit* »), soit un marché potentiel de 80 milliards d'euros d'ici 2025. Bodymark, notre feutre de tatouage éphémère et sa gamme étendue, est un exemple tangible de notre évolution vers ces nouveaux marchés. Avec l'acquisition de Rocketbook, le leader des carnets intelligents réutilisables aux Etats-Unis, nous franchissons la première étape de notre développement dans l'univers de l'écriture digitale.

**Dans les Briquets**, le positionnement « *Flame for Life* », intègre toutes les occasions d'allumer une flamme, en intérieur comme en extérieur. Pour générer plus de croissance et maintenir la rentabilité, la catégorie se dirige vers un modèle centré sur la valeur. Pour cela, nous misons sur la montée en gamme et la personnalisation, sur l'innovation et sur l'amélioration de la performance environnementale afin de renforcer notre avantage compétitif. La récente acquisition de Djeeep et le lancement au cours de l'été du nouveau briquet de poche multi usage BIC EZ Reach en sont deux exemples concrets.

**Dans les Rasoirs**, nous allons renforcer et développer notre présence sur les rasoirs non-rechargeables, notre activité principale, avec des produits répondant davantage aux attentes des consommateurs et plus respectueux de l'environnement, comme notre nouvelle gamme de rasoirs hybrides « Développement Durable ». Nous allons capitaliser sur l'excellence de notre Recherche et Développement et de notre outil industriel et nous nous appuyerons sur notre « *Blade Excellence* », afin de développer une nouvelle activité de fabricant de lames de haute précision pour d'autres marques.

### Effacité renforcée et solide génération de trésorerie.

L'achèvement des objectifs du plan de transformation "Invent the Future" est en bonne voie :

- **Effacité** – Nous réaliserons 50 millions d'euros d'économies annualisées à horizon 2022, dont 80% seront réalisées en 2020 et 2021,
- **Innovation** – Nous allons augmenter le nombre de dépôts de brevets de 20% par an,
- **Marques plus centrées sur le consommateur** – D'ici 2022, plus des 2/3 de nos investissements de soutien à la marque dans nos principaux pays seront digitaux
- **Distribution Omnicanale** – les ventes E-commerce représenteront au moins 10% de notre chiffre affaires d'ici fin 2022.

Notre modèle opérationnel, toujours plus orienté vers le consommateur est un pilier du plan stratégique « Horizon ». Nous mettons en place un écosystème ouvert, agile et rapide qui nous permettra d'assurer une innovation durable et responsable, centrée sur le consommateur.

Nous avons repensé notre organisation industrielle et notre chaîne logistique en adoptant une approche « end-to-end » centrée sur la simplification des processus et la réduction de la complexité. Ces changements permettront de réduire les coûts et d'optimiser la génération de cash. En 2020, la gestion rigoureuse du besoin en fonds de roulement permettra de générer au moins 15 millions d'euros de réduction des stocks. Afin d'optimiser notre empreinte industrielle, nous avons fermé notre usine en Equateur en mai dernier, et nous fermerons une de nos usines en Inde.

Pour générer une croissance rentable, nous renforçons notre excellence commerciale en mettant l'accent sur la valeur et en développant les compétences nécessaires à l'accélération de la croissance. Cela comprend une approche de « gestion de portefeuille » de nos marchés afin de mieux allouer nos ressources, une accélération de nos ventes en e-commerce et la mise en œuvre des techniques de « *Revenue Growth Management* ». Ces initiatives nous permettront d'accroître le chiffre d'affaires ainsi que la rentabilité sur les marchés matures ou en déclin.

**Nous maintiendrons une forte conversion des *Cash-Flow* et nous générerons au moins 200 millions d'euros de flux nets de trésorerie par an jusqu'en 2022.** Nous nous appuyons sur une gestion rigoureuse des investissements opérationnels, avec un objectif de ratio de CAPEX sur Dépréciations & Amortissements de 1 à 1,2, et un contrôle strict des besoins en fonds de roulement (stocks, créances et dettes).

### **Franchir une nouvelle étape en matière de développement durable et transformer notre approche des plastiques**

Dans la continuité de notre programme de Développement Durable à horizon 2025, "Writing the Future, Together", nous allons améliorer de façon significative l'impact environnemental de nos produits et réduire nos émissions de carbone en faisant évoluer notre approche des plastiques. Ces nouveaux engagements ambitieux concernent à la fois l'emballage et les produits en eux-mêmes :

- 100% de nos emballages seront réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025,
- BIC vise à utiliser 50% de plastique recyclé ou alternatif d'ici 2030 pour ses produits, avec un objectif intermédiaire de 20% d'ici 2025.

### **Soutenir la croissance organique et financer des acquisitions sur des marchés adjacents tout en assurant une solide rémunération de nos actionnaires.**

En cohérence avec nos ambitions de croissance accélérée du chiffre d'affaires et de génération de flux nets de trésorerie (« *Free Cash-Flow* »), la politique d'allocation du capital de BIC est conçue de manière à favoriser une croissance rentable et à générer de la valeur à long terme. Elle comprend :

- le financement d'une croissance rentable à travers
  - **des investissements dans les opérations**, destinés à soutenir et à renforcer la croissance organique, avec environ 100 millions d'euros par an de dépenses d'investissements industriels (CAPEX)
  - **des acquisitions ciblées** visant à renforcer les activités existantes et à se développer dans des catégories adjacentes, avec une moyenne de 100 millions d'euros investis annuellement ;
- la rémunération des actionnaires avec
  - un objectif de ratio de distribution pour le **dividende ordinaire** (pay-out) compris entre 40% à 50% du Bénéfice par Action normalisé (BNPA)
  - des **rachats réguliers d'actions**.

Le Conseil d'Administration pourrait envisager d'ajuster la rémunération des actionnaires dans le contexte de conditions de marché et économiques exceptionnelles.

## Notre nouvelle Vision et Raison d'Être

Le plan stratégique "Horizon" nous a conduit à repenser notre mission. Les décisions et choix stratégiques de BIC sur ses activités existantes et futures seront prises en adéquation avec notre nouvelle Vision et notre Raison d'Être. Définies en interne, elles sont le fruit d'échanges entre le Conseil d'Administration, le Comité Exécutif et les collaborateurs de BIC.

### Notre vision

#### Simplifier et enchanter le quotidien

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 grande qualité, sûrs, abordables et dans lesquels chacun a confiance.**

# #

*Ce document contient des éléments prospectifs concernant SOCIETE BIC. Ces éléments représentent des tendances ou des objectifs et ne peuvent être interprétés comme constituant des prévisions concernant les résultats futurs de SOCIETE BIC ou tout autre indicateur de performance. Les éléments prospectifs figurant dans le présent document comprennent, notamment, des projections et estimations financières ainsi que les hypothèses qui les sous-tendent.*

*Bien que BIC estime que ses prévisions sont fondées sur des hypothèses raisonnables, les investisseurs sont avertis que ces éléments prospectifs sont soumises à de nombreux risques, connus ou inconnus, et à des incertitudes et autres facteurs, y compris les fluctuations monétaires, l'impact mondial de la pandémie COVID-19 et la durée et la gravité de cette pandémie sur l'activité et les opérations de BIC, qui peuvent tous être hors du contrôle de BIC et pourraient entraîner un écart important entre les résultats réels et ceux anticipés dans ces éléments prospectifs. Une description des risques relevés par BIC apparaît dans la section "Risques" du Document de Référence Universel 2019 de BIC déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 31 mars 2020. Toute information relative aux performances passées contenue dans le présent document ne constitue pas une garantie des performances futures. Rien dans le présent document ne doit être interprété comme une recommandation d'investissement.*

## À PROPOS DE BIC

BIC est un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des plus reconnues. Aujourd'hui, les produits BIC® sont vendus dans plus de 160 pays et possèdent des marques emblématiques telles que Cello®, Conté®, BIC Flex™, Lucky Stationery, Made For YOU™, Soleil®, Tipp-Ex®, Wite-Out®. BIC a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 1 949, 4 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et fait également partie d'indices reconnaissant son engagement dans le développement durable et l'éducation. Le Groupe a reçu la note 'A' dans le classement du CDP.

Pour en savoir plus, visitez [www.bicworld.com](http://www.bicworld.com) ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) ou [YouTube](#).

---

## CONTACTS

---

<b>Sophie Palliez-Capian - Engagement des Parties Prenantes</b>	
<b>Relations Investisseurs</b>	<b>Contacts Presse</b>
Sophie Palliez-Capian + 33 6 87 89 33 51 <a href="mailto:sophie.palliez@bicworld.com">sophie.palliez@bicworld.com</a>	Albane de La Tour d'Artaise +33 7 85 88 19 48 <a href="mailto:Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com">Albane.DeLaTourDArtaise@bicworld.com</a>
Michele Ventura +33 1 45 19 52 98 <a href="mailto:michele.ventura@bicworld.com">michele.ventura@bicworld.com</a>	Isabelle de Segonzac : +33 6 89 87 61 39 <a href="mailto:isegonzac@image7.fr">isegonzac@image7.fr</a>

---

## AGENDA- TOUTES LES DATES SONT À CONFIRMER

---

Capital Markets Day	10 novembre 2020	Événement en ligne
Résultats annuels 2020	17 février 2021	Conférence téléphonique et webcast
Résultats du premier trimestre 2021	28 avril 2021	Conférence téléphonique et webcast