

interparfums

Résultats annuels

2021

2 mars 2022



# Sommaire



- **Faits marquants 2021**
- **Activité 2021 par marque**
- **Activité 2021 par zone**
- **Résultats 2021**
- **Approche RSE & Gouvernance**
- **Perspectives 2022**

A photograph of three women in elegant, sequined dresses. The woman on the left is wearing a gold sequined dress and looking towards the camera. The woman in the middle is wearing a silver sequined dress and smiling broadly. The woman on the right is wearing a red sequined dress and smiling. The background is a blurred display of jewelry.

# • Faits marquants

# 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**
- **Fin de la licence Paul Smith (pour mémoire)**

# Lancements 2021

- Des lancements réussis



*I Want Choo*



*Montblanc Explorer Ultra Blue*

# Lancements 2021

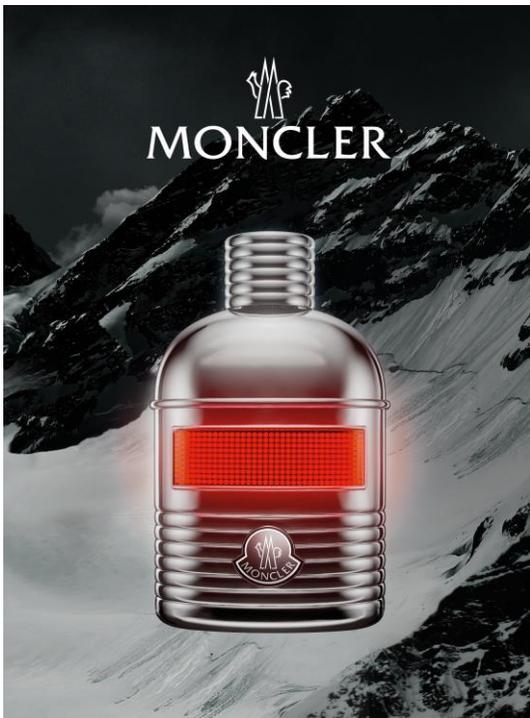
- Une première initiative éco-responsable



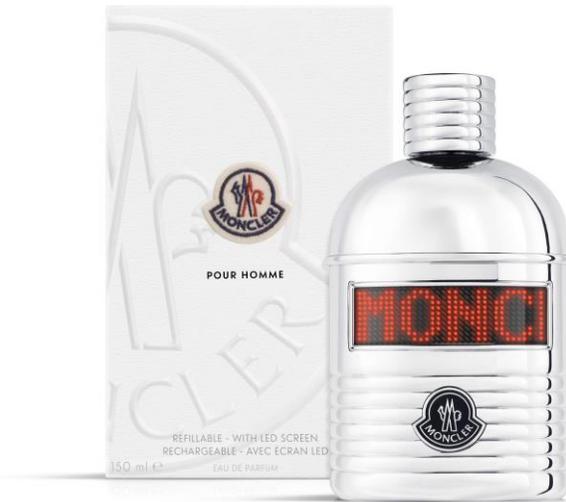
**Rochas Girl**

# Lancements 2021

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



*Moncler pour homme*



*Moncler pour femme*



# 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





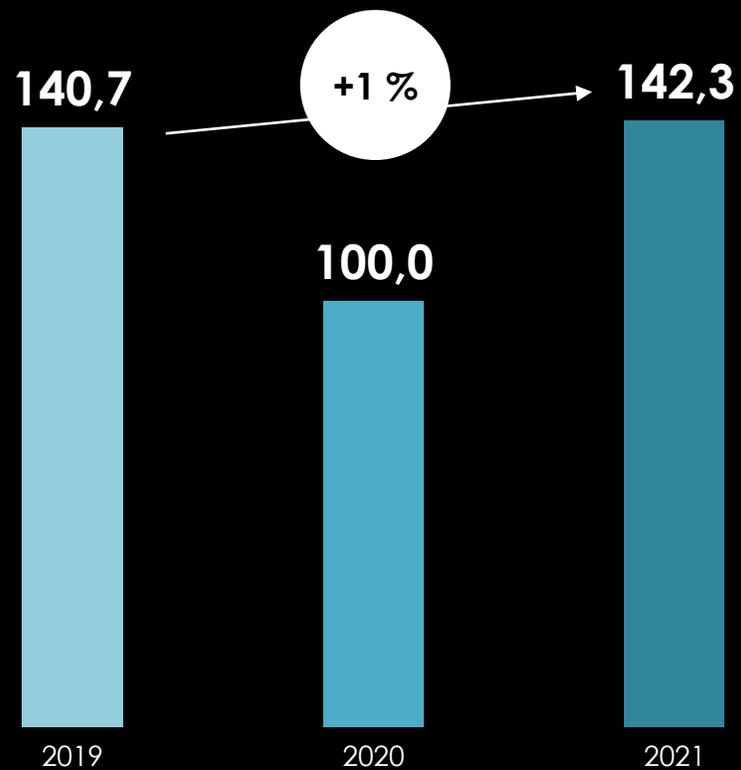
- **Activité  
par  
marque**

• **MONT  
BLANC** 



# Chiffre d'affaires

(en M€)



**Retour sur les niveaux d'activité de 2019**



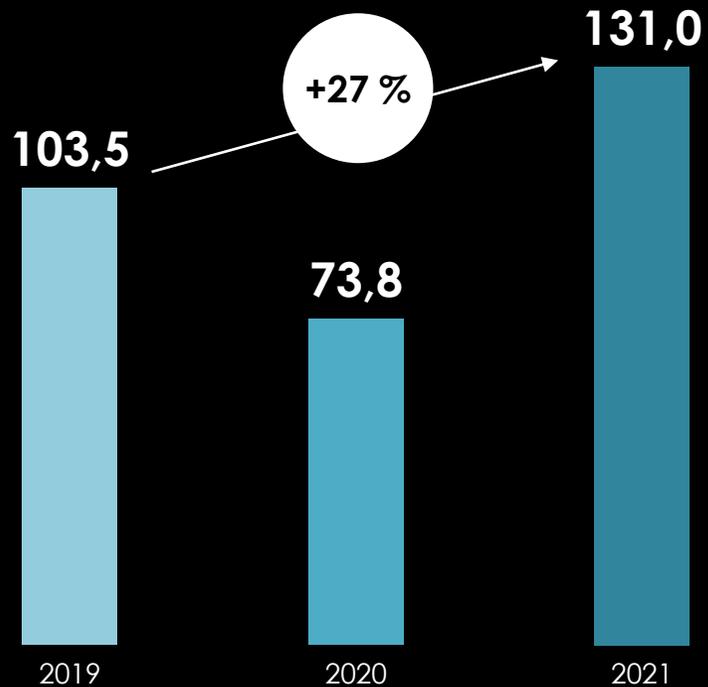
**Succès de la ligne Montblanc Explorer  
Ultra Blue**

- JIMMY CHOO



# Chiffre d'affaires

(en M€)



Une forte croissance par rapport à 2019

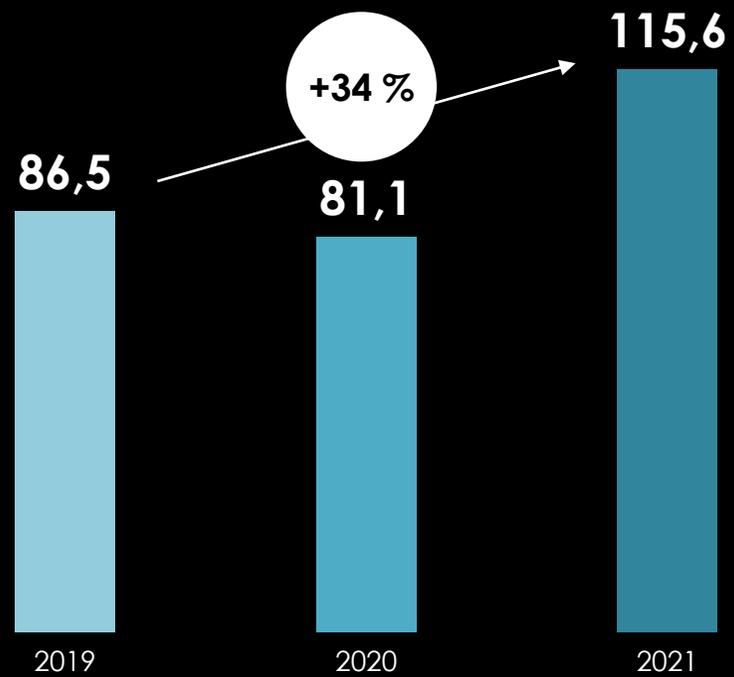


Succès de la ligne *I Want Choo*, notamment aux Etats-Unis



# Chiffre d'affaires

(en M€)



**Solidité des lignes féminines et masculines  
Coach**



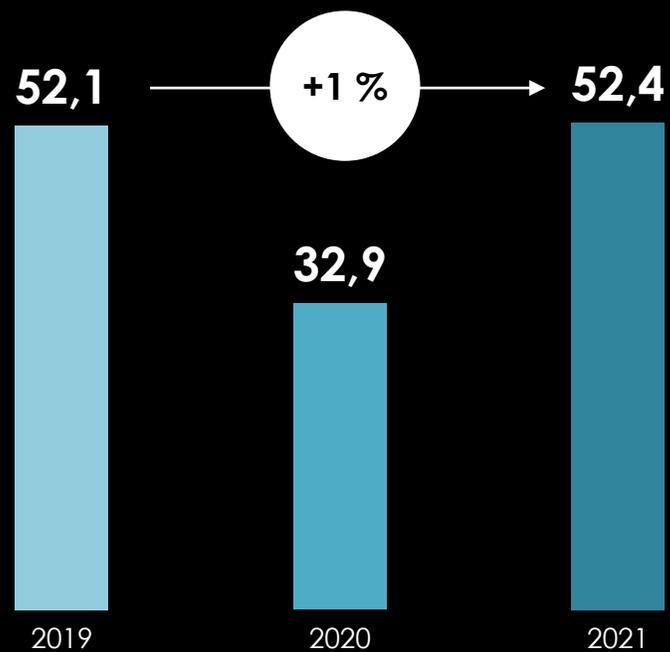
**Lancement de la ligne Coach  
Dreams Sunset**

• **LANVIN**  
PARFUMS



# Chiffre d'affaires

(en M€)



Un niveau d'activité plus normatif



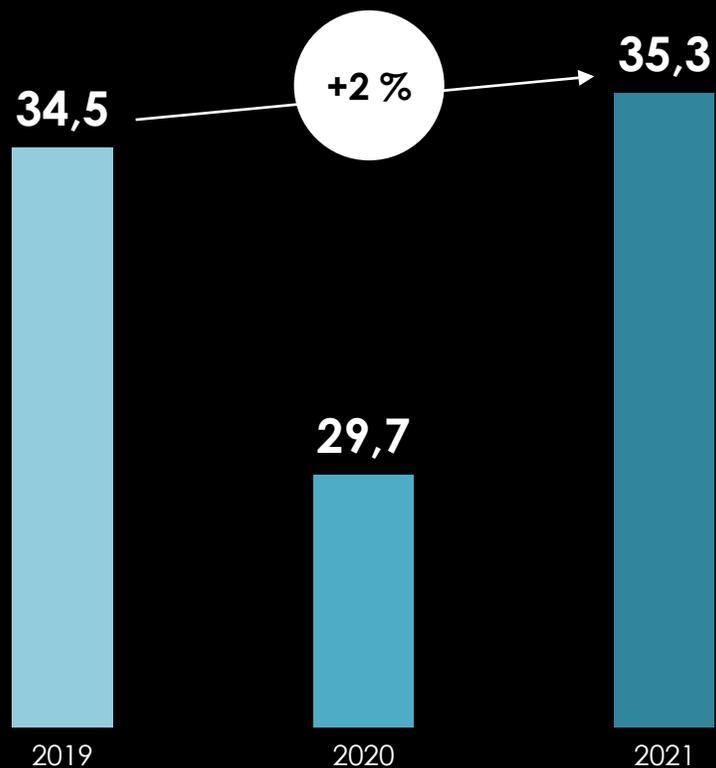
Rebond de la ligne *Eclat d'Arpège*, notamment en Asie et en Europe de l'Est

• **ROCHAS**  
PARIS



# Chiffre d'affaires

(en M€)



Un niveau plus normatif également



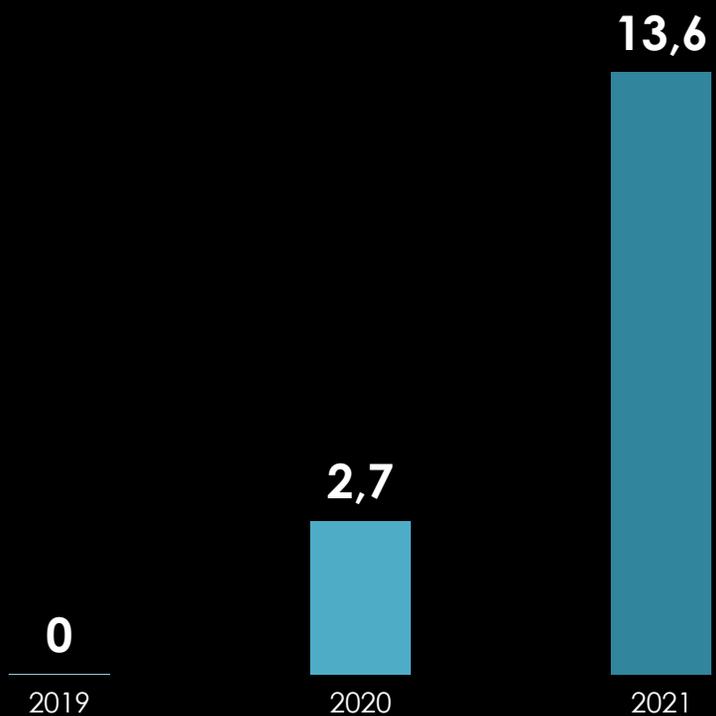
Lancement de *Rochas Girl*, ligne à faible impact environnemental

- **kate spade**  
NEW YORK



# Chiffre d'affaires

(en M€)



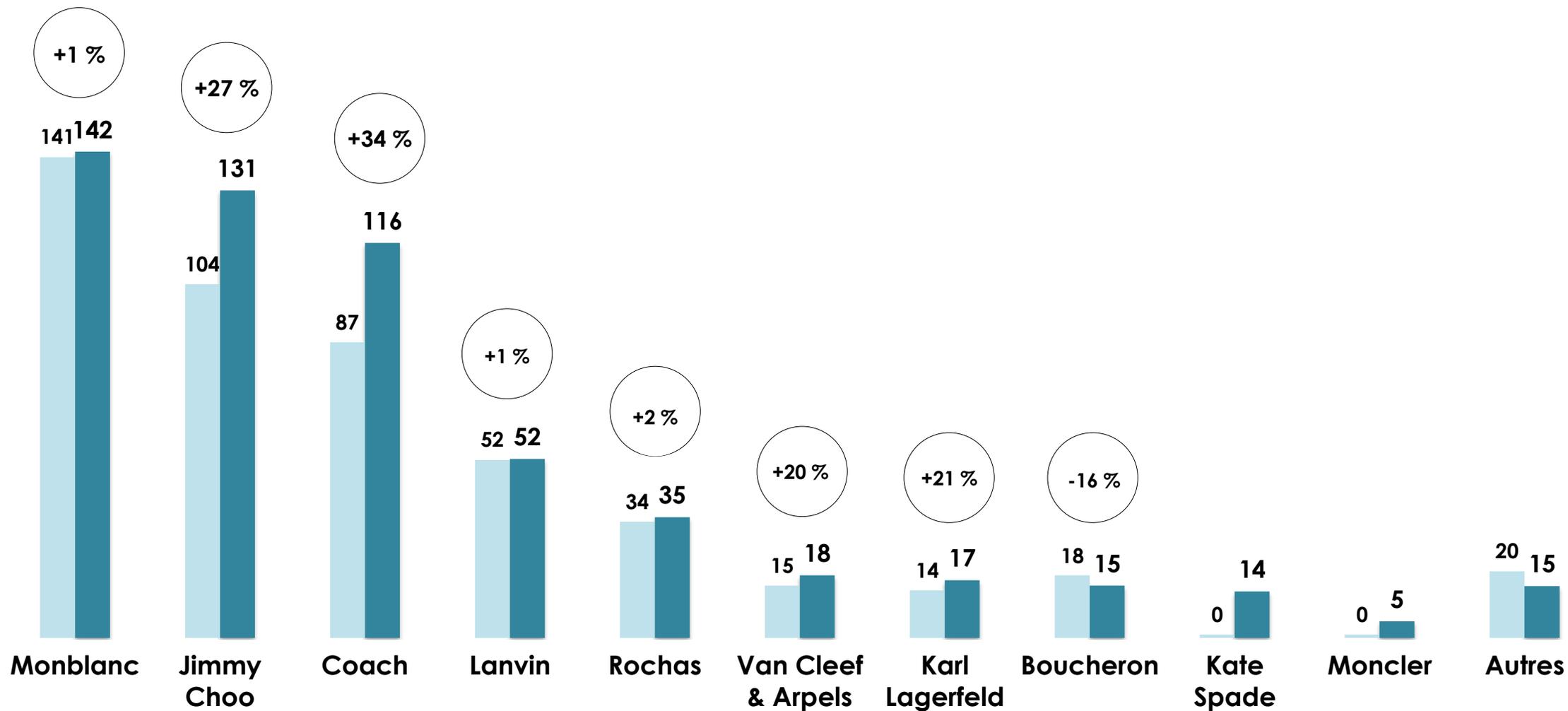
**Kate Spade New York, première initiative sur la marque**



**Un bon accueil sur le marché américain**

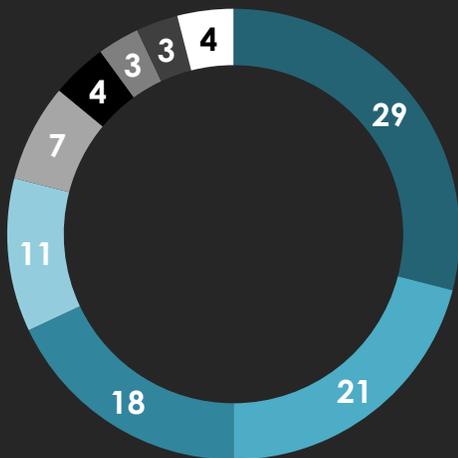
# Chiffre d'affaires 2021 par marque

(2021 / 2019 - en M€)



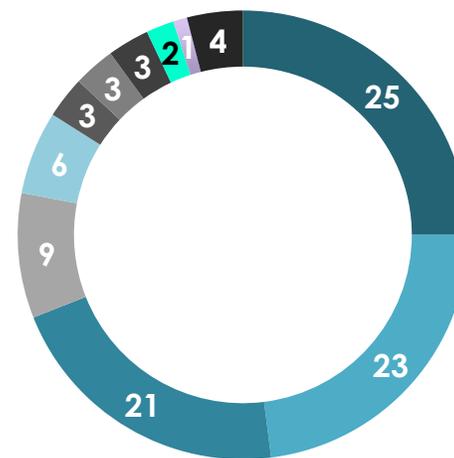
# Répartition par marque

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



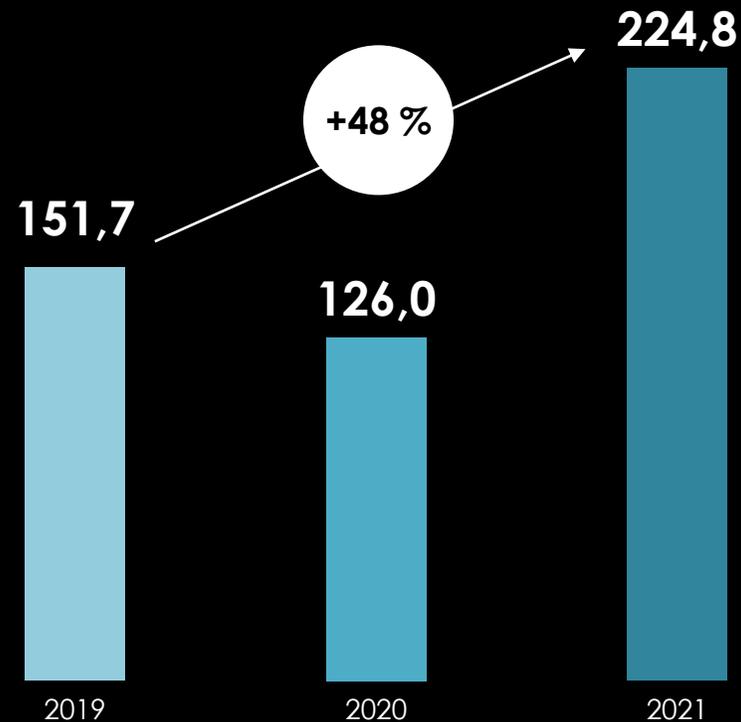
- Montblanc : 25 %
- Coach : 21 %
- Rochas : 6 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Kate Spade : 2 %
- Autres marques : 4 %
- Jimmy Choo : 23 %
- Lanvin : 9 %
- Boucheron : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Moncler : 1 %

A close-up photograph of a person's hands writing on a white notepad. The notepad is placed on a green tray with a silver teapot. The person is wearing a pink shirt, a watch, and a ring. The notepad has the Café de Flore logo and the text 'Chère amie en' written on it. The background is a blurred interior setting.

# • Activité 2021 par zone

# Amérique du Nord

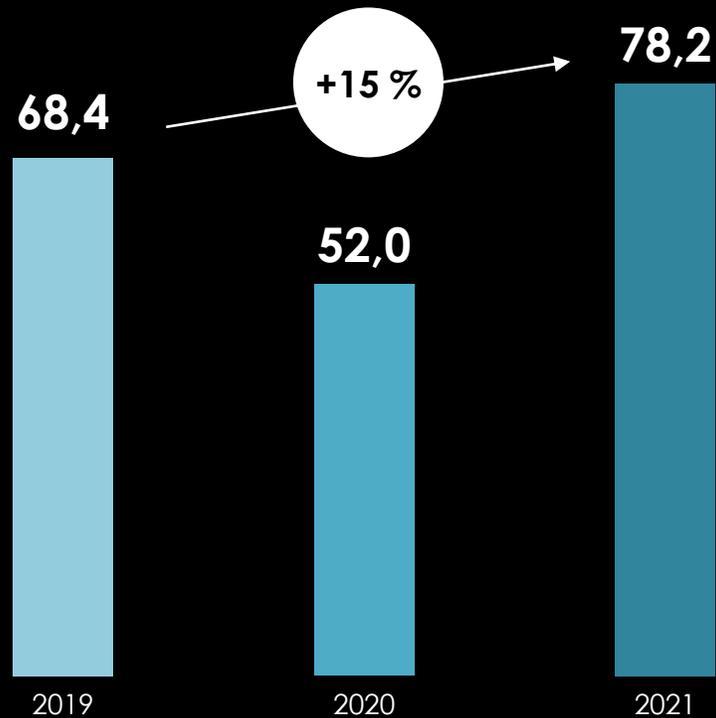
(en M€)



- **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

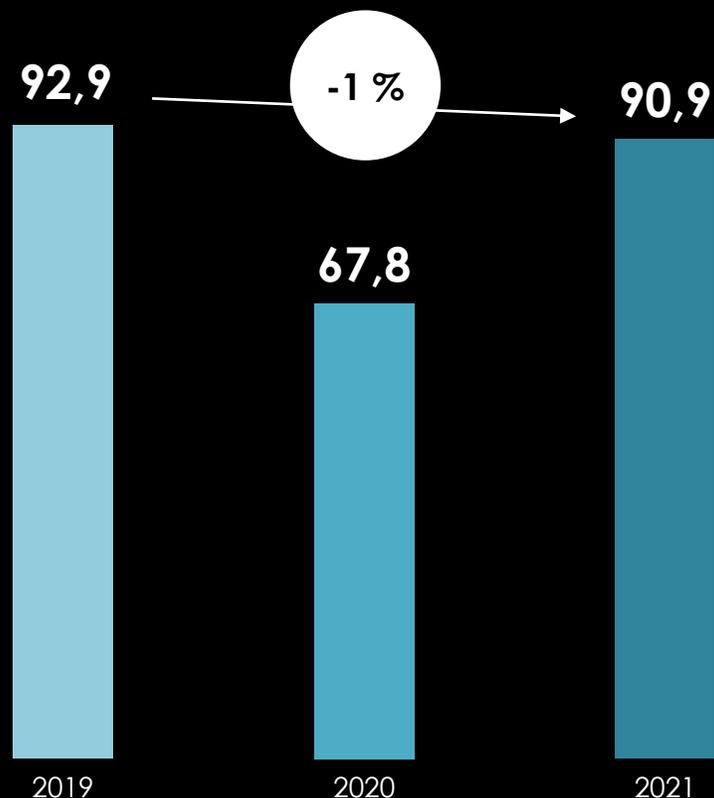
(en M€)



- **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

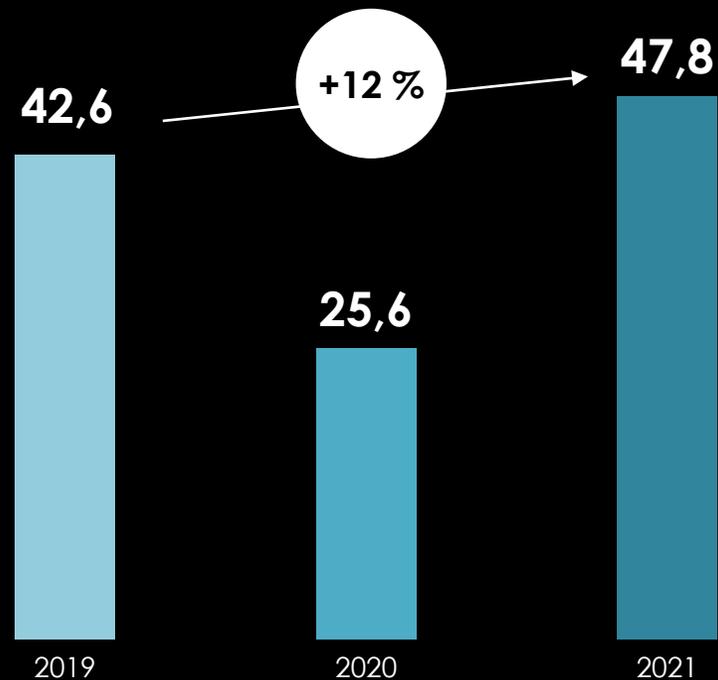
(en M€)



- **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<sup>er</sup> semestre

# Europe de l'Est

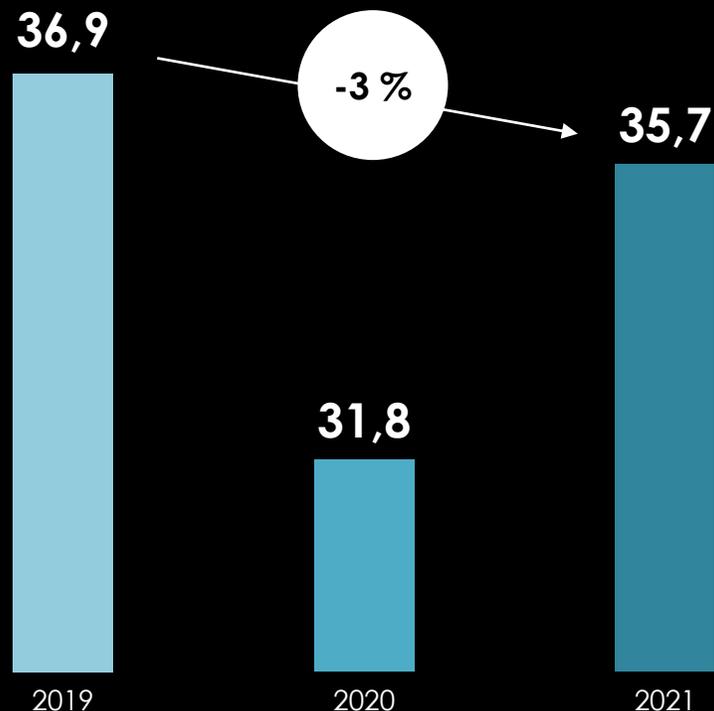
(en M€)



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

# France

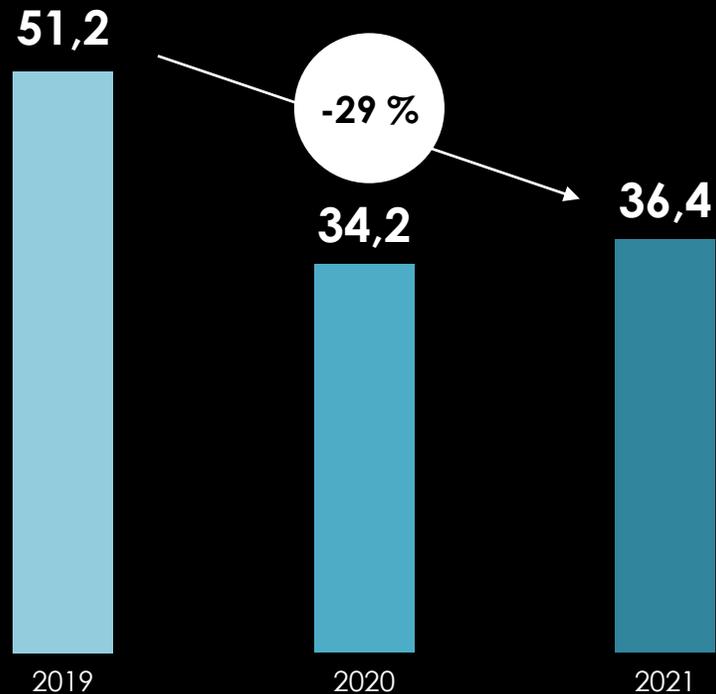
(en M€)



- **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

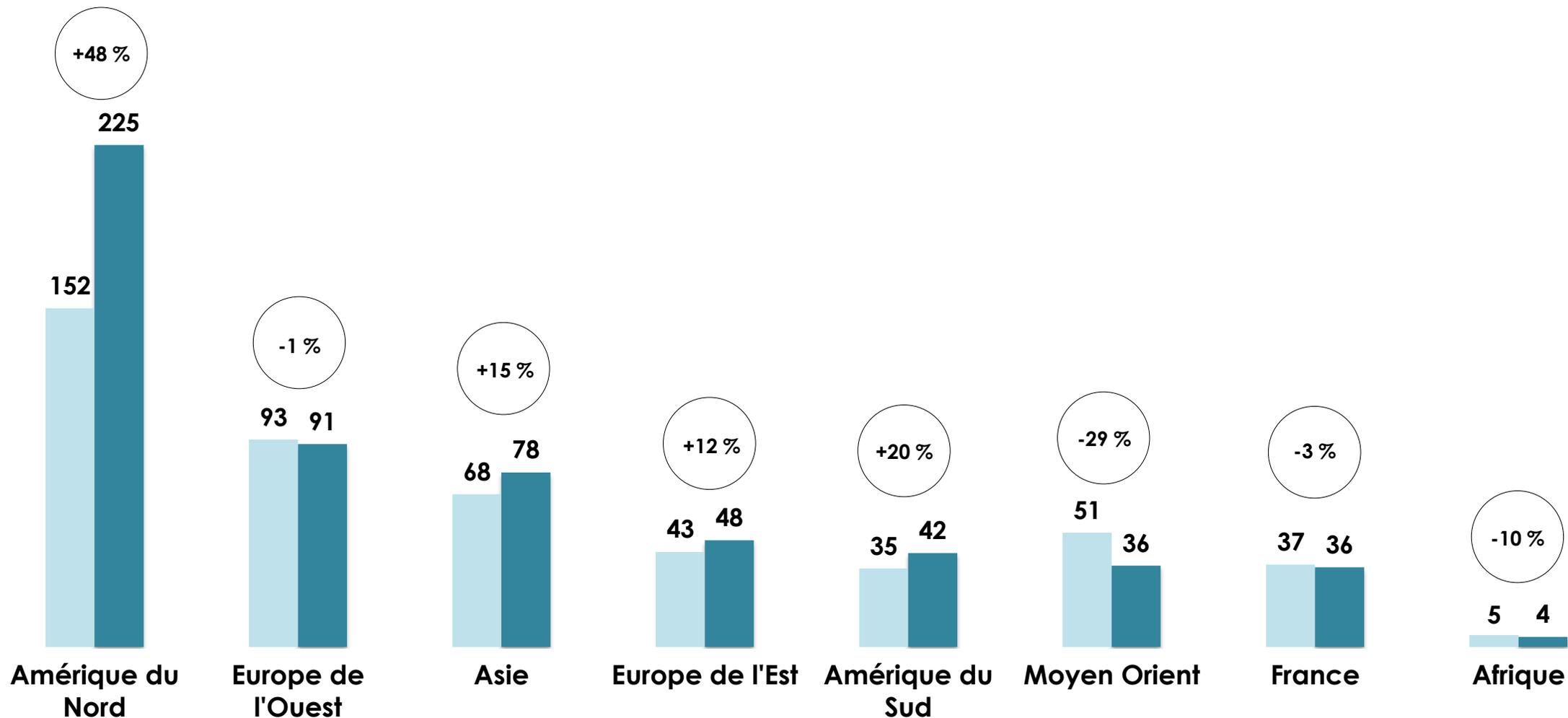
(en M€)



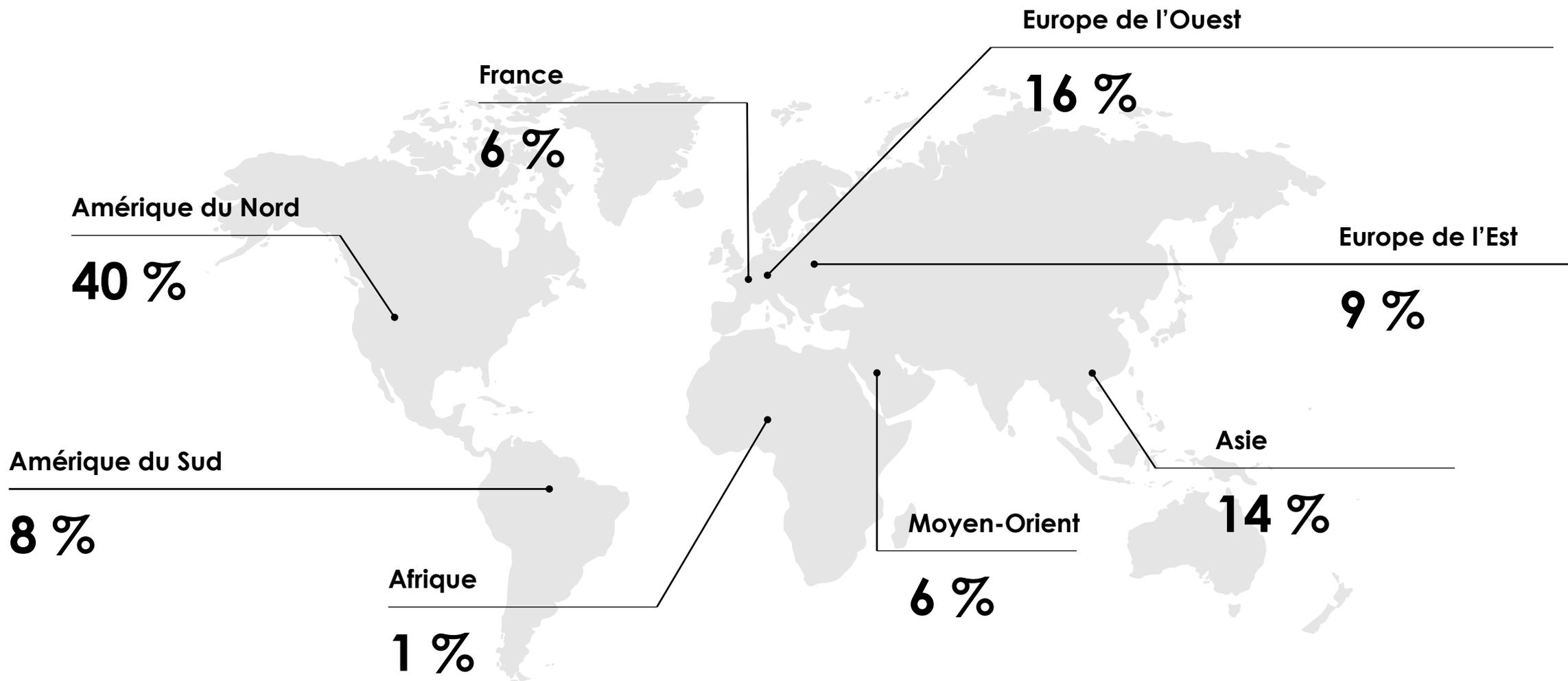
- **Une activité qui reste affectée**
  - Par le recul des flux touristiques sur la zone
  - Par les fermetures de points de ventes dans certains pays au premier semestre
  - Par un changement de partenaire aux Emirats Arabes Unis

# Chiffre d'affaires 2021 par zone

(2021 / 2019 - en M€)



# Répartition 2021 par zone



# Travel Retail monde 2021

(en M€)

- **Activité globale**

- Un chiffre d'affaires total de 33 M€ en 2021 contre 21 M€ en 2020 (+57%) mais contre 50 M€ en 2019 (-34 %)
- Le Travel Retail représentait 12 % du chiffre d'affaires en 2019, il stagne à 7 % du chiffre société en 2020 et 2021

- **Activité par zone**

- L'Asie et l'Europe de l'Ouest sont les zones les plus impactées (-56 % et -52 % vs 2019)
- Les Amériques résistent mieux (-14 %)

- **Activité par marque**

- Van Cleef & Arpels en tête de liste, qui double son activité en 2021 vs 2019 grâce à son introduction en Chine et en Corée
- Coach réalise une très belle performance à -14 % vs 2019 grâce à son succès dans les Amériques
- Montblanc et Jimmy Choo terminent l'année autour de -50 % vs 2019

# Poids ventes internet Interparfums / marché en 2021

	<u>2019</u>		<u>2021</u>	
	IP	Marché	IP	Marché
Etats Unis	10 %	16 %	12 %	23 %
France	11 %	9 %	16 %	15 %
Royaume Uni	23 %	20 %	41 %	37 %
Allemagne	15 %	14 %	30 %	35 %
Italie	2 %	3 %	13 %	10 %
Corée du Sud	35 %	18 %	48 %	27 %
Chine	54 %	28 %	64 %	32 %

A blue classic car is driving away from the viewer on a long, straight dirt road that stretches into the distance. The road is flanked by dry, scrubby vegetation and leads towards a range of mountains under a clear sky. The car is kicking up a cloud of dust behind it. The license plate of the car reads 'CFH 74863'.

# • Résultats 2021

# Résultats 2021

(en M€)

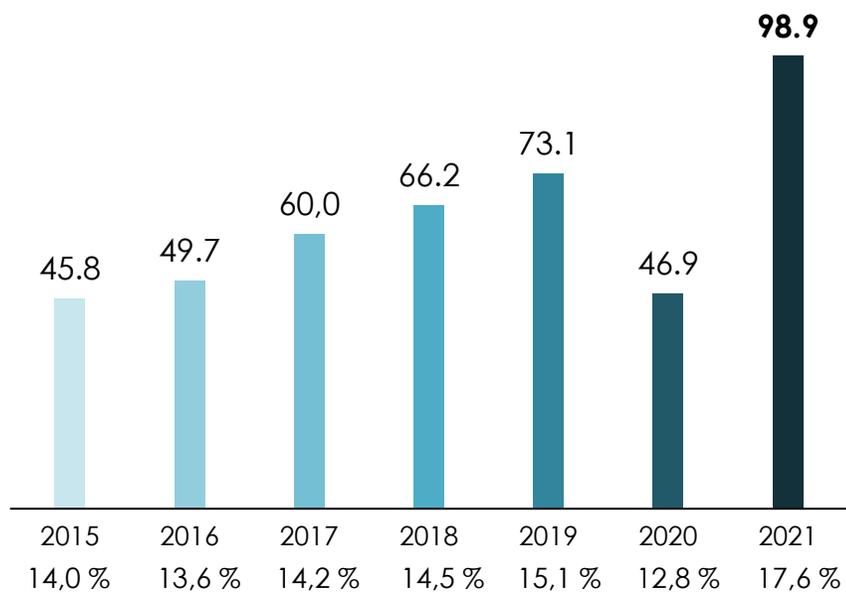
	2017	2018	2019	2020	<b>2021</b>
Chiffre d'affaires	422,0	455,3	484,3	367,4	<b>560,8</b>
Marge brute	275,9	294,2	308,8	227,1	<b>365,6</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	65,4 %	64,6 %	63,8 %	61,8 %	<b>65,2 %</b>
Résultat opérationnel	60,0	66,2	73,1	46,9	<b>98,9</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	14,2 %	14,5 %	15,1 %	12,8 %	<b>17,6 %</b>
Résultat net part du Groupe	40,0	47,2	50,6	30,7	<b>71,1</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	9,5 %	10,4 %	10,5 %	8,4 %	<b>12,7 %</b>

	2017	2018	2019	2020	<b>2021</b>
Capitaux propres	421,8	444,6	462,8	492,5	<b>541,4</b>
Trésorerie actif	221,1	213,0	205,7	228,2	<b>257,7</b>
Endettement financier	50,5	30,3	10,0	11,0	<b>109,8</b>

# Résultats 2021

(en M€)

## Résultat opérationnel



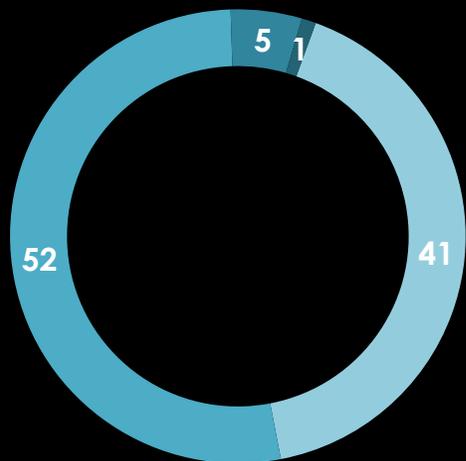
Marge opérationnelle

## Résultat net



Marge nette

# Effet devises 2021



- Euro : 41 %
- Dollar US : 52 %
- Livre Sterling : 5 %
- Autres : 1 %

Devise	Cours moyen 2019	Cours moyen 2021	Impact CA
€/\$	1,122	1,184	- 16,1 M€
€/£	0,887	0,858	+ 0,9 M€
€/¥	122,5	130,3	- 0,4 M€
<b>Impact total</b>			<b>-15,6 M€</b>

Chiffre d'affaires

**576 M€**

à devises constantes

Variation

**+ 19 %**

à devises constantes

# Compte de résultat 2021

(1<sup>ère</sup> partie - en M€)

	2019	2020	2021	2021/2019
Chiffre d'affaires	484,3	367,4	<b>560,8</b>	+16 %
Coût des ventes	(175,4)	(140,3)	<b>(195,2)</b>	+11 %
<b>Marge brute</b>	<b>308,8</b>	<b>227,1</b>	<b>365,6</b>	<b>+18 %</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>63,8 %</b>	<b>61,8 %</b>	<b>65,2 %</b>	
Logistique et transport	(12,4)	(8,1)	<b>(14,2)</b>	+14 %
Marketing et publicité	(109,5)	(71,8)	<b>(123,4)</b>	+13 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	22,6 %	19,5 %	<b>22,0 %</b>	
Royalties	(36,2)	(29,6)	<b>(46,5)</b>	+28 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	7,5 %	8,1 %	<b>8,3 %</b>	
Frais de personnel (hors production)	(40,4)	(34,1)	<b>(41,7)</b>	+3 %
Sous-traitance filiales	(6,7)	(4,3)	<b>(7,9)</b>	+18 %
Dotations amortissements et provisions	(6,3)	(14,0)	<b>(10,6)</b>	+68 %
Impôts et Taxes	(3,8)	(3,1)	<b>(3,7)</b>	-3 %
Autres	(20,3)	(15,2)	<b>(16,7)</b>	-18 %
Résultat opérationnel courant	73,1	46,9	<b>100,9</b>	+38 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	15,1 %	12,8 %	<b>17,6 %</b>	

# Compte de résultat 2021

(1<sup>ère</sup> partie)

- **Une marge brute élevée en 2021**  
**65,2 % (+1,4 pts)**

- Un bon contrôle des coûts de production
- Une augmentation de la marge brute de la filiale US  
52,2 % en 2019 → 54,0 % en 2021
- Une augmentation du poids des ventes de la filiale US dans l'activité totale  
25,8 % en 2019 → 33,5 % en 2021
- Un effet devises légèrement négatif

# Compte de résultat 2021

(1<sup>ère</sup> partie - en M€)

	2019	2020	2021	2021/2019
Chiffre d'affaires	484,3	367,4	<b>560,8</b>	+16 %
Coût des ventes	(175,4)	(140,3)	<b>(195,2)</b>	+11 %
Marge brute	308,8	227,1	<b>365,6</b>	+18 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	63,8 %	61,8 %	<b>65,2 %</b>	
Logistique et transport	(12,4)	(8,1)	<b>(14,2)</b>	+14 %
Marketing et publicité	(109,5)	(71,8)	<b>(123,4)</b>	+13 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	22,6 %	19,5 %	<b>22,0 %</b>	
Royalties	(36,2)	(29,6)	<b>(46,5)</b>	+28 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	7,5 %	8,1 %	<b>8,3 %</b>	
Frais de personnel (hors production)	(40,4)	(34,1)	<b>(41,7)</b>	+3 %
Sous-traitance filiales	(6,7)	(4,3)	<b>(7,9)</b>	+18 %
Dotations amortissements et provisions	(6,3)	(14,0)	<b>(10,6)</b>	ns
Impôts et Taxes	(3,8)	(3,1)	<b>(3,7)</b>	-3 %
Autres	(20,3)	(15,2)	<b>(16,7)</b>	-18 %
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>73,1</b>	<b>46,9</b>	<b>100,9</b>	<b>+38 %</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>15,1 %</b>	<b>12,8 %</b>	<b>18,0 %</b>	

# Compte de résultat 2021

(1<sup>ère</sup> partie)

- **Une marge opérationnelle courante exceptionnellement élevée en 2021**  
**18,0% (+2,9 pts)**
  - Des dépenses de marketing & publicité en légère baisse  
22,6 % en 2019 → 22,0 % en 2021
  - Des dépenses de personnel maîtrisées  
+3 %
  - Baisse de certains coûts fixes comme les frais de déplacement

# Compte de résultat 2021

(2<sup>ème</sup> partie - en M€)

	2019	2020	2021	2021/2019
Résultat opérationnel courant	73,1	46,9	100,9	+38 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	15,1 %	12,8 %	18,0 %	
Autres charges d'exploitation	-	-	<b>(2,0)</b>	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>73,1</b>	<b>46,9</b>	<b>98,9</b>	<b>+35 %</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>15,1%</b>	<b>12,8%</b>	<b>17,6%</b>	
Produits (charges) financier(e)s	0,8	0,9	-	
Différence de change	(0,8)	(2,0)	<b>2,4</b>	
Impôt sur les sociétés	(22,1)	(15,2)	<b>(29,7)</b>	+34 %
<i>Taux d'impôts réel</i>	30,2 %	33,3 %	<b>29,3 %</b>	
Quote-part de résultat de mise en équivalence	-	0,5	<b>0,1</b>	
Résultat net	51,1	31,0	<b>71,6</b>	+40 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	10,6 %	8,4 %	<b>12,8 %</b>	
Intérêts minoritaires	(0,5)	(0,3)	<b>(0,6)</b>	+20 %
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>50,6</b>	<b>30,7</b>	<b>71,1</b>	<b>+41 %</b>
<i>% du chiffre d'affaires</i>	<b>10,5 %</b>	<b>8,4 %</b>	<b>12,7 %</b>	

# Compte de résultat 2021

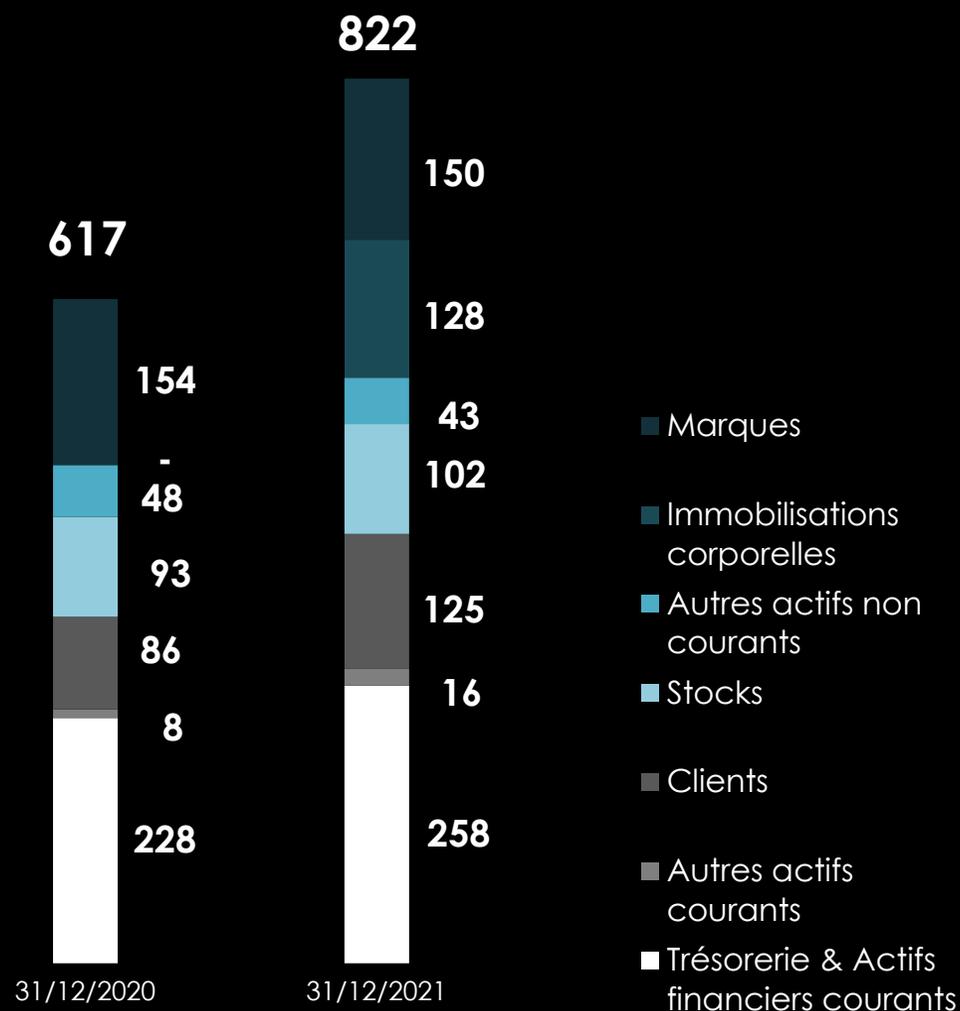
(2<sup>ème</sup> partie)

- **Une marge nette qui suit la même tendance en 2021**  
**12,7 % (+2,2 pts)**

- Une provision pour dépréciation de la Mode Rochas comptabilisée au 1<sup>er</sup> semestre 2021
- Une baisse des produits financiers liée à l'évolution des taux d'intérêt
- Une hausse des charges financières liée à la mise en place du financement du futur siège social
- Des différences de change positives grâce à des couvertures efficaces et une évolution favorable de la parité €/ \$ au deuxième semestre
- Un taux moyen d'impôt sur les sociétés en légère baisse  
30,2 % en 2019 → 29,3 % en 2021

# Bilan 2021 - Actif

(en M€)



## Marques 150 M€

- Quasi stabilité des actifs de marque
- Dépréciation de la Mode Rochas

## Immobilisations corporelles 128 M€

- Acquisition du futur siège social

## Stocks 102 M€

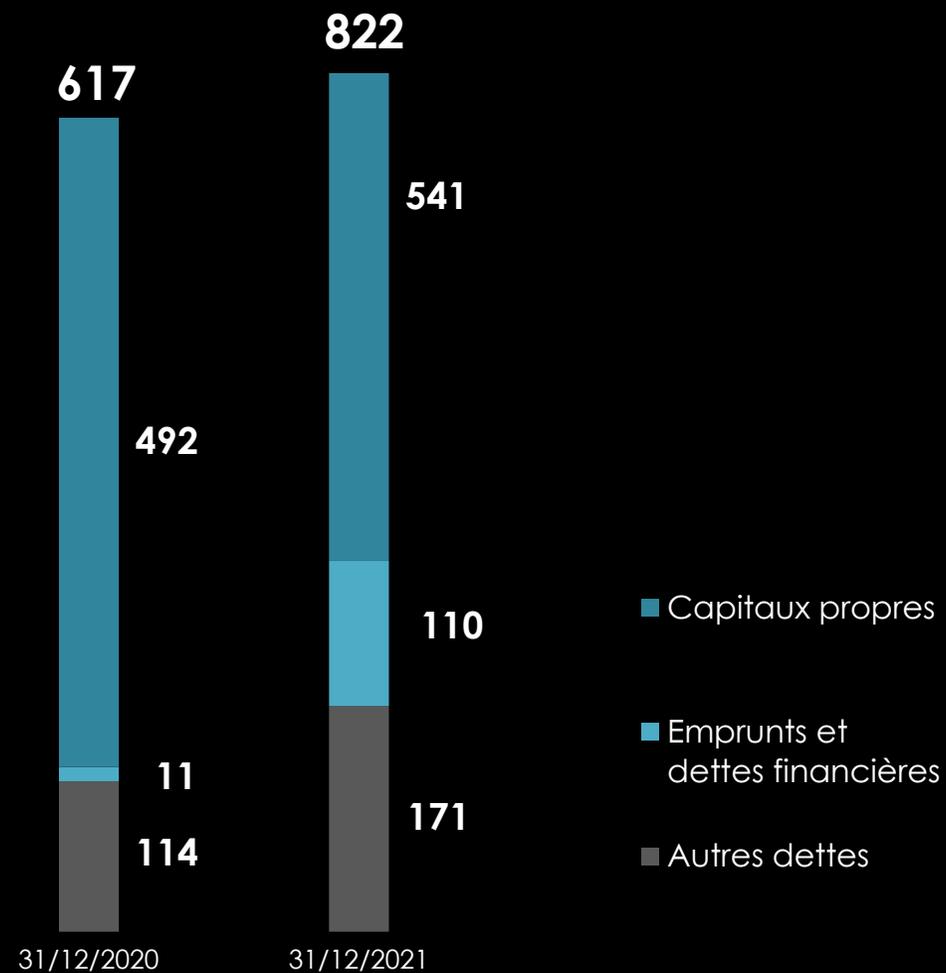
- Une hausse sensible des stocks de composants
- Mais une baisse des stocks de produits finis !

## Clients 125 M€

- Un encours clients en forte (et logique) hausse
- France 49 jours de vente
- Export 88 jours de vente

# Bilan 2021 - Passif

(en M€)



## Capitaux propres 541 M€

- 66 % du total du bilan

## Dettes financières 110 M€

- Encours du prêt Solferino

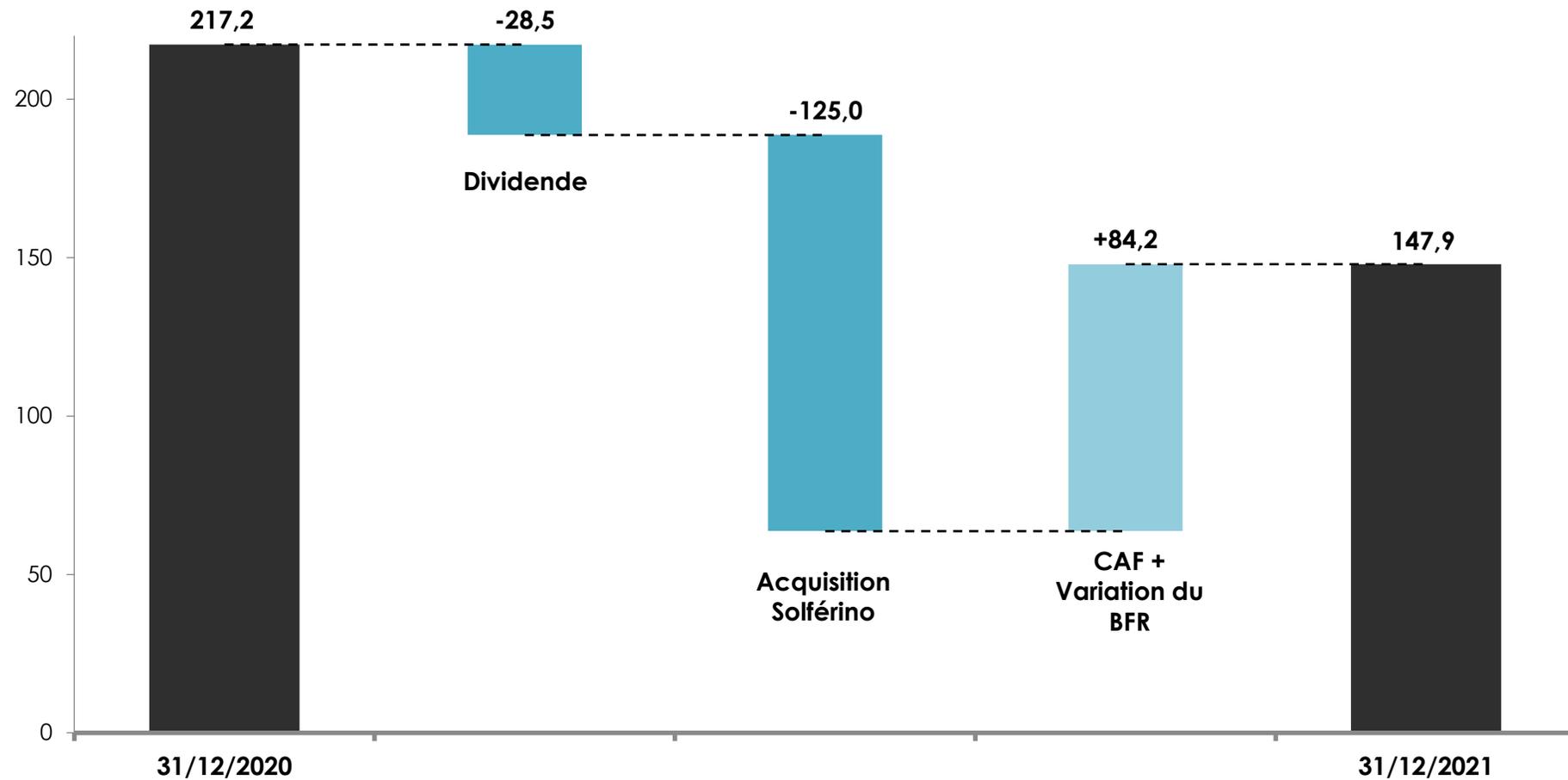
# Trésorerie nette d'emprunts

(en M€)

	31/12/2020	31/12/2021
Contrats de capitalisation	53,2	<b>78,9</b>
Comptes à terme	49,6	<b>40,3</b>
Actions	-	<b>21,6</b>
Autres	0,4	<b>0,5</b>
Actifs financiers courants (+3 mois)	103,2	<b>141,3</b>
Comptes à terme	24,6	<b>20,0</b>
Comptes bancaires	91,6	<b>86,1</b>
Comptes rémunérés	8,8	<b>10,3</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie (-3 mois)	125,0	<b>116,4</b>
Emprunts & dettes financières à plus d'un an	-	<b>(96,7)</b>
Emprunts & dettes financières à moins d'un an	(11,0)	<b>(13,1)</b>
Emprunts & dettes financières	(11,0)	<b>(109,8)</b>
Trésorerie « réelle » nette d'emprunts	217,2	<b>147,9</b>

# Trésorerie nette

(en M€)



# Dividende et attribution gratuite d'actions

## Dividende 2021



**0,94 €**  
par action

**75%**  
du résultat 2021



Date de  
détachement  
16 mai 2022 (0h00)

Date de  
paiement  
18 mai 2022

## Attribution gratuite 2022



23<sup>e</sup> attribution  
gratuite annuelle  
d'actions



Réalisable  
courant juin



Modalités à définir

# Synthèse des résultats 2021

- Des résultats supérieurs aux attentes grâce à la souplesse du modèle opérationnel

- Une profitabilité record

 Marge opérationnelle  
**17,6 %**

 Marge nette  
**12,7 %**

- Une situation financière toujours aussi solide

 Trésorerie  
**147,9 M€**

 Capitaux propres  
**541,4 M€**

# Calendrier de communication financière

**Chiffre d'affaires**  
1<sup>er</sup> trimestre 2022

 27 avril 2022

**Résultats**  
1<sup>er</sup> semestre 2022

 Mi septembre 2022

**Assemblée générale**  
2022

 29 avril 2022

# Contrôle interne

- Une campagne de tests pratiqué entre novembre 2021 et février 2022
- Portant sur 10 cycles, 39 zones de risques et 113 contrôles
- Réalisée en interne par 2 contrôleurs financiers et 2 informaticiens
- Avec un renforcement des exigences sur la sécurité des systèmes d'information
- Pas de déficiences



• **Approche RSE & Gouvernance**

# RSE & Gouvernance

## Actions récentes

- Constitution d'un **Comité Exécutif RSE & Gouvernance**
  - Natacha Finateu (Juridique)
  - Véronique Duret (Ressources Humaines)
  - Solange Rolland (Consolidation & Contrôle Interne)
  - Karine Marty (Relations avec les actionnaires)
  - Axel Marot (Supply Chain & Opérations)
  - Cyril Levy-Pey (Communication)
  - Philippe Santi
- Elaboration de la **stratégie RSE** en matière **sociale, sociétale, environnemental** et de **gouvernance** avec l'aide d'un cabinet de conseil

# RSE & Gouvernance

## Actions récentes

- Une première initiative avec **Rochas Girl**, première ligne **à faible impact environnemental**
  - Un packaging certifié FSC (gestion durable de la forêt)
  - Une verrerie composée à 40 % de verre recyclé
  - Un capot en plastique recyclé
  - Une fragrance composée à 90,25 % de matières premières naturelles
  - Pas de colorant, pas de stabilisateur, pas de filtre UV
  - Une fabrication 100 % française



# Environnement

## Axes de travail 2022 & 2023

- Intégrer une dimension « **éco-conception optimisée** » dans le développement des produits
  - Réduction des quantités de verre, de plastique, de cartons, du nombre de références ...
  - Utilisation de verre recyclé, de plastique recyclé, de carton FSC, de matières naturelles, de laques hydro-soluble...
- S'appuyer sur des fournisseurs labellisés RSE grâce à la plateforme **EcoVadis**
- Compléter le Bilan carbone scope 3

# Social

## Axes de travail 2022 & 2023

- Formaliser nos pratiques sociales dans une **Charte Employeur Responsable**
- **Communiquer / Sensibiliser les collaborateurs** aux enjeux RSE
- Obtenir une certification « **bien-être des salariés** » sur notre futur siège social
- Continuer à **associer les salariés** aux résultats de l'entreprise
  - Participation aux résultats de l'entreprise bonifiée ou complétée
  - Plans d'Epargne et Fonds Actionnariat Interparfums abondés par la société
  - Plan d'actions de performance

# Sociétal

## Axes de travail 2022 & 2023

- Formaliser nos pratiques avec les parties prenantes dans une **Charte Ethique Interparfums**
- Maintenir des **relations partenariales** avec les parties prenantes (marques, clients, fournisseurs,...)
- Renforcer les pratiques en matière de **mécénat**

# Gouvernance

## Axes de travail 2022 & 2023

- **Poursuivre la formation / la sensibilisation en matière de RSE**
  - Administrateurs
  - Comex
  - Salariés
- **Faire évoluer la composition du Conseil d'administration** (avril 2023)
  - Remplacement de 3 administrateurs
  - Objectif : Parité femme/homme (40 % actuellement)
  - Objectif : Parité indépendants/non indépendants (40 % actuellement)
- **Créer un Comité Consultatif des Actionnaires**
  - Un groupe de 12 actionnaires individuels
  - 2 réunions par an

# Gouvernance

## Axes de travail 2022 & 2023

- **Créer un Comité RSE**
  - 1<sup>er</sup> semestre 2022
  - Composition et nombre de réunions à définir

# Rappel de notre démarche : La « RSE pour de vrai »

Copyright Middlednext

- Conforter nos pratiques en matière **sociale, sociétale et de gouvernance**
- Développer une pratique **environnementale** « Interparfums »
  - Pas de greenwashing mais une démarche pragmatique, à la mesure de notre taille
  - En matière de fabrication des composants, de conception des fragrances (jus), de fabrication des outils promotionnels (PLV) et de conditionnement industriel
  - Des objectifs qualitatifs et quantitatifs à court terme

# 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
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>71</b>	<b>74</b>	↗	<b>66</b>



• **Perspectives  
2022**

# Lancements 2022

- 1<sup>er</sup> trimestre



*Montblanc Legend Red*



*Kate Spade Sparkle*

# Lancements 2022

- 1<sup>er</sup> trimestre



**Collection Extraordinaire Patchouli blanc**



The NEW FRAGRANCE for HER

  
**COACH**  
NEW YORK  
*wild rose*



**Coach Wild Rose**

# Lancements 2022

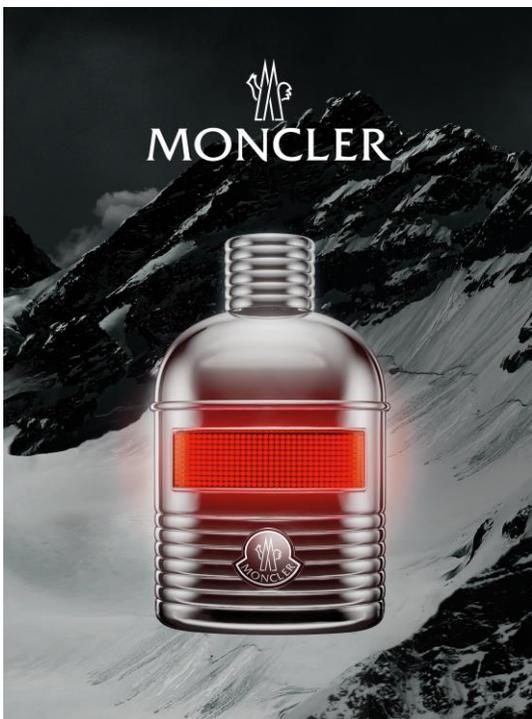
- 1<sup>er</sup> trimestre



**Rochas *Girl* rechargeable**

# Lancements 2022

- 1<sup>er</sup>/2<sup>e</sup> trimestre



*Moncler pour homme*



*Moncler pour femme*



# Faits marquants du début d'année 2022

- **Une activité soutenue à fin février 2022**

- En dépit de la persistance des tensions dans la chaîne d'approvisionnement
- Accompagnée par une hausse des prix de facturation pour compenser la hausse de certains coûts de production

- **Filiale américaine**

- Une demande toujours forte pour nos produits
- Mais un changement de logiciel de traitement des commandes chez notre partenaire local qui perturbe la facturation

- **Conflit Ukraine - Russie**

- Un marché russe (5 % de l'activité en 2021) qui risque de souffrir des sanctions imposées par l'Union Européenne et les Etats-Unis
- Un encours clients net de couverture assurance crédit de 3,5 M€ à ce jour

interparfums

Résultats annuels

2021

2 mars 2022

