



Présentation Interparfums

Lyon 16 octobre 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 production
 - La Promotion
 - La distribution de parfums de prestige
- **Portefeuille de 12 marques dans l'univers du Parfum sélectif**

Concurrence sur un marché mondial de l'ordre de 25 milliards de dollars⁽¹⁾

- Groupes avec marques en licence
 - » L'Oréal (Giorgio Armani, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent, Diesel, Azzaro, Thierry Mugler...)
 - » 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...)
 - » Chanel
 - » Estée Lauder
 - » Hermès

(1) Source: Estimation L'Oréal du marché cosmétique mondial en 2017 en prix nets fabricants (hors savons, dentifrices, rasoirs et lames et hors effets monétaires).

Notre portefeuille de marques

10 marques sous licence / 2 marques en propre

S.T. Dupont
PARIS

(1997 • 2019)

MONT
BLANC

(2010 • 2025)

Repetto
PARIS

(2012 • 2025)

LANVIN
PARFUMS

(parfums)

(2007)

Paul Smith

(1998 • 2021)

JIMMY CHOO

(2010 • 2031)

KARL LAGERFELD

(2012 • 2032)

ROCHAS
PARIS

(parfums et mode)

(2015)

Van Cleef & Arpels **BOUCHERON**
PARIS

(2007 • 2024)

(2011 • 2025)


COACH
NEW YORK

(2016 • 2026)

kate spade new york

(2020 • 2031)

Modèle économique : le Contrat 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 :**
 - Redevances (modalités de calcul, montant et engagement minimum)
 - Concernant le réseau de distribution
 - Nombre de lancements
 - Dépenses publicitaires (Types de médias/Montants)
 - Vecteurs de promotion (Communication/Marketing Opérationnel/Animations PDV)

Notre savoir faire

- **Une expertise marketing**

- Des orientations artistiques très alignées avec l'univers des marques concédantes
- Une palette complète d'outils marketing (y compris On-Line) adaptée à chaque maison et chaque ligne
- Des moyens publicitaires ciblés par ligne et par pays depuis les plans médias traditionnels jusqu'aux réseaux sociaux

- **Une expertise industrielle**

- Un pôle de fournisseurs partenaires spécialisés à l'expertise reconnue (verrerie, cartonnage, fragrance, conditionnement, éléments de décoration...)
- Une exigence permanente et croissante visant à une désirabilité de nos créations

Notre savoir faire

- **Une expertise en matière de distribution**

- Une logistique réactive grâce à des délais de préparation extrêmement courts et une politique dynamique en matière de stocks
- 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 sur les points de vente visant à faciliter l'expérience client

- **Une organisation performante**

- Des équipes spécialisées, expérimentées et très au fait des marchés locaux (filiales + partenaires locaux)
- Une grande réactivité permise par un groupe à taille humaine et une organisation très plate

Notre savoir être

- **Une relation unique avec chaque marque**

- Une stratégie de développement partagée
- Une transparence mutuelle permanente
- Des process de validation rapides de part et d'autre
- Des équipes marketing dédiées

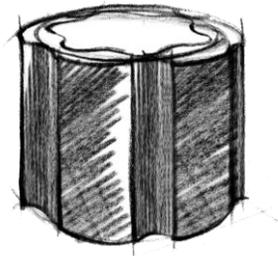
=> une approche quasi-intimiste de la relation concédant/licencié

- **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)



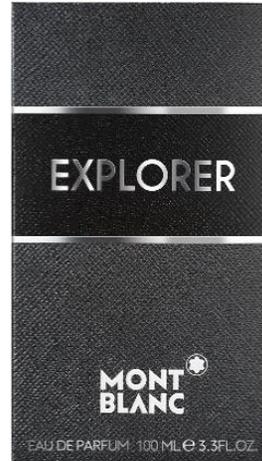
Validation de la marque

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

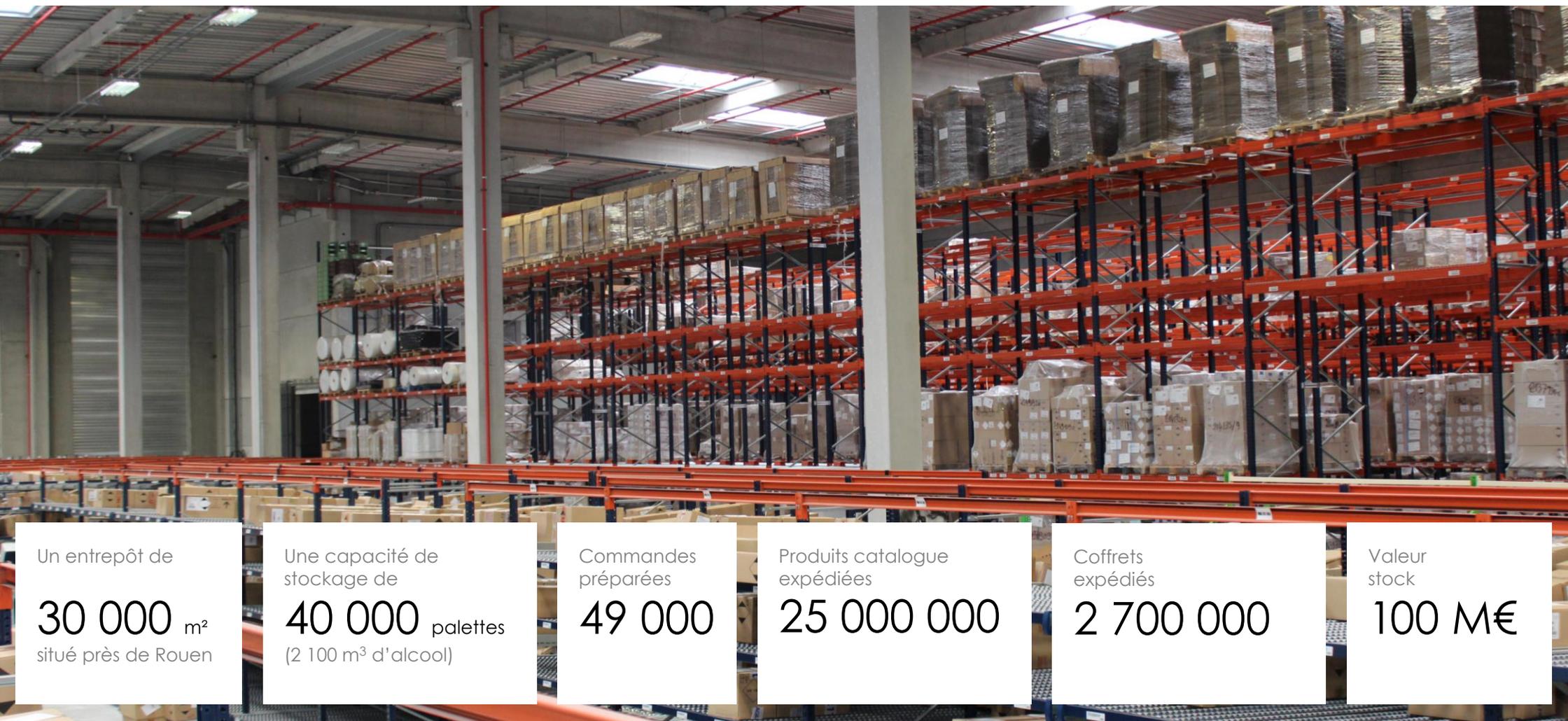
Processus de développement

Fabrication des supports points de vente



Validation de la marque

Logistique (données 2018)



Un entrepôt de

30 000 m²
situé près de Rouen

Une capacité de
stockage de

40 000 palettes
(2 100 m³ d'alcool)

Commandes
préparées

49 000

Produits catalogue
expédiés

25 000 000

Coffrets
expédiés

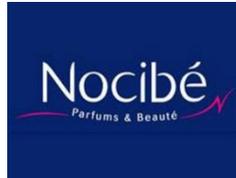
2 700 000

Valeur
stock

100 M€

Distribution France

Les enseignes



80 %

du marché français

Les groupements



Les grands magasins



Distribution à l'étranger

Via des filiales ou des agents indépendants

Europe



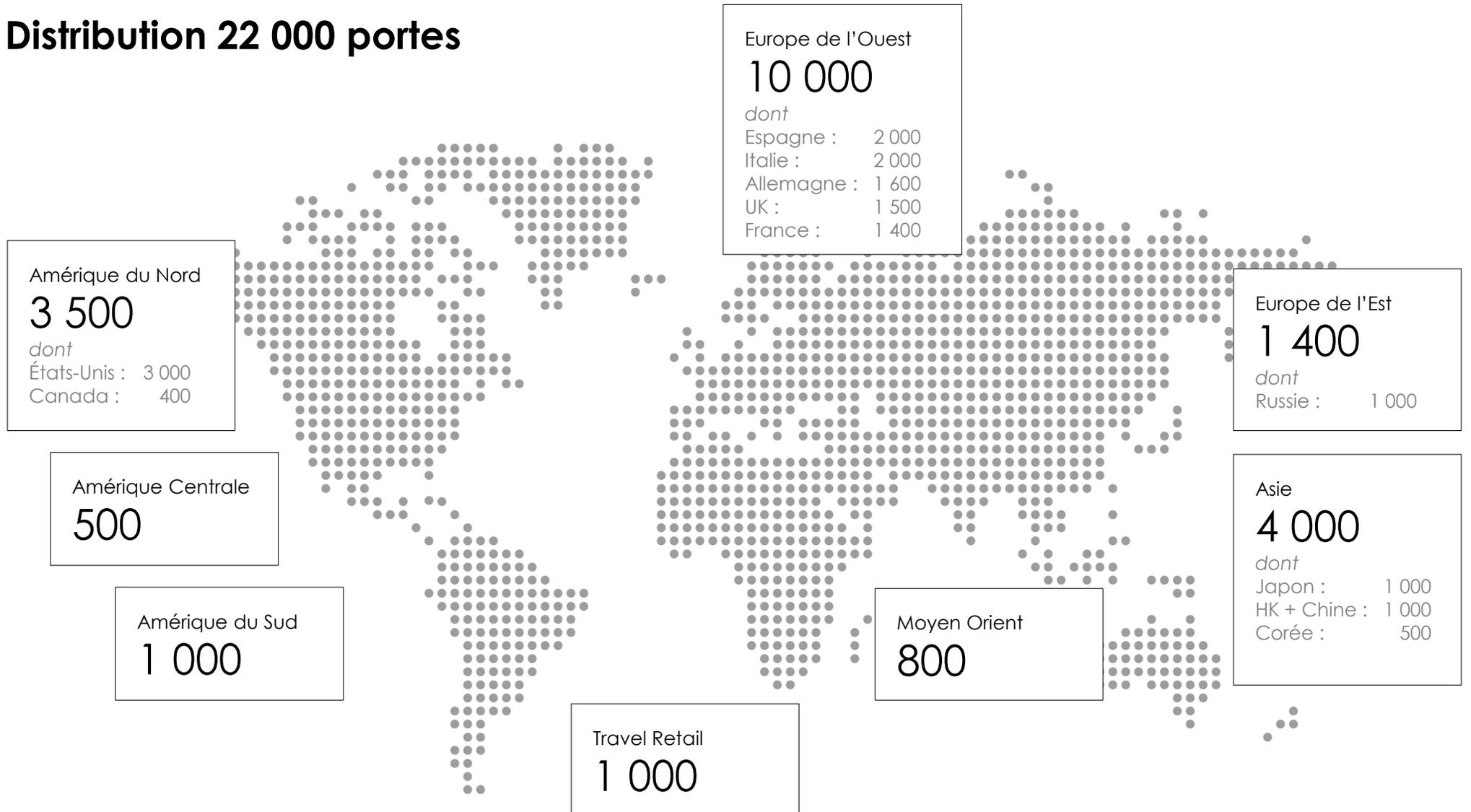
États-Unis



Asie



Distribution 22 000 portes

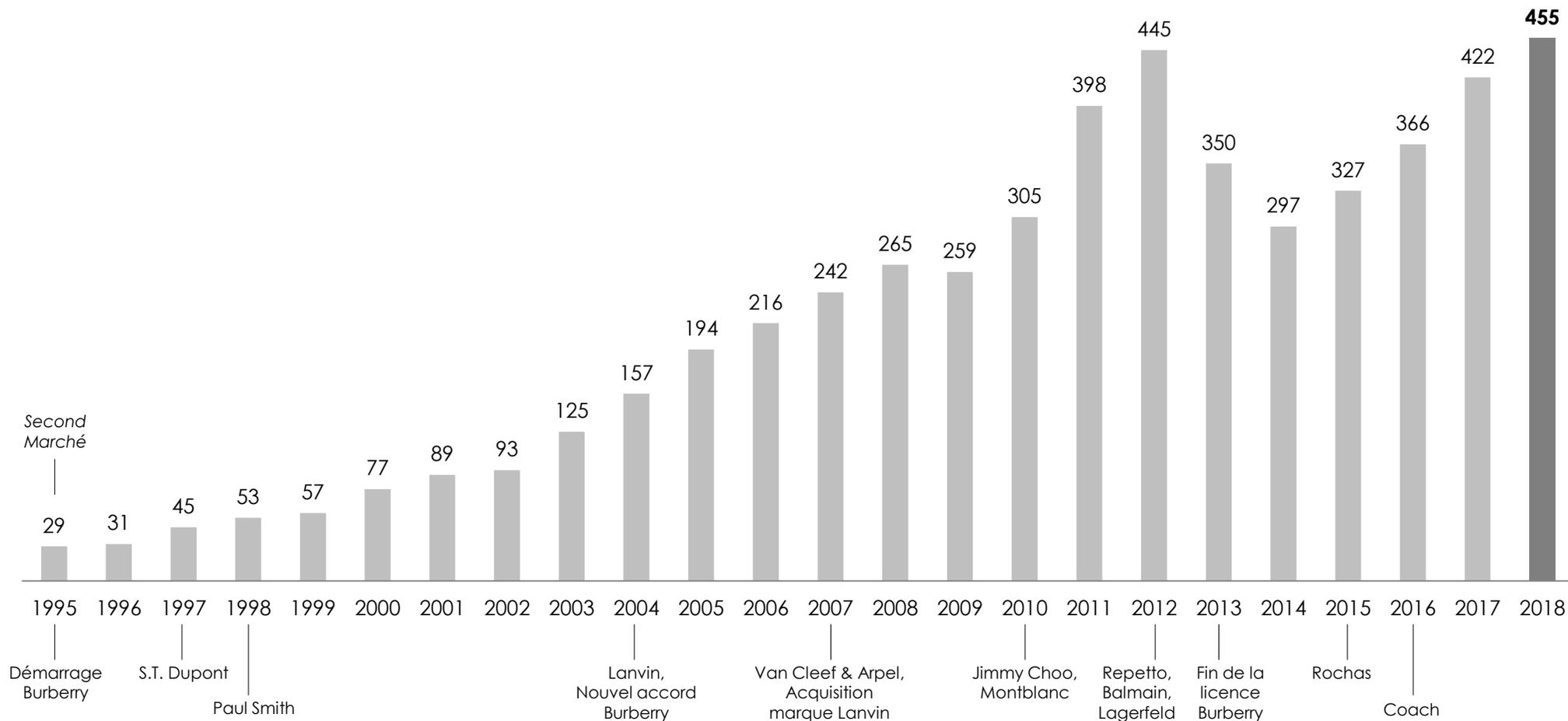




Chiffres clés

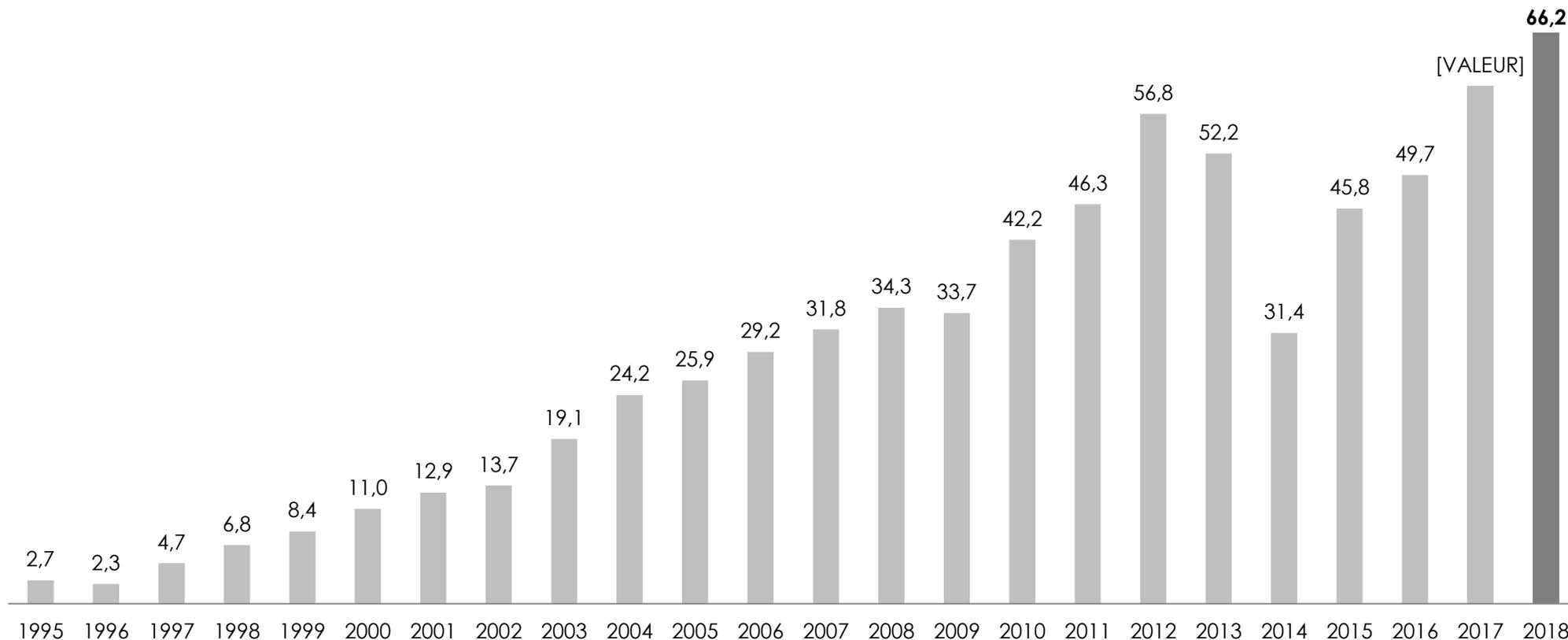
Évolution des ventes : 1995-2018 (en M€)

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



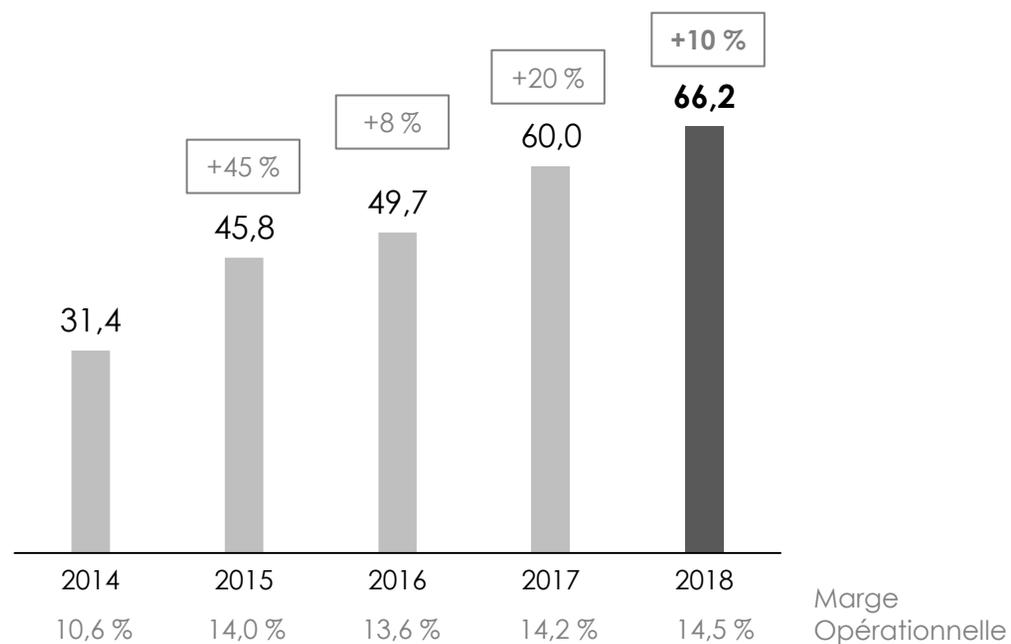
Résultat opérationnel : 1995-2018 (en M€)

Un résultat opérationnel courant multiplié par 24 en 23 ans

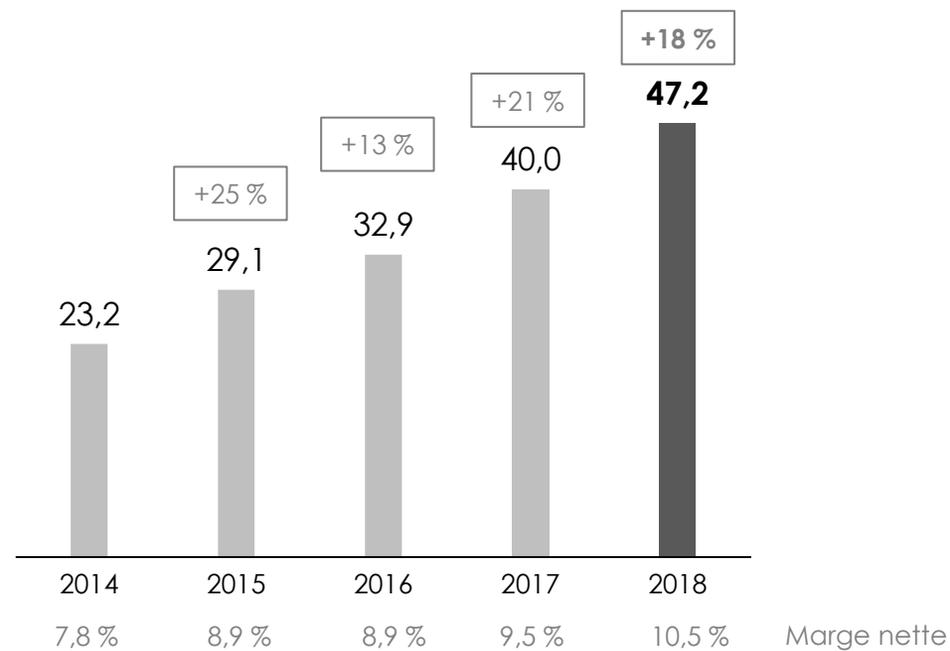


Résultats (en M€)

Résultat opérationnel



Résultat net



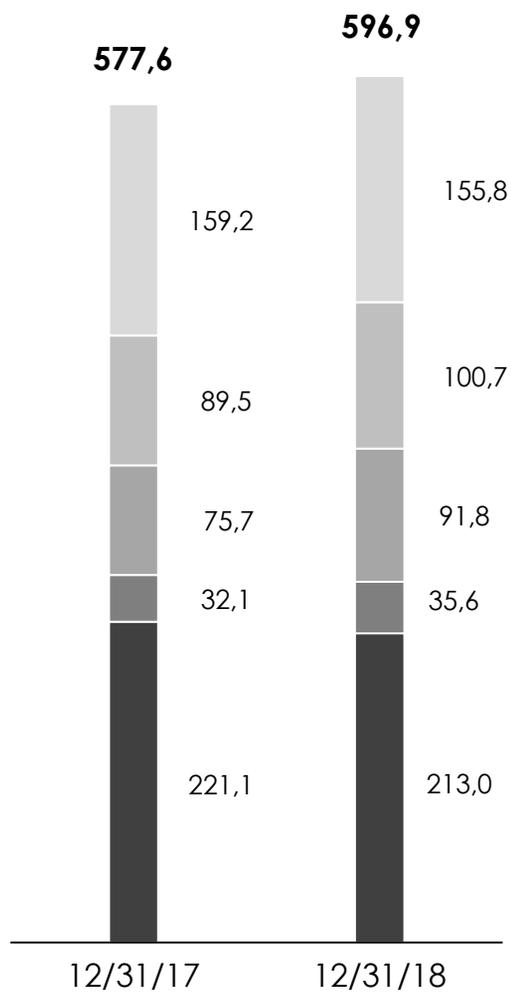
Résultat opérationnel en hausse

+110 % sur 4 ans

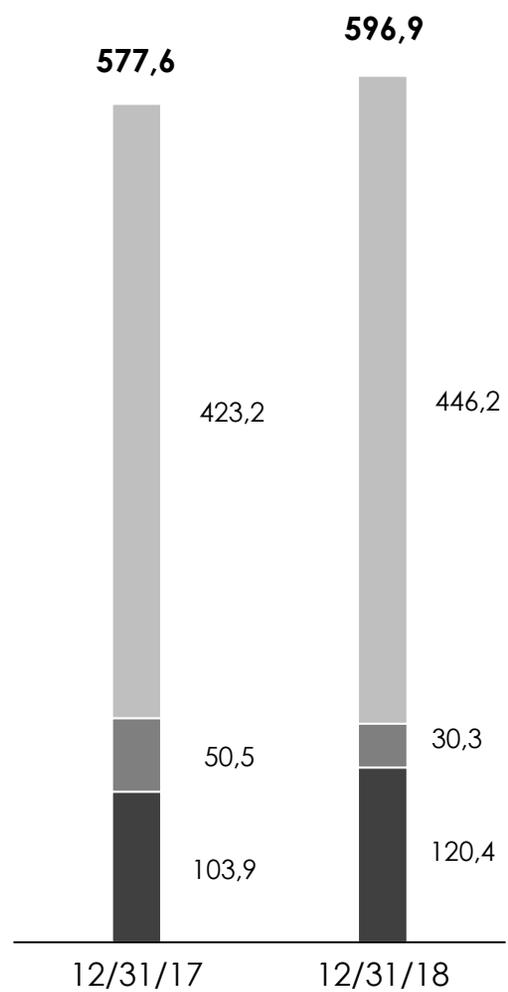
Résultat net en hausse

+103 % sur 4 ans

Bilan

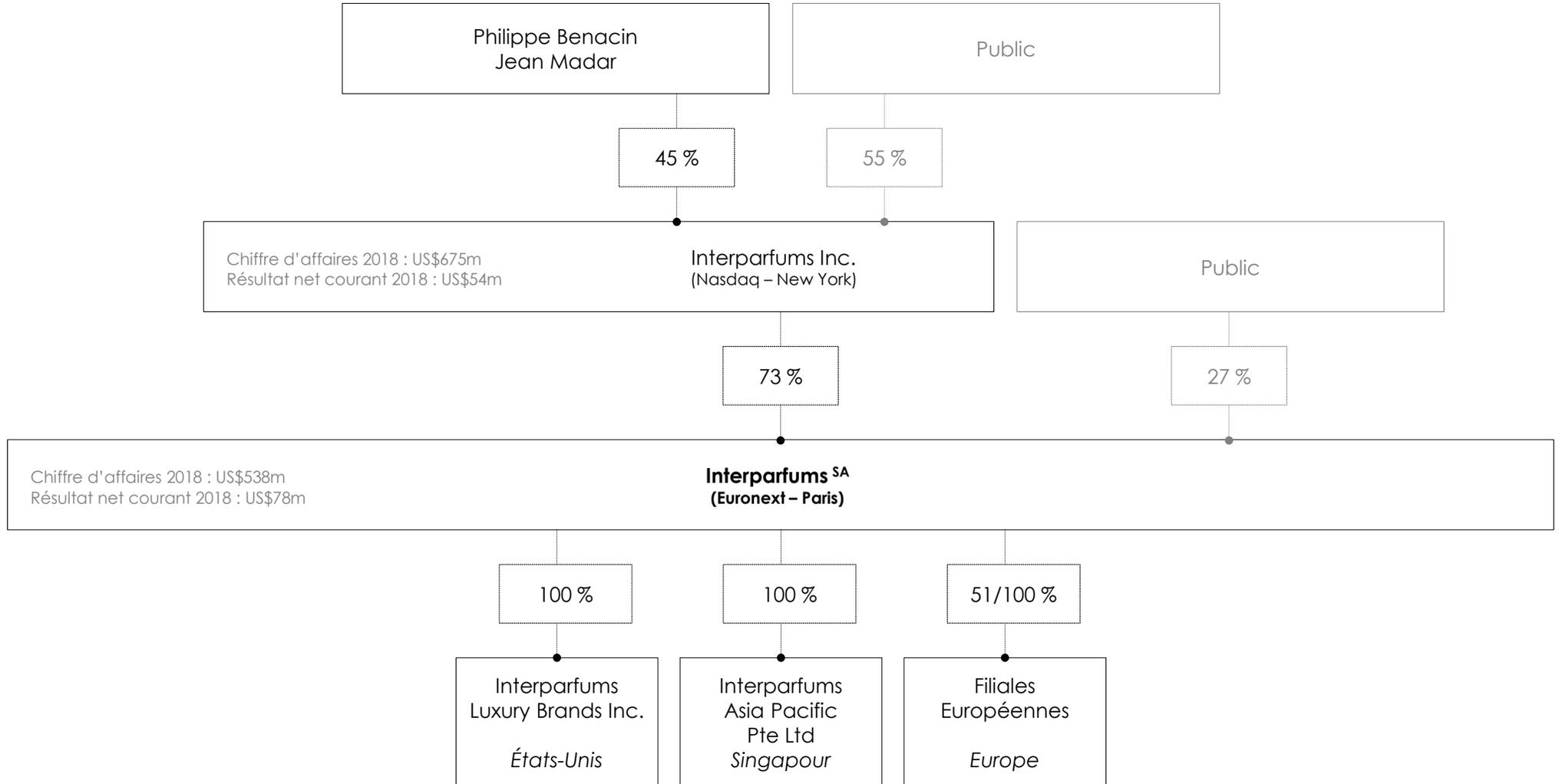


- Marques
- Stocks
- Clients
- Autres actifs courants
- Trésorerie & Actifs financiers courants



- Capitaux propres
- Emprunts et dettes financières
- Autres dettes

Organigramme du groupe



Répartition du capital

Au 28 février 2019



- Interparfums Inc. (fondateurs Philippe 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

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

- **Un grand respect des valeurs humaines**

- Nombreuses distinctions
- Ancienneté moyenne d'une dizaine d'années
- Peu de Turn-over
- un taux d'absentéisme extrêmement bas
- Une réflexion en cours sur la travail des personnes en situation de handicap

- **Une politique salariale attractive**

- Des niveaux de rémunération (fixe + variable) supérieurs aux pratiques de marché
- Un Plan d'Epargne Entreprise
- Un Plan d'Epargne Retraite
- Un fonds Actionnariat Interparfums
- Des plans d'action de performance pour associer les salariés au capital

Environnement & Mécénat

- **Environnement**

- Implantation d'un cahier des charges de « Bonnes Pratiques de Fabrication »
- Mesures en faveur de la santé et la sécurité des consommateurs
- Une implication dans le développement d'une politique vertueuse en partenariat avec les partenaires industriels (mesures de recyclage et d'élimination des déchets)
- Choix d'un entrepôt HQE
- Choix d'un entrepôt situé au carrefour des usines et à proximité du port du Havre pour réduire les émissions de CO² générées par les transports
- 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)



L'année 2019

Activité 1^{er} semestre 2019

- **Un chiffre d'affaires de 238 M€**
 - +9 % à devises courantes
 - +5 % à devises constantes
 - Un bon début d'année, conforme aux attentes
- **Signature du contrat de licence Kate Spade**
- **Montblanc : 71,8 M€ (+26 %)**
 - Excellent démarrage de la ligne *Montblanc Explorer* (plus de 40 M€)
 - Bonne tenue de la ligne *Montblanc Legend* (pas de cannibalisation)
- **Jimmy Choo : 46,2 M€ (+8 %)**
 - Une croissance solide
 - Lancement au S2 d'une seconde ligne masculine
- **Coach : 41,7 M€ (+11%)**
 - Une activité consolidée grâce au succès de la ligne *Coach Floral Blush*

Activité 1^{er} semestre 2019

- **Lanvin : 28,1 M€ (-5 %)**
 - Une activité quasi-stable
 - Lancement de la ligne *A girl in Capri* au 2^e trimestre
- **Rochas : 14,6 M€ (-10 %)**
 - Absence de lancement majeur sur le semestre
 - Une nouvelle initiative féminine au 4^e trimestre 2019
- **Croissance continue de la zone Amérique du Nord (+11 %) et progression de l'Europe de l'Ouest (+9 %)**
- **Forte croissance au Moyen-Orient (+31 %), grâce aux très bonnes performances des parfums Montblanc, Jimmy Choo et Boucheron**

Lancements S1 2019



Février
Montblanc Explorer



Février
Jimmy Choo Floral



Février
Mademoiselle Rochas Couture



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



Mars
Boucheron Fleurs

Lancements S2 2019



Juillet
Jimmy Choo Urban Hero



Novembre
Rochas Byzance



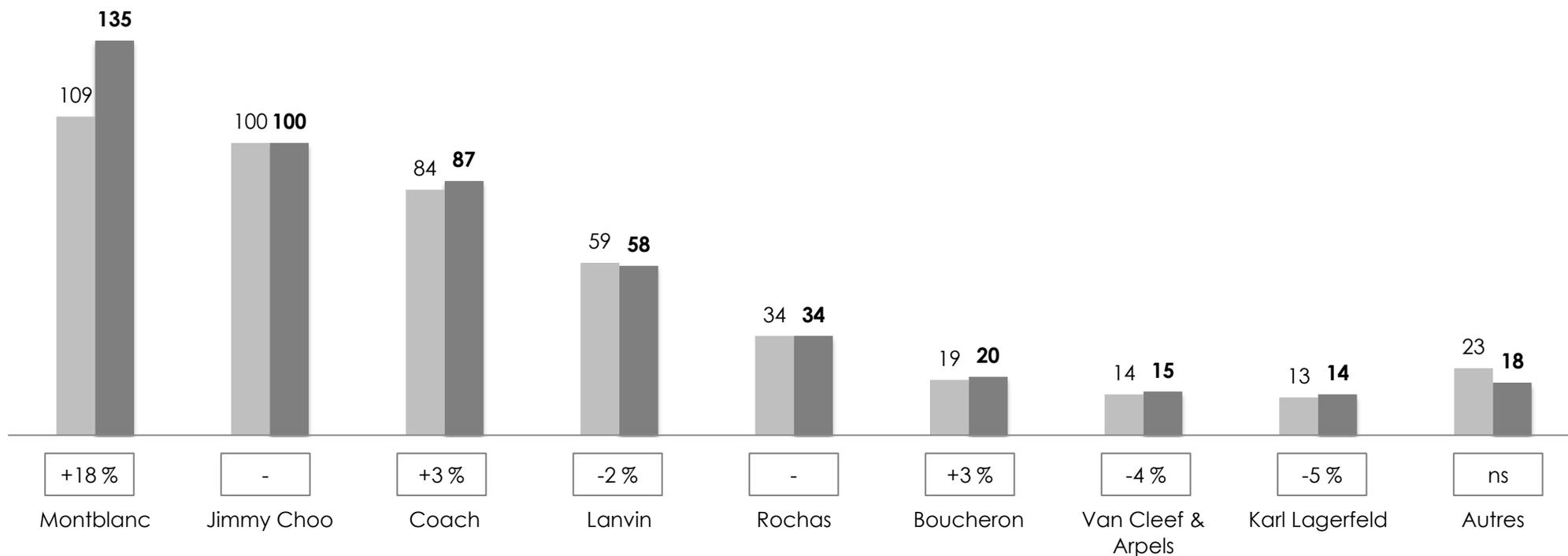
Août
Boucheron Jaipur Bouquet



Juillet
*Van Cleef & Arpels
Collection Extraordinaire Santal Blanc*

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

■ 2018 ■ 2019



Chiffre d'affaires total 2018

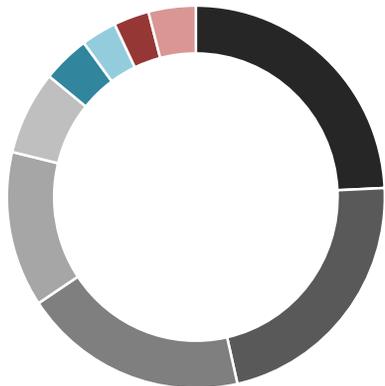
455,3 M€

Chiffre d'affaires total 2019^(e)

480,0 M€ (+3%)

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 %

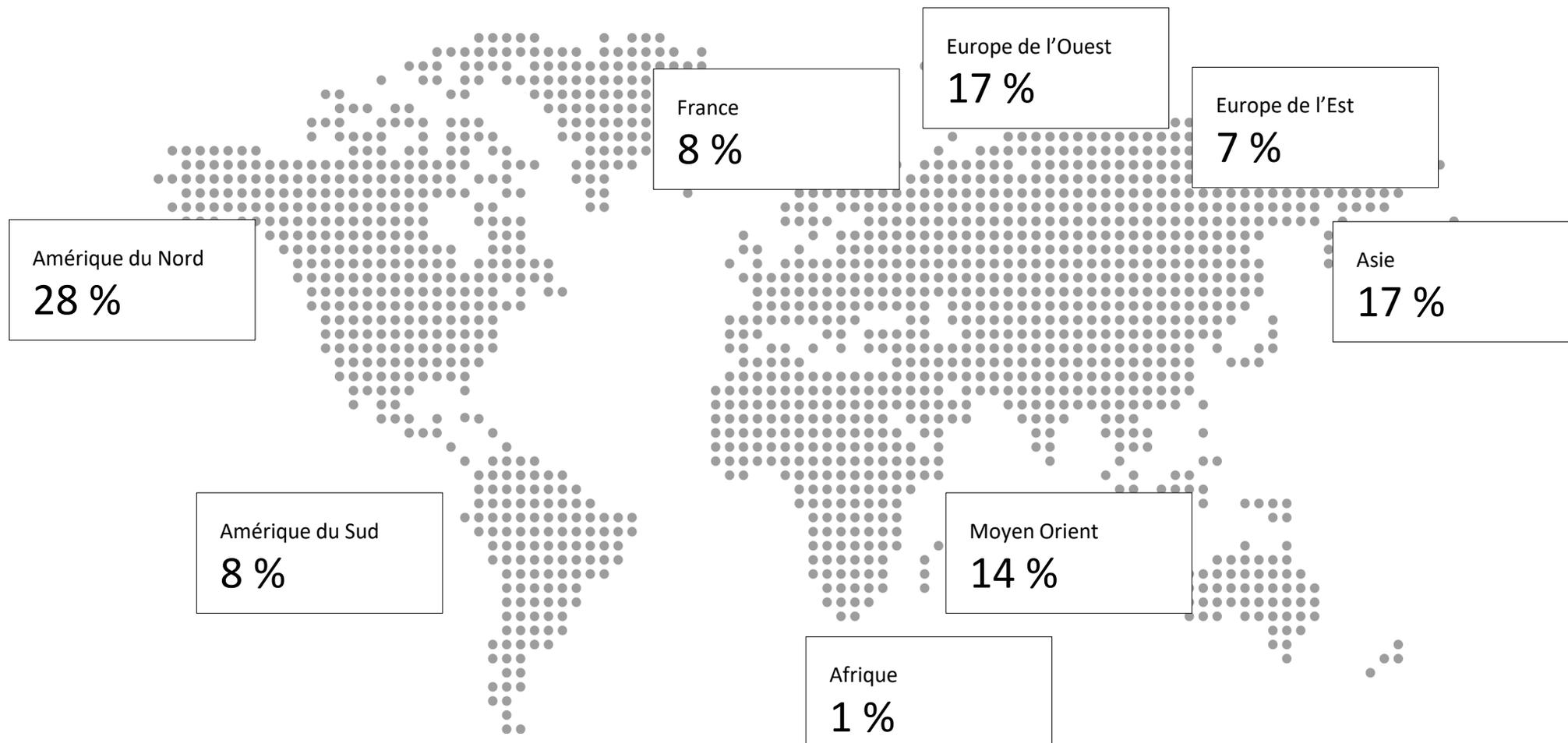
2019(e)



- Montblanc : 28 %
- Jimmy Choo : 21 %
- Coach : 18 %
- Lanvin : 12 %
- Rochas : 8 %
- Boucheron : 4 %
- Van Cleef & Arpels : 3 %
- Karl Lagerfeld : 3 %
- Autres marques : 4 %

Une activité internationale

Répartition par zone 2018





Perspectives 2020 - 2021

De nombreux projets sur 2020 & 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 *Eclat d'Arpège*
- **Rochas**
 - une nouvelle ligne féminine
 - une nouvelle ligne masculine

➔ Poursuite de la croissance ...

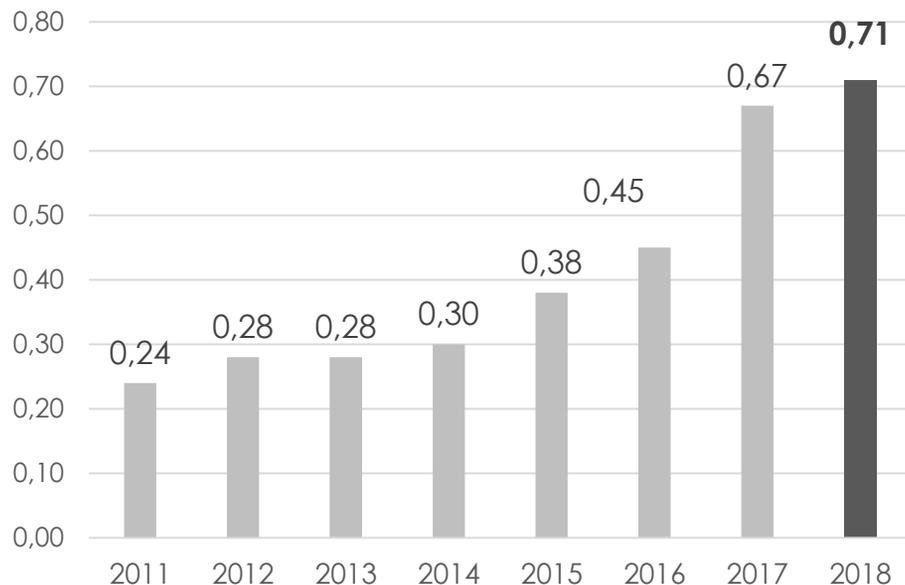


La Bourse

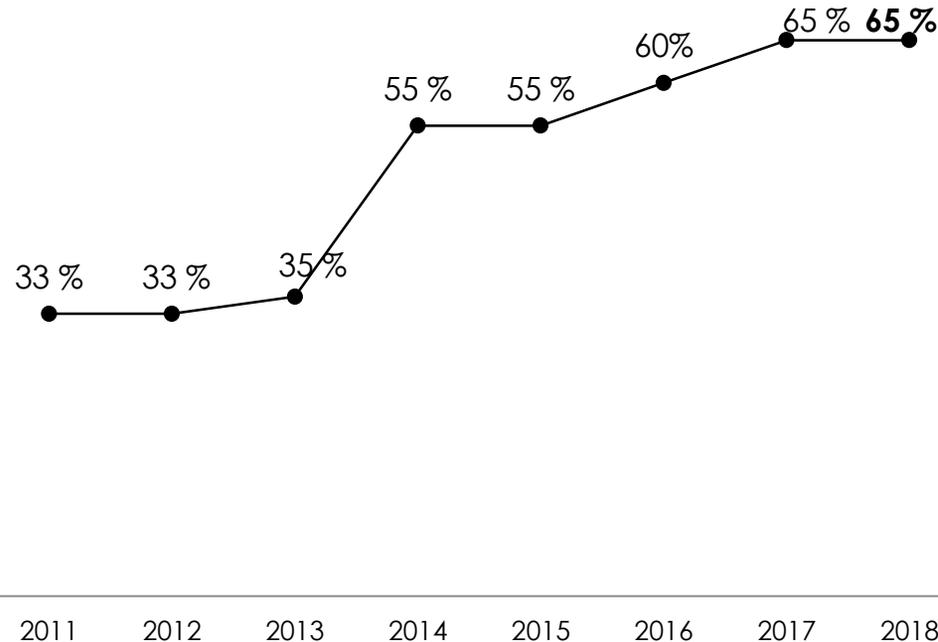
Dividende & attribution gratuite d'actions

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

Dividende par action



Taux de distribution



Attribution gratuite d'actions, réalisable courant juin 2019

1 pour 10

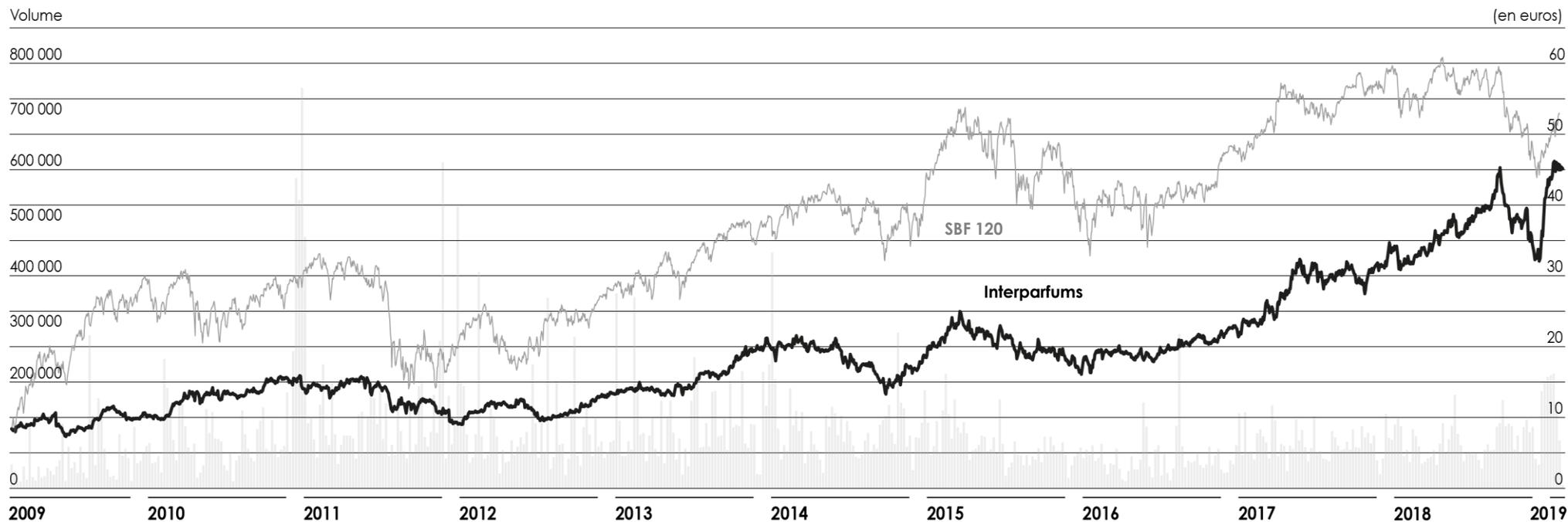
1 action gratuite pour 10 actions détenues

20 ans

Pour la 20^e année consécutive

Cours de bourse

Évolution du cours de bourse sur 10 ans



44,25 €

Cours de bourse
au 10 mai 2019

1,9 Md€

Capitalisation

28 000 titres

Volume journalier

+39 %

Depuis le 01/01/2019

+148 %

Sur 5 ans

+684 %

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
- **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)
 - un numéro vert (0800 47 47 47)
 - réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram)

Agenda

- **Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2019**
 - 29 octobre 2019 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- **Perspectives 2020**
 - 21 novembre 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**

+40 %

taux de croissance
du chiffre d'affaires
sur 3 ans

+45 %

taux de croissance du
résultat opérationnel
sur 3 ans

+62 %

taux de croissance
du résultat net
sur 3 ans

- Pour sa **politique actionnariale**
 - **Croissance régulière du dividende**
 - Attribution **gratuite régulière d'actions (20^e)**
- 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

Karine Marty

Relations Actionnaires
kmarty@interparfums.fr