

BIC révolutionne le marché du rasage marocain grâce à son nouveau rasoir 2 lames BIC® Flex 2™ !

Un nouveau rasoir pour hommes à la pointe de la technologie et une campagne de communication décalée autour de *#KouneKibghiti* !

Casablanca, Maroc – 13 septembre 2021

BIC, l'un des leaders mondiaux des articles de papeterie, briquets et rasoirs, annonce le lancement du BIC Flex 2 au Maroc, un nouveau rasoir à deux lames mobiles de haute qualité et conçues pour durer.

Afin d'offrir aux consommateurs une expérience de rasage agréable et rapide, BIC a développé son tout nouveau rasoir BIC® Flex 2.

Il s'agit d'un rasoir à deux lames avec une technologie de lames mobiles et ouvertes, toute nouvelle sur ce segment, permettant un rasage de précision en plus d'une grande facilité de rinçage.

Sa tête pivotante, quant à elle, facilite l'utilisation et la prise en main. Elle permet de suivre avec précision les contours du visage, tandis que sa poignée antidérapante offre un meilleur contrôle du rasage.

De plus, Flex 2 est doté d'une bande lubrifiante enrichie en aloe vera et vitamine E pour une glisse parfaite sur la peau, sans coupures !

Pour soutenir ce lancement, un 'message' poignant, émanant d'un insight consommateur fort : Kounekibghiti (Sois comme tu veux).

« La consommation des produits du quotidien est, particulièrement aujourd'hui, un moyen d'expression, surtout pour la nouvelle génération qui est sous le poids de déterminants sociaux. » explique Karimane Elgendy, Responsable Marketing sur la catégorie Rasoirs, Nord Afrique, chez BIC. *« Plus que jamais, nous avons envie d'exprimer notre personnalité et le rasage en fait partie. Les consommateurs d'aujourd'hui ne veulent plus se raser sous la contrainte mais adapter leur rasage à leur style de vie et au gré de leurs envies »*

« C'est pourquoi « #KouneKibghiti » (Sois comme tu veux) est l'expression d'un mouvement souligné par les attributs fonctionnels du Flex 2™ qui permet une multitude de looks !

Chaque personne peut choisir le style qui lui correspond, en faisant son propre choix et en assumant son apparence. », poursuit Karimane Elgendy.

Cette volonté d'engager les consommateurs est portée par une campagne digitale soutenue par une sélection d'influenceurs représentant des valeurs de dépassement de soi, d'acceptation de soi et d'humour, comme Reda Elhaidi, Simo Lkhtiblyas Zaar, mais aussi othmane quadry, bakr ziani et kouz1.

BIC Flex 2™ est vendu au prix de 5 MAD par unité (prix de vente recommandé) et disposé en pochette unitaire dans tous les commerces de proximité qui lui garantit plus d'hygiène et de sécurité, et il est également disponible en pochette de cinq unités dans tous les supermarchés à travers le pays.

À PROPOS DE BIC

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC enchante et simplifie le quotidien des consommateurs. Depuis plus de 75 ans, l'entreprise fabrique des produits essentiels, de grande qualité et 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 le Groupe possède aussi des marques emblématiques telles que BIC® Kids, BIC Flex™, BodyMark by BIC™, Cello®, Djeep, Lucky Stationery, Rocketbook, Soleil®, Tipp-Ex®, Us.™ et Wite-Out®. BIC a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 1 627,9 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID 60 et également d'indices reconnaissant son engagement dans le développement durable et l'éducation. Le Groupe a reçu la note 'A-' dans le classement du CDP. Pour en savoir plus, visitez legroupe.bic.com ou suivez-nous sur [LinkedIn](#), [Instagram](#), [Twitter](#) ou [YouTube](#).

Contact

Zineb BAILI – PR Media

M: +212 666 41 05 29 | O: +212 522 77 75 95

zineb.baili@prmediacom.com