



Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

interparfums

# Sommaire

- Profil du groupe
- Responsabilité Sociale des Entreprises
- Chiffres clés
- L'année 2019
- L'année 2019 par marque
- Perspectives 2020 – 2021
- La Bourse



Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 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

- 10 marques sous licence

*S.T. Dupont*  
PARIS

(1997 • 2019)

**MONT  
BLANC**

(2010 • 2025)

**Repetto**  
PARIS

(2012 • 2025)

*Paul Smith*

(1998 • 2021)

**JIMMY CHOO**

(2010 • 2031)

**KARL LAGERFELD**

(2012 • 2032)

**kate spade**

NEW YORK

**Van Cleef & Arpels**

(2007 • 2024)

**BOUCHERON**  
PARIS

(2011 • 2025)

  
**COACH**  
NEW YORK

(2016 • 2026)

(2019 • 2030)

- 2 marques en propre

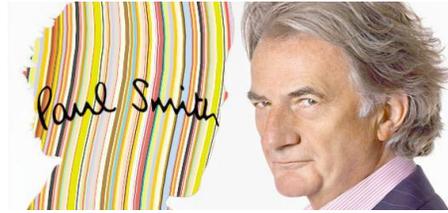
**LANVIN**  
PARFUMS

(parfums • 2007)

**ROCHAS**  
PARIS

(parfums et mode • 2015)

# 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

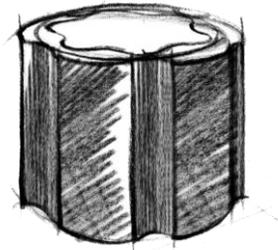
- **Une expertise en matière de distribution**
  - une logistique réactive grâce à des délais de préparation extrêmement courts
  - une présence dans près de 120 pays et 22 000 points de vente grâce à un ensemble de partenaires performants (filiales, agents, distributeurs)
  - des plans d'animations 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)



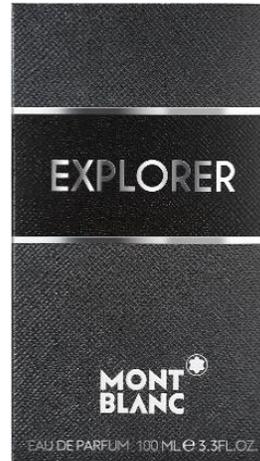
**Validation de la marque**

# 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

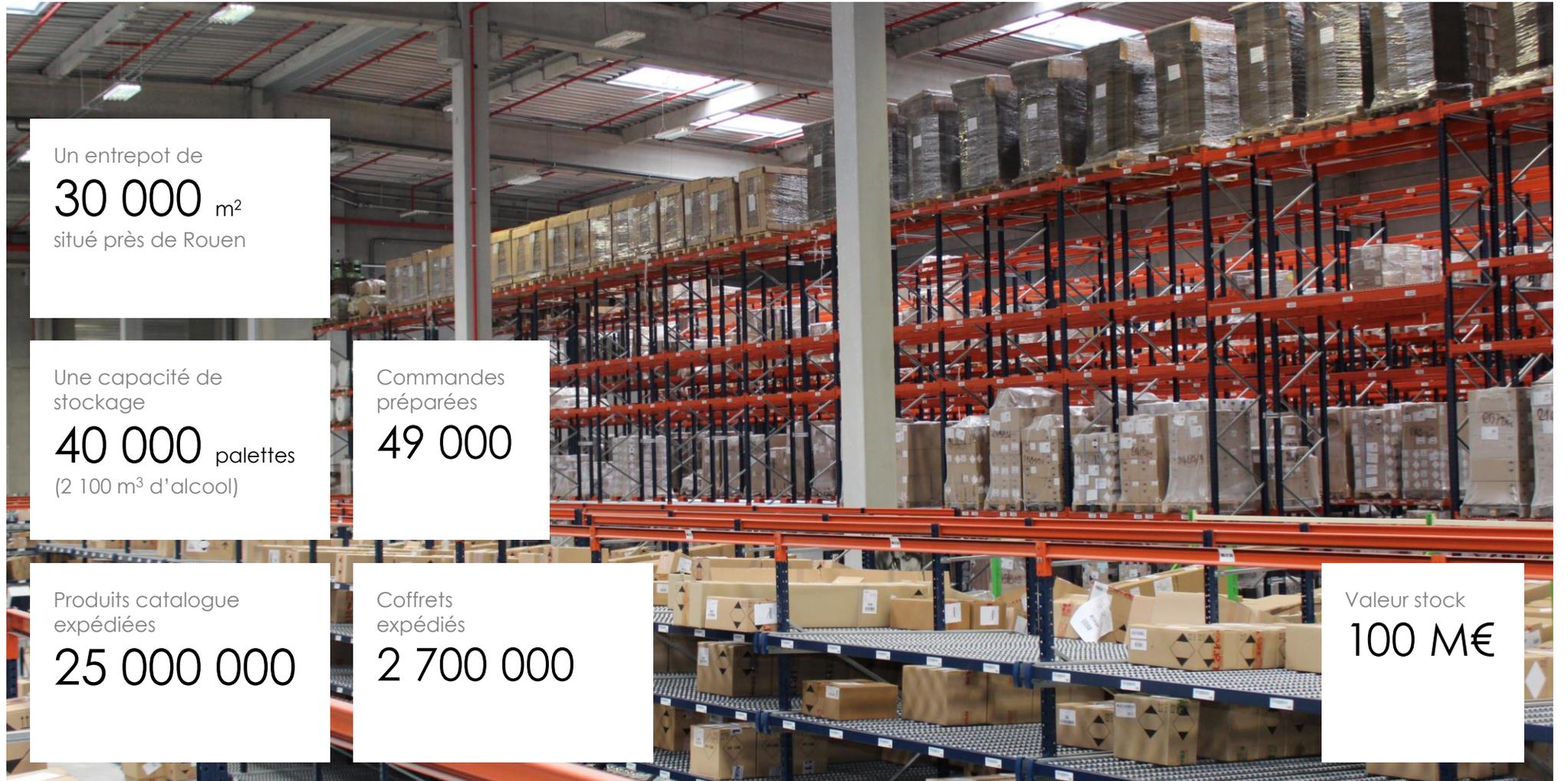
**Validation de la marque**

# 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  
**40 000** palettes  
(2 100 m<sup>3</sup> d'alcool)

Commandes  
préparées  
**49 000**

Produits catalogue  
expédiées  
**25 000 000**

Coffrets  
expédiés  
**2 700 000**

Valeur stock  
**100 M€**

# Processus de développement

Distribution en 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

---



The logo for 'El Corte Inglés' is written in a white script font on a green pennant-shaped background.

The logo for 'Harrods' is written in a white script font on a dark green rectangular background.

## États-Unis

---



The logo for 'bloomingdale's' is written in a lowercase, grey, sans-serif font.

## Asie

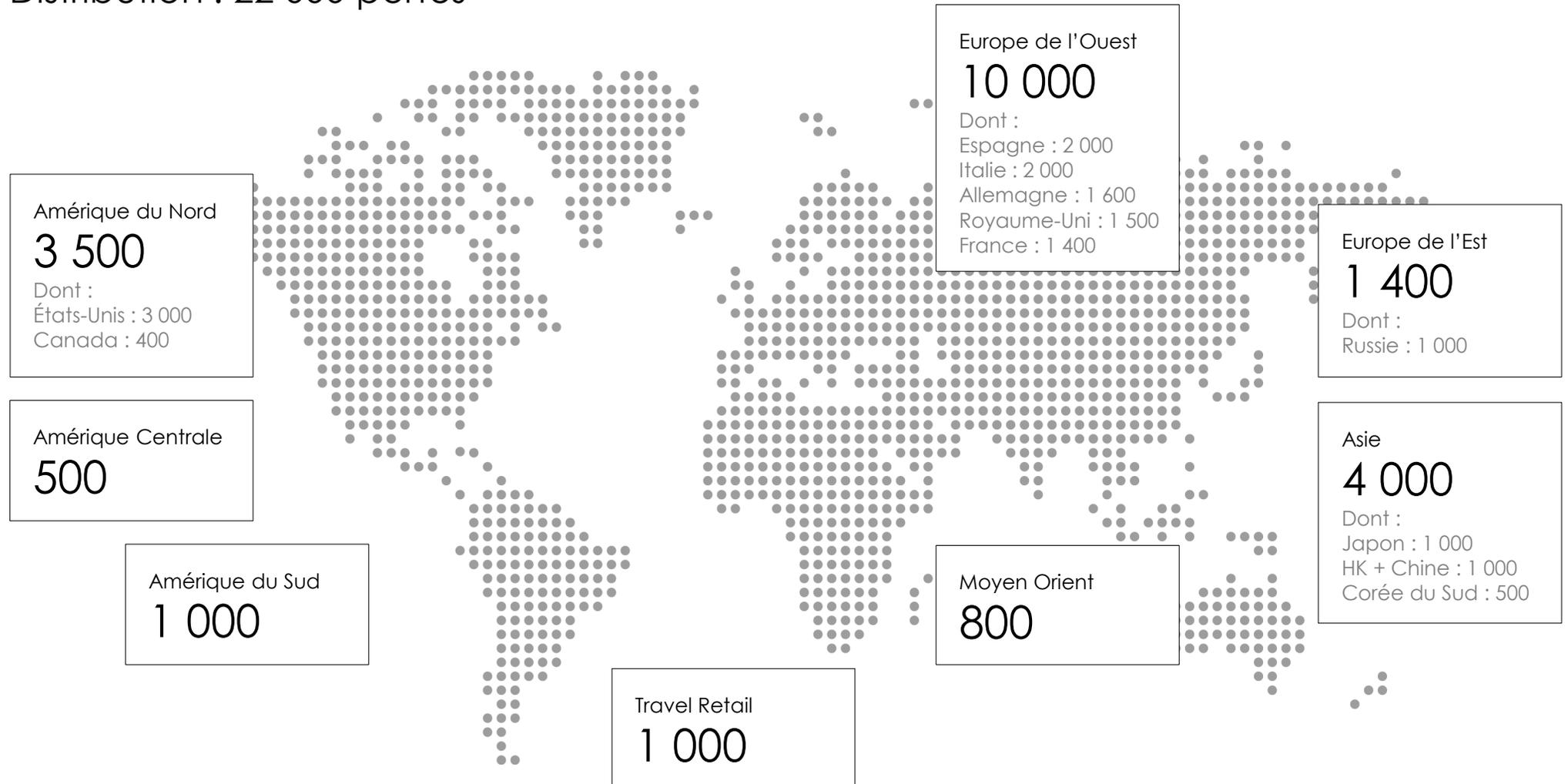
---



The logo for 'MYER' is written in a bold, black, uppercase sans-serif font with a thick horizontal line underneath.

# Processus de développement

Distribution : 22 000 portes



# Marché mondial des Cosmétiques

Total 200 Mds€

## Par segment



- Parfums : 11 %
- Soins du cheveux : 21 %
- Hygiène : 10 %
- Maquillage : 19 %
- Soins de la peau : 39 %

62 % Féminin  
33 % Masculin  
5 % Mixte

**Soit 25 Md€**

## Par zone



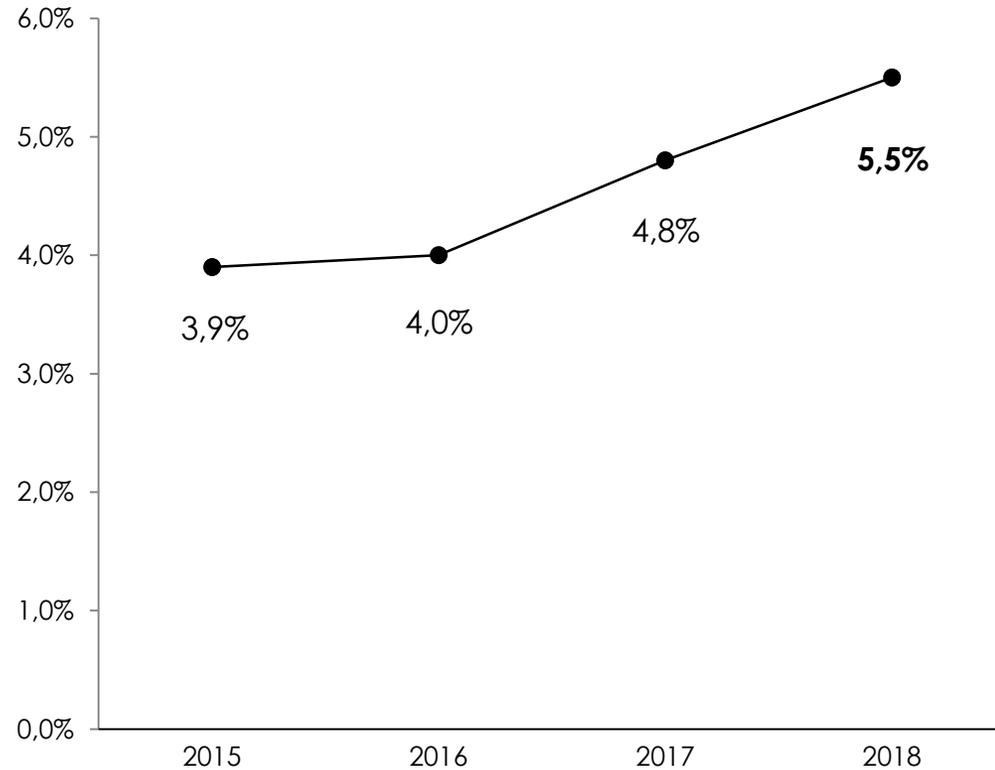
- Amérique du Nord : 25 %
- Europe de l'Ouest : 18 %
- Amérique Latine : 9 %
- Europe de l'Est : 6 %
- Afrique, Moyen Orient : 3 %
- Asie, Pacifique : 39 %

Source : Rapport annuel 2018 de L'Oréal.

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

# Marché mondial de la beauté en 2018

Chiffre d'affaires (en M€)



- **Un marché de taille importante**
  - marché total de la Beauté + 200 Mds€
  - part des parfums 11% soit 22 Mds€ env
- **Un marché en croissance**, sur les produits de soin et le maquillage principalement
- **Taux de croissance moyen (2014-2018)**
  - Interparfums + 11 %
  - marché + 4,5 %

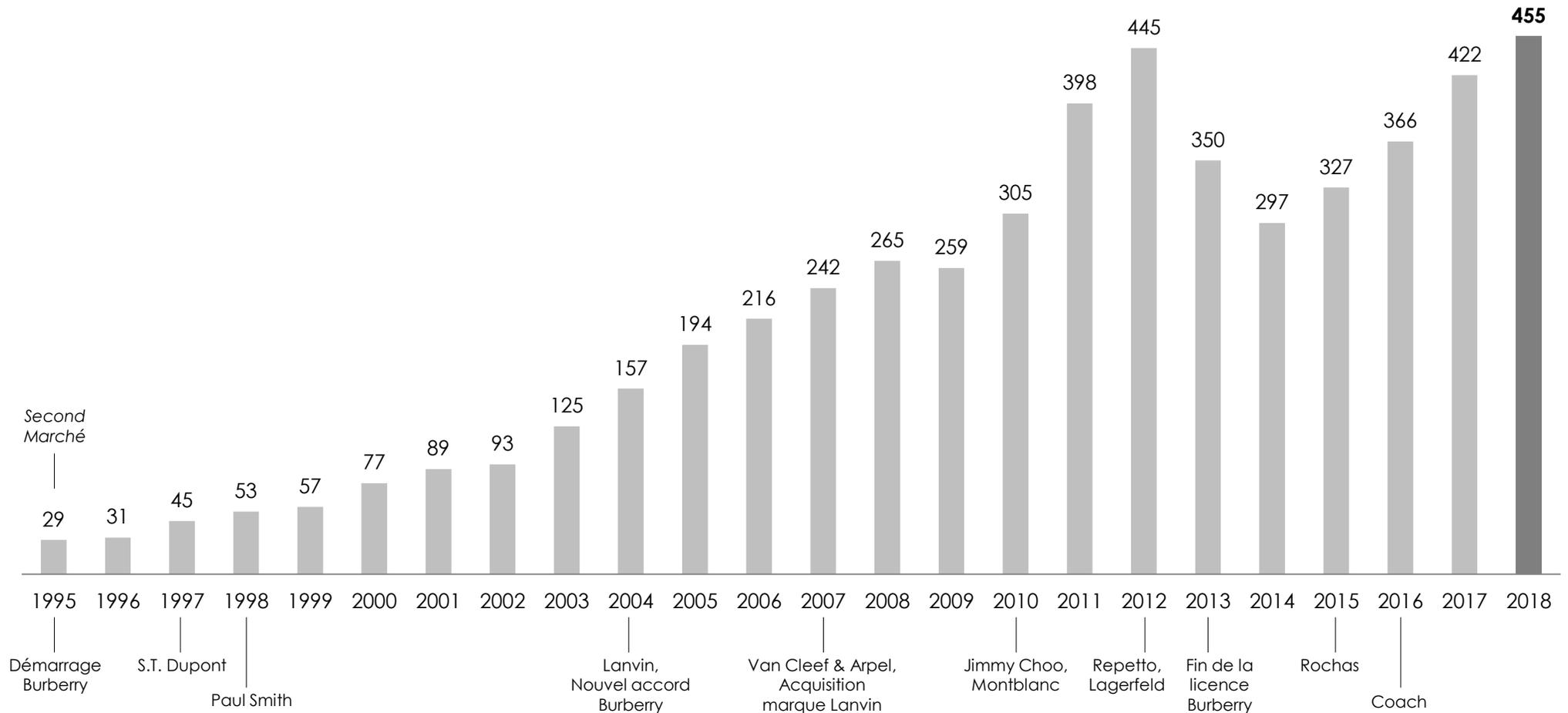
Source : Rapport annuel 2018 de L'Oréal.

# Concurrence

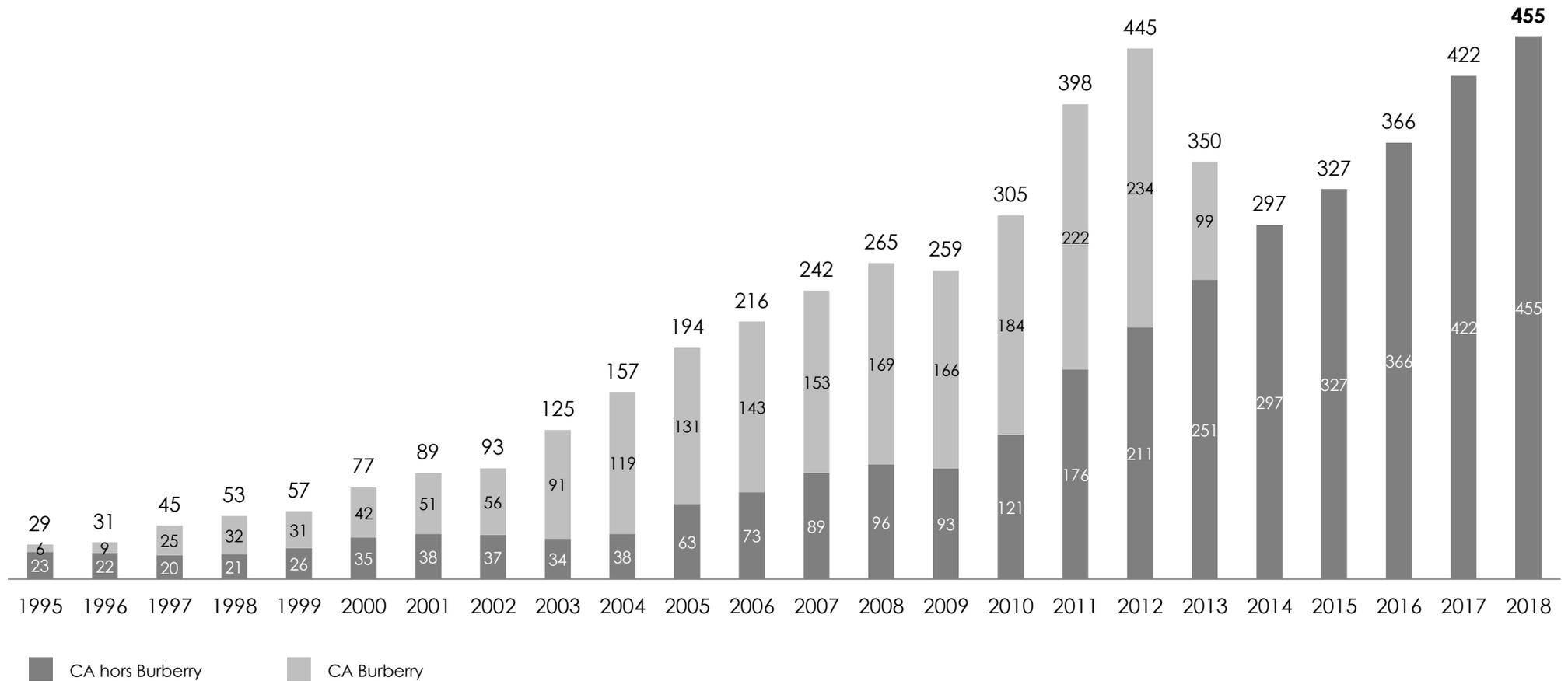
- **Groupes avec marques en licence**
  - L'Oréal (Giorgio Armani, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent, Diesel...)
  - Coty (Hugo Boss, Lacoste, Gucci, Calvin Klein, Chloé, Balenciaga...)
  - Shiseido (Dolce Gabbana, Issey Miyake, Narciso Rodriguez, Elie Saab...)
- **Groupes avec marques en propre**
  - LVMH (Dior, Guerlain, Kenzo, Givenchy, Bulgari)
  - Puig (Paco Rabanne, Nina Ricci, Jean Paul Gaultier...)
  - Clarins (Azzaro, Thierry Mugler)
  - Chanel
  - Estée Lauder
  - Hermès

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

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

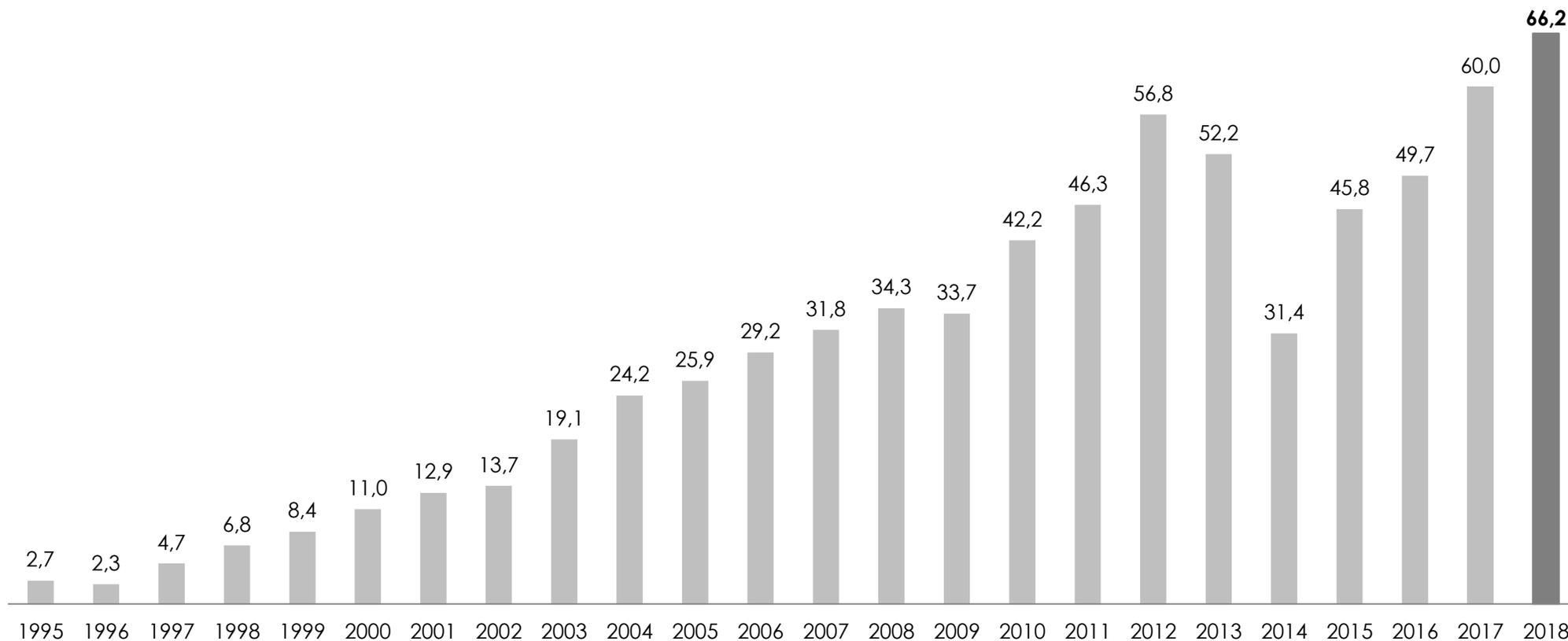


# Évolution des ventes : 1995-2018 (en M€)

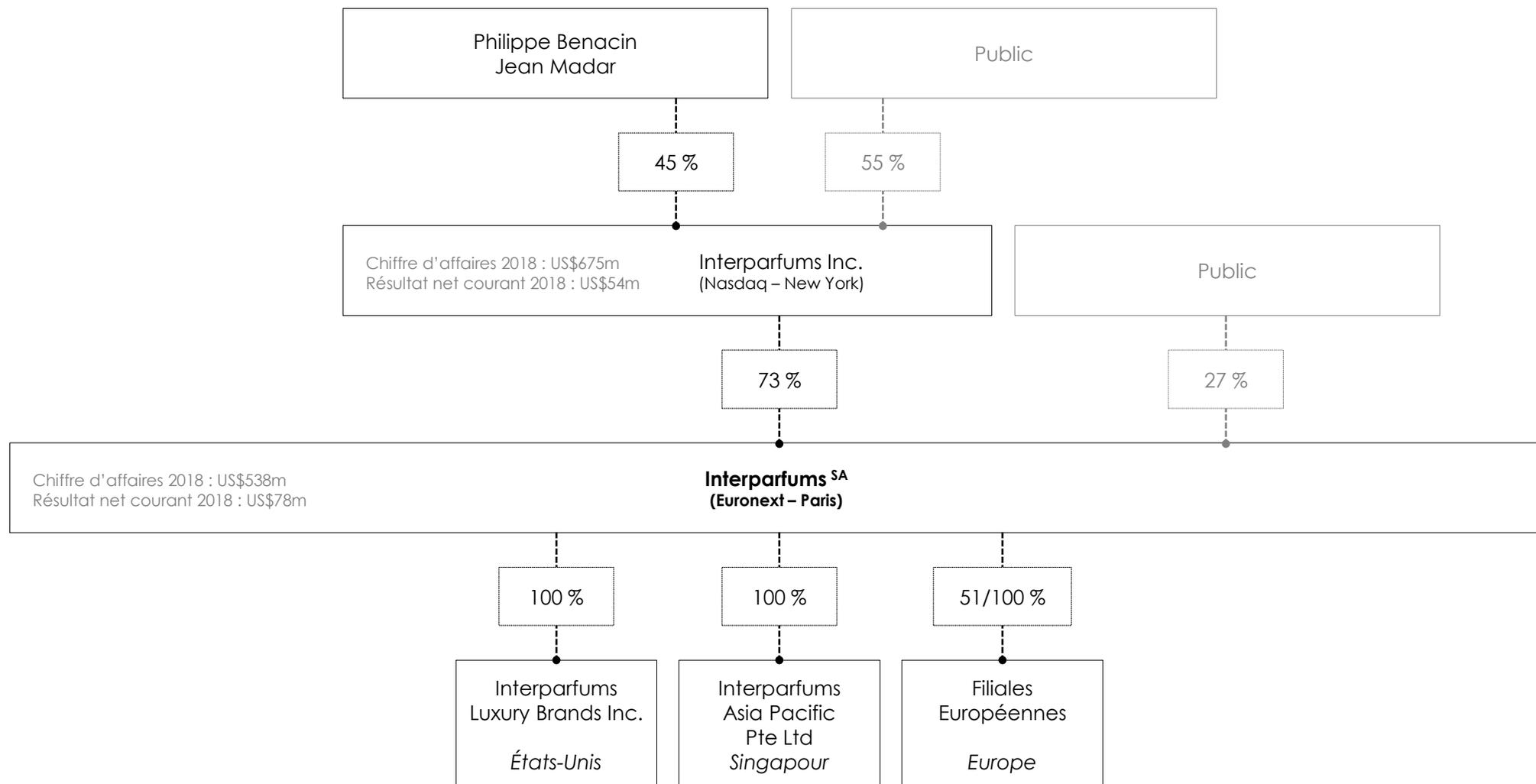


## Résultat opérationnel : 1995-2018 (en M€)

Un résultat opérationnel 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**





Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

**Responsabilité sociale  
des entreprises**

# 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 historiques**
  - un management « familial » basé sur une hiérarchie souple
  - un « esprit Interparfums » développant un sentiment d'appartenance
  - l'adhésion de tous à des valeurs éthiques fortes
  - le partage des idées et des décisions
  - l'absence de discrimination
- **Des compétences et des profils multiples**
  - diversité des profils de recrutement en fonction des compétences, expériences, qualifications et personnalités
  - des plans de formation importants dans toutes les composantes métier et transverses

# Social

- **Une attention permanente**

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

- **Une politique salariale attractive**

- des niveaux de rémunération en ligne ou supérieurs aux pratiques de marché
- une Participation aux bénéfices supérieure aux obligations légales
- un Plan d'Épargne Entreprise
- un Plan d'Épargne Retraite
- un fonds Actionnariat Interparfums
- des plans d'actions gratuites pour associer les salariés au capital

# Social

- **Des indicateurs sociaux suivis**
  - un taux d'accident du travail extrêmement faible
  - un taux d'absentéisme extrêmement faible
  - un taux de turn-over limité
  - une ancienneté moyenne importante

# Sociétal

- **Relations avec les donneurs de licence**

- des relations étroites et entretenues avec la direction générale de chaque Maison
- un développement de produits respectant les codes de chaque Maison
- des équipes dédiées

- **Relations avec les clients**

- des relations de longue date 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

# Sociétal

- **Relations avec les partenaires industriels**

- des relations de longue date avec les partenaires industriels
- développement d'outils de communications spécifiques
- implantation d'un cahier des charges de « Bonne Pratiques de Fabrication »
- mesures en faveur de la santé et la sécurité des consommateurs
- soutien de l'innovation

- **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)

# Environnement

- **Production**

- une implication dans le développement d'une politique vertueuse avec les partenaires industriels (mesures de recyclage et d'élimination des déchets)
- le choix de techniques et matériaux innovants et respectueux de l'environnement (matériaux recyclables, suppression des solvants)

- **Entrepôt**

- le choix d'un entrepôt HQE
- Une localisation au carrefour des usines et à proximité du port du Havre pour réduire les émissions de CO<sub>2</sub> générées par les transports



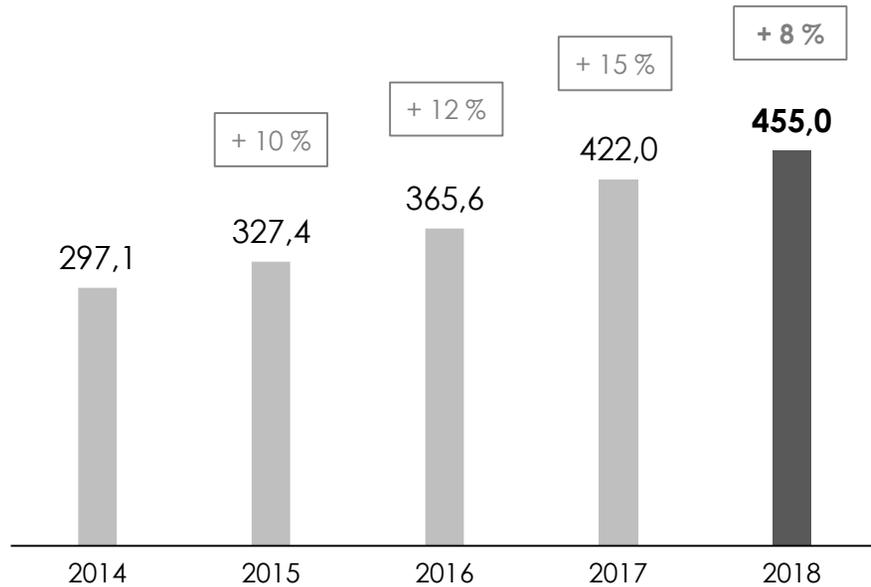
Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

**Chiffres clés**

# Activité

Chiffre d'affaires (en M€)



Une croissance totale de

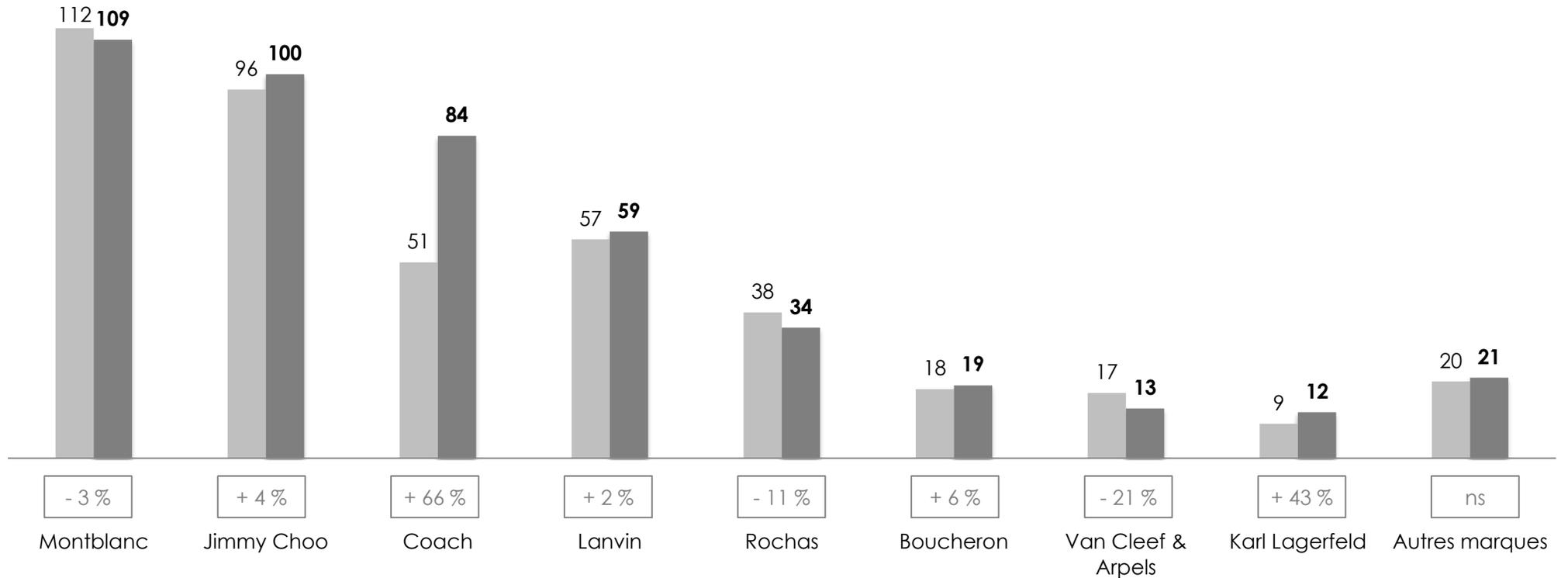
**+ 53 %** sur 4 ans

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

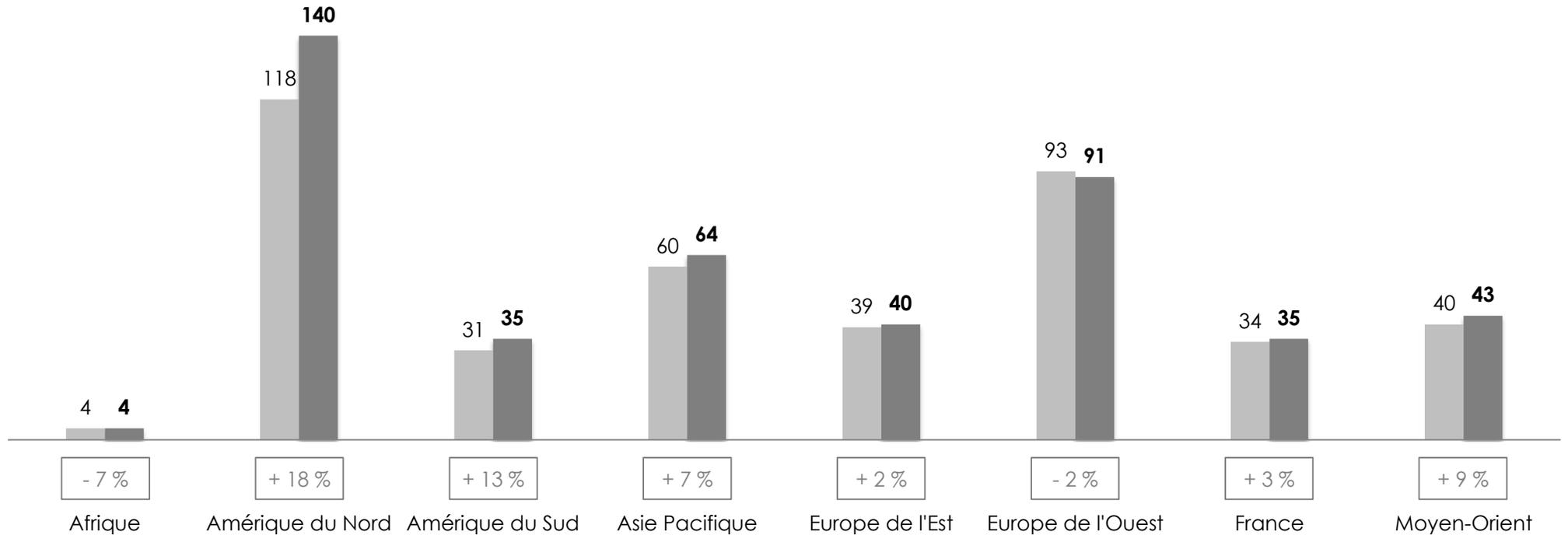
Répartition 2018 par marque



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

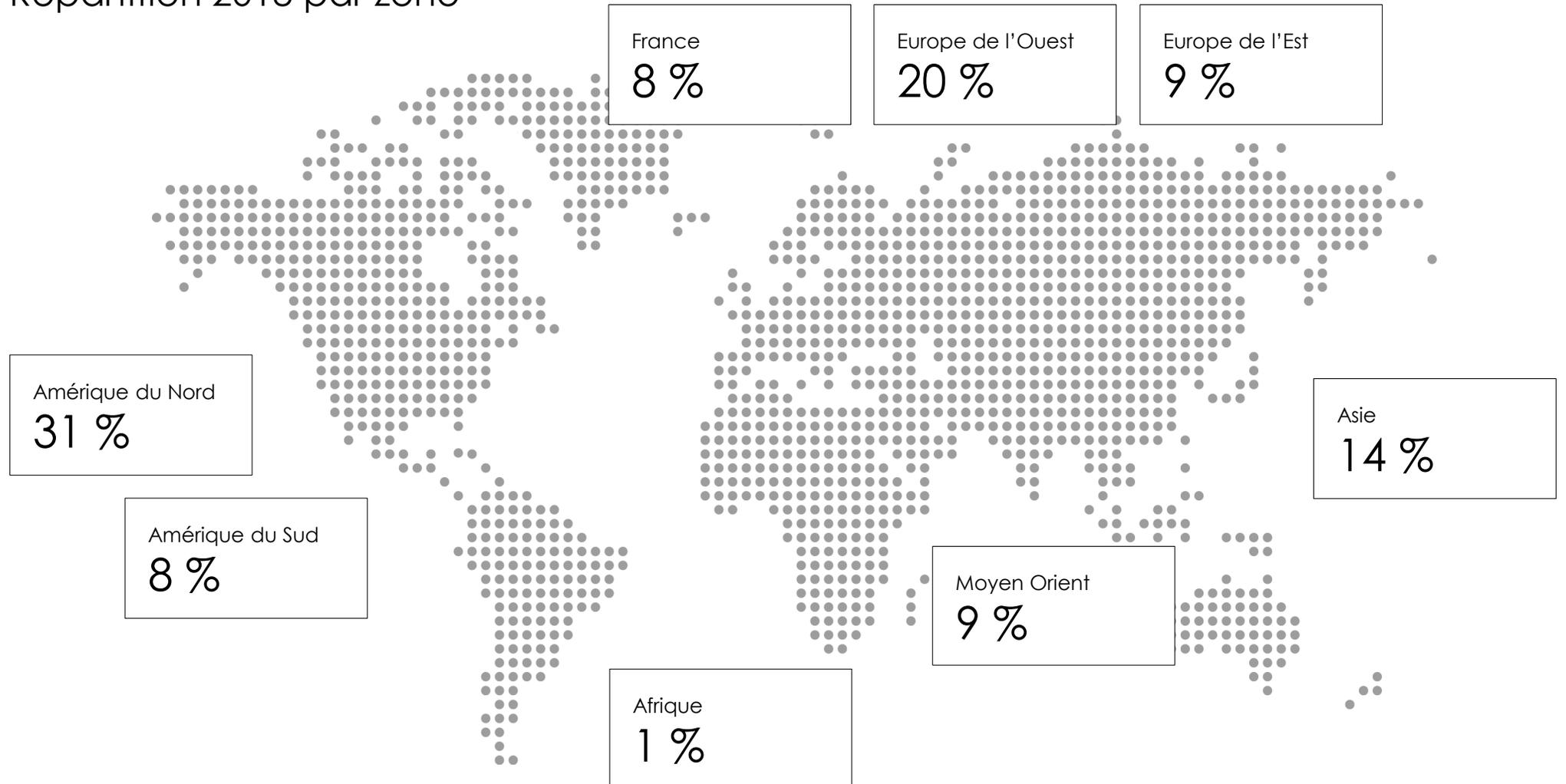
# Activité par zone (en M€)

■ 2017 ■ 2018



# Une activité internationale

Répartition 2018 par zone

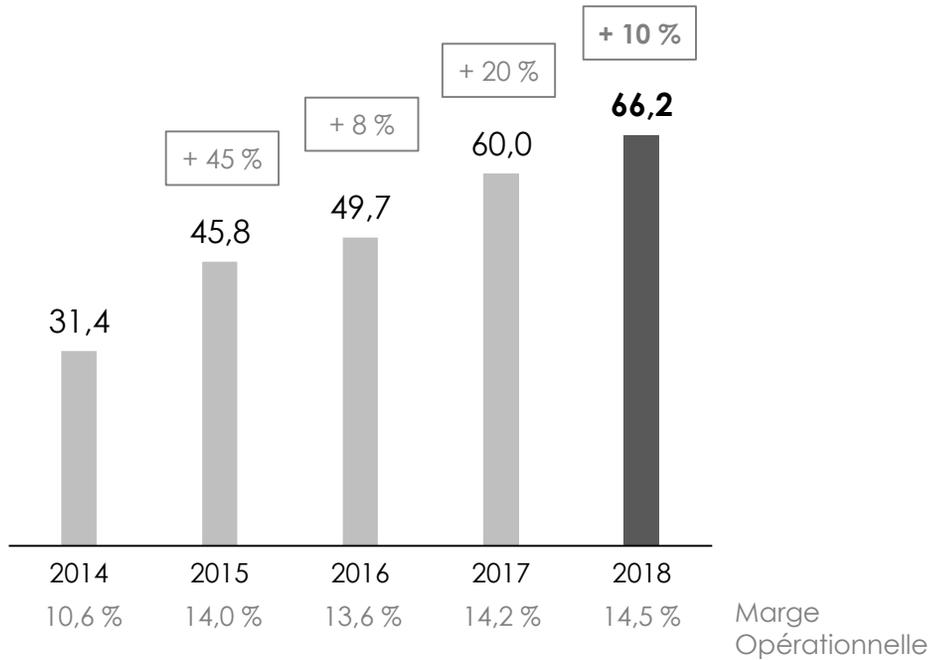


# Le marché des parfums aux Etats-Unis

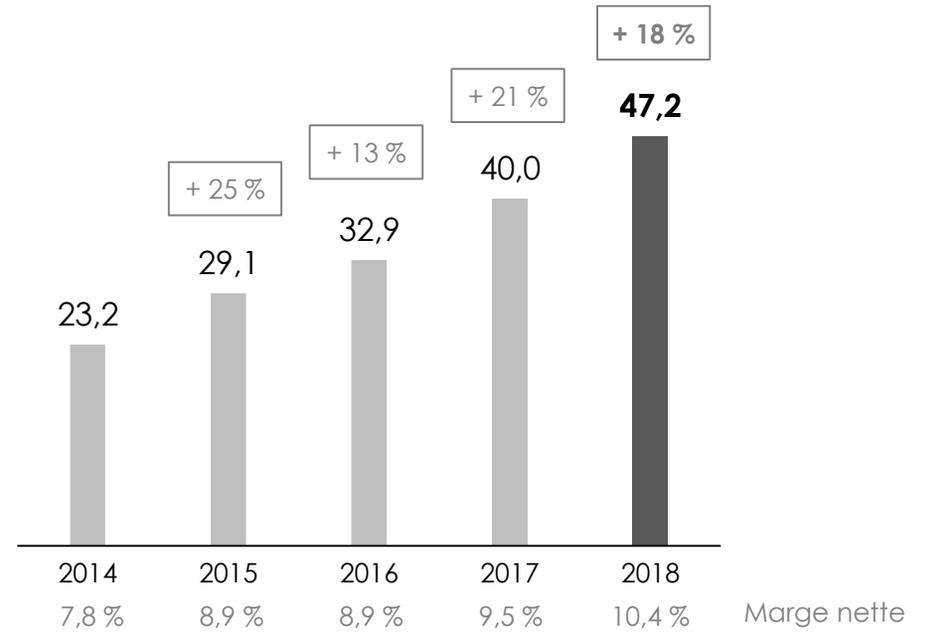
- **Un marché total de 3,8 Md\$ (retail) en 2018**
  - 1<sup>er</sup> marché de la beauté au monde (+4,8 % par rapport à 2017)
  - 3 400 portes (Macys 43%, Ulta 17%)
  - 2/3 féminins 1/3 masculins
- **Principaux groupes**
  - 1 L'Oréal (19% du marché)
  - 2 Chanel (13%)
  - 3 Coty (13%)
  - 4 Lauder (13%)
  - 5 Lvmh (8,5%)
  - .....
  - 8 Interparfums (4,6%)
- **Un chiffre d'affaires de 137 M\$ en 2018 pour Interparfums**
  - +32% par rapport à 2017
  - +50% sur 4 ans
- **Plusieurs lignes dans le top 10**
  - *Montblanc Legend* #7
  - *Coach for men* #9

# Résultats (en M€)

## Résultat opérationnel



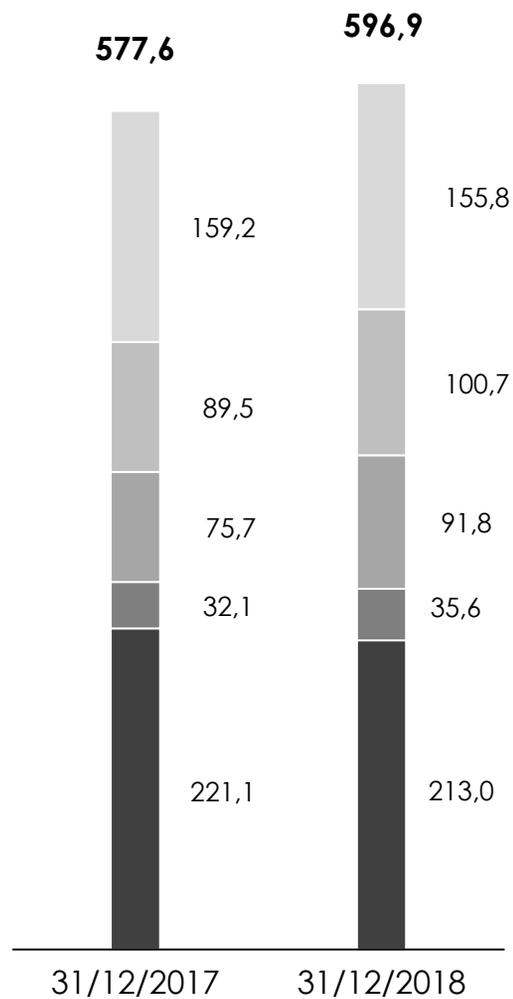
## Résultat net



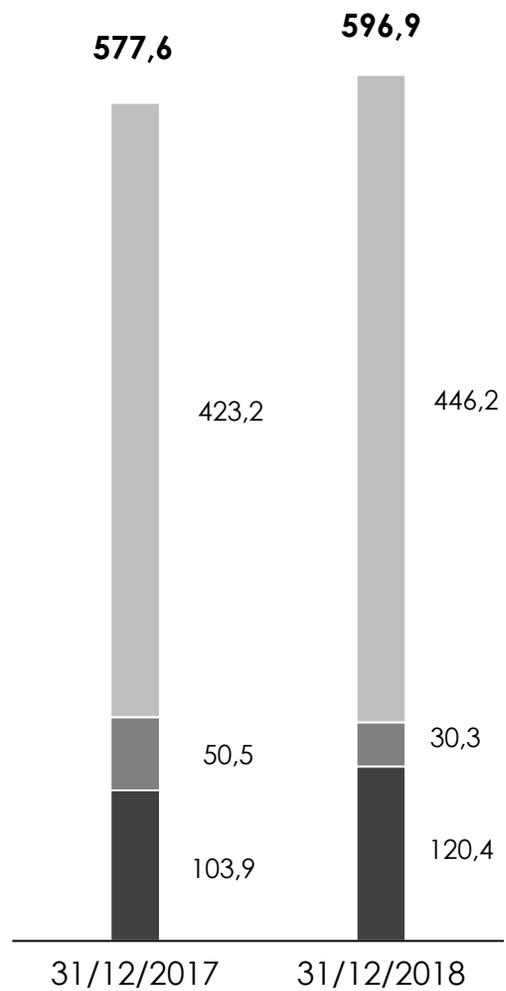
Résultat opérationnel en hausse **+ 110 %** sur 4 ans

Résultat net en hausse **+ 103 %** sur 4 ans

# Bilan



- Marques
- Stocks
- Clients
- Autres actifs courants
- Trésorerie & Actifs financiers courants



- Capitaux propres
- Emprunts et dettes financières
- Autres dettes

## Autres données clés

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

Une présence  
dans près de  
**120** pays

**270** personnes

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



Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

**L'année 2019**

# L'année 2019

- **Des lancements majeurs**
  - *Montblanc Explorer* (1<sup>er</sup> trimestre)
  - *A girl in Capri* - 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  
*Mademoiselle Rochas Couture*



Février  
*Jimmy Choo Floral*



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



Mars  
*Boucheron Fleurs*



Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

**L'année 2019 par marque**

## MONT BLANC

128 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

+ 18 %

Forte croissance

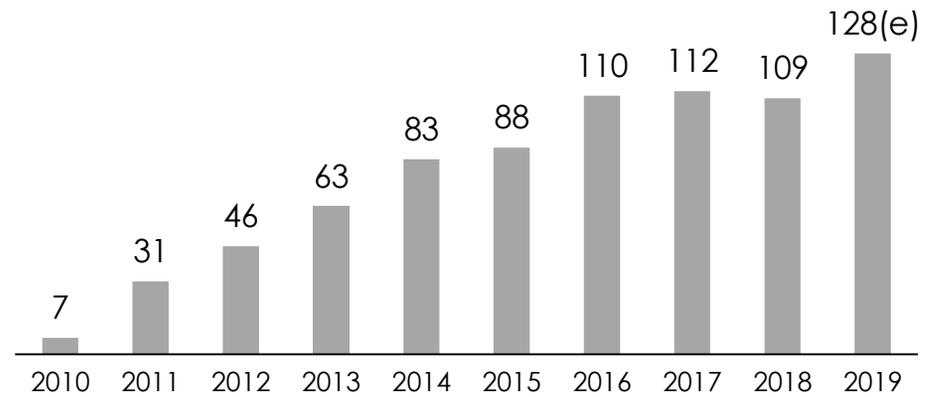
28 %

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* ?



### Évolution des ventes (en M€)



# JIMMY CHOO

100 M€

Chiffre d'affaires  
2019(e)

Activité  
**stable**

21 %

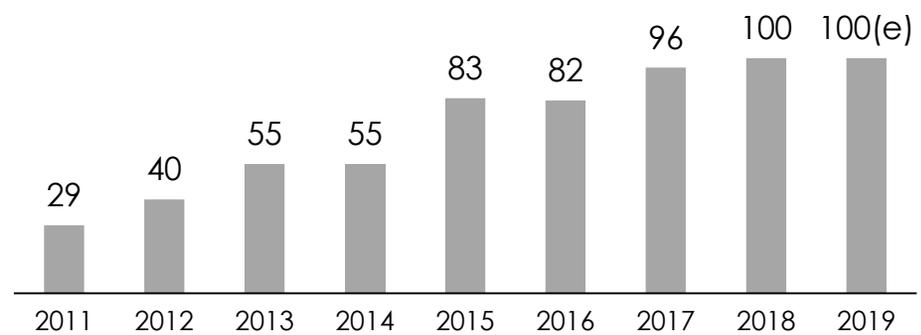
de l'activité  
totale du groupe

- 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 %

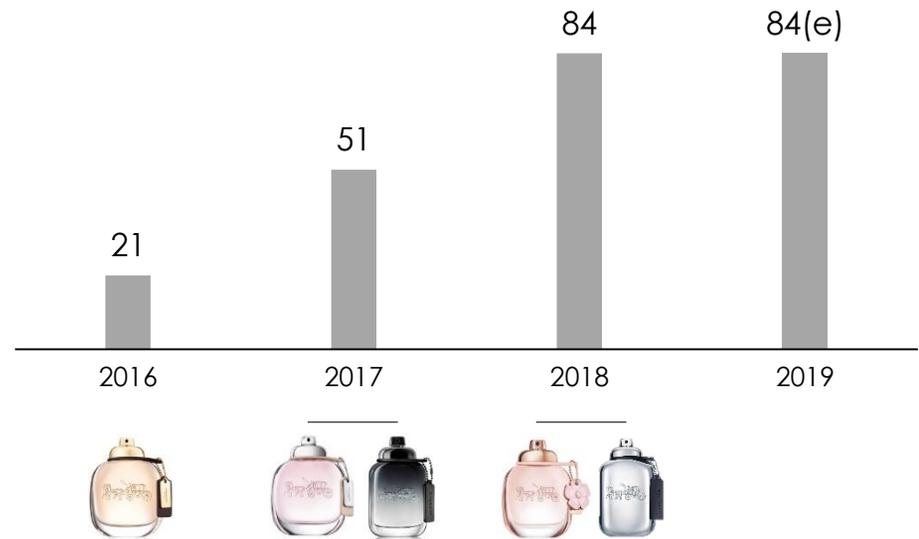
de l'activité  
totale du groupe

- 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 %

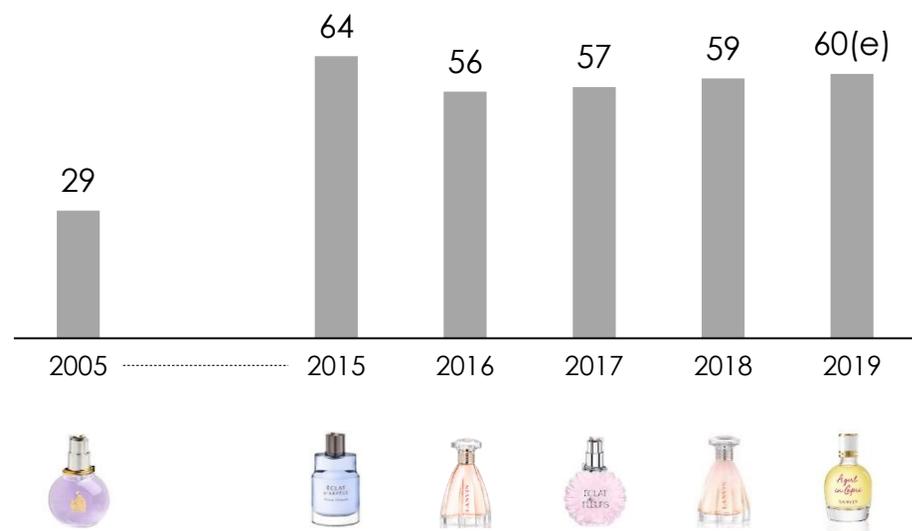
de l'activité  
totale du groupe

- 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

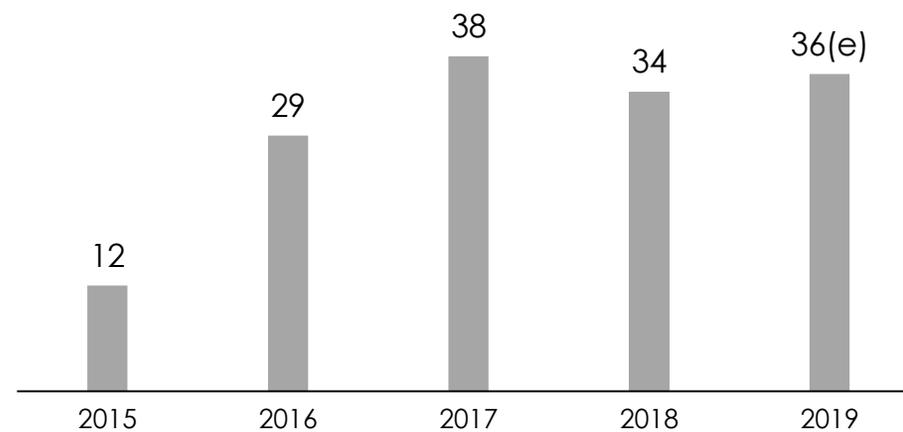
- Plusieurs initiatives tactiques en début d'année
  - ligne *Moustache*
  - troisième déclinaison de la ligne *Mademoiselle*
- Une nouvelle ligne féminine en fin d'année (ou en début d'année 2020)





# ROCHAS PARIS

Évolution des ventes (en M€)



*Moustache*  
ROCHAS  
PARIS

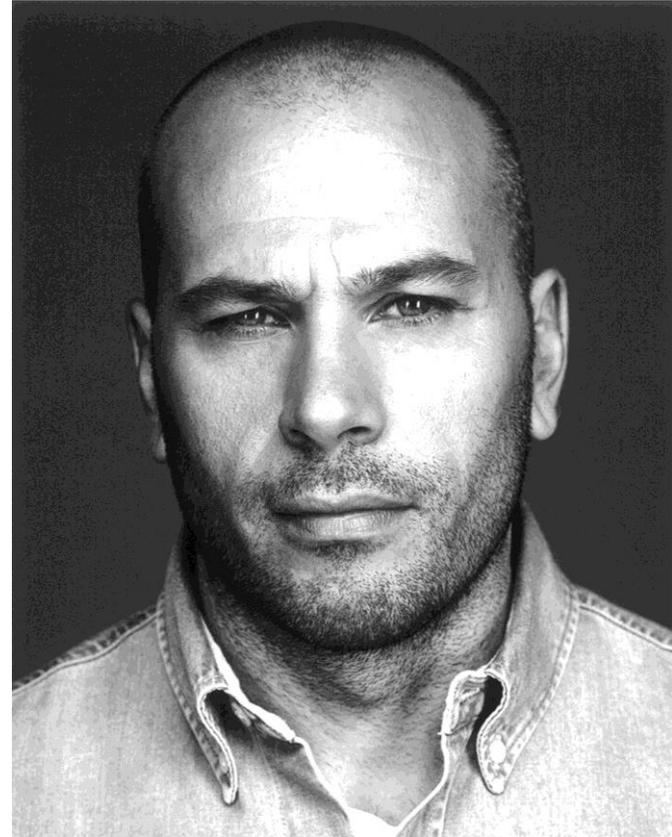
ROCHAS

MADEMOISELLE  
ROCHAS  
*Couture*

ROCHAS  
PARIS

#coutureinlove

# 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)

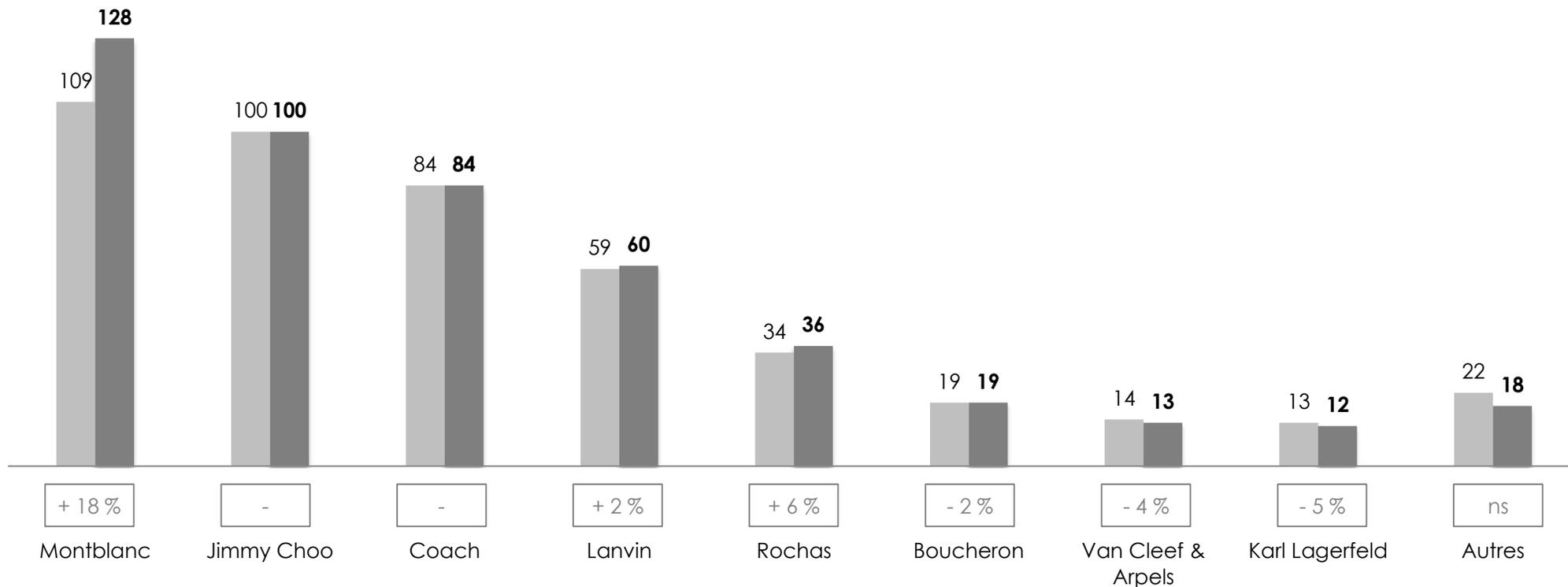
Activité quasi  
**stable**

- 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 %)

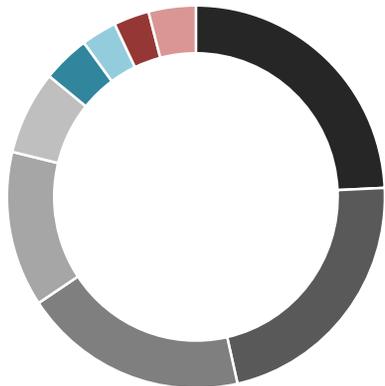


Révisé à la hausse en mars à

**480,0 M€** (+ 5 %)

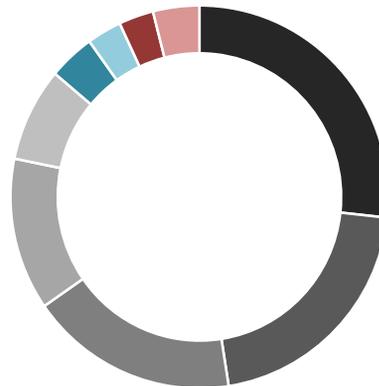
# Répartition par marque

2018



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

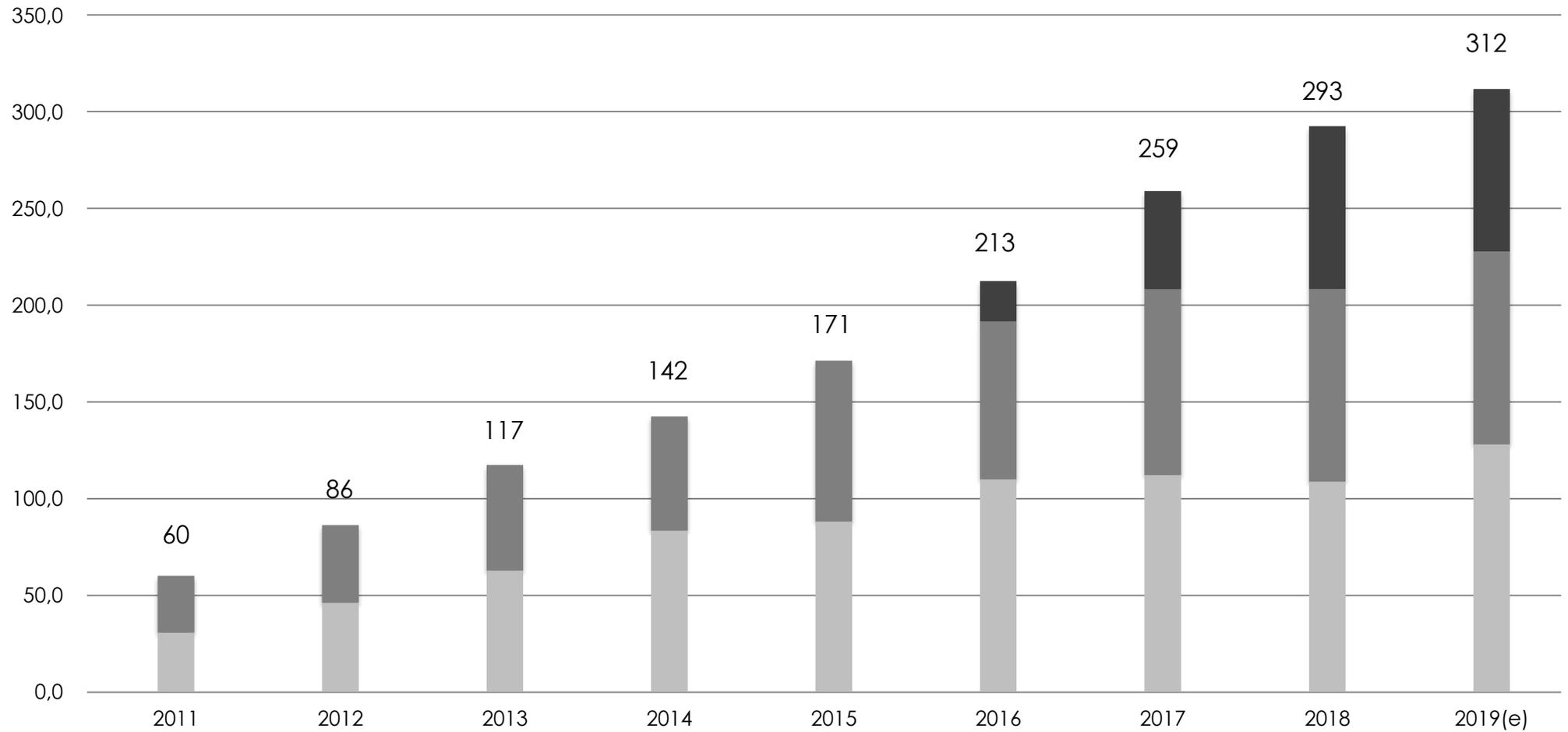
2019(e)



- 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





Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

**Perspectives 2020 - 2021**

## De nombreux projets sur 2020 et 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 *Éclat d'Arpège*

- **Rochas**

- une nouvelle ligne féminine
- une nouvelle ligne masculine

**Poursuite de la croissance...**

# Digital & e-commerce

- **Digital**

- fournir du contenu (textes & histoires, photos, films, spots publicitaires, making of,...) aux sites Internet et réseaux sociaux de nos marques, de nos agents et de nos distributeurs
- nouveaux canaux de diffusion (co-branding, influenceuses)
- une part croissante des dépenses media, mais moins impactante que les médias historiques, comme la presse et la télévision (Source Les Echos 29 mai 2019)

- **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

- **e-commerce US**

- 15% des ventes aux Etats Unis soit environ 600 M\$
- des taux de croissance compris entre 50 et 190% pour Interparfums en 2018

# Mademoiselle Rochas



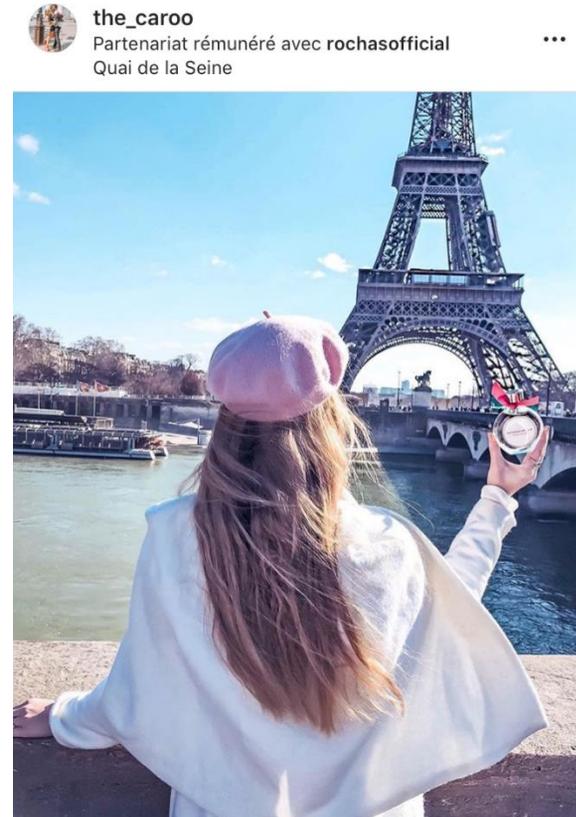
# Mademoiselle Rochas

Instagram Rochas - Animation du compte en propre @rochasofficial



# Mademoiselle Rochas

## Instagram Rochas - Partenariat avec des influenceuses



# Mademoiselle Rochas

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

The screenshot shows the product page for Mademoiselle Rochas on the Nocibé website. The page is divided into two sections: 'EAU DE PARFUM' and 'EAU DE TOILETTE'. Each section features a 'JE DÉCOUVRE' button and descriptive text about the fragrance. The 'EAU DE PARFUM' section includes a photo of a woman in a car and a circular graphic with rose petals. The 'EAU DE TOILETTE' section includes a photo of a woman and a circular graphic with rose petals. The page also features a navigation bar with the Nocibé logo and a search bar.

This advertisement features a close-up of a young couple smiling at each other. To the right, the Mademoiselle Rochas perfume bottle is displayed against a white background. The bottle is pink with a silver cap and a pink ribbon. The text 'MADEMOISELLE ROCHAS' is visible on the bottle and above it.

This advertisement features the Mademoiselle Rochas perfume bottle surrounded by a variety of colorful roses and petals. The text 'UN SILLAGE DÉLICAT AUX ACCENTS PÉTILLANTS !' is prominently displayed. Below this, the text 'NOUVEAU ROCHAS Mademoiselle Rochas Eau de toilette' is shown. At the bottom, there is a yellow button with the text '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

mirellepopo 🌸 je participe et j'invite @sylvie.larra  
eugeniedev 🌸🌸🌸🌸 @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'Équipe + Nocibé)



L'ÉQUIPE Basket

Jeep Élite 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) ...

directs 0 résultats s'abonner

exclusif NOCIBÉ NOCIBÉ

COACH NEW YORK

Le NOUVEAU PARFUM pour HOMME

COMMANDER

Jeep Élite Tous les transferts de...

amicaux Les Bleus avec Batum

Amicaux Douze joueuses convoquées

Amical Les Françaises dans le dur

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 Twitter Google+

7 partages

Basket

- 09:00 Jeep Élite 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

The screenshot shows a website layout with a navigation bar at the top, a main header for a Coach perfume advertisement, and a central article titled 'À la découverte des sports US : le basket'. The article includes a video player, social sharing buttons, and a list of sports news items on the right side. The background of the article features a Coach perfume bottle and a cityscape.



Investir  
Réunion d'actionnaires  
11 juin 2019

- 

**La Bourse**

# Répartition du capital

Au 28 février 2019

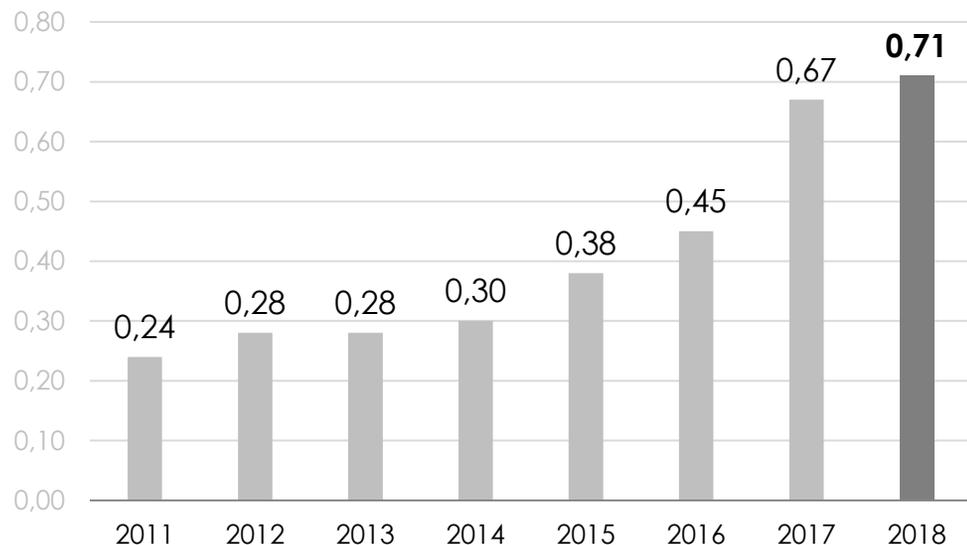


- Interparfums Inc. (fondateurs Phillipe Benacin et Jean Madar) : 72,4 % du capital
- Actionnaires individuels (8 880) : 7,2 % du capital
- Investisseurs Institutionnels français (219) : 8,4 % du capital
- Investisseurs Institutionnels étrangers (140) : 11,5 % du capital

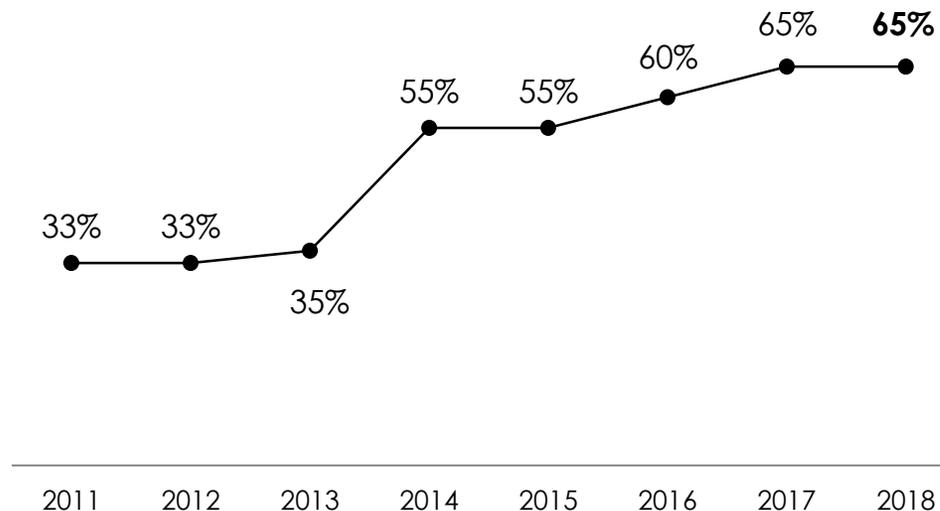
# Dividende & attribution gratuite d'actions

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

## Dividende par action



## Taux de distribution



## 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<sup>e</sup> année consécutive

# Cours de bourse (évolution sur 10 ans)



**40,60 €**

Cours de bourse au 6 juin 2019

**1,7 Md€**

Capitalisation

**28 000 titres**

Volume journalier

**+ 22 %**

Depuis le 01/01/2019

**+ 101 %**

Sur 5 ans

**+ 692 %**

Sur 10 ans

**x 33**

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 (0 800 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**

+ 53 %

taux de croissance  
du chiffre d'affaires  
sur 4 ans

+ 110 %

taux de croissance du  
résultat opérationnel  
sur 4 ans

+ 103 %

taux de croissance  
du résultat net  
sur 4 ans

- **Pour sa politique actionnariale**
  - croissance régulière du dividende
  - attribution gratuite régulière d'actions
- **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  
[www.interparfums.fr](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  
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](http://Interparfums.fr)