



Podstawą filozofii produktowej BIC – światowego lidera na rynku artykułów piśmienniczych, zapalniczek i maszynek do golenia – były od zawsze prostota, funkcjonalność oraz wysoka jakość w konkurencyjnej cenie. Zgodnie z tą myślą BIC gwarantuje jakość i bezpieczeństwo 46 milionów produktów dziennie. Od ponad 70 lat.



#### Kontekst rynkowy

Marka BIC to gracz numer 1 na rynku artykułów piśmienniczych w Europie, numer 1 na świecie w markowych zapalniczkach kieszonkowych, a także mocny gracz numer 2 w maszynkach jednoczęściowych. Dzięki BIC klienci mogą pisać w różnych kolorach, zakreślać, rysować, kolorować, korzystać z kieszonkowych lub wielofunkcyjnych zapalniczek oraz jednoczęściowych lub systemowych maszynek do golenia. Każdy klient może być pewien, że znajdzie to, czego potrzebuje, w konkurencyjnej cenie. Każdego dnia konsumenci kupują 25 milionów artykułów piśmienniczych BIC, 6 milionów zapalniczek BIC oraz 10 milionów maszynek do golenia BIC. Produkty dystrybuowane są w 160 krajach, na każdym kontynencie,

i od lat kojarzone z doskonałą jakością. Od 1950 roku sprzedano łącznie ponad miliard długopisów BIC.

#### Osiągnięcia

BIC jest jedną z najbardziej znanych marek na świecie. W 2015 roku silny wizerunek BIC został doceniony w badaniu Superbrands – zarówno przez konsumentów, jak i ekspertów – a marce przyznano tytuł Superbrands 2015/2016. Jest to już kolejny tytuł Superbrands dla BIC – w poprzednich latach marka została uhonorowana tytułem Superbrands 2014/2015 oraz Business Superbrands 2014/2015. W 2014 rok BIC został także laureatem w badaniu realizowanym w ramach projektu Konsumentki Lider Jakości.

Firma BIC dumna jest z aktywnych działań na rzecz ekologii. Aby zmniejszyć zużycie surowców nieodnawialnych, oferuje gamę produktów zaprojektowanych z myślą o środowisku naturalnym. Zastosowanie nowych materiałów, takich jak bioplastik i tworzywa sztuczne z odzysku, było celem przyświecającym projektantom BIC przy kreowaniu linii Ecolutions. Ekologiczne produkty z tej linii to m.in. artykuły piśmiennicze i maszynki do golenia. Seria Ecolutions wykorzystuje recykling, np. długopis BIC Ecolutions Round Stic aż w 74 proc. składa się z materiałów z odzysku, ołówek bezdrzewny Evolution z żywicy syntetycznej nie pozostawia drzazg w przypadku złamania i w 50 proc. składa się z materiałów z odzysku, a bezzapachowy



korektor z serii Ecolutions powstał w oparciu o ekologiczną formułę (na bazie wody).

Jednak sam produkt to nie wszystko. Dla BIC liczy się również to, gdzie powstaje i w jaki sposób jest przewożony. Aby optymalizować procesy transportowe, firma współpracuje z klientami i przewoźnikami. Mierzony jest m.in. poziom emisji gazów cieplarnianych w łańcuchu logistycznym poprzez oszacowania obciążenia środowiska CO<sub>2</sub>. Jednym z priorytetów Programu Zrównoważonego Rozwoju BIC jest produkcja w bezpiecznych i czystych fabrykach. Aż 86 proc. produktów BIC wytwarzanych jest we własnych fabrykach firmy, które cieszą się odpowiedzialnym systemem zarządzania. Pozostałe 14 proc. powstaje u kontraktowych podwykonawców spełniających standardy BIC – zainicjowano tam programy redukcji emisji CO<sub>2</sub>, zużycia energii i wody oraz produkcji odpadów.

BIC, wiedząc jak ważna jest także odpowiedzialność społeczna biznesu, zaangażowany jest w zapewnienie swoim pracownikom bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy, godziwych plac i rozsądnego czasu pracy. Indywidualizowane programy oraz sesje szkoleniowe, np. programy BIC University, mają za zadanie wspomagać pracowników w procesie dostosowania do zmieniających warunków rynkowych.

#### Oferta

Funkcjonalność, dostępność, uniwersalność – oto filary filozofii BIC. Marka oferuje proste, pomysłowe i wiarygodne rozwiązania dla każdego, wszędzie i na każdy czas, zaś każdy produkt BIC zaprojektowany jest przede wszystkim po to, by spełniać określoną funkcję. Na asortyment marki składają się trzy główne grupy produktów: artykuły piśmiennicze, maszynki do golenia oraz zapalniczki.

#### HISTORIA MARKI

- 1945** W Clichy, we Francji Marcel Bich i jego partner Edouard Buffard rozpoczynają produkcję piór wiecznych i części do ołówków automatycznych.
- 1950** Marcel Bich wprowadza na francuski rynek długopis pod marką BIC Cristal. Powstaje marka BIC.
- 1972** Firma BIC staje się spółką akcyjną i wchodzi na paryską giełdę papierów wartościowych.
- 1973** Na rynku debiutuje zapalniczka BIC.

Wśród artykułów piśmienniczych BIC znaleźć można m.in. przybory do pisania, markery, zakreślacze, pełną gamę wysokiej jakości, bezpiecznych i nietoksycznych artykułów do rysowania i kolorowania zaprojektowanych specjalnie dla dzieci, korektory oraz wiele innych akcesoriów, w tym karteczki samoprzylepne i gumki do ścierania. Od momentu wprowadzenia na rynek długopisu BIC Cristal styl i wzornictwo produktów BIC oraz materiały wykorzystane do ich produkcji mają jeden cel – zachowanie idealnej harmonii pomiędzy formą produktu a jego przeznaczeniem. BIC oferuje zarówno jakość, jak i wiarygodność, a produkty odpowiadają na potrzeby konsumentów i obejmują wszystkie segmenty rynku artykułów piśmienniczych. Flagowy długopis BIC Cristal – nadal najlepiej sprzedający się długopis na świecie – stał się ikoną prezentowaną w muzeach m.in.: MOMA w Nowym Jorku czy Centrum Pompidou w Paryżu.

BIC oferuje maszynki do golenia zarówno od jedno- do czterostrzowych, jak i od jednoczęściowych po systemowe. Wszystko to, by zaspokoić różnorodne potrzeby kobiet i mężczyzn. Wśród oferty BIC warto wyróżnić linię najbardziej czarujących maszynek dla kobiet Miss Soleil i Soleil Bella oraz Bic Flex 3 dla mężczyzn. Gwarancją delikatnego golenia, charakterystyczna dla maszynek BIC, idzie tu w parze z ergonomią i najwyższą jakością ostrzy. Pierwsza zapalniczka BIC pojawiła się na rynku ponad 40 lat temu. Od tamtej pory zapalniczki BIC cały czas ewoluowały, przybierały odmienne parametry, kształty i rozmiary oraz zyskiwały klientów niepowtarzalnymi wzorami i nietuzinkowym wzornictwem.

Klienci mogą wybrać kobiecą i pełną wdzięku linię Miss BIC lub serię klasyczną. Zapalniczki marki BIC charakteryzują się pełnym ogniem, występują w wielu intensywnych kolorach i rozmiarach (maxi, mini electronic, maxi electro-

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Nazwa BIC jest skróconą wersją nazwiska założyciela firmy Marcela Bicha.
- Długopis BIC Orange zapewnia linię pisania o długości do 3,5 kilometra.
- Każda zapalniczka BIC Maxi wytwarza do 3000 płomieni – pierwszy równie intensywny, jak ostatni.
- Każda maszynka BIC Flex 3 wystarcza do 30 dni golenia.



nic, mini flint, slim). Oryginalnych pomysłów na zapalniczkę nie brakuje też w wielu seriach z dekorami lub fakturowanymi powierzchniami. Ponadto w ofercie BIC znajdują się zapalniczki w edycjach limitowanych, np. w kreacjach opracowanych przez duet Paprocki & Brzozowski, z popularnymi hasłami z czasów PRL lub z wymyślnymi wzorami uczestników konkursu Design on Fire.

#### Ostatnie wydarzenia

W 2014 roku BIC KIDS pod adresem Bickids.com uruchomił nową, odświeżoną stronę internetową. Poza wskazówkami dotyczącymi nauki pisania oraz informacjami o produktach piśmienniczych BIC, na stronie znaleźć można m.in. materiały do nauki oraz interaktywne kąciki.

[www.bicworld.com](http://www.bicworld.com)

- 2009** Ekspansja BIC na europejskim rynku produktów promocyjnych. BIC przejmuje Norwood Promotional Products, 2. pod względem wielkości producenta produktów reklamowych w USA.
- 2011** BIC i Terracycle tworzą pierwszy w Europie program recyklingu produktów do pisania.
- 2014** Pod adresem Bickids.com BIC Kids uruchamia nową, odświeżoną stronę internetową.

- 2006** BIC wkracza na rynek etykiet samoprzylepnych.