



POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

BIC France et la Fondation Soprano poursuivent leur engagement en faveur de l'éducation en 2020

À la suite du succès de 2019, BIC France et la Fondation Soprano lancent un nouveau jeu concours et une nouvelle campagne vidéo tournée à Marseille, ville de cœur du célèbre chanteur

Clichy, le 02 juillet 2020 – BIC France et la Fondation Soprano dévoilent aujourd'hui la nouvelle vidéo du jeu concours intitulé « *Écris, efface et réinvente tes rêves avec Gel-ocity® Illusion® et Soprano* », mettant en scène la gamme du stylo effaçable de BIC et le célèbre rappeur. Cette vidéo présente le concours, axé sur la créativité, les rêves et la musique.

Ainsi, la nouvelle vidéo met en scène le rappeur Soprano dans un studio, en pleine session d'écriture d'un nouveau texte de rap avec trois adolescents. Le rappeur écrit le refrain et vit en parallèle l'histoire. Mais parfois les paroles provoquent des situations hasardeuses ! Soprano efface alors le texte à l'aide du stylo Gel-ocity® Illusion® et réécrit les paroles au fur et à mesure, réajustant l'histoire. Puis, il invite le jeune public à participer au concours afin de le rejoindre en studio poursuivre le processus créatif, autour du thème des rêves et des grands espoirs. Un message positif, cher au chanteur et à la marque.

Le tournage s'est déroulé à Marseille dans deux endroits différents : la Friche, dans le quartier en plein essor La Belle de Mai, et le studio d'enregistrement utilisé par Soprano.

Le jeu concours

Pour gagner le jeu concours et rejoindre Soprano en studio pour un atelier d'écriture et d'enregistrement, les participants doivent se rendre sur le site <http://concoursillusion.bic.com/> et écouter une bande son à partir de laquelle ils doivent proposer un couplet et un refrain.

Le concours se déroulera :

- **Du 30 juin au 14 septembre minuit** : ouvert à tous les participants
- **À l'automne**, les gagnants seront invités à rejoindre Soprano en studio pour la session d'enregistrement

Cette nouvelle campagne 2020 sera relayée sur les réseaux sociaux Instagram, Facebook, YouTube, et, pour la première fois pour BIC, sur Snapchat. Elle est orchestrée cette année encore par l'Agence Passage Piéton.

Cette collaboration se poursuivra **au moment des fêtes de Noël**, avec le soutien de BIC en faveur de la Fondation Soprano à travers l'activation en magasin « *1 stylo acheté = 1 stylo offert à la Fondation* » avec pour objectif d'équiper des élèves en matériel scolaire.

En complément, de nombreux posts seront diffusés sur les réseaux sociaux officiels de Soprano et de BIC via mybicpen.

BIC France et la Fondation Soprano

BIC France, filiale du Groupe BIC, et la Fondation Soprano ont en commun leur engagement en faveur de l'Éducation et ont à cœur de promouvoir auprès des jeunes le dépassement de soi et la créativité. Fort de ces valeurs communes et pour encourager la créativité et le goût de l'écriture, Soprano renouvelle l'expérience avec BIC France en participant à la seconde campagne mettant en scène ses talents d'artiste et le stylo BIC® Gel-ocity® Illusion®, ainsi que les mérites de l'écriture manuscrite et du processus créatif pour aboutir à la rédaction d'un texte de rap. Le coach de The Voice sur TF1, artiste préféré des 7-14 ans, a en effet créé en 2015 une Fondation et des actions humanitaires. Soprano récolte ainsi du matériel scolaire, médical et paramédical qui sont envoyés notamment en Afrique afin d'aider les enfants et d'améliorer leurs conditions d'apprentissage.

« Nous sommes ravis de renouveler notre collaboration avec la Fondation Soprano pour la Rentrée des Classes 2020. Tous les collaborateurs du groupe sont particulièrement sensibilisés aux conditions d'apprentissage des jeunes, et chaque filiale trouve des solutions et apporte à son échelle une aide précieuse pour soutenir et encourager les élèves à trouver leur voie », commente Henri Nicolau, Directeur Général de BIC France.

BIC a fait de l'Éducation l'un des piliers de son programme de Développement Durable « *Writing The Future, Together* ». Après la création de la Fondation d'entreprise BIC pour l'Éducation en 2016, la Société BIC s'est donnée comme objectif d'améliorer les conditions d'apprentissage de plus de 250 millions d'enfants dans le monde à l'horizon 2025. Pour atteindre cet objectif et en plus de toutes les initiatives organisées par BIC à travers le monde, le Groupe a organisé en 2018 sa première « Semaine de l'Éducation » offrant ainsi à chaque collaborateur la possibilité de consacrer une journée de son temps de travail à des actions en faveur de l'amélioration des conditions d'apprentissage au profit de communautés locales proches.

À PROPOS DE BIC

BIC est un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe de faire de sa marque, enregistrée dans le monde entier, l'une des plus reconnues. Aujourd'hui, les produits BIC® sont vendus dans plus de 160 pays et possèdent des marques emblématiques tels que Cello®, Conté®, BIC Flex™, Lucky Stationery, Made For YOU™, Soleil®, Tipp-Ex®, Wite-Out®. BIC a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 1 949, 4 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et fait également partie d'indices reconnaissant son engagement dans le développement durable et l'éducation. Il a reçu la note 'A' dans le classement du *Carbon Disclosure Project* (CDP).

Pour en savoir plus, visitez www.bicworld.com ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) ou [YouTube](#).

CONTACTS PRESSE

BIC

Astrid Canevet
+33 (0)6 66 39 82 30
astrid.canevet@bicworld.com

Rumeur Publique

Anne-Lise Ibrahimoff, Guillaume Ledin &
Johanna Vogel
01 55 74 52 00
bic@rumeurpublique.fr