



Rencontre actionnaires
Actionaria, le 21 novembre 2019

•

interparfums



Sommaire

Profil du groupe

Responsabilité sociale

Chiffres clés

Kate Spade

2019 activité par marque

2019 résultats

2020 lancements

2020 budget par marque

2020 résultats

Digital & e-commerce

La Bourse



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

Profil du groupe

-

Philippe Santi

Interparfums

- **Société fondée en 1982 par Philippe Benacin & Jean Madar, Interparfums est spécialisée dans :**
 - la création
 - le développement
 - la fabrication
 - la promotion
 - la distribution de parfums
- **Avec un portefeuille de marques dans l'univers du luxe,**
- **Un réseau de distribution international,**
- **Et dans une stratégie de création de valeur à long terme**

« Notre métier, c'est de comprendre les codes d'une marque pour les transposer dans l'univers de la parfumerie »

Notre portefeuille de marques

- 10 marques sous licence

S.T. Dupont
PARIS

(1997 • 2019)

**MONT
BLANC**

(2010 • 2025)

Lepetto
PARIS

(2012 • 2024)

kate spade

NEW YORK

(2019 • 2030)

Paul Smith

(1998 • 2021)

JIMMY CHOO

(2010 • 2031)

KARL LAGERFELD

(2012 • 2032)

Van Cleef & Arpels

(2007 • 2024)

BOUCHERON
PARIS

(2011 • 2025)


COACH
NEW YORK

(2016 • 2026)

- 2 marques en propre

LANVIN
PARFUMS

(parfums • 2007)

ROCHAS
PARIS

(parfums et mode • 2015)

Notre savoir faire

- **Une expertise marketing**

- des concepts adaptés à l'image et au positionnement de chaque maison, qui « racontent une histoire »
- une palette complète d'outils marketing et publicitaires adaptés à chaque ligne et chaque pays depuis les plans médias traditionnels jusqu'aux réseaux sociaux

- **Une expertise industrielle**

- un processus industriel maîtrisé de 18 mois, depuis la conception jusqu'à la fabrication des produits finis en passant par le développement des composants
- un pôle de fournisseurs partenaires spécialisés (verrerie, cartonnage, fragrance, conditionnement,...) pour des produits de grande qualité

Notre savoir faire

- **Une expertise en matière de distribution**

- une logistique réactive grâce à des délais de préparation extrêmement courts
- une présence dans près de 120 pays et 22 000 points de vente grâce à un ensemble de partenaires performants (filiales, agents, distributeurs)

- **Une organisation efficiente**

- des équipes spécialisées et expérimentées
- des process courts et des prises de décision rapides

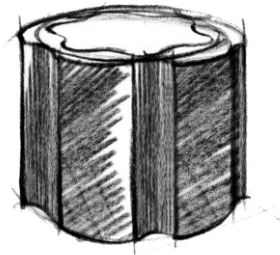
Notre savoir être

- **Une relation unique avec chaque marque**
 - une stratégie de développement partagée
 - une communication mutuelle permanente
 - des process de validation rapides de part et d'autre
 - des équipes marketing dédiées
- **Une éthique maison**
 - une culture de longue date, entretenue année après année
 - une responsabilité sociétale affirmée

Processus de développement

Création d'une ligne de produit (2 à 3 mois)

Les guidelines – l'histoire – la transposition dans l'univers de la parfumerie



Validation de la marque

Processus de développement

Fabrication des composants (3 à 6 mois)

La verrerie



Le packaging



La fragrance (jus)



Validation de la marque

Processus de développement

Fabrication des produits finis (2 mois)

Les chaînes de conditionnement des partenaires industriels



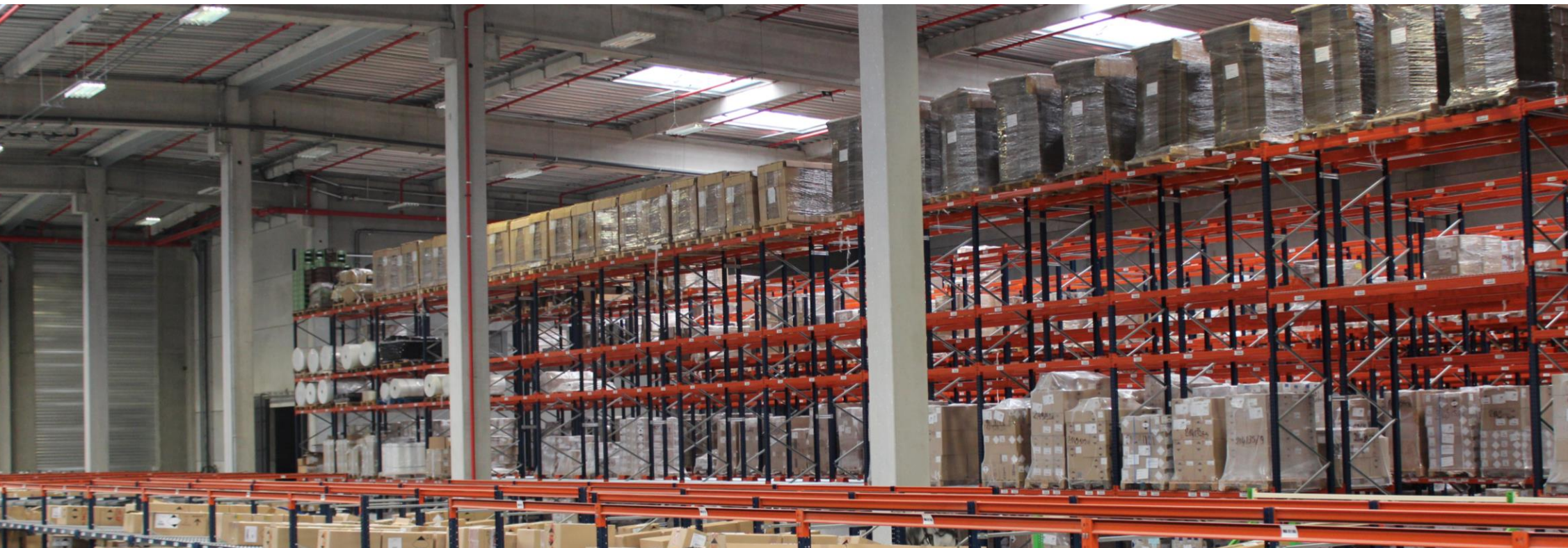
Validation de la marque

Processus de développement

Fabrication des supports points de vente



Logistique (données 2018)



Un entrepôt de
30 000 m²
situé près de Rouen

Une capacité de
stockage de
40 000 palettes
(2 100 m³ d'alcool)

Commandes
préparées
49 000

Produits catalogue
expédiés
25 000 000

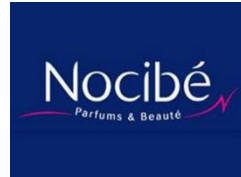
Coffrets
expédiés
2 700 000

Valeur
stock
100 M€

Processus de développement

Distribution France

Les enseignes



80 %

du marché français

Les groupements



Les grands magasins



Processus de développement

Distribution à l'étranger (via des filiales ou des agents indépendants)

Europe



États-Unis

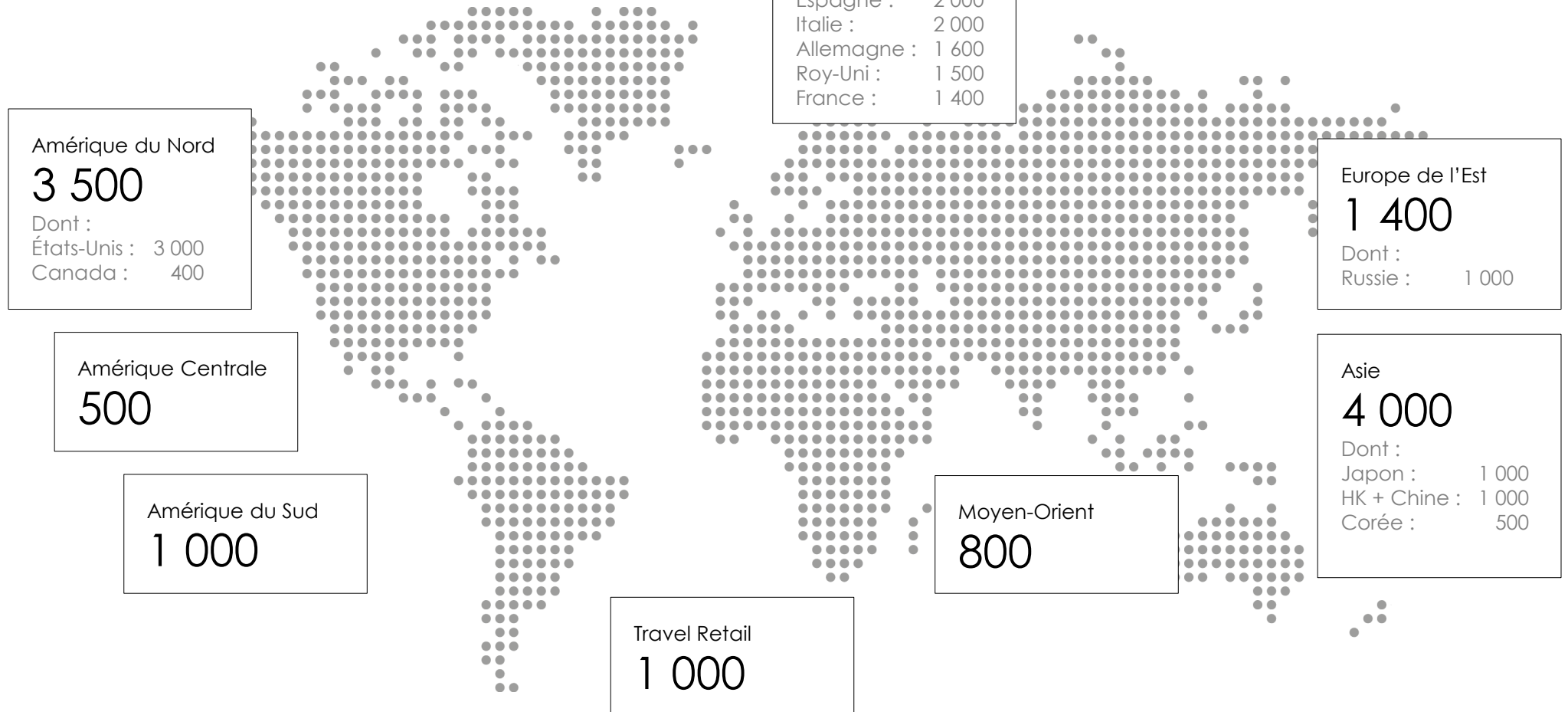


Asie



Processus de développement

Distribution 22 000 portes



Marché mondial des Cosmétiques

Total : + de 200 Mds d'€

Par segment



- Parfums : 11 %
 - Soins du cheveu : 21 %
 - Hygiène : 10 %
 - Maquillage : 19 %
 - Soins de la peau : 39 %
- 62 % Féminin
33 % Masculin
5 % Mixte
- Soit 25 Md€**

Par zone



- Amérique du Nord : 25 %
- Europe de l'Ouest : 18 %
- Amérique Latine : 9 %
- Europe de l'Est : 6 %
- Afrique, Moyen Orient : 3 %
- Asie, Pacifique : 39 %

Evolution moyenne
sur 4 ans

(2014 – 2018)

Marché : + 4,5%

Interparfums : + 11%

Source : Rapport annuel 2018 de L'Oréal.

(1) Source: Estimation L'Oréal du marché cosmétique mondial en 2018 en prix nets fabricants (hors savons, dentifrices, rasoirs et lames et hors effets monétaires).

Le marché des parfums aux Etats-Unis

- Un marché total de 3,8 Md\$ (retail) en 2019
- 1^{er} marché de la beauté au monde (+ 4,8 % en 2018, stable en 2019)
- 3 400 portes (Macys 43 %, Ulta 17 %)
- Principaux groupes
 - 1 L'Oréal (19 % du marché)
 - 2 Chanel (13 %)
 - 3 Coty (13 %)
 - 4 Estée Lauder (13 %)
 - 5 LVMH (8,5 %)
 -
 - 8 Interparfums (4,6 %)
- Un chiffre d'affaires de 140 M\$ en 2018 pour Interparfums
 - + 50 % sur 4 ans
- Plusieurs lignes dans le top 10 en 2018 (*Montblanc Legend #7, Coach for men #9*)

Concurrence

- **Groupes avec marques en licence**

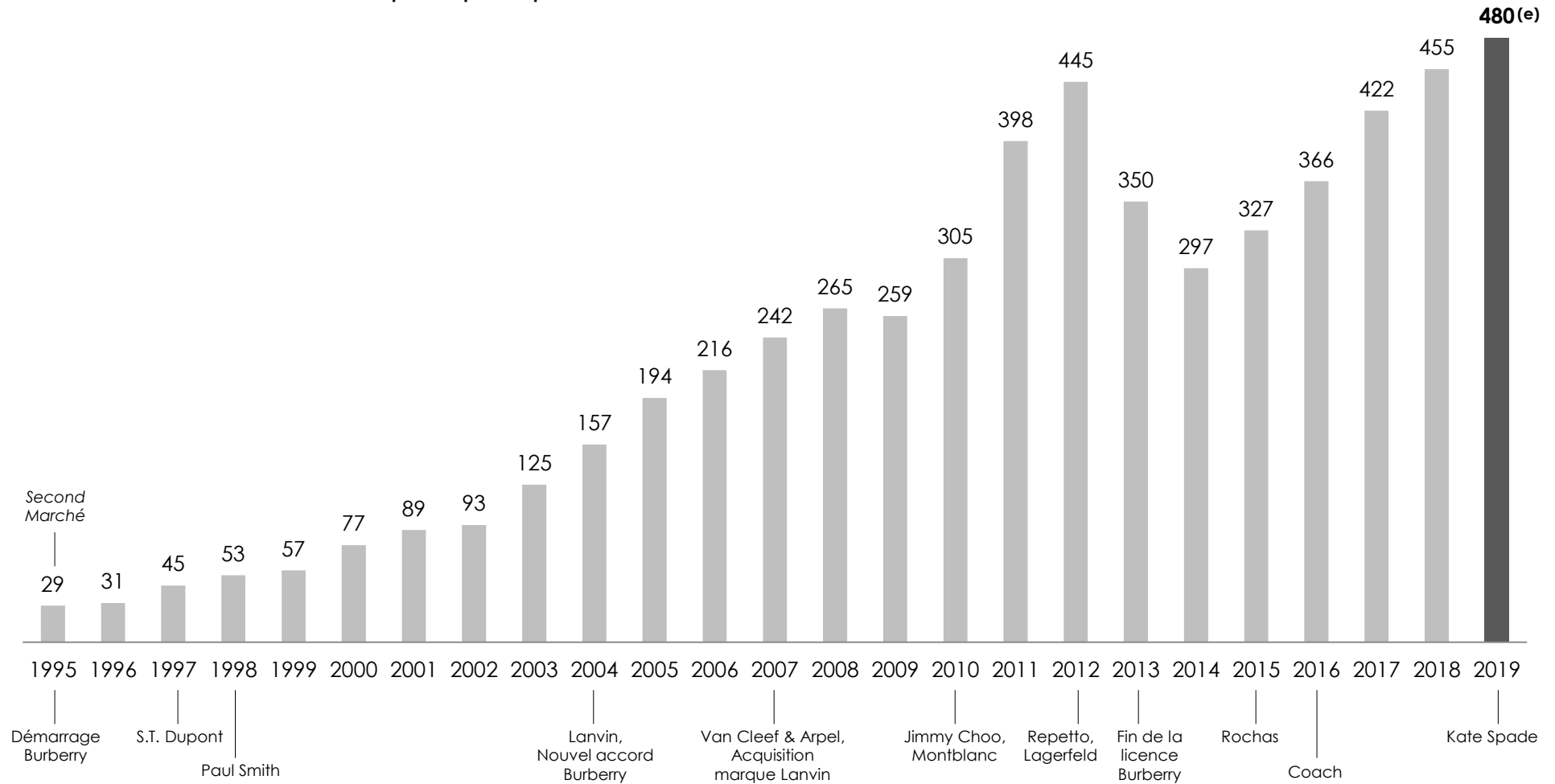
- L'Oréal (Giorgio Armani, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent, Diesel, Thierry Mugler...)
- Coty (Hugo Boss, Lacoste, Gucci, Calvin Klein, Chloé, Balenciaga...)
- Shiseido (Dolce Gabbana, Issey Miyake, Narciso Rodriguez, Elie Saab...)
- Euroitalia (Versace, Moschino, Missoni,...)

- **Groupes avec marques en propre**

- LVMH (Dior, Guerlain, Kenzo, Givenchy, Bulgari)
- Puig (Paco Rabanne, Nina Ricci, Jean Paul Gaultier...)
- Chanel
- Estée Lauder
- Hermès

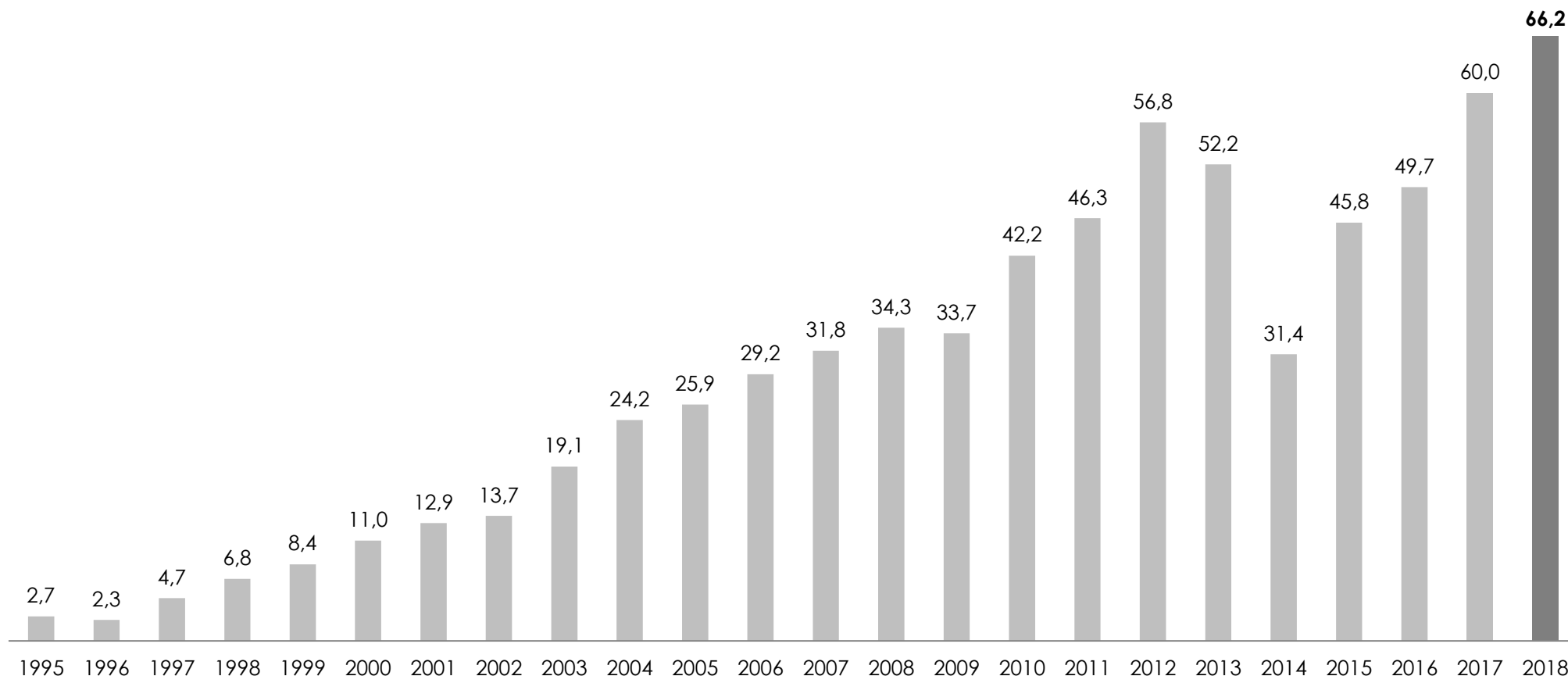
Évolution des ventes : 1995-2019 (en M€)

Un chiffre d'affaires multiplié par plus de 16 en 24 ans

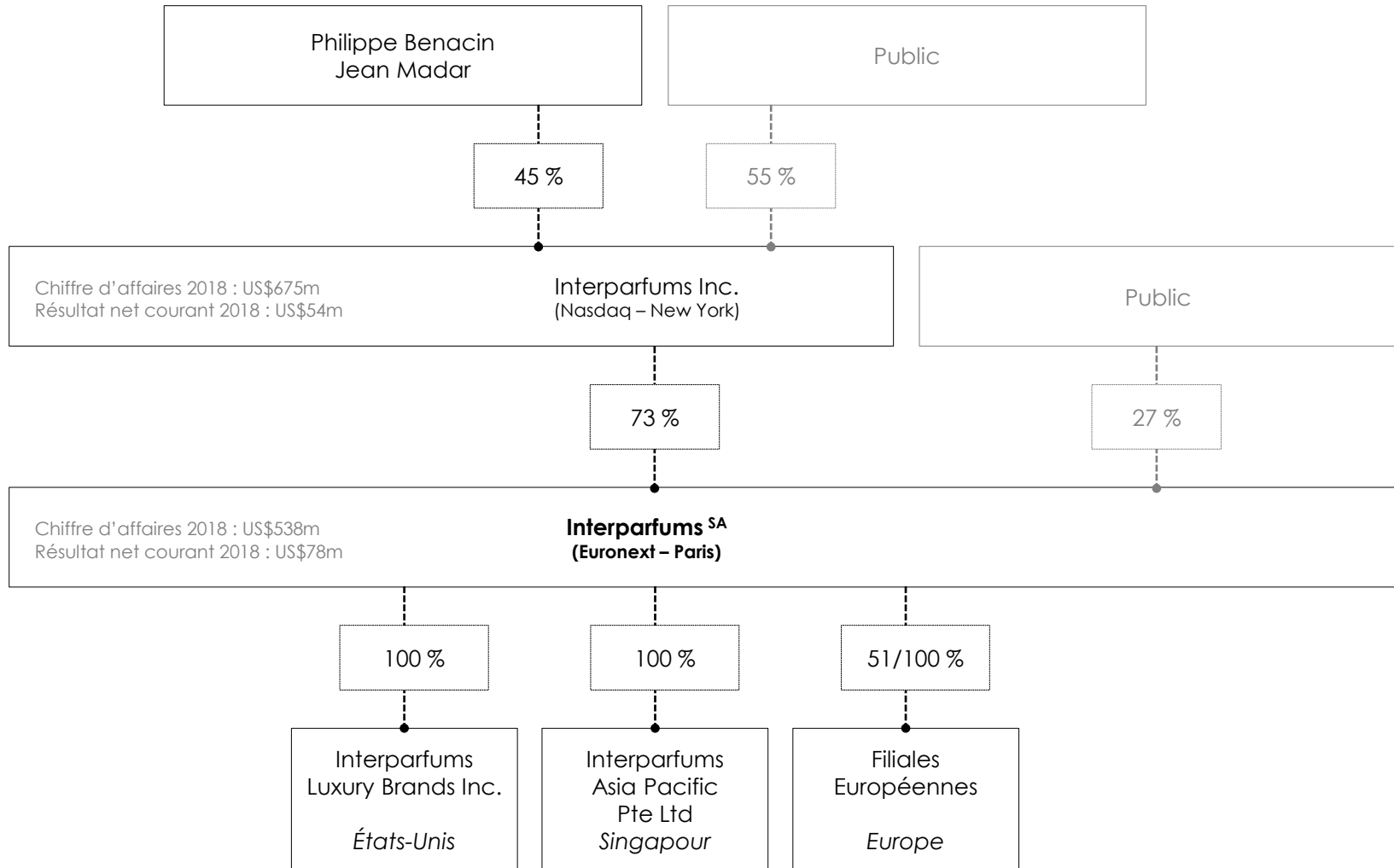


Evolution du résultat opérationnel : 1995-2018 (en M€)

Un résultat opérationnel courant multiplié par 24 en 23 ans



Organigramme du groupe





Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

Responsabilité sociale (RSE)

-

Philippe Santi

Gouvernance

- **Conseil d'administration**

- 10 membres
 - Philippe Benacin (Président-Directeur Général)
 - Jean Madar (Administrateur)
 - Frédéric Garcia-Pelayo (Administrateur et Directeur Général Délégué)
 - Philippe Santi (Administrateur et Directeur Général Délégué)
 - Maurice Alhadève (ex IFF, Haarman & Reimer) (*)
 - Patrick Choël (ex Unilever, LVMH) (*)
 - Chantal Roos (ex BPI, YSL Parfums, Gucci)
 - Dominique Cyrot (ex Allianz) (*)
 - Marie-Ange Verdickt (ex Financière de l'Échiquier) (*)
 - Véronique Gabai-Pinsky (ex L'Oréal, Guerlain et E. Lauder)
- 4 femmes (40 %)
- 4 administrateurs indépendants (40 %)

- **Comité d'audit**

- 4 membres (*)
- 2 femmes (50 %)
- 3 membres indépendants (75 %)

Social

- **Des principes établis de longue date**
 - un management « familial » basé sur des relations proches
 - un « esprit Interparfums » développant un sentiment d'appartenance
 - des valeurs éthiques (respect des individus)
 - le partage des idées et des décisions
 - des salariés associés au capital
- **Des compétences multiples et enrichies**
 - diversité des profils de recrutement en fonction des compétences, expériences, qualifications et personnalités
 - absence de discrimination
 - plans de formation pour tous les métiers

Social

- **Une attention permanente**

- aux conditions de travail (espaces de travail, matériel, posture,...)
- à la charge de travail
- aux risques psychosociaux (mise à disposition d'un service d'écoute externe)

- **Une politique salariale attractive**

- des niveaux de rémunération (fixe + variable) en ligne ou supérieurs aux pratiques de marché
- une Participation aux fruits de l'expansion élevée
- des plans d'Epargne et un fonds Actionnariat Interparfums
- des plans d'action de performance pour associer les salariés au capital

- **Des indicateurs sociaux suivis**

- un taux d'accident du travail extrêmement bas
- un taux d'absentéisme extrêmement bas

Sociétal

- **Relations avec les donneurs de licence**

- des relations étroites et entretenues avec le management de chaque Maison
- le développement de produits respectant les codes de chaque Maison
- des équipes dédiées

- **Relations avec les clients**

- développement de relations à long terme avec les distributeurs
- prise en compte des spécificités de chaque marché, de chaque pays
- animation des marchés sur le terrain et par des séminaires monde réunissant l'ensemble des distributeurs

- **Relations avec les partenaires industriels**

- développement d'outils de communications spécifiques
- soutien de l'innovation
- implantation d'un cahier des charges de « Bonnes Pratiques de Fabrication »
- mesures en faveur de la santé et la sécurité des consommateurs

Environnement & Mécénat

- **Environnement**

- une implication dans le développement d'une politique vertueuse en partenariat avec les partenaires industriels (mesures de recyclage et d'élimination des déchets)
- le choix d'un entrepôt HQE et situé au carrefour des usines et à proximité du port du Havre pour réduire les émissions de CO² générées par les transports
- le choix de techniques et matériaux innovants et respectueux de l'environnement (matériaux recyclables, suppression des solvants)

- **Mécénat**

- mécénat et soutien d'associations dans les domaines de la solidarité, de l'enfance, de la lutte contre l'exclusion et de la santé
- financement de projets associatifs (aide à la construction de bibliothèque sur l'île de Sulawesi)



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

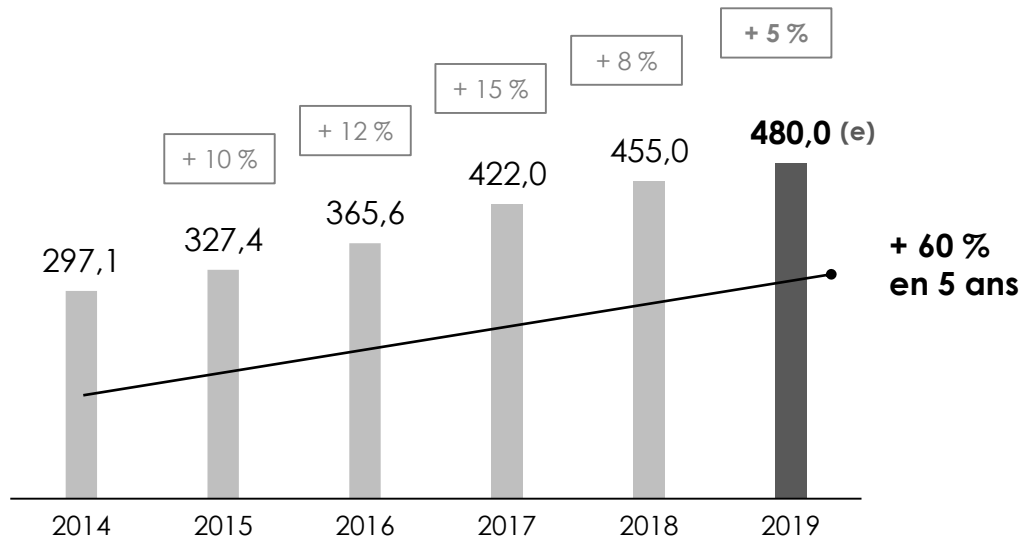
Chiffres clés

-

Laurent Schlatter

Activité (en M€)

Chiffre d'affaires

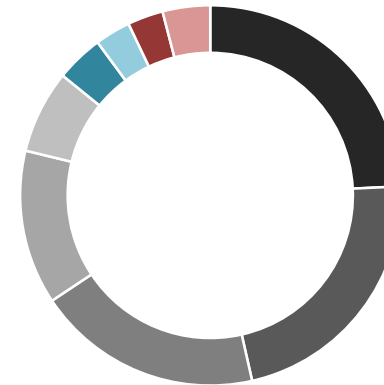


Une croissance totale de **+60 %** sur 5 ans

Une croissance supérieure à celle du marché de la parfumerie

Une croissance supérieure à celle des concurrents

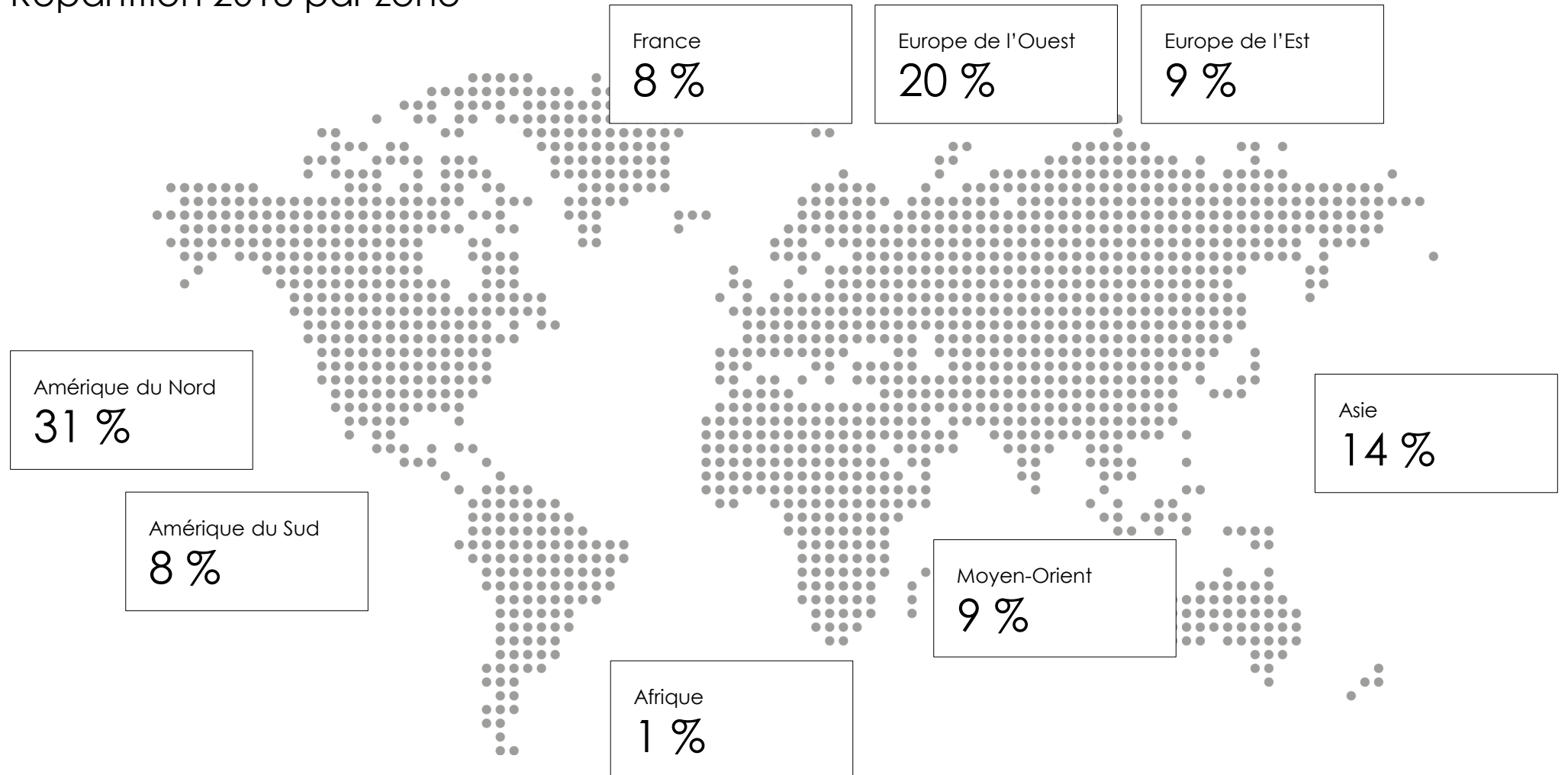
Répartition 2018 par marque



- Montblanc : 24 %
- Jimmy Choo : 22 %
- Coach : 19 %
- Lanvin : 13 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %

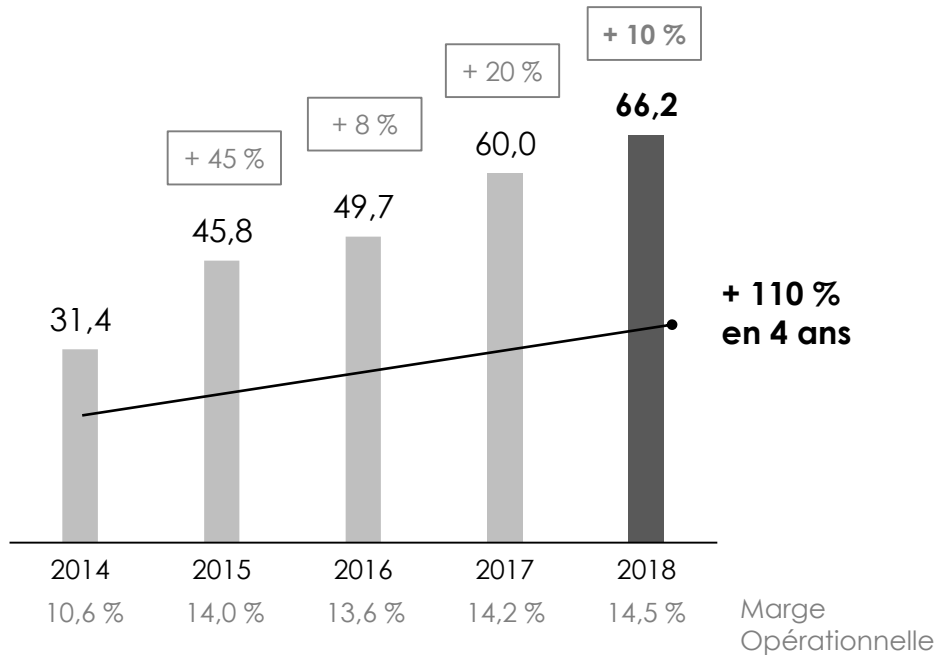
Une activité internationale

Répartition 2018 par zone

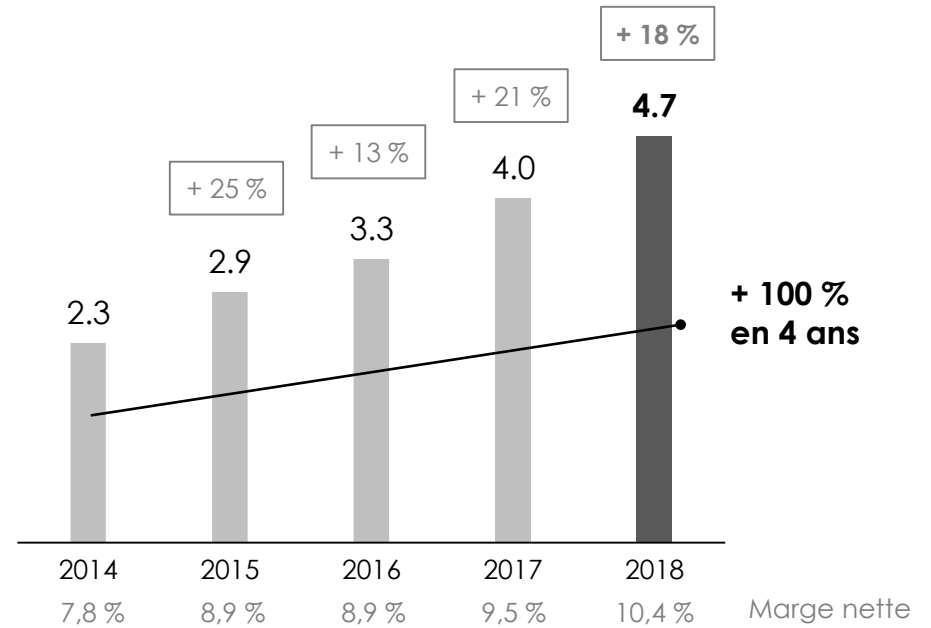


Résultats (en M€)

Résultat opérationnel



Résultat net



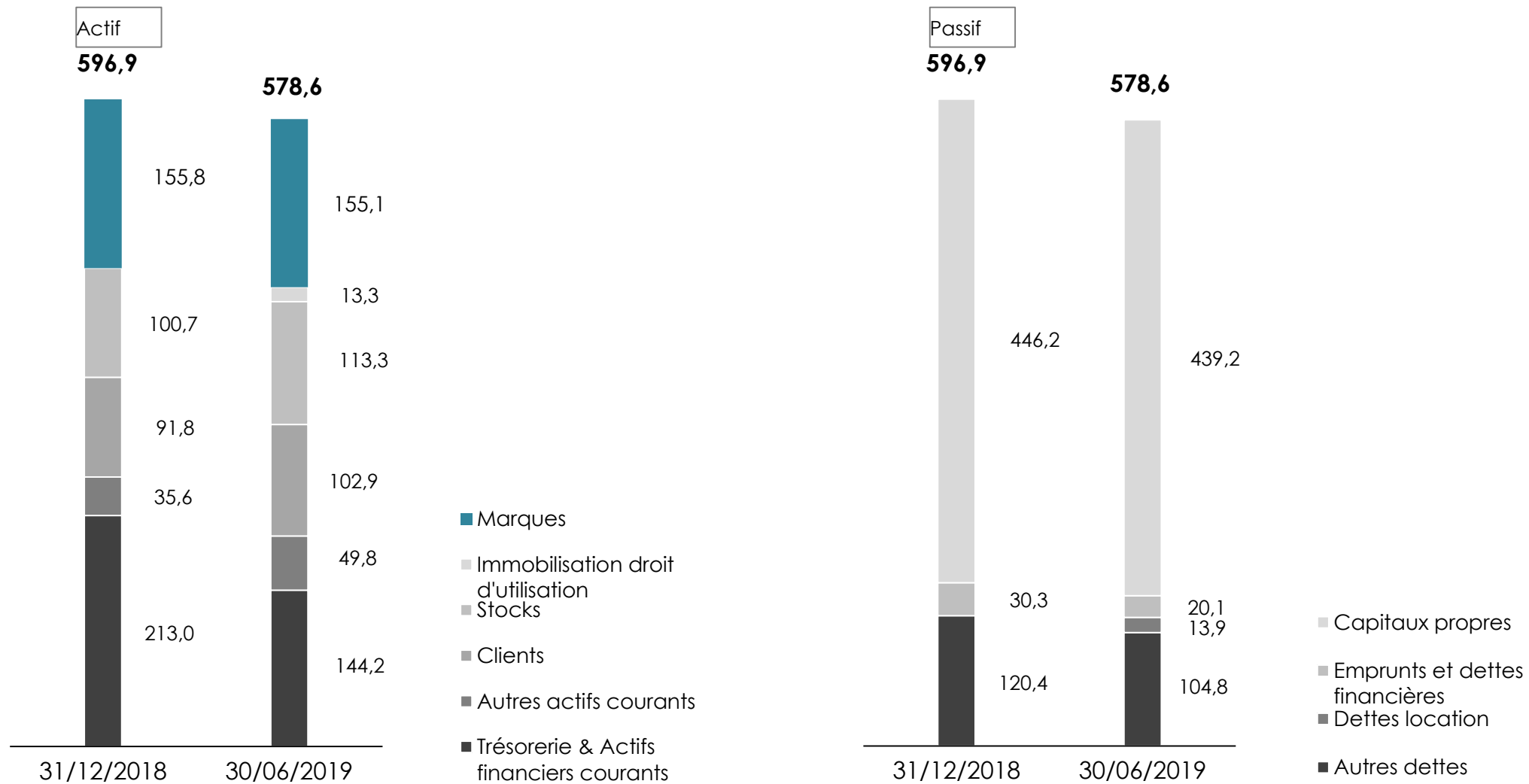
Résultat opérationnel en hausse

+ 110 % sur 4 ans

Résultat net en hausse

+ 100 % sur 4 ans

Bilan



Autres données clés

Une activité
tournée à
90 %
à l'export

Une présence
dans près de
120 pays

300 personnes

- 215 personnes en France
- 25 personnes en région
- 65 personnes à New York
- 20 personnes à Singapour



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

Kate Spade

-

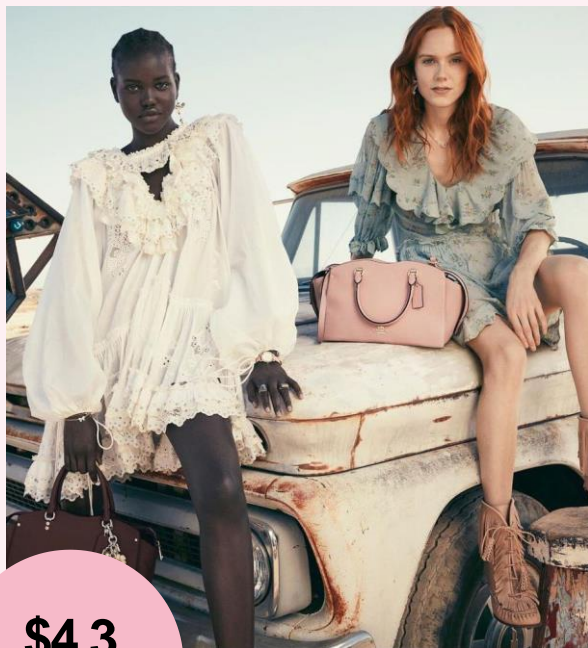
Philippe Santi



kate spade
NEW YORK

tapestry

COACH
NEW YORK



\$4.3
Md/an

COOL
EFFORTLESS
AMÉRICAIN

1^{er} GROUPE DE LUXE
ACCESSIBLE AMÉRICAIN

kate spade



\$1.4
Md/an

FUN
COLORÉ
FÉMININ

Groupe
\$6.0
Md/an

STUART WEITZMAN



\$0.4
Md/an

PLAYFUL
GLAMOUR
AMÉRICAIN

chiffres clés

\$ 1,4 Md
de chiffre d'affaires

15
licences

4 800
employés

2,6 M
abonnés instagram





présence internationale

50

pays

480

Points de Vente dont 330 boutiques

marchés clés

- Marchés Leaders: USA, Japon
- Croissance Stratégique: Chine
- Nouveaux Marchés: Amérique Latine, Europe



univers concurrentiel

MARC JACOBS



\$ 0.6
Md/an

TORY BURCH



\$ 1.5
Md/an

MICHAEL KORS



\$ 4.5
Md/an

COACH
NEW YORK



\$ 4.3
Md/an

les codes emblématiques

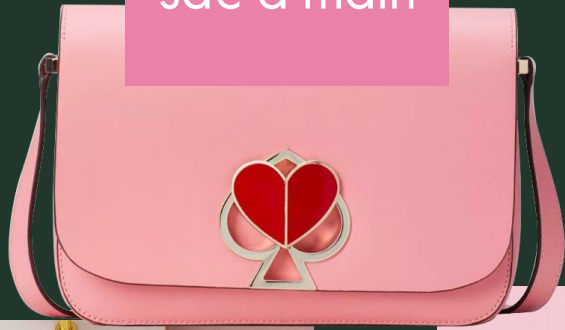
UNE MARQUE IMMÉDIATEMENT
RECONNAISSABLE

le spade & le pattern
les couleurs
le rose
l'étiquette



une marque lifestyle globale

sac à main



accessoire tech



bijoux



cadeaux
& déco maison



chaussures



prêt à porter



petit accessoire



les parfums existants

2013

VENTES PARFUMS 2018: environ **\$10M**

LIVE
COLOR
FULLY

kate spade
NEW YORK



2018

IN FULL
BLOOM

kate spade
NEW YORK



2015



2017



kate spade
NEW YORK



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

2019 **Activité par marque**

-

Philippe Santi

Lancements 2019



Février
Montblanc Explorer



Février
Mademoiselle Rochas Couture



Avril
Coach Floral Blush



Mai
Kar Lagerfeld Les Parfums Matières



Mai
Lanvin A Girl in Capri

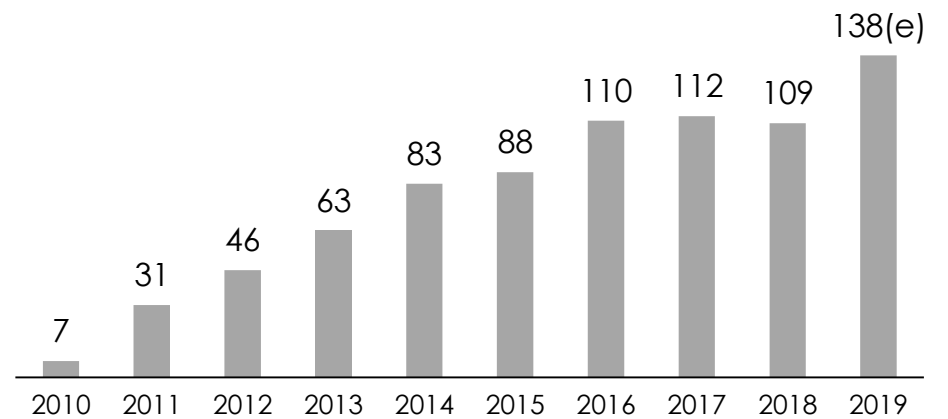


Septembre
Jimmy Choo Urban Hero



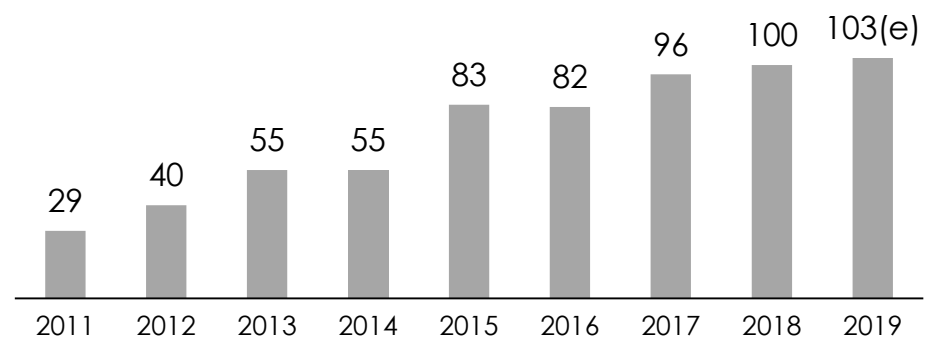
**MONT
BLANC**

Évolution des ventes (en M€)



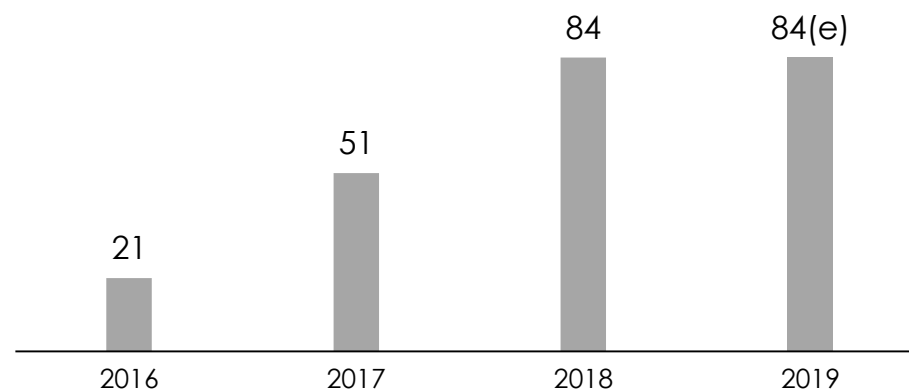
JIMMY CHOO

Évolution des ventes (en M€)



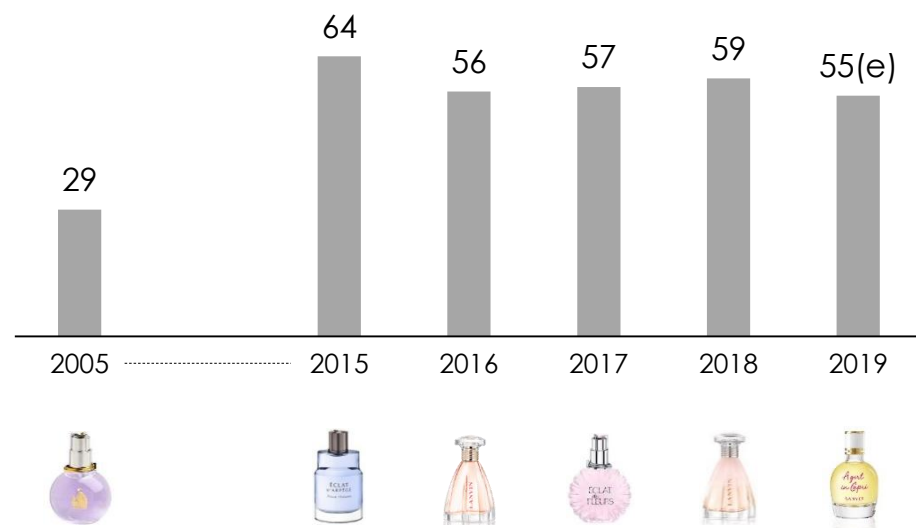


Évolution des ventes (en M€)



LANVIN PARFUMS

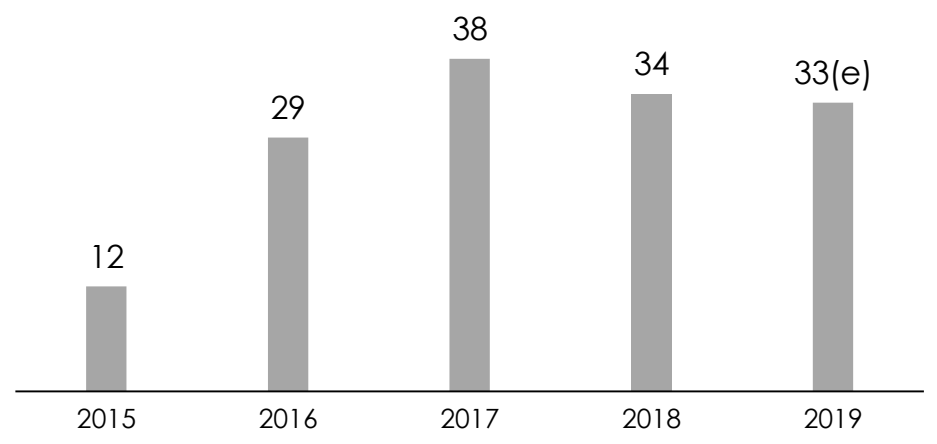
Évolution des ventes (en M€)





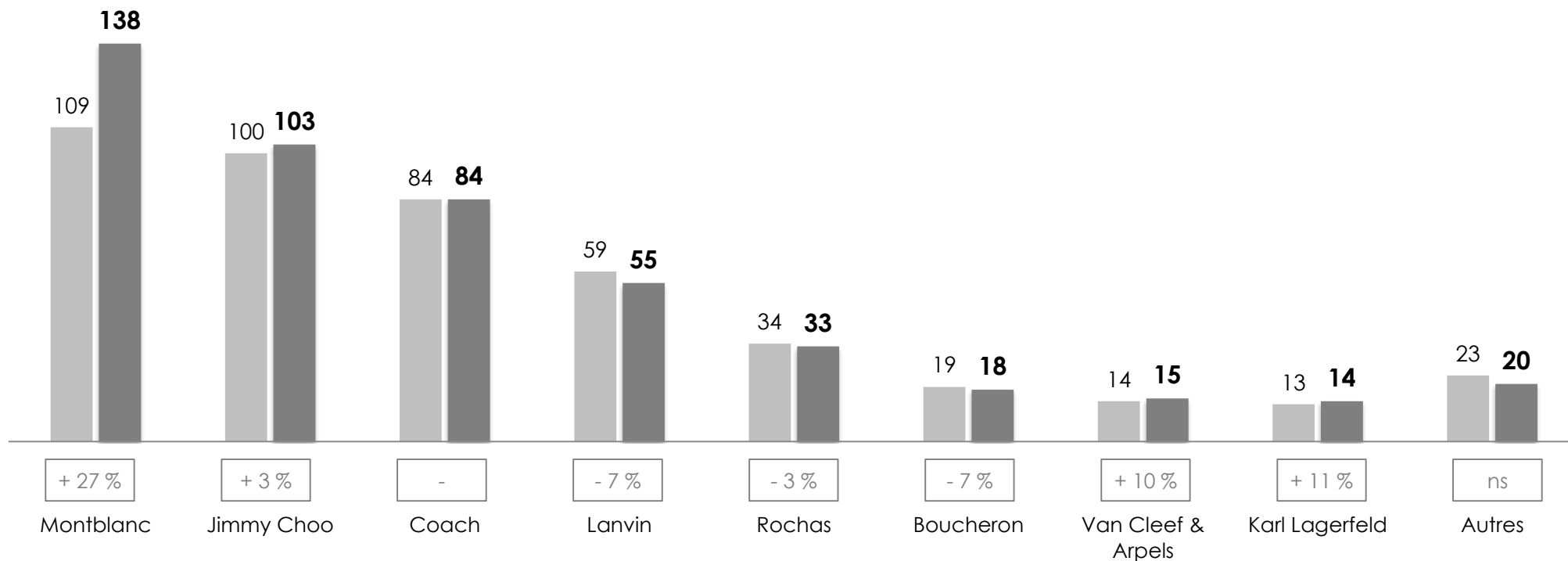
ROCHAS PARIS

Évolution des ventes (en M€)



Chiffre d'affaires 2019 par marque (en M€)

■ 2018 ■ 2019(e)



Chiffre d'affaires total 2018

455,3 M€

Chiffre d'affaires total 2019(e)

480,0 M€ (+ 5,4 %)

Répartition par marque

2018



- Montblanc : 24 %
- Jimmy Choo : 22 %
- Coach : 19 %
- Lanvin : 13 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres : 5 %

2019(e)



- Montblanc : 29 %
- Jimmy Choo : 21 %
- Coach : 18 %
- Lanvin : 11 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

2019 **Éléments de résultat & bilan**

-

Laurent Schlatter

Éléments de résultat & bilan 2019

- Un taux de marge brute stable
- Une marge opérationnelle légèrement supérieure à 14 %
- Une trésorerie nette en légère progression



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

2020 Lancements

-

Philippe Santi

Lancements 2020

- **1^{er} semestre**
 - Rochas : *Byzance* (ligne féminine) & *L'Homme Rochas*
 - Jimmy Choo : Collection (rouges à lèvres, vernis à ongles et parfums)
 - Coach : *Coach Dreams* (ligne féminine)
 - Montblanc : *Montblanc Signature* (ligne féminine)
 - Karl Lagerfeld : *Karl* (nouveau duo)



BYZANCE



ROCHAS
PARIS

Lancements 2020

- **2^e semestre**
 - Kate Spade : première ligne féminine
 - Jimmy Choo : nouvelle ligne féminine
 - Boucheron : nouvelle ligne féminine
 - Montblanc : Eau de parfum *Legend*



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

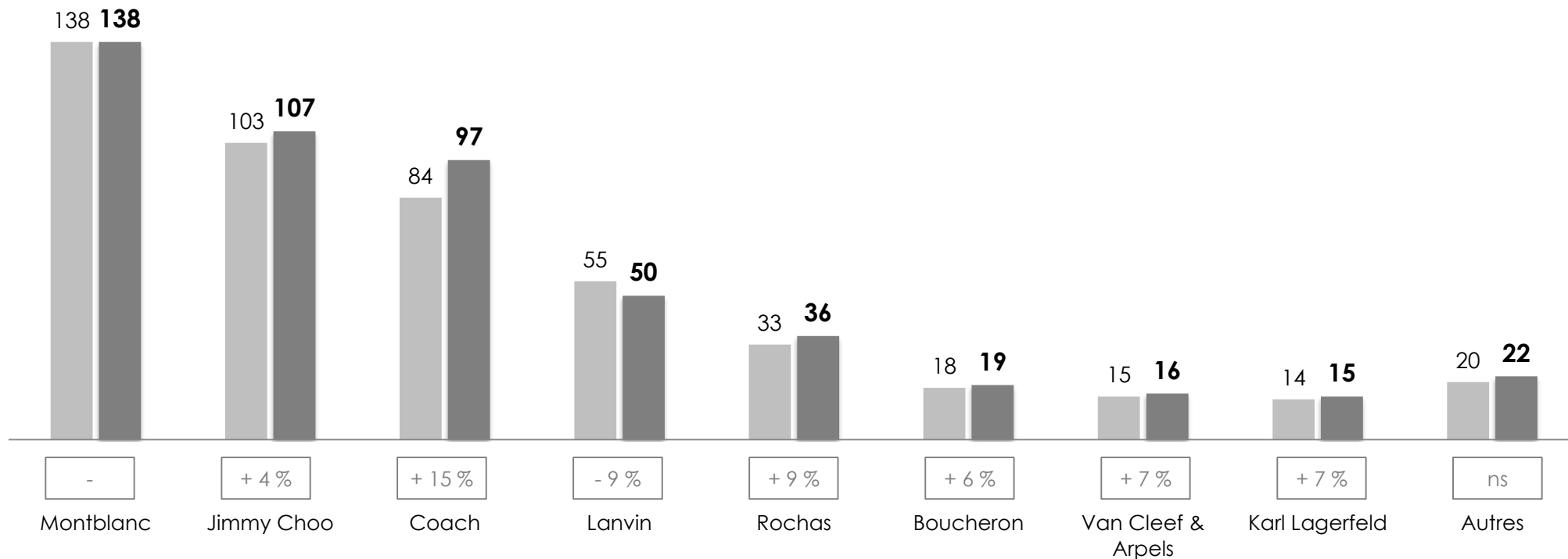
2020 **Budget par marque**

-

Philippe Santi

Chiffre d'affaires 2020 par marque (en M€)

■ 2019(e) ■ 2020(e)



Chiffre d'affaires total 2019(e)

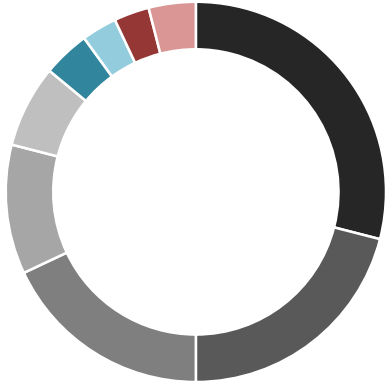
480,0 M€

Chiffre d'affaires total 2020(e)

500,0 M€ (+ 4,2 %)

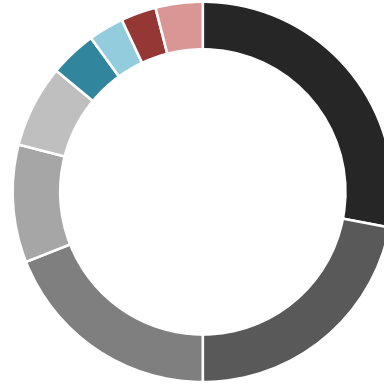
Répartition par marque

2019(e)



- Montblanc : 29 %
- Jimmy Choo : 21 %
- Coach : 18 %
- Lanvin : 11 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %

2020(e)



- Montblanc : 28 %
- Jimmy Choo : 22 %
- Coach : 19 %
- Lanvin : 10 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

2020 **Éléments de résultats**

-

Laurent Schlatter

Éléments de résultats 2020

- Un taux de marge brute en légère baisse (cours budget €/ \$ 1,15)
- Une marge opérationnelle comprise entre 14 et 14,5 %

Agenda

- Chiffre d'affaires 2019
28 janvier 2020 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- Résultats annuels 2019
3 mars 2020 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2020
23 avril 2020 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- Assemblée générale des actionnaires
24 avril 2020 (14h00 – Pavillon Gabriel à Paris)



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

Digital & e-commerce

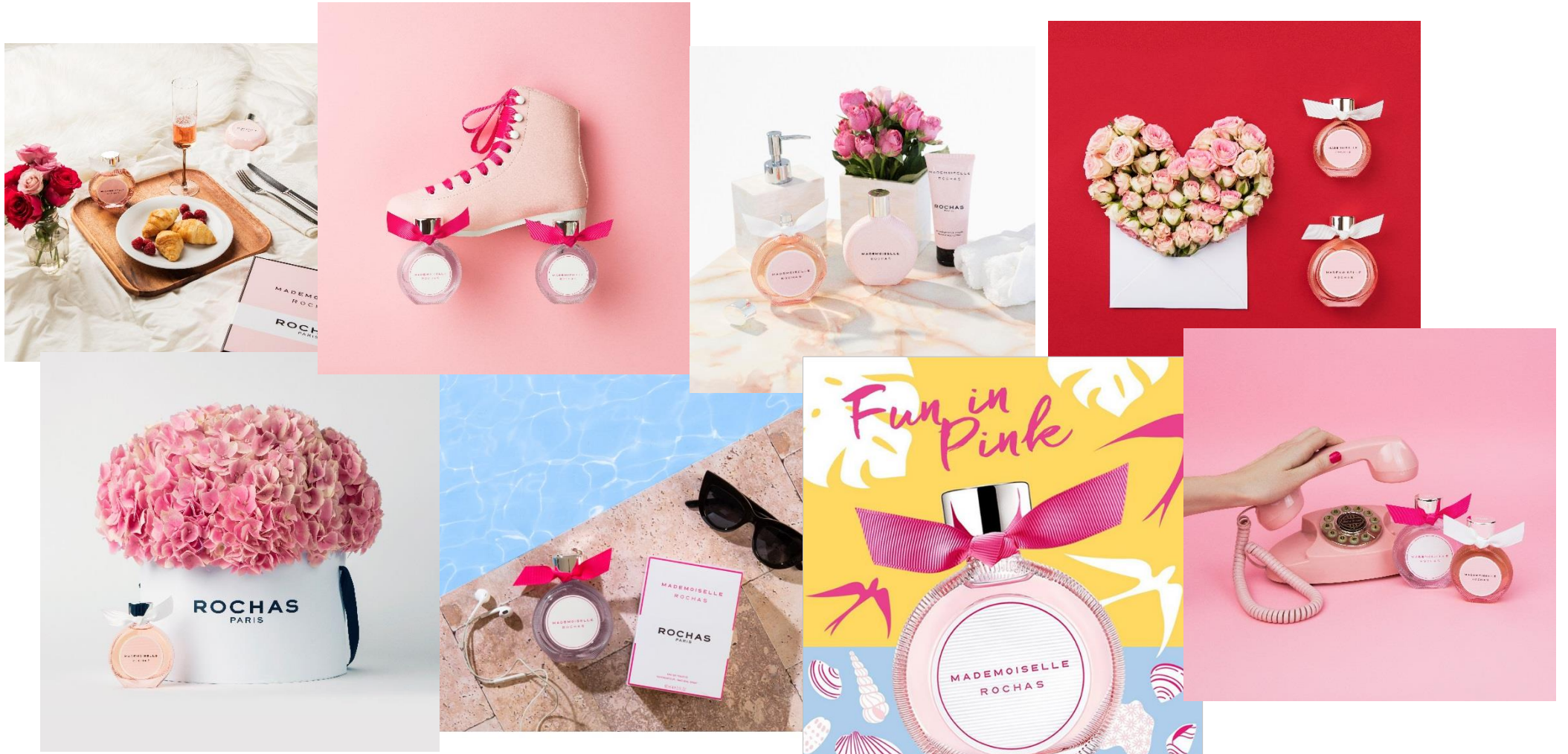
-

Philippe Santi

Digital & e-commerce

- **Digital : Stratégie**
 - fournir du contenu aux sites Internet et réseaux sociaux de nos marques, de nos agents et de nos distributeurs (textes & histoires, photos, films, spots publicitaires, making of,...)
 - développer de nouveaux canaux de diffusion (co-branding, influenceuses)
- **Digital : Moyens**
 - mise en place de campagnes d'influences (ambassadeurs)
 - amélioration des outils de campagne digitale
 - optimisation du référencement naturel
 - suivi d'indicateurs de performance standardisés (kpi's)
- **e-commerce**
 - au travers des sites Internet agréés de nos distributeurs (Sephora.fr, Harrods.com, Macys.com,...)
 - veille des circuits de distribution (notamment *Market place*) et lutte contre la contrefaçon

Mademoiselle Rochas



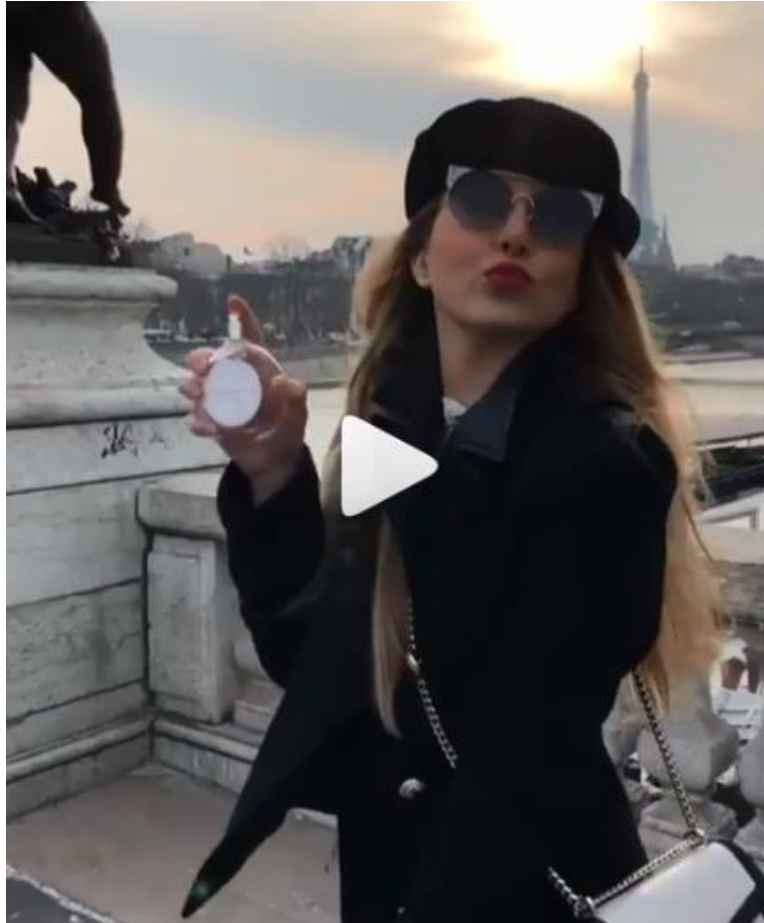
Mademoiselle Rochas

Instagram Rochas - Animation du compte en propre @rochasofficial



Mademoiselle Rochas

Instagram Rochas - Partenariat avec des influenceuses



the_caroo • S'abonner
Paris, France

the_caroo Nothing like my new @rochasofficial fragrance #funinpink to get ready for Spring and Summer 🌸 who else loves pink 🌸? #paris #mademoisellerochas

Charger d'autres commentaires

zhuzhulifenotes Amazing

shedoesstyle Cutie!

v_design_nakit Fantastic 🤍

evelynburrogano_ Perfect always! 🤍🥰

satandaifa_18 说过的话不能不算数🤍🤍🤍
我就是美貌与智慧🤍🤍🤍 超级美物🤍🤍🤍
+satan-02

ritamargari Bella

stephlovesstyle So pretty lady!

helenmagazine 🤍🤍🤍🤍🤍



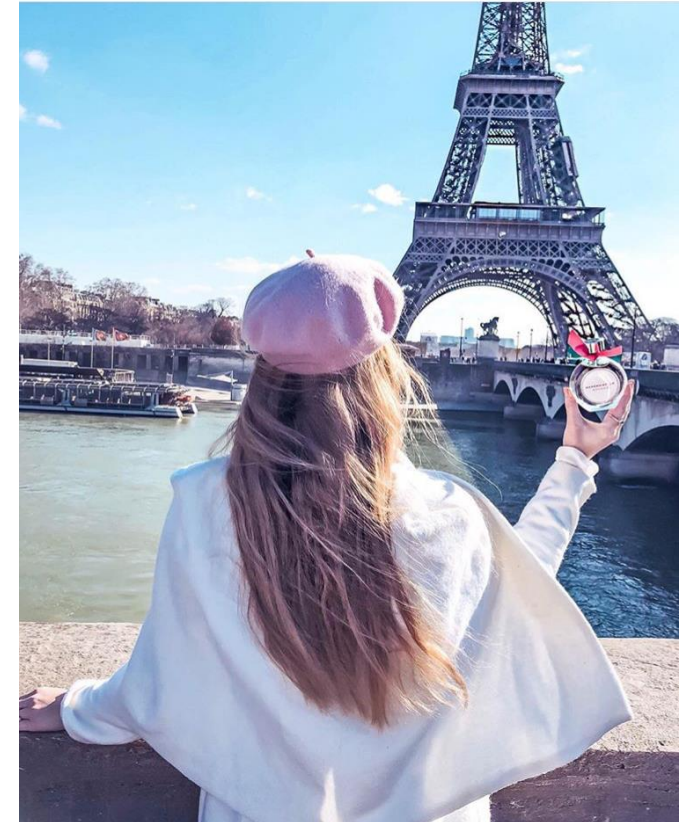
16 857 vues

4 AVRIL

Connectez-vous pour aimer ou commenter.



the_caroo
Partenariat rémunéré avec rochasofficial
Quai de la Seine



Mademoiselle Rochas

Instagram Rochas - Partenariat avec des influenceuses



Mademoiselle Rochas

Mises en avant sur les sites des e-retailers partenaires (Nocibé)

nocibé | Recherche

MON MAGASIN | MON COMPTE | MON PANIER

PARFUMS MAQUILLAGE SOINS VISAGE SOINS CORPS ET BAIN PARAPHARMACIE MARQUES SOINS INSTITUT PROMOTION

EAU DE PARFUM

Une fragrance audacieuse concentrée autour d'une palette d'amour, de roses et de muscs blancs.

Libre, audacieuse et un tant impudique, Mademoiselle Rochas dégage une énergie positive qui ne laisse personne indifférent.

Le succès de Mademoiselle Rochas s'explique entre autres par son caractère équilibré et équilibré. L'émotion mûre de la séduction à la jeunesse.

Un je-ne-sais-quoi d'irrésistible qui emporte tout sur son sillage. Floral Puissant.

JE DÉCOUVRE


EAU DE TOILETTE

Roses roses, jasmin et muscs blancs signent un accord floral vert envoi.

Mademoiselle Rochas nous emmène dans son univers de Fun et d'émotion. Elle nous invite à célébrer le côté pétillant, rétro de sa personnalité et de sa belle humeur.

Éclaircie et rafraîchissante, cette Eau de Toilette avec sa signature Fun in play et ses notes en énergie se promettent accord.

Noémie Schmidt



#funinpink

MADemoiselle ROCHAS



**UN SILLAGE DÉLICAT
AUX ACCENTS PÉTILLANTS !**

**NOUVEAU
ROCHAS**
Mademoiselle Rochas
Eau de toilette

J'ADORE ! >

Mademoiselle Rochas

Publications sur les réseaux sociaux des retailers partenaires (Sephora)



 sephorafrance • S'abonner

sephorafrance CONCOURS #FUNINPINK @rochasofficial
On offre la possibilité à 20 d'entre vous de gagner la nouvelle Eau de Toilette Mademoiselle Rochas mais également l'Eau de Parfum !
Pour participer :
1 Follow @sephorafrance et liker le post
2 Commentez vos emojis roses préférés 🌸
3 Tagguez la plus fun de vos BFF 🐾👩🏻
Vous avez jusqu'au 20 pour participer. C'est parti!!! 🎉

Charger d'autres commentaires

mireillepopo 🌸 je participe et j'invite @sylvie.larra
eugenedev 🌸🌸🌸🌸 @daphnephilipon
ceren.gul_26 Bonjour nous aurons le

29 639 vues

18 MAI

Connectez-vous pour aimer ou commenter. 



Coach Men

Publication sur les réseaux sociaux des retailers partenaires (Origines, Nocibé)



Coach Men

Dispositif média digital – co-branding (L'Equipe + Nocibé)



Navigation: L'EQUIPE Basket ... directs 0 résultats s'abonner

Jeep Elite Pro B CM 2018 (F) LFB NBA Euroleague (H) Euroleague (F) Coupe (H) Coupe (F) Palmarès Qualif CM 2019 (H) Eurocoupe (H) Ligue des Champions Eurocoupe (F) ...

exclusif NOCIBÉ NOCIBÉ

COACH NEW YORK

Le NOUVEAU PARFUM pour HOMME

COMMANDER

Jeep Elite Tous les transferts de... amicaux Les Bleus avec Batum Amicaux Douze joueuses convoquées Amical Les Françaises dans le dur

COACH Spécial L'Équipe Communiqué

À la découverte des sports US : le basket

Publié le jeudi 25 janvier 2018 à 17:04 | Mis à jour le 28/02/2018 à 10:46

Les parfums Coach et L'Équipe rencontrent nos athlètes français adeptes des sports US au travers d'une série de 4 portraits vidéos « New York, New York » .

Partager sur Facebook Tweeter Google+

7 partages

Basket

- 09:00 Jeep Elite Tous les transferts de l'été (1)
- 03/09 Bleus - Amicaux Douze joueuses convoquées po...
- 03/09 Bleus - Amicaux Les Bleus avec Batum
- 02/09 Amical (F) Les Françaises dans le dur
- 01/09 NBA Luol Deng quitte les Lakers
- 01/09 NBA LeBron James, Paris confidentiel **abonné**
- 31/08 SLO Doncic ne sera pas libéré par Dallas
- 31/08 Amical (F) Les Bleus maîtrisent la Lettonie
- 31/08 NBA Ils ont rencontré LeBron James **abonné**
- 31/08 Bleus Badiane a rendez-vous **abonné**
- 31/08 NBA - Transferts Anderson quitte Houston pour P...
- 30/08 NBA David West arrête sa carrière

< 1/10 > tout le chrono



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

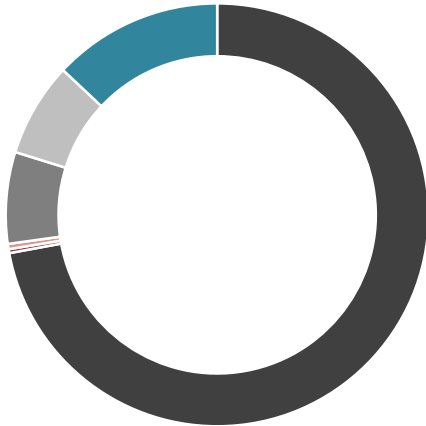
La Bourse

-

Laurent Schlatter

Répartition du capital

Au 30 septembre 2019

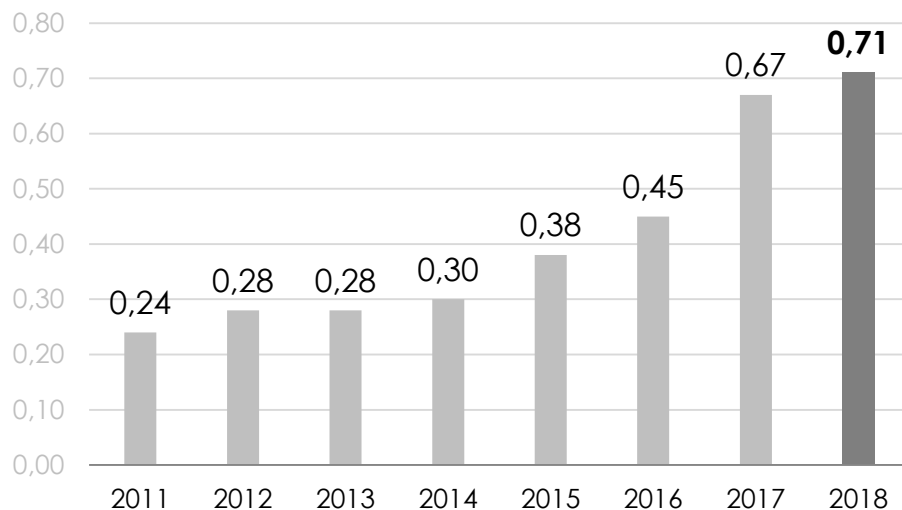


- Interparfums Inc. (fondateurs Philippe Benacin et Jean Madar) : 72,1 % du capital
- Actionnariat salariés (135) : 0,3 % du capital
- Auto détenus : 0,4 % du capital
- Actionnaires individuels (10 534) : 7 % du capital
- Investisseurs Institutionnels français (255) : 7,2 % du capital
- Investisseurs Institutionnels étrangers (109) : 13 % du capital

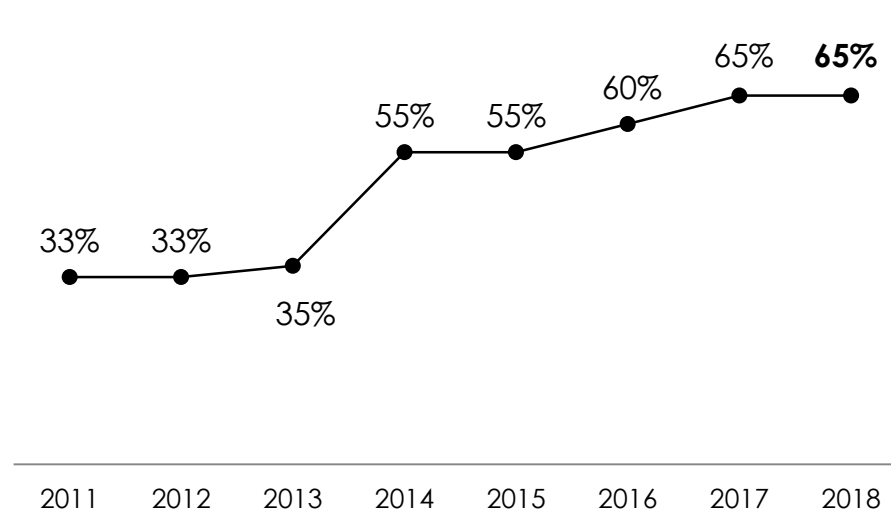
Dividende & attribution gratuite d'actions

Un dividende par action multiplié par 3 en 7 ans (en €)

Dividende par action



Taux de distribution



Attribution gratuite d'actions (juin 2019)

18 juin 2019

Attribution gratuite d'actions

1 pour 10

1 action gratuite pour 10 actions détenues

20 ans

Pour la 20^e année consécutive

Cours de bourse (évolution sur 10 ans)



42,65 €

Cours de bourse au 18 novembre

2,0 Md€

Capitalisation

71 000 titres

Volume journalier

+ 40 %

Depuis le 01/01/2019

+ 240 %

Sur 5 ans

+ 560 %

Sur 10 ans

x 39

Depuis le 15/11/1995

La communication

- **Des publications régulières**
 - chiffres d'affaires trimestriels
 - résultats semestriels
 - objectifs
- **Des réunions de présentation ou d'information**
 - en France ou à l'étranger
 - à destination des investisseurs institutionnels (réunions SFAF)
 - à destination des actionnaires individuels (F2ic, Les Echos Investir, Salon Actionaria)
- **Des outils de communication (français + anglais)**
 - un rapport annuel (Document de référence)
 - un rapport semestriel
 - une lettre aux actionnaires
 - un site Internet (www.interparfums.fr)
 - un numéro vert (0800 47 47 47)
 - réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter)



Rencontre actionnaires Actionaria, le 21 novembre 2019

-

Conclusion

-

Philippe Santi

Pourquoi investir dans Interparfums ...

- Pour sa **stratégie**
- Pour son **business model**
- Pour sa **forte croissance passée, supérieure à celle du marché et à celle de ses concurrents**
- Pour sa **politique actionnariale**
 - **croissance régulière du dividende**
 - attribution **gratuite régulière d'actions (20^e)**
- Pour son **potentiel de développement**
 - **par croissance interne...**
 - **...et par croissance externe**

Contacts

Interparfums

4 Rond-Point
des Champs-Élysées
75008 Paris
01 53 77 00 00
<http://www.interparfums.fr>

Philippe Santi

Directeur Général Délégué
psanti@interparfums.fr

Karine Marty

Relations Actionnaires
kmarty@interparfums.fr

Boucheron
Coach
Jimmy Choo
Karl Lagerfeld
Kate Spade
Lanvin
Montblanc
Paul Smith
Repetto
Rochas
S.T. Dupont
Van Cleef & Arpels

Interparfums

4 rond-point des Champs-Élysées

75008 Paris

Tél. 01 53 77 00 00

Interparfums.fr