



## Le bon vieux stylo quatre couleurs de Bic déchaîne plus que jamais les passions dans les collèges

La multiplication des nouvelles gammes fascine les collégiens, qui en veulent toujours plus. Mais cette popularité conduit également à de nombreux vols. C'est un trafic qui prend chaque jour de l'ampleur. Son objet est pourtant aussi inattendu qu'inoffensif : l'emblématique stylo quatre couleurs de Bic. Le précieux outil, incontournable des troussees des écoliers depuis plusieurs générations (il a plus de 50 ans), fait plus que jamais des jaloux dans les cours de récréation. La clé de son succès ? il est « particulièrement simple à utiliser, abordable, de qualité et surtout fiable. On peut écrire sur plus de 8 kilomètres d'affilée avant d'épuiser toute l'encre », met en avant le service communication du groupe. Mais cette popularité renouvelée, qui se fait ressentir sur les ventes, provoque aussi son lot de tensions et de compétition entre camarades.

«Un objet de collection»

Muriel, professeur d'anglais dans un collège du sud de la France est en première ligne face à cette « quatre couleurs mania » qui semble toucher une grande partie des établissements secondaires du pays. « Cela paraît anecdotique aux premiers abords, mais ce stylo crée beaucoup de problèmes entre les élèves. Les vols sont légion dans les classes » rapporte-t-elle. En effet, le quatre couleurs est dorénavant vu comme un objet de collection, un trophée à obtenir à tout prix. Panoplie de 15 stylos quatre couleurs différents dans la trousse, « customisation », quête de l'objet rare, ... «O n pourrait dire qu'il s'agit après tout juste d'un stylo, mais le quatre couleurs est souvent le seul que les élèves ont dans leur trousse. Se le faire voler souvent représente à chaque fois une nouvelle dépense de 2 ou 3 euros, et pour certaines familles cela peut représenter un certain coût non négligeable » estime Muriel. « Par ailleurs, certains vols s'inscrivent dans un cadre beaucoup plus large de harcèlement à l'encontre de certains élèves; qui sont spécifiquement et systématiquement pris pour cibles par les voleurs » conclut-elle.

Mais d'où vient ce fort attrait des plus jeunes pour ce produit phare de Bic ? Au delà de cette récente accélération, le stylo quatre couleurs a toujours connu une popularité certaine auprès des plus jeunes. Fondé en 1945 par Marcel Bich, Bic - dont les capitaux étaient encore détenus, en 2019, à 44,8% par la famille du fondateur - capitalise fortement sur la popularité de son produit star et n'hésite pas à développer de nouvelles gammes. « Pour fêter les 40 ans du quatre couleurs en 2010, nous avons décidé de mettre en vente une édition au corps vert pomme et proposant des couleurs décalées. Depuis, nous multiplions les éditions spéciales avec par exemple un quatre couleurs imitation bois ou des éditions solidaires, dont les bénéfices sont souvent redistribués à des associations », explique-t-on. La multiplication de « styles » de quatre couleurs différents renforce alors naturellement l'attrait des plus jeunes pour le stylo. « Les élèves veulent la panoplie de quatre couleurs la plus diversifiée possible » déclare Muriel. « Le couleur bleu, or, rose et j'en passe, c'est à celui qui aura le Bic le plus original ».

Un produit «made in France»

Cette tendance observée dans les cours de récréation se retrouve pleinement dans les niveaux de vente du stylo. « On note, sur cinq ans, une hausse de 50% des ventes de quatre couleurs en France et de 20% rien qu'entre 2020 et 2021 » indique le Groupe Bic. La fiabilité du produit depuis 50 ans et la diversification des styles de quatre couleurs vendus semblent donc payer, et reflète la bonne santé globale du groupe. En effet, Bic



se place comme le numéro 2 mondial pour tout ce qui est « instruments d'écriture » [8% des parts de marché mondiales] grâce, en partie, à la politique de diversification menée vers d'autres gammes de produits [comme les briquets] et d'internationalisation entamée dès les années 1970 qui lui ont permis de concurrencer des géants de la papeterie comme Waterman ou Reynolds.

Pourtant, malgré son implantation mondiale, le groupe reste fortement ancré à son pays d'origine, la France. « Le marché français reste le plus demandeur de nos produits, et notamment de nos quatre couleurs » indique Bic. « D'ailleurs, c'est en France, et plus précisément dans l'usine Bic de Montévrain située en Seine-et-Marne que l'essentiel des quatre couleurs vendus dans le monde est fabriqué ». L'usine de Montévrain produit, en effet, plus de 240.000 quatre couleurs par jour, soit plus de 7,2 millions par mois. Une popularité et une qualité certaine pour un stylo culte et « made in France ».

