

interparfums
Résultats semestriels

2021

Paris

8 septembre 2021



Sommaire



- **Faits marquants 1^{er} semestre 2021**
- **Activité 1^{er} semestre 2021 par marque**
- **Activité 1^{er} semestre 2021 par zone**
- **Résultats 1^{er} semestre 2021**
- **Lancements 2^e semestre 2021**
- **Guidances 2021**
- **Lancements 2022**

- **Faits marquants**
1^{er} semestre 2021

Philippe Benacin
Président-Directeur Général



Lancements 1^{er} semestre 2021

Principales initiatives



I Want Choo



Kate Spade



Rochas Girl

Lancements 1^{er} semestre 2021

Principales initiatives



**Montblanc Explorer
Ultra Blue**



**Coach
Dreams Sunset**

Lancements 1^{er} semestre 2021

Extensions & Collections



**Collection Extraordinaire
Orchid Leather**



**Boucheron
Quatre en Bleu**



**Boucheron Collection
Cuir de Venise**

Faits marquants 1^{er} semestre 2021

Un début d'année très dynamique

- **Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2021 : 266 M€**
- **En forte croissance par rapport au 1^{er} semestre 2019**
 - +12 % à devises courantes
 - +15 % à devises constantes
- **Fort rebond des marques et lignes majeures**
- **Succès des derniers lancements**
 - Jimmy Choo - *I Want Choo*
 - Montblanc - *Explorer Ultra Blue*

Faits marquants 1^{er} semestre 2021

Un début d'année très dynamique

- **Une accélération particulièrement marquée sur certaines zones**
 - Etats-Unis
 - Europe de l'Est
- **Une reprise plus lente sur d'autres**
 - Europe de l'Ouest
 - France
 - Moyen Orient
- **Acquisition du futur siège social rue de Solférino**
- **Forte hausse du résultat opérationnel et du résultat net**

Résultats 1^{er} semestre 2021

(en M€)

	S1 2019	S1 2020	S1 2021
Chiffre d'affaires	238,4	139,3	266,3
Marge brute	152,3	83,0	171,4
<i>% du chiffre d'affaires</i>	63,9 %	59,6 %	64,4 %
Résultat opérationnel	39,0	10,4	65,6
<i>% du chiffre d'affaires</i>	16,4 %	7,5 %	24,7 %
Résultat net part du Groupe	27,2	8,9	45,5
<i>% du chiffre d'affaires</i>	11,4 %	6,4 %	17,1 %

	31/12/2020	30/06/2021
Immobilisations incorporelles et corporelles	166,9	261,9
Trésorerie	228,2	221,1
Capitaux propres part du groupe	492,5	513,3
Emprunts & dettes financières	11,0	130,5

- **Activité**
1^{er} semestre 2021
par marque

Philippe Benacin
Président-Directeur Général

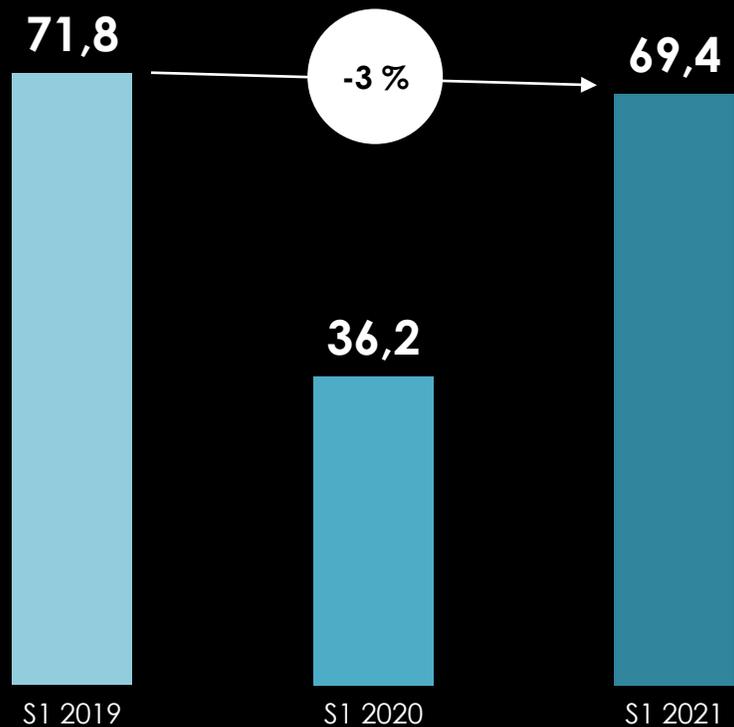


• **MONT
BLANC** 



Chiffre d'affaires

(en M€)



Un niveau d'activité comparable à celui du 1^{er} semestre 2019



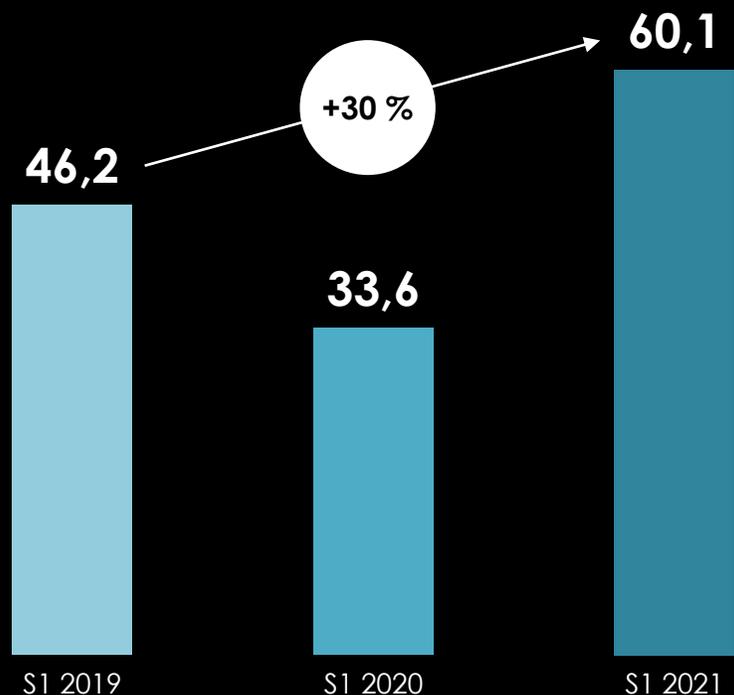
Lancement de la ligne *Montblanc Explorer Ultra Blue*

- JIMMY CHOO



Chiffre d'affaires

(en M€)



Une très forte croissance par rapport
au 1^{er} semestre 2019

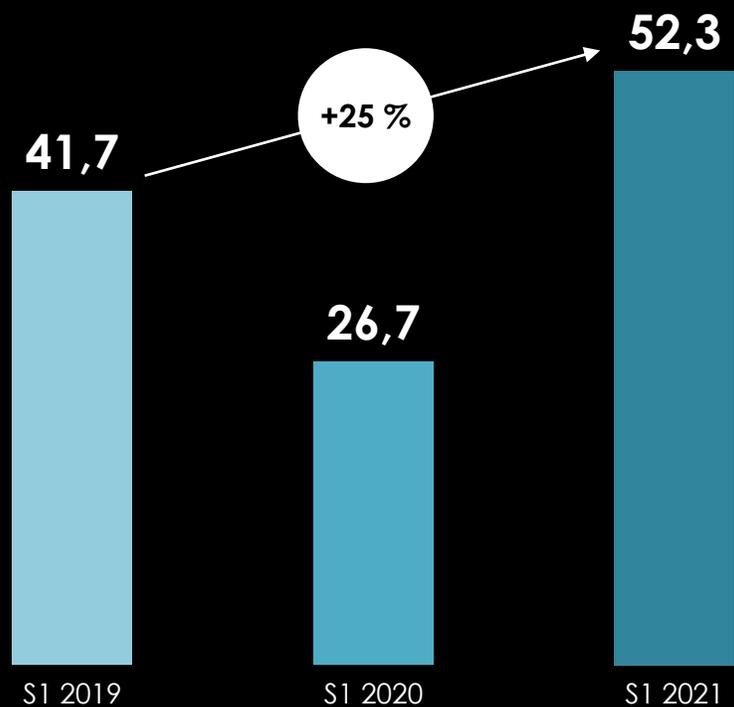


Lancement très réussi de la ligne
I Want Choo



Chiffre d'affaires

(en M€)



**Solidité des lignes féminines et masculines
Coach**



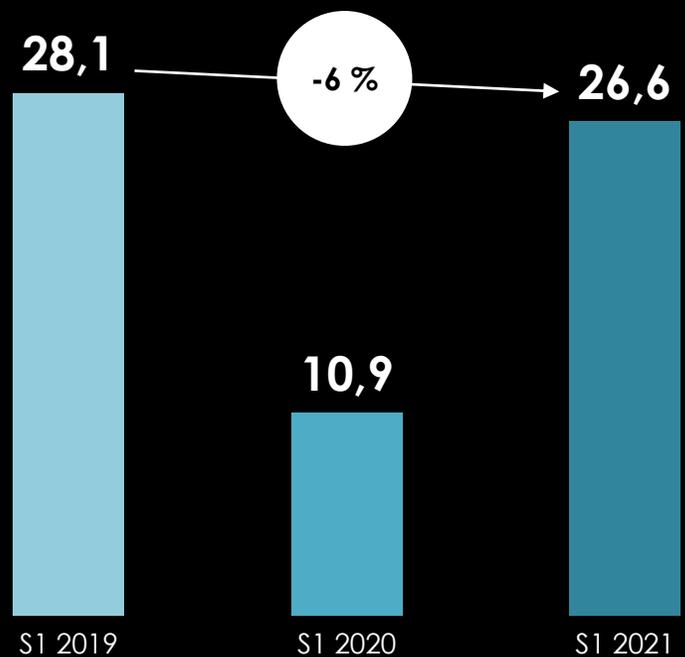
**Lancement de la ligne Coach
Dreams Sunset**

• **LANVIN**
PARFUMS



Chiffre d'affaires

(en M€)



Un niveau d'activité plus normatif



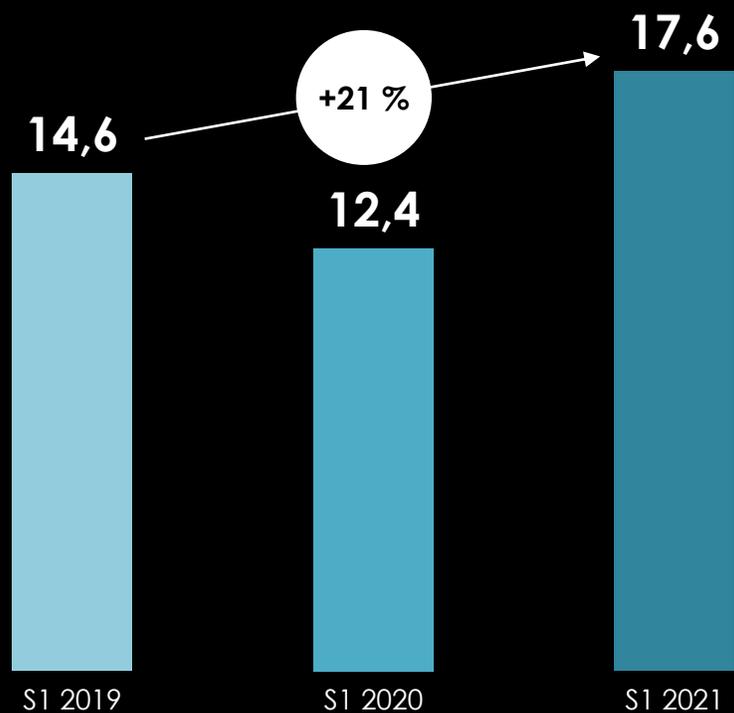
Un fort rebond en Asie et en Europe de l'Est

• **ROCHAS**
PARIS



Chiffre d'affaires

(en M€)



Une progression de plus de 20 % par rapport au 1^{er} semestre 2019



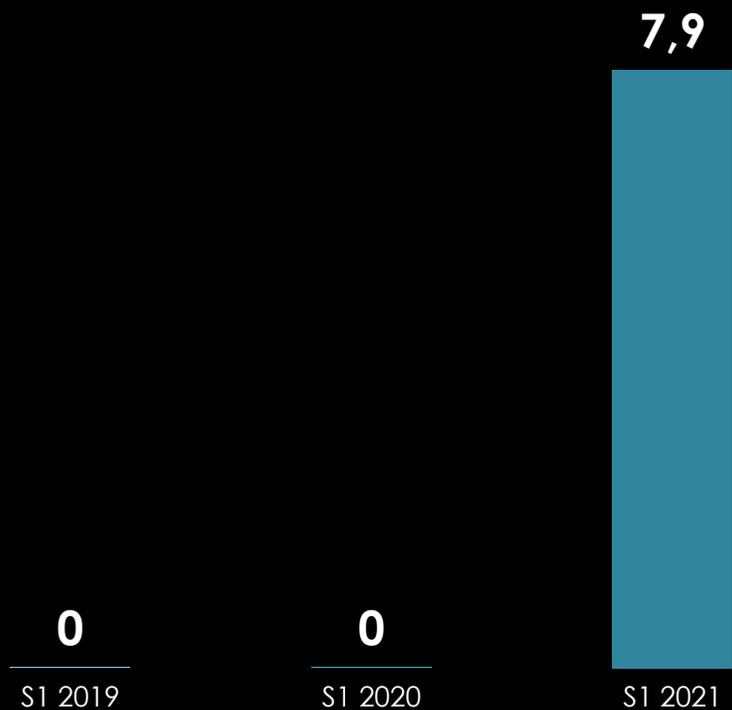
Lancement de la ligne à faible impact environnemental *Rochas Girl*

- **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 1^{er} semestre 2021 par marque

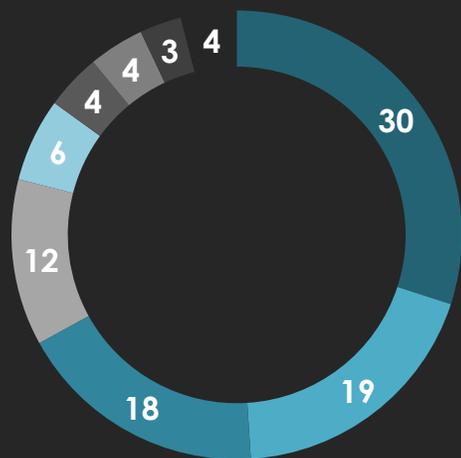
(en M€)

	S1 2019	S1 2020	S1 2021	<u>2021/2019</u>
Montblanc	71,8	36,2	69,4	-3 %
Jimmy Choo	46,2	33,6	60,1	+30 %
Coach	41,7	26,7	52,3	+25 %
Lanvin	28,1	10,9	26,6	-6 %
Rochas	14,6	12,4	17,6	+21 %
Karl Lagerfeld	7,2	4,2	8,8	+23 %
Van Cleef & Arpels	9,5	4,7	8,0	-17 %
Boucheron	10,1	4,4	7,9	-22 %
Kate Spade	-	-	7,9	na
Autres marques	9,2	6,2	7,7	ns
Chiffre d'affaires total	238,4	139,3	266,3	+11,7 %

na : non applicable ns : non significatif

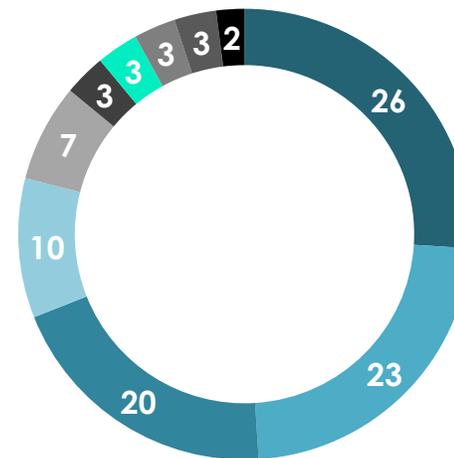
Répartition par marque

1^{er} semestre 2019



- Montblanc : 30 %
- Coach : 18 %
- Rochas : 6 %
- Van Cleef & Arpels : 4 %
- Jimmy Choo : 19 %
- Lanvin : 12 %
- Boucheron : 4 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %

1^{er} semestre 2021



- Montblanc : 26 %
- Coach : 20 %
- Rochas : 7 %
- Kate Spade : 3 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Jimmy Choo : 23 %
- Lanvin : 10 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Boucheron : 3 %
- Autres marques : 2 %

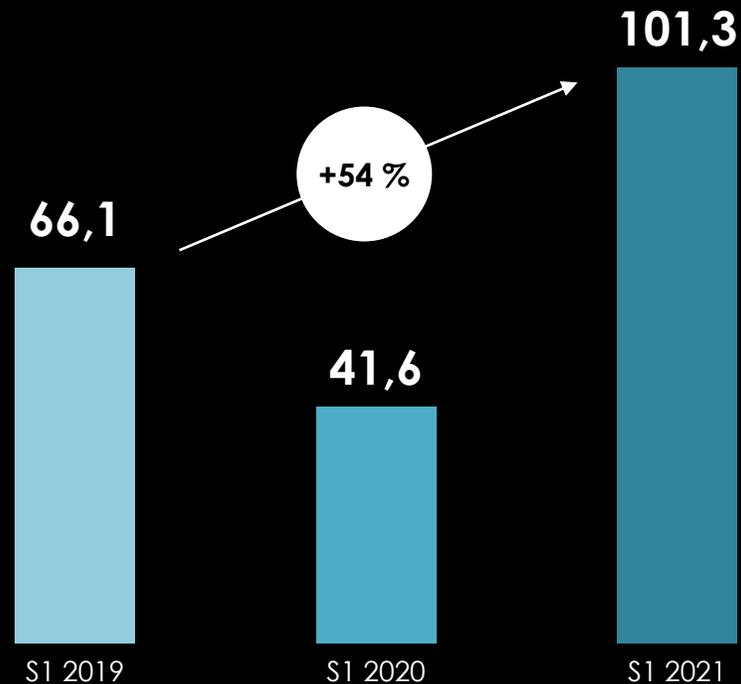
- **Activité**
1^{er} semestre 2021
par zone

Philippe Benacin
Président-Directeur Général



Amérique du Nord

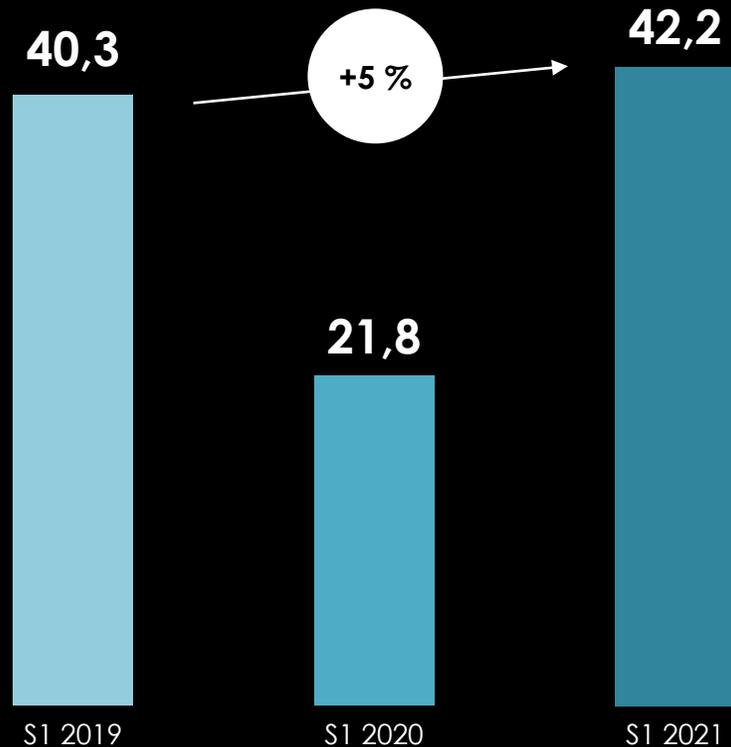
(en M€)



- Un marché des parfums et cosmétiques très porteur aux Etats-Unis (croissance > 35 %)
- Une performance exceptionnelle de notre filiale américaine (+68 %)
- Une activité soutenue sur les principales lignes
- Un succès, supérieur aux attentes, de la ligne *Jimmy Choo I Want Choo*

Asie Pacifique

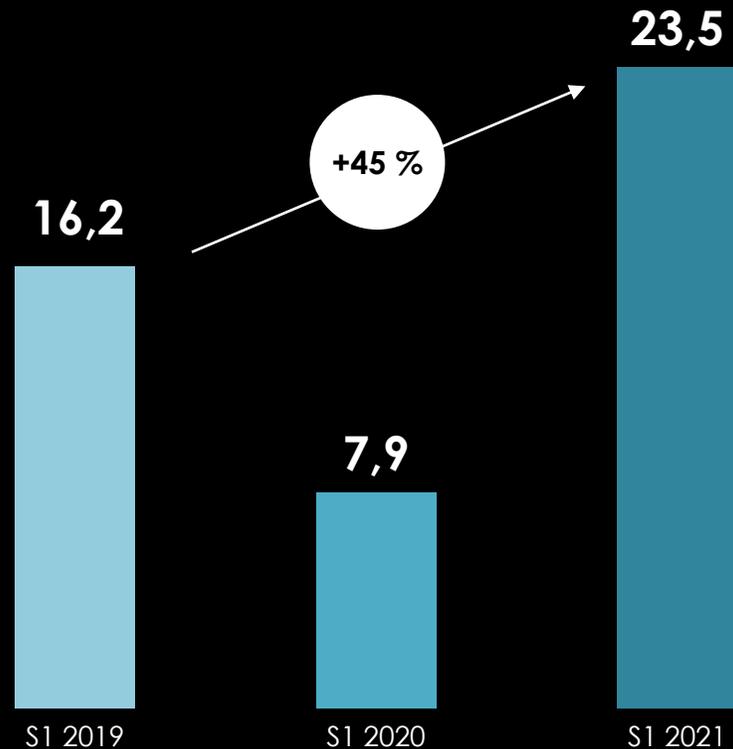
(en M€)



- Un retour sur les niveaux d'activité du premier semestre 2019
- Une activité dynamique en Corée du Sud, en Australie et à Singapour
- Une forte accélération en Chine (enfin !)
- Une situation sanitaire difficile en Asie du Sud-Est

Europe de l'Est

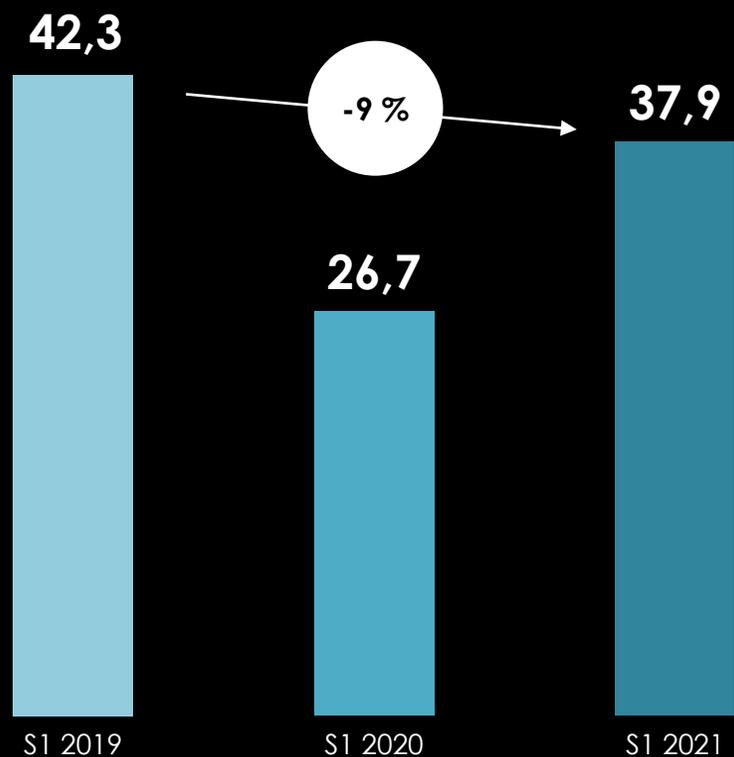
(en M€)



- Un fort rebond de l'activité, notamment des parfums Lanvin
- 10 lignes classées dans les 60 premières au sein de la chaîne « L'Etoile » (Coach, Montblanc, Lanvin, Rochas)

Europe de l'Ouest

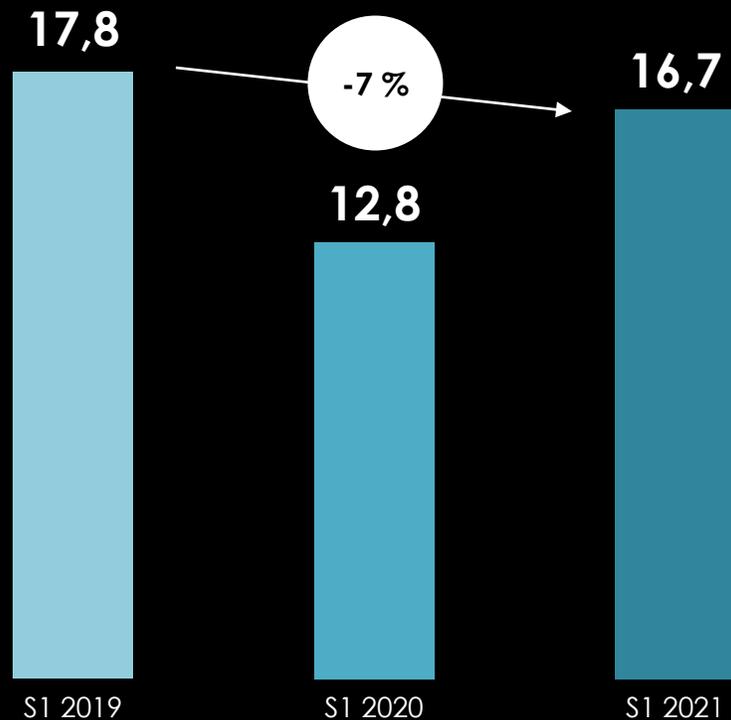
(en M€)



- Une base de comparaison défavorable liée au lancement de la ligne *Montblanc Explorer* au 1^{er} semestre 2019
- Des points de ventes fermés entre 2 et 3 mois dans certains pays durant le semestre

France

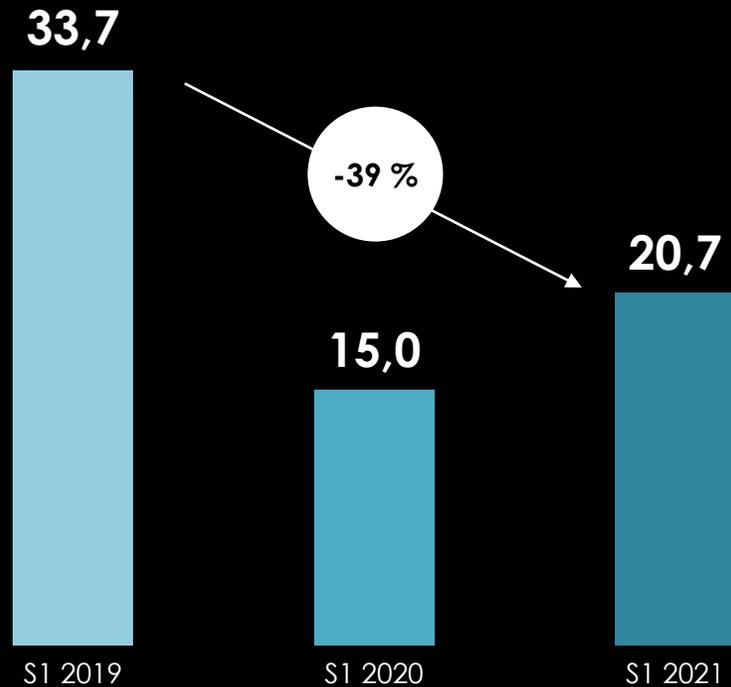
(en M€)



- Une base de comparaison défavorable liée au lancement de la ligne *Montblanc Explorer* au 1^{er} semestre 2019
- Une longue fermeture de certains points de vente entre les mois de mars et mai
- Poursuite de la progression du poids du e-commerce (20 % des ventes)
- Forte croissance des ventes du site *my-origines.com*

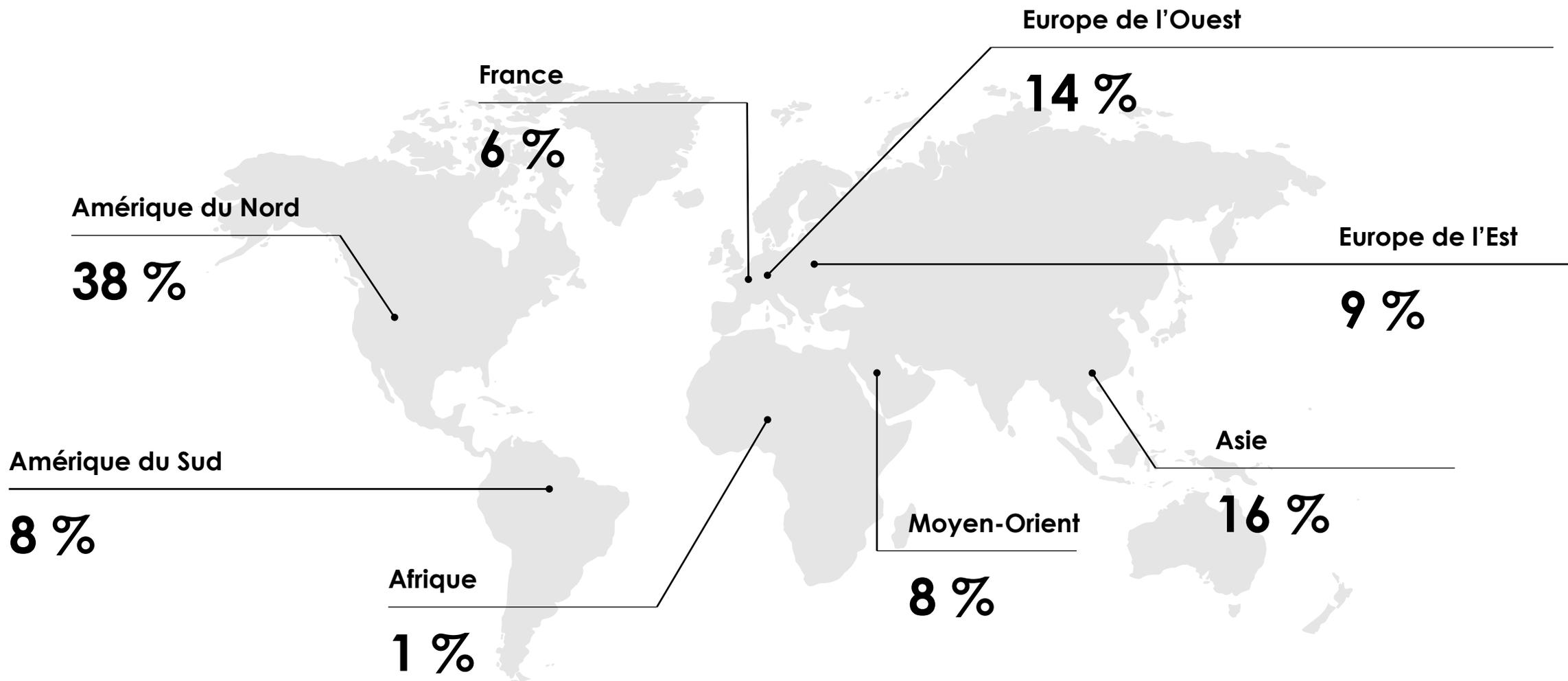
Moyen Orient

(en M€)



- Un rebond de l'activité plus lent que sur certaines zones
- Une amélioration attendue sur le 2nd semestre 2021

Répartition 1^{er} semestre 2021 par zone



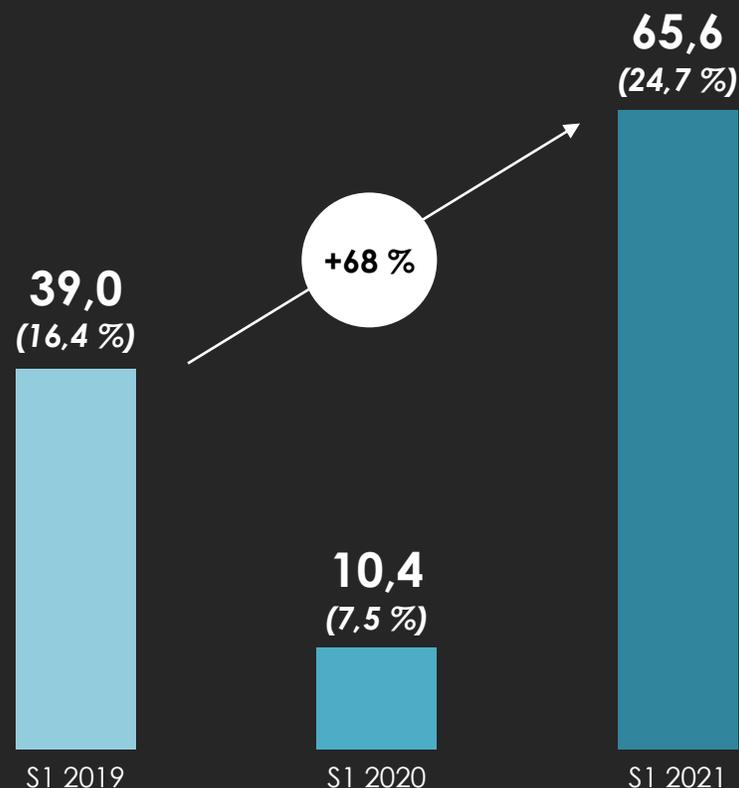
- **Résultats**
1^{er} semestre
2021

Philippe Santi
Directeur Général Délégué



Résultat opérationnel

(en M€)



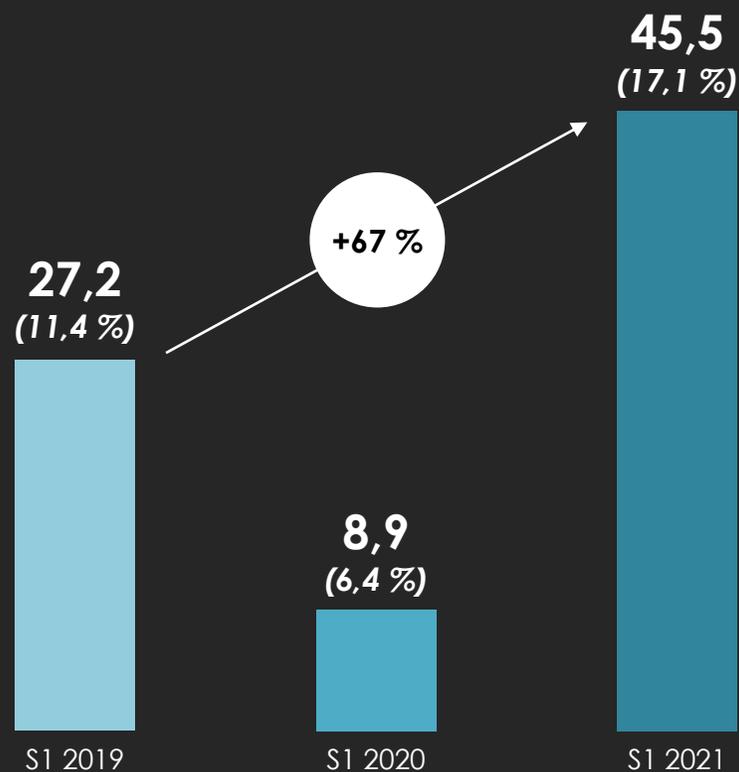
Un **résultat opérationnel en très forte progression : +68 %** par rapport au 1^{er} semestre 2019

Une **marge opérationnelle exceptionnellement élevée : 24,7 %**

- Des dépenses de marketing et publicité de 37 M€ au 1^{er} semestre 2021 (budget établi en novembre 2020)
- Des frais de voyages et réceptions en forte baisse

Résultat net

(en M€)



Un **résultat net** qui suit les mêmes tendances : **+67 %** par rapport au 1^{er} semestre 2019

Un taux d'impôt de 30,7 %

Compte de résultat S1 2021 (1^{ère} partie)

(en M€)

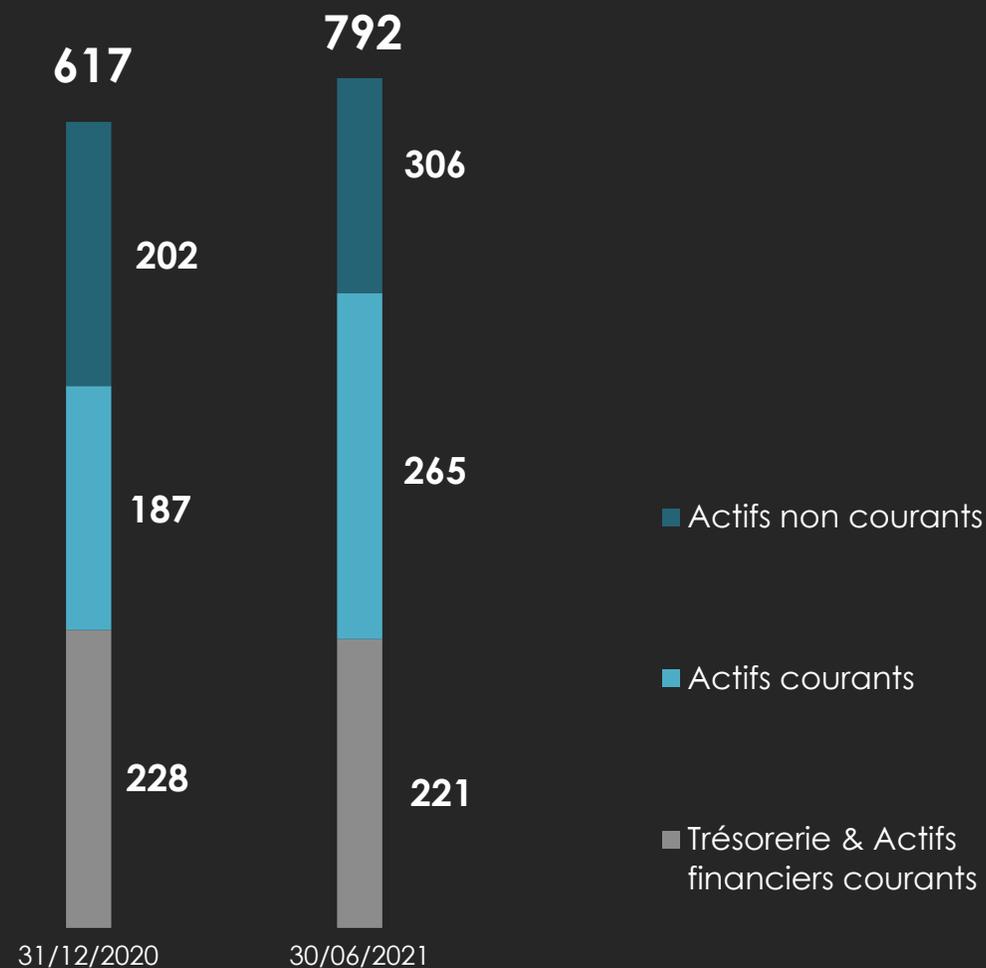
	S1 2019	S1 2020	S1 2021	<u>2021/2019</u>
Chiffre d'affaires	238,4	139,3	266,3	+12 %
Coût des ventes	(86,1)	(56,3)	(94,9)	+10 %
Marge brute	152,3	83,0	171,4	+12 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	63,9 %	59,6 %	64,4 %	
Logistique et transport	(6,8)	(3,3)	(5,9)	-13 %
Marketing et publicité	(51,3)	(29,7)	(36,8)	-28 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	21,5 %	21,3 %	13,8 %	
Royalties	(17,2)	(11,3)	(21,5)	+25 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	7,2 %	8,1 %	8,1 %	
Frais de personnel (hors production)	(19,7)	(13,9)	(21,6)	+10 %
Sous-traitance filiales	(3,5)	(2,3)	(3,7)	+6 %
Dotations amortissements et provisions	(2,8)	(3,6)	(6,1)	+118 %
Impôts et Taxes	(2,3)	(1,6)	(1,8)	-22 %
Autres	(9,7)	(6,8)	(8,4)	- 13 %
Résultat opérationnel	39,0	10,4	65,6	+68 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	16,4 %	7,5 %	24,7 %	

Compte de résultat S1 2021 (2^{ème} partie)

(en M€)

	S1 2019	S1 2020	S1 2021	<u>2021/2019</u>
Résultat opérationnel	39,0	10,4	65,6	+68 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	16,4 %	7,5 %	24,7 %	
Produits (charges) financier(e)s	0,7	0,7	(0,6)	-
Différence de change	(0,6)	0,9	1,0	-
Résultat avant impôts	39,1	12,0	66,0	+69 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	16,4 %	8,6 %	24,8 %	
Impôt sur les sociétés	(11,7)	(3,1)	(20,3)	+73 %
<i>Taux d'impôts</i>	30,0 %	26,0 %	30,8 %	
Quote-part des résultats mis en équivalence	-	-	0,8	-
Résultat net	27,4	8,9	45,7	+67 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	11,5 %	6,4 %	17,2 %	
Intérêts minoritaires	(0,1)	(0,0)	(0,2)	ns
Résultat net part du groupe	27,2	8,9	45,5	+67 %
<i>% du chiffre d'affaires</i>	11,4 %	6,4 %	17,1 %	

Bilan 30 juin 2021 - Actif



Immobilisations

- Acquisition du futur siège social
120 M€
- Dépréciation de la mode Rochas
2 M€

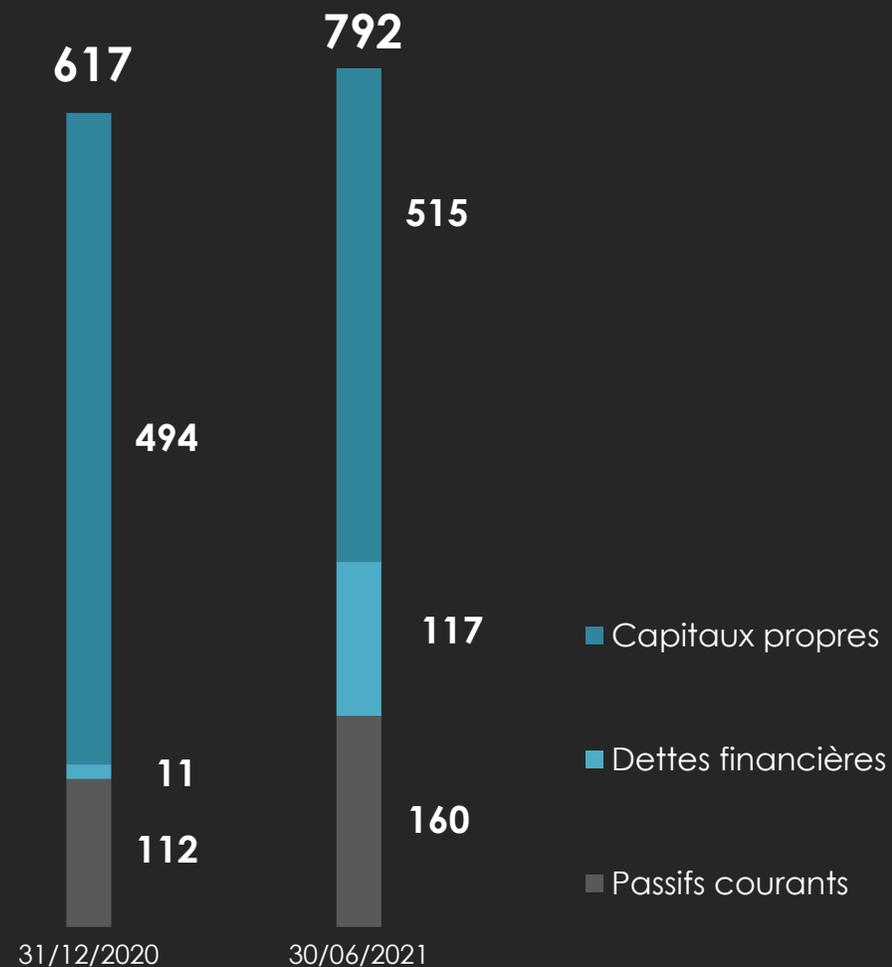
Stocks

- Un stock de composants en forte hausse (+27 %)
- Mais un stock de produits finis très bas (-6 %)

Clients

- Des délais de paiement sous contrôle

Bilan 30 juin 2021 - Passif



Capitaux propres

- 65 % du total du bilan

Dettes financières

- Remboursement du prêt *Origines-parfums* 11 M€
- Mise en place du prêt Solferino en Avril 117 M€ (prêt 120 M€ - remboursement 3 M€)

Trésorerie nette d'emprunts

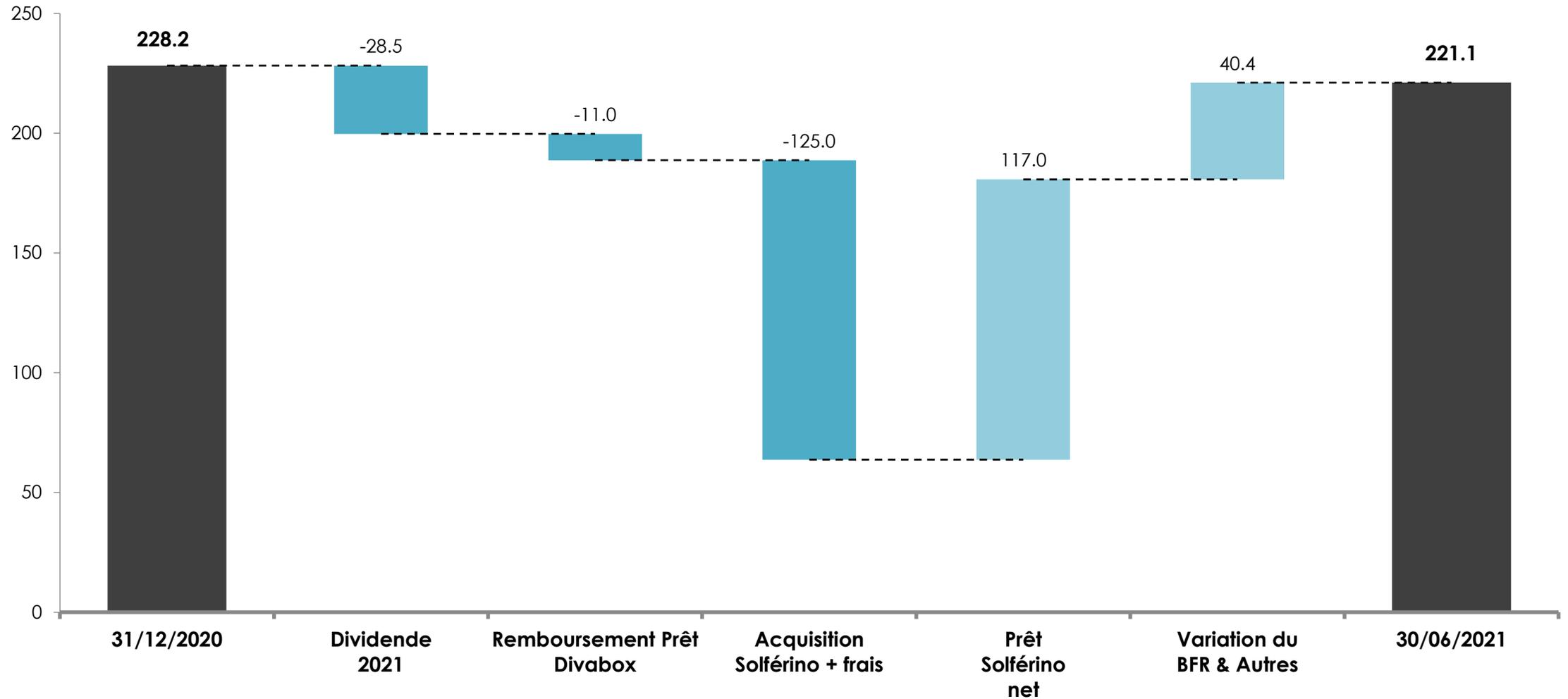
(en M€)

	30/06/2020	31/12/2020	30/06/2021
Contrats de capitalisation	-	53,2	78,5
Comptes à terme	59,8	49,6	45,7
Autres	0,4	0,4	0,4
Actifs financiers courants (+3 mois)	60,3	103,2	124,6
Comptes à terme	10,8	24,6	17,0
Comptes bancaires	37,8	91,6	69,6
Comptes rémunérés	7,4	8,8	9,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie (-3 mois)	108,9	125,0	96,5
Trésorerie actif	169,2	228,2	221,1
Emprunts & dettes financières à plus d'un an	(8,0)	-	(104,3)
Emprunts & dettes financières à moins d'un an	(4,0)	(11,0)	(26,2)
Emprunts & dettes financières	(12,0)	(11,0)	(130,5)
Trésorerie « réelle » nette d'emprunts	157,2	217,2	90,5

Evolution de la trésorerie

(en M€)

Trésorerie (actif)



Synthèse des résultats 1^{er} semestre 2021

- Des résultats très supérieurs aux attentes

- Une profitabilité très élevée



Marge opérationnelle

24,7 %



Marge nette

17,1 %

- Une situation financière toujours très solide



Trésorerie nette d'emprunts

91 M€



Capitaux propres

513 M€

Calendrier de communication financière

Chiffre d'affaires
3^e trimestre 2021

 26 octobre 2021

Chiffre d'affaires
2021

 Fin janvier 2022

Perspectives
2022

 16 novembre 2021

- **Lancements**
2nd semestre 2021

Philippe Benacin
Président-Directeur Général



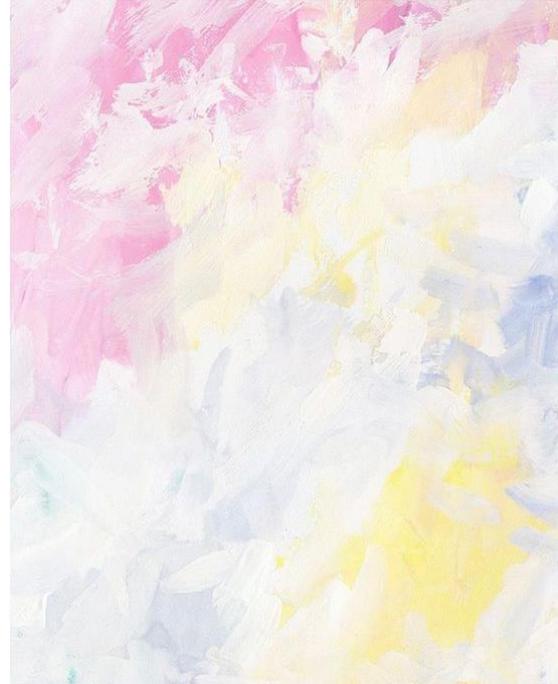
A white silhouette of a rose is centered in the background, with its stem extending downwards. The rose is partially obscured by the text.

LANVIN
PARIS

INSPIRATION

Lanvin a toujours composé des fragrances florales pour mettre en valeur les femmes, leur liberté, leurs beautés, leurs gourmandises.

Les Fleurs de Lanvin puise son inspiration dans ces bouquets colorés, une création modern revendiquant l'héritage du passé, et dessinant avec poésie le présent.

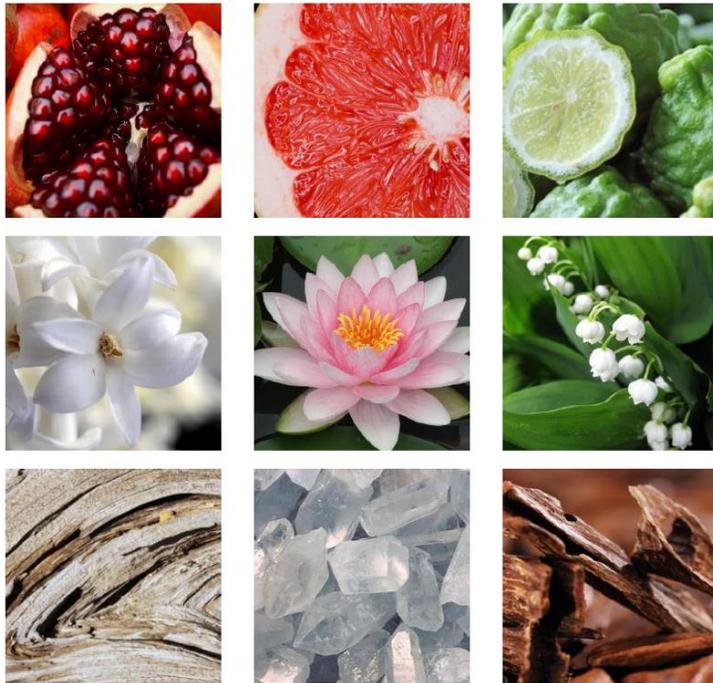


LE DESIGN



WATER LILY

Un délicat parfum
à l'effet apaisant et romantique



FAMILLE OLFACTIVE
Floral Aquatique Fruité

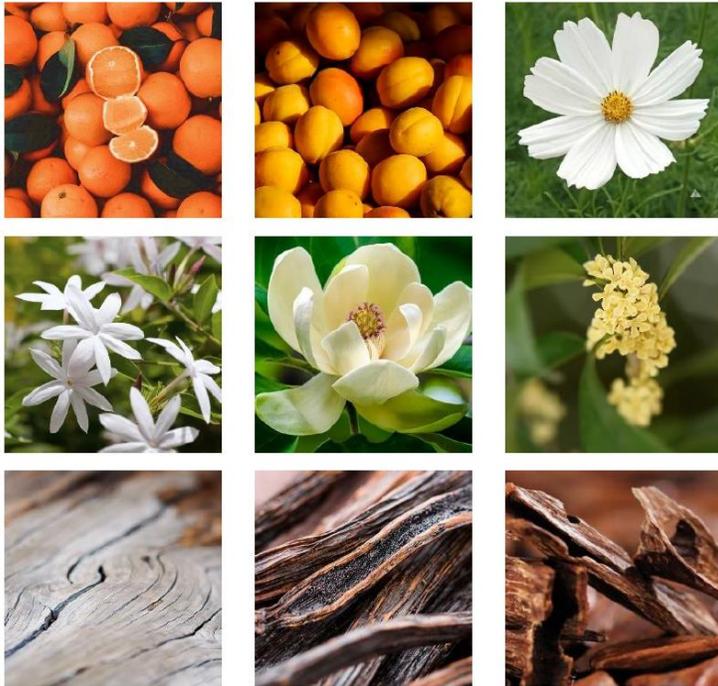
NOTES DE TÊTE
Grenade, Pamplemousse Rose, Bergamote

NOTES DE CŒUR
Jasmin d'Eau, Nymphéa Rose, Muguet

NOTES DE FOND
Bois de Cèdre, Muscs, Bois de Santal

SUNNY MAGNOLIA

Un lumineux parfum
à l'effet dynamisant et rayonnant



FAMILLE OLFACTIVE
Floral Fruité Musqué

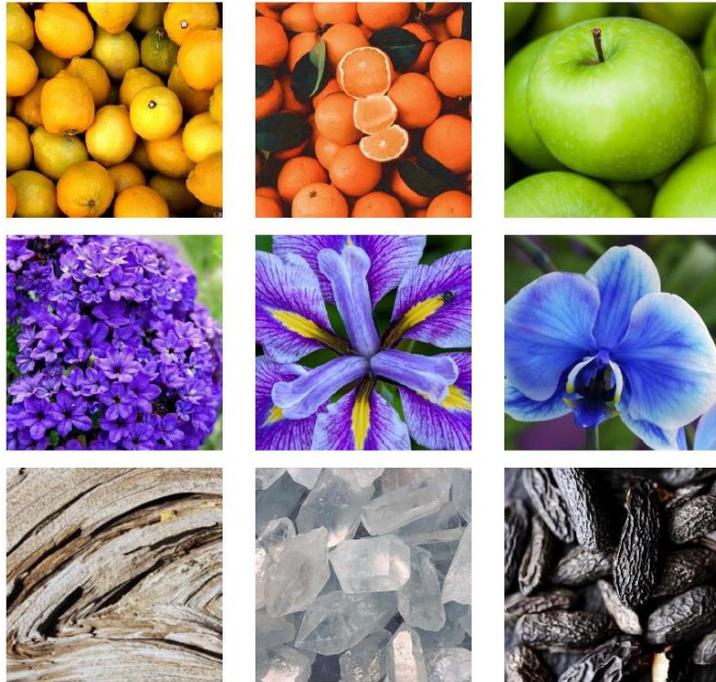
NOTES DE TÊTE
Mandarine, Abricot, Cosmos

NOTES DE CŒUR
Jasmine Absolu, Magnolia, Osmanthus

NOTES DE FOND
Bois de Santal, Vanille, Muscs

BLUE ORCHID

Un audacieux parfum
à l'effet doux et confortable



FAMILLE OLFACTIVE
Floral Boisé Citrus

TOP NOTES
Lemon, Mandarine, Pomme

NOTES DE CŒUR
Héliotrope, Iris, Orchidée Bleue

NOTES DE FOND
Cèdre, Muscs, Fève Tonka



VISUEL TRIO

Un souvenir frais et coloré
d'une promenade dans un
jardin à la française joyeux et
parfumé



LANVIN
PARIS



Moncler

- **Début de la mise en place de la première ligne de parfums**
 - 200 points de vente répartis sur 30 pays
 - Distribution sélective et boutiques de la marque
- **Déploiement de la ligne en janvier 2022**
 - 3 000 portes dans le monde
- **Présentation Presse et Public le 5 octobre prochain**

• Guidances 2021

Philippe Santi
Directeur Général Délégué



Guidances année 2021

- **Chiffre d'affaires**

- Un carnet de commandes toujours élevé
- Mais des tensions et retards d'approvisionnement de composants et produits finis qui brident le plan de production

➔ **Un objectif de chiffre d'affaires confirmé de 460 M€ à 480 M€**

- **Résultats**

- Des dépenses de marketing et publicité toujours plus importantes au 2^e semestre
- Un ré-investissement des excédents de résultat opérationnel du 1^{er} semestre
- Les premiers investissements liés au développement des parfums Moncler

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

- **Lancements
2022**

Philippe Benacin
Président-Directeur Général



Lancements 2022

- **Des lancements stratégiques...**
 - Moncler
 - Boucheron (ligne masculine)
 - Coach (ligne masculine)
 - Jimmy Choo (extension de la ligne *Jimmy Choo Man*)
 - Montblanc (extension de la ligne *Legend*)
- **... et des lancements complémentaires**
 - Jimmy Choo (extension de la ligne *I Want Choo*)
 - Lanvin (extension de la ligne *Eclat d'Arpège*)
 - Rochas (extension de la ligne *Byzance*)
 - Kate Spade (extension de la ligne *Kate Spade New York*)
 - Coach (extension de la ligne féminine *Coach*)
 - Collections Van Cleef & Arpels et Boucheron
 - Karl Lagerfeld (*Duo City*)

interparfums
Résultats semestriels

2021

Paris

8 septembre 2021

