

# interparfums

Oddo Forum  
Lyon, 7 & 8 janvier 2016

# Sommaire

---

- ✓ Interparfums
- ✓ La Bourse
- ✓ Faits marquants 2015
- ✓ Activité par marque 2015 & 2016
- ✓ Résultats 2015 & 2016



Interparfums

---

interparfums

# Interparfums

---

- ✓ Un « pure player », indépendant, de l'industrie des parfums et cosmétiques
- ✓ Créateur, fabricant et distributeur de parfums de prestige sur la base d'un portefeuille de marques de luxe internationales

BALMAIN  
PARIS

BOUCHERON  
PARIS

JIMMY CHOO

KARL LAGERFELD

LANVIN  
PARFUMS

Repetto  
PARIS

MONT  
BLANC

Paul Smith

Van Cleef & Arpels

S.T. Dupont  
PARIS

ROCHAS  
PARIS

COACH  
NEW YORK

# Notre portefeuille de marques

---

## ✓ Dix marques sous licence exclusive et mondiale

- S.T. Dupont (1997 → 2016)
- Paul Smith (1998 → 2017)
- Van Cleef & Arpels (2007 → 2018)
- Montblanc (2010 → 2020 puis 2025)
- Jimmy Choo (2010 → 2021)
- Boucheron (2011 → 2025)
- Balmain (2012 → 2024)
- Repetto (2012 → 2025)
- Karl Lagerfeld (2012 → 2032)
- Coach (2016 → 2026)

## ✓ Deux marques en propre

- Lanvin (2007)
- Rochas (parfums et mode) (2015)

# 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)

# Nos marques

---

**BALMAIN**  
PARIS

- . Une marque de Prêt-à-porter audacieuse
- . Des collections stylées pour une femme élégante et glamour
- . 17 boutiques à l'enseigne
- . Un contrat de licence de 12 ans signé en 2012

**BOUCHERON**  
PARIS

- . Une des plus grandes marques de Haute Joaillerie
- . Un univers sensuel et féminin
- . Les créations Boucheron mettent les femmes en lumière
- . Un contrat de licence de 15 ans signé en 2010

# Nos marques

---



- . Une marque créée en 1941 avec un riche et authentique héritage américain
- . Une marque leader dans les sacs à mains et accessoires
- . 3 000 portes dans le monde
- . Un contrat de licence de 10 ans signé en 2015

JIMMY CHOO

- . Une marque de luxe internationale
- . Une forte reconnaissance internationale
- . Une présence dans 76 pays  
120 boutiques en propre
- . Un contrat de licence de 12 ans signé en 2009



# Nos marques

---

## **KARL LAGERFELD**

- . Le « roi » des créateurs, un talent et une renommée inégalée
- . Une marque en pleine essor
- . Un plan d'ouverture de concept store
- . Un contrat de licence de 20 ans signé en 2012

## **LANVIN** PARFUMS

- . Une des plus anciennes Maisons de Haute Couture française
- . Environ 40 boutiques à travers le monde
- . Un contrat de licence de 15 ans signé en 2004
- . Acquisition en 2007 de la marque en classe 3

# Nos marques

---



- . Maison iconique de la grande écriture qui exprime aujourd'hui également sa créativité en haute horlogerie et articles de cuir
- . Les hautes exigences de l'artisanat depuis plus d'un siècle
- . Plus de 450 boutiques à travers le monde
- . Un contrat de licence de 10,5 ans signé en 2010 et prolongé de 5 ans en 2015

*Paul Smith*

- . Un designer anglais très en vogue
- . Une forte reconnaissance en Europe et au Japon
- . Une marque présente dans 70 pays
- . Un contrat de licence de 12 ans signé en 1998 et prolongé de 7 ans en 2008

# Nos marques

---

**Repetto**  
PARIS

- . La référence emblématique de tous les danseurs
- . Une marque mondiale avec un savoir-faire exclusif développé pour les produits les plus élaborés du monde de la danse
- . Environ 90 boutiques à travers le monde
- . Un contrat de licence de 13 ans signé en 2012

**ROCHAS**  
PARIS

- . Une grande marque de la couture et de la parfumerie française
- . Des lignes de parfums emblématiques (*Femme, Madame* et *Eau de Rochas*)
- . Une activité parfums centrée sur l'Espagne et la France
- . Acquisition de la marque en classes 3, 25 et 18

# Nos marques

---

*S.T. Dupont*  
PARIS

- . Un maître orfèvre, laqueur et malletier depuis 1872
- . Un réseau de 230 points de ventes répartis entre l'Europe et l'Asie
- . Un contrat de licence signé en 1997 prolongé en 2006 et 2011 jusqu'à fin 2016

Van Cleef & Arpels

- . Une marque de Haute Joaillerie
- . Une présence dans 36 pays / 104 points de vente
- . Un contrat de licence de 12 ans signé en 2007

# Nos chiffres clés

---

- ✓ Une présence dans plus de 100 pays et 20 000 points de vente
- ✓ Un chiffre d'affaires de 310-320 M€ attendu en 2015
- ✓ Une marge opérationnelle de 11-12% attendue en 2015
- ✓ 6 filiales, notamment aux Etats-Unis et à Singapour
- ✓ 200 personnes

# Notre stratégie

---

Développer un portefeuille de marques de luxe dans l'univers du parfum

- ✓ Le choix de marques à fortes caractéristiques ...
  - Notoriété
    - passée, présente ou future, comme Rochas ou Coach
  - Désirabilité
    - actuelle ou naissante, comme Jimmy Choo
  - Visibilité
    - soutenue, comme Balmain
- ✓ ... et à forte reconnaissance
  - mondiale comme Montblanc ou Lanvin
    - pour utiliser la force de notre réseau de nos partenaires et filiales
  - ou locale comme Repetto ou Van Cleef & Arpels
    - pour renforcer nos positions vis-à-vis de la distribution

# Nos atouts

---

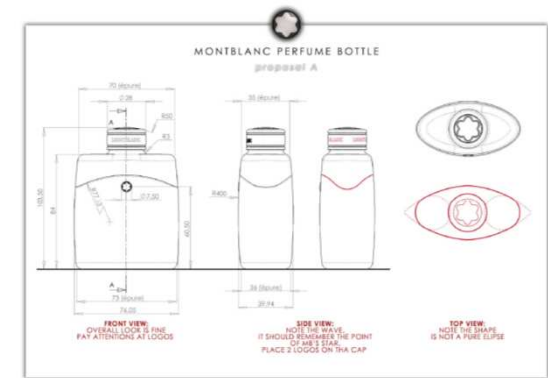
Des « savoirs faire » multiples acquis au cours des années

- ✓ Un « savoir choisir » les marques
  - Au bon moment
  - Être sélectif
- ✓ Un « savoir marketer »
  - La transposition de l'univers de la marque (histoire, produits, image...) dans l'univers du parfum
- ✓ Un « savoir faire »
  - Qualité des produits et innovation
  - Une large déclinaison de produits (parfums, coffrets, outils promo,...)
- ✓ Un « savoir dépenser »
  - Des dépenses calibrées et ciblées marque par marque, pays par pays
- ✓ Un « savoir gérer »
  - Un modèle de gestion flexible
  - Une organisation interne performante et réactive

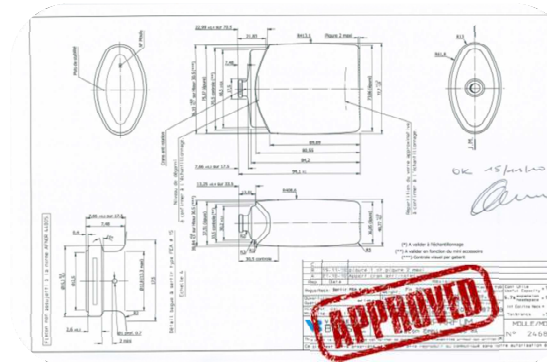
# Processus de développement

Création d'une ligne de produit (3 mois)

## ✓ Définition du concept



## ✓ Validation de la marque

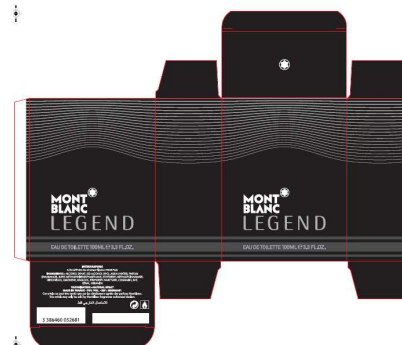




# Processus de développement

Fabrication des composants (3 à 6 mois)

- ✓ Verrerie
- ✓ Packaging
- ✓ Fragrance (jus)....



- ✓ Validation de la marque

# Processus de développement

---

Fabrication des produits finis (2 mois)

- ✓ Conditionnement
- ✓ Contrôle qualité
- ✓ Validation de la marque



# Principaux partenaires

---



# Logistique

---

- ✓ Localisation : entrepôt situé près de Rouen
- ✓ Surface : 30 000 m<sup>2</sup> répartis en 5 cellules
- ✓ Capacité de stockage : 40 000 palettes / 2 090 m<sup>3</sup> d'alcool





# Données logistiques

---

1<sup>er</sup> semestre 2015

|                                |              |
|--------------------------------|--------------|
| ✓ Commandes préparées          | 49 000       |
| ✓ Produits catalogue expédiées | 10 000 000   |
| ✓ Coffrets expédiées           | 710 000      |
| ✓ Valeur stock                 | 82 M€        |
| ✓ CA moyen /commande export    | 18 000 €     |
| ✓ CA moyen / commande France   | 1 000 €      |
| ✓ Effectif de la plateforme    | 26 personnes |

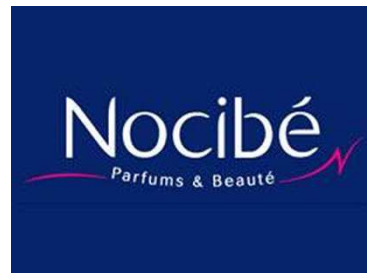


# Processus de développement

---

## Distribution

- ✓ En France (en direct)



# Processus de développement

---

## Distribution

- ✓ A l'étranger (via des filiales ou des agents indépendants)



# Marché - Concurrence

---

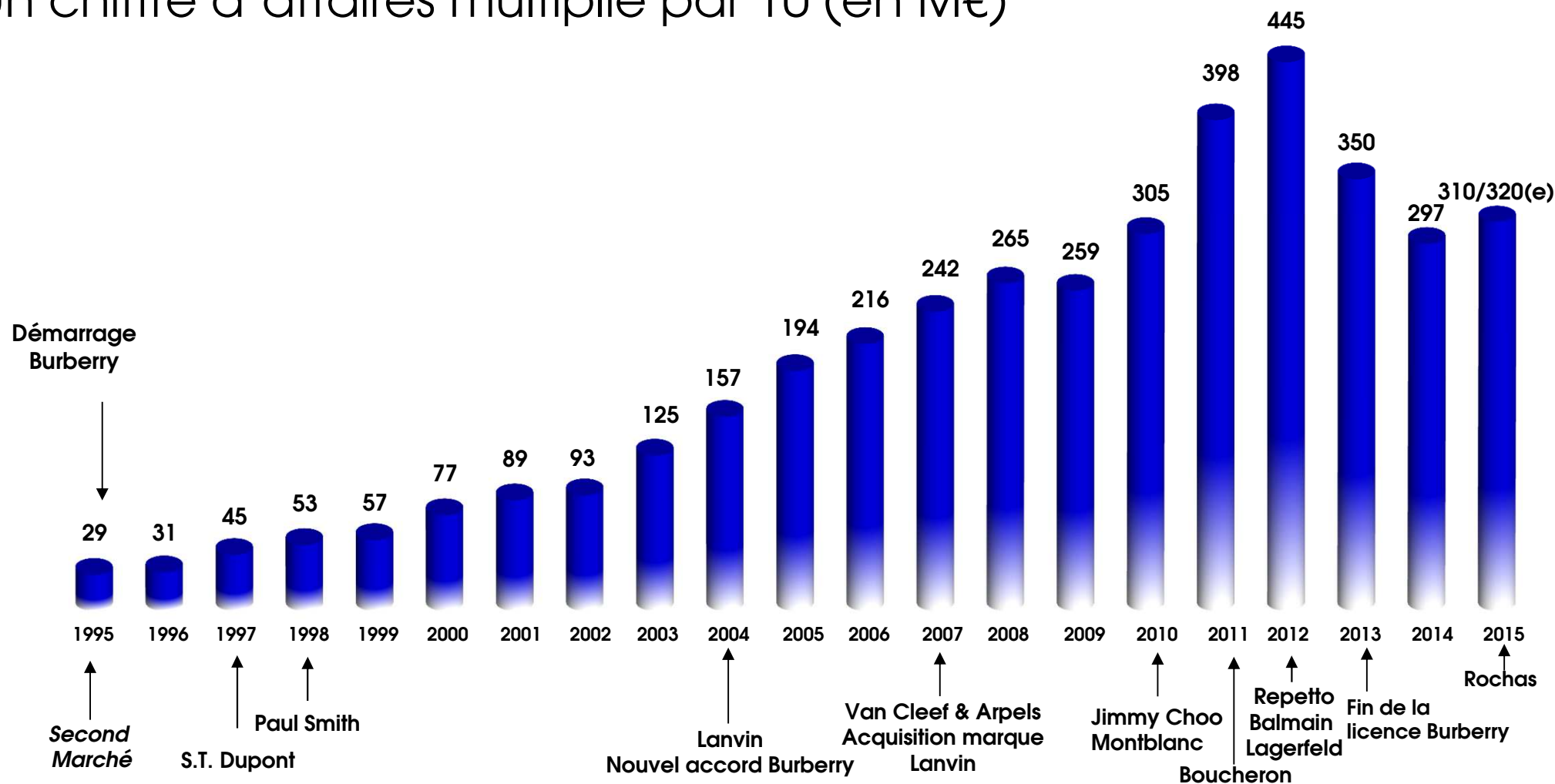
- ✓ Marché mondial des cosmétiques<sup>(1)</sup> : 180 Md€ (Parfums 12,8%)
- ✓ Groupes avec marques en licence
  - L'Oréal (Giorgio Armani, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent, Diesel, ...)
  - Procter & Gamble (Dolce Gabbana, Hugo Boss, Lacoste, Gucci, ...)
  - Coty (Calvin Klein, Chloé, Cerruti, Balenciaga, Bottega Veneta, ...)
  - Puig (Paco Rabanne, Nina Ricci, Prada, Valentino, ...)
- ✓ Groupes avec marques en propre
  - Lvmh (Dior, Guerlain, Kenzo, Givenchy, Bulgari)
  - Estée Lauder
  - Chanel
  - Clarins (Azzaro, Thierry Mugler)

(1) Source: Estimations L'Oréal du marché cosmétique mondial en prix nets fabricants hors savons, dentifrices, rasoirs et lames. Hors effets monétaires. 2014



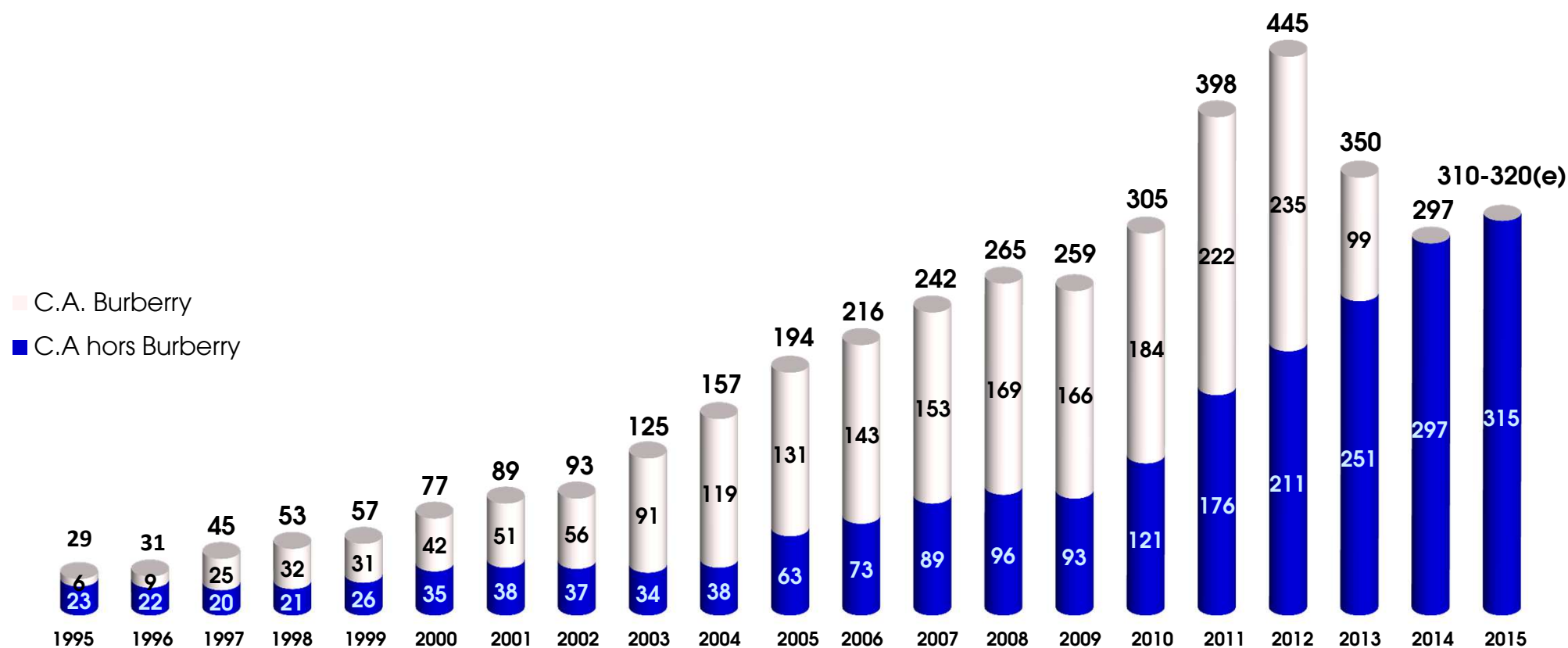
# Evolution des ventes sur 20 ans

Un chiffre d'affaires multiplié par 10 (en M€)



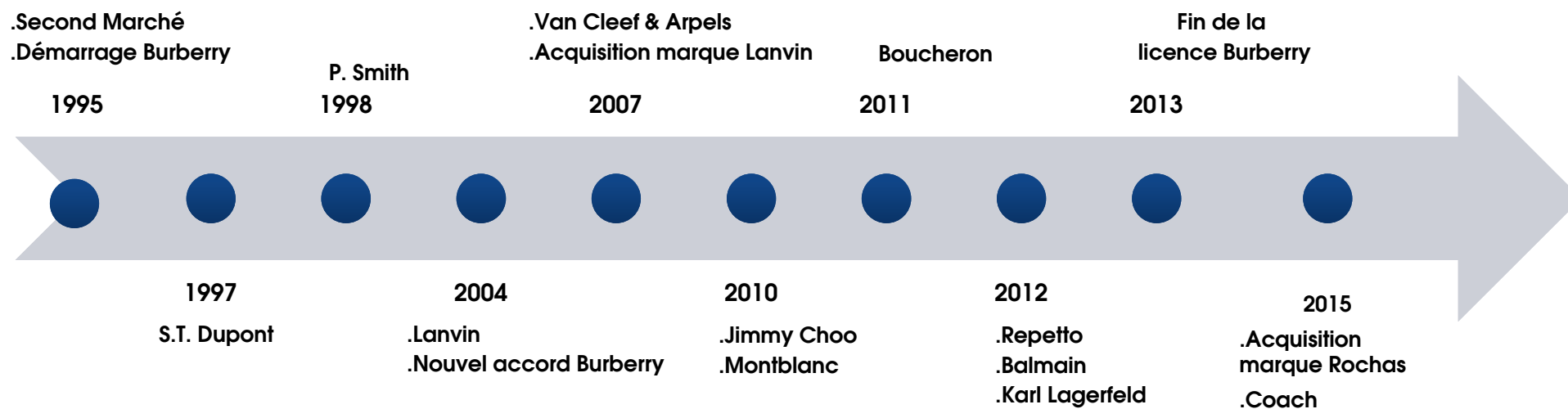
# Evolution des ventes sur 20 ans

(En M€)

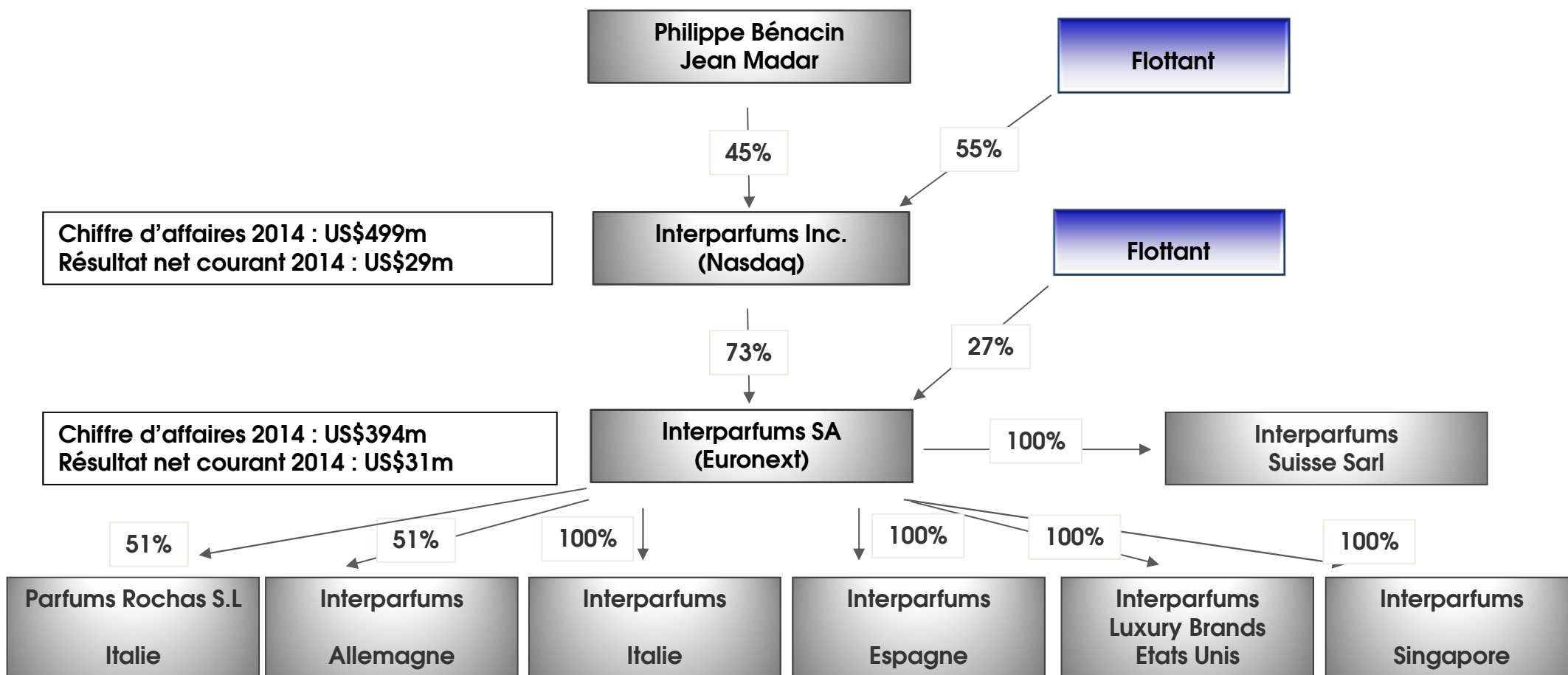


# Historique

---



# Organigramme du groupe



# Interparfums

---

## Organisation interne

- ✓ Direction
  - Philippe Benacin - Président-Directeur Général
  - Frédéric Garcia Pelayo - Directeur Général Délégué Affaires Internationales
  - Philippe Santi - Directeur Général Délégué Finance
- ✓ 5 départements
  - Export Marketing 1
  - Export Marketing 2
  - Production & Logistique
  - Distribution France
  - Finances
- ✓ 175 salariés à Paris – 65 salariés dans les filiales

# Conseil d'Administration

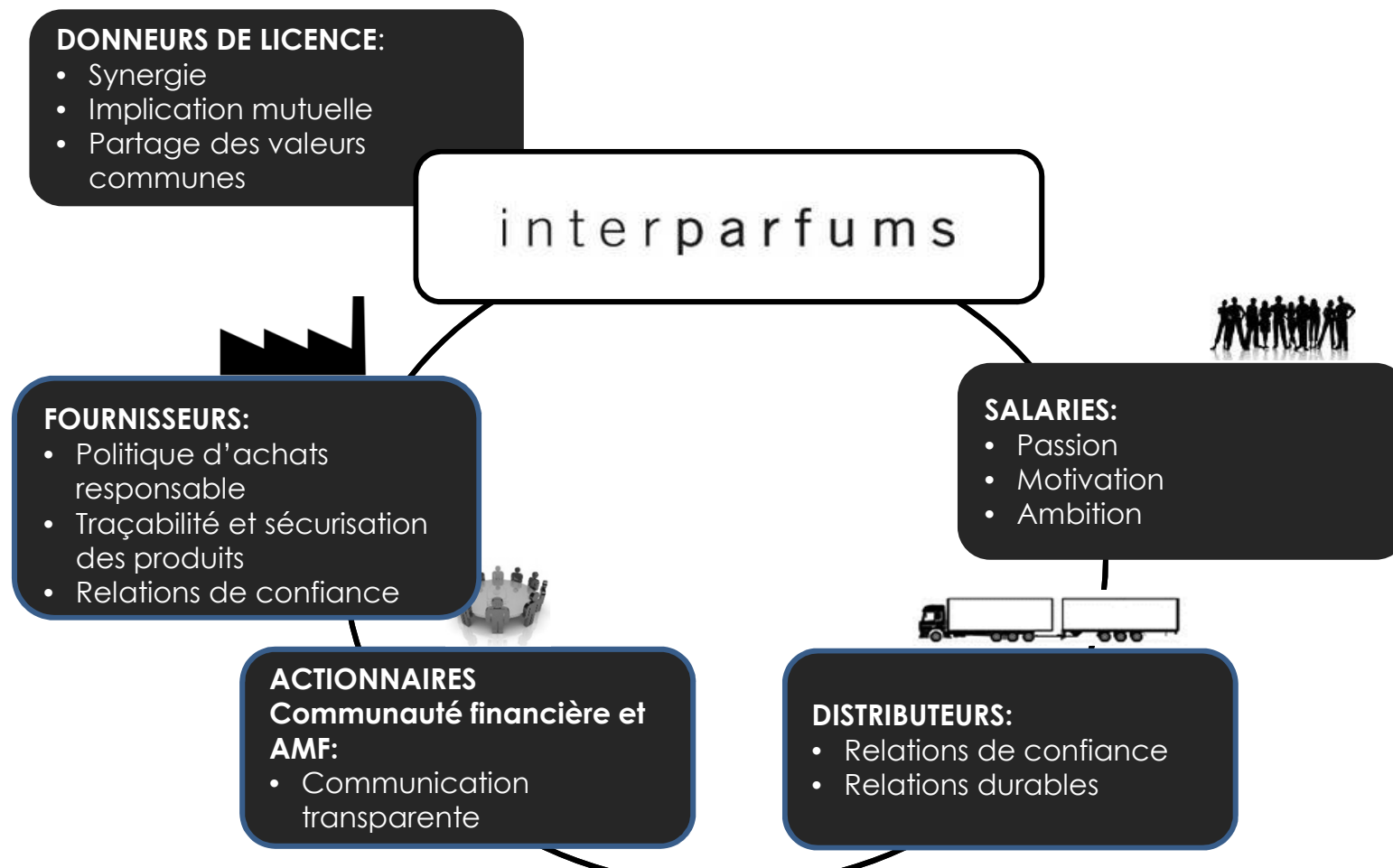
---

(Au 1<sup>er</sup> janvier 2016)

- ✓ Administrateurs exécutifs
  - Philippe Benacin (Président-Directeur Général)
  - Jean Madar (Administrateur)
  - Frédéric Garcia-Pelayo (Administrateur et Directeur Général Délégué)
  - Philippe Santi (Administrateur et Directeur Général Délégué)
- ✓ Administrateurs indépendants
  - 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'Echiquier)

# RSE

## Au cœur des parties prenantes



# RSE

---

## Les salariés au cœur de la performance

Maintenir un niveau de performance optimal des salariés par les trois clefs : Passion, Motivation, Implication

- ✓ Développement du sentiment d'appartenance
  - Compréhension et adhésion à la stratégie de l'entreprise
  - Réunions de présentation de l'évolution de l'activité
  - Adhésion partagée au code éthique
  - Taux d'absentéisme faible
- ✓ Maintien d'un niveau élevé de compétence
  - Accès facile à la formation
  - Dialogue hiérarchique souple
  - Entretien annuel systématisé
- ✓ Importance des relations sociales
  - Egalité hommes-femmes, absence de la discrimination
  - Organisation du dialogue social
  - Equité et égalité des rémunérations





# RSE

---

## Des relations durables avec les parties prenantes

- ✓ Prise en compte des questions environnementales par des plans d'actions pour réduire notre empreinte :
  - Choix de techniques et matériaux pour réduire l'impact de la fabrication des produits sur l'environnement
  - Choix des matériaux (pompes-consommation d'eau en production)
  - Choix des techniques (coloration par solution hydrosoluble)
  - Suivi chez les fournisseurs (taux de gâche, tri sélectif, recyclage des déchets, ...)
  - Projets (optimisation et rationalisation des emballages)
  - Entrepôt certifié HQE (meilleure isolation, éclairage piloté, récupération des eaux pluviales, tri des déchets)

# RSE

---

...pour un développement durable de la société

- ✓ Relations de confiance avec les fournisseurs/sous-traitants et les distributeurs pour des relations durables :
  - Politique d'achats responsables
  - Respect des normes de qualité et de sécurité par des audits selon le référentiel ISO 22716
  - Elaborer des chartes éthiques et des cahiers de charges par un partage des valeurs éthiques et sociales communes

# RSE

---

## Faits marquants 2015

- ✓ Rationalisation des caisses de regroupement
  - Forte réduction de la consommation de carton
  - Economie annuelle 1,5 M€
  
- ✓ Recyclage de la gâche flacons décorés
  - Val Laquage
  - Réutilisation de la verrerie
  - Economie annuelle 0,2 M€



La Bourse

---

interparfums

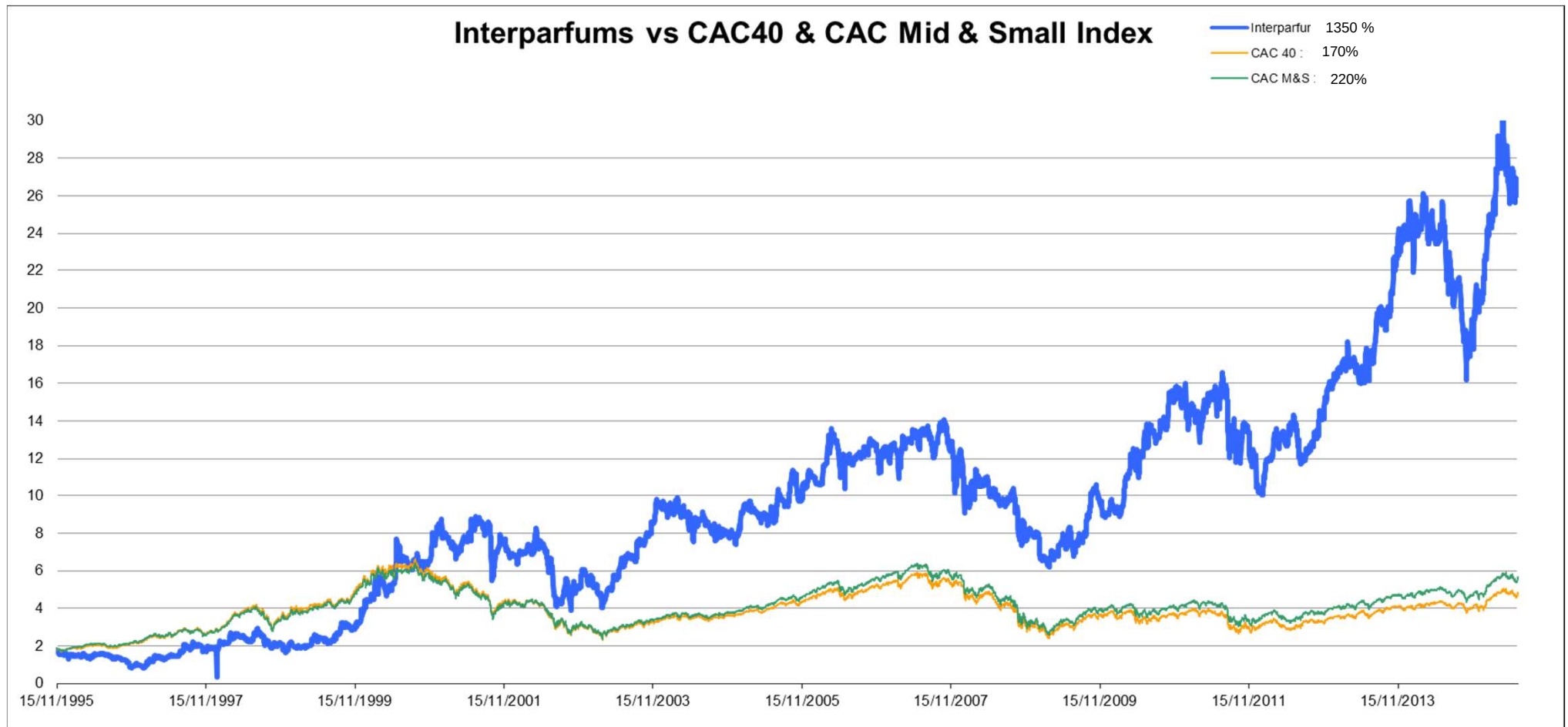
# L'action Interparfums

---

## ✓ Fiche signalétique

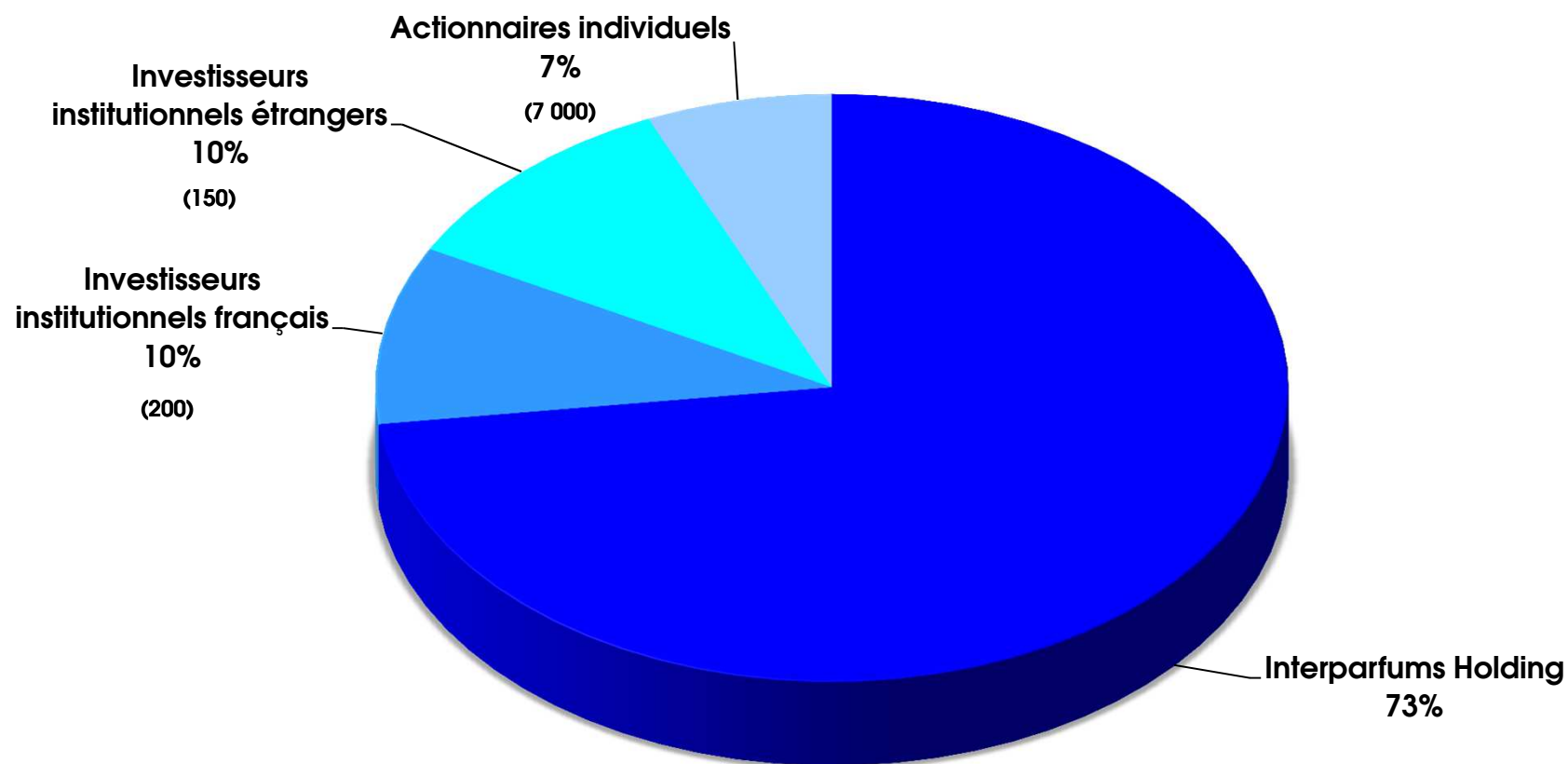
|                               |                                                     |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------|
| ▪ Place de cotation :         | Euronext Paris                                      |
| ▪ Segment :                   | B                                                   |
| ▪ ISIN code :                 | FR0004024222 ITP                                    |
| ▪ Indices :                   | CAC Mid & Small<br>CAC PME<br>EnterNext PEA-PME 150 |
| ▪ Eligibilité PEA-PME :       | Oui                                                 |
| ▪ Cours au 31 décembre 2015 : | 22,70 € (+11% sur 1 an)                             |
| ▪ Capitalisation boursière :  | 720 M€                                              |
| ▪ Volume journalier :         | 15 000 titres                                       |

# Evolution du titre (1995 – 2015)



# Répartition du capital

---



Au 30 septembre 2015

# Dividende 2014

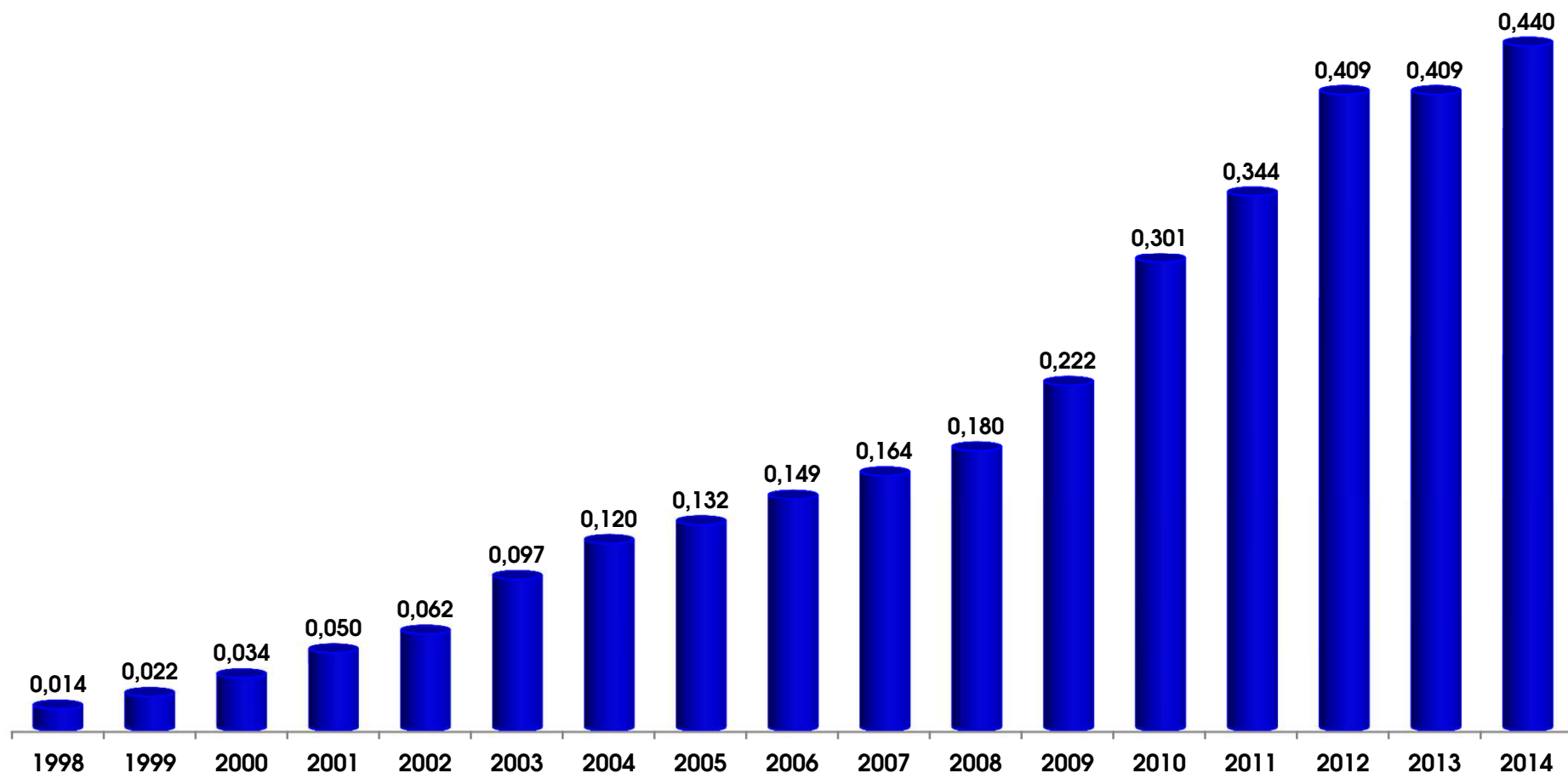
---

- ✓ Une politique attractive de rémunération des actionnaires
- ✓ Dividende par action 2014 proposé 0,44 €
- ✓ Augmentation par rapport à 2013 +8 %
- ✓ Taux de distribution 2014 55 %
- ✓ Taux de distribution 2013 34 %



# Historique du dividende par action

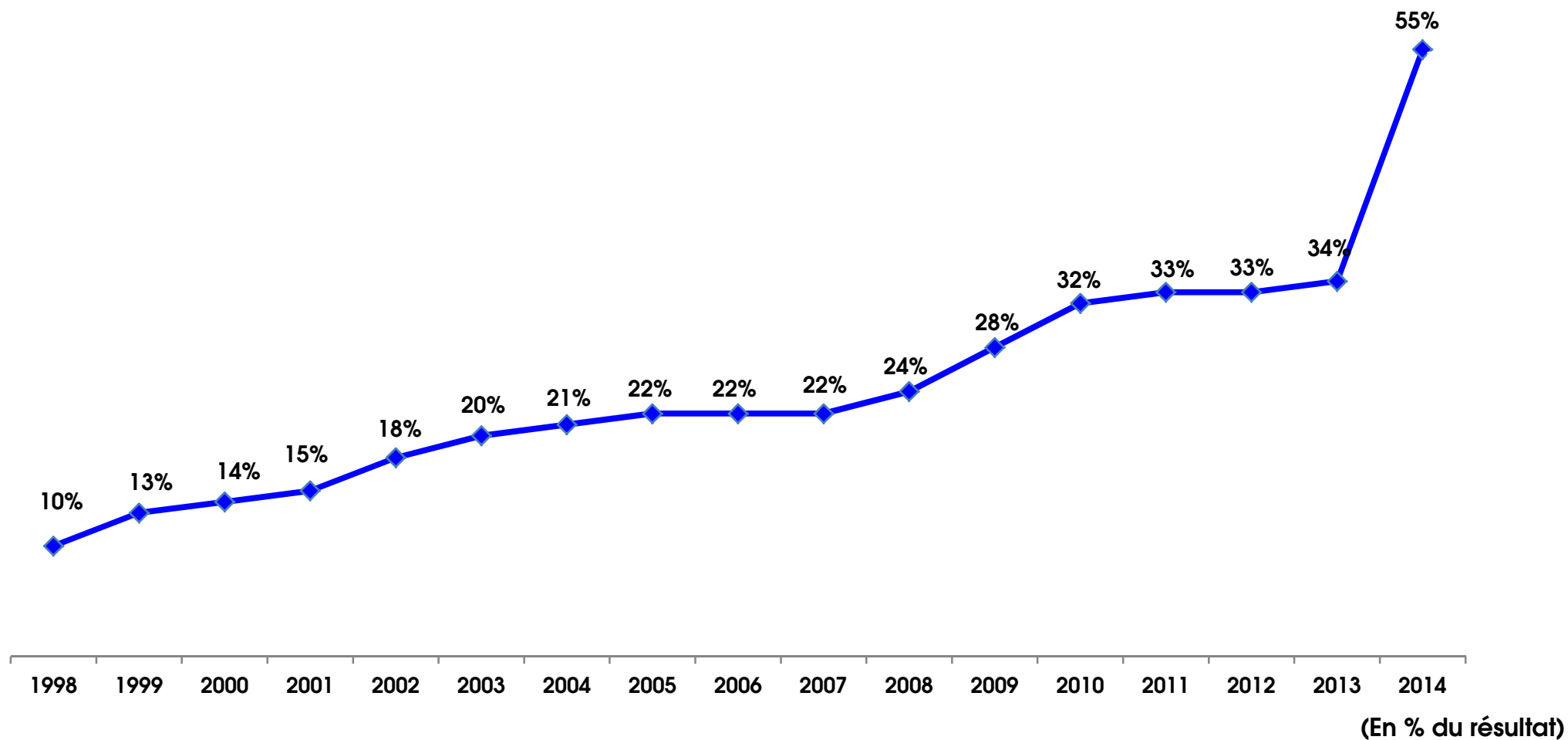
---



(Ajusté en €)

# Taux de distribution

---



# Attribution gratuite d'actions

---

- ✓ 1 action nouvelle pour 10 actions détenues
- ✓ Pour la 16<sup>ème</sup> année consécutive
- ✓ Réalisée le 18 juin 2015



## Faits marquants 2015

---

interparfums

# Faits marquants 2015

---

## Rochas

- ✓ Acquisition de la marque en totalité
  - Enregistrements principalement en classe 3 (parfums) et 25 (mode)
  - Montant 108 M\$ = 101 M€
  - Financement par un prêt bancaire de 100 M€ amortissable sur 5 ans
  - Taux swappé < à 2%
- ✓ Une activité centrée sur les parfums (95%)
  - 3 lignes importantes
    - *Eau de Rochas* (1970 - 45% des ventes)
    - *Rochas Man* (1999 - 20% des ventes)
    - *Eau de Rochas Homme* (1993 - 5% des ventes)
  - 2 pays importants
    - Espagne (40%) - *Eau de Rochas* première ligne du marché
    - France (20%)
  - Pas d'usine - contrat de conditionnement avec la société Fareva sur 2 ans
  - Pas de reprise de personnel

# Faits marquants 2015

---

## Rochas

- ✓ Une activité mode limitée (5%), gérée sous licence avec une dizaine de partenaires
  - Prêt-à-porter féminin Monde (Onward)
  - Prêt-à-porter féminin seconde ligne Asie (Itochu)
  - Prêt-à-porter masculin Amérique Latine (Profit Label)
  - Montres Monde (TMS)
  - Lunettes (Régé)
- ✓ 1,8 millions d'euros de royalties par an qui payent le studio (limité à 7 personnes) et les défilés
- ✓ Une configuration d'acquisition idéale
  - Interparfums propriétaire de la totalité de la marque
  - Totale liberté en termes de création, distribution, investissements...
  - Pas de royalties

# Faits marquants 2015

---

## Coach

- ✓ Signature d'un contrat de licence avec la marque Coach
  - Durée 11 ans
  - Une activité sous licence Estée Lauder jusqu'au 30 juin 2015

# Marque Coach

---

- ✓ Chiffre d'affaires 2014/2015 : 4 190 M\$ (-13%)
- ✓ Résultat net 2014/2015 : 530 M\$ (-39%)
- ✓ 3 000 points de vente dans le monde
  - 1 000 points de vente en propre (dont 300 magasins et 200 outlets aux Etats Unis)
  - 1 000 points de vente multimarques aux Etats Unis (type Macy's)
  - 1 000 points de vente en Travel Retail
- ✓ Marchés leader
  - Etats-Unis
  - Japon (2<sup>e</sup> marque importée derrière LV)
  - Chine
  - Amérique du Sud



# Marque Coach

---

- ✓ Changement de stratégie initié en 2013
  - Nouveau designer => nouveau design
  - Nouvel environnement points de vente => rénovation du parc
  - Fermeture de points de vente non qualitatifs
  - Réduction des opérations promotionnelles
  - Réduction des flash sales dans les outlets
  
- ✓ Retour de la croissance de l'activité
  - Forte croissance des ventes dans les magasins rénovés
  - Chiffre d'affaires 2015/2016 : 4,5 Md\$ (+7%)
  - Quasi stabilité des résultats

# Faits marquants 2015

---

## Montblanc

- ✓ Prolongation du partenariat avec Montblanc pour 5 ans
  - Nouveau contrat 1<sup>er</sup> janvier 2016 -> 31 décembre 2025
  - Conditions similaires



## Activité par marque

## 2015 & 2016

---

interparfums

# Montblanc 2015

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 86 M€ (+3%)
- ✓ Baisse des anciennes lignes
- ✓ Consolidation de la ligne *Montblanc Legend*
- ✓ Montée en puissance de la ligne *Montblanc Emblem*
- ✓ Lancement de la ligne féminine *Montblanc Lady Emblem*



# Montblanc 2016

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 92 M€ (+7%)
- ✓ Baisse des anciennes lignes
- ✓ Lancement de la ligne *Montblanc Legend Spirit*
- ✓ Montée en puissance de la ligne *Montblanc Lady Emblem*



# Jimmy Choo 2015

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 77 M€ (+30%)
- ✓ Excellente performance de la ligne *Jimmy Choo Man*, notamment aux Etats-Unis
- ✓ Lancement de la ligne *Jimmy Choo Blossom*
- ✓ Lancement de la ligne *Jimmy Choo Illicit*
- ✓ Bonne tenue de la ligne *Signature*



# Jimmy Choo 2016

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 77 M€ (stable)
- ✓ Stabilisation de la ligne *Jimmy Choo Man*
- ✓ Récurrence limitée de la ligne *Jimmy Choo Blossom*
- ✓ Une base de comparaison élevée sur la ligne *Jimmy Choo Illicit*
- ✓ Lancement de la ligne *Jimmy Choo Illicit Flower*



# Lanvin 2015

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 63 M€ (-7%)
- ✓ Bonne tenue de la ligne *Eclat d'Arpège* lancée en 2003 (-3% au 30 septembre 2015)
- ✓ Lancement de la ligne *Eclat d'Arpège Homme*
- ✓ Lancement de la ligne *Eclat de Fleurs*
- ✓ Erosion des lignes *Jeanne Lanvin*, *Marry Me!* et *Rumeur*
- ✓ De bonnes performances en Europe de l'Est malgré un marché difficile





# Lanvin 2016

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 63 M€ (stable)
- ✓ Bonne tenue de la ligne *Eclat d'Arpège*
- ✓ Une base de comparaison élevée due au lancement des lignes *Eclat d'Arpège Homme* et *Eclat de Fleurs* en 2015



# Rochas parfums 2015

---

- ✓ Intégration de l'activité
  - Mises en production
  - Reformulation *Eau de Rochas*
  - Conditionnement Fareva Poissy
- ✓ Décisions sur les produits
  - Nouveau visuel *Eau de Rochas*
  - Travail sur les lignes *Femme*, *Madame* et *Tocade*
- ✓ Décisions sur la distribution
  - Création de la société Parfums Rochas Spain
  - Joint venture Interparfums 51% - Farlabo 49%
- ✓ Chiffre d'affaires : 10 M€

# Nouveau visuel *Eau de Rochas*

---



**EAU DE  
ROCHAS**



# Re-travail *Femme*, *Madame* et *Tocade*



# Homogénéisation des linéaires parfums

---



# Rochas mode 2015

---

- ✓ Intégration de l'équipe
- ✓ Concentration sur les segments suivants :
  - Mode et maroquinerie
  - Montres
  - Lunettes
- ✓ 1 Rond Point des Champs Elysées
  - Surface 750 m<sup>2</sup> - 2<sup>e</sup> étage au dessus de Elie Saab
  - Studio Rochas + Département Production
  - Soirée 90 ans Rochas
- ✓ Compte de résultat
  - A l'équilibre

# Rochas parfums 2016

---

- ✓ Activité en année pleine
- ✓ Préparation d'une nouvelle ligne féminine
  - Lancement en 2017 sur 50 pays
  - Positionnement « luxe »
- ✓ Chiffre d'affaires : 25 M€

# Rochas mode 2016

---

- ✓ Réflexion globale
  - Modèle de développement
  - Organisation interne
- ✓ 1 Rond Point des Champs Elysées
  - Emménagement prévu courant mai 2017
- ✓ Compte de résultat
  - Un déficit limité



# Van Cleef & Arpels 2015

- ✓ Chiffre d'affaires : 16 M€ (-10%)
- ✓ Recul de la ligne *Rêve* lancée en 2014
- ✓ Bonne tenue de la ligne *First*
- ✓ Bonnes performances de la ligne *Collection Extraordinaire*  
(+64% au 30 septembre 2015)



Van Cleef & Arpels 2016

- ✓ Chiffre d'affaires : 17 M€ (+6%)
- ✓ Deux initiatives en 2016 (masculin et féminin)
- ✓ Un nouveau jus pour la ligne *Collection Extraordinaire*



# Boucheron 2015

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 17 M€ (+22%)
- ✓ Bon accueil de la ligne féminine *Quatre* notamment en France
- ✓ Recul de la ligne *Boucheron Place Vendôme*
- ✓ Recul des lignes historiques



# Boucheron 2016

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 17 M€ (stable)
- ✓ Lancement de la ligne masculine *Quatre*



# Coach 2016

---

- ✓ Lancement d'une première ligne féminine
  - 2 jus (Eau de parfum + Eau de toilette)
  - Lancement en septembre 2016
  - Marché cibles Etats-Unis, Asie
- ✓ Préparation d'une première ligne masculine
  - 1 jus (Eau de toilette)
  - Lancement en septembre 2017
  - Marché cibles Etats-Unis, Asie
- ✓ Chiffre d'affaires : 11 M€

# Karl Lagerfeld 2015

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 12 M€ (-34%)
- ✓ Un effet de base particulièrement défavorable, lié au lancement du premier duo au printemps 2014
- ✓ Une activité centrée sur l'Europe du Nord et la Russie
- ✓ Lancement de la ligne *Private Klub*



# Karl Lagerfeld 2016

---

- ✓ Chiffre d'affaires : 10 M€ (-17%)
- ✓ Une activité qui restera centrée sur l'Europe du Nord et la Russie



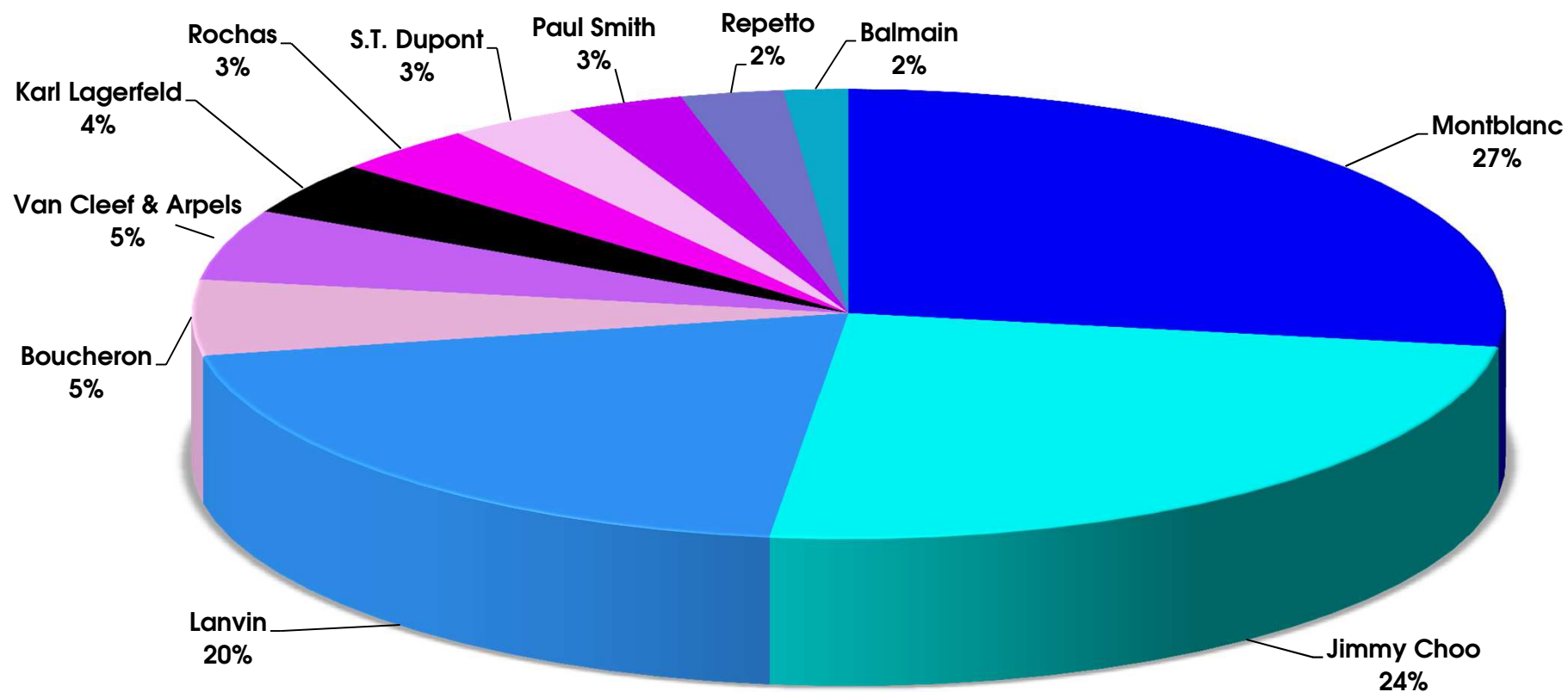
# Chiffre d'affaires 2015

| (M€)                              | 2014         | 2015(e)      | 2015/2014  |
|-----------------------------------|--------------|--------------|------------|
| Montblanc                         | 83,4         | 86,0         | +3%        |
| Jimmy Choo                        | 59,1         | 77,0         | +30%       |
| Lanvin                            | 68,0         | 63,0         | -7%        |
| Boucheron                         | 14,0         | 17,0         | +22%       |
| Van Cleef & Arpels                | 17,7         | 16,0         | -10%       |
| Karl Lagerfeld                    | 18,2         | 12,0         | -34%       |
| S.T. Dupont                       | 12,8         | 11,0         | -14%       |
| Rochas                            | -            | 10,0         | na         |
| Paul Smith                        | 9,0          | 9,0          | -          |
| Repetto                           | 9,3          | 8,0          | -14%       |
| Balmain                           | 5,1          | 5,0          | -3%        |
| Autres                            | 0,4          | 0,2          | ns         |
| <b>Chiffre d'affaires parfums</b> | <b>297,1</b> | <b>314,2</b> | <b>+6%</b> |
| Redevances mode Rochas            | -            | 0,8          | na         |
| <b>Chiffre d'affaires total</b>   | <b>297,1</b> | <b>315,0</b> | <b>+6%</b> |



# Répartition 2015 par marque

---

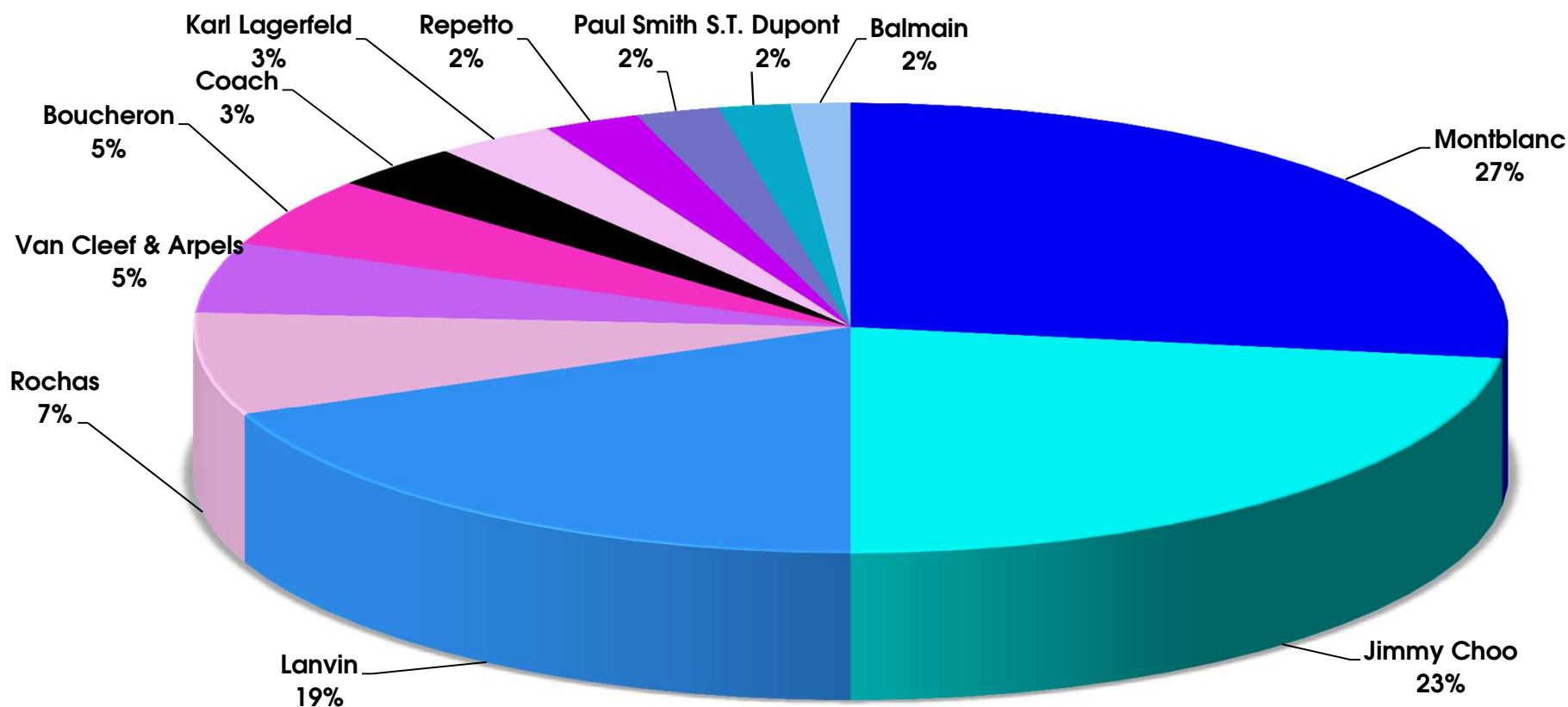


# Budget 2016 par marque

| (M€)                              | 2015(e)      | 2016(e)      | 2016/2015  |
|-----------------------------------|--------------|--------------|------------|
| Montblanc                         | 86,0         | 92,0         | +7%        |
| Jimmy Choo                        | 77,0         | 77,0         | -%         |
| Lanvin                            | 63,0         | 63,0         | -%         |
| Rochas                            | 10,0         | 25,0         | ns         |
| Van Cleef & Arpels                | 16,0         | 17,0         | +6%        |
| Boucheron                         | 17,0         | 17,0         | -%         |
| Coach                             | -            | 11,0         | na         |
| Karl Lagerfeld                    | 12,0         | 10,0         | -17%       |
| Repetto                           | 8,0          | 8,0          | -%         |
| Paul Smith                        | 9,0          | 7,0          | -22%       |
| S.T. Dupont                       | 11,0         | 6,0          | -45%       |
| Balmain                           | 5,0          | 5,0          | -%         |
| Autres                            | 0,2          | 0,2          | -          |
| <b>Chiffre d'affaires parfums</b> | <b>314,2</b> | <b>338,2</b> | <b>+7%</b> |
| Redevances mode Rochas            | 0,8          | 1,8          |            |
| <b>Chiffre d'affaires total</b>   | <b>315,0</b> | <b>340,0</b> | <b>+8%</b> |

# Répartition 2016 par marque

---



# Synthèse 2016

---

- ✓ Nouvelle progression des parfums Montblanc
  - ✓ Consolidation de l'activité des parfums Jimmy Choo
  - ✓ Montée en puissance de la distribution des parfums Rochas et préparation d'une nouvelle ligne pour 2017
  - ✓ Lancement de la première ligne féminine Coach
- ...et saisir toute nouvelle opportunité de croissance externe..



## Résultats 2015 & 2016

---

interparfums

# Résultats 2015

---

## Compte de résultat

- ✓ Un fort effet devises dû à l'appréciation du dollar US
  - Parité €/€ : 1,32 en 2014 -> 1,12 en 2015 – Impact 25 M€
- ✓ Une marge brute à devises constantes en légère progression
- ✓ Un niveau de dépenses de marketing et publicité élevé
  - 20% des ventes en 2014 -> 21% des ventes en 2015
- ✓ Amélioration de la marge opérationnelle (11 à 12%)

# Résultats 2015

---

## Eléments bilantiels 31 décembre 2015

- ✓ Un bilan significativement impacté par l'acquisition Rochas...
  - A l'actif : Marques Parfums (87 M€) et Mode (19 M€)
  - Au passif : Emprunt bancaire (90 M€)
- ✓ Des niveaux de stocks de clôture (60-65 M€) proches des niveaux de stocks d'ouverture
- ✓ Des délais clients stables en France et en légère augmentation à l'export (Russie)

# Résultats 2015

---

## Eléments bilantiels 31 décembre 2015

- ✓ Une trésorerie (hors emprunt Rochas) autour de 205-210 M€ au 31 décembre 2015
  - Dividende 2014 (13 M€)
  - Stocks Rochas (3 M€)
  - Droits enregistrements (4 M€)



# Résultats 2016

---

- ✓ Un environnement monétaire qui devrait rester favorable
  - Cours budget €/ \$ 1,15
- ✓ Un niveau de dépenses de marketing et publicité renforcé
  - 20% des ventes en 2014
  - 21% des ventes en 2015
  - 22 à 23% des ventes en 2016
- ✓ Une nouvelle amélioration de la marge opérationnelle

# Agenda

---

- ✓ Chiffre d'affaires 2015
  - 26 janvier 2016 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- ✓ Résultats 2015
  - 14 mars 2016 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- ✓ Chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> trimestre 2016
  - 22 avril 2016 (avant ouverture de la Bourse de Paris)
- ✓ Assemblée Générale Mixte 2016
  - 22 avril 2016 (Paris)

BALMAIN  
BOUCHERON  
JIMMY CHOO  
KARL LAGERFELD  
LANVIN  
MONTBLANC  
PAUL SMITH  
REPETTO  
ROCHAS  
S.T. DUPONT  
VAN CLEEF & ARPELS

4 ROND-POINT DES CHAMPS ELYSEES  
75008 PARIS  
TEL. +33 1 53 77 00 00  
[INTERPARFUMS.FR](http://INTERPARFUMS.FR)