



Conference annuelle  
Midcap Partners  
14 mai 2019

-

# Sommaire

- Profil du groupe
- Chiffres clés
- L'année 2019
- L'année 2019 par marque
- Activité du 1<sup>er</sup> trimestre 2019
- Perspectives 2020 - 2021
- La Bourse



Conference annuelle  
Midcap Partner  
14 mai 2019

- 

Profil du groupe

## **Notre métier – notre stratégie**

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

## Notre portefeuille de marques

9 marques sous licence / 2 marques en propre

*S.T. Dupont*  
PARIS

(1997 • 2019)

**MONT**  
**BLANC**

(2010 • 2025)

*Repetto*

PARIS

(2012 • 2025)

**LANVIN**

PARFUMS

(parfums)

(2007)

*Paul Smith*

(1998 • 2021)

JIMMY CHOO

(2010 • 2031)

**KARL LAGERFELD**

(2012 • 2032)

**ROCHAS**

PARIS

(parfums et  
mode)

(2015)

Van Cleef & Arpels

(2007 • 2024)

**BOUCHERON**

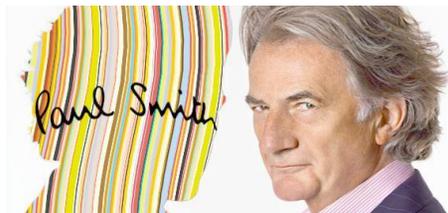
PARIS

(2011 • 2025)

  
**COACH**  
NEW YORK

(2016 • 2026)

# Notre portefeuille de marques



# Contrats de licence

- **Concession d'un droit d'utilisation d'une marque**
- **Pour une durée longue** (10 ans, 15 ans, 20 ans ou plus)
- **Moyennant des obligations qualitatives :**
  - réseau de distribution
  - nombre de lancements
  - nature des dépenses publicitaires...
- **Moyennant des obligations quantitatives :**
  - redevances (modalités de calcul, montant et engagement minimum)
  - dépenses publicitaires (budgets, montant et engagement minimum)

## 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 adaptée à chaque ligne
- des moyens publicitaires ciblés par ligne et par 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,... )
- une exigence permanente de 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)
- des plans d'animations réguliers sur les points de vente

- **Une organisation efficiente**

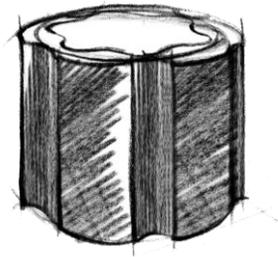
- des équipes spécialisées et expérimentées
- des process courts et des prises de décision rapides

## 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)



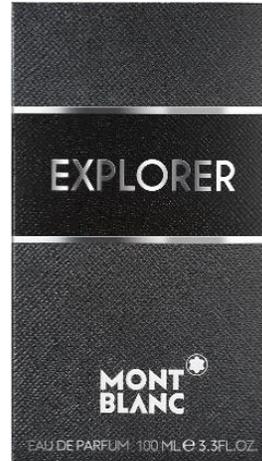
**Validation de la marque**

# Processus de développement

Fabrication des composants (3 à 6 mois)



Verrerie



Packaging



Fragrance (jus)

**Validation de la marque**

# Processus de développement

Fabrication des produits finis (2 mois)



Chaîne de conditionnement



Chaîne de conditionnement

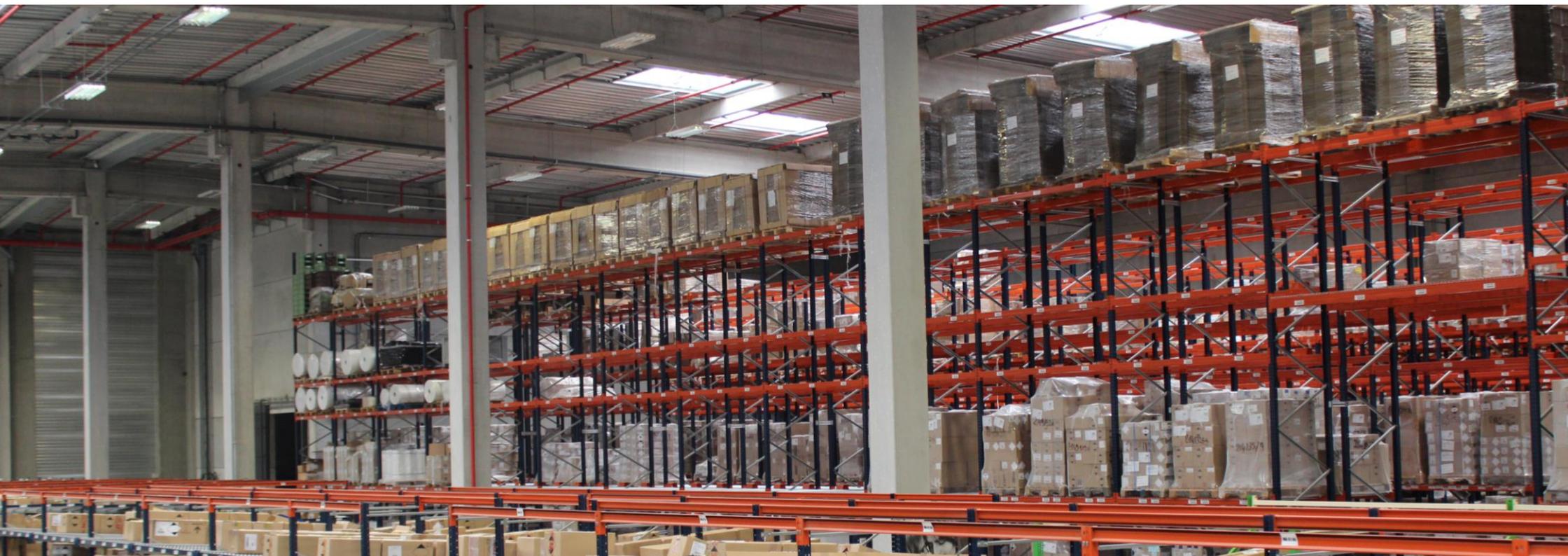
**Validation de la marque**

# Processus de développement

Fabrication des supports points de vente



# Logistique (données 2018)



Un entrepôt de  
**30 000 m<sup>2</sup>**  
situé près de Rouen

Une capacité de stockage de  
**40 000 palettes**  
(2 100 m<sup>3</sup> 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

---

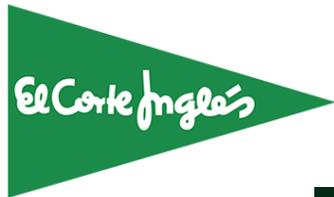


# Processus de développement

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

Europe

---



États-Unis

---



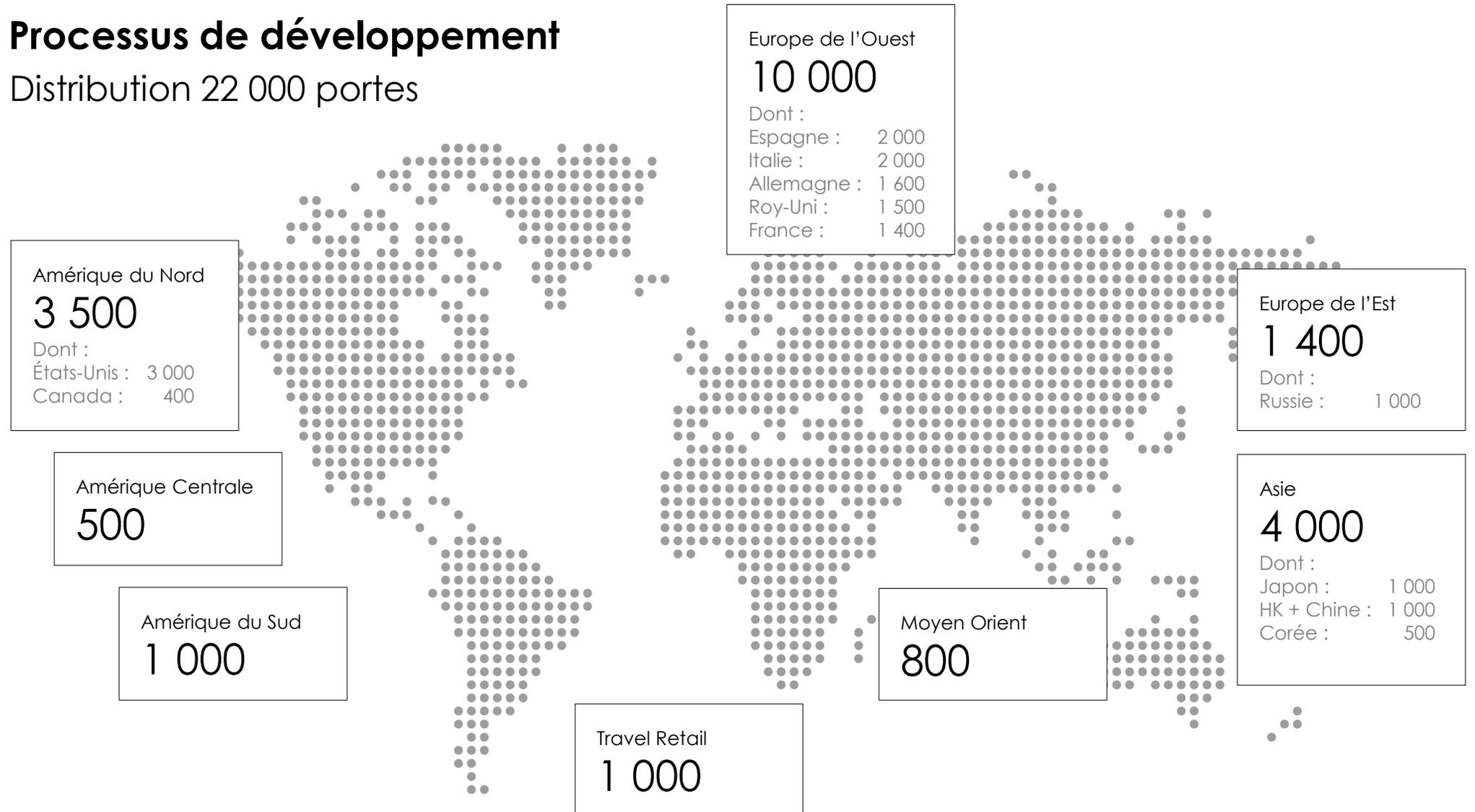
Asie

---



# Processus de développement

Distribution 22 000 portes



# Marché mondial des Cosmétiques

Total 200 Mds€

## Par segment



- Parfums : 12 %
  - Soins du cheveu : 22 %
  - Hygiène : 10 %
  - Maquillage : 19 %
  - Soins de la peau : 37 %
- 62 % Féminin  
33 % Masculin  
5 % Mixte
- Soit 25 Md€**

## Par zone



- Amérique du Nord : 25 %
- Europe de l'Ouest : 18 %
- Amérique Latine : 11 %
- Europe de l'Est : 6 %
- Afrique, Moyen Orient : 3 %
- Asie, Pacifique : 37 %

Source : Rapport annuel 2017 de L'Oréal.

# Concurrence

- **Groupes avec marques en licence**

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

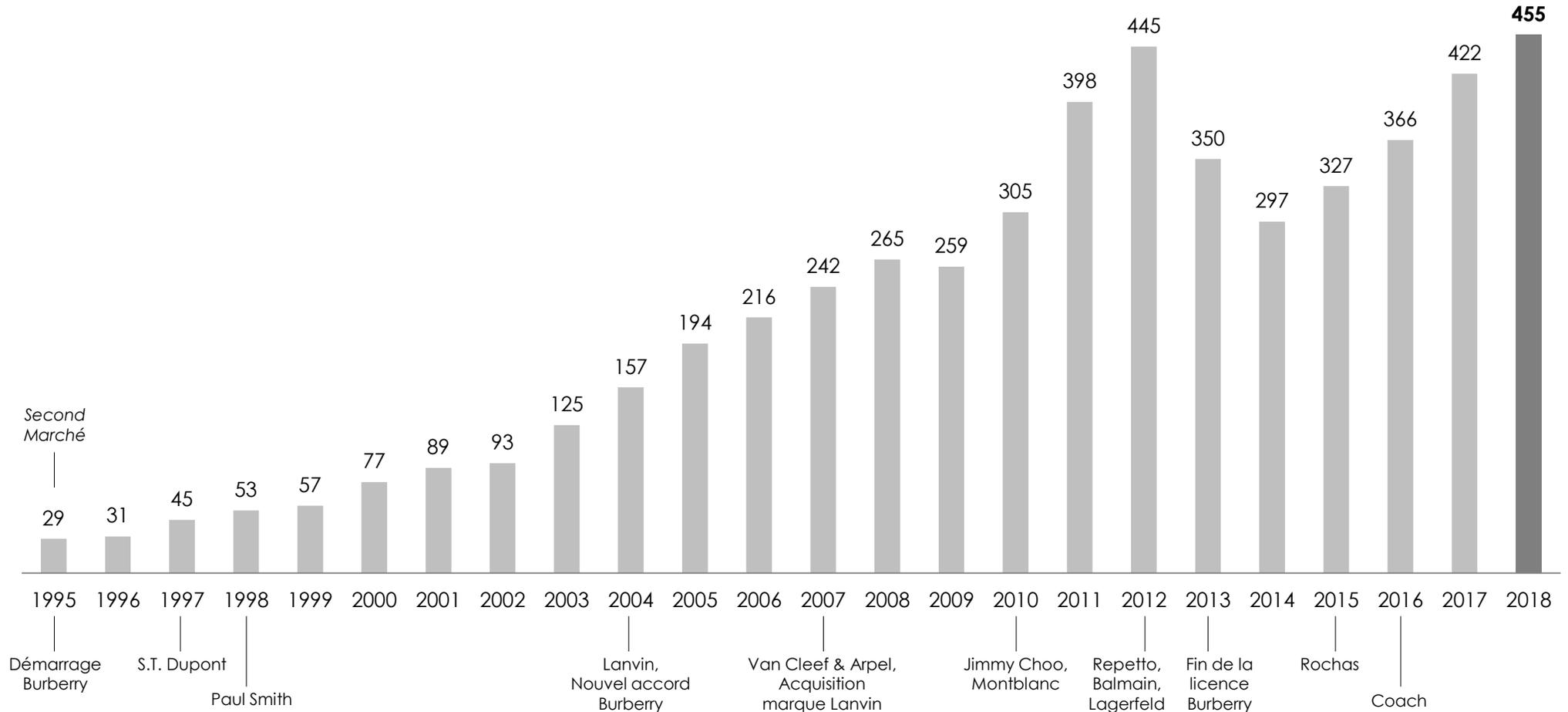
- **Groupes avec marques en propre**

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

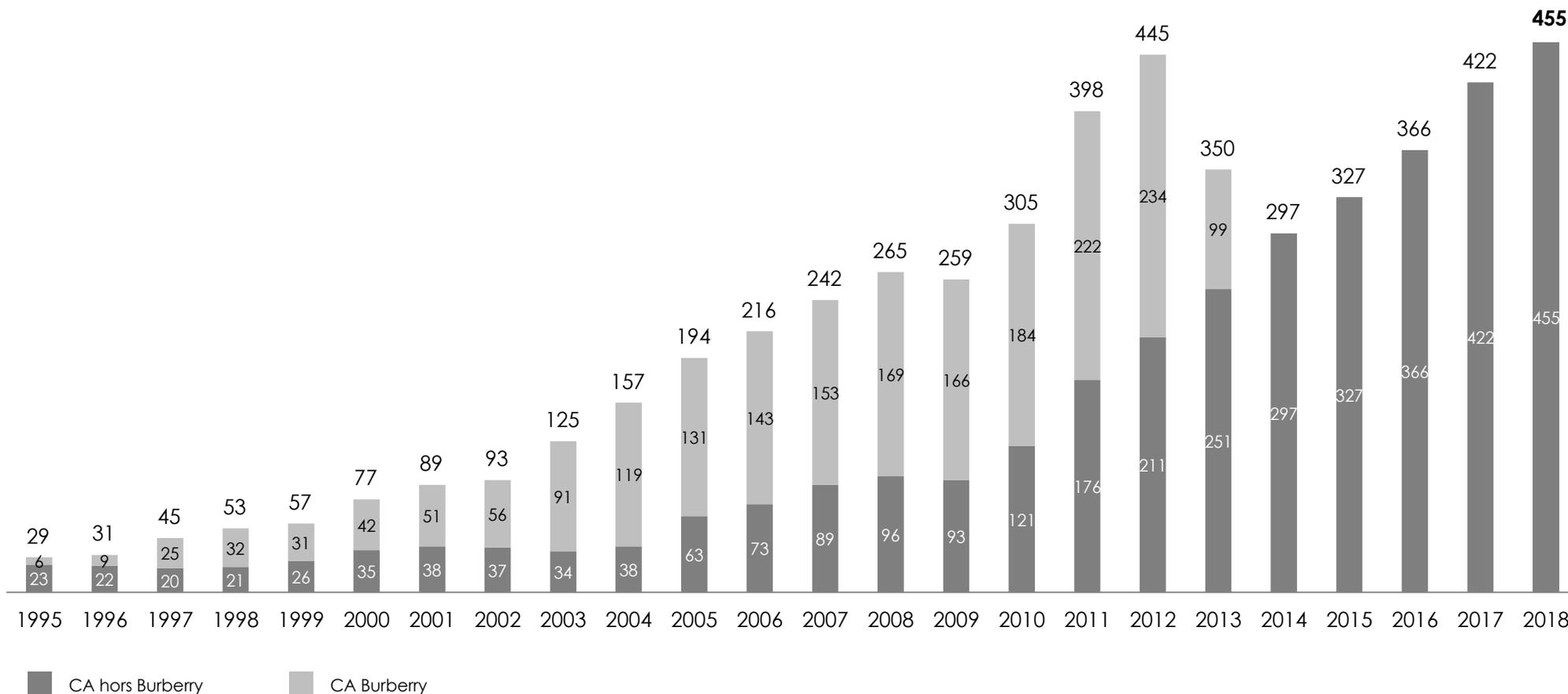
(1) Source: Estimation L'Oréal du marché cosmétique mondial en 2017 en prix nets fabricants (hors savons, dentifrices, rasoirs et lames et hors effets monétaires).

# Évolution des ventes : 1995-2018 (en M€)

Un chiffre d'affaires multiplié par près de 15 en 23 ans

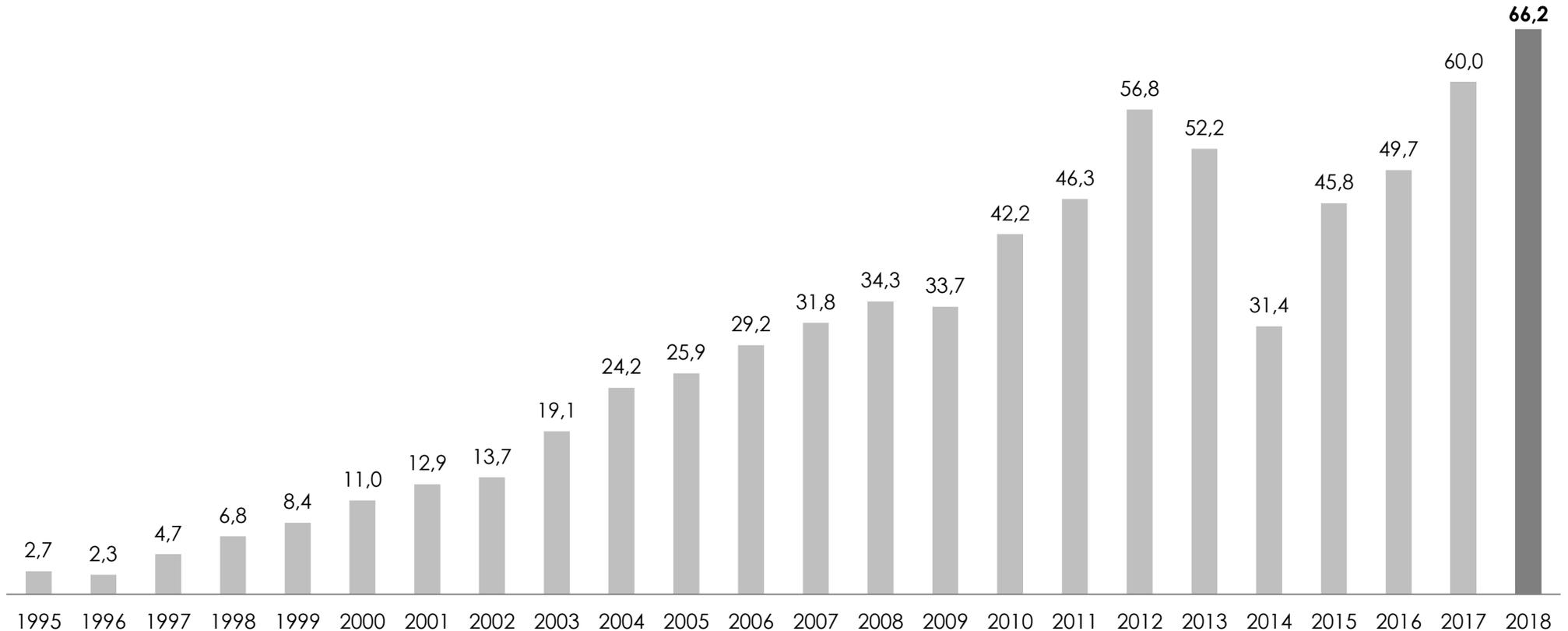


# Évolution des ventes : 1995-2018 (en M€)

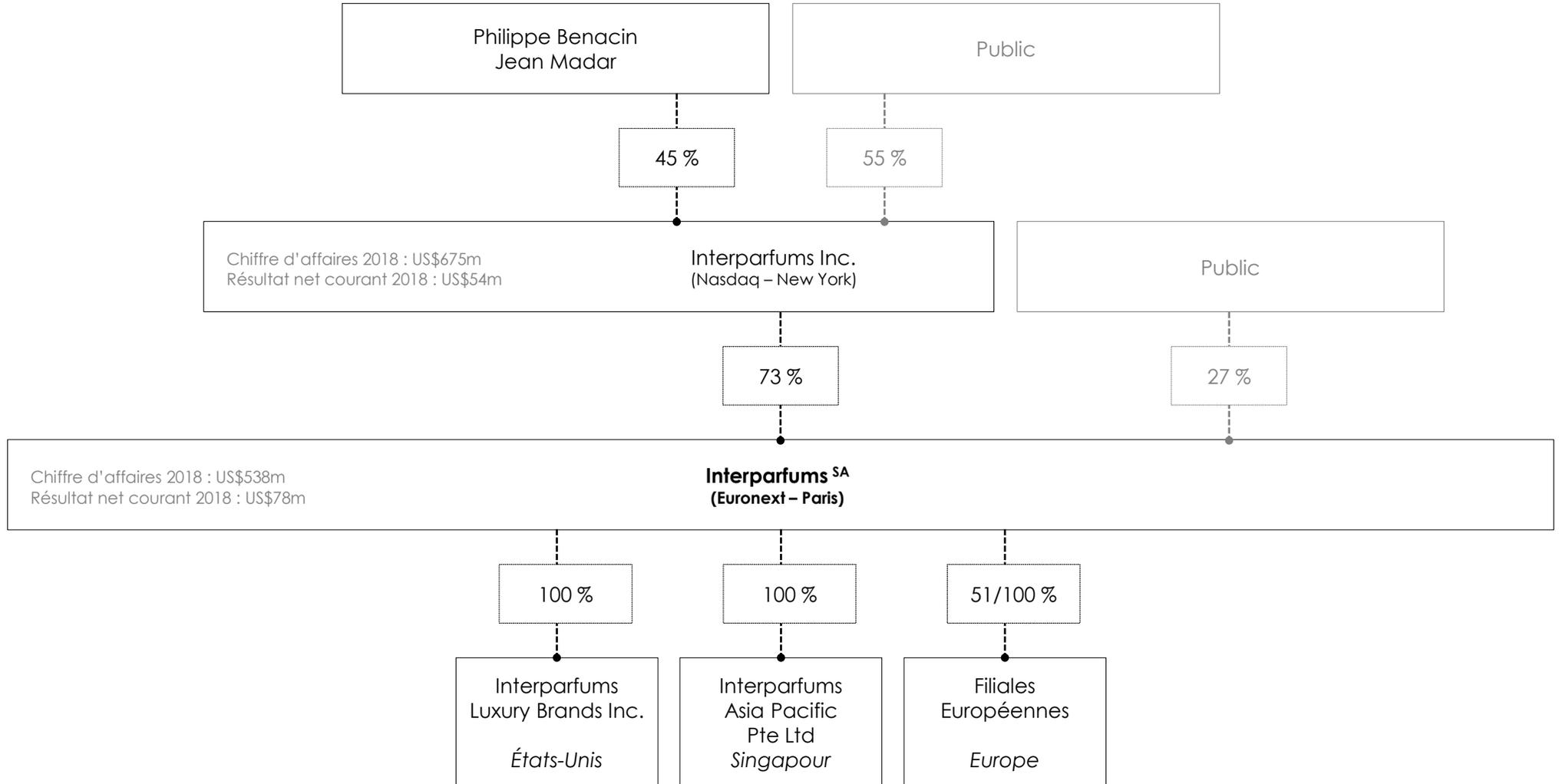


## Résultat opérationnel : 1995-2018 (en M€)

Un résultat opérationnel courant multiplié par 24 en 23 ans



# Organigramme du groupe



# Organisation interne Interparfums Paris

- **Direction Générale**

- Philippe Benacin                      Président-Directeur Général
- Frédéric Garcia Pelayo              Directeur Général Délégué Affaires Internationales
- Philippe Santi                         Directeur Général Délégué Finance

- **5 départements**



# 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
- un Plan d'Epargne Entreprise
- un Plan d'Epargne Retraite
- un fonds Actionnariat Interparfums
- des plans d'action de performance pour associer les salariés au capital

# Social

- **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 « Bonne 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
- le choix d'un entrepôt situé au carrefour des usines et à proximité du port du Havre pour réduire les émissions de CO<sup>2</sup> 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)



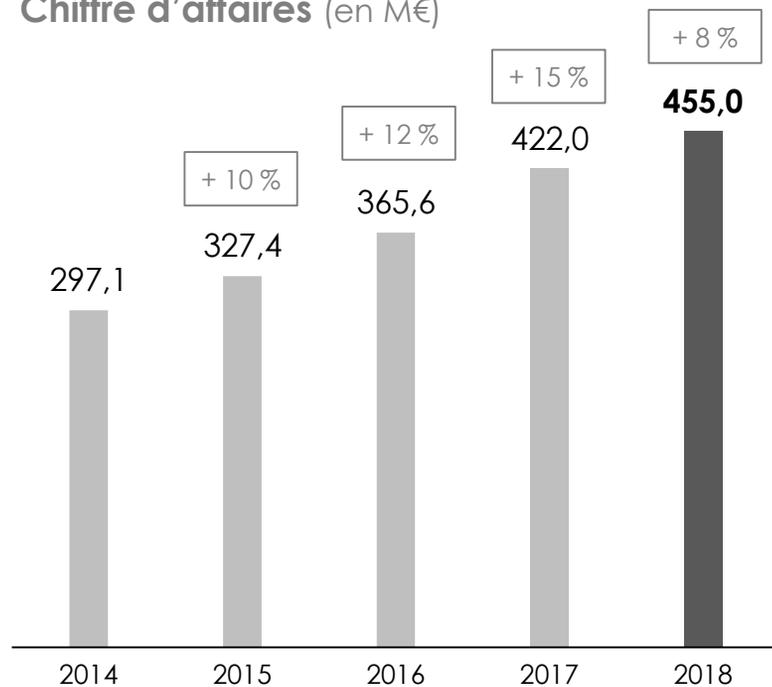
Conference annuelle  
Midcap Partner  
14 mai 2019

- 

Chiffres clés

# Activité

Chiffre d'affaires (en M€)



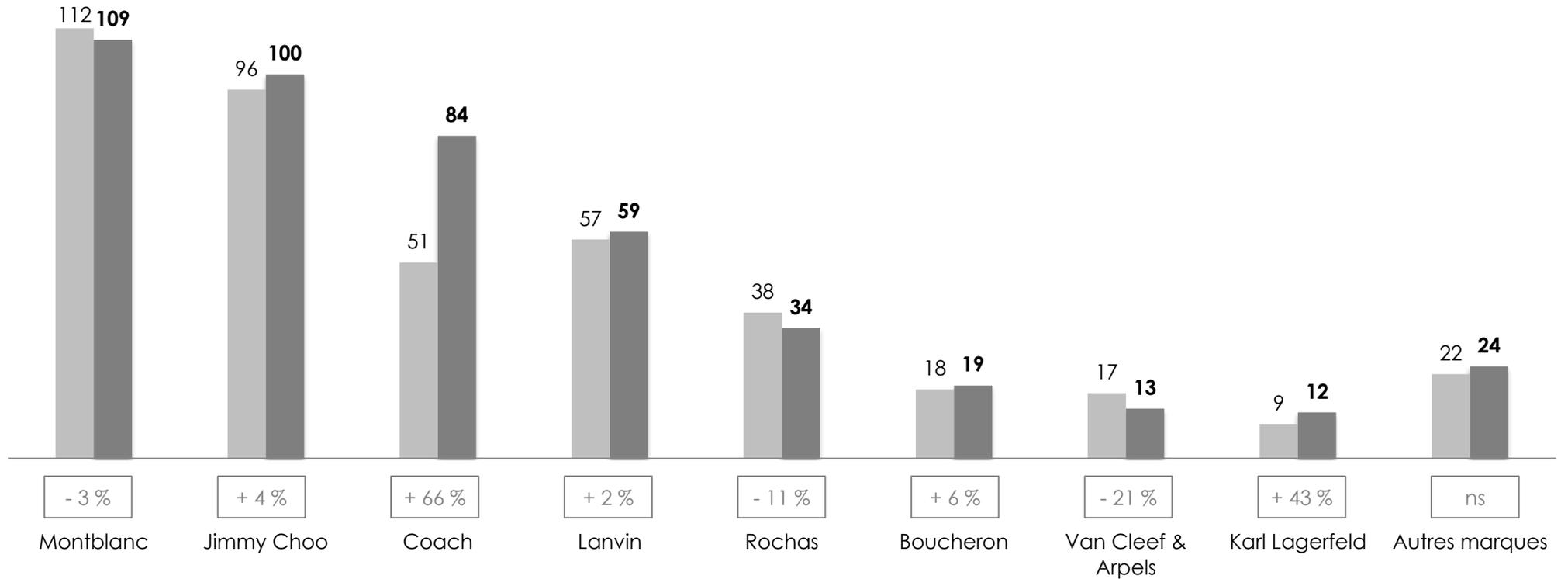
Une croissance totale de **+53 %** sur 4 ans

Une croissance supérieure à celle du marché de la parfumerie

Une croissance supérieure à celle des concurrents

# Activité par marque (en M€)

■ 2017 ■ 2018



Chiffre d'affaires total 2017

**422,0 M€**

Chiffre d'affaires total 2018

**455,3 M€** (+ 8 %)

# Un portefeuille de marques équilibré, Un portefeuille de marques équilibré

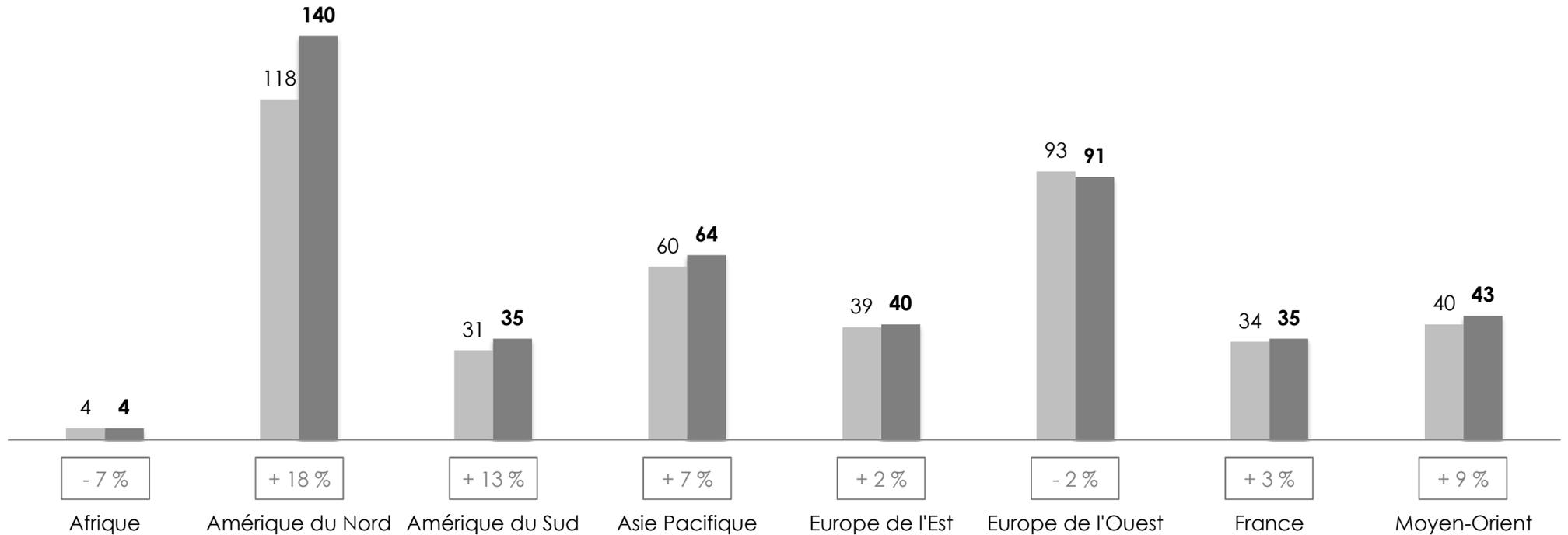
Répartition par marque 2018  
Répartition par marque 2018



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

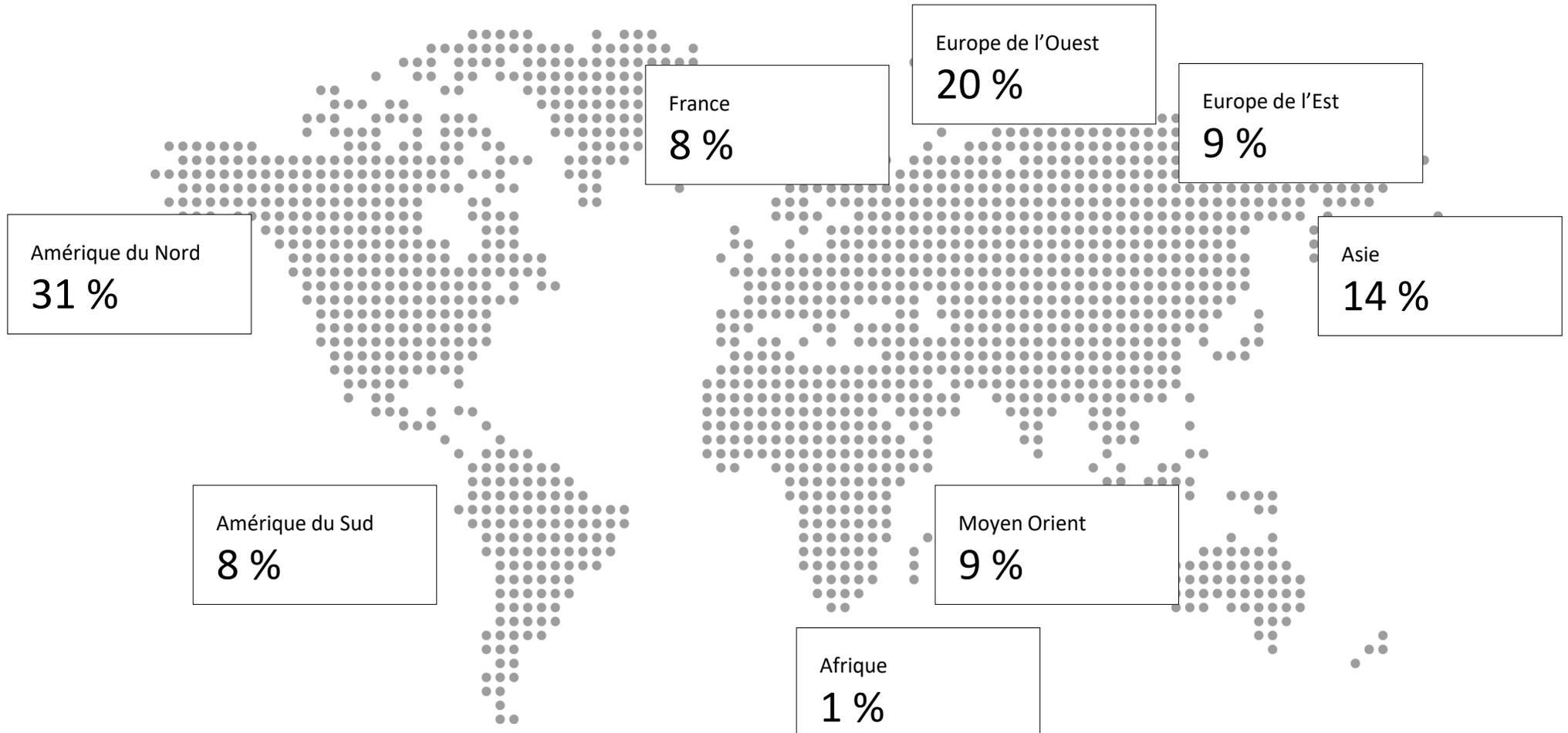
# Activité par zone (en M€)

■ 2017 ■ 2018



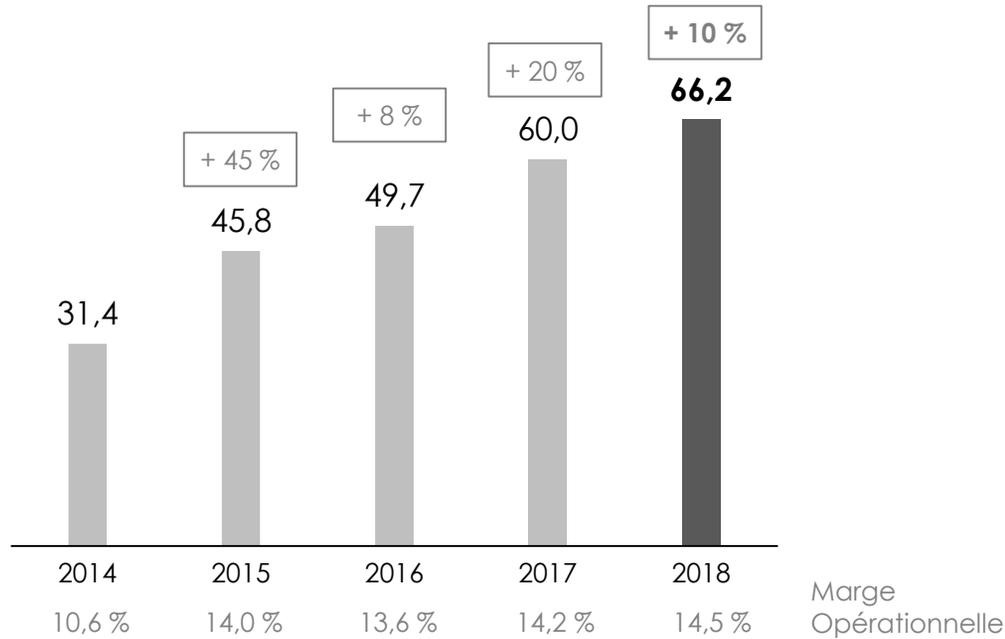
# Une activité internationale

Répartition par zone 2018

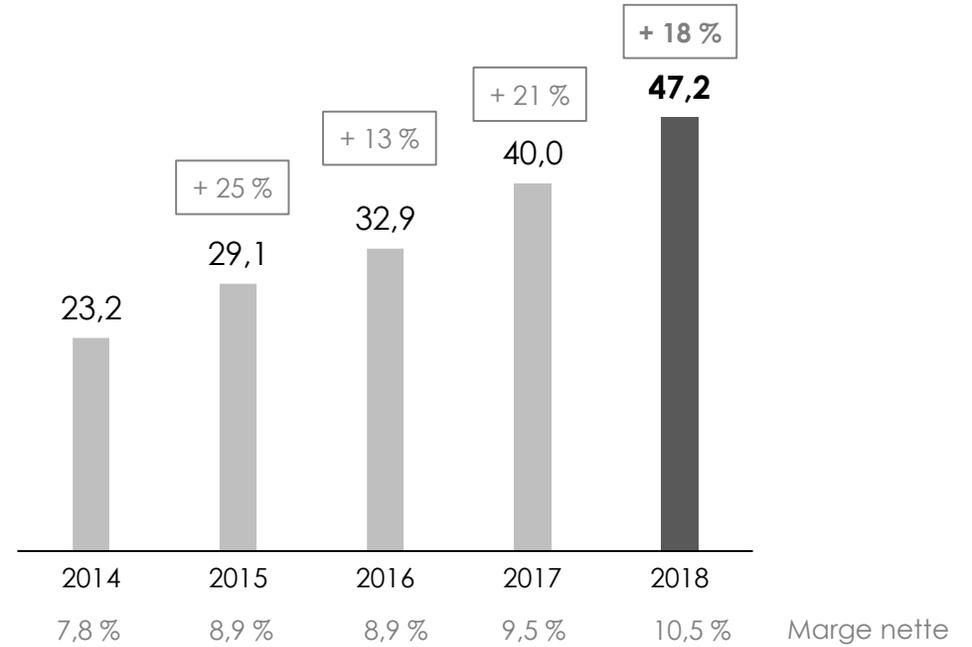


# Résultats (en M€)

## Résultat opérationnel



## Résultat net



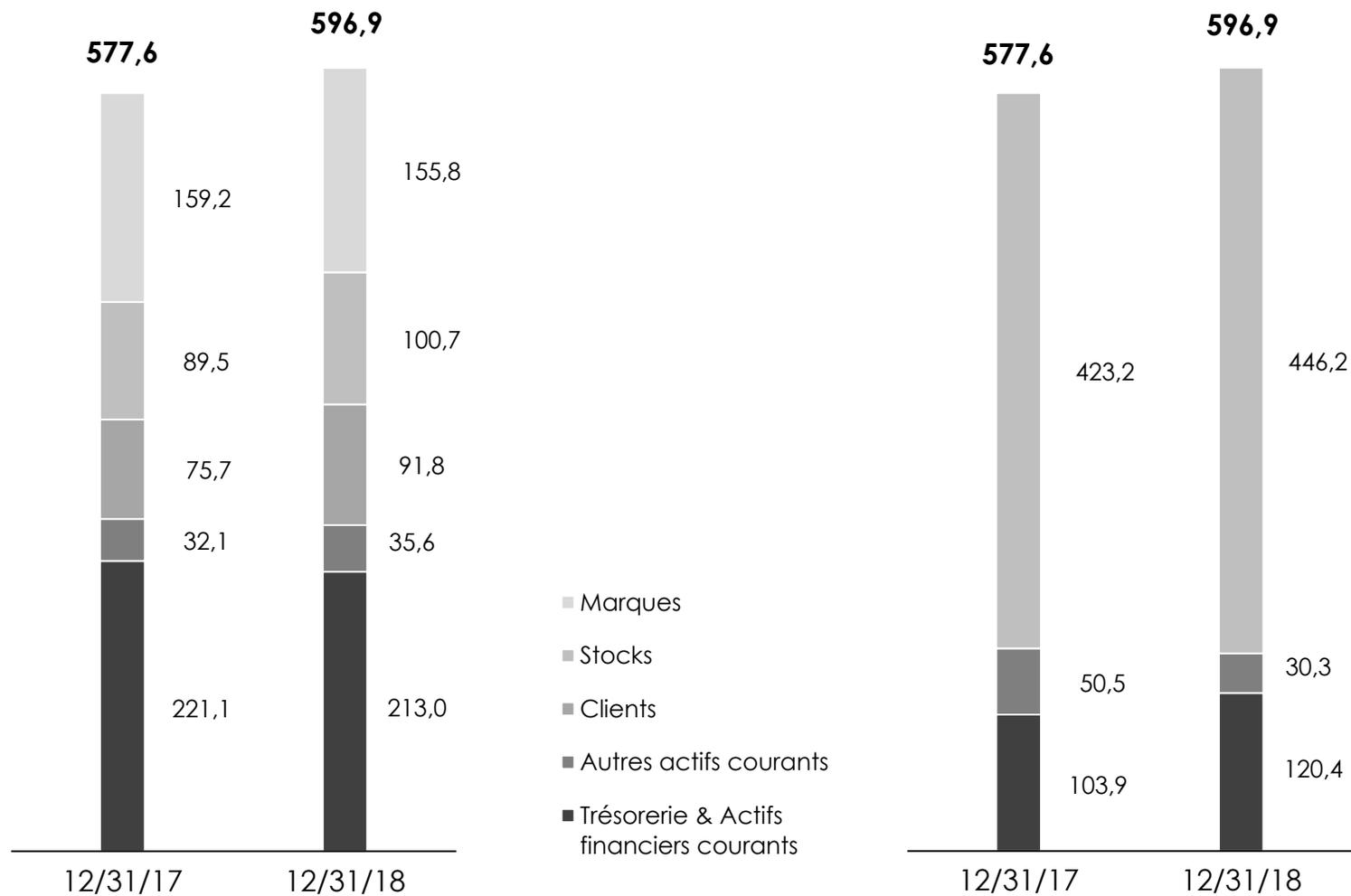
Résultat opérationnel en hausse

**+ 110 %** sur 4 ans

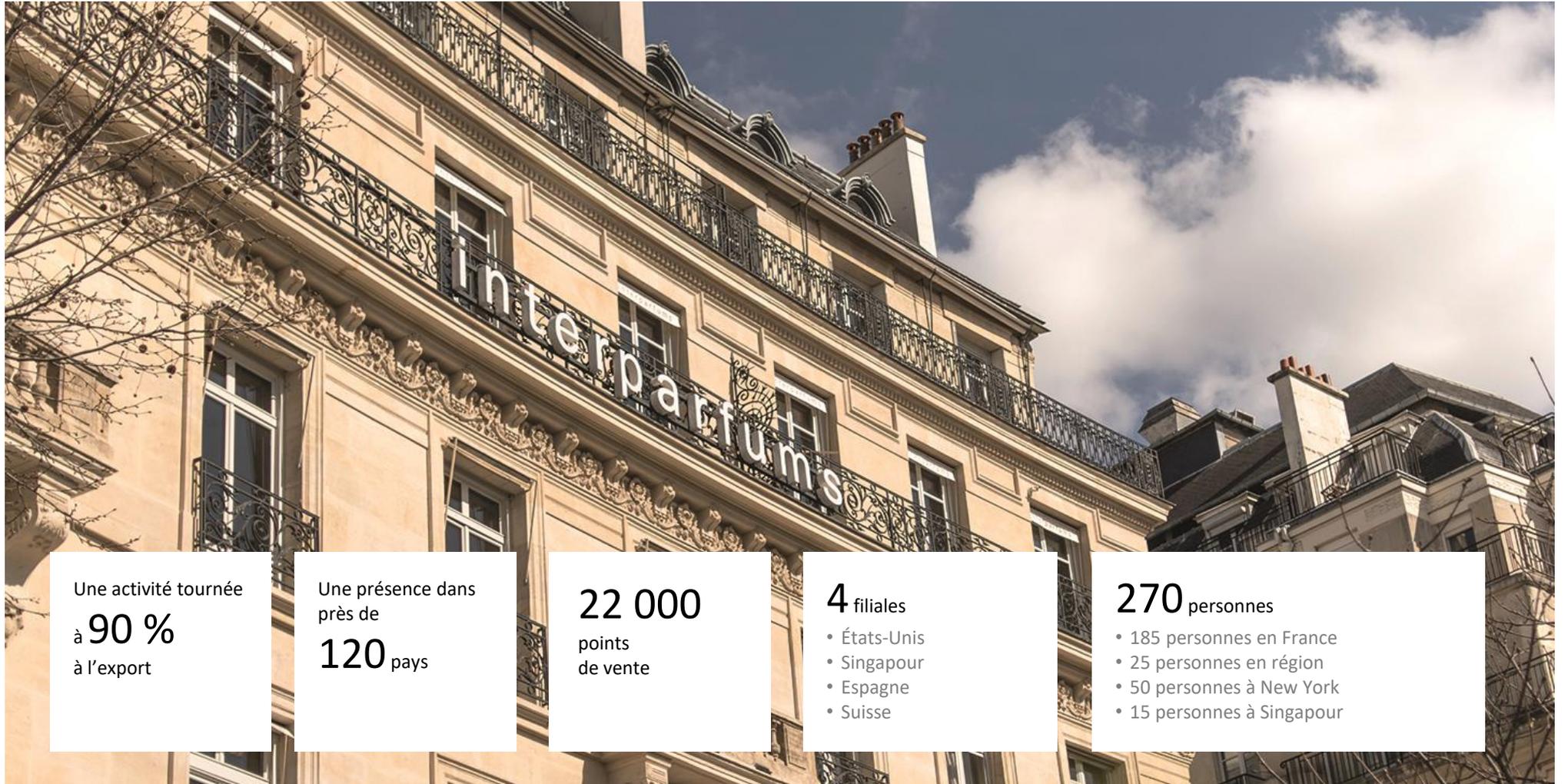
Résultat net en hausse

**+ 103 %** sur 4 ans

# Bilan



# Données clés



Une activité tournée  
à **90 %**  
à l'export

Une présence dans  
près de  
**120** pays

**22 000**  
points  
de vente

**4** filiales

- États-Unis
- Singapour
- Espagne
- Suisse

**270** personnes

- 185 personnes en France
- 25 personnes en région
- 50 personnes à New York
- 15 personnes à Singapour



## MidCap Conference 13 mai 2019

- 

L'année 2019

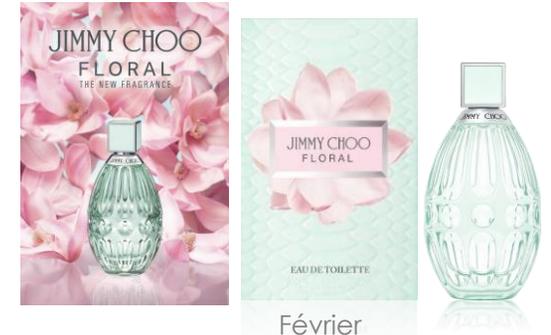
# L'année 2019

- **Des lancements majeurs**
  - *Montblanc Explorer* (1<sup>e</sup> trimestre)
  - nouvelle ligne féminine Lanvin (2<sup>e</sup> trimestre)
  - seconde ligne masculine Jimmy Choo (3<sup>e</sup>-4<sup>e</sup> trimestre)
- **Des extensions de ligne féminine**
  - Coach
  - Jimmy Choo
  - Rochas
- **Un objectif de chiffre d'affaires de 480 M€**
  - croissance significative des parfums Montblanc
  - consolidation des parfums Jimmy Choo et Coach
- **Un objectif de marge opérationnelle autour de 14 %**
- **Une recherche (permanente) d'opportunités de croissance externe**

# Lancements 2019



Février  
*Montblanc Explorer*



Février  
*Jimmy Choo Floral*



Février  
*Mademoiselle Rochas Couture*



Mars  
*Van Cleef & Arpels*  
*Collection Extraordinaire Rêve d'Ylang leurs*



Mars  
*Boucheron Fleurs*



## MidCap Conference 13 mai 2019

- 

L'année 2019 par marque



**MONT  
BLANC**

**128 M€**

Chiffre d'affaires  
2019(e)

**+ 18 %**

Forte croissance

**28 %**

de l'activité  
totale du groupe

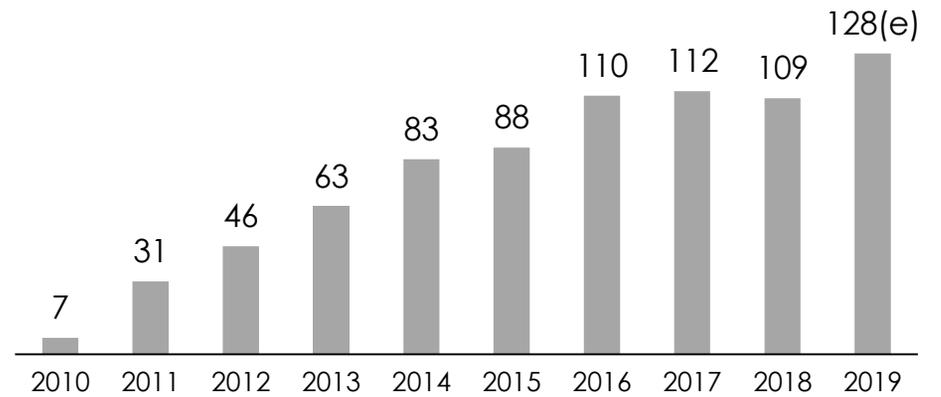
- Lancement mondial, en début d'année, de la ligne *Montblanc Explorer*, 3<sup>e</sup> ligne masculine pour la marque
- Quel impact sur la ligne *Montblanc Legend* ?





**MONT  
BLANC**

Évolution des ventes (en M€)



# JIMMY CHOO

100 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

Activité  
**stable**

21 %

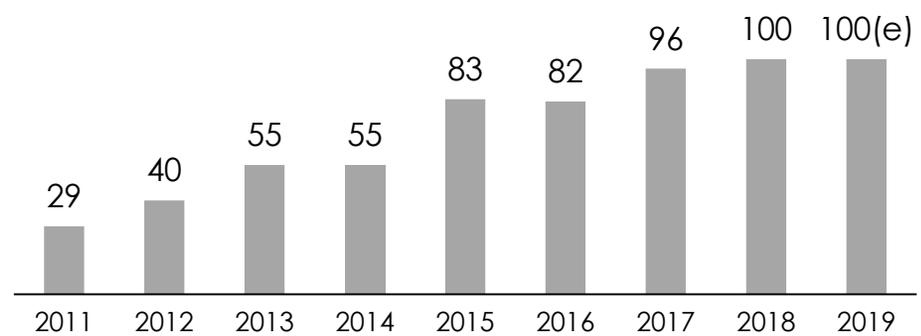
de l'activité  
totale du groupe

- Introduction, en fin d'année, d'une 2<sup>e</sup> ligne masculine autour de l'art urbain
- Des déclinaisons sur les lignes *Jimmy Choo Blossom*, *Jimmy Choo Illicit* et *Jimmy Choo L'Eau*



# JIMMY CHOO

Évolution des ventes (en M€)





84 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

Activité  
**stable**

18 %

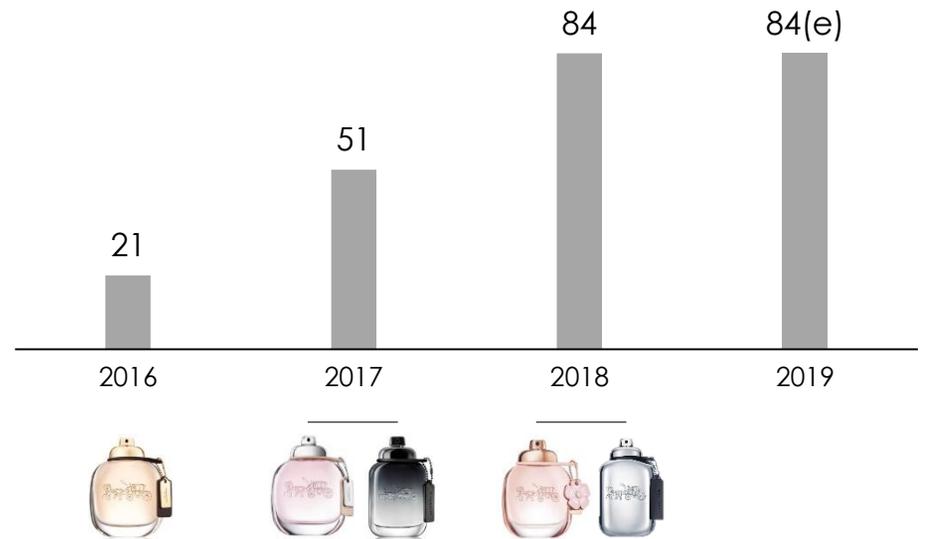
de l'activité  
totale du groupe

- Une année de consolidation après la forte croissance de ces deux dernières années
- Un sixième jus sur la ligne Coach, seconde déclinaison florale de la ligne féminine





## Évolution des ventes (en M€)



# LANVIN PARFUMS

60 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

+ 2 %

En très légère  
croissance

13 %

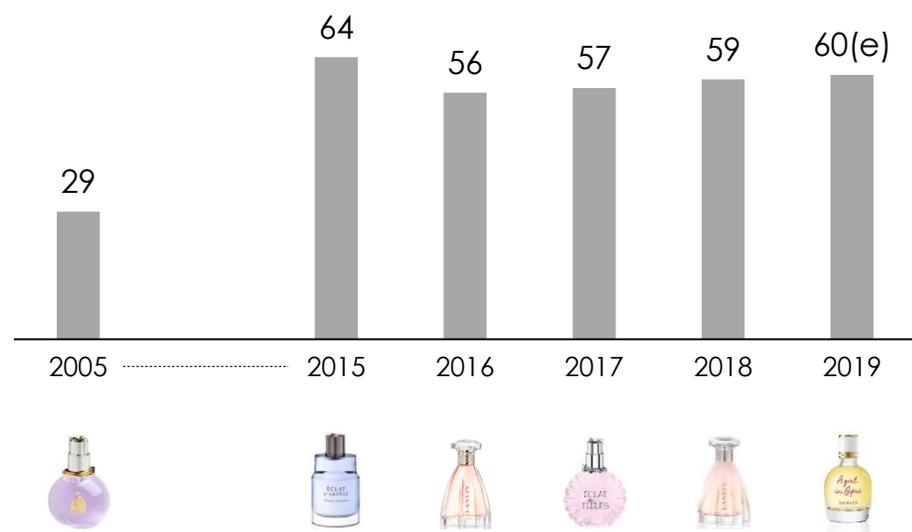
de l'activité  
totale du groupe

- Une nouvelle initiative féminine à l'été sur le thème des îles méditerranéennes
- Solidité des lignes féminines *Éclat d'Arpège* et *Modern Princess*



# LANVIN PARFUMS

Évolution des ventes (en M€)





## ROCHAS PARIS

36 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

+6 %

En croissance

8 %

de l'activité  
totale du groupe

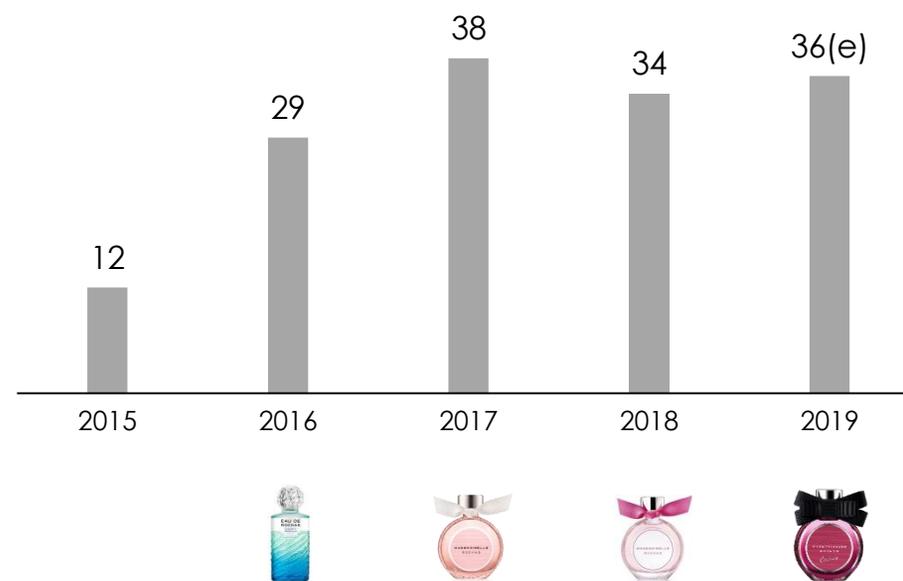
- Plusieurs initiatives tactiques en début d'année
  - ligne *Moustache*
  - troisième déclinaison de la ligne *Mademoiselle*
- Une nouvelle ligne féminine en fin d'année (ou en début d'année 2020)





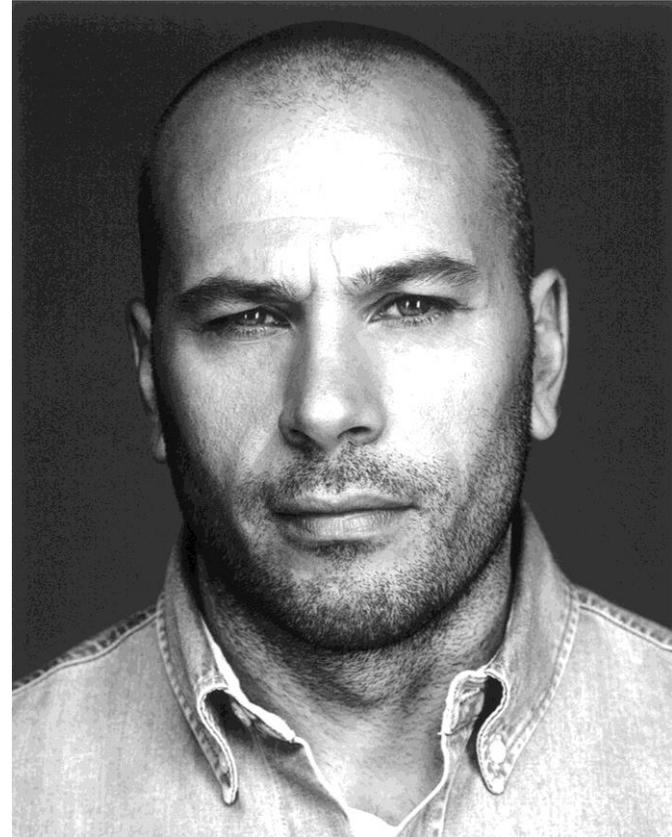
# ROCHAS PARIS

Évolution des ventes (en M€)





# Mode Rochas



# BOUCHERON

PARIS

19 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

Activité quasi  
**stable**

- Lancement de 2 nouveaux jus dans la collection *Blanche*
- Des déclinaisons des lignes historiques



# Van Cleef & Arpels

13 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

Activité quasi  
**stable**

- Lancement de 2 nouveaux jus dans la ligne *Collection Extraordinaire*



# KARL LAGERFELD

12 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

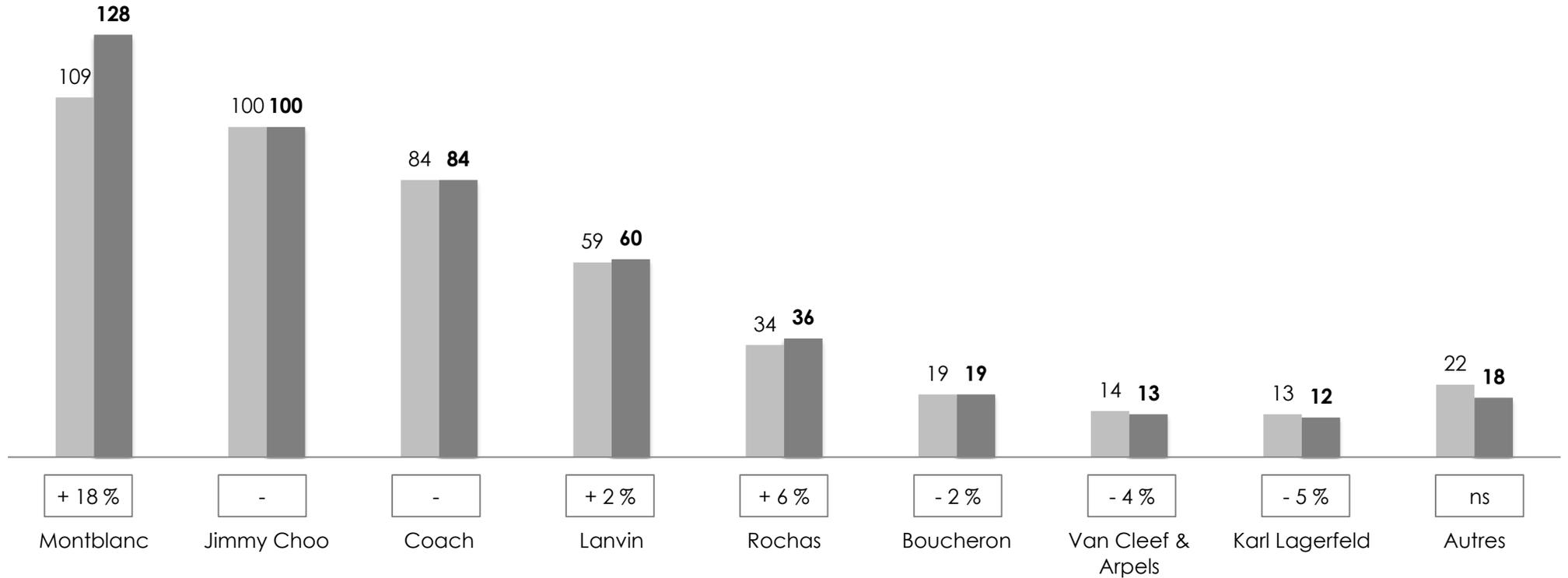
Activité quasi  
**stable**

- Lancement du troisième duo dans la ligne *Les Parfums Matières*



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

■ 2018 ■ 2019



Chiffre d'affaires total 2018  
**455,3 M€**

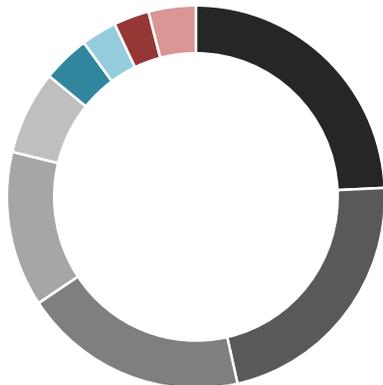
Chiffre d'affaires total 2019(e)  
**470,0 M€ (+ 3 %)**



Révisé à la hausse en mars à  
**480,0 M€ (+ 5 %)**

# 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 marques : 4 %

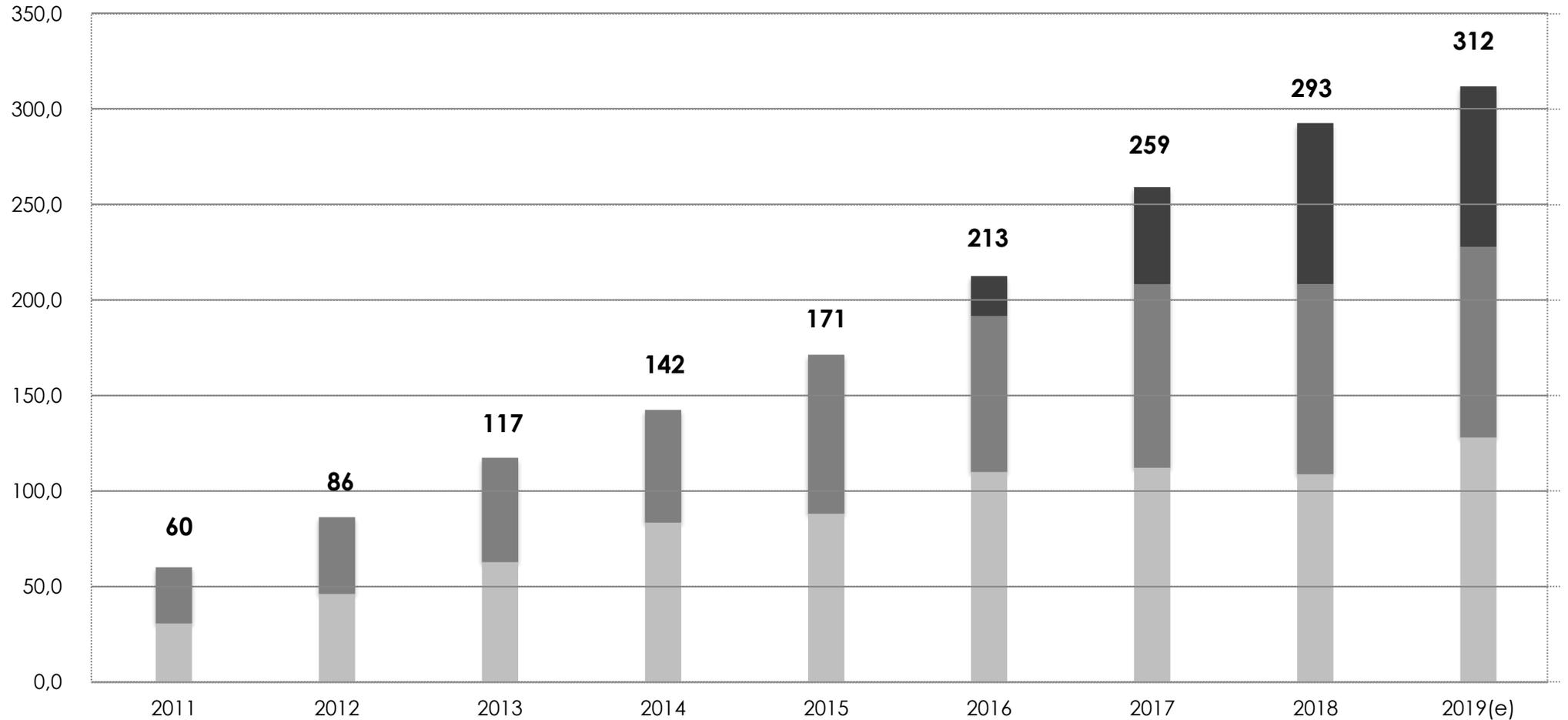
2019(e)



- Montblanc : 27 %
- Jimmy Choo : 21 %
- Coach : 18 %
- Lanvin : 13 %
- Rochas : 8 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %

# Montblanc + Jimmy Choo + Coach (en M€)

■ Montblanc ■ Jimmy Choo ■ Coach





Conference annuelle  
Midcap Partner  
14 mai 2019

•

**Activité 1<sup>er</sup> trimestre 2019**

## Activité 1<sup>er</sup> trimestre 2019

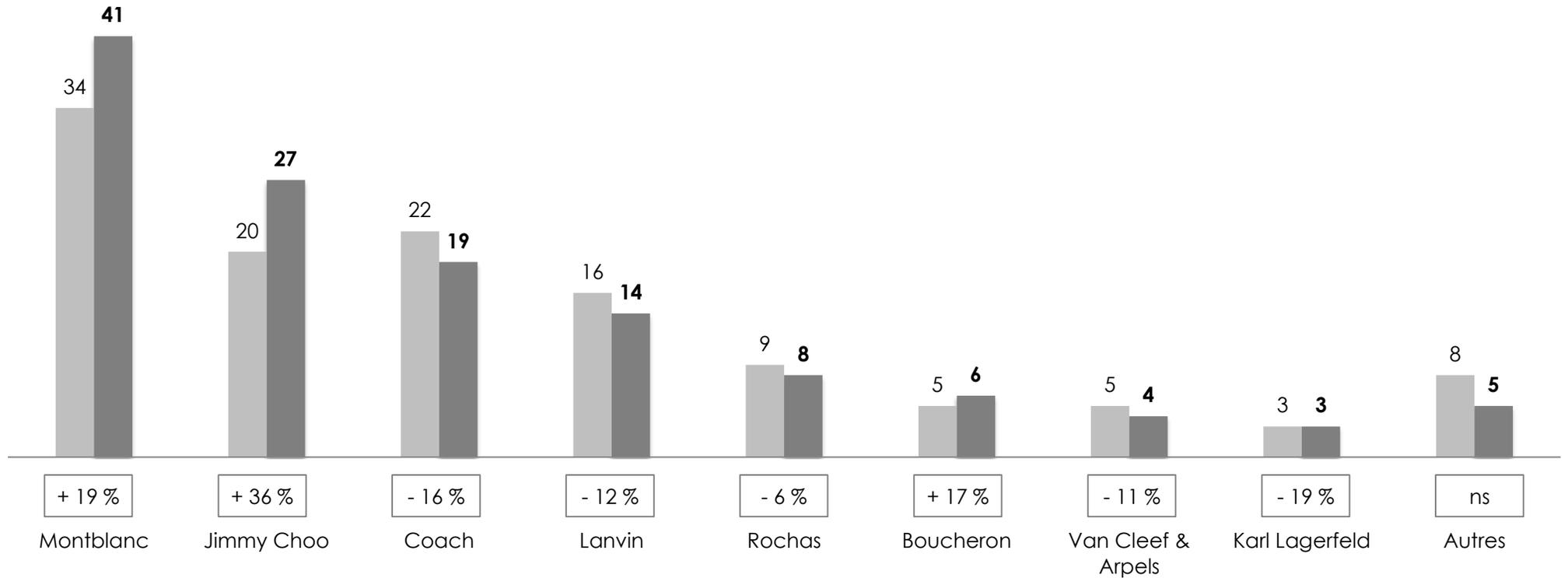
- **Un chiffre d'affaires de 127 M€**
  - + 4,1% à devises courantes
  - + 0,3% à devises constantes
  - un bon début d'année, conforme aux attentes
- **Montblanc : 41 M€ (+19 %)**
  - démarrage de la ligne *Montblanc Explorer*
  - bonne tenue de la ligne *Montblanc Legend*
- **Jimmy Choo : 27 M€ (+36 %)**
  - lancement des lignes *Jimmy Choo Man Blue* et *Jimmy Choo Fever* courant 2018
  - lancement de la ligne *Jimmy Choo Floral* début 2019
- **Coach : 19 M€ (-16 %)**
  - un effet de base défavorable lié aux lancements 2017 & 2018
  - un 6<sup>e</sup> jus sur la ligne *Coach* prévu au 2<sup>e</sup> trimestre

## Activité 1<sup>er</sup> trimestre 2019

- **Lanvin : 14 M€ (-12 %)**
  - pas d'initiative majeure au 1<sup>er</sup> trimestre
  - lancement de la ligne *A girl in Capri* au 2<sup>e</sup> trimestre
- **Rochas : 8 M€ (-6 %)**
  - lancement de la ligne *Mademoiselle Couture*
- **Croissance continue de la zone Amérique du Nord (+7%) et progression de l'Europe de l'Ouest (+8 %)**
- **Forte croissance au Moyen-Orient (+23%), grâce aux très bonnes performances des parfums Montblanc, Jimmy Choo et Boucheron**

# Chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> trimestre 2019 par marque (en M€)

■ 2018 ■ 2019



Chiffre d'affaires T1 2018

**121,6 M€**

Chiffre d'affaires T1 2019

**126,6 M€ (+ 4 %)**



Conference annuelle  
Midcap Partner  
14 mai 2019

•

**Éléments de résultat 2019**

## Compte de résultat 2019

- **Un taux de marge brute quasi stable basé sur :**
  - des taux de change favorables (pour l'instant)
  - des augmentations de prix des matières premières limitées
- **Une nouvelle progression du budget marketing et publicité**
  - environ 115 M€ en 2019
- **Un taux d'impôt stable autour de 30 %**

**Une marge opérationnelle approchant 14 %**



Conference annuelle  
Midcap Partner  
14 mai 2019

- 

Perspectives 2020 - 2021

## De nombreux projets sur 2020 & 2021

- **Montblanc**
  - une nouvelle ligne féminine
  - une extension sur la ligne masculine *Montblanc Explorer*
- **Jimmy Choo**
  - une collection composée de parfums, rouges à lèvres et vernis à ongles
  - une nouvelle ligne féminine
- **Coach**
  - une nouvelle ligne féminine
  - une extension sur la ligne masculine *Coach*
- **Lanvin**
  - une extension sur la ligne féminine *Eclat d'Arpège*
- **Rochas**
  - une nouvelle ligne féminine
  - une nouvelle ligne masculine

➔ Poursuite de la croissance ...

# Stratégie digitale : Fournir du contenu à nos partenaires

- **Destinataires**
  - Rochas & Lanvin
  - marques en licence
  - agents
  - distributeurs
- **Contenu**
  - photos
  - films
- **Supports**
  - sites Internet
  - réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter,...)



Conference annuelle  
Midcap Partner  
14 mai 2019

•

**La Bourse**

# Répartition du capital

Au 28 février 2019

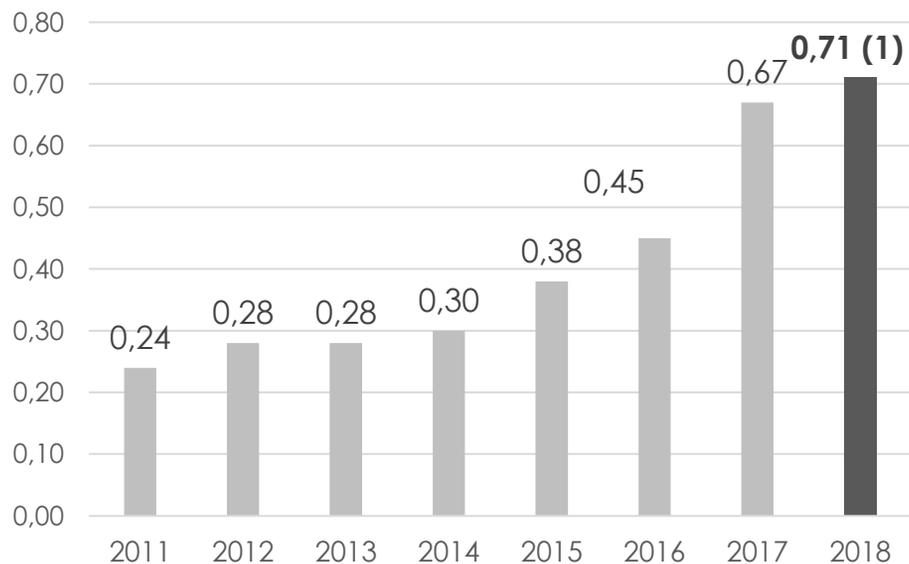


- Interparfums Inc. (fondateurs Philippe Benacin et Jean Madar) : 72,4 % du capital
- Actionnaires individuels (8 880) : 7,2 % du capital
- Investisseurs Institutionnels français (219) : 8,4 % du capital
- Investisseurs Institutionnels étrangers (140) : 11,5 % du capital

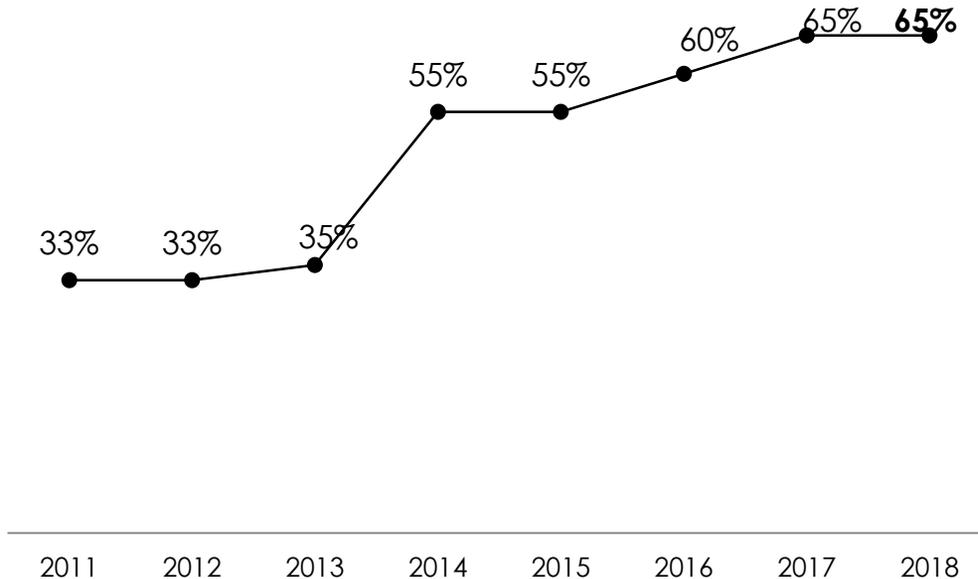
# Dividende & attribution gratuite d'actions

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

## Dividende par action



## Taux de distribution



(1) Soumis à l'Assemblée Générale du 26 avril 2019.

## Attribution gratuite d'actions, réalisable courant juin 2019

**1 pour 10**

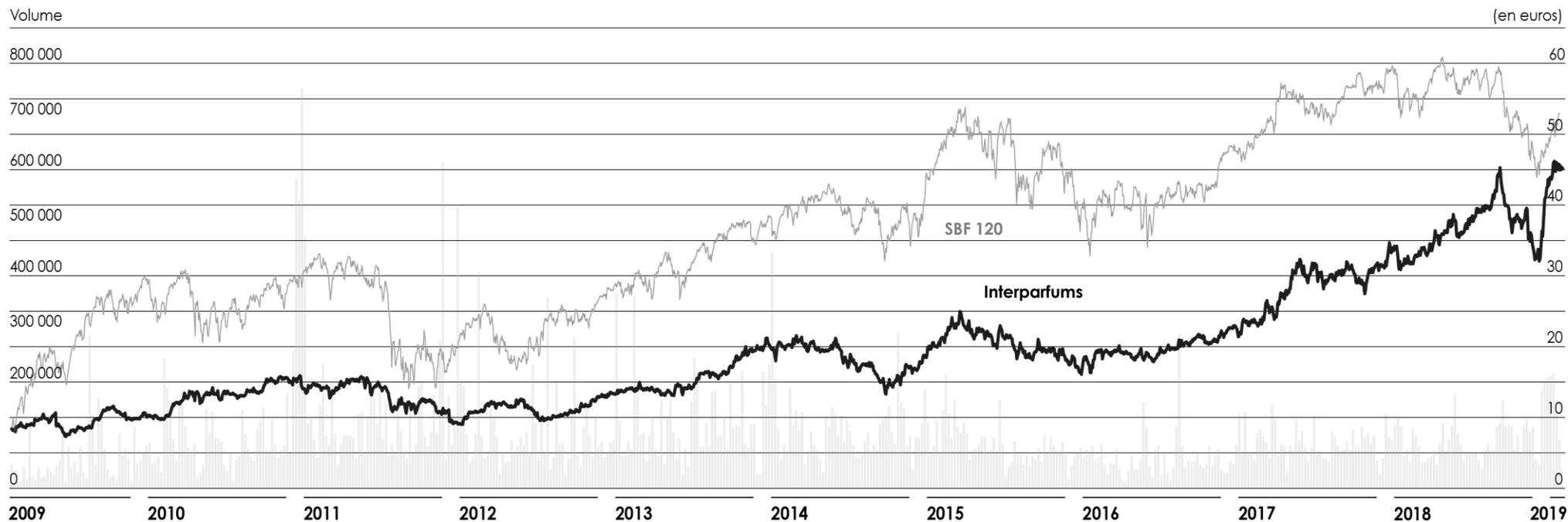
1 action gratuite pour 10 actions détenues

**20 ans**

Pour la 20<sup>e</sup> année consécutive

# Cours de bourse

## Évolution du cours de bourse sur 10 ans



44,25 €

Cours de bourse  
au 10 mai 2019

1,9 Md€

Capitalisation

28 000 titres

Volume journalier

+ 39 %

Depuis le 01/01/2019

+ 148 %

Sur 5 ans

+ 684 %

Sur 10 ans

x 36

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](http://www.interparfums.fr))
  - un numéro vert (0800 47 47 47)
  - réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter)

# Agenda

- **Chiffre d'affaires 2<sup>e</sup> trimestre 2019**
  - 24 juillet 2019 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- **Résultats 1<sup>er</sup> semestre 2019**
  - 5 septembre 2019 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- **Chiffre d'affaires 3<sup>e</sup> trimestre 2019**
  - fin octobre 2019 (avant ouverture de la Bourse de Paris)

# Pourquoi investir dans Interparfums ...

- Pour sa **stratégie** et son **business model**
- Pour sa **forte croissance passée, supérieure à celle du marché et à celle de ses concurrents**

**+40 %**

taux de croissance  
du chiffre d'affaires  
sur 3 ans

**+45 %**

taux de croissance du  
résultat opérationnel  
sur 3 ans

**+62 %**

taux de croissance  
du résultat net  
sur 3 ans

- Pour sa **politique actionnariale**
  - **croissance régulière du dividende**
  - attribution **gratuite régulière d'actions (20<sup>e</sup>)**
- 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](mailto:psanti@interparfums.fr)

## Karine Marty

Relations Actionnaires  
[kmarty@interparfums.fr](mailto:kmarty@interparfums.fr)

Boucheron  
Coach  
Jimmy Choo  
Karl Lagerfeld  
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