



Réunion F2iC - Cliff  
Paris, le 24 octobre 2019

- 

interparfums

# Sommaire

- Profil du groupe
- Responsabilité sociétale
- Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 2019
- Activité du 2<sup>nd</sup> semestre 2019
- Perspectives 2020
- La Bourse



## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

### **Profil du groupe**

# Interparfums

- Interparfums est spécialisée dans la création, la fabrication et la distribution de parfums
- Un portefeuille de marques dans l'univers du luxe
- Un réseau de distribution international
- Une organisation et des équipes performantes
- Dans une stratégie de création de valeur à long terme

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

# Notre portefeuille de marques

- 10 marques sous licence

*S.T. Dupont*  
PARIS

(1997 • 2019)

**MONT  
BLANC**

(2010 • 2025)

*Repetto*  
PARIS

(2012 • 2025)

kate spade

NEW YORK

(2019 • 2030)

*Paul Smith*

(1998 • 2021)

JIMMY CHOO

(2010 • 2031)

**KARL LAGERFELD**

(2012 • 2032)

Van Cleef & Arpels

(2007 • 2024)

**BOUCHERON**  
PARIS

(2011 • 2025)

  
**COACH**  
NEW YORK

(2016 • 2026)

- 2 marques en propre

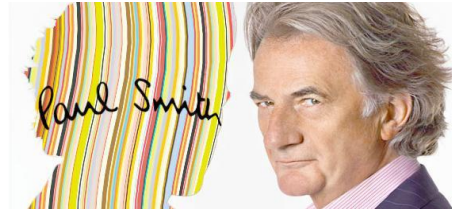
**LANVIN**  
PARFUMS

(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 et publicitaires adaptés à chaque ligne et chaque 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,... ) pour des 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)

- **Une organisation efficiente**

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

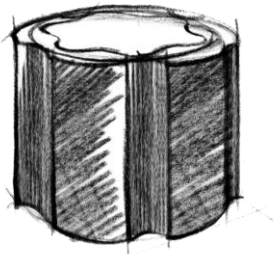
# Notre savoir être

- **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)

Les guidelines – l'histoire – la transposition dans l'univers de la parfumerie



**Validation de la marque**

# Processus de développement

Fabrication des composants (3 à 6 mois)

## La verrerie



## Le packaging



## La fragrance (jus)



**Validation de la marque**

# Processus de développement

Fabrication des produits finis (2 mois)

## Les chaines de conditionnement des partenaires industriels



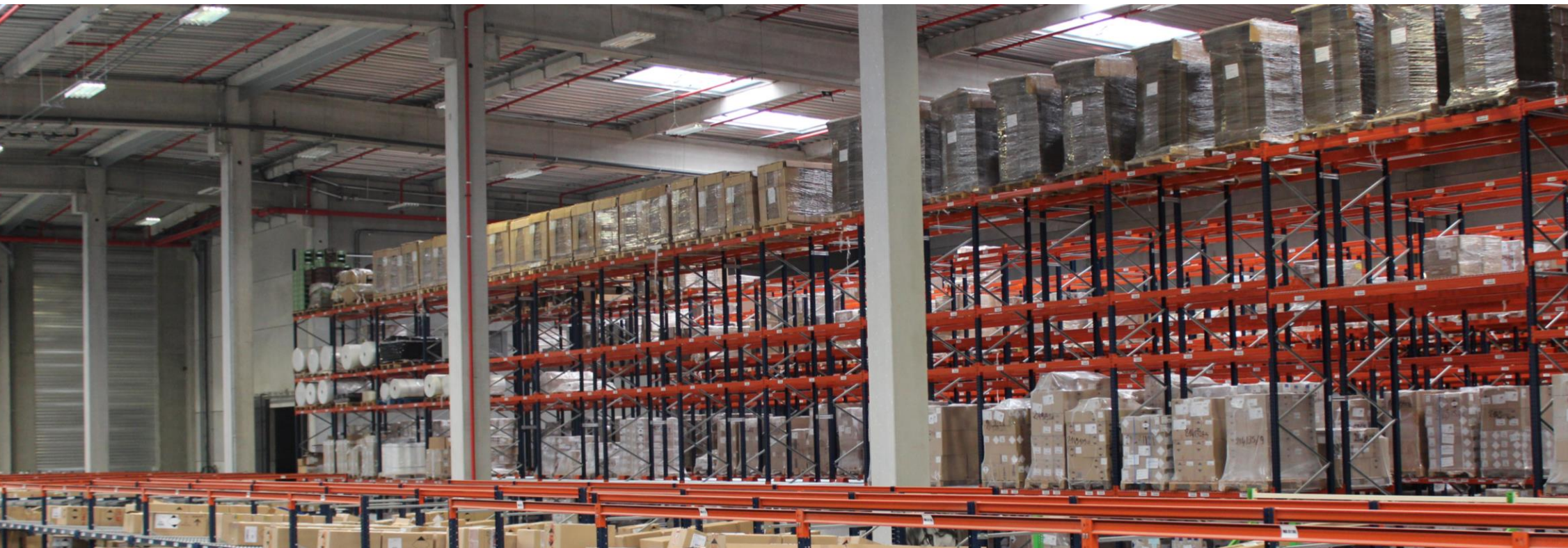
**Validation de la marque**

# Processus de développement

Fabrication des supports points de vente



# Logistique (données 2018)



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

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

Commandes  
préparées  
**49 000**

Produits catalogue  
expédiés  
**25 000 000**

Coffrets  
expédiés  
**2 700 000**

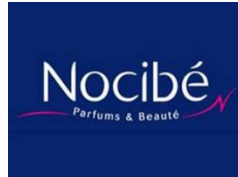
Valeur  
stock  
**100 M€**

# Processus de développement

## Distribution France

### Les enseignes

---



80 %

du marché français

### Les groupements

---



### Les grands magasins

---





# Processus de développement

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

## Europe

---



## États-Unis

---



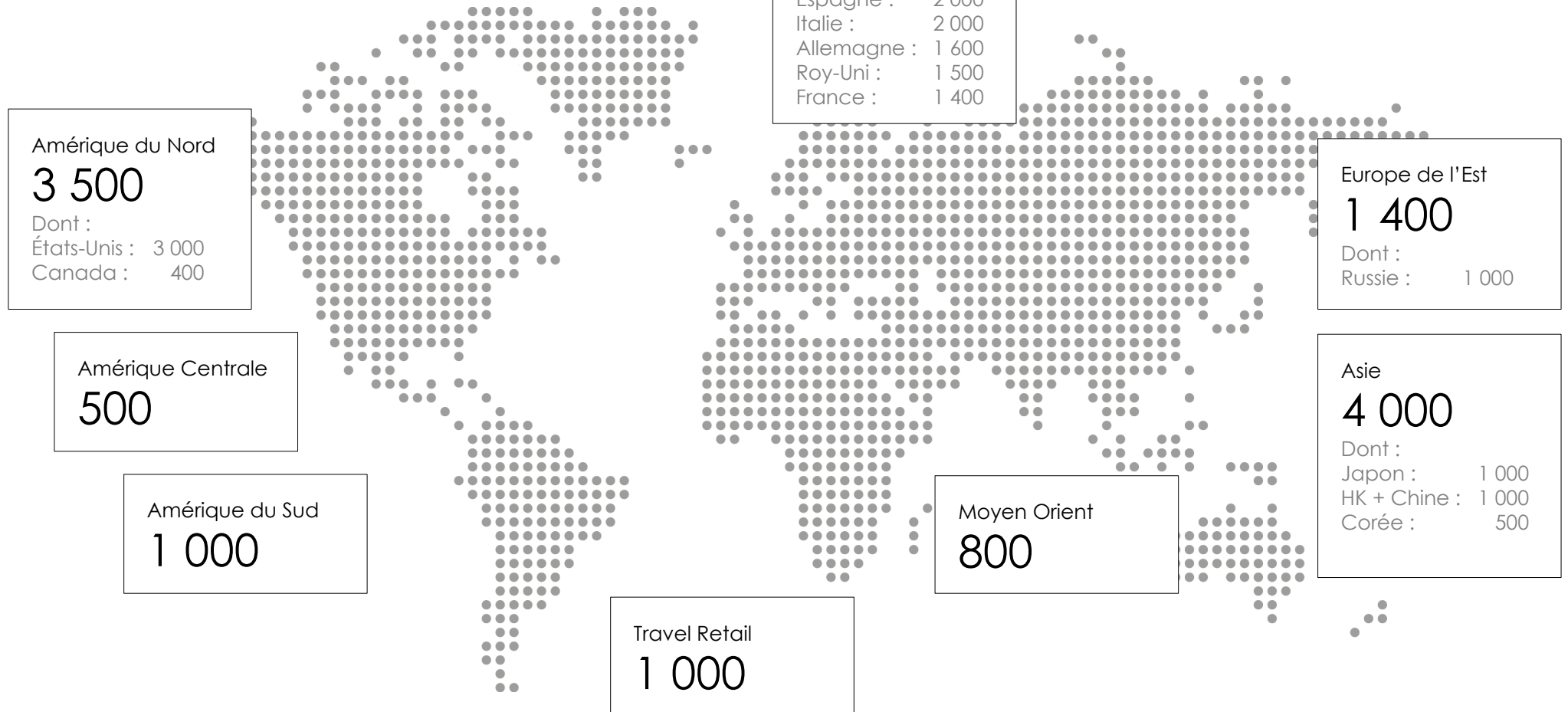
## Asie

---



# Processus de développement

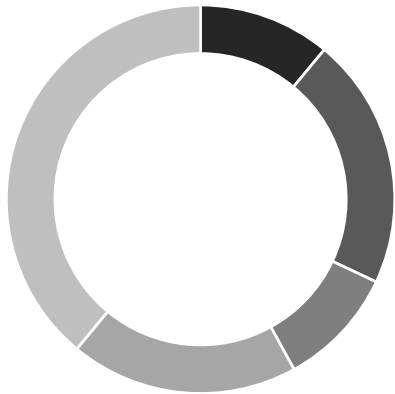
Distribution 22 000 portes



# Marché mondial des Cosmétiques

Total : + de 200 Mds d'€

## Par segment



- Parfums : 11 %
  - Soins du cheveu : 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 %

Evolution moyenne  
sur 4 ans

(2014 – 2018)

**Marché : + 4,5%**

**Interparfums : +11%**

Source : Rapport annuel 2018 de L'Oréal.

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

# Le marché des parfums aux Etats-Unis

- Un marché total de 3,8 Md\$ (retail) en 2019
- 1<sup>er</sup> marché de la beauté au monde (+4,8 % en 2018, stable en 2019)
- 3 400 portes (Macys 43%, Ulta 17%)
- Principaux groupes
  - 1 L'Oréal (19 % du marché)
  - 2 Chanel (13 %)
  - 3 Coty (13 %)
  - 4 Estee Lauder (13 %)
  - 5 LVMH (8,5 %)
  - .....
  - 8 Interparfums (4,6%)
- Un chiffre d'affaires de 140 M\$ en 2018 pour Interparfums
  - + 50 % sur 4 ans
- Plusieurs lignes dans le top 10 en 2018 ( *Montblanc Legend* #7, *Coach for men* #9)

# Concurrence

- **Groupes avec marques en licence**

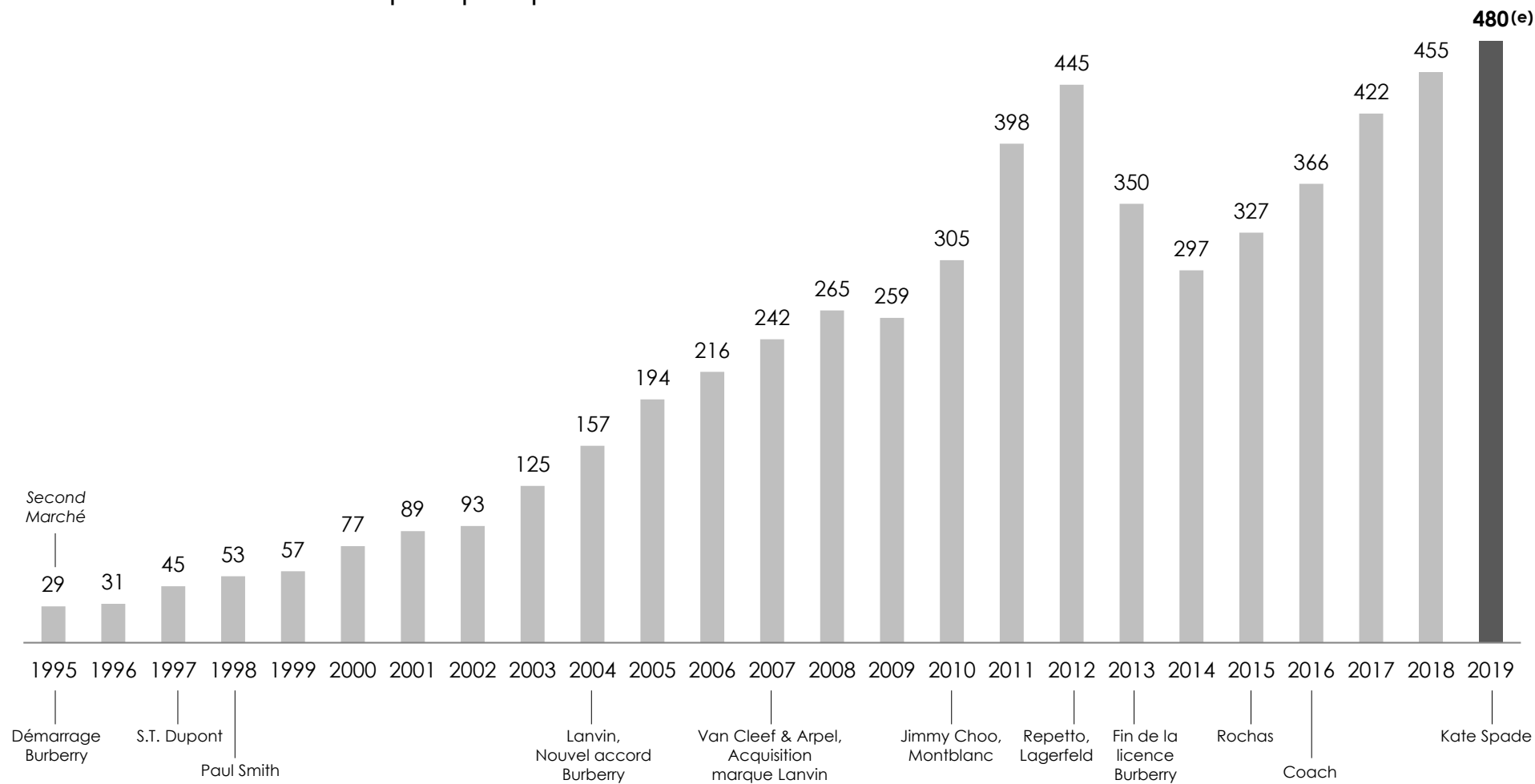
- L'Oréal (Giorgio Armani, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent, Diesel...)
- Coty (Hugo Boss, Lacoste, Gucci, Calvin Klein, Chloé, Balenciaga...)
- Shiseido (Dolce Gabbana, Issey Miyake, Narciso Rodriguez, Elie Saab...)
- Euroitalia (Versace, Moschino, Missoni,...)

- **Groupes avec marques en propre**

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

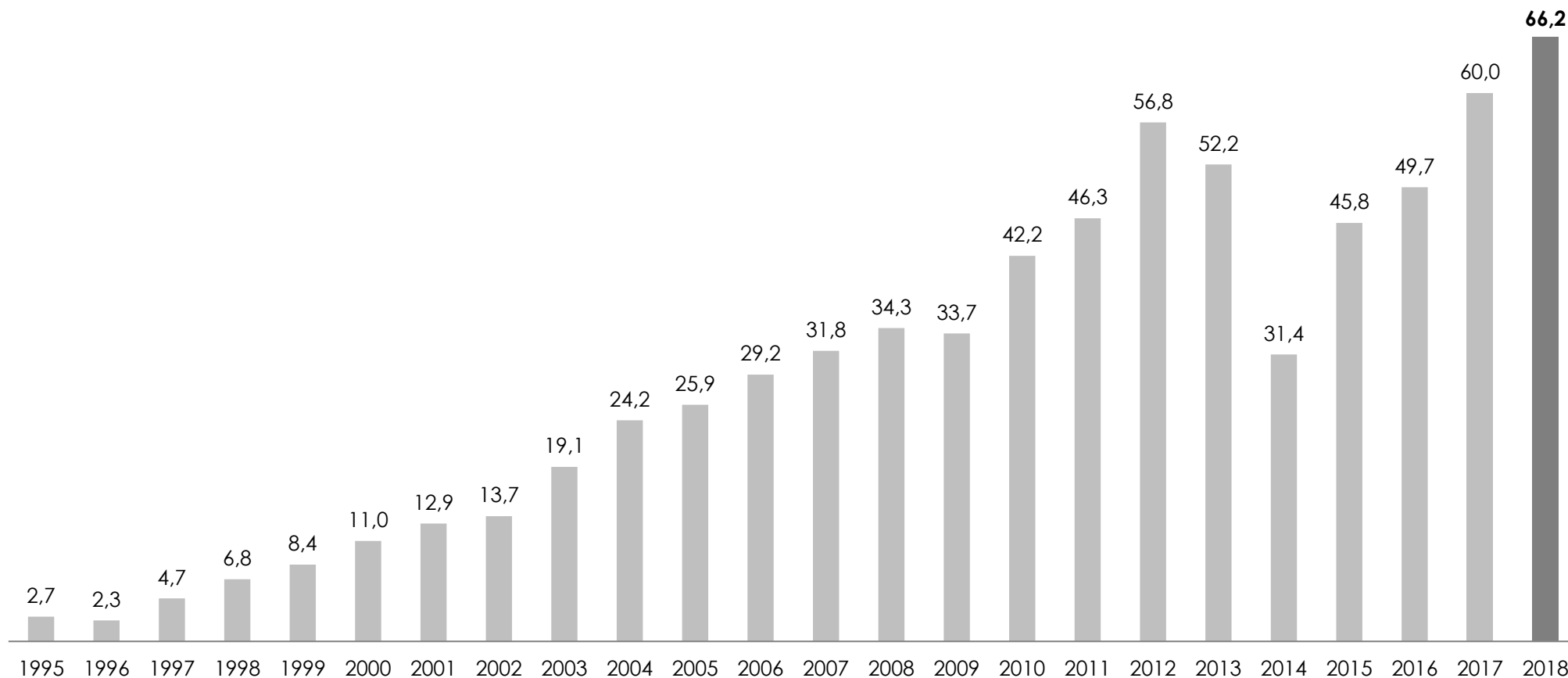
# Évolution des ventes : 1995-2019 (en M€)

Un chiffre d'affaires multiplié par plus de 16 en 24 ans

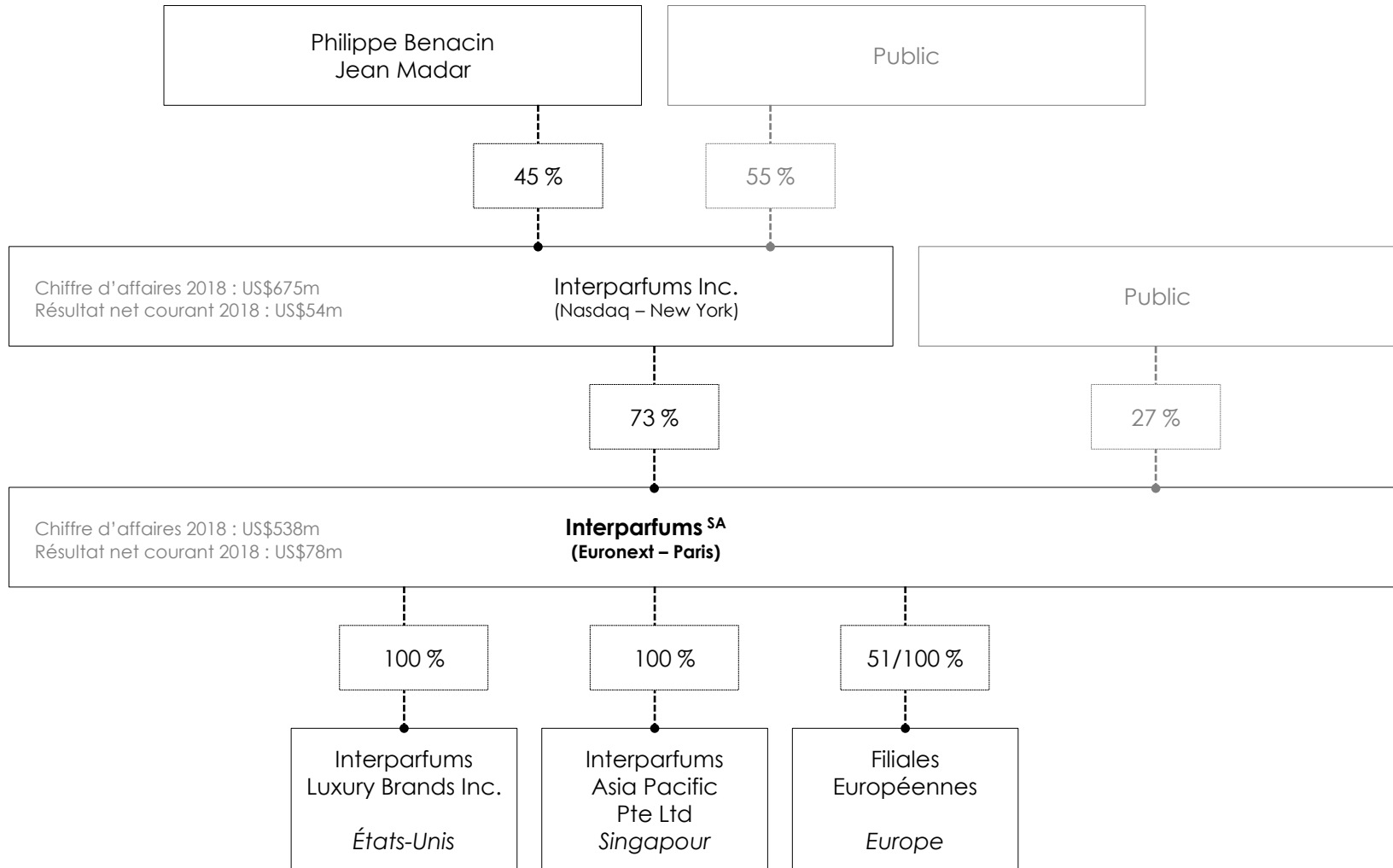


## Evolution du résultat opérationnel : 1995-2018 (en M€)

Un résultat opérationnel courant multiplié par 24 en 23 ans



# Organigramme du groupe







## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

### **Responsabilité sociétale (RSE)**

# Gouvernance

- **Conseil d'administration**

- 10 membres
  - Philippe Benacin (Président-Directeur Général)
  - Jean Madar (Administrateur)
  - Frédéric Garcia-Pelayo (Administrateur et Directeur Général Délégué)
  - Philippe Santi (Administrateur et Directeur Général Délégué)
  - Maurice Alhadève (ex IFF, Haarman & Reimer) (\*)
  - Patrick Choël (ex Unilever, LVMH) (\*)
  - Chantal Roos (ex BPI, YSL Parfums, Gucci)
  - Dominique Cyrot (ex Allianz) (\*)
  - Marie-Ange Verdickt (ex Financière de l'Échiquier) (\*)
  - Véronique Gabai-Pinsky ex L'Oréal, Guerlain et E. Lauder
- 4 femmes (40 %)
- 4 administrateurs indépendants (40 %)

- **Comité d'audit**

- 4 membres (\*)
- 2 femmes (50 %)
- 3 membres indépendants (75 %)

# Social

- **Des principes établis de longue date**
  - un management « familial » basé sur des relations proches
  - un « esprit Interparfums » développant un sentiment d'appartenance
  - des valeurs éthiques (respect des individus)
  - le partage des idées et des décisions
  - des salariés associés au capital
- **Des compétences multiples et enrichies**
  - diversité des profils de recrutement en fonction des compétences, expériences, qualifications et personnalités
  - absence de discrimination
  - plans de formation pour tous les métiers

# Social

- **Une attention permanente**

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

- **Une politique salariale attractive**

- des niveaux de rémunération (fixe + variable) en ligne ou supérieurs aux pratiques de marché
- une Participation aux fruits de l'expansion élevée
- des plans d'Epargne et un fonds Actionnariat Interparfums
- des plans d'action de performance pour associer les salariés au capital

- **Des indicateurs sociaux suivis**

- un taux d'accident du travail extrêmement bas
- un taux d'absentéisme extrêmement bas

# Sociétal

- **Relations avec les donneurs de licence**

- des relations étroites et entretenues avec le management de chaque Maison
- le développement de produits respectant les codes de chaque Maison
- des équipes dédiées

- **Relations avec les clients**

- développement de relations à long terme avec les distributeurs
- prise en compte des spécificités de chaque marché, de chaque pays
- animation des marchés sur le terrain et par des séminaires monde réunissant l'ensemble des distributeurs

- **Relations avec les partenaires industriels**

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

# Environnement & Mécénat

- **Environnement**

- une implication dans le développement d'une politique vertueuse en partenariat avec les partenaires industriels (mesures de recyclage et d'élimination des déchets)
- le choix d'un entrepôt HQE et situé au carrefour des usines et à proximité du port du Havre pour réduire les émissions de CO<sup>2</sup> générées par les transports
- le choix de techniques et matériaux innovants et respectueux de l'environnement (matériaux recyclables, suppression des solvants)

- **Mécénat**

- mécénat et soutien d'associations dans les domaines de la solidarité, de l'enfance, de la lutte contre l'exclusion et de la santé
- financement de projets associatifs (Aide à la construction de bibliothèque sur l'île de Sulawesi)



## Réunion F2iC - Cliff

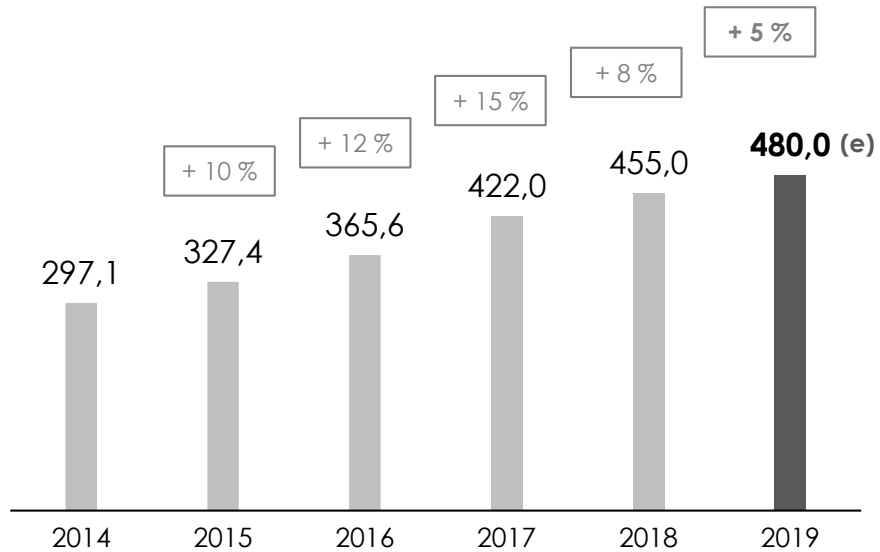
Paris, le 24 octobre 2019

- 

### Chiffres clés

# Activité (en M€)

## Chiffre d'affaires

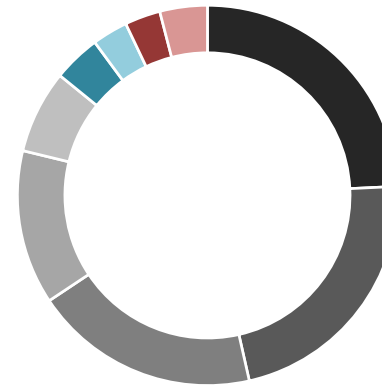


Une croissance totale de **+61 %** sur 5 ans

Une croissance supérieure à celle du marché de la parfumerie

Une croissance supérieure à celle des concurrents

## Répartition 2018 par marque

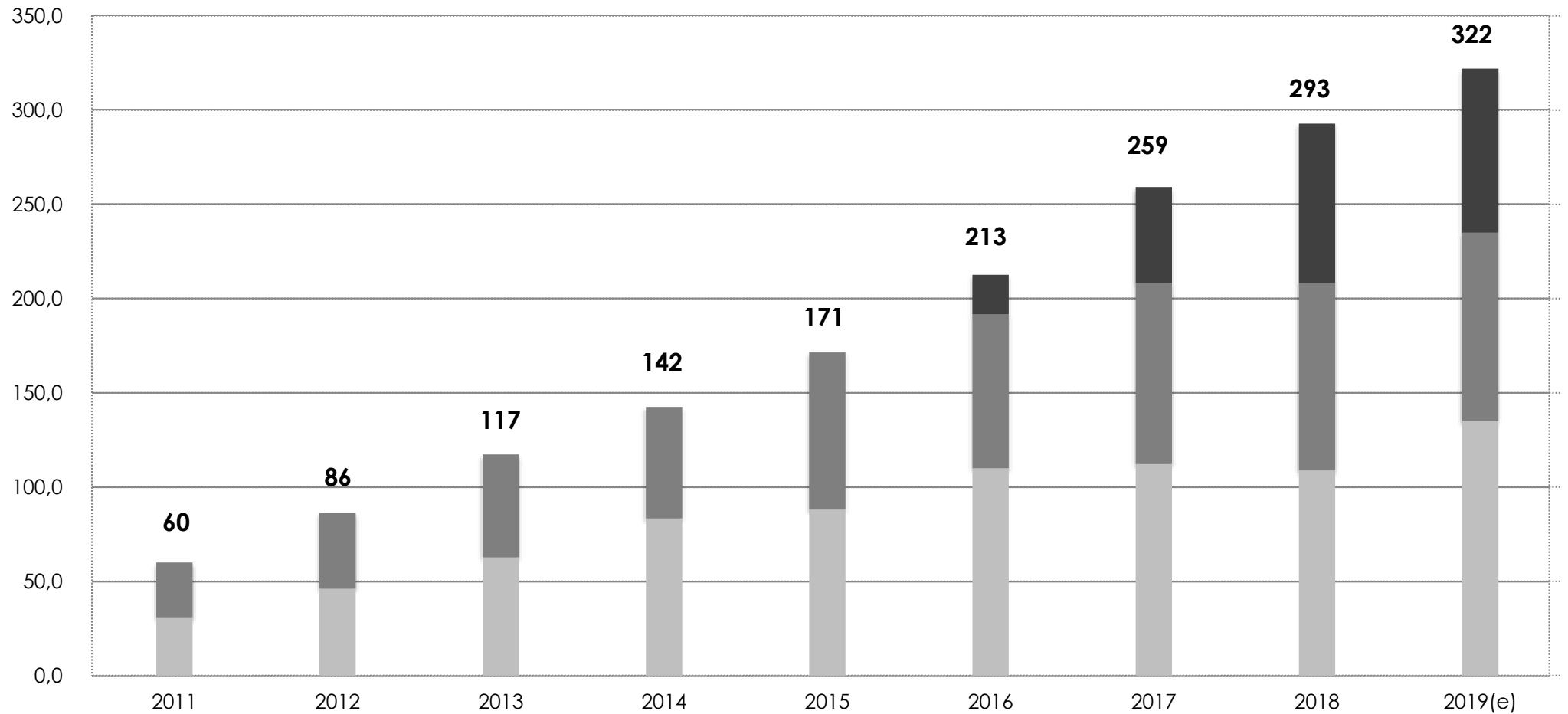


- Montblanc : 24 %
- Jimmy Choo : 22 %
- Coach : 19 %
- Lanvin : 13 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %



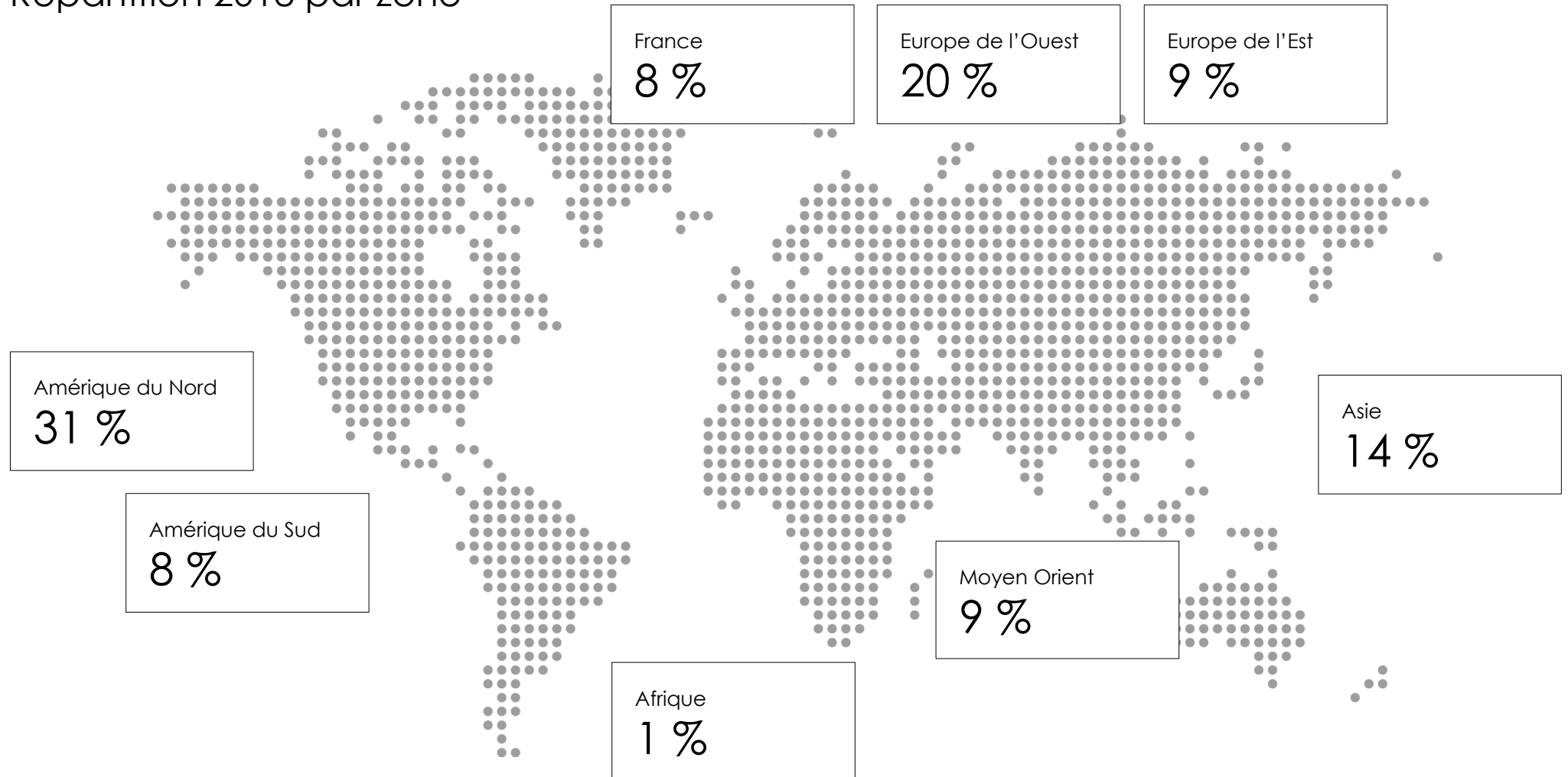
# Montblanc + Jimmy Choo + Coach (en M€)

■ Montblanc ■ Jimmy Choo ■ Coach



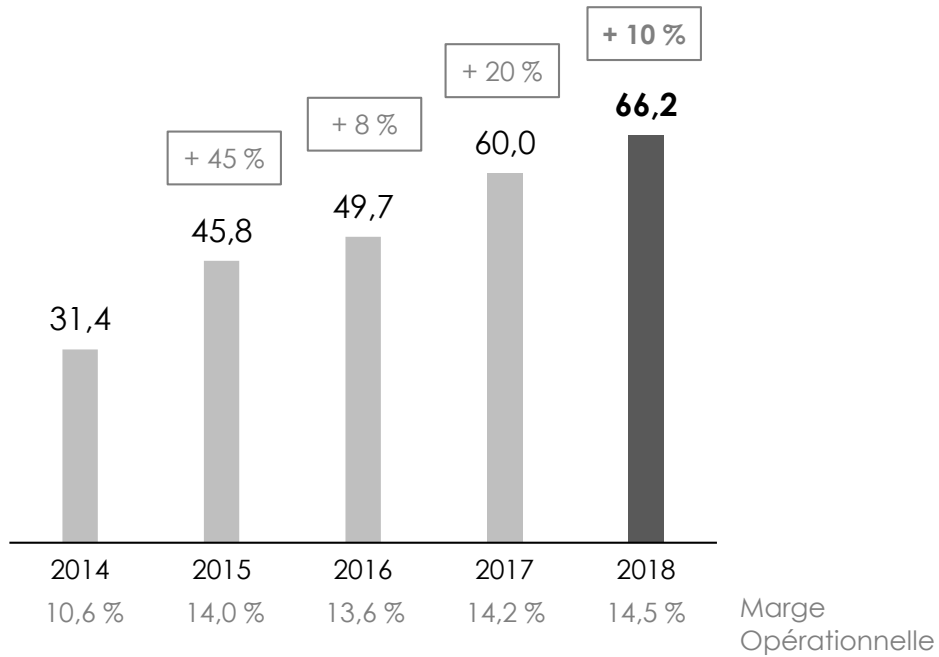
# Une activité internationale

Répartition 2018 par zone

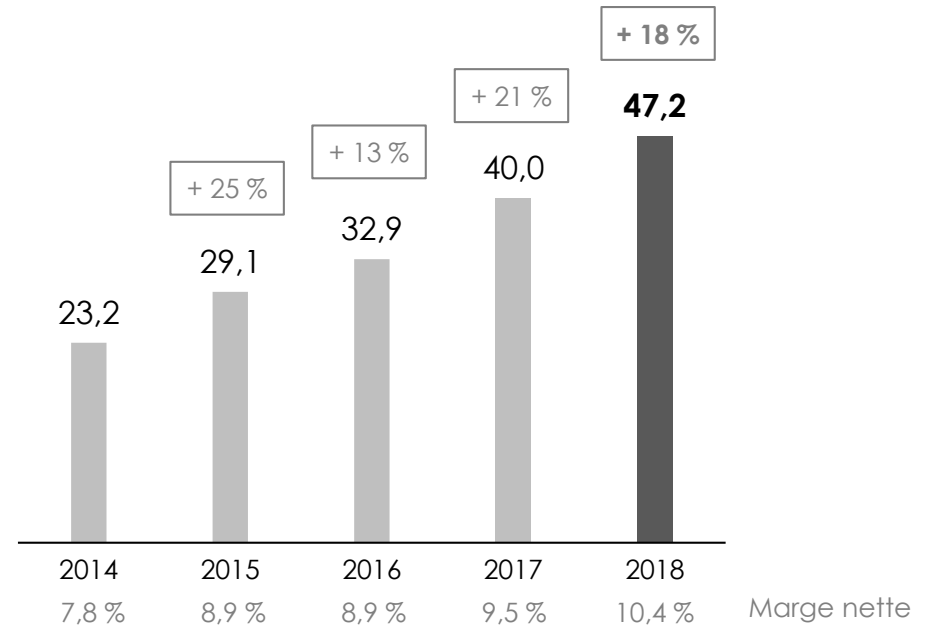


# Résultats (en M€)

## Résultat opérationnel



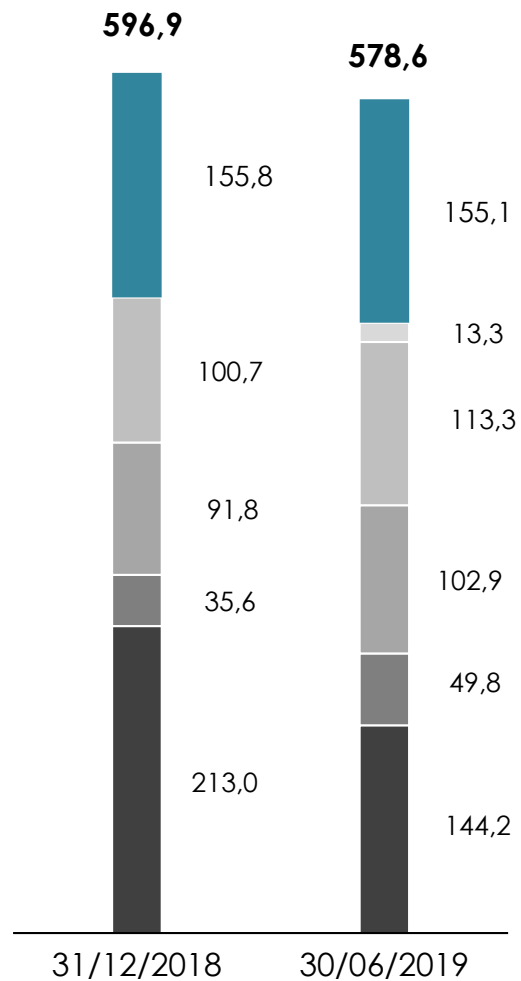
## Résultat net



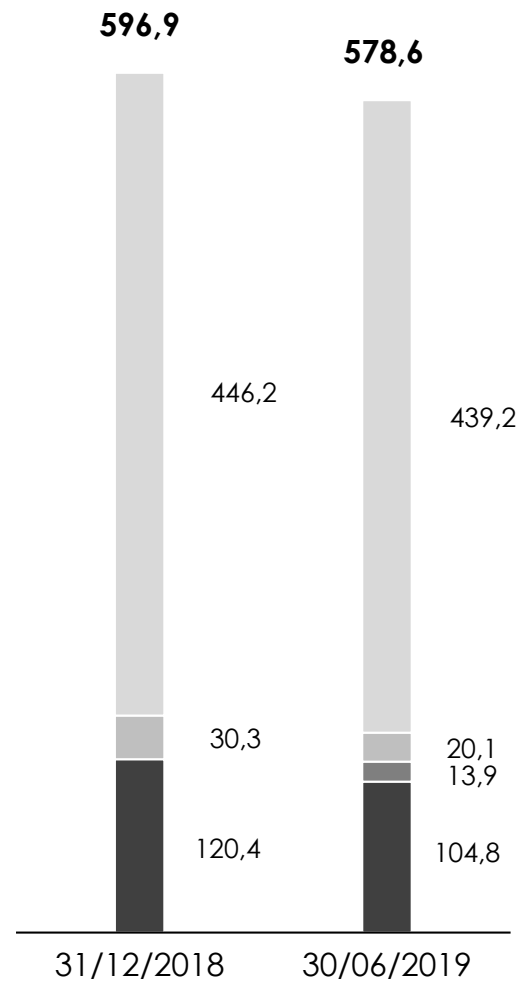
Résultat opérationnel en hausse **+ 110 %** sur 4 ans

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

# Bilan



- Marques
- Immobilisation droit d'utilisation
- Stocks
- Clients
- Autres actifs courants
- Trésorerie & Actifs financiers courants



- Capitaux propres
- Emprunts et dettes financières
- Dettes location
- Autres dettes

## Autres données clés

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

Une présence  
dans près de  
**120** pays

**300** personnes

- 195 personnes en France
- 25 personnes en région
- 65 personnes à New York
- 20 personnes à Singapour



## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

**Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 2019**

## Faits marquants du 1<sup>er</sup> semestre 2019

- **Un chiffre d'affaires de 238 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2019**
  - + 9 % à devises courantes par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2018
  - + 5 % à devises constantes par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2018
- **Succès du lancement de la ligne *Montblanc Explorer***
  - une facturation supérieure à 20 M€ sur 6 mois
  - peu d'impact sur la ligne *Montblanc Legend*
  - recul des lignes *Montblanc Legend Night* et *Montblanc Emblem*
- **Croissance solide des parfums Jimmy Choo (+ 8 %) et Coach (+ 11 %)**
- **Résultat opérationnel 39 M€ (+ 12 %)**
- **Résultat net 27,2 M€ (+ 8 %)**
- **Signature du contrat de licence Kate Spade**



kate spade  
NEW YORK



# tapestry

**COACH**  
NEW YORK



**\$4.3**  
Md/an

COOL  
EFFORTLESS  
AMÉRICAIN

1<sup>er</sup> GROUPE DE LUXE  
ACCESSIBLE AMÉRICAIN

## kate spade



**\$1.4**  
Md/an

FUN  
COLORÉ  
FÉMININ

Groupe  
**\$6.0**  
Md/an

STUART WEITZMAN



**\$0.4**  
Md/an

PLAYFUL  
GLAMOUR  
AMÉRICAIN

# chiffres clés

**\$ 1,4 Md**  
de chiffre d'affaires

**15**  
licences

**4 800**  
employés

**2,6 M**  
abonnés instagram





# présence internationale

50

pays

480

Points de Vente dont 330 boutiques

## marchés clés

- Marchés Leaders: USA, Japon
- Croissance Stratégique: Chine
- Nouveaux Marchés: Amérique Latine, Europe



# univers concurrentiel

MARC JACOBS



\$ 0.6  
Md/an

TORY BURCH



\$ 1.5  
Md/an

MICHAEL KORS



\$ 4.5  
Md/an

COACH  
NEW YORK



\$ 4.3  
Md/an

# les codes emblématiques

UNE MARQUE IMMÉDIATEMENT  
RECONNAISSABLE

le spade & le pattern les  
couleurs  
le rose  
l'étiquette



# une marque lifestyle globale

sac à main



accessoire tech



bijoux



cadeaux  
& déco maison



chaussures



prêt à porter



petit accessoire



# les parfums existants

2013

VENTES PARFUMS 2018: environ **\$10M**

LIVE  
COLOR  
FULLY

kate spade  
NEW YORK



2015



2017

2018

IN FULL  
BLOOM

kate spade  
NEW YORK





kate spade  
NEW YORK



# Lancements du 1<sup>er</sup> semestre 2019



Février  
Montblanc Explorer



Février  
Mademoiselle Rochas Couture



Février  
Jimmy Choo Floral



Mars  
Van Cleef & Arpels  
Collection Extraordinaire Rêve d'Ylang



Mars  
Boucheron Fleurs

# Lancements du 1<sup>er</sup> semestre 2019



Avril  
Coach Floral Blush



Avril  
S.T. Dupont Perfect Tobacco



Mai  
Boucheron Quatre en Rouge



Mai  
Lanvin A Girl in Capri



Mai  
Kar Lagerfeld Les Parfums Matières



Juin  
S.T. Dupont Pure Bloom



## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

### **Activité du 2<sup>nd</sup> semestre 2019**

## Activité du 2<sup>e</sup> semestre 2019

- **Des lancements importants**
  - Jimmy Choo : *Urban Hero*, seconde ligne masculine après *Jimmy Choo Man*
  - Rochas : *Byzance*, nouvelle ligne féminine (fin 2019 / début 2020)
- **Finalisation des lancements du 1<sup>er</sup> semestre 2020**
- **Confirmation des guidances 2019**
  - chiffre d'affaires : 480 M€
  - marge opérationnelle : 14 % environ



JIMMY CHOO  
URBAN HERO

LE NOUVEAU PARFUM

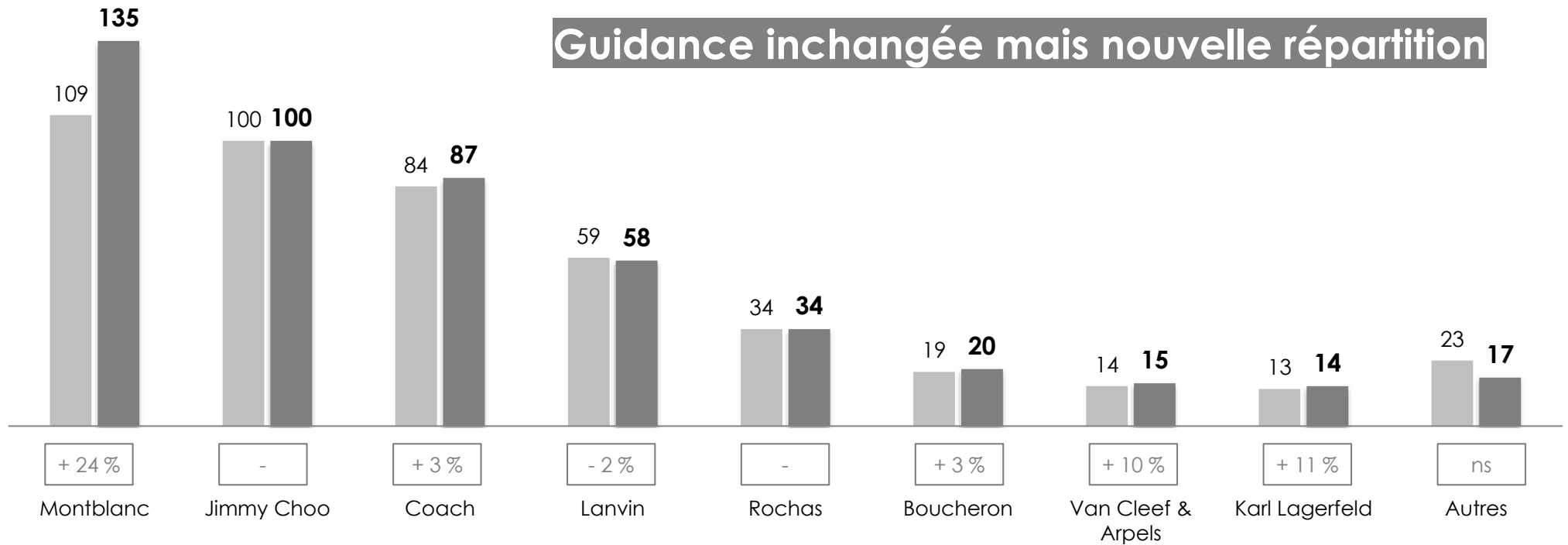
L'ATLAS, ARTISTE URBAIN



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

■ 2018 ■ 2019(e)

Guidance inchangée mais nouvelle répartition



Chiffre d'affaires total 2018

**455,3 M€**

Chiffre d'affaires total 2019(e)

**480,0 M€** (+5,4%)

# 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 : 5 %

2019(e)

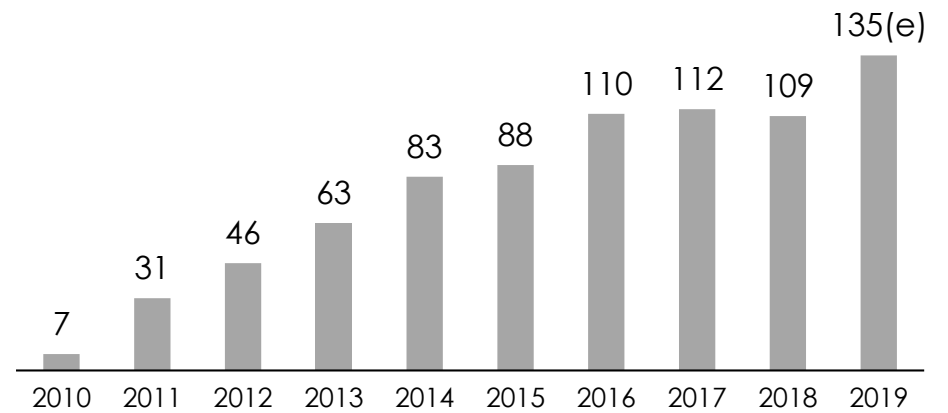


- Montblanc : 28 %
- Jimmy Choo : 21 %
- Coach : 18 %
- Lanvin : 12 %
- Rochas : 7 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %



**MONT  
BLANC**

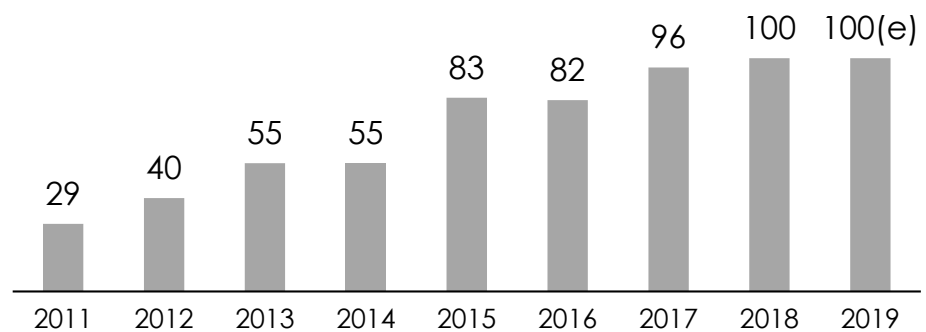
Évolution des ventes (en M€)





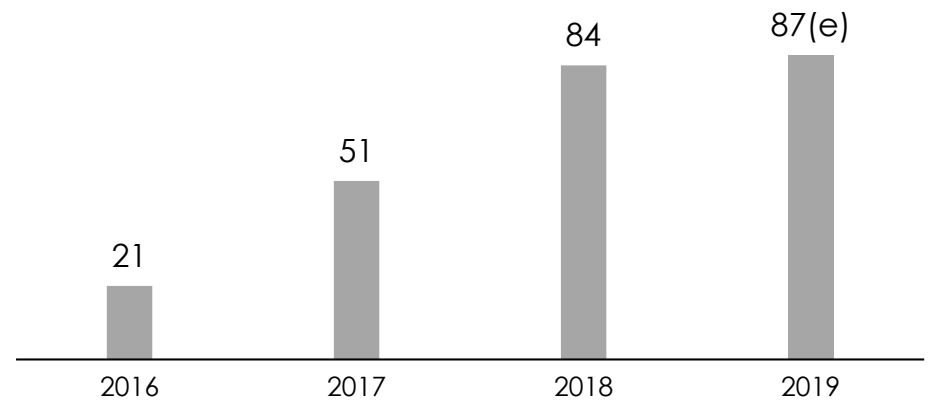
# JIMMY CHOO

Évolution des ventes (en M€)



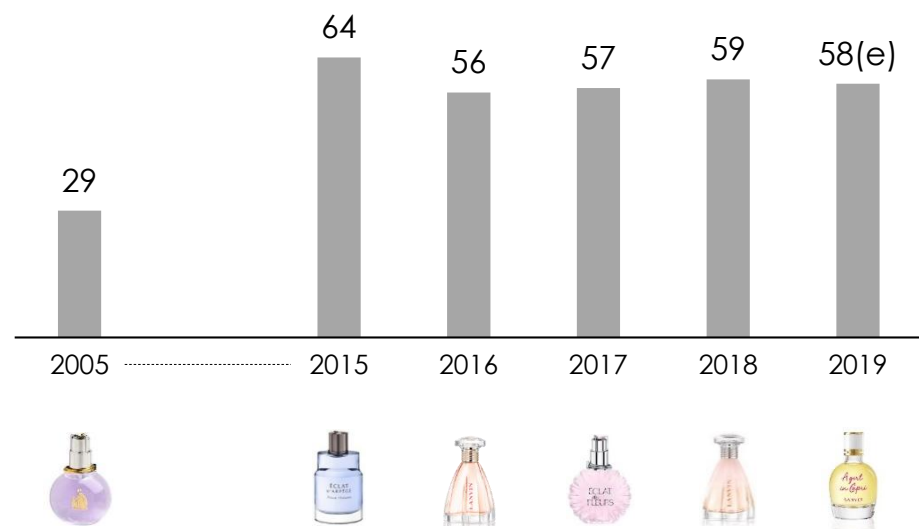


## Évolution des ventes (en M€)



# LANVIN PARFUMS

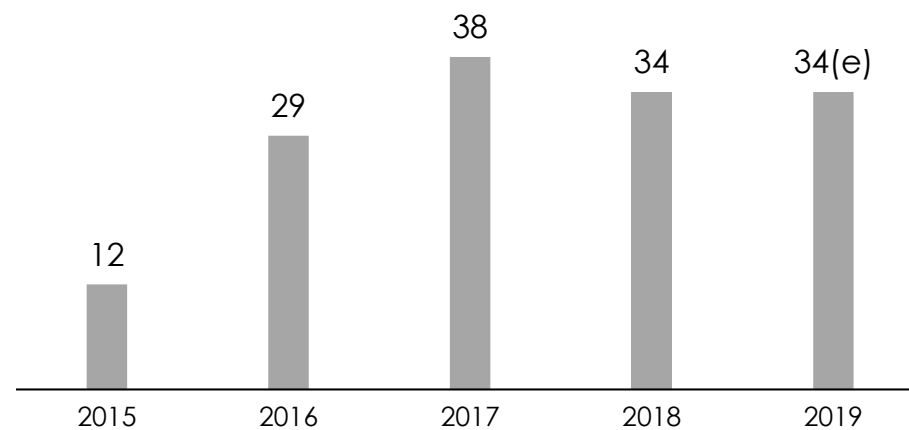
Évolution des ventes (en M€)





# ROCHAS PARIS

Évolution des ventes (en M€)





## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

### **Perspectives 2020**

# Perspectives 2020

- **Lancements 1<sup>er</sup> semestre**

- Rochas : *Byzance* (ligne féminine) & *L'Homme Rochas*
- Jimmy Choo : Collection (Rouges à lèvres, vernis à ongles et parfums)
- **Coach : seconde ligne féminine**
- Montblanc : nouvelle ligne féminine
- Karl Lagerfeld : nouveau duo

- **Lancements 2<sup>e</sup> semestre**

- **Kate Spade : première ligne féminine**
- **Jimmy Choo : nouvelle ligne féminine**
- Boucheron : nouvelle ligne féminine
- Montblanc : Eau de parfum *Legend*



## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

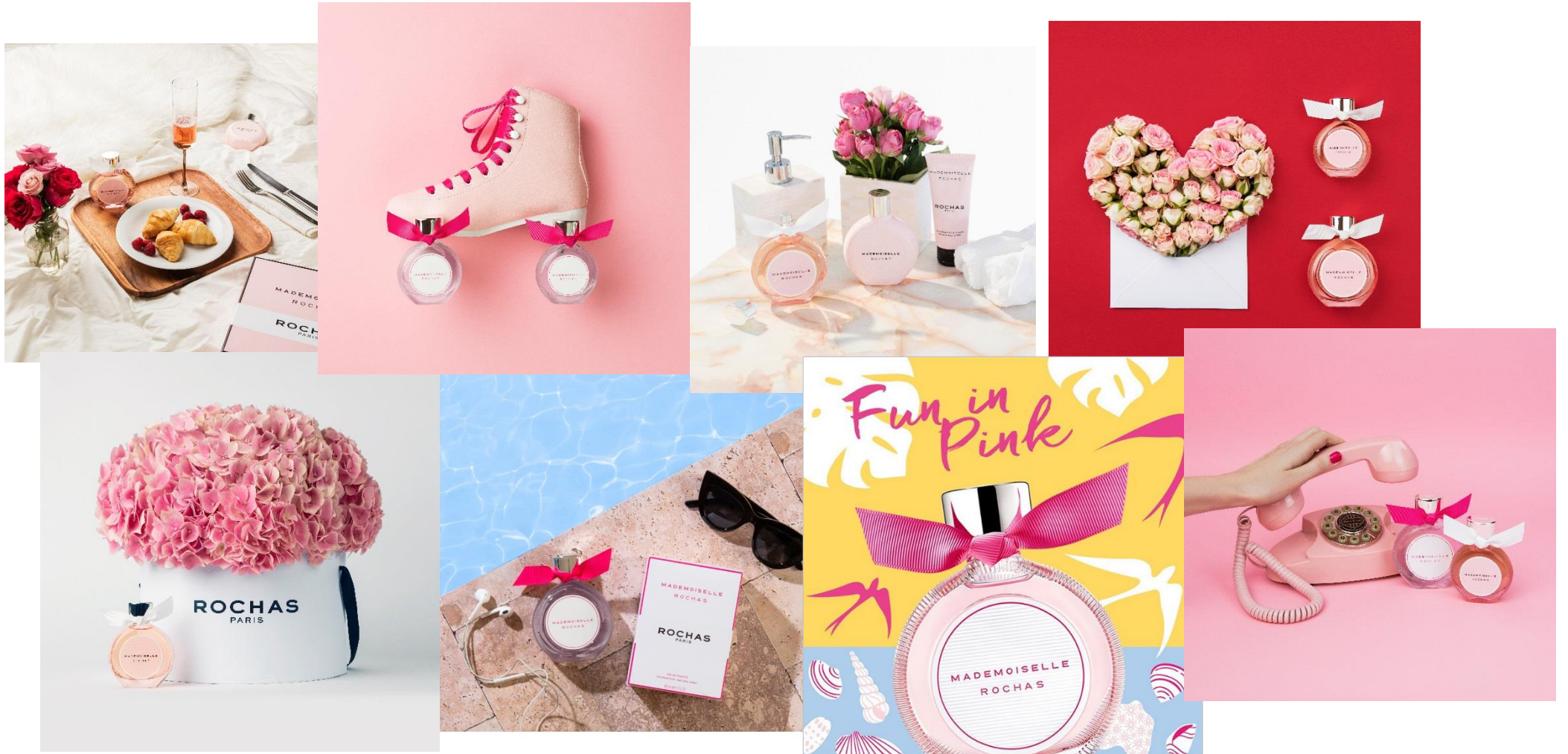
### **Digital & e-commerce**

# Digital & e-commerce

- **Digital**
  - fournir du contenu aux sites Internet et réseaux sociaux de nos marques, de nos agents et de nos distributeurs
  - textes & histoires, photos, films, spots publicitaires, making of,...
  - nouveaux canaux de diffusion (co-branding, influenceuses)
- **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



# Mademoiselle Rochas



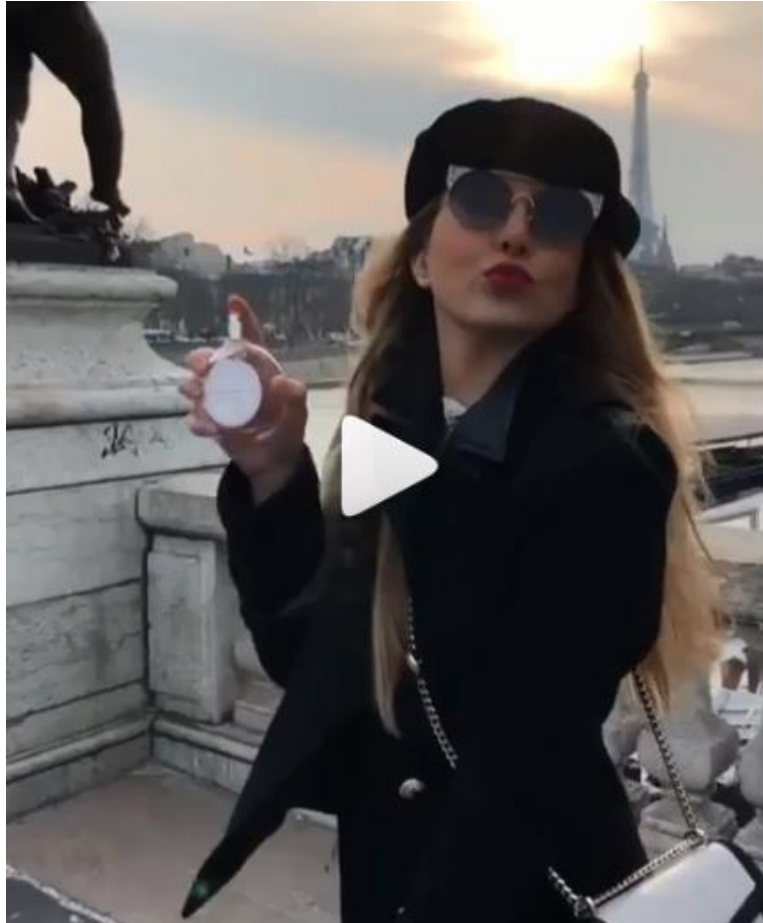
# Mademoiselle Rochas

Instagram Rochas - Animation du compte en propre @rochasofficial



# Mademoiselle Rochas

Instagram Rochas - Partenariat avec des influenceuses



the\_caroo • S'abonner  
Paris, France

the\_caroo Nothing like my new @rochasofficial fragrance #funinpink to get ready for Spring and Summer 🌸 who else loves pink 🌸? #paris #mademoisellerochas

Charger d'autres commentaires

zhuzhulifenotes Amazing  
shedoesstyle Cutie!

v\_design\_nakit Fantastic 🤍

evelynburrogano\_ Perfect always! 🤍🤍

satandaifa\_18 说过的话不能不算数🤍🤍  
我就是美貌与智慧🤍🤍 超级美物🤍🤍  
+satan-02

ritamargari Bella

stephlovesstyle So pretty lady!

helenmagazine 🤍🤍🤍🤍🤍



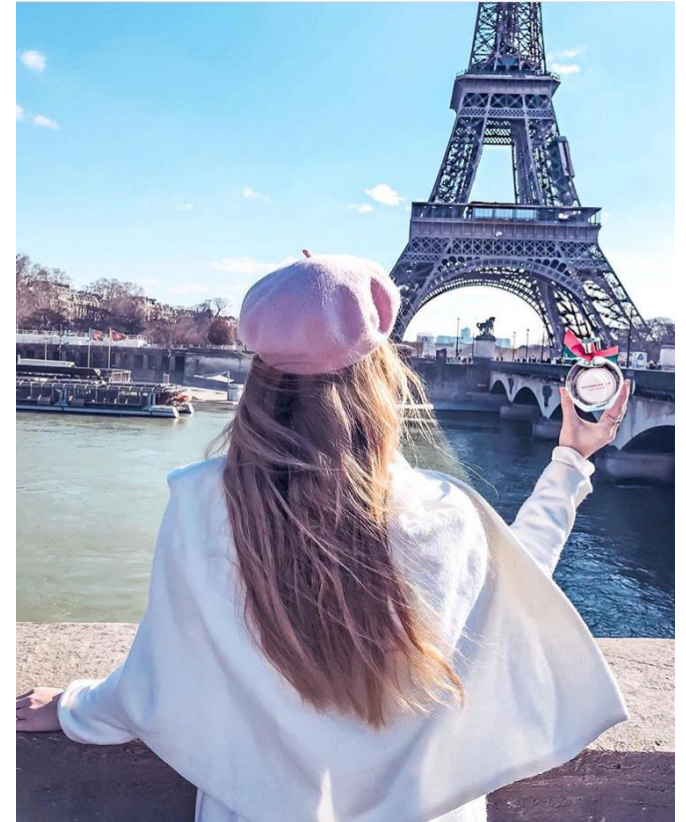
16 857 vues

4 AVRIL

Connectez-vous pour aimer ou commenter.



the\_caroo  
Partenariat rémunéré avec rochasofficial  
Quai de la Seine



# Mademoiselle Rochas

## Instagram Rochas - Partenariat avec des influenceuses



# Mademoiselle Rochas

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

**nocibé** | la boutique

PARFUMS MAQUILLAGE SOINS VISAGE SOINS CORPS ET BAIN PHARMACIE CHAUVESSON INSTITUT PROMOTION **NOUVEAUX, C'EST PARTI!**

**EAU DE PARFUM**

Une fragrance audacieuse concentrée autour d'une palette d'amour de roses et de muscs blancs.

Libre, audacieuse et un brin impétueuse, Mademoiselle Rochas dégage une énergie suave qui ne laisse personne indifférent.

Libre, audacieuse et un brin impétueuse, Mademoiselle Rochas dégage une énergie suave qui ne laisse personne indifférent.

Un brin de saut qui d'inimitable qui emporte tout sur son sillage floral fruité.

**JE DÉCOUVRE**


**EAU DE TOILETTE**

Bleus roses, jasmin et muscs blancs signent un accord floral vert musqué.

Mademoiselle Rochas nous entraîne dans son univers de fun et d'émotions. Elle nous invite à célébrer la joie, la liberté et de sa bonne humeur.


Élégante et rafraîchissante, cette Eau de Toilette offre la volupté Fun in plus et met ainsi en évidence le caractère audacieux.

Nadine Schmidt



#funinpink

**MADemoiselle ROCHAS**



**UN SILLAGE DÉLICAT  
AUX ACCENTS PÉTILLANTS !**

**NOUVEAU  
ROCHAS**  
Mademoiselle Rochas  
Eau de toilette

**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

mireillepopo 🌸 je participe et j'invite @sylvie.larra  
eugenedev 🌸🐾👩🏻 @daphnephilipon  
ceren.gul\_26 Bonjour nous aurons le

29 639 vues

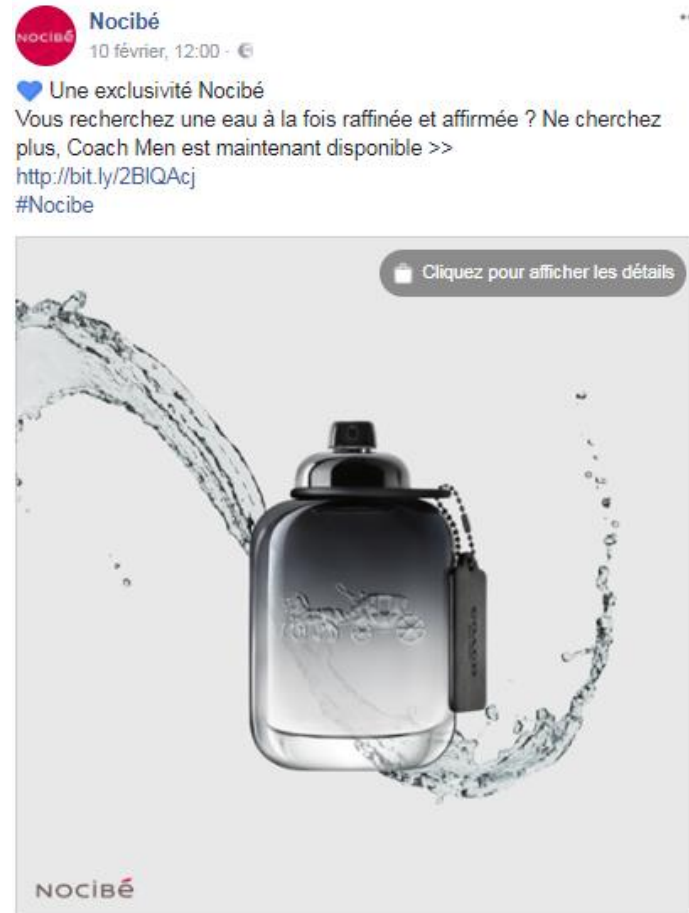
18 MAI

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'Equipe + Nocibé)



Navigation: L'EQUIPE Basket, directs, résultats, s'abonner, menu icons.

Jeep Elite 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) ...

exclusif NOCIBÉ NOCIBÉ

COACH NEW YORK  
Le NOUVEAU PARFUM pour HOMME  
COMMANDER

Jeep Elite 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 | Tweeter | Google+ | 7 partages

Basket

- 09:00 Jeep Elite 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 SLD 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





## Réunion F2iC - Cliff

Paris, le 24 octobre 2019

- 

### **La Bourse**

# Répartition du capital

Au 30 septembre 2019

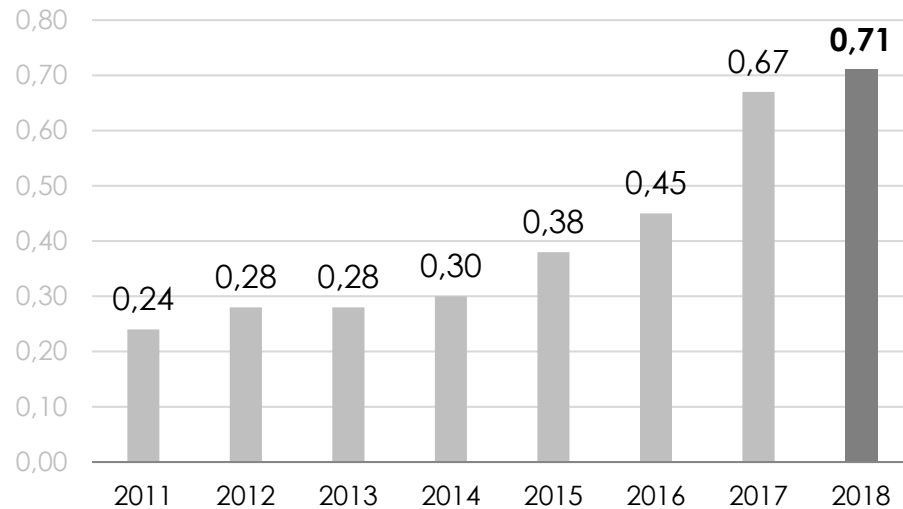


- Interparfums Inc. (fondateurs Philippe Benacin et Jean Madar) : 72,34 % du capital
- Actionnaires individuels (10 534) : 7,1 % du capital
- Investisseurs Institutionnels français (255) : 7,3 % du capital
- Investisseurs Institutionnels étrangers (109) : 13,3 % du capital

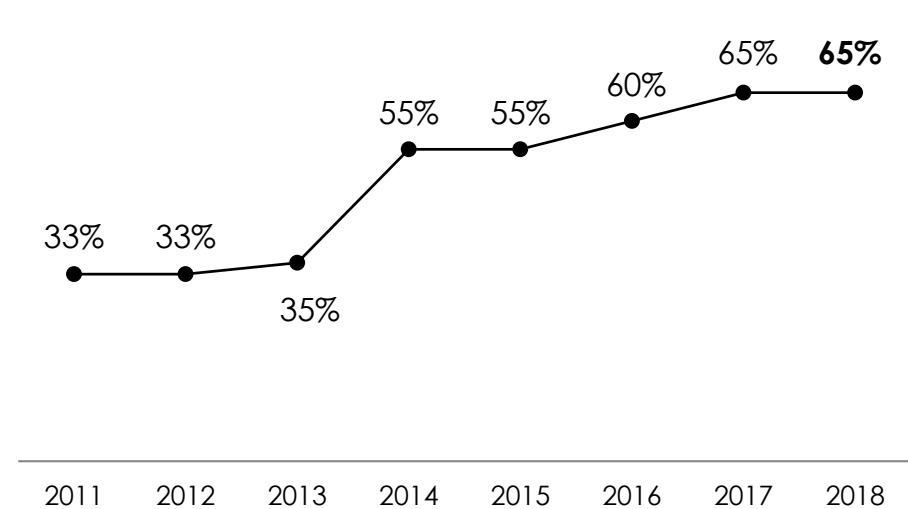
# Dividende & attribution gratuite d'actions

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)



**39,25 €**

Cours de bourse au 25 octobre

**1,8 Md€**

Capitalisation

**71 000 titres**

Volume journalier

**+ 30 %**

Depuis le 01/01/2019

**+ 140 %**

Sur 5 ans

**+ 450 %**

Sur 10 ans

**x 36**

Depuis le 15/11/1995

# La communication

- **Des publications régulières**
  - chiffres d'affaires trimestriels
  - résultats semestriels
  - objectifs
- **Des réunions de présentation ou d'information**
  - en France ou à l'étranger
  - à destination des investisseurs institutionnels (réunions SFAF)
  - à destination des actionnaires individuels (F2ic, Les Echos Investir, Salon Actionaria)
- **Des outils de communication (français + anglais)**
  - un rapport annuel (Document de référence)
  - un rapport semestriel
  - une lettre aux actionnaires
  - un site Internet ([www.interparfums.fr](http://www.interparfums.fr))
  - un numéro vert (0800 47 47 47)
  - réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter)

# Agenda

- Chiffre d'affaires 3<sup>e</sup> trimestre 2019  
29 octobre 2019 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- Perspectives 2020  
21 novembre 2019 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- Réunion Actionnaires *Actionaria*  
21 novembre 2019 – 16h00 (Palais des Congrès Paris)

# Pourquoi investir dans Interparfums ...

- Pour sa **stratégie**
- Pour son **business model**
- Pour sa **forte croissance passée, supérieure à celle du marché et à celle de ses concurrents**
- Pour sa **politique actionnariale**
  - **croissance régulière du dividende**
  - attribution **gratuite régulière d'actions (20<sup>e</sup>)**
- Pour son **potentiel de développement**
  - **par croissance interne...**
  - **...et par croissance externe**

# Contacts

## Interparfums

4 Rond-Point  
des Champs-Élysées  
75008 Paris  
01 53 77 00 00  
<http://www.interparfums.fr>

## Philippe Santi

Directeur Général Délégué  
[psanti@interparfums.fr](mailto:psanti@interparfums.fr)

## Karine Marty

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





Réunion F2iC - Cliff  
Paris, le 24 octobre 2019

•

interparfums