# INTERPARFUMS

Investir Day

# 2022

29 novembre 2022

- **Profil du groupe**

# Profil du groupe

**Interparfums conçoit, développe, fabrique et distribue des parfums**

**Un portefeuille de marques dans l'univers du luxe**

**Un réseau international de distribution sélective dans plus de 100 pays**

**300 collaborateurs répartis sur 3 sites (Paris, New York, Singapour)**

**Une stratégie de création de valeur à long terme**

# Notre métier

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

# Nos marques

## 2 marques
en propre

LANVIN
PARFUMS

(parfums • 2007)

ROCHAS
PARIS

(parfums et mode • 2015)

# Nos marques

## **9 marques** sous licence

MONT BLANC

2010 • 2025

COACH NEW YORK

2016 • 2026

JIMMY CHOO

2010 • 2031

# Nos marques

## **9 marques** sous licence

kate spade NEW YORK

2019 • 2030

BOUCHERON PARIS

2011 • 2025

KARL LAGERFELD

2012 • 2032

# Nos marques

## **9 marques** sous licence

Van Cleef & Arpels

2007 • 2024

MONCLER

2020 • 2026

S.T. Dupont PARIS

1997 • 2022

# 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 modèle

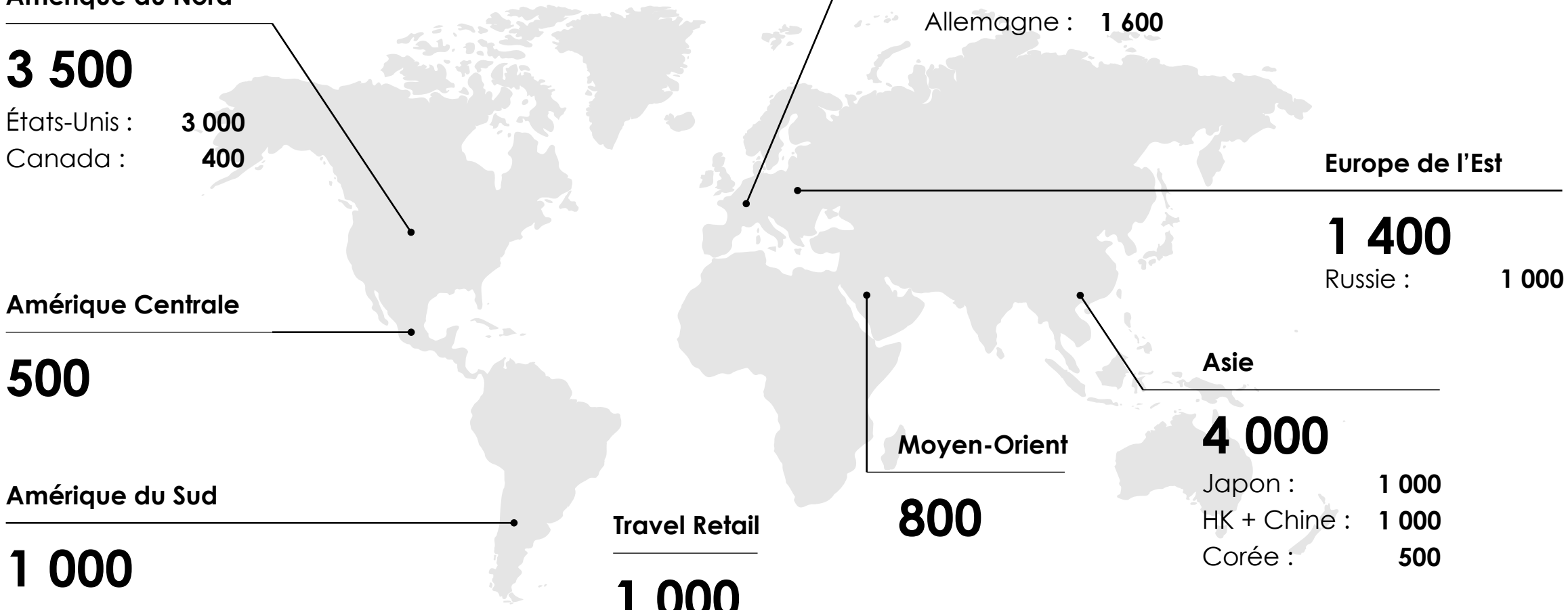
- **Une culture Interparfums entretenue année après année**
- **Une responsabilité sociétale affirmée**
- **Un modèle de développement souple**
- **Une relation partenariale avec chaque marque**
- **Des équipes réactives – des prises de décision rapides**

# Notre expertise

- **Une expertise marketing**
  - Des concepts adaptés à l'image et au positionnement de chaque maison
  - Une palette complète d'outils marketing et publicitaires adaptés à chaque ligne et pays
- **Une expertise industrielle**
  - Un processus industriel maîtrisé de 18 à 24 mois, depuis la conception jusqu'à la fabrication des produits finis
  - Un pôle de fournisseurs partenaires spécialisés (verrerie, cartonnage, fragrance, conditionnement,… ) pour des produits de grande qualité
- **Une expertise en matière de distribution**
  - Une présence dans plus de 100 pays et 22 000 points de vente
  - Une exploitation directe en France, aux Etats Unis et en Espagne
    Un bureau à Singapour qui pilote la zone Asie Pacifique
    Des partenaires historiques dans de nombreux autres pays

# Notre présence dans le monde

Pour les principales marques



**Europe de l'Ouest**

**10 000**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Espagne : | **2 000** | Roy-Uni : | **1 500** |
| Italie : | **2 000** | France : | **1 400** |
| Allemagne : | **1 600** | | |

**Amérique du Nord**

**3 500**

| | |
|---|---|
| États-Unis : | **3 000** |
| Canada : | **400** |

**Europe de l'Est**

**1 400**

Russie : **1 000**

**Amérique Centrale**

**500**

**Asie**

**4 000**

| | |
|---|---|
| Japon : | **1 000** |
| HK + Chine : | **1 000** |
| Corée : | **500** |

**Moyen-Orient**

**800**

**Amérique du Sud**

**1 000**

**Travel Retail**

**1 000**

# Une distribution sélective

En France

- Les **enseignes**
  **80 %** du marché français

- Les **groupements**

- Les **grands magasins**

# Une distribution sélective

A l'étranger via des filiales ou des agents indépendants

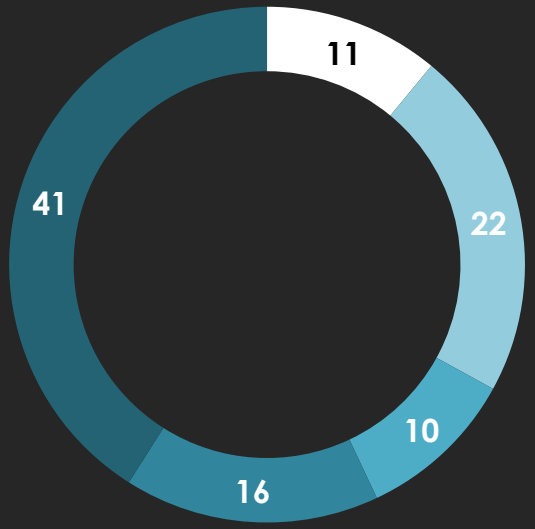
- **Europe**

- **États-Unis**

- **Asie**

# Marché mondial des Cosmétiques : 230 Mds€

## Par **segment**



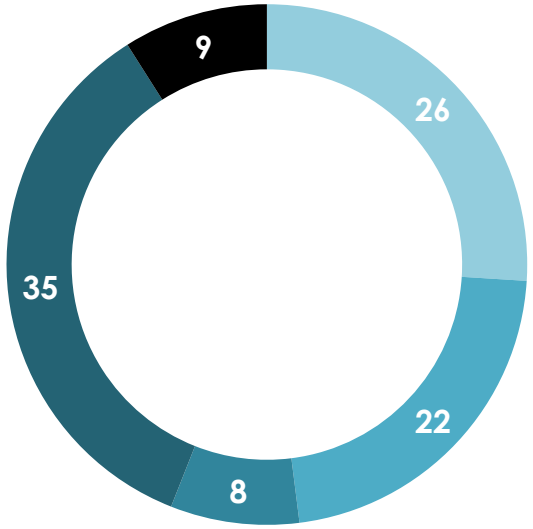

- Parfums : 11 %
- Soins du cheveux : 22 %
- Hygiène : 10 %
- Maquillage : 16 %
- Soins de la peau : 41 %

**62 %** Féminin
**33 %** Masculin
**5 %** Mixte

**Soit 25 Mds€**

Source : Rapport annuel 2021 de L'Oréal.

## Par **zone**




- Amérique du Nord : 26 %
- Europe : 22 %
- Amérique Latine : 8 %
- Asie du Nord : 35 %
- SAPMENA - SSA* : 9 %

(*) Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique Subsaharienne
(1) Source: Estimation L'Oréal du marché cosmétique mondial en 2021 en prix nets fabricants (hors savons, dentifrices, rasoirs et lames et hors effets monétaires).

# Concurrence

## Groupes avec **marques en licence**

L'ORÉAL

GIORGIO ARMANI · YVES SAINT LAURENT · RALPH LAUREN · Thierry Mugler

COTY

HUGO BOSS · LACOSTE · BALENCIAGA · Chloé · GUCCI · Calvin Klein

SHISEIDO

ISSEY MIYAKE · narciso rodriguez · ELIE SAAB

EuroItalia

MOSCHINO · MISSONI · VERSACE

## Groupes avec **marques en propre**

LVMH

Dior · BVLGARI · GIVENCHY · KENZO · GUERLAIN

PUIG

paco rabanne · NINA RICCI · Jean Paul GAULTIER

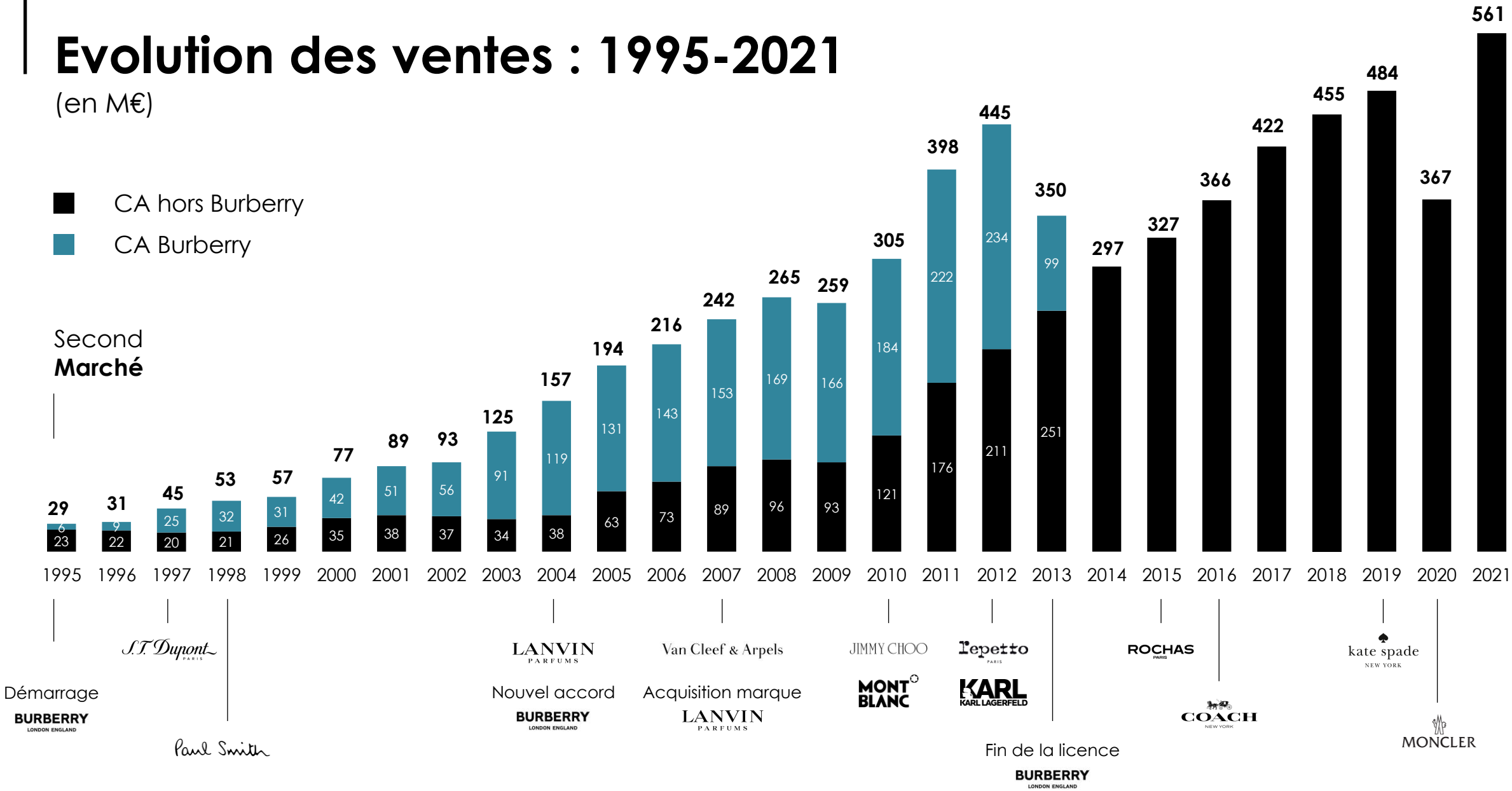
CHANEL

ESTĒE LAUDER COMPANIES

HERMÈS PARIS

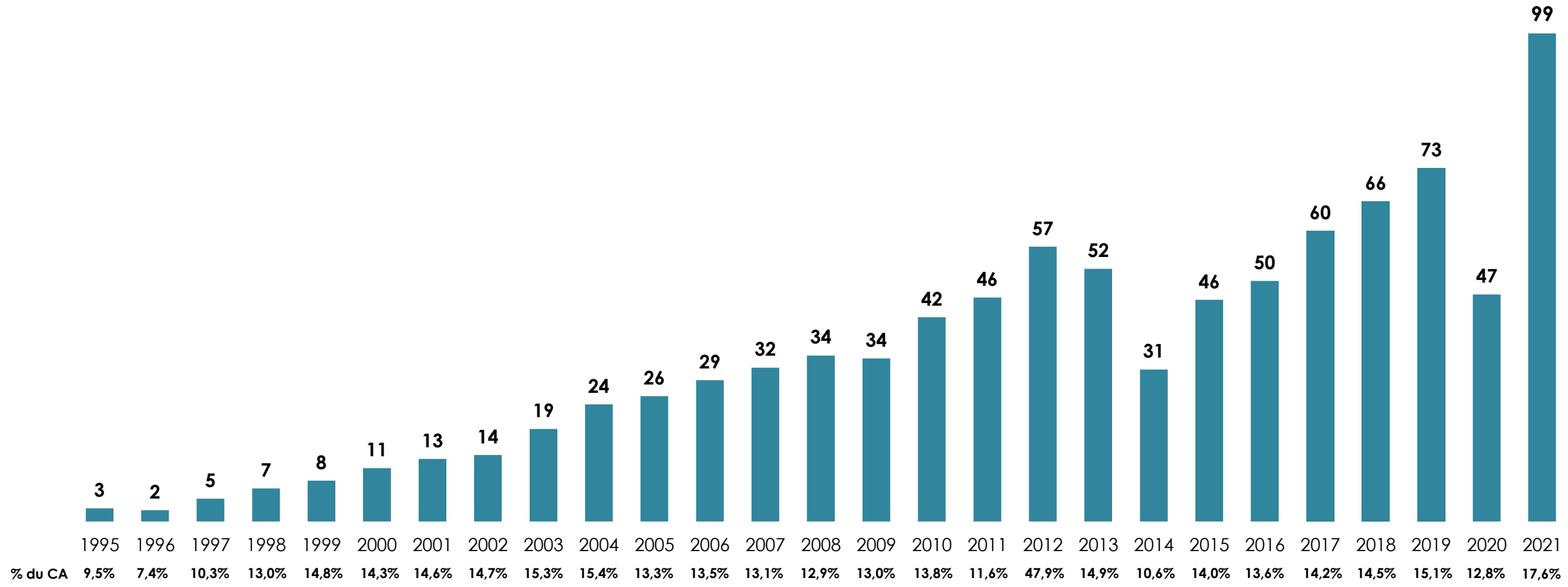
# Evolution des ventes : 1995-2021

(en M€)



# Evolution du résultat opérationnel : 1995-2021

(en M€)

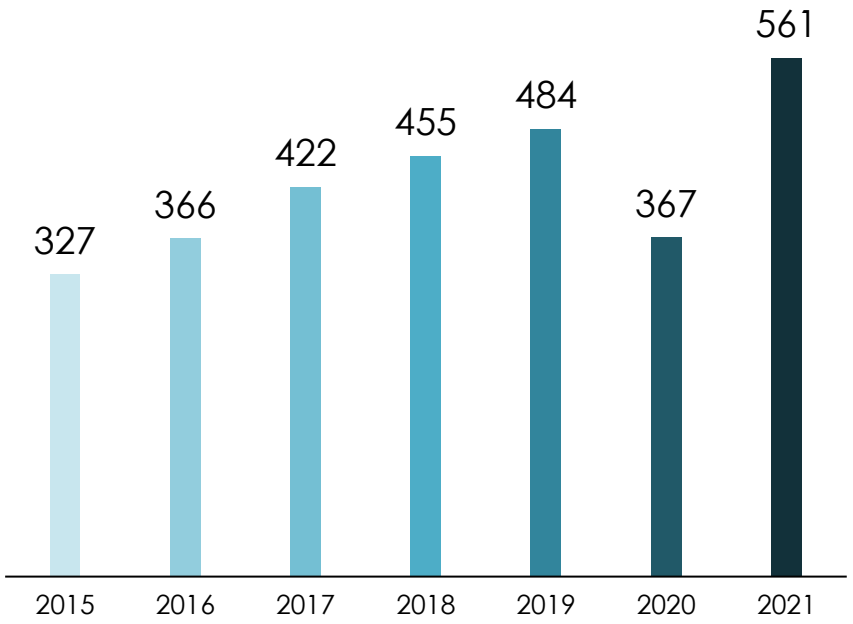


- **Chiffres clés**

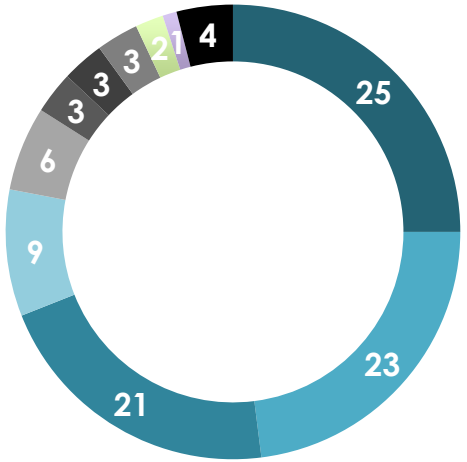
# Chiffre d'affaires

(en M€)

## Chiffre d'affaires




## Poids des marques

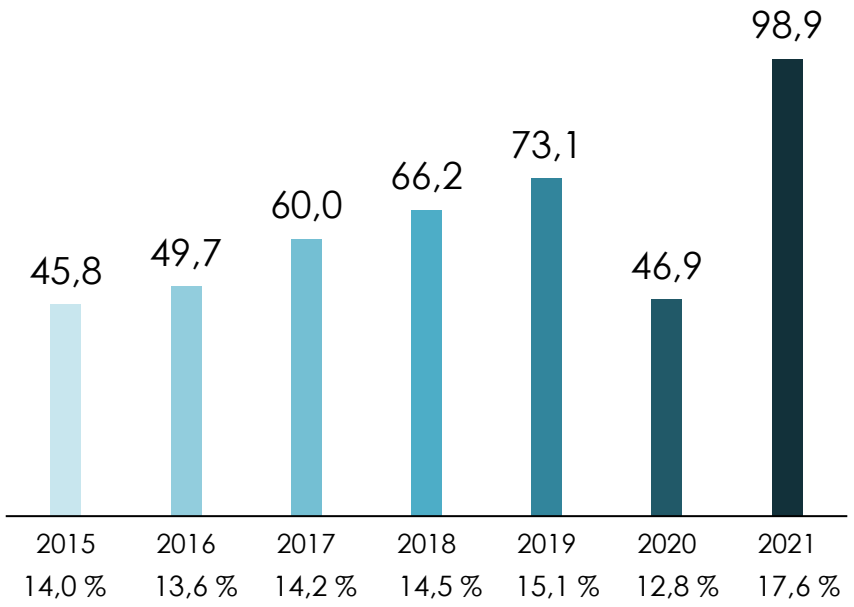



- Montblanc : 25 %
- Jimmy Choo : 23 %
- Coach : 21 %
- Lanvin : 9 %
- Rochas : 6 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Boucheron : 3 %
- Kate Spade : 2 %
- Moncler : 1 %
- Autres marques : 4 %

# Résultats

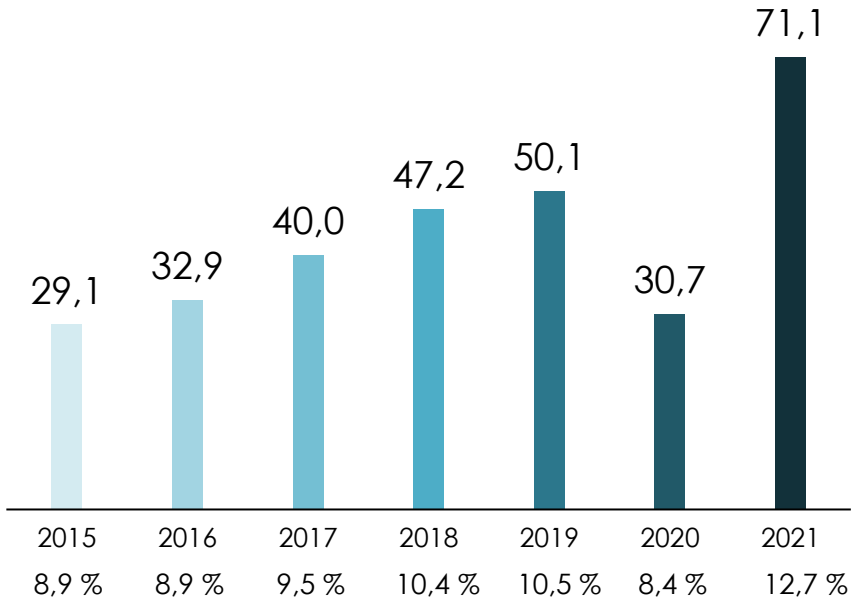
(en M€)

## Résultat opérationnel




**Marge opérationnelle**

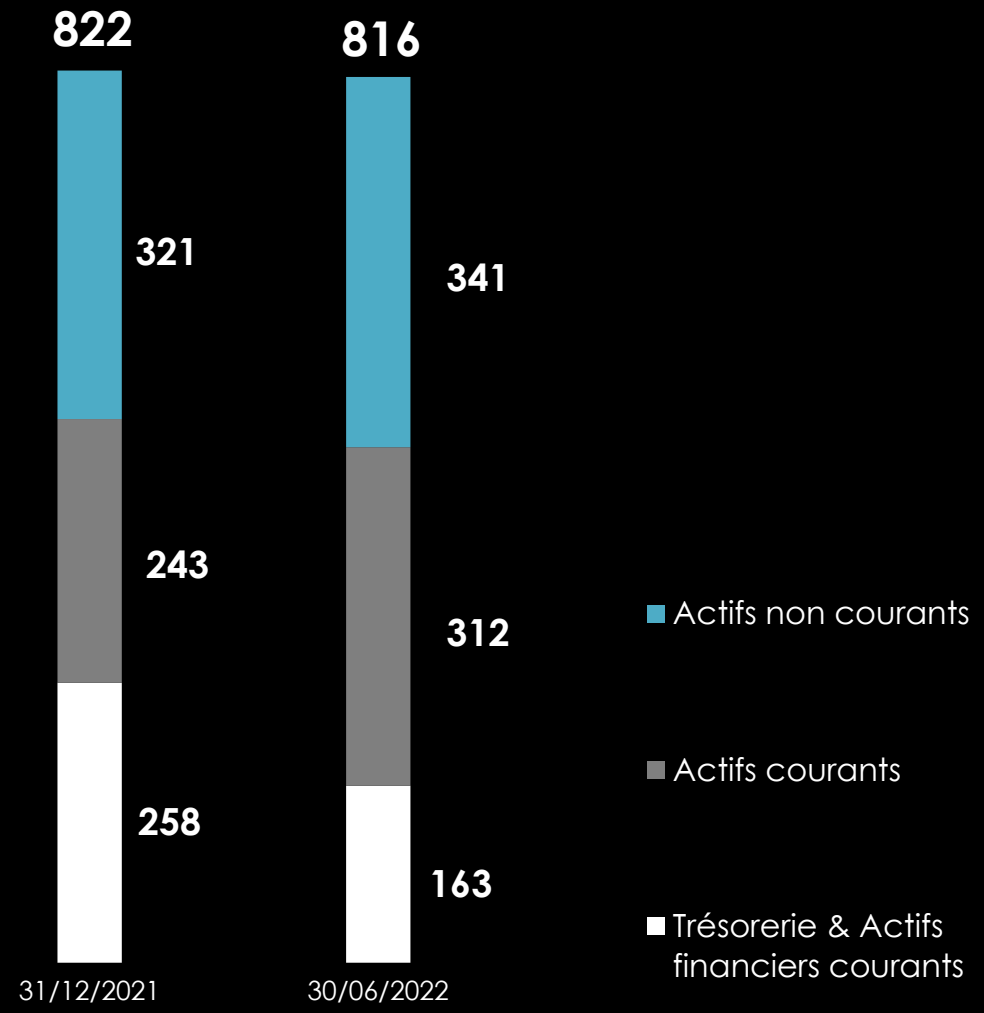
## Résultat net




**Marge nette**

# Bilan 30 juin 2022 - Actif

(en M€)




## Immobilisations (+7 %)

- Marques Rochas & Lanvin (140 M€)
- Immeuble 10 rue de Solférino et surfaces complémentaires (137 M€)

## Stocks (+45 %)

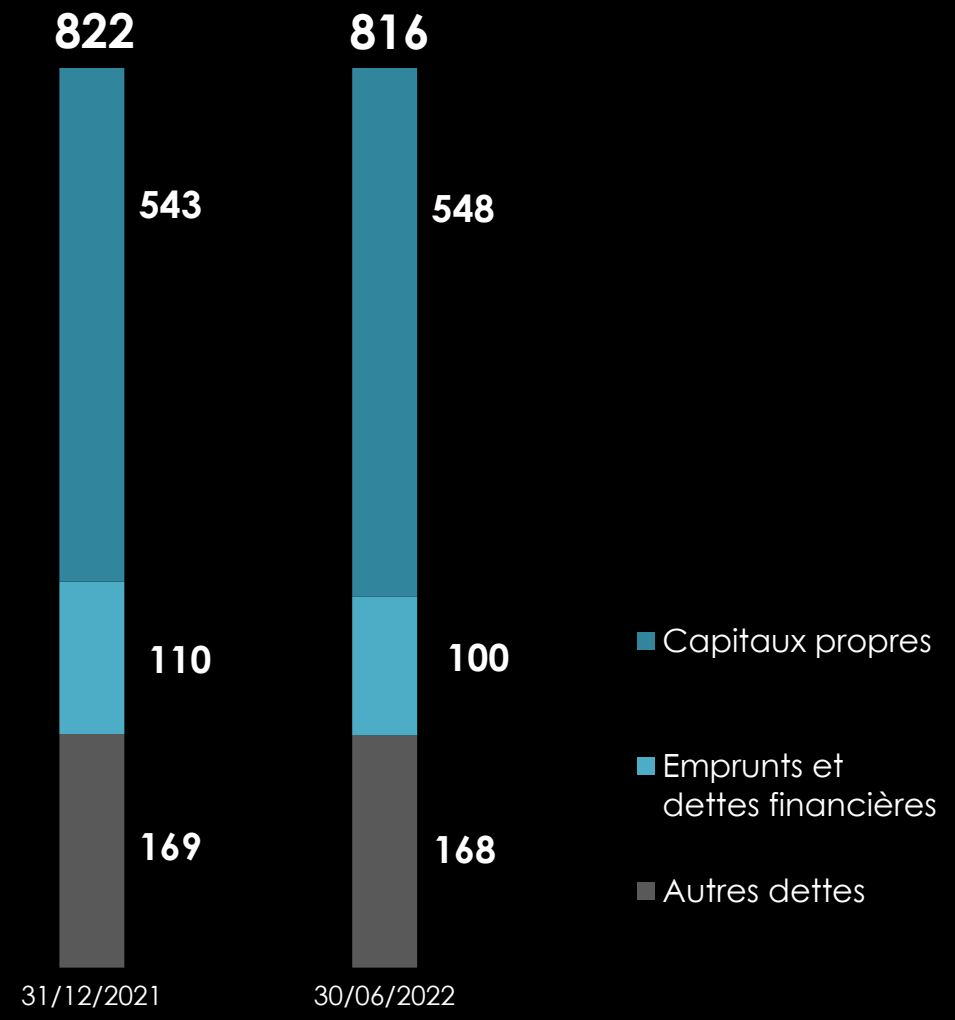
- Allongement des délais d'approvisionnement des composants et de conditionnement des produits finis
- Composants +50 % - Produits finis +31 %

## Clients (+20 %)

- Une évolution en ligne par rapport à la croissance de l'activité
- Des délais de paiement sous contrôle

# Bilan 30 juin 2022 - Passif

(en M€)




## Capitaux propres (+1 %)

- 67 % du total du bilan

## Emprunts et dettes financières (-9 %)

- Remboursement du prêt Solférino (-6 M€)
- Swap de taux (+3,7 M€)

# Logistique

Chiffres 2021

Un entrepôt de

**36 000 m²**

situé près de Rouen

Une capacité de stockage de

**45 000 palettes**

(2 100 m3 d'alcool)

Valeur stock

**100 M€**

**38 000**

Commandes préparées

**25 millions**

de produits catalogue expédiées

**3 millions**

de coffrets expédiés

- **Activité 2022**

# Contexte 2022

- **Une situation compliquée :**
  - Une Supply Chain perturbée par des ruptures de matières premières, par des délais d'approvisionnement allongés et par des pénuries de main d'œuvre chez nos partenaires industriels
  - Une qualité de service client impactée par des livraisons partielles et des délais d'acheminement allongés
  - Des difficultés logistiques importantes aux Etats-Unis au 1er semestre consécutives au changement de logiciel d'expédition de notre partenaire local
  - Une situation économique et géopolitique internationale affectée par la guerre en Ukraine et ses effets en Europe de l'Est
  - Une inflation globale sur les prix de revient
- **Mais des éléments favorables :**
  - Un marché mondial de la parfumerie toujours aussi dynamique en dépit de la conjoncture
  - Une demande croissante pour les marques phares du groupe

# Activité 2022

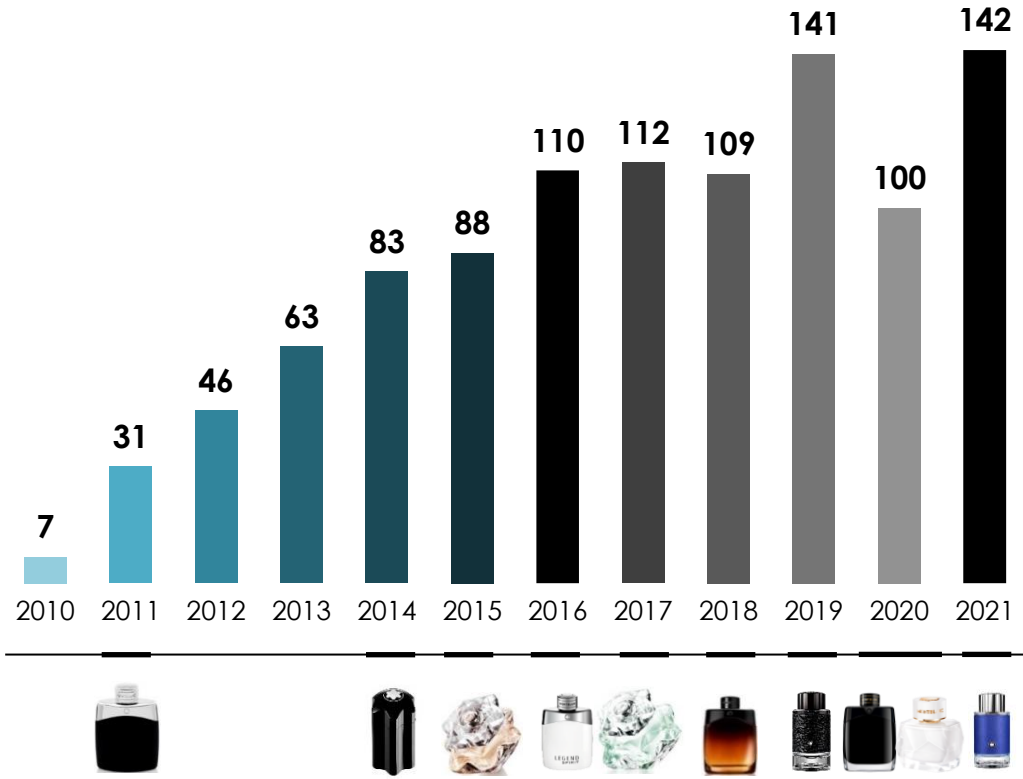
- **Une forte croissance de l'activité**
  - Un chiffre d'affaires attendu autour de 675 M€
  - Bien supérieur aux anticipations de début d'année
  - En hausse de 20%
- **Une forte progression des marques phares**
  - Montblanc +20 %
  - Jimmy Choo +22 %
  - Coach +30 %
- **Une forte progression sur toutes les zones** (Résistance de l'Europe de l'Est)
- **Succès des derniers lancements**
  - Montblanc – *Legend Red*
  - Jimmy Choo - *I Want Choo Forever*
  - Coach – *Wild Rose*

- **Activité 2022**
  **Top 3 marques**

- MONTBLANC

# Montblanc

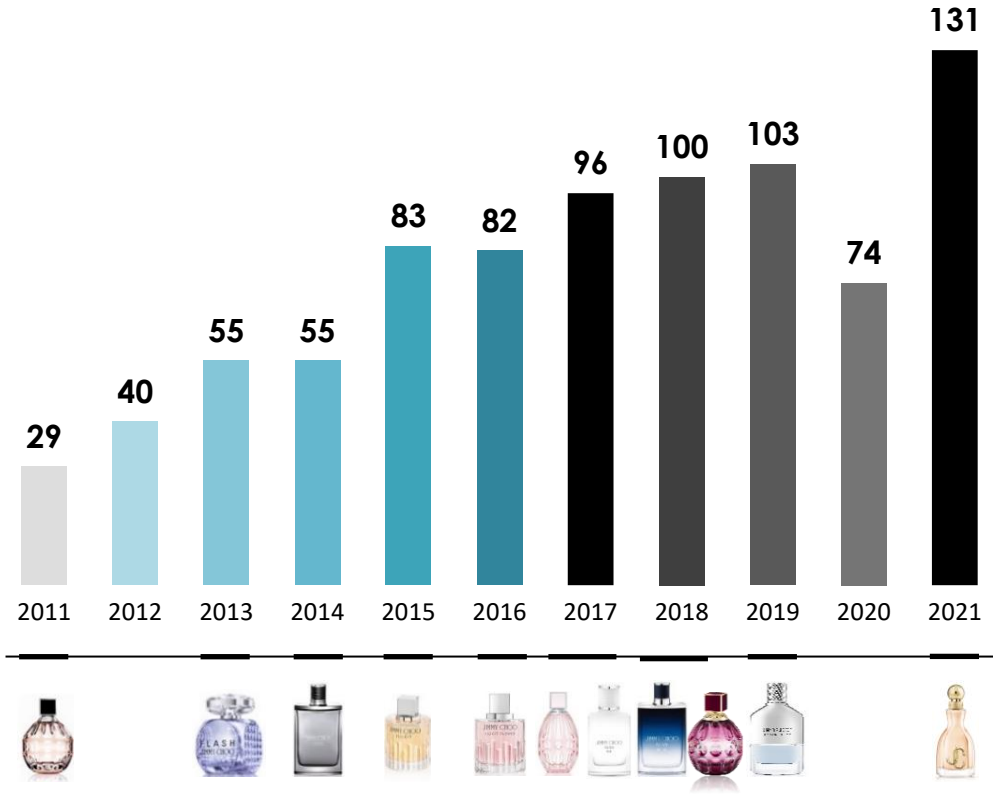
(en M€)



- JIMMY CHOO

# Jimmy Choo

(en M€)



COACH
NEW YORK

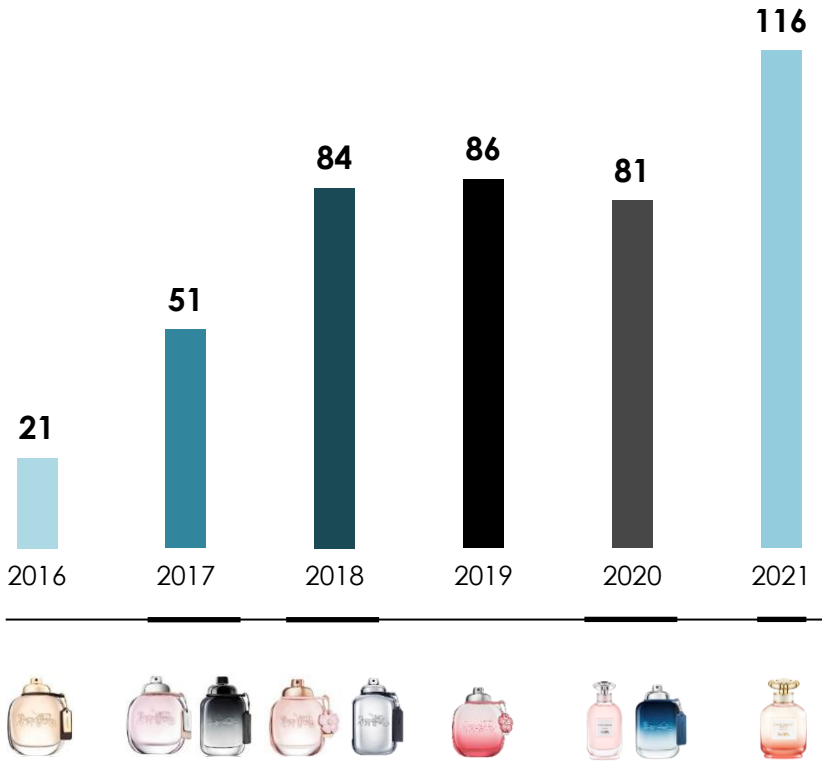
COACH

THE NEW FRAGRANCE

COACH
OPEN ROAD

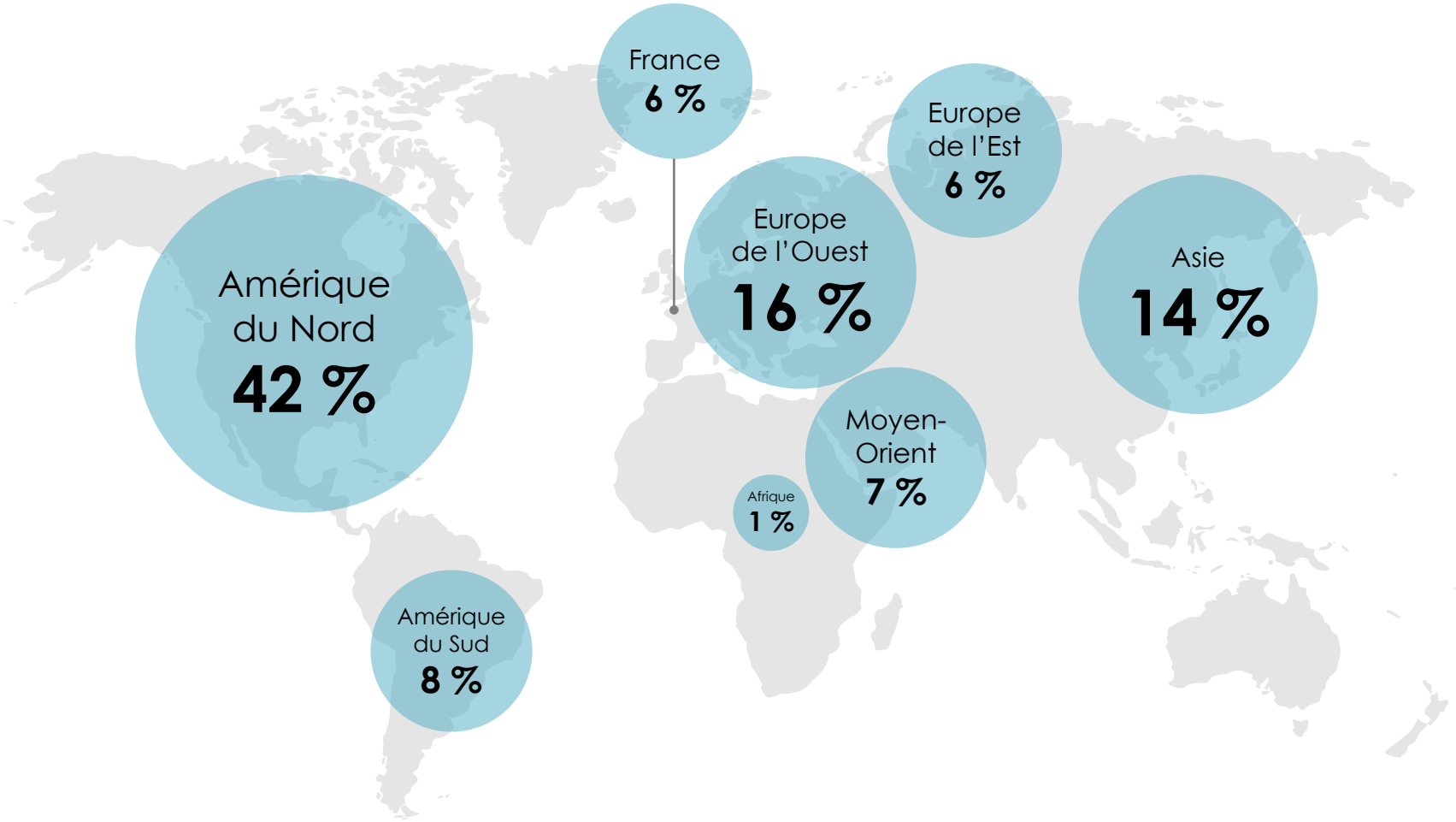
# Coach

(en M€)


21
51
84
86
81
116
2016
2017
2018
2019
2020
2021

The NEW FRAGRANCE for HER
COACH
NEW YORK
wild rose

# Répartition 2022 par zone



- **Autres faits marquants 2022**

# Autres faits marquants 2022

- Janvier & Juin

  **La ligne éco-responsable *Rochas Girl* reçoit plusieurs distinctions**
  - Meilleur parfum féminin
  - Meilleure initiative écoresponsable et initiative environnementale
  - Prix décernés par le public & les professionnels de l'industrie de la parfumerie
- Mars

  **Mise en place du 3e plan d'actionnariat salarié** (120 000 actions)
  - Après ceux de 2016 et 2019
- Mars

  **Interparfums intègre son nouveau siège social rue de Solférino à Paris**
- Avril

  **L'action Interparfums entre dans les indices CAC Mid 60 et SBF 120**
  - Des volumes de transaction journalière en hausse

# Autres faits marquants 2022

- Juin
  **Interparfums réalise sa 23e attribution gratuite d'actions**
  - 1 pour 10
- Juin
  **Création du Comité Consultatif des Actionnaires Individuels**
  - 10 actionnaires individuels / 2 actionnaires salariés
  - 1er réunion jeudi 1er décembre
- Octobre
  **Muriel Buiatti devient Chargée de mission RSE**
- Novembre
  **Interparfums améliore sa notation ESG – Indice Gaïa**

# Calendrier de communication financière

**Résultats annuels**
2022

1er mars 2023

**Chiffre d'affaires**
1er trimestre 2023

Fin avril 2023

**Chiffre d'affaires**
2022

24 janvier 2023

- **RSE & Gouvernance**

# RSE & Gouvernance

Notre stratégie

- **Développer une pratique environnementale « Interparfums »**
  - Des actions pragmatiques à la mesure de notre taille et de nos moyens
  - Un ensemble de 60 critères extra-financiers avec des objectifs à 2025 et 2030

- **Conforter nos pratiques en matière sociale, sociétale et de gouvernance**

# RSE & Gouvernance

Nos atouts

- **Un Comité Exécutif RSE qui se réunit tous les mois**
- ***Rochas Girl*, une ligne de parfums éco-responsable**
  - Un packaging FSC
  - Une verrerie composée à 40 % de verre recyclé
  - Une fragrance composée à 90,25 % de matières premières naturelles
  - Une fabrication française
- **Des équipes concernées par le sujet**

# RSE & Gouvernance

Nos atouts

- **Social : Un statut d'employeur responsable**
  - Un management « familial » - un esprit « Interparfums »
  - La qualité de vie au travail
  - Une politique salariale très complète
  - Des collaborateurs associés aux résultats (participation, actions de performance)

- **Sociétal : Des pratiques de longue date**
  - Ethique des affaires
  - Transparence
  - Des relations étroites avec les parties prenantes (marques, distributeurs, industriels,…)

# RSE & Gouvernance

Nos atouts

- **Environnement : Une contribution désormais active**
  - Un recours aux Bonnes Pratiques de Fabrication
  - Un entrepôt HQE dès 2011
  - Un sourcing à 85 % européen
  - Une charte éco conception optimisée pour le développement des produits
  - Le recours à des fournisseurs labellisés RSE grâce à la plateforme *EcoVadis*

- **Gouvernance :**
  - Un conseil d'administration qualifié et renforcé
  - Une proportion significative de femmes (40 %)
  - Une proportion significative d'administrateurs indépendants
  - Un Comité Exécutif

# Gouvernance

Situation actuelle

## Conseil **d'administration**

**11** membres

**5** femmes

**4** indépendants

Philippe **Benacin**
Président-Directeur Général

Frédéric **Garcia-Pelayo**
Administrateur et Directeur Général Délégué

Jean **Madar**
Administrateur

Philippe **Santi**
Administrateur et Directeur Général Délégué

Constance **Benqué**
Lagardère (*)

Chantal **Roos**
Ex BPI, YSL Parfums, Gucci

Marie-Ange **Verdickt**
Ex Financière de l'Échiquier (*)

Maurice **Alhadève**
Ex IFF, Haarman & Reimer (*)

Dominique **Cyrot**
Ex Allianz (*)

Véronique **Gabaï-Pinsky**
Ex L'Oréal, Guerlain, E. Lauder

Patrick **Choël**
Ex Unilever, LVMH (*)

## Comité **d'audit**

**5** membres (*)

**3** femmes

**3** indépendants

# RSE & Gouvernance

Nos objectifs / nos moyens

- **Renforcer notre gouvernance grâce à un Conseil d'administration à la double parité**
  - Homme / Femme
  - Indépendant / Non indépendant
- **Renforcer la communication avec les actionnaires grâce à un Comité Consultatif des Actionnaires Individuels actif**
- **Répondre aux attentes des parties prenantes**
  - Viser la neutralité carbone à l'horizon 2040 avec compensation liée à notre métier
  - Naturalité des produits
  - Biodiversité
  - Climat

# RSE & Gouvernance

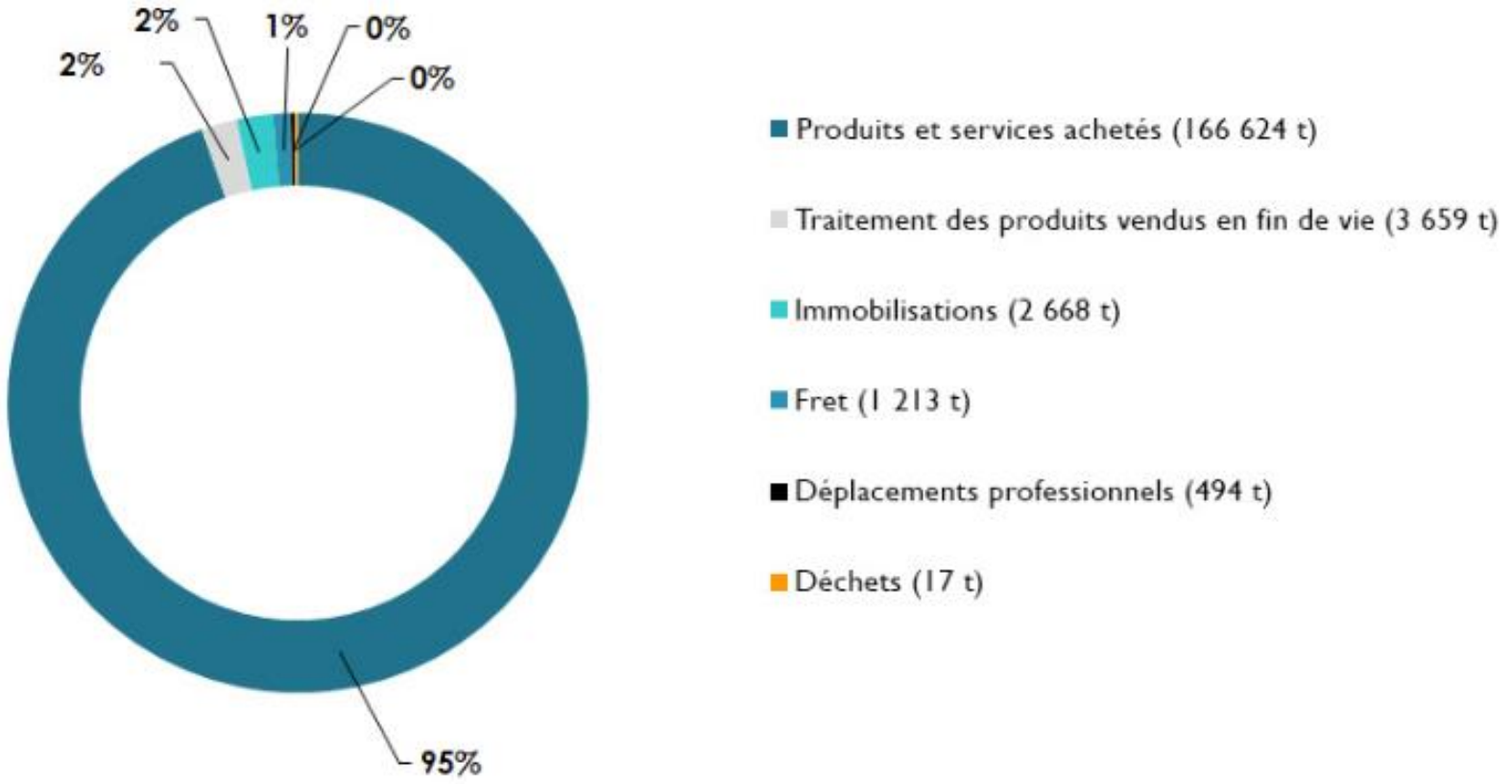
Bilan carbone 2022 (chiffres 2021)

- **Bilan carbone :** 174 930 tonnes équivalent $CO_2$ (L'Oréal 12 515 700 tequ $CO_2$)
- **Intensité carbone :** 312 kg de $CO_2$ par k€ de CA (dans la fourchette basse de notre secteur d'activité)

| En tonnes Equivalent CO2 | 2021 | Poids |
|---|---|---|
| Scope 1 (consommations énergétiques gaz et carburant) | 226 | 0,1% |
| Scope 2 (consommation d'électricité) | 29 | 0,0% |
| Scope 3 (autres émissions indirectes) | 174 675 | 99,9% |
| Total | 174 930 | 100,0 % |

# RSE & Gouvernance

Bilan carbone 2022 (Principaux postes d'émission scope 3)



# RSE & Gouvernance

Améliorer les notations des agences

- **Ethifinance : Indice Gaïa 2022 : 81/100** (chiffres 2021)

| Classement national | Classement sectoriel | Classement par CA (>500M€) |
|---|---|---|
| 13/371 | 1/23 | 4/176 |

- **MSCI et Sustainalytics** (dans un premier temps)

- **Moody's et Standard & Poor's** (dans un second temps)

- **Perspectives**

# Guidances 2022

- **Un objectif de chiffre d'affaires (revu à la hausse) de 670-680 M€**
  - Une demande clients soutenue au cours des dernières semaines
  - Une activité toujours importante aux Etats-Unis, supérieure à nos prévisions de septembre

- **Un objectif de marge opérationnelle autour de 17 %**
  - Une hausse générale des prix de facturation qui va compenser la hausse du prix des matières premières
  - Une évolution favorable de la parité €/$
  - Des charges de marketing et publicité en hausse sensible

# Perspectives 2023

- **Contexte**
  - Un marché mondial des parfums et cosmétiques de taille importante (25 Md€*)
  - Un marché qui reste dynamique à ce jour

- **Un objectif de chiffre d'affaires 2023 de 710-720 M€**
  - Un plan de lancements riche
  - Des lignes phares solides

- **Un objectif de marge opérationnelle 2023 autour de 17 %**
  - Une nouvelle hausse générale des prix de facturation
  - Une nouvelle hausse du prix des matières premières et du conditionnement
  - Un cours budgétaire €/$ prudent
  - Des budgets marketing et publicité consistants

# Budget 2023 par marque

(en M€)

| | 2022(e) | **2023(e)** | 2023/2022 |
|---|---|---|---|
| Jimmy Choo | 165,0 | **186,0** | +13% |
| Montblanc | 175,0 | **181,0** | +3% |
| Coach | 145,0 | **145,0** | -% |
| Lanvin | 45,0 | **47,0** | +4% |
| Rochas | 40,0 | **43,0** | +7% |
| Karl Lagerfeld | 22,0 | **24,0** | +9% |
| Moncler | 18,0 | **23,0** | +28% |
| Van Cleef & Arpels | 22,0 | **23,0** | +5% |
| Kate Spade | 20,0 | **21,0** | +5% |
| Boucheron | 17,0 | **18,0** | +6% |
| Autres | 6,0 | **4,0** | ns |
| **Total ventes** | 675,0 | **715,0** | +6% |

# Perspectives à moyen et long terme

- **Croissance organique**
  - Un potentiel de croissance significatif sur les principales marques du portefeuille (Montblanc, Jimmy Choo, Coach et Moncler)
  - Une part de marché encore réduite sur un marché des parfums et cosmétiques de 25 Md€ (Source : L'Oréal)

- **Croissance externe**
  - Une recherche permanente
  - Une trésorerie importante

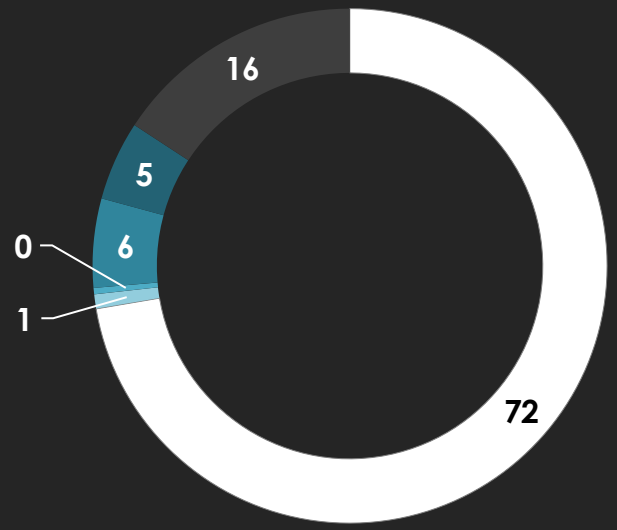
- La Bourse

# L'action Interparfums

- **Euronext Compartiment A depuis 1995**
  - Capitalisation boursière actuelle 3,3 Md€
  - Indices CAC Mid 60 et SBF 120
  - Eligible PEA
  - 70 000 titres par jour
- **Une politique de dividende active**
  - Un dividende régulier (sauf 2020)
  - Un taux de distribution compris entre 65 % et 75 % du résultat
- **Une attribution gratuite annuelle**
  - Au mois de juin généralement
  - 1 pour 10 généralement

# Répartition du capital (en %)

Au 31 décembre 2021




- Interparfums Inc. (fondateurs Philippe Benacin et Jean Madar) : **72.4 %**
- Actionnariat salariés : **0.9 %**
- Auto détenus : **0.4 %**
- Actionnaires individuels : **5.6 %**
- Investisseurs Institutionnels français : **5.0 %**
- Investisseurs Institutionnels étrangers : **15.8 %**

# Communication financière

- **Des contacts réguliers**
  - Les présentations de résultat
  - Les réunions analystes et investisseurs
  - L'Assemblée Générale (fin avril)
  - Les réunions actionnaires individuels à Paris ou en régions (F2ic, Investir Day,..)
  - Le Comité Consultatif des Actionnaires Individuels

- **De nombreux supports de communication**
  - Le Rapport annuel
  - La Lettre annuelle aux actionnaires
  - Les sites Internet
  - Les réseaux sociaux

- **Pourquoi investir dans Interparfums**

# Investir dans Interparfums …

Pour
**sa stratégie**

Pour
**son modèle de développement**

Pour
**sa forte croissance passée, supérieure à celle du marché et à celle de ses concurrents**

Pour
**sa politique actionnariale**

Croissance régulière du dividende (hors 2020)

Attribution gratuite régulière d'actions

Pour
**son potentiel de développement**

Par croissance interne…

…et par croissance externe

# INTERPARFUMS

**10 rue de Solférino**

**75007 Paris**

01 53 77 00 00

interparfums.fr

**Philippe** Santi
Directeur Général Délégué
**psanti@interparfums.fr**

**Karine** Marty
Relations Actionnaires
**kmarty@interparfums.fr**

# INTERPARFUMS

Investir Day

# 2022

29 novembre 2022