Clichy, France – le 28 octobre 2026

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3E TRIMESTRE ET DES 9 PREMIERS MOIS 2026

Croissance organique en légère baisse au T3 et en hausse de +1,0 % depuis le début de l'année
Perspectives 2026 confirmées

Chiffre d'affaires de 516 M€ au T3 2026 avec une croissance organique de -0,6 %, portant le chiffre d'affaires des 9M 2026 à 1 556 M€ avec une croissance organique de +1,0 %.

- ***Human Expression* (Papeterie) :** Croissance organique de -1,1 % au T3, en raison de performances faibles en Amérique du Nord et en Amérique latine, malgré une croissance en Europe et au Moyen-Orient & Afrique
- ***Flame for Life* (Briquets) :** Chiffre d'affaires du T3 en baisse organique de -4,6 %, reflétant une performance faible en Amérique du Nord ainsi que des tendances plus défavorables en Europe et en Amérique latine
- ***Blade Excellence* (Rasoirs & Brosses) :** Croissance organique de +3,9 % au T3, principalement portée par Tangle Teezer
    - **Rasoirs :** Légère croissance organique, portée par de solides performances en Europe et au Moyen-Orient & Afrique, plus que compensant les baisses observées en Amérique du Nord et en Amérique latine
    - **Tangle Teezer :** Remarquable croissance organique de +29 %, principalement portée par la forte dynamique en Amérique du Nord et en Europe, ainsi que par le succès des lancements de nouveaux produits

Perspectives 2026 confirmées : BIC anticipe une croissance organique modeste en 2026, une marge d'exploitation ajustée légèrement supérieure à 14,0 %, ainsi qu'une génération de flux nets de trésorerie disponible stable par rapport à l'année dernière.

Rob Versloot, Directeur Général, a commenté :

« Au troisième trimestre, nous avons affiché une croissance organique de -0,6 %, reflétant des dynamiques contrastées selon nos catégories, comme anticipé en commençant le 2e semestre. Au regard de notre performance depuis le début de l'année, nous confirmons nos perspectives pour 2026 et restons concentrés sur une exécution rigoureuse au cours du reste de l'exercice.

Le dévoilement de notre nouveau plan stratégique ce trimestre a marqué une étape importante pour BIC. Nous avons fixé un cap clair pour l'avenir du Groupe et notre priorité est désormais d'en assurer la mise en œuvre. Je me réjouis de l'engagement de nos équipes et des avancées déjà réalisées dans le déploiement de notre plan BIC to the Future. Nous sommes déterminés à bâtir un BIC plus solide et plus compétitif, en plaçant la croissance durable et rentable au cœur de notre stratégie. »

Chiffres clés

en millions d'euros	T3 2025	T3 2026	*Variation*	9M 2025	9M 2026	*Variation*
Chiffre d'affaires	**519**	**516**	*(0,5) %*	**1 595**	**1 556**	*(2,5) %*
Croissance organique	***(3,3) %***	***(0,6) %***		***(5,4) %***	***+1,0%***	
Impact de périmètre	*+3,6%*	*(1,9) %*		*+3,8%*	*(2,6) %*	
Impact de change	*(4,2) %*	*+2,0%*		*(3,4) %*	*(0,9) %*	

TENDANCES OPERATIONNELLES PAR DIVISION

Division *Human Expression* (Papeterie)

en millions d'euros	T3 2025	T3 2026	Variation	9M 2025	9M 2026	Variation
Chiffre d'affaires	**192**	**183**	*(4,4) %*	**598**	**560**	*(6,3) %*
Croissance organique	***(0,5) %***	***(1,1) %***		***(5,6) %***	***+0,0%***	
Impact de périmètre	-	*(5,2) %*		-	*(5,5) %*	
Impact de change	*(3,5) %*	*+1,9%*		*(2,8) %*	*(0,8) %*	

La croissance organique de *Human Expression* au 3e trimestre 2026 s'est établie à -1,1 %. La croissance en Europe ainsi qu'au Moyen-Orient et Afrique a été plus que compensée par des performances faibles en Amérique du Nord et en Amérique latine.

En **Europe**, le chiffre d'affaires a légèrement progressé reflétant une période de rentrée scolaire contrastée, avec une forte croissance dans des pays tels que les Pays-Bas et la Belgique, partiellement compensée par des baisses observées sur d'autres marchés, notamment l'Espagne et l'Allemagne. La nouvelle gamme Vibbies a enregistré une solide performance dans la région, reflétant le fort intérêt des consommateurs et l'attractivité de ces produits. Au **Moyen-Orient et Afrique**, le chiffre d'affaires a progressé d'environ 5 %, porté par une bonne exécution lors de la rentrée scolaire à travers les différents canaux des pays clés d'Afrique du Nord et de l'Ouest. En **Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a enregistré un déclin modéré, notamment en raison d'un décalage des ventes de rentrée scolaire aux États-Unis, certaines commandes ayant été enregistrées au T2 plutôt qu'au T3, ainsi que d'une performance toujours faible du segment des stylos à bille. Toutefois, les performances de rentrée scolaire sont restées solides dans d'autres segments clés, tels que les porte-mines et les produits de correction. En **Amérique latine**, le chiffre d'affaires s'est inscrit en baisse au Brésil et au Mexique, dans un contexte de marché toujours difficile.

Division *Flame for Life* (Briquets)

en millions d'euros	T3 2025	T3 2026	Variation	9M 2025	9M 2026	Variation
Chiffre d'affaires	**175**	**170**	*(2,4) %*	**529**	**521**	*(1,5) %*
Croissance organique	***(4,3) %***	***(4,6) %***		***(7,2) %***	***(0,4) %***	
Impact de périmètre	-	-		-	-	
Impact de change	*(4,5) %*	*+2,2%*		*(3,7) %*	*(1,1) %*	

Le chiffre d'affaires organique de *Flame for Life* au 3e trimestre 2026 a reculé de -4,6 %, reflétant des performances faibles dans les principales régions, particulièrement l'Europe et l'Amérique latine.

En **Amérique du Nord**, le chiffre d'affaires a enregistré un léger recul organique, face à une base de comparaison défavorable liée aux achats anticipés des distributeurs en amont de la hausse des prix de septembre 2025. Néanmoins, les mesures anti-contrefaçon prises par BIC ont continué à soutenir la croissance dans les magasins de proximité. En **Europe**, le chiffre d'affaires a reculé en raison d'une performance plus faible dans des marchés clés, notamment en France et en Allemagne, reflétant un ralentissement chez les discounters. En **Amérique latine**, la performance globale de la région a été impactée par des facteurs défavorables temporaires ainsi que par un environnement concurrentiel soutenu, en particulier au Brésil. Le recul du chiffre d'affaires au **Moyen-Orient et Afrique** a été essentiellement lié à une performance défavorable au Moyen-Orient ainsi qu'à la forte pression concurrentielle en Afrique de l'Ouest.

Division *Blade Excellence* (Rasoirs & Brosses)

en millions d'euros	T3 2025	T3 2026	*Variation*	9M 2025	9M 2026	*Variation*
Chiffre d'affaires	**146**	**155**	*+6,2%*	**448**	**451**	*+0,7%*
Croissance organique	***(6,1) %***	***+3,9%***		***(3,0) %***	***+3,2%***	
Impact de périmètre	*+13,5%*	*+0,1%*		*+15,8%*	*(1,7) %*	
Impact de change	*(4,8) %*	*+2,2%*		*(4,3) %*	*(0,8) %*	

La croissance organique de *Blade Excellence* au 3e trimestre 2026 s'est établie à +3,9 %, principalement tirée par une forte croissance de l'activité Brosses et une croissance solide enregistrée dans l'activité Rasoirs en Europe.

La légère croissance organique enregistrée au T3 dans l'activité **Rasoirs** a été principalement portée par une solide performance en **Europe**, soutenue par des gains de distribution dans des marchés clés d'Europe de l'Ouest et de l'Est ainsi que par le succès des rasoirs premium tels que le BIC Soleil Escape et le BIC Flex 5 rechargeable. Au **Moyen-Orient et Afrique**, le chiffre d'affaires a enregistré une croissance à deux chiffres, soutenue par une solide exécution commerciale dans les principaux marchés africains et par une forte performance du rasoir iconique BIC 1. En **Amérique du Nord**, la performance est restée sous pression dans un contexte de forte concurrence, et BIC a perdu des parts de marché. En **Amérique latine**, le chiffre d'affaires a diminué en raison de la faiblesse observée au Brésil et au Mexique. Au Brésil, la performance a été impactée par une concurrence intense et par un déclin dans les segments des rasoirs à une et deux lames. Néanmoins, les rasoirs à trois lames BIC Flex et Soleil ont continué d'afficher de solides performances, soutenues par la campagne marketing avec Ronaldinho.

Dans l'activité **Brosses**, Tangle Teezer a enregistré une croissance organique remarquable de 29 % au T3, principalement portée par de solides performances en Amérique du Nord et en Europe. Les collections Mini Ultimate Detangler et Chrome, qui ont rencontré un vif succès, ont enregistré une croissance à deux chiffres, tandis que la gamme de brosses Complete Care, récemment lancée, a réalisé un excellent démarrage.

PERSPECTIVES 2026

BIC anticipe, dans les hypothèses actuelles, une croissance organique modeste en 2026, une marge d'exploitation ajustée légèrement supérieure à 14,0 %, ainsi qu'une génération de flux nets de trésorerie disponible stable par rapport à l'année dernière.

ANNEXES

Chiffre d'affaires par zone géographique (en millions d'euros)

	2025	2026	% organique	Impact de périmètre	% à taux de change constants	Impact de change	% publiée
T3							
Groupe	**519**	**516**	***(0,6) %***	***(1,9) %***	***(2,5) %***	***+2,0%***	***(0,5) %***
Europe	183	185	*+1,7%*	*(0,1) %*	*+1,6%*	*(0,6) %*	*+1,0%*
Amérique du Nord	185	181	*(2,0) %*	*(2,1) %*	*(4,1) %*	*+1,7%*	*(2,4) %*
Amérique latine	91	90	*(7,5) %*	-	*(7,5) %*	*+6,8%*	*(0,7) %*
Moyen-Orient & Afrique	42	47	*+8,8%*	-	*+8,8%*	*+4,0%*	*+12,8%*
Asie & Océanie	18	13	*+2,6%*	*(32,7) %*	*(30,1) %*	*+4,0%*	*(26,1) %*
9M							
Groupe	**1 595**	**1 556**	***+1,0%***	***(2,6) %***	***(1,6) %***	***(0,9) %***	***(2,5) %***
Europe	578	574	*+1,0%*	*(0,7) %*	*+0,3%*	*(0,8) %*	*(0,5) %*
Amérique du Nord	570	540	*+0,9%*	*(2,5) %*	*(1,6) %*	*(3,6) %*	*(5,2) %*
Amérique latine	270	278	*(0,4) %*	-	*(0,4) %*	*+3,4%*	*+3,0%*
Moyen-Orient & Afrique	122	128	*+4,2%*	-	*+4,2%*	*+0,4%*	*+4,6%*
Asie & Océanie	56	35	*+0,2%*	*(38,7) %*	*(38,5) %*	*+1,5%*	*(37,0) %*

Chiffre d'affaires par division (en millions d'euros)

	2025	2026	% organique	Impact de périmètre	% à taux de change constants	Impact de change	% publiée
T3							
Groupe	**519**	**516**	***(0,6) %***	***(1,9) %***	***(2,5) %***	***+2,0%***	***(0,5) %***
Human Expression (Papeterie)	192	183	*(1,1) %*	*(5,2) %*	*(6,3) %*	*+1,9%*	*(4,4) %*
Flame for Life (Briquets)	175	170	*(4,6) %*	-	*(4,6) %*	*+2,2%*	*(2,4) %*
Blade Excellence (Rasoirs & Brosses)	146	155	*+3,9%*	*+0,1%*	*+4,0%*	*+2,2%*	*+6,2%*
Autres produits	7	8	*+15,0%*	-	*+15,0%*	*+0,6%*	*+15,6%*
9M							
Groupe	**1 595**	**1 556**	***+1,0%***	***(2,6) %***	***(1,6) %***	***(0,9) %***	***(2,5) %***
Human Expression (Papeterie)	598	560	*+0,0%*	*(5,5) %*	*(5,5) %*	*(0,8) %*	*(6,3) %*
Flame for Life (Briquets)	529	521	*(0,4) %*	-	*(0,4) %*	*(1,1) %*	*(1,5) %*
Blade Excellence (Rasoirs & Brosses)	448	451	*+3,2%*	*(1,7) %*	*+1,5%*	*(0,8) %*	*+0,7%*
Autres produits	21	24	*+12,8%*	-	*+12,8%*	*+0,4%*	*+13,2%*

Impact des changements de périmètre et des fluctuations des devises sur le chiffre d'affaires (en %)

	T3 2025	T3 2026	9M 2025	9M 2026
Périmètre	**+3,6**	**(1,9)**	**+3,8**	**(2,6)**
Devises	**(4,2)**	**+2,0**	**(3,4)**	**(0,9)**
• *Dont USD*	*(2,3)*	*+0,7*	*(1,0)*	*(1,3)*
• *Dont BRL*	*(0,4)*	*+0,6*	*(0,9)*	*+0,5*
• *Dont MXN*	*(0,1)*	*+0,4*	*(0,6)*	*+0,4*
• *Dont ARS*	*(0,4)*	*+0,1*	*(0,5)*	*(0,2)*
• *Dont GBP*	*(0,1)*	*+0,1*	*+0,0*	*(0,1)*
• *Dont CAD*	*(0,2)*	*(0,0)*	*(0,1)*	*(0,1)*
• *Dont TRY*	*(0,3)*	*(0,2)*	*(0,2)*	*(0,3)*
• *Dont RUB et UAH*	*+0,1*	*(0,0)*	*+0,0*	*+0,1*

Glossaire

- **Ajusté :** ajusté signifie hors éléments non récurrents.
- **À taux de change constants :** les croissances à taux de change constants sont calculées en convertissant les montants de l'année en cours aux taux de change moyens de l'année précédente.
- **Croissance organique :** croissance à taux de change et périmètre constants (anciennement variation à base comparable).
- **Résultat d'exploitation (EBIT) :** résultat avant intérêts et impôts.
- **Marge d'exploitation ajustée :** résultat d'exploitation ajusté en pourcentage du chiffre d'affaires.
- **Flux nets de trésorerie disponible ou *Free Cash Flow* :** marge brute d'autofinancement moins la variation du besoin en fonds de roulement & autres moins les investissements industriels.

Une présentation relative à cette annonce est également disponible sur le site internet de BIC (www.bic.com). Le présent document contient des déclarations qui ne sont pas des faits historiques mais expriment des attentes ou des objectifs pour l'avenir. Elles comprennent, mais sans s'y limiter, les déclarations concernant les objectifs financiers de BIC, qui constituent des déclarations prospectives. Ces déclarations sont fondées sur les vues et les hypothèses actuelles de la direction de BIC et impliquent des risques et des incertitudes connus et inconnus. Les résultats de BIC et ses performances futures peuvent être affectés par de nombreux risques et incertitudes, notamment tels que décrits dans le chapitre « Facteurs de risque » du Document d'Enregistrement Universel 2025 de BIC déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers le 26 mars 2026.

WEBCAST ET CONFERENCE TELEPHONIQUE

Rob Versloot, Directeur Général, et Grégory Lambertie, Directeur Exécutif, Finance et Digital, présenteront **le chiffre d'affaires du 3e trimestre de 2026 de BIC** lors d'un webcast et d'une conférence téléphonique **le 28 octobre 2026 à 18h30 CET :**

- Pour participer au webcast, utilisez le lien ci-dessous :
  - https://edge.media-server.com/mmc/p/qevr4u7q

- Pour participer à la conférence téléphonique, composez un des numéros ci-dessous :
  - Depuis la France : +33 1 70 91 87 04
  - Depuis le Royaume-Uni : +44 1 212 818 004
  - Depuis les États-Unis : +1 718 705 87 96
  - Code d'accès vocal : *BIC*

CONTACTS

Relations Investisseurs
investors.info@bicworld.com

Brice Paris
VP Relations Investisseurs
+33 6 42 87 54 73
brice.paris@bicworld.com

Apolline Celeyron
Directrice de la Communication Groupe
+33 6 13 63 44 43
apolline.celeyron@bicworld.com

Isabelle de Segonzac
Image 7, Relations Presse
+33 6 89 87 61 39
isegonzac@image7.fr

AGENDA

Toutes les dates sont à confirmer

Résultats de l'exercice 2026	24 février 2027
Chiffre d'affaires du 1er trimestre 2027	28 avril 2027

À PROPOS DE BIC

BIC est l'un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets, des rasoirs et des brosses à cheveux. Sa vision : apporter simplicité et joie au quotidien. Depuis 80 ans, l'engagement de BIC à fournir des produits de haute qualité, abordables et fiables a fait de BIC un symbole de fiabilité et d'innovation. Présent dans plus de 160 pays et comptant plus de 11 000 collaborateurs dans le monde, BIC regroupe des marques et des produits emblématiques tels que BIC® 4-Couleurs™, Cristal®, BIC Kids®, Lucky™, Tipp-Ex®, Wite-Out®, Djeep®, EZ Load™, EZ Reach®, BIC® Flex™, Soleil®, Tangle Teezer® et bien d'autres. Coté sur Euronext Paris et inclus dans les indices SBF120 et CAC Mid 60, BIC est également reconnu pour son engagement en faveur de la durabilité et de l'éducation. Pour en savoir plus, visitez **www.corporate.bic.com**. Suivez BIC sur **LinkedIn**, **Instagram**, **YouTube** et **TikTok**.