



Dossier de presse

Janvier 2011

Contacts presse

Terre de Roses – Françoise Clergue/Laurence Gamboni - Tél. : 00 33 4 72 69 42 96/93

Direction de la communication - Claude Léonard - Tél. : 00 33 1 47 96 91 68 - Mail : claude.leonard@bostik.com

Sommaire

Editorial

par Bernard Pinatel, Président directeur général

Préambule

Bostik, un leader mondial - Bostik en quelques chiffres - Bostik en quelques dates

Trois marchés stratégiques

L'industrie - La construction - Les produits de consommation

Objectifs et développement

D'un n°2 généraliste à un leader de pointe - Une stratégie en cinq points

De l'innovation à la R&D

L'innovation encouragée - La R&D, moteur de l'innovation

L'éco-responsabilité comme priorité

Formaliser l'exigence éco-responsable - Respecter l'environnement dans toutes les étapes de conception - Aider ses clients à réduire leur impact environnemental

Près de 5 000 collaborateurs

Organisation - La politique de ressources humaines - Une nouvelle culture d'entreprise

Annexes

Une présence globale - Les principales marques développées par le groupe Bostik, dans les trois principales zones

Visuels

Contacts



Editorial

par Bernard Pinatel, Président directeur général

« En janvier 2010, Total m'a confié la direction générale de la division « Adhésifs ». Cette division regroupe Bostik et ses filiales. Numéro 2 mondial des solutions de collage destinées à trois marchés, l'industrie, la construction et les produits de consommation Bostik a généré en 2010 un chiffre d'affaires de 1,38 milliard d'euros.

Familier de cette division que j'ai connue de 2000 à 2006, en tant que Directeur général de Bostik France puis de Bostik Europe, j'ai à cœur pour les années à venir d'entretenir la dynamique de croissance dans laquelle Bostik s'inscrit. En continuant tout d'abord à encourager l'innovation, élément-moteur de près de 5 000 personnes que Bostik emploie dans le monde. En assurant également l'investissement optimal à destination des régions et des populations les plus dynamiques et prometteuses, notamment dans les pays émergents. En consolidant finalement le modèle de management responsable et entrepreneurial que Bostik développe dans quarante pays (et presque autant de cultures) à travers le monde. »

Préambule

Bostik, un leader mondial

Bostik, filiale du groupe Total, est l'un des leaders mondiaux de la conception, fabrication et commercialisation de colles et mastics, avec de nombreuses positions de n°1. Ces solutions sont développées à destination de trois marchés : l'industrie, la construction et les produits de consommation. Les performances des produits Bostik permettent de couvrir un vaste panel d'applications : des produits d'hygiène à la construction, du transport aux emballages, en passant par la rénovation. Le groupe est ainsi leader mondial dans le domaine des produits d'hygiène jetables, n°2 mondial pour la construction, la rénovation des bâtiments et les applications du BTP (carrelage, revêtement de sol, étanchéité, etc.), et n°1 en France sur le marché du grand public.

Les solutions développées par Bostik conjuguent qualité et performances technologiques, innovation et rapidité de mise en oeuvre, dans le respect de l'environnement. Bostik fournit également des solutions de collage personnalisées afin de garantir à ses clients un service sur-mesure.

Bostik en quelques chiffres

1,384 milliard

Chiffre d'affaires en 2010, en euros

54%

Pourcentage du chiffre d'affaires réalisé en Europe, Moyen Orient et Afrique (26% Amériques, 20% Asie-Pacifique)

4 700

Nombre de personnes employées

50, 2, 10, 40, 50

50 sites de production, 2 centres de recherche et développement (Etats-Unis et France) et 10 centres de recherche appliquée, répartis dans plus de 40 pays, avec une présence commerciale dans plus de 50 pays sur les cinq continents - **voir annexe en page 11**

Bostik en quelques dates

1889

Fondation de Boston Blacking Co. à Chelsea, Massachusetts, Etats-Unis

1990

Rachat de Bostik par le groupe pétrolier français Total

1996

Création par Elf Aquitaine d'Ato Findley, née de la fusion de trois entreprises : Ceca Adhesives, Findley Adhesives, Laporte Adhesives and Sealants

2001

Fusion des deux plus grands groupes pétroliers français, Total Fina et Elf Aquitaine et de leurs sociétés de fabrication de colles, Bostik et Ato Findley

2004

1^{er} octobre : Bostik devient le nom officiel de la société

Trois marchés stratégiques

L'industrie (55 % du chiffre d'affaires 2010)

Bostik est le partenaire de grands groupes industriels et intervient dans des secteurs aussi divers que :

- **l'hygiène et les soins** : couches non tissées, lingettes, hygiène féminine (tous les ans, 80 milliards de couches sont fabriquées avec les solutions Bostik). Le groupe s'engage à proposer des produits recyclables, qui contribueraient à l'efficacité environnementale des clients.
- **les emballages** : rigides, souples, rubans adhésifs et étiquettes. Bostik est présent sur ce marché depuis le début des années 1990. Le groupe est ainsi l'un des principaux fournisseurs pour les emballages souples. Le groupe est également à l'origine du développement des colles à froid, qui offrent une adhésion élevée sur des supports ayant subi un traitement ou difficiles à assembler. Ces solutions aqueuses s'utilisent pour l'emballage des aliments sensibles à la chaleur et des articles pour l'industrie pharmaceutique.
- **le transport** : automobile, aéronautique, maritime, ferroviaire. Bostik propose une large gamme de solutions adaptées à la fabrication, à l'assemblage ou à l'entretien des composants.
- **l'assemblage** : assemblage industriel, textile, cuir et chaussures, meubles et menuiserie, vitrages isolants. Bostik est à l'origine de nombreuses innovations dans les solutions apportées aux fibres textiles (collage, pelliculage), largement employées aujourd'hui dans les procédés de fabrication de vêtements médicaux.

La construction (30 % du chiffre d'affaires 2010)

Les produits Bostik sont utilisés chaque jour par des millions d'artisans et d'entreprises de rénovation, construction et décoration. Parmi les applications développées par Bostik : enduits autolissants, chapes, colles pour revêtement de sol, colles pour parquets et carrelages, colles pour papiers peints, mastics, résines.

Les produits grand public (15 % du chiffre d'affaires 2010)

Bostik propose plus de 2 000 produits pour le particulier dans plus de 120 pays à travers le monde. Parmi les applications développées par Bostik : papeterie et décoration intérieure, réparation, assemblage, bricolage, étanchéité, etc.

Marques développées par Bostik, par marché - voir annexe en page 12

Objectifs et développement

D'un n°2 généraliste à un leader de pointe

Fort d'un savoir-faire reconnu et de capacités d'innover maintes fois démontrées, le groupe Bostik conçoit son développement autour de solutions à très forte valeur ajoutée, notamment grâce à l'avance prise en terme de recherche et développement. Ainsi, ses solutions s'inscrivent dans des perspectives de croissance longue, dictées par les tendances mondiales actuelles ou prévues, comme les économies d'énergie dans tous les secteurs, les effets climatiques sur la démographie, etc. Par exemple, le potentiel est très important dans le secteur du bâtiment, où la demande de solutions vertueuses et peu consommatrices d'énergie est en pleine croissance. De nombreux partenariats ont ainsi été développés autour de la démarche de construction Haute Qualité Environnementale HQE.

Une stratégie en cinq points

Cette stratégie de croissance s'appuie sur cinq piliers :

. **l'innovation** : les produits réellement innovants qui sont sur le marché depuis moins de trois ans représentent 8,5% du chiffre d'affaires de l'entreprise ; ils en représenteront 10 % d'ici à 2012. L'innovation est encouragée au sein du groupe par des process impliquant l'ensemble des collaborateurs (Forum mondial interne de l'innovation, organisation interne d'innovation, prix décernés, etc.).

. **l'investissement dans les régions les plus dynamiques** (infrastructures et ressources humaines) : bien implantée en Europe occidentale, aux USA et en Australie, Bostik souhaite accélérer son implantation en Asie, en Europe de l'Est, en Afrique et au Moyen-Orient. La politique d'acquisition définie vise à créer et saisir les opportunités à court et long termes au sein d'un secteur hautement fragmenté.

. **la croissance commerciale externe**

. **l'excellence opérationnelle** : proximité avec les relais et les clients, capacité à répondre rapidement à un besoin, attractivité des coûts, etc.

. **le modèle managérial de Bostik** : partage des cultures, des expériences et du savoir-faire de façon à faciliter l'implication et la responsabilité de tous les collaborateurs. Bostik développe ainsi l'esprit d'équipe autour de principes et de règles concernant la sécurité, l'environnement, l'éthique et la politique des ressources humaines.

De l'innovation à la R&D

L'innovation encouragée

Un comité de pilotage de l'innovation a été créé au niveau mondial au sein du groupe Bostik. Il définit les domaines où les efforts d'innovation doivent être fournis, coordonne les moyens humains et techniques nécessaires à l'application des idées innovantes, formalise les process internes générateurs d'idées novatrices et transformateurs d'idées en résultats (commerciaux et/ou industriels).

Trois axes sont particulièrement importants dans les encouragements faits à l'ensemble des collaborateurs du groupe en termes d'innovation :

- . la réduction de l'impact sur la santé et l'environnement grâce à des solutions Bostik ;
- . le développement d'adhésifs à fonctionnalités multiples (exemple : adhésif qui comporte des caractéristiques supplémentaires comme l'isolation phonique) ;
- . les nouvelles applications, en remplacement des méthodes traditionnelles notamment de fixation mécanique.

La R&D, moteur de l'innovation

Plus de 400 chimistes et techniciens, répartis dans 10 centres régionaux de technologie appliquée et de services techniques, assurent notamment le développement de nouveaux produits en adéquation avec les besoins pressentis des marchés, le transfert de technologies et l'expertise technique nécessaire à des domaines spécifiques.

La décentralisation, à échelle mondiale, du réseau technique et l'organisation de la Recherche & Développement garantissent un développement local des produits et un transfert optimal des technologies et connaissances. Il n'est ainsi pas rare de développer une formulation exclusive pour un client industriel.

L'éco-responsabilité comme priorité

Formaliser l'exigence éco-responsable

Bostik est pionnier dans l'utilisation de l'Analyse de Cycle de Vie (ACV) appliquée au domaine des adhésifs. Bostik dispose ainsi de 56 Fiches de Déclaration Environnementale et Sanitaire (FDE&S) développées pour des produits phares d'une gamme ou des systèmes de produits. Ces déclarations fournissent une évaluation quantitative et transparente des performances du produit à toutes les étapes de sa vie, sur la base de normes internationales (ISO 14040 et 14044).

Respecter l'environnement dans toutes les étapes de conception

De façon à présenter une empreinte carbone et un impact sur l'environnement les plus modérés possibles, Bostik intègre progressivement des méthodes d'éco-conception. Concrètement, six principes sont appliqués lors du développement de nouvelles solutions :

. Repenser le produit et ses fonctions

Un adhésif peut répondre à d'autres fonctions que celle unique de coller. La colle parquet Silentstik réduit par exemple la transmission acoustique et permet ainsi une économie de matériaux et de main d'oeuvre.

. Réduire la quantité d'énergie et de matières premières nécessaires

. Remplacer les substances nocives à l'environnement

Bostik est fortement présent sur les technologies des adhésifs sans solvant et à faible taux de Composés Organiques Volatils (COV) et développe sans cesse de nouvelles solutions de colles thermofusibles ou réactives. Bostik est également pionnier dans le remplacement des mastics de fixation solvantés par de nouvelles alternatives sans solvant.

. Recycler et concevoir des produits faciles à recycler

Les équipes Bostik ont par exemple développé un autoadhésif conçu spécialement pour les étiquettes des bouteilles en verre recyclables. Cet adhésif permet d'enlever facilement les étiquettes des bouteilles avant la phase de recyclage sans laisser de résidu d'adhésif, ce qui réduit la pollution de l'eau de nettoyage du verre à recycler.

. Réutiliser les produits qui peuvent l'être

. Réparer ou faciliter la réparation des assemblages pour éviter le remplacement prématuré

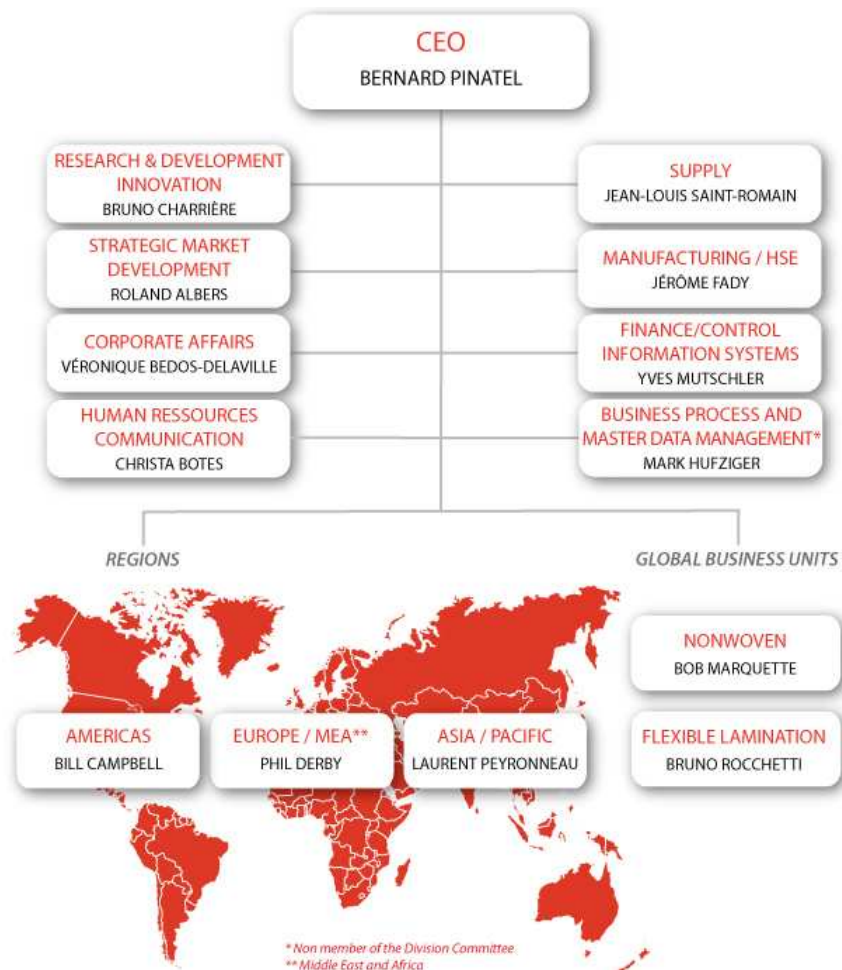
Le collage utilisé en lieu et place du soudage permet une réparation plus aisée des pièces assemblées des véhicules automobiles.

Aider ses clients à réduire leur impact environnemental

Les technologies utilisées par Bostik (adhésifs réactifs ou thermofusibles) réduisent considérablement l'énergie nécessaire au transport (réduction du poids des emballages et du poids des étiquettes), tout en évitant le recyclage des effluents.

Près de 5 000 collaborateurs

Organisation



Par son réseau de près de 5 000 collaborateurs, le groupe Bostik bénéficie d'une présence sur cinq continents. Cette organisation globale/locale permet à Bostik de développer une expertise large des problématiques internationales liées à l'adhésif, mais également régionales, spécifiques à chaque région.

La politique de ressources humaines

La politique du groupe est fondée sur la diversité, l'équité, la mobilité et la responsabilité, de façon à satisfaire les aspirations professionnelles et entrepreneuriales de chaque collaborateur. Forte des enseignements à la fois locaux et globaux, Bostik favorise le développement professionnel de ses salariés, à travers le programme «B stronger» (anticipation des besoins à venir et valorisation des compétences et/ou formations internes). De même, l'Université Bostik offre tous les ans l'opportunité aux dirigeants du groupe de se rencontrer et d'échanger. Elle représente un sérieux atout pour l'organisation décentralisée que Bostik souhaite continuer à développer.



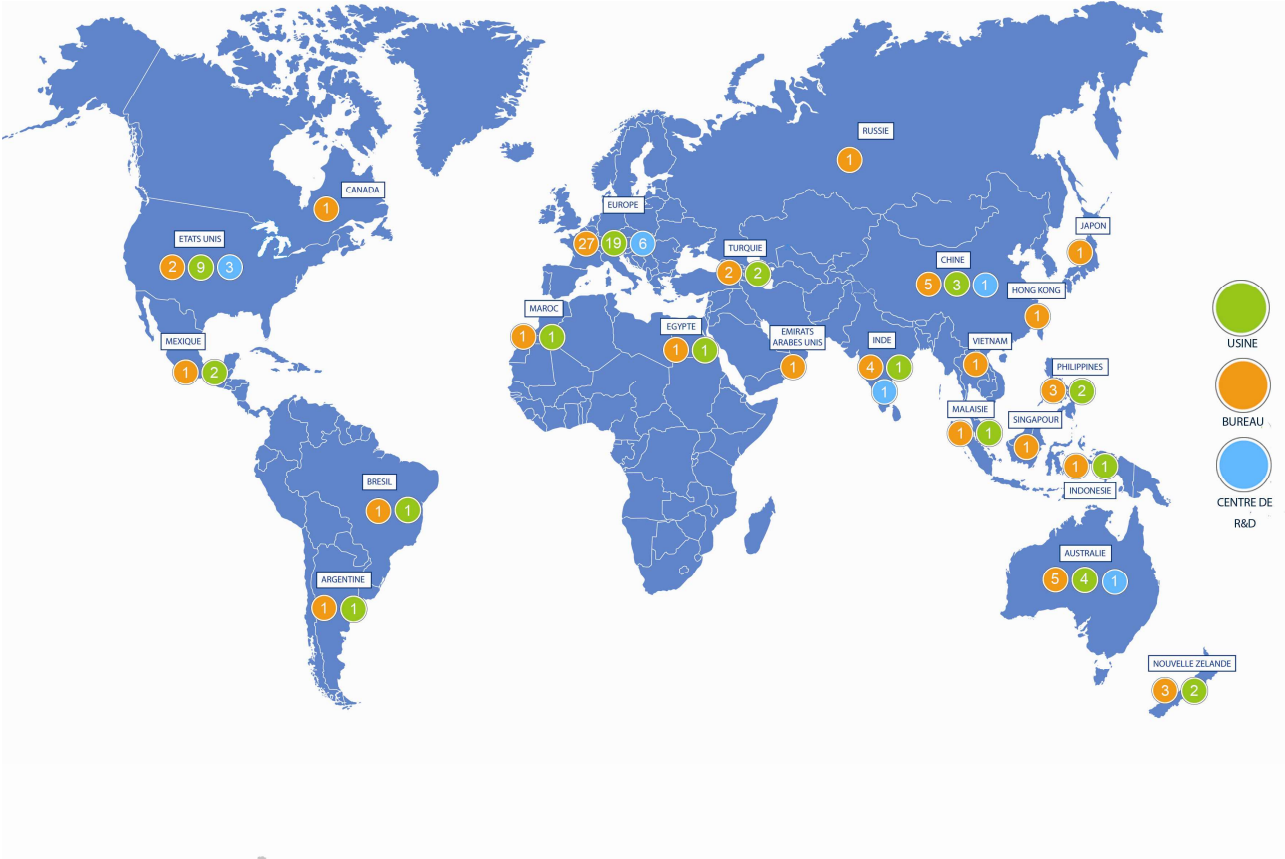
Une nouvelle culture d'entreprise

Bostik a développé une démarche axée sur l'innovation, en respect des valeurs économiques, sociales et environnementales du développement durable. Cette démarche s'appelle la Bostik way et repose sur le partage d'une culture commune de l'entreprise. Au travers de la Bostik way, chaque collaborateur cherche à agir de façon responsable, à placer le développement durable et l'innovation au coeur de ses préoccupations et à baser l'ensemble de ses actions sur six engagements forts envers ses collègues, ses clients, ses partenaires :

- B** pour Boldness = audace
- O** pour Openness = ouverture
- S** pour Sustainability = développement durable
- T** pour Team spirit = esprit d'équipe
- I** pour Integrity = intégrité
- K** pour Keeping our commitments = engagement

Annexe

Une présence globale



Annexe

Les principales marques développées par le groupe Bostik, dans les trois principales zones

Europe



Asie-Pacifique



Amériques



Visuels



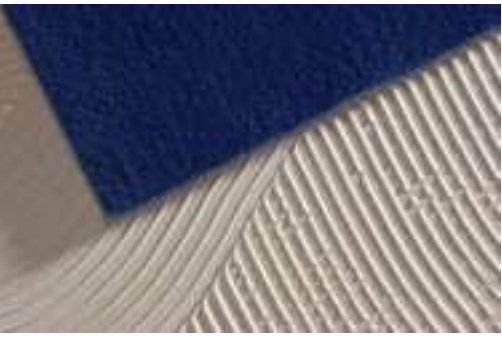
Corporate



Grand public



Construction





Transport



Hygiène



Emballage



Etiquetage





Contacts

Bostik SA

La Défense 6
16-32, rue Henri Régnauld
92902 Paris La Défense Cedex - France

www.bostik.com

Contacts presse

Terre de Roses – Françoise Clergue/Laurence Gamboni - Tél. : 00 33 4 72 69 42 96/93

Direction de la communication - Claude Léonard - Tél. : 00 33 1 47 96 91 68 - Mail : claude.leonard@bostik.com