Le premier stylo à bille BIC®

Associé depuis 1945 à Clichy (France) avec Edouard Buffard (1908-1996), dans une société de pièces détachées de stylos plume, Marcel Bich (1914-1994) réalise à cette période le formidable potentiel que pourrait avoir le stylo à bille. Il reprend et améliore alors le procédé d'un stylo à bille inventé par le hongrois Laslo Biro et lance en décembre 1950 son propre stylo bille, sous la marque BIC® , en une version raccourcie et facilement mémorisable de son propre nom. Grâce à sa grande qualité et à son prix très abordable, le stylo à bille BIC® Cristal® est rapidement adapté par un nombre croissant de consommateurs.

Marcel Bich, fondateur de la Société BIC

L'EXPANSION GÉOGRAPHIQUE

La conquête des marchés étrangers

Très rapidement, Marcel Bich entreprend la conquête des marchés étrangers en créant des filiales, en prenant le contrôle de sociétés étrangères, ou en établissant des accords avec des agents ou des licenciés fabriquant une partie du produit. Entre 1953 et 1957, BIC entre ainsi sur les marchés belge, hollandais, suisse, espagnol et autrichien. BIC Italie est crée en 1954 et BIC Brésil en 1956. L'année suivante en 1957, la société BIC acquiert en Angleterre BIRO Swan et s'ouvre ainsi aussi les marchés de l'Irlande, l'Australie, la Nouvelle Zélande, l'Afrique du Sud. En 1958, la société commence la conquête du grand marché nord américain et en 1959 pénètre le marché scandinave. Dans cette même période, BIC poursuit son développement en Afrique et au Moyen Orient. En 1995, il renforce significativement ses positions en Europe de l'Est, en Europe Centrale et en Asie en 1997. En 2009, BIC et le groupe Cello signent un accord au terme duquel BIC acquiert 40% de Cello Pens, numéro un sur le marché instruments d'écriture en Inde.

LA DIVERSIFICATION DE PRODUITS

Les articles de papeterie

Le stylo bille BIC® Cristal® a rapidement révolutionné les habitudes d'écriture de millions de consommateurs à travers le monde. Outre ce modèle, BIC a toujours cherché à développer d'autres produits d'écriture et à constituer une gamme complète d'articles de papeterie. C'est ainsi que le Groupe s'est porté acquéreur en 1979 de la société Conté, marque renommée de produits de dessin et de coloriage. Dans la même logique, elle s'est introduite sur le marché des produits de correction en reprenant en 1992 aux Etats-Unis la marque Wite-Out® et en 1997 en Europe la marque Tipp-Ex®. La même année, le Groupe BIC acquiert également la marque Sheaffer®, fabricant et distributeur mondial d'instruments d'écriture haut de gamme, en 2004 la société française Stypen, leader sur le marché des stylos plume scolaires et fin 2006, la société Pimaco, leader au Brésil dans la fabrication et la distribution d'étiquettes adhésives.

BIC propose une large gamme de produits de papeterie

Le BIC® Cristal® est le stylo bille le plus vendu dans le monde. Il permet en moyenne 2 kilomètres d'écriture

Les briquets

En 1973, BIC entreprend une diversification de son activité en lançant le briquet BIC® à flamme réglable. De taille "maxi", la qualité de son allumage et sa forme spécialement conçue pour une bonne prise en main lui assurent rapidement un succès croissant. La gamme est élargie par des lancements progressifs de modèles différents (tailles mini et slim™), de briquets décorés, de briquets à allumage électronique. Depuis 2000, BIC développe une gamme de briquets multi-usages pour cheminées, barbecues, bougies et, depuis 2002, des étuis pour briquets.

Le BIC® Maxi offre 3000 allumages

Le briquet multi-usages BIC® Megalighter™

Les rasoirs

Le BIC ® Orange assure en moyenne 7 jours de rasage

BIC entreprend dès 1975 une autre diversification en lançant le rasoir BIC® monolame. C'est le premier rasoir non-rechargeable du marché et BIC révolutionne ainsi les habitudes de rasage. L'entreprise développe ensuite toute une gamme de rasoirs : monolames ou bilames, pour hommes et pour femmes à la recherche d'un rasage pratique, simple et d'un prix abordable. La gamme comprend entre autres le rasoir BIC® Soleil® pour les femmes, le BIC Comfort 3® Advance™ et le tout récent kit de rasage BIC® Easy qui offre au consommateur, dans le même emballage, un manche et 6 têtes de rechange.

Le rasoir trois-lames BIC® Soleil® Scent ™ possède un manche parfumé

Les produits promotionels

Dès 1969 aux États-Unis, BIC a l'idée de proposer une sélection de produits de sa gamme (particulièrement les articles de papeterie et les briquets) comme supports publicitaires à d'autres marques. A partir de 1997, cette activité exercée sous le nom de BIC Graphic, s'est étendue progressivement à l'Europe et au Moyen-Orient. Le marquage des produits est effectué dans des usines BIC spécialisées. En 2007, BIC Graphic élargit sa gamme de produits et acquiert Atchison Products, fournisseurs aux Etats-Unis de sacs promotionnels. En 2009, BIC se renforce encore dans ce secteur en se portant acquéreur du distributeur européen de produits promotionnels Antalis Promotional Products (APP) et de Norwood Promotional products, deuxième fournisseurs aux Etats-Unis de produits promotionnels (hors textile).

Une large gamme de produits pour imprimer votre logo ou votre publicité

Autres produits

En 1981 le Groupe BIC s'est diversifié dans la fabrication et la vente de planches à voile. Aujourd'hui sa filiale BIC Sport propose une gamme complète comprenant des planches à voile, des planches de surf, des kayaks et des dériveurs. BIC distribue aussi avec succès certains produits (collants, piles…) sur des marchés spécifiques. C'est ainsi que le BIC® phone a été lancé en France en 2008 et sa distribution étendue en Espagne en 2009.

O'pen Bic, lancé en avril 2006

BIC® phone

LES DATES CLÉS

Expansion géographique

1950	Lancement du stylo BIC® Cristal®
1953	Création de SOCIÉTÉ BIC
1953-57	BIC en Belgique, Hollande, Suisse, Espagne, Autriche, Italie
1956	BIC au Brésil.
1957	BIC au Royaume Uni, Irlande, Australie, Nouvelle Zélande, Afrique du Sud
1958	BIC aux États-unis
1959	BIC en Scandinavie
1960	BIC en Afrique et au Moyen Orient
1995	BIC en Europe Centrale et en Europe de l'Est
1997	BIC en Asie du sud Est
2009	BIC en Inde : signature d'un accord avec Cello Pens.

Diversification produits

1969	Lancement aux Etats-Unis de l'activité Produits promotionnels
1973	Lancement du briquet BIC®
1975	Lancement du rasoir BIC®
1979	Acquisition de Conté®
1981	Création de BIC Sport
1992	Acquisition de Wite-Out®
1997	Acquisition de Tipp-Ex® et de Sheaffer®
2006	Acquisition de PIMACO au Brésil
2007	Acquisition de Atchison Products, Inc.
2009	Acquisition de Antalis Promotional Products (APP) et de Norwood Promotional products