

LETTRE
AUX ACTIONNAIRES
10.2024

INTERPAPFUMS

Chers amis,

J'ai plutôt pour habitude de parler chiffres avec vous et pourtant, une fois n'est pas coutume, c'est de produits mais également de savoir-faire qu'il sera question dans cette seconde lettre aux actionnaires de l'année.

En effet, après la première édition diffusée au mois d'avril, lors de notre Assemblée générale, et qui faisait la part-belle à nos résultats financiers, nous avons décidé de publier deux éditions par an.

Une orientée chiffres au printemps et une tournée vers l'opérationnel en automne.

Ceci, bien évidemment, afin de faire évoluer notre dispositif à votre égard et ainsi améliorer notre communication à l'attention de nos, désormais, 22 000 actionnaires individuels.

Derrière nos résultats financiers se cachent nos produits et derrière nos produits se cache le talent de nos équipes.

C'est pourquoi nous avons choisi désormais lors de chaque édition automnale de mettre l'accent sur l'un des savoir-faire de notre société.

Et comme il se dit souvent que le merveilleux voyage de nos créations commence avec le marketing, nous entamerons la saga de nos différents services par le département marketing.

Nous espérons que ce nouveau format saura vous intéresser, répondre aux questions que vous vous posez encore sur Interparfums, et vous donner envie encore longtemps de compter parmi nos fidèles actionnaires.

Amitiés,

Philippe Santi
Directeur Général Délégué



FAITS MARQUANTS 2024

JANVIER

— Mise en boutique des parfums Lacoste

La distribution des lignes majeures de la marque Lacoste, soit 15 lignes, est désormais pilotée par les équipes distribution France et internationale, suite à la reprise de la licence à effet au 1^{er} janvier 2024.

— Amélioration de la note Sustainalytics

Avec un score de 24.8, désormais au niveau des principales entreprises du secteur de la Beauté, Interparfums a vu sa note Sustainalytics progresser de près de 10 points en un an.

FÉVRIER

— Progression de la note extra-financière MSCI : BBB (contre B en 2023)

Interparfums enregistre une progression dans l'ensemble des catégories : Environnement, Social, Gouvernance.

MAI

— Dividende

Interparfums^{SA} a versé un dividende de 1,15 € par action (+ 20 %) représentant 67 % du résultat net consolidé de l'année 2023.

JUIN

— Nouvelle attribution gratuite d'actions

Interparfums^{SA} a procédé à sa 25^e attribution gratuite d'actions, à raison d'une action nouvelle pour dix actions détenues.

JUILLET

— Licence Van Cleef & Arpels

Les sociétés Van Cleef & Arpels et Interparfums^{SA} ont renouvelé le contrat de licence pour une période de 9 ans à compter du 1^{er} janvier 2025.

OCTOBRE

— Nouvelle performance ESG

Interparfums^{SA} vient d'être classée « Platine » par l'agence Ethifinance.



SAVOIR-FAIRE

MARKETING : UN PILIER STRATÉGIQUE DE LA CROISSANCE CHEZ INTERPARFUMS

Dans un environnement où la concurrence s'intensifie, le marketing chez Interparfums est bien plus qu'une simple fonction de communication. Il est un levier stratégique essentiel pour capter l'attention, créer de la valeur durable et se démarquer. Voici comment notre équipe marketing s'adapte aux enjeux de demain.

ANTICIPATION ET SEGMENTATION : LA CLÉ DE LA RÉUSSITE

Le marketing moderne repose sur une analyse fine des tendances de consommation. Interparfums se distingue par sa capacité à non seulement suivre, mais aussi anticiper ces évolutions. En ciblant des segments spécifiques, notamment le jeune public toujours à la recherche de nouveautés, nous concevons des offres sur mesure, garantissant ainsi notre compétitivité dans un marché fragmenté.

LA PREMIUMISATION : GÉNÉRER DE LA VALEUR AJOUTÉE

Dans un contexte où l'authenticité et l'exclusivité sont recherchées, la premiumisation devient une stratégie clé. Chez Interparfums, cette montée en gamme, illustrée par le succès de la Collection Montblanc, permet de capter une clientèle à forte valeur ajoutée et d'optimiser nos marges. La premiumisation est une réponse pérenne à une demande croissante pour des produits d'exception.

DIFFÉRENCIATION : L'ESSENCE DE LA COMPÉTITIVITÉ

Face à un marché saturé, se différencier devient impératif. Nos équipes travaillent pour que le succès d'un parfum repose autant sur son histoire et son design que sur sa qualité intrinsèque. Le lancement de *Karl Ikonik* de Karl Lagerfeld en est l'exemple parfait : un flacon inspiré par le créateur légendaire qui capte l'attention et marque les esprits.

EXPÉRIENCE CLIENT : UN ENJEU CENTRAL

Offrir des expériences clients uniques est aujourd'hui crucial. Interparfums mise sur des activations immersives, comme l'événement *Montblanc Legend Blue*, où un babyfoot personnalisé aux couleurs du parfum a renforcé l'engagement des consommateurs. Dans un monde digital, l'expérience client devient un levier stratégique puissant pour fidéliser une clientèle toujours plus exigeante et volatile.

CAP SUR 2025 : LES DÉFIS STRATÉGIQUES DU MARKETING CHEZ INTERPARFUMS

À l'horizon 2025, le service marketing d'Interparfums fait face à plusieurs enjeux majeurs qui définiront sa compétitivité et sa croissance.

— **Règlementation et durabilité**

L'évolution des normes réglementaires impose une transformation profonde des produits, notamment en termes de durabilité. Dans le secteur de la parfumerie, cela concerne non seulement les formules mais aussi les emballages, tout en préservant l'identité olfactive des produits iconiques. Les marques capables d'intégrer l'innovation durable sans compromis sur la qualité auront un avantage stratégique décisif.

— **Transformation digitale**

La digitalisation bouleverse le marketing, rendant la présence en ligne incontournable. Les plateformes comme TikTok s'imposent comme des leviers clés pour atteindre les générations Z et Alpha. Chez Interparfums, l'intégration des influenceurs et des nouvelles plateformes numériques devient un axe central des stratégies marketing, garantissant une proximité accrue avec les consommateurs et une agilité face aux évolutions du marché.

— **L'intelligence artificielle moteur d'innovation**

L'intelligence artificielle (IA) redéfinit les processus marketing, en particulier dans la conception et le test des produits. Cet outil émergent permet une meilleure anticipation des attentes clients et accélère les cycles d'innovation. Bien qu'en phase de déploiement dans l'industrie, l'IA se positionne comme un catalyseur incontournable pour optimiser les performances marketing et renforcer la créativité.

Dans un contexte en perpétuelle évolution, le marketing demeure un levier stratégique incontournable pour Interparfums. La maîtrise des enjeux réglementaires, environnementaux et digitaux sera déterminante pour rester compétitif. Grâce à une approche innovante, une premiumisation ciblée et une capacité à offrir des expériences uniques, Interparfums est bien positionné pour relever les défis de demain, assurant une croissance durable et une différenciation forte dans un marché globalisé.

LANCEMENTS 2024

JANVIER

— *Karl Lagerfeld Rouge*

Karl Lagerfeld Rouge fait directement écho à l'une des nuances préférées du couturier et souligne également la facette flamboyante de la nouvelle composition.

— *Eau de Rochas Orange Horizon*

Eau de Rochas Orange Horizon évoque la douceur d'un soir d'été sur la Riviera où le temps semble suspendu et l'infini de l'horizon ouvre la voie à tous les rêves.

FÉVRIER

— *Montblanc Legend Blue*

L'eau de parfum *Montblanc Legend Blue* est pleine de contrastes et met à l'honneur les hommes élégants et sophistiqués à travers des notes fraîches et boisées.

AVRIL

— *Mademoiselle Rochas in Paris*

Déambuler au cœur des plus belles avenues du monde, prendre un café en terrasse ou admirer la vue en haut de Montmartre, *Mademoiselle Rochas in Paris* croque la vie et la ville à pleines dents.

— *Montblanc Collection*

Une collection de quatre parfums intemporels rend hommage à l'héritage innovant et à l'excellence de Montblanc à travers l'art de la Parfumerie.

JUIN

— *Lacoste Original*

Inspiré par l'élégance intemporelle de la marque, *Lacoste Original* est une fragrance moderne avec une signature unique et puissante : un parfum fougère boisé pour se distinguer.

JUILLET

— *Jimmy Choo I Want Choo Le Parfum*

Intense, vibrant et envoûtant, *Jimmy Choo I Want Choo Le Parfum* célèbre l'assurance de la femme Jimmy Choo.

— *Karl Ikonik*

Avec le duo de parfums *Karl Ikonik*, la Maison Karl Lagerfeld perpétue l'héritage du célèbre couturier allemand, tout en rendant hommage à son audace et sa créativité sans pareilles.

— *Modern Princess in jeans*

Avec *Modern Princess in jeans*, Lanvin nous dévoile une nouvelle facette, décalée et résolument ancrée dans son époque.



RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

Les problématiques en matière de RSE, Responsabilité Sociétale des Entreprises, prennent une part croissante dans la vie des entreprises et de leurs collaborateurs, à la fois à titre professionnel mais aussi à titre personnel. Elles ont tendance à se renforcer en s'inscrivant dans le cadre de la future réglementation européenne CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*) qui concernera Interparfums pour l'exercice 2025.

En termes de stratégie, compte tenu de la maturité d'Interparfums en matière sociale, sociétale ou de gouvernance, une démarche plus active sur les sujets environnementaux a été engagée. Ainsi, depuis 3 ans, une trajectoire climat a été initiée, en commençant par l'étape de mesure de l'empreinte carbone avant de la faire valider par SBTi (*Science Based Target initiative*) auprès de laquelle s'est engagé le Groupe fin 2023. Le reporting sur le sujet suit les recommandations de la TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosure*).

Le développement des produits s'inscrit, quant à lui, dans le déploiement d'une charte « éco-conception optimisée » qui se traduit par l'augmentation de l'utilisation de verre recyclé, la diminution du poids de certains composants et le recours à des certifications. De premières initiatives intégrant les principes de l'économie circulaire sont également lancées. Il s'agit enfin d'améliorer le potentiel de recyclage des produits, sous réserve du bon geste de tri des utilisateurs et de la disponibilité des filières adéquates dans les pays concernés. Un site dédié <https://myproducts.interparfums.fr> leur permet d'accéder à des informations précises sur ces sujets.

Avec l'aide de la Direction RSE, cette démarche est portée par la Direction Supply Chain & Opérations et ses équipes, tant au niveau des packaging primaires et secondaires, des jus, de la PLV⁽¹⁾, que de la chaîne logistique.

Afin de traiter et répondre à toutes ces problématiques, un comité exécutif RSE composé de l'ensemble des parties prenantes a été composé et rassemble la Direction des Ressources Humaines pour le social, la Direction Juridique pour la gouvernance, l'éthique et la protection des données et la Direction Production et Supply Chain pour l'environnement bien évidemment. Mais également La Direction de la Communication, la Responsable des relations avec les actionnaires et la Direction Financière afin de préparer la mise en application.

Par ailleurs, le Conseil d'administration s'est enrichi d'une nouvelle compétence en matière de RSE, qui y anime le Comité RSE, répondant ainsi aux attentes du Code de Conduite de Middledext auquel adhère Interparfums. Cette instance portera notamment auprès du Conseil les sujets matériels identifiés dans le cadre de l'élaboration de la matrice de double matérialité.



(1) Publicité sur Lieu de Vente.

BOURSE

DIVIDENDE ET ATTRIBUTION D' ACTIONS GRATUITES

La politique de distribution du dividende, mise en place depuis 1998 permet d'assurer une rémunération aux actionnaires, tout en les associant à la croissance du Groupe.

Un dividende par action de 1,15 € par action a été voté par l'Assemblée Générale sur proposition du Conseil d'administration au titre de l'exercice clos au 31 décembre 2023.

Le dividende a été mis en paiement fin avril 2024.

Par ailleurs, pour la 25^e année consécutive, une attribution gratuite d'actions a été réalisée en juin 2024 à raison d'une action attribuée pour 10 actions détenues.

ACTIONNARIAT 2023

Interparfums compte 22 000 actionnaires personnes physiques à son capital et 900 personnes morales (dont la moitié sont étrangères).

AGENDA 2024-2025

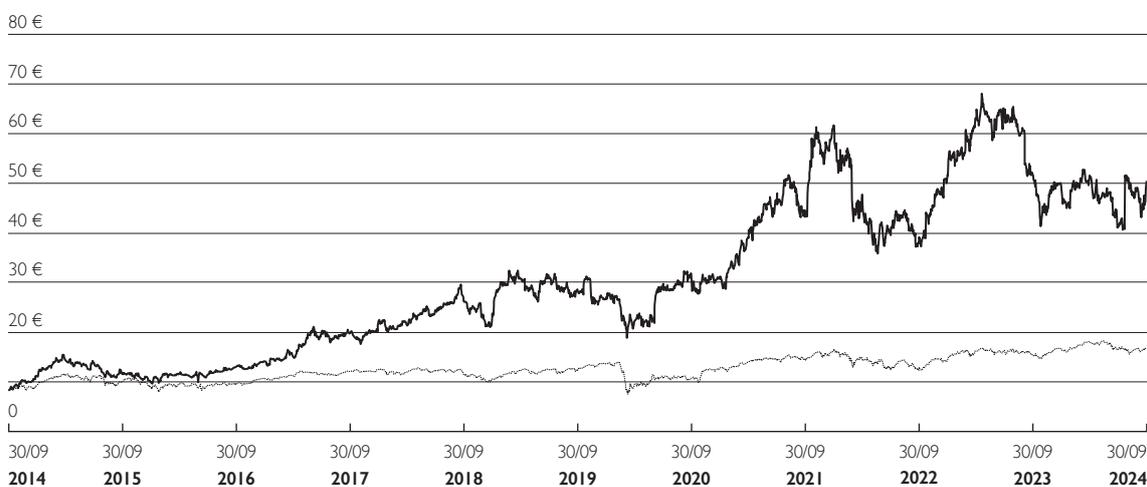
Perspectives 2025
13 novembre 2024

Chiffre d'affaires 2024
23 janvier 2025

Résultats annuels 2024
26 février 2025

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION INTERPARFUMS ET DU SBF 120

(source : boursier.com)



Cours de bourse au 30/09/2024 : **45,35 €**
Capitalisation boursière au 30/09/2024 : **3 450 M€**

Variation depuis le 1/01/2024 : **+ 0,7%**
Variation depuis le 1/01/2019 : **+ 142%**
Variation depuis le 1/01/2014 : **+ 340%**

COMMENT DEVENIR ACTIONNAIRE D'INTERPARFUMS ?

1) AU PORTEUR

Vous n'êtes pas inscrit(e) sur les registres de la société Interparfums. Votre intermédiaire financier détient votre compte-titres et est votre seul interlocuteur. Il est le seul à percevoir les droits de garde et à pouvoir vous identifier.

Avantages

- Simplicité et rapidité d'exécution des ordres d'achats ou de vente transmis
- Possibilité de regrouper tous les titres de votre portefeuille chez un seul intermédiaire financier

Interparfums est autorisé à faire usage des dispositions légales prévues en matière d'identification des détenteurs de titres qui lui confèrent le droit de vote dans ses assemblées d'actionnaires.

2) AU NOMINATIF PUR

Pour inscrire ou convertir des titres Interparfums au nominatif pur, vous devez transférer les titres chez CIC – Middle Office Émetteur – 6 avenue de Provence 75452 Paris Cedex 9 – Tél. : 01 53 48 80 10 – Email : 34318@cic.fr. Vous êtes inscrit(e) directement sur les registres de la Société et vos titres sont inscrits sur un compte-titre ouvert chez CIC Market Solutions qui sera votre seul interlocuteur.

Avantages

- Exonération totale des droits de garde et de gestion
- Une information personnalisée : envoi par la Société de la convocation à l'Assemblée générale, de la carte d'admission et de toute information concernant les opérations sur titre
- Droit de vote double en Assemblée générale après trois ans de détention
- Envoi d'un Imprimé Fiscal Unique (IFU) comportant le montant des cessions et des plus-values de cessions de vos titres Interparfums

3) AU NOMINATIF ADMINISTRÉ

Pour inscrire ou convertir vos titres Interparfums au nominatif administré, vous devez en faire la demande auprès de votre intermédiaire financier. Votre teneur de compte est toujours l'intermédiaire financier. Celui-ci communique les informations relatives à vos avoirs auprès de CIC Market Solutions afin que vous soyez connu(e) de la Société.

Avantages

- Une information personnalisée : envoi par la Société de la convocation à l'Assemblée générale et de toute information concernant les opérations sur titre
- Accès facilité à l'Assemblée générale : aucune formalité préalable de blocage des titres et, sur demande, envoi de la carte d'admission
- Droit de vote double en Assemblée générale après trois ans de détention

RELATIONS AVEC LES ACTIONNAIRES

Karine Marty

Tél. : +33 (0)1 53 77 00 00
E-mail : info@interparfums.fr
Site Internet : www.interparfums.fr

Vous pouvez télécharger cette Lettre aux actionnaires et l'ensemble des documents de la Société directement sur notre site Internet : www.interparfums-finance.fr rubrique publications

Données personnelles : dans le cadre de l'étude de l'actionariat Interparfums et de l'envoi de la Lettre aux actionnaires, Interparfums traite des données personnelles vous concernant. Vous disposez notamment d'un droit d'accès et d'effacement. Vous pouvez trouver de plus amples informations sur le traitement des données personnelles et sur vos droits sur le site <https://www.interparfums.fr> dans la rubrique « Politique de confidentialité ».

Création et réalisation : Agence Marc Praquin