

interparfums

1^{ere} conférence ESG de la SFAF

2021

9 décembre 2021



• Introduction



Interparfums en bref

Créateur, fabricant et distributeur de parfums de prestige

Avec un portefeuille de marques dans l'univers du luxe

(Montblanc, Jimmy Choo, Coach, Moncler, Lanvin, Rochas,
Van Cleef & Arpels, Boucheron,...)

Des bureaux à Paris, New York et Singapour

Un chiffre d'affaires attendu à 550 M€ en 2021 (+13 à 14% par rapport à 2019)

Une marge opérationnelle attendue à 16 % en 2021

- Constat



RSE & Gouvernance

Constat 2019

Des pratiques reconnues en matière **sociale, sociétale** et de **gouvernance**

Interparfums, un contributeur **passif** en matière **environnementale**

- Recours aux Bonnes Pratiques de Fabrication
- Audit des conditionneurs depuis 2015
- Entrepôt HQE dès 2011
- Sourcing Europe 82 % (dont France 59 %)

- Notre démarche



Notre démarche : Pratiquer 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 (2025)

- Environnement



Environnement

Contexte

Des flux importants depuis la conception jusqu'à la distribution

- 25 à 30 millions de flacons expédiés par an, dans le monde entier
- 3 à 4 millions de coffrets expédiés par an, dans le monde entier
- Une dizaine de sites de conditionnement en France
- Un entrepôt de 36 000 m² dans la région de Rouen
- Des points de vente dans le monde entier

Environnement

Objectifs

Intégrer une dimension « **éco-conception optimisée** » dans le développement des produits

S'appuyer sur des fournisseurs labellisés RSE (plateforme *EcoVadis*)

Environnement

Axes de travail

Fabrication des **composants**

Verrerie	Réduction des consommations de verre et utilisation systématique de verre recyclé (PCR) sur les lancements
Packaging	Réduction des consommations de cartons et du nombre de références, utilisation de carton certifiés FSC (carton issu du développement durable)
Coffrets	Réduction des tailles et du nombre de références, utilisation de carton FSC
Lignes de bains	Utilisation de plastique recyclé, passage capsules actuelles à capsules services
Cales	Passage du plastique au carton (économie de plus de 120 t/an)
Décors	Utilisation de laques hydro solubles et d'encres bio sourcées

Environnement

Axes de travail

Conception des **fragrances** (jus)

- Poursuivre une étroite concertation avec les maisons de création
 - Une création olfactive qui intègre de + en + de considérations environnementales
 - Ingrédients d'origine naturelle
 - Sourcing et traçabilité
- Forte implication en matière de RSE
 - Existence de programme de collaboration avec des producteurs naturels d'excellence
 - Evaluations *EcoVadis* excellentes (Top 1 % des entreprises les mieux notées)

Environnement

Axes de travail

Fabrication
de la **PLV** (*Publicité sur les Lieux de Vente*)

- Elaborer une charte des Bonnes Pratiques de Conception
 - Optimiser la politique de production (matières recyclées)
 - Optimiser la logistique (réduction des poids et des volumes)
 - Favoriser la séparabilité des éléments pour un meilleur recyclage

Environnement

Axes de travail

Conditionnement

industriel

- Continuer à travailler en étroite concertation avec des conditionneurs
 - Labélisés *EcoVadis*
 - Européens

Environnement

Indicateurs extra-financiers clés (extrait – chiffres 2020)

Quantité de carton utilisé dans les emballages : 3,72 t par M€ de CA

Part de carton FSC : 10 % → 90 % en 2025

Quantité de verre utilisé dans les emballages : 13,2 t par M€ de CA

Part de verre recyclé PCR : 50 % → 90 % en 2025

Part d'emballage recyclable / top 10 références : 29 %

• Social



Social

Situation actuelle : Une politique sociale engagée

Des **fondamentaux**, établis
de longue date

- Un management « familial » basé sur des relations proches
- Un « esprit Interparfums » cultivant un sentiment d'appartenance
- Des valeurs éthiques, notamment le respect des individus
- Le partage des idées et des décisions
- La préservation de l'emploi

Social

Situation actuelle : Une politique sociale engagée

La **qualité de vie** au travail

- Des postes encourageant la prise de responsabilités et l'autonomie
- Une attention constante à la charge de travail et aux risques psychosociaux (numéro vert dédié)
- Le respect de l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle
- Le souci de la bonne gestion des talents (entretiens annuels, formation)
- Un ensemble de chartes encadrant la vie au travail (bonne conduite, droit à la déconnexion, lanceur d'alerte, télétravail, égalité professionnelle h/f)
- Le souci de lutte contre toute discrimination
- Le bien-être dans les locaux

Social

Situation actuelle : Une politique sociale engagée

Une **politique salariale** **motivante**

- Des niveaux de rémunération en ligne ou supérieurs aux pratiques de marché
- Une *Participation aux résultats de l'entreprise* bonifiée ou complétée
- Des plans d'Epargne et un fonds Actionnariat Interparfums abondés par la société
- Une mutuelle santé gratuite pour la partie « socle »
- Une forte culture d'actionnariat salarié
 - des plans de stock-options pour 100 % des collaborateurs entre 1994 et 2011
 - des plans d'actions de performance pour 100 % des collaborateurs en 2016 et 2018

Social

Objectifs

Formaliser nos pratiques sociales dans une **Charte
Employeur Responsable**

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

Social

Indicateurs extra-financiers clés (extrait – chiffres 2020)

Ancienneté moyenne des salariés : 9,9 ans

Absentéisme : 1,65 %

Index égalité professionnelle homme/femme : 85/100

% de contrats à durée indéterminée : 96 %

% de collaborateurs formés dans l'année : 45 %

• Sociétal



Sociétal

Situation actuelle : Une éthique des affaires reconnue

Relations avec les **marques** en licence

- La recherche d'un véritable partenariat grâce à des relations étroites et régulières avec le management de chaque Maison
- Le développement de produits respectant les codes de chaque Maison
- Des équipes Interparfums dédiées

Relations **avec les clients**

- Des relations de longue (ou très longue) date avec les distributeurs
- La prise en compte des spécificités de chaque marché et de chaque pays
- Le développement de produits parfois spécifiquement adaptés aux demandes
- Le partage des projets très en amont

Sociétal

Situation actuelle : Une éthique des affaires reconnue

Relations avec les **partenaires industriels**

- Des relations (là encore) de longue (ou très longue) date avec les industriels du secteur
- Cahier des charges de Bonnes Pratiques de Fabrication
- Soutien de l'innovation
- Soutien financier (crise financière de 2008, crise sanitaire de 2020)

Des initiatives en matière de **mécénat**

- EliseCare
- CEW (Cosmetic Executive Women)
- Bibliothèques en Indonésie
- 1% pour la planète

Sociétal

Objectifs

Formaliser nos pratiques avec les parties prenantes dans une **Charte Ethique Interparfums**

Renforcer nos pratiques en matière de **mécénat**

- **Gouvernance**



Gouvernance

Situation actuelle

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

4 femmes
(40 %)

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

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

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

4 indépendants
(40 %)

Dominique **Cyrot**
Ex Allianz (*)

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

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

Comité d'audit

4 membres (*)

2 femmes (50 %)

3 indépendants (75 %)

Gouvernance

Objectifs

Former régulièrement les membres du Conseil d'administration

- Une première formation chez Middledenext mi novembre
- Objectif 2 jours / an

Faire évoluer la composition du Conseil d'administration (avril 2023)

- Remplacement de 3 administrateurs
- Parité femme/homme (40 % actuellement)
- Parité indépendants/non indépendants (40 % actuellement)

Créer un Comité Consultatif des Actionnaires

- Une douzaine d'actionnaires essentiellement individuels
- 2 réunions par an

Créer un Comité RSE

- 1^{er} semestre 2022
- Composition et nombre de réunions à définir

Gouvernance

Indicateurs extra-financiers clés (extrait – chiffres 2020)

Part des membres indépendants dans le Conseil d'administration : 40 %

Part des femmes dans le Conseil d'administration : 40 %

Part des femmes dans le Comité exécutif : 27 %

Constitution d'un Comité RSE : prévu en 2022

Constitution d'un Comité Consultatif des Actionnaires : prévu en 2022

- **Actions récentes
et agenda**



RSE & Gouvernance

Actions récentes

Constitution d'un **Comité Exécutif RSE & Gouvernance**

- Natacha Finateu (Juridique)
- Véronique Duretz (Ressources Humaines)
- Solange Rolland (Consolidation & Contrôle Interne)
- Karine Marty (Relations avec les actionnaires)
- Axel Marot (Supply Chain & Opérations)
- Cyril Levy-Pey (Communication)
- Philippe Santi

RSE & Gouvernance

Actions récentes

Une première initiative avec ***Rochas Girl***,
première ligne à faible impact environnemental

- Un packaging FSC (gestion durable de la forêt)
- Une verrerie composée à 40 % de verre recyclé
- Une fragrance composée à 90,25 % de matières premières naturelles
- Une fabrication française

ROCHAS
PARIS

Giri

Pour qui ?

**UNE GÉNÉRATION CONSCIENTE, ATTENTIVE
À L'ÉCO-RESPONSABILITÉ & À SON BIEN-ÊTRE**



L'étui



CARTON CERTIFIÉ FSC



DESIGN RESPECTUEUX
DE L'ENVIRONNEMENT



IMPRESSION AVEC DE
L'ENCRE À L'EAU



AUCUNE DÉCORATION **SUPERFLUE**



DIMENSIONS **AJUSTÉES**



DIDACTIQUE AVEC DES
EXPLICATIONS **100 % CLAIRES**



LE VERT : LA COULEUR DE L'ESPOIR ET DU
NATUREL, **APPRÉCIÉE**
PAR LA GÉNÉRATION Z



FABRIQUÉ EN FRANCE

Le flacon

Design minimaliste



ROCHAS
PARIS



CAPOT EN PLASTIQUE **RECYCLÉ**



IMPRESSION PROPRE À
BASE D'EAU



40% DE VERRE RECYCLÉ



PRODUCTION 100% FRANÇAISE

La formule

90 %

D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE
NATURELLE

VEGAN

SANS

COLORANTS

STABILISATEURS

SALICYLATE DE BENZYLE

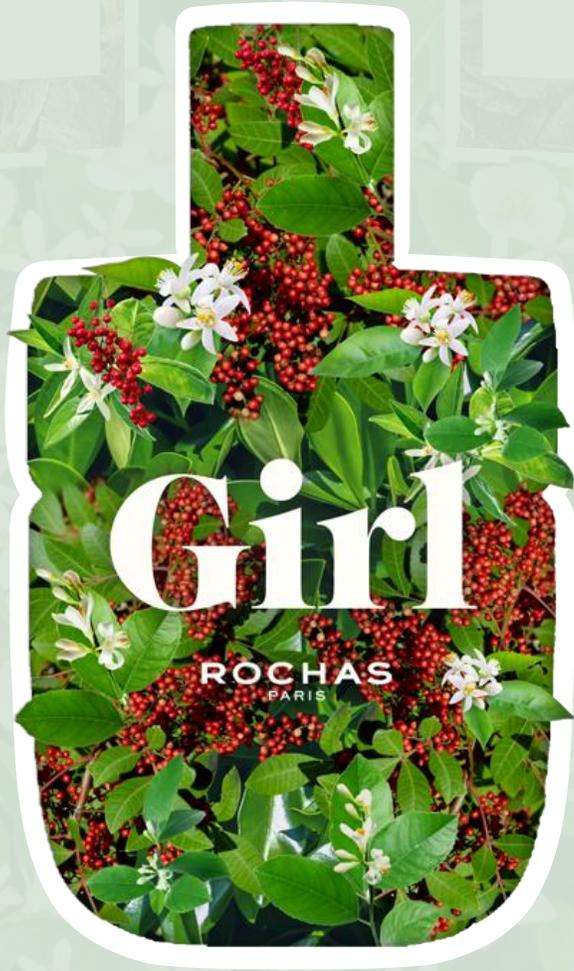
BHT

FILTRES UV

SEULEMENT

7 ALLERGÈNES

Le parfum



NEROLI

JASMIN SAMBAC

BOURGEON DE CASSIS

SOURCÉS DE MANIÈRE RESPONSABLE ET COMPLÈTEMENT TRAÇABLE

Girl

MANIFESTE PRODUIT

**90% D'INGRÉDIENTS
D'ORIGINE NATURELLE.
À L'EXTRAIT DE NÉROLI
AUX PROPRIÉTÉS RELAXANTES.
40% DE VERRE RECYCLÉ.
VEGAN.**

Campagne TV

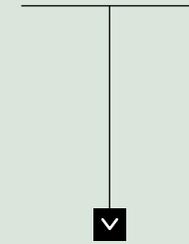


UNE CAMPAGNE TV RÉALISÉE DANS LA NATURE, FILMÉE DE MANIÈRE MODERNE AVEC 3 RÉELLES AMIES, POUR UN ESPRIT JEUNE ET PLEINE DE VIE. TOURNE PROCHE DE PARIS ET EN EXTERIEUR POUR MINIMISER IMPACT CO2

Publicité



POUR CONSERVER
L'AUTHENTICITÉ DU PROJET



Les 3 modèles
ne sont pas retouchés!

ROCHAS
PARIS

Outils de lancement



En acier et réutilisable



Coton bio label GOTS



Plastique recyclé à 40%



≡ MENU



Girl
ROCHAS
PARIS

Un parfum engagé

DES MATÉRIAUX PLUS RESPECTUEUX
DE L'ENVIRONNEMENT

UNE GRANDE MAJORITÉ
DES INGRÉDIENTS SOURCÉS
DE FAÇON RESPONSABLE ET TRAÇABLE

MEMBRE DU 1% FOR THE PLANET



ROCHAS
PARIS

ROCHAS
PARIS

Merci

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
TOTAL	67	71	74	↗	

interparfums

1^{ere} conférence ESG de la SFAF

2021

9 décembre 2021

