

interparfums

Chiffre d'affaires

2021

25 janvier 2022



- **Faits marquants
2021**



Faits marquants 2021

(Variations 2021/2019)

- **Un chiffre d'affaires record de 560 M€**
 - Une croissance de 53 % par rapport à 2020
 - Une croissance de 16 % par rapport à 2019
- **Une forte croissance sur certaines marques**
 - Jimmy Choo : +27 %
 - Coach : +34 %
- **Une très forte croissance sur certains pays**
 - Etats-Unis : +48 %
 - Chine : un chiffre d'affaires multiplié par 3
- **Des lancements réussis**

Lancements 2021

- Des lancements réussis



I Want Choo



Montblanc Explorer Ultra Blue

Lancements 2021

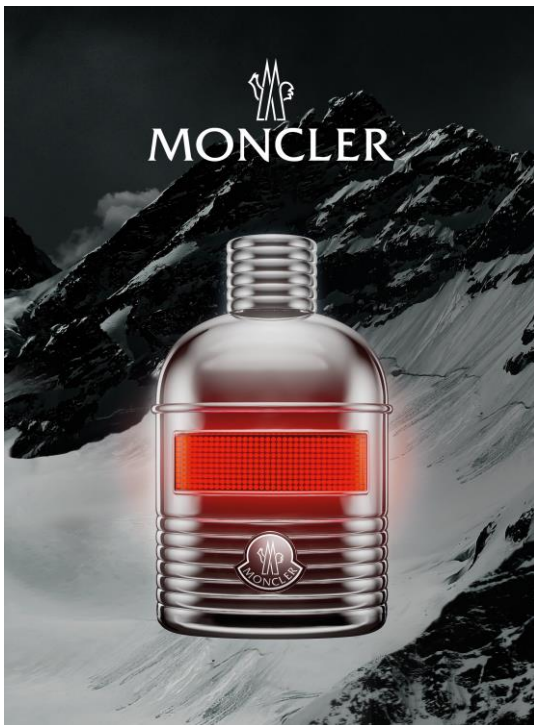
- Une première initiative éco-responsable



Rochas Girl

Lancements 2021

- Pré-lancement de la première ligne Moncler (200 points de vente)



Moncler pour homme



Moncler pour femme



- **Autres faits marquants
2021**



Supply Chain

- **Un rythme de livraisons perturbé depuis l'été**
 - Difficultés d'approvisionnement de composants (verre, carton, plastique, aluminium, bois,...)
 - Manque de main d'œuvre (fournisseurs, conditionneurs)
 - Pénuries de conteneurs
- **Une tendance renforcée**
 - Par la demande d'autres secteurs d'activité
 - Par le boom du e-commerce
- **Un stock de produits finis bas**
 - Moins de 1 mois de facturation contre 4 mois habituellement
 - Mais une organisation interne agile qui gère le « just in time »

Supply Chain

- **Un impact sur les prix de revient**

- Hausse du coût des matières premières (verre, carton, bois, aluminium notamment)
- Hausse du coût de l'énergie
- Hausse du coût du transport

- **Des hausses des prix de facturation**

- Entre 3 et 5 %
- Réparties entre Janvier et Avril

Siège social

- **Acquisition du futur siège social de la société**
 - 10 rue de Solférino – Paris 7e



- **Activité 2021
par marque**

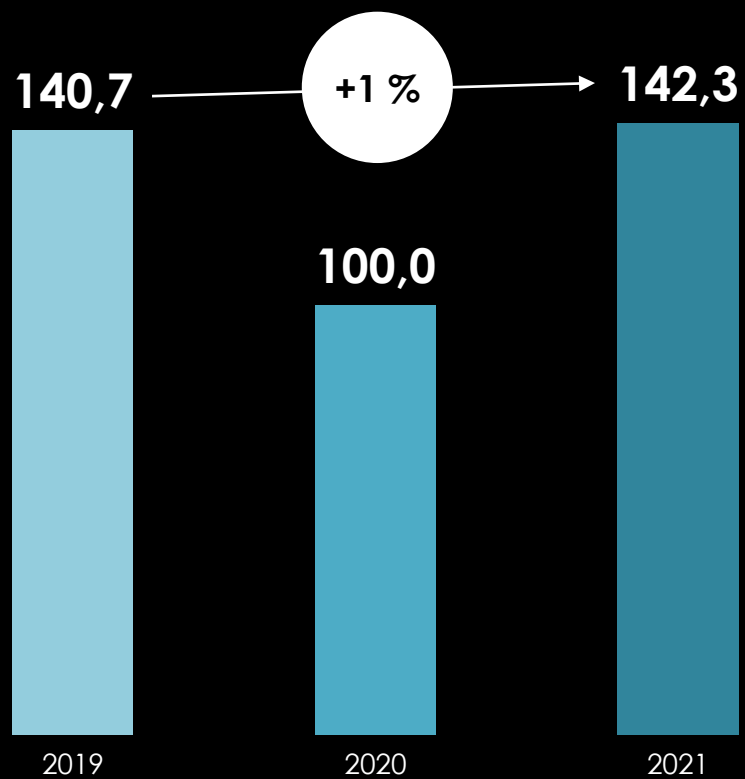


• **MONT
BLANC** 



Chiffre d'affaires

(en M€)



Retour sur les niveaux d'activité de 2019



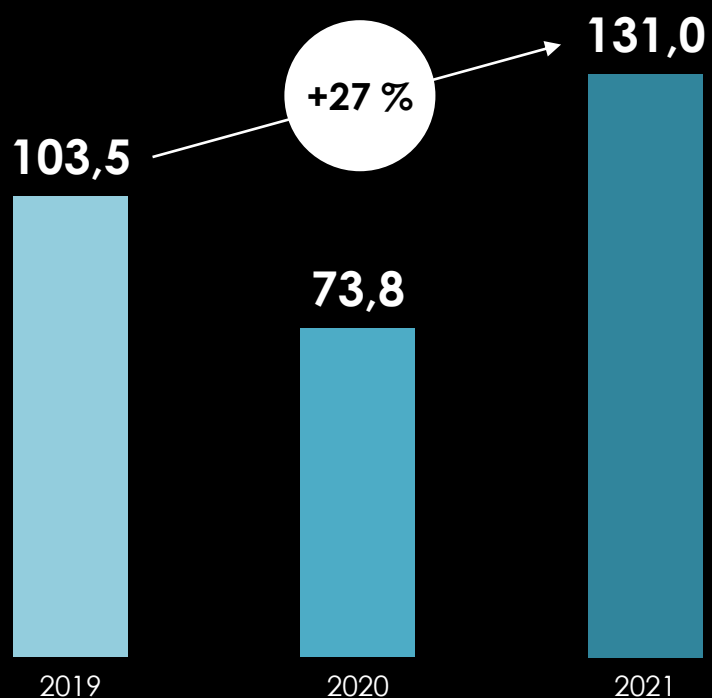
**Succès de la ligne Montblanc Explorer
Ultra Blue**

- JIMMY CHOO



Chiffre d'affaires

(en M€)



Une forte croissance par rapport à 2019

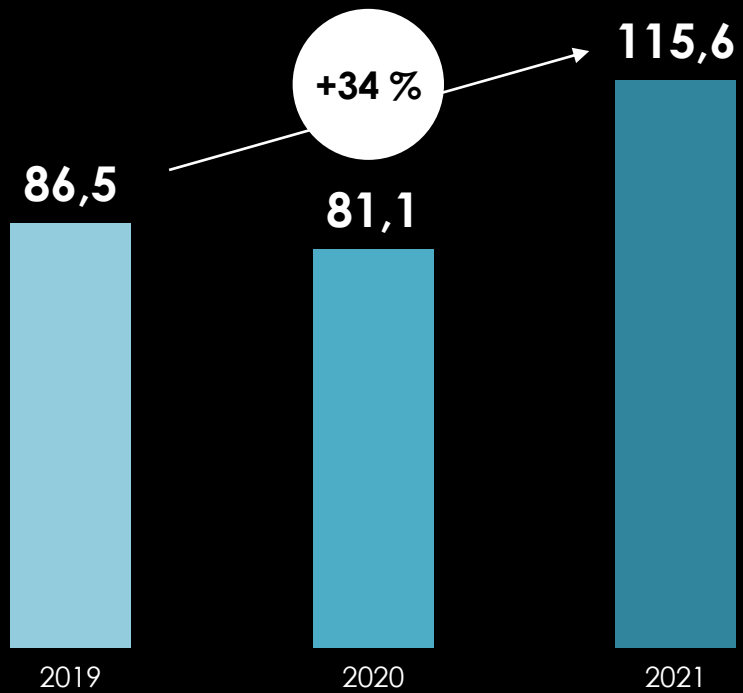


Succès de la ligne *I Want Choo*, notamment aux Etats-Unis



Chiffre d'affaires

(en M€)



**Solidité des lignes féminines et masculines
Coach**



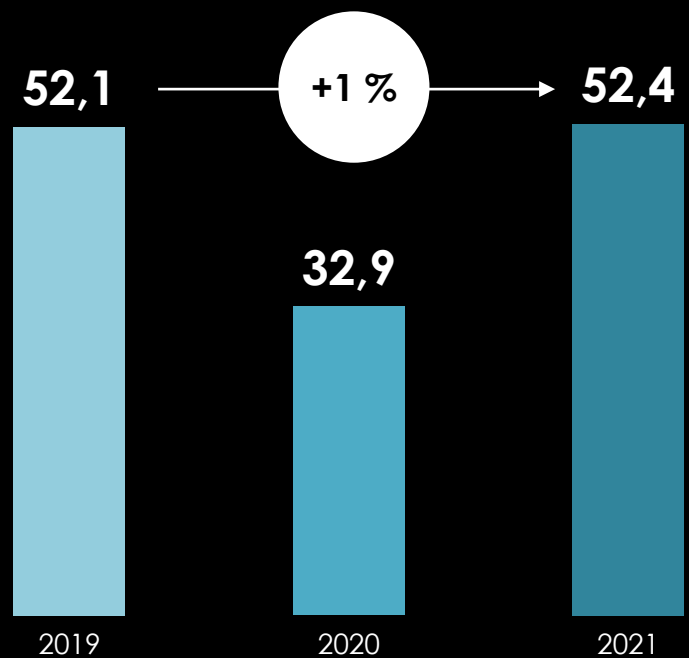
**Lancement de la ligne Coach
Dreams Sunset**

• **LANVIN**
PARFUMS



Chiffre d'affaires

(en M€)



Un niveau d'activité plus normatif



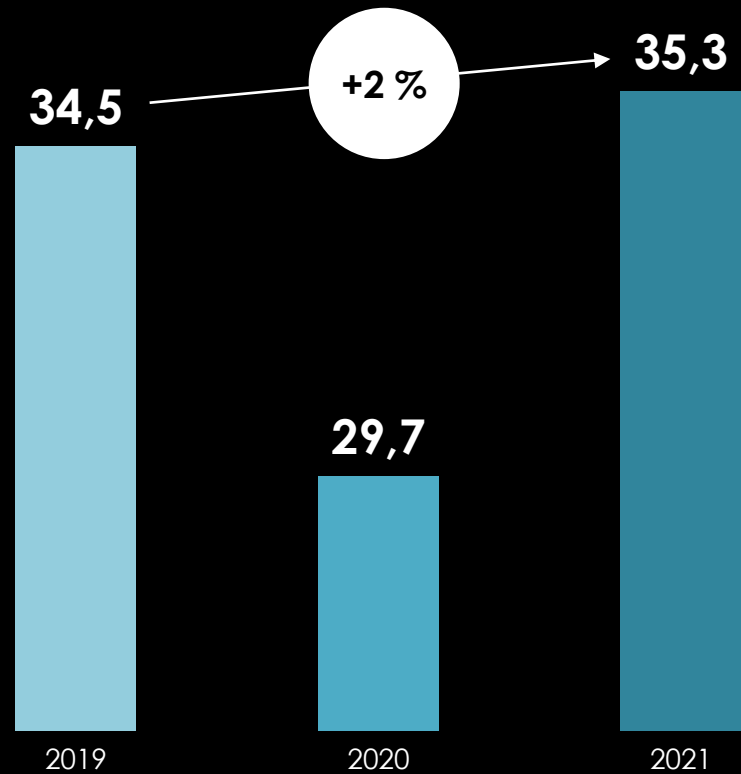
Rebond de la ligne *Eclat d'Arpège*, notamment en Asie et en Europe de l'Est

• **ROCHAS**
PARIS



Chiffre d'affaires

(en M€)



Un niveau plus normatif également



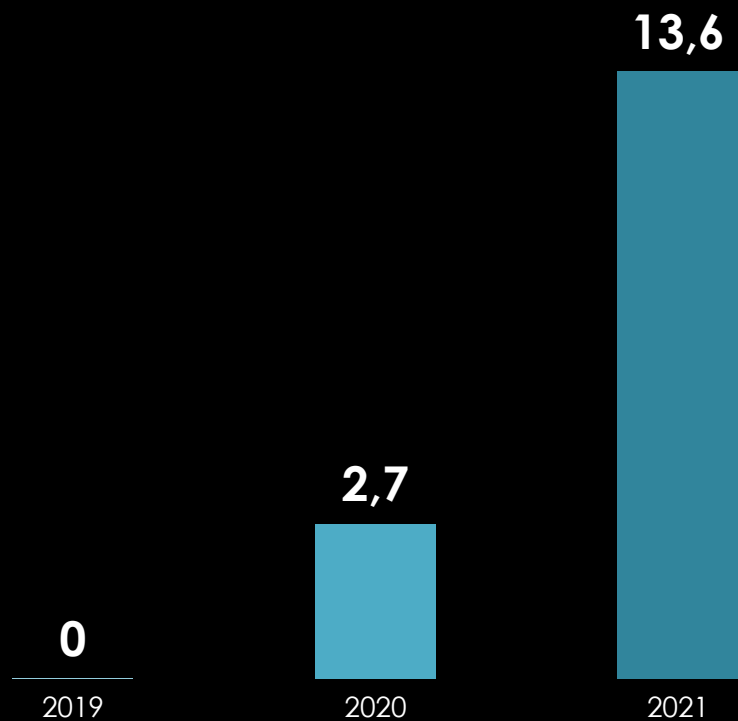
Lancement de *Rochas Girl*, ligne à faible impact environnemental

- **kate spade**
NEW YORK



Chiffre d'affaires

(en M€)



Kate Spade New York, première initiative sur la marque



Un bon accueil sur le marché américain

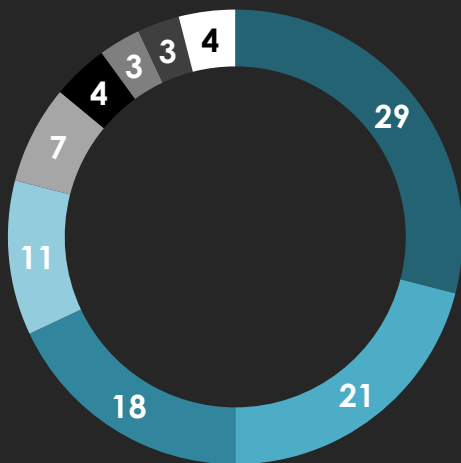
Chiffre d'affaires 2021 par marque

(en M€)

	2019	2020	2021	2021/2019
Montblanc	140,7	100,0	142,3	+1 %
Jimmy Choo	103,5	73,8	131,0	+27 %
Coach	86,5	81,1	115,6	+34 %
Lanvin	52,1	32,9	52,4	+1 %
Rochas	34,5	29,7	35,3	+2 %
Van Cleef & Arpels	15,3	10,4	18,3	+20 %
Karl Lagerfeld	13,9	11,4	16,9	+21 %
Boucheron	18,3	12,0	15,3	-16 %
Kate Spade	-	2,7	13,6	na
Moncler	-	-	4,9	na
Autres	19,5	13,4	15,2	ns
Chiffre d'affaires total	484,3	367,4	560,8	+16 %

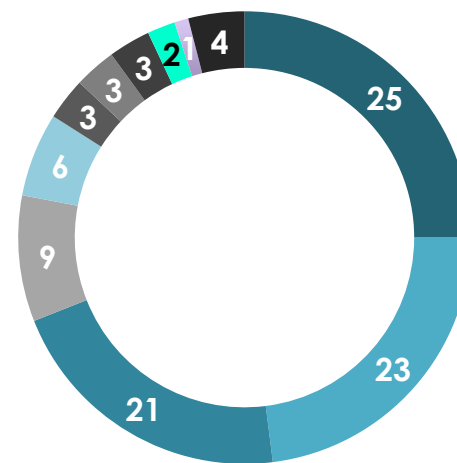
Répartition par marque

2019



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

2021



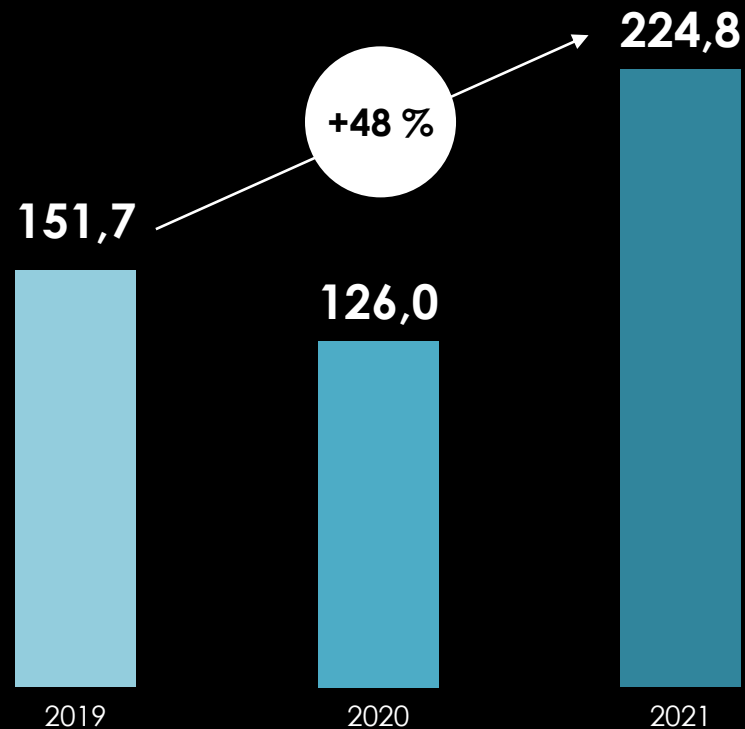
- Montblanc : 25 %
- Coach : 21 %
- Rochas : 6 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Kate Spade : 2 %
- Autres marques : 4 %
- Jimmy Choo : 23 %
- Lanvin : 9 %
- Boucheron : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Moncler : 1 %

- **Activité 2021
par zone**



Amérique du Nord

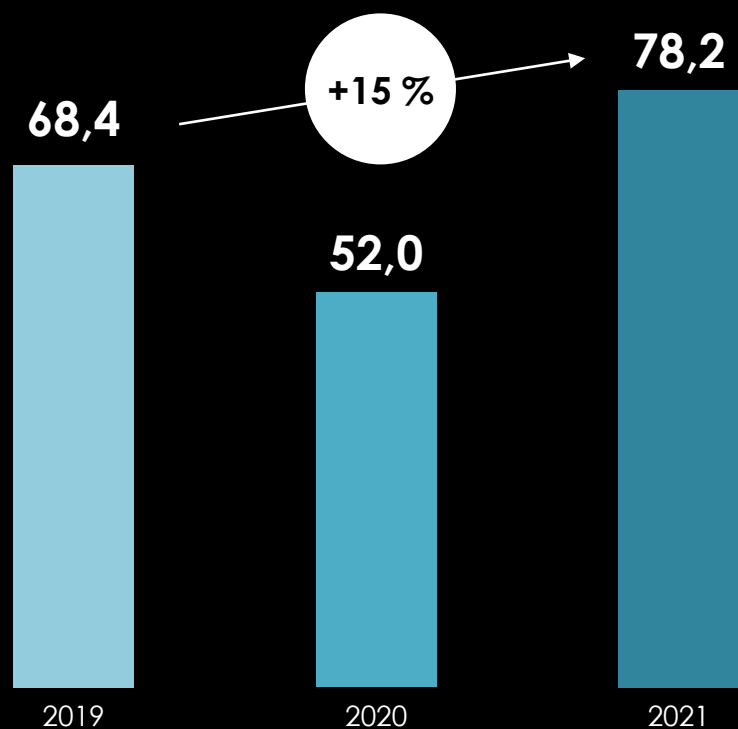
(en M€)



- **Une performance exceptionnelle aux Etats-Unis**
 - Un marché des parfums et cosmétiques en hausse de 43 % (!) par rapport à 2019
 - Une croissance des ventes de 58 % (!!) par rapport à 2019 dans notre filiale américaine
 - Un succès, nettement supérieur aux attentes, sur la ligne *Jimmy Choo I Want Choo*

Asie

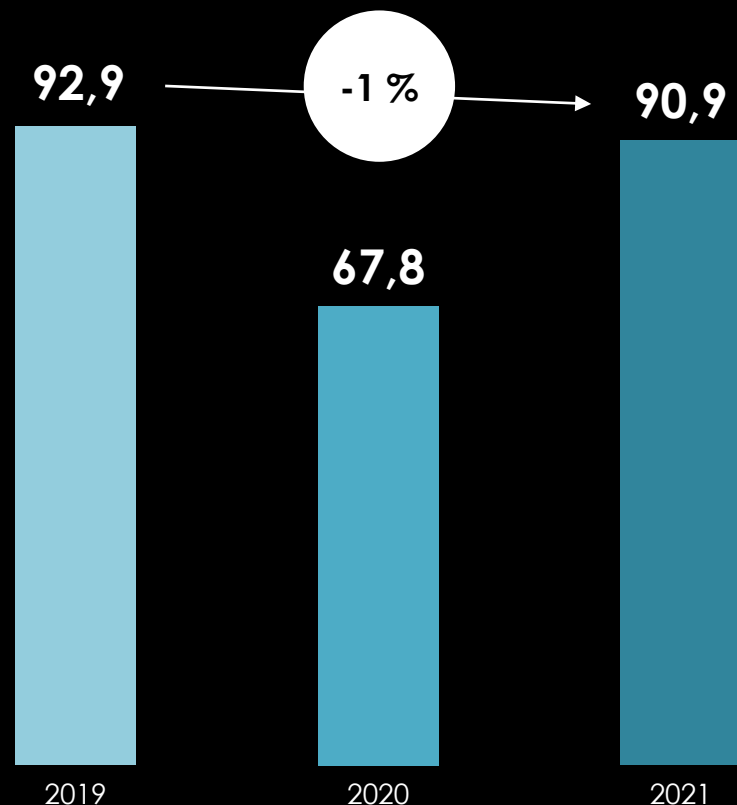
(en M€)



- **Une croissance à 2 chiffres en Asie**
 - Une forte accélération en Chine avec des ventes multipliées par 3
 - Succès des parfums Coach et de la *Collection Extraordinaire* de Van Cleef & Arpels

Europe de l'Ouest

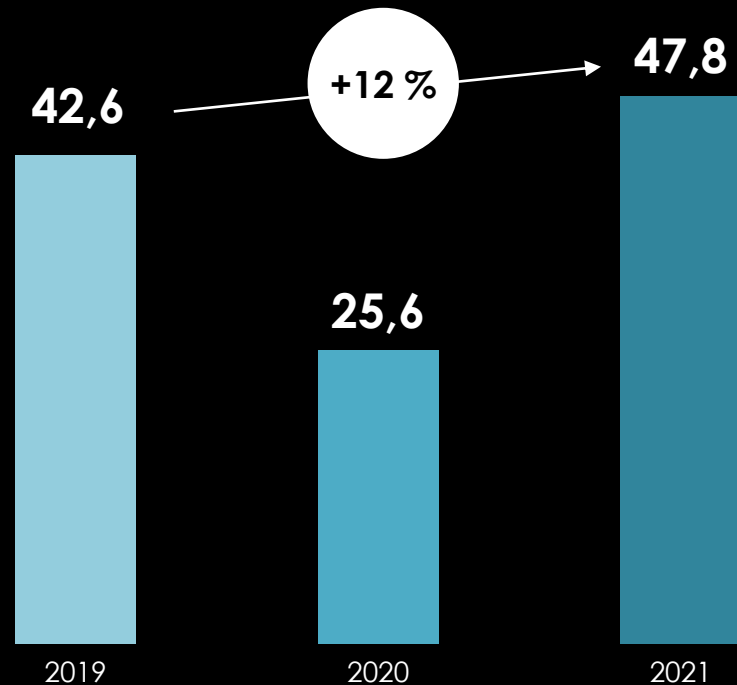
(en M€)



- **Un retour sur les niveaux de 2019 malgré**
 - Une base de comparaison défavorable liée au lancement de la ligne *Montblanc Explorer* en 2019
 - Une activité impactée par les différents confinements et/ou fermetures de points de ventes au 1^{er} semestre

Europe de l'Est

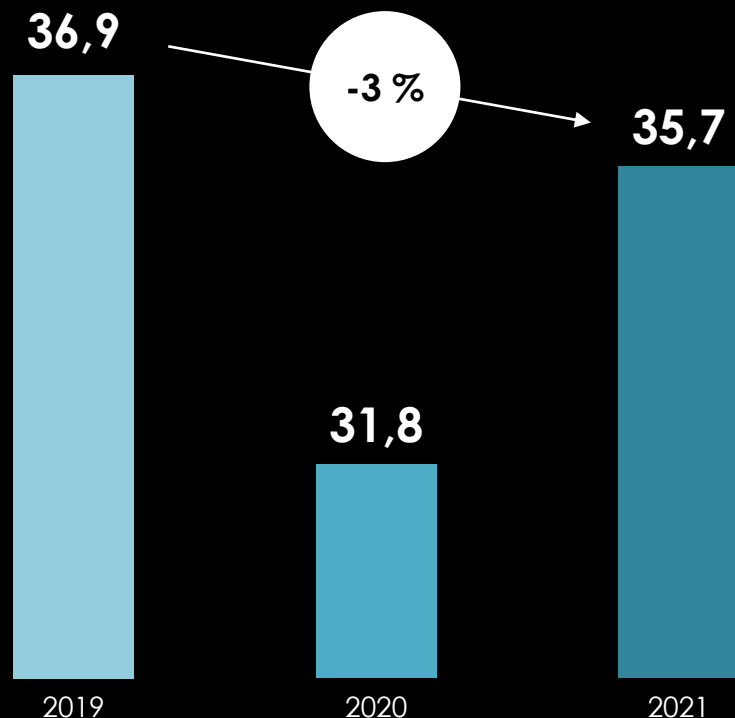
(en M€)



- **Un rebond de l'activité,**
 - Grâce aux parfums Lanvin notamment
 - Grâce à une forte présence au sein de la chaîne *L'Etoile*

France

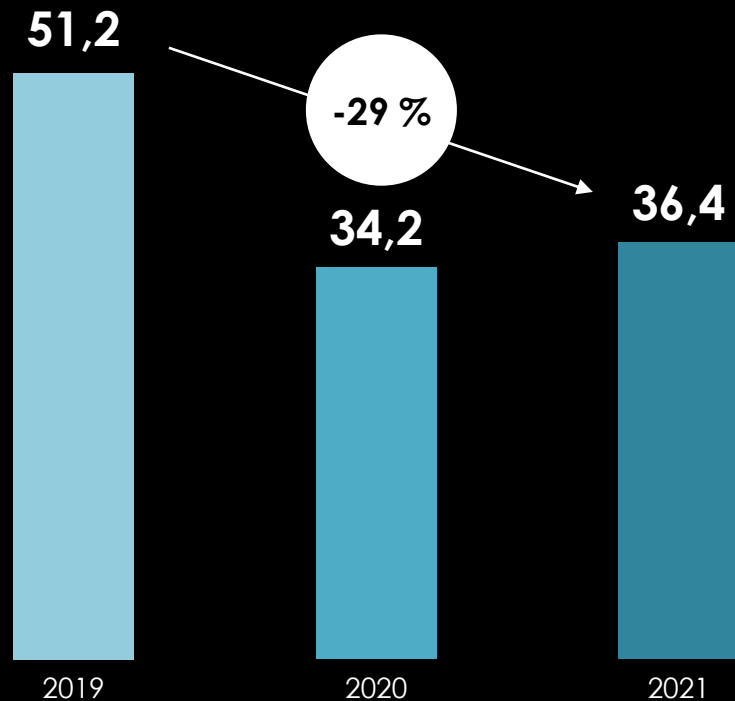
(en M€)



- **Une activité en léger retrait par rapport à 2019**
 - Une base de comparaison défavorable liée au lancement de la ligne *Montblanc Explorer* en 2019
 - Fermeture de certains points de vente entre les mois de mars et mai
- **Poids du e-commerce 16 % des ventes**
- **Forte croissance des ventes du site *my-origines.com* (+27 %)**

Moyen Orient

(en M€)



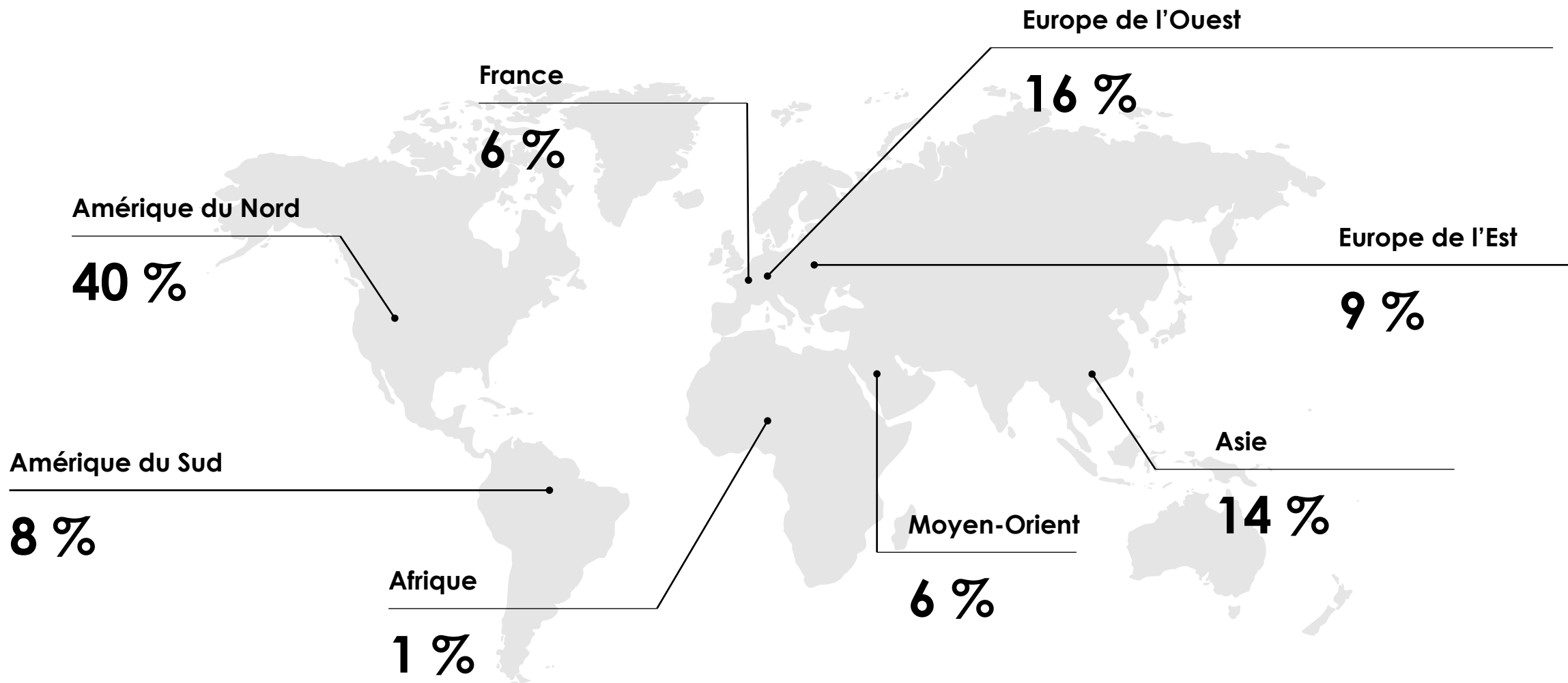
- **Une activité qui reste affectée**
 - Par le recul des flux touristiques sur la zone
 - Par les fermetures de points de ventes dans certains pays au premier semestre
 - Par un changement de partenaire aux Emirats Arabes Unis

Chiffre d'affaires 2021 par zone

(en M€)

	2019	2021	<u>2021/2019</u>
Afrique	5,4	4,9	-10 %
Amérique du Nord	151,7	224,8	+48 %
Amérique du Sud	35,2	42,1	+20 %
Asie	68,4	78,2	+15 %
Europe de l'Est	42,6	47,8	+12 %
Europe de l'Ouest	92,9	90,9	-1 %
France	36,9	35,7	-3 %
Moyen-Orient	51,2	36,4	-29 %
Chiffre d'affaires	484,2	560,8	+16 %

Répartition 2021 par zone



- **Éléments de résultats 2021**



Éléments de résultats 2021

- **Marge opérationnelle**

- Des dépenses de marketing et publicité qui devraient atteindre 22 % du chiffre d'affaires
- Une marge opérationnelle qui devrait approcher 17 % compte tenu d'un niveau de ventes meilleur que prévu en fin d'année

- **Marge nette**

- Une marge nette qui devrait approcher 12 % compte tenu d'un taux d'impôt moyen proche de 30 %

Calendrier de communication financière

Résultats annuels 2021

 2 mars 2022

Assemblée générale 2022

 29 avril 2022

Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2022

 27 avril 2022

Résultats 1^{er} semestre 2022

 Mi septembre 2022

- **Activité 2022**



Lancements stratégiques 2022

Un programme important

- **Une nouvelle extension sur la franchise *Montblanc Legend*** (1^{er} trimestre)
- **Déploiement de la première ligne de parfums *Moncler*** (2^e trimestre)
 - Un objectif de 3 000 points de vente dans un premier temps
 - Un réseau sélectif en cohérence avec l'image de la marque
- **De nouvelles extensions sur les franchises *Jimmy Choo Man*** (2^e trimestre)
et *Jimmy Choo I Want Choo* (3^e trimestre)
- **De nouvelles lignes masculines sur les marques *Coach* et *Boucheron***
(3^e trimestre)
- **Une extension *Lanvin* de la ligne *Eclat d'Arpège*** (3^e trimestre)

Lancements complémentaires 2022

- **Rochas** (féminin – extension de la ligne *Girl* – 1^{er} trimestre)
- **Rochas** (féminin – extension de la ligne *Eau de Rochas* – 1^{er} trimestre)
- **Karl Lagerfeld** (Duo City et masculin – 1^{er} trimestre)
- **Kate Spade** (féminin - extension de la ligne *Kate Spade New York* – 1^{er} trimestre)
- **Coach** (féminin - extension de la ligne *Coach* – 1^{er} trimestre)
- Collections **Van Cleef & Arpels** (1^{er} trimestre) et **Boucheron** (2^e trimestre)
- **Rochas** (féminin - extension de la ligne *Byzance* – 4^e trimestre)

• Guidances 2022



Guidances année 2022

(Inchangées par rapport à novembre 2021)

• Chiffre d'affaires

- Des tensions dans la chaîne d'approvisionnement de composants et produits finis toujours présentes dans la première partie de l'année
- Une hausse des prix de facturation prévue en début d'année
- Un possible ralentissement sur certains marchés en très forte croissance en 2021

➔ **Un objectif de chiffre affaires de 560-570 M€**

• Résultats

- Une hausse des coûts de matières premières et de transport compensée par la hausse des prix de facturation
- Un plan de communication produits étoffé

➔ **Un objectif de marge opérationnelle autour de 15 %**

- RSE & Gouvernance



RSE & Gouvernance

Prochaines étapes

- Finalisation du **Modèle d'affaires**
- Finalisation de la contribution **aux ODD** (avec l'aide d'un Conseil externe)
- Finalisation du **Tableau d'indicateurs extra-financiers**
- Etablissement d'un **Bilan carbone** scope 3
- **Communication** de la stratégie RSE en interne et en externe

RSE & Gouvernance

Notation Gaia novembre 2021



Notation	2018	2019	2020	Tendance	Benchmark
GOUVERNANCE	62	63	66	↗	69
SOCIAL	77	87	85	↘	62
ENVIRONNEMENT	54	54	61	↗	68
PARTIES PRENANTES EXTERNES	71	79	86	↗	63
TOTAL	67	71	74	↗	66

interparfums

Chiffre d'affaires

2021

25 janvier 2022

