Je suis actuellement en 1ere es. Nous passons les TPE en fin d'année et nous aurions bien voulu avoir une bibliographie des différents articles concernant l'entreprise Bic et plus particulièrement son stylo à bille. Les matières sont histoire et s.e.s, notre thème étant crises et progrès, innovations. Je vous remercie d'avance pour votre aide .

Réponse apportée le 10/25/2012 par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse.
Vérifiée le 25/10/2015

Mis à part ces 2 titres, peu d'éléments trouvés dans les ouvrages de nos collections.

→ **la Petite encyclopédie du design** / Auteur : Morteo, Enrico
Paris : Solar, DL 2009
Cet ouvrage recense les différents designs du monde et part à

la rencontre des structures et des processus d'innovation en analysant les mouvements artistiques et les experts du design qui les firent évoluer. Cette encyclopédie permet de circuler aisément à travers les créations et les courants artistiques grâce à un procédé de consultation à la fois graphique et pédagogique. • Pages 214-215
Niveau 3 – Arts, loisirs, sports Cote **741-8(03) MOR** – Disponible

→ **le Mémento pratique du branding : comment gérer une marque au quotidien** / Éditeur : [Paris] : Village mondial, impr. 2006
Collection : Marketing
Toutes les problématiques liées à la marque et à sa gestion, réunies dans un aide-mémoire pratique et accessible, illustré de nombreux cas d'entreprise.
• Pages 134-136 Bic : une marque de plus de 50 ans devenue mythique. Cet extrait est consultable en ligne sur Google
Niveau 2 – Sciences, techniques, médecine Cote **655.8 LEW** – Disponible

En revanche, quelques articles sur la base de presse Bpi-doc constituée par la Bpi. Elle propose en ligne les références d'une sélection d'articles issus de la presse française sur les questions d'actualité sociale et culturelle en France et dans le monde. Les articles eux-même sont consultables uniquement sur place.

10/05/2011 FIGARO (LE) **Bic veut écrire une nouvelle page de son histoire dans les pays émergents** 1
25/11/2010 NOUVEL OBSERVATEUR (LE) **Le Bic toujours en pointe** 3
12/07/2008 FIGARO ECONOMIE (LE) **Bic et Orange lancent un mobile ultrasimple** 1
12/03/2008 FIGARO (LE) **Bic entretient la flamme** 2
25/09/2005 MONDE (LE) **Le Bic Cristal** 1
01/07/1994 FIGARO (LE) **Marcel Bich, une vie en majuscule** 1
01/06/1994 MONDE (LE) **Les audaces du baron Bich** 2
01/06/1994 QUOTIDIEN DE PARIS (LE) **Marcel Bich, l'homme qu'on prenait pour une bille** 1

01/06/1994 LIBERATION **Bic orphelin de son baron fondateur** 1
16/01/1992 USINE NOUVELLE (L') **La société Bic à la recherche d'un nouvel élan** 4

Ensuite, de nombreux articles sur la base Delphes, base de référence avec résumés d'articles de revues et d'études de marché, d'annuaires sectoriels, de rapports annuels etc…
• Abonnement souscrit par la bibliothèque

→ « **Bic, ou l'équation entre le beau et l'utile** »
Source : *Marketing magazine* décembre 2011 – janvier 2012 – n° 154 – p 48
Zoom, fin 2011, sur la stratégie de la marque française de stylos Bic (groupe éponyme), qui, à l'occasion du soixantième anniversaire de Bic Cristal, actionne deux leviers complémentaires pour célébrer ce stylo iconique : le design et le digital. Stylo du quotidien par excellence, Bic Cristal inspire aujourd'hui les artistes, dessinateurs et designers. Au programme de la politique marketing pour célébrer l'anniversaire : communication évènementielle et invitation des internautes à faire preuve de créativité. Des détails avec quelques données chiffrées sur les volumes vendus du stylo Bic Cristal.
Auteur : NEBIA (Amelle).

→ « **Bic Cristal, un anniversaire design** »
Revue des tabacs novembre 2011 – n° 591 – p 55
Entretien, en novembre 2011, avec Marie Saglio, directrice générale de Bic France, qui revient sur le succès de la marque Bic Cristal, à l'occasion des 60 ans du stylo à bille le plus vendu dans le monde. Les points abordés : les opérations menées pour célébrer cet anniversaire placé sous le signe du design : la rédaction par Eliette Abecassis d'une nouvelle entièrement écrite avec un Bic ; la conception d'oeuvres et de bijoux avec des Bic ; un agenda 2012 illustré au stylo Bic ; les ventes de Bic Cristal en France qui s'élèvent à 100 millions d'unités chaque année ; la présence du stylo dans les points de vente et débitants de tabac. Données chiffrées clés

sur la société Bic, notamment son CA monde 2010 de 1831,5 millions d'euros.
Auteur : FLANQUART (Christiane).

→ « **Réussir avec une idée** »
Entreprendre novembre 2011 – n° 255 – pp 28-30, 32, 34-36, 38-39
Présentation, en 2011, d'entrepreneurs et d'entreprises françaises qui ont fondé leur succès commercial sur une invention, un concept inédit ou une simple conviction. Les entrepreneurs : le DJ David Guetta se lance dans l'univers de la nuit et obtient la consécration en produisant des tubes planétaires ; JCDecaux a inventé le concept de créateur et de fournisseur de mobilier urbain à espaces publicitaires ; Bic devient une multinationale grâce au stylo à bille ; Dan Serfaty invente le Facebook professionnel avec Viadeo ; Pierre Schmidt créé le leader de la cuisine alsacienne avec la société Stoeffler ; Quies prend le monopole de la protection auditive ; Lisa Airplanes imagine un avion léger haut de gamme ; Grégory Trébaol veut démocratiser le vélo à assistance électrique avec Easybike ; Essilor devient le leader mondial de l'optique ophtalmique ; René Elissabide relance la marque mythique de chaussures Pataugas ; Henri de Pazzis met le bio en grande surface avec ProNatura ; Carel invente le premier thermomètre textile ; Loc Maria assoie son succès sur celui de la crête dentelle ; Auto Escape devient le premier courtier français de location de véhicules de loisirs ; Wysips invente le premier film photovoltaïque transparent du monde ; la société autrichienne Redbull créée une nouvelle catégorie de produit ; Coyote System doit sa fortune aux radars ; Leclerc mène une politique offensive de prix bas ; Virgin mise sur la diversification tous azimuts. Mention du CA, du secteur et de l'idée pour chaque société. Données chiffrées.
Auteur : MULLER (Stéphanie) – LEGOURD (Virginie).

→ « **Le Bic cristal fête ses 60 ans** »
Le Papetier de France avril 2011 – n° 3 – pp 22-25

Entretien, en avril 2011, avec Marie Saglio, directrice générale de Bic France (rasoirs, briquets jetables, articles de papeterie), qui revient sur les secrets de la réussite exceptionnelle du stylo Bic Cristal à l'occasion du soixantième anniversaire du produit. Un produit vendu à plus de cent millions d'exemplaires par an et qui n'a jamais vieilli aux yeux des consommateurs. Gage de son succès : sa qualité, la longueur d'écriture et son rapport qualité/prix. Points abordés : les grandes étapes qui ont marqué la vie de Bic Cristal ; les raisons du succès ; la résistance du produit face aux concurrents et aux nouvelles technologies d'écriture ; son lieu de fabrication ; sa réponse aux exigences du développement durable ; l'avenir du Bic Cristal. Encadré sur la naissance du Bic Cristal il y a 60 ans. Peu de chiffres.

→ « **Papeterie : vers un retour à l'embellie ?** »
Points de vente 24 janvier 2011 – n° 1086 – pp 60-67
Analyse du marché français des articles d'écriture lors de la rentrée de septembre 2010, période dynamique pour le secteur, marqué par la créativité des marques et une baisse des prix : +2% en valeur et +3,7% en volume. Détails et tendances par segments : stylos bille, toujours la star des trousses ; stylo-plume, finie la décroissance ; roller-gel encore très dynamique ; feutres d'écriture, en devenir ; surligneurs et coloriage, en bonne progression. Zoom sur les principales marques du segment de la papeterie : Post-it, Stabilo, Bic et Scotch. Encadré sur la tendance écologique émergente sur le segment. Court entretien avec Frédéric Darrigan, directeur marketing d'Oxford (groupe Hamelin), qui revient sur la situation du marché. Données chiffrées (%). Auteur : VERNY (Jérôme).

→ « **Sagas françaises à succès** »
Marketing magazine novembre 2010 – n° 144 – pp 34-38
Retour, en novembre 2010, sur six marques françaises fortement ancrées dans la culture nationale, et décryptage des clés du succès marketing de ses produits qui ont su traverser les

époques : Lu, le Petit-Beure nantais devenu américain ; Ricard, le petit jaune marseillais ; La Vache qui rit (Fromageries Bel), un air de nostalgie ; Moulinex libère toutes les femmes du monde ; Bic, le stylo globe-trotter ; la « Deudeuche » (Citroën), plus qu'une voiture, un art de vivre. Des détails sur l'historique, le produit/packaging, la communication, et l'activité récente de chacune de ces marques, que les fondateurs audacieux et marketeurs avant l'heure, on su rendre incontournables au fil des ans. Explications. Peu de chiffres.
Auteur : PELLICER (Shirley).

→ « **Ils rusent pour innover à la rentrée** »
L'Usine nouvelle 2 – 8 septembre 2010 – n° 3203 – pp 24-25
Tour d'horizon des stratégies des fabricants de fournitures scolaires présents en France qui rivalisent à coup d'innovations pour séduire les jeunes consommateurs à la rentrée 2010. Alors que le marché français des fournitures scolaires a reculé en 2009 de 6% par rapport à 2008, pour un CA de 5,1 milliards d'euros, les fabricants se mobilisent pour proposer des articles correspondant mieux aux nouvelles exigences des clients et activer les tendances qui dynamiseront le marché de demain, comme les articles à base de matériaux recyclés, ou les produits incontournables relookés (à l'image du stylo à bille quatre couleurs de Bic). Des détails avec quelques données chiffrées. Zoom sur les principaux acteurs du marché et mention pour certains de leur CA. Auteur : CAHUZAC (Adrien) – LEBLANC (Barbara).

→ « **Bic à la pointe du durable** »
La Revue des marques avril 2008 – n° 62 – pp 43-52
Aux origines du stylo bille : histoire de Bic depuis 1950 et jusqu'à ces dernières années où les nouveaux produits et les extensions de gamme (papeterie, rasoirs et briquets) représentent 22% des ventes du groupe.
Auteur : WATIN-AUGOUARD (Jean).

→ Titre : « **Instruments d'écriture : Bic change les cartouches**

par le côté »
LSA : Le magazine de la grande consommation 15 juin 2006 – n° 1957 – p 68
Article court sur le système « EasyClic » mis au point par la société Bic, qui permet de changer la cartouche d'un stylo plume sans le dévisser. Lancement du produit prévu pour la rentrée des classes 2006. CA 2005 du marché français des stylos plumes à 40,9 millions d'euros.
Auteur : CALON (Véronique).

→ « **Bic ouvre sa première usine en Chine ».**
Les Echos n° 19519, 13 octobre 2005, p 20 (1p).
Point sur la construction, par le spécialiste français du stylo jetable Bic, de sa première usine en Chine à Shanghai (investissement d'environ 3 millions d'euros). L'objectif du groupe est de fabriquer lui-même ses stylos pour s'assurer d'une qualité constante. Jusqu'à présent, cette fabrication était assurée par une douzaine de sous-traitants chinois. Projet de Bic de développer son CA en Chine, grâce à des produits plus sophistiqués et en construisant sa marque. Données chiffrées.

→ « **Bic revoit sa copie. »**
L'Usine nouvelle n° 2946, 13 – 19 janvier 2005, p 28 (1p).
Stratégie du leader mondial du stylo-bille, le groupe français Bic (9 % du marché, CA 2003 de 711 millions d'euros (- 10,2 %)), qui veut augmenter son CA et améliorer sa rentabilité dans les articles de papeterie. Son objectif est d'atteindre à moyen terme une marge opérationnelle de 16 à 17 %, contre 14,4 % au premier semestre 2004. Restructuration de son outil industriel en diminuant le nombre d'unités de production, ce qui a déjà permis plus de 20 M EUR d'économies. Arrêt de la production de crayons à papier à mine graphite à Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais), et disparition de la marque Conté au profit de « Bic kids ». Possibilité d'une modification du plan de charge du site de Marne-la-Vallée (Seine-et-Marne), et de réaliser une opération de croissance externe. Une autre

possibilité est le recours à la sous-traitance. La restructuration va s'étendre aux Etats-Unis, avec l'arrêt de la production de stylos à bille à Milford (Connecticut) d'ici à la fin 2006. Données prospectives. Données chiffrées. Auteur : BOCQUET (Pierre-Yves).

→ '**Bic renforce sa branche écriture ».**
LSA : Le magazine de la grande consommation n° 1864, 10 juin 2004, pp 40-41 (2p).
Article avec données chiffrées sur le groupe Bic, qui tente de se relancer en se renforçant sur le marché du stylo plume grâce à l'acquisition de Stypen et en rebaptisant sa filiale Conte qui devient Bic Kids pour s'européaniser. Données chiffrées sur la répartition du CA de l'écriture en France, le CA de Stypen, l'estimation de son prix d'acquisition, la part de marché en Europe et en France de Conte (encarts et graphique). Auteur : JIROU-NAJOU (Caroline) – RISTE (Christine).

→ « **Les stylos made in France de Pilot ».**
Entreprises Rhône-Alpes n° 1467, 1er octobre 2003, p 32 (1p).
Données chiffrées. Stratégie du groupe japonais Pilot Corporation Europe qui, avec environ 10 % de parts de marché, occupe la troisième place sur le marché français du stylo derrière Bic et Reynolds (60 millions d'euros de CA réalisés en France en 2002). Il est implanté en Haute-Savoie depuis 1996. Le site haut-savoyard (160 salariés) produit 50 millions de stylos par an et exporte 60 % de sa production. Présentation de l'Alphagel, nouveau stylo entièrement développé par le site français. Auteur : MAZOYER (Claude).

→ Titre : « **Bic s'attend à une année 2003 difficile ».**
Les Echos n° 18871, 21 – 22 mars 2003, p 14 (1p).
Présentation des résultats 2002 du groupe français Bic, le spécialiste du stylo, du briquet et du rasoir jetable. Depuis trois ans, stagnation des ventes de Bic à 1,5 milliard d'euros. En 2002, recul de 2,7 % du CA consolidé. Diminution de 1,7 % du résultat d'exploitation à 253 millions d'euros,

marge de 16,9 %. Augmentation du profit net de 7,7 % à 127 millions d'euros. Point sur la restructuration de l'activité articles de papeterie de Bic. Ce groupe réalise 54 % de son CA en Amérique du Nord. Réduction des investissements de Bic à 85 millions d'euros en 2002. Point sur les produits nouveaux de Bic : stylos à encre gel, rasoirs trois lames et briquets « collectors » et multiusages. Données chiffrées.

→ **Des stylos par millions**.
Revue des tabacs n° 490, septembre 2002, p 47 (1p).
Point sur la production de stylos à bille dans l'usine de fabrication située à Marne-la-Vallée depuis 2000. Elle produit le « stylo-bille » Les 3 modèles inventés dans les années 50 et 60 Cristal, M10, et Orange sont fabriqués à Marne-la-Vallée. Le groupe Bic possède 4 autres sites dans le monde dont celui des Etats-Unis. Il doit faire face à la rude concurrence des Chinois et des Indiens. Sa production doit être fiable, rapide et à petit prix. Le groupe a fait le choix de ne pas délocaliser. La production atteint 2,6 millions de stylos par jour. La chaîne de fabrication a été automatisée, le groupe emploie 195 salariés. Quelques données chiffrées.
Auteur : SIREYJOL (Xavier).

→ « **Bic : la correction était écrite** ».
La Vie française n° 2760, 2 mai 1998, pp 18-19 (2p).
Situation de la société française Bic (articles de papeterie et stylo, briquets et rasoirs jetables). Stratégie plus dynamique : recrutement de cadres commerciaux, accroissement des dépenses de publicité, développement des exportations avec création de produits adaptés. Données chiffrées dont CA et bénéfice net (1993-1998), graphique de la répartition géographique et par branches du CA. Evolution boursière.
Auteur : DENOIX (Philippe).

→ « **BIC : la qualité se paie** ».
La Vie française n° 2724, 23 août 1997, p 22 (1p).
Situation du groupe français BIC numéro 1 mondial du stylo, briquet et rasoir jetable. Bonne hausse de l'action à la

Bourse de Paris. Le groupe réalise 90 % de ses ventes à l'international et s'implante actuellement en Asie (Inde et Chine). Situation financière excellente (5,6 milliards de fonds propres). Accord avec l'américain Shaeffer qui lui permettra une montée en gamme. Données chiffrées dont CA 1996 : 6,352 milliards de FF et résultat net : 694 millions de FF.

A consulter également dans l'Encyclopédie Wikipédia, les articles : BIC , Stylo à bille , Bic Cristal , Marcel Bich

Et pour terminer un film : Le Bic Cristal, documentaire télévisé de la série Design, Danielle Schirman, France, 2004. Disponible sur Youtube

Cordialement,

Eurêkoi – Bibliothèque publique d'information