

Chiffre d'affaires 1^{er} semestre 2015 : 147 M€

Le chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 2015 atteint 147,1 M€, en hausse de 2% à devises courantes et en baisse de 7% à devises constantes par rapport au premier semestre 2014. Cette évolution résulte principalement d'un effet de base défavorable, lié au lancement des lignes Karl Lagerfeld l'an passé, compensé par un effet devises favorable, dû à l'appréciation significative du Dollar Américain sur la période.

M€	2 ^e trimestre		1 ^{er} semestre		Var
	2014	2015	2014	2015	
Montblanc	23,3	18,0	43,5	42,0	-3%
Jimmy Choo	8,6	14,0	21,3	33,2	+56%
Lanvin	15,4	14,0	30,4	28,4	-6%
Boucheron	3,6	4,8	7,8	9,6	+23%
Van Cleef & Arpels	4,5	4,5	9,2	9,1	-1%
S.T. Dupont	3,6	4,0	6,2	6,5	+5%
Karl Lagerfeld	3,0	3,2	12,7	5,5	-57%
Repetto	3,1	1,8	4,6	4,5	-4%
Paul Smith	2,9	1,8	5,0	3,5	-31%
Balmain	1,0	1,9	3,1	2,8	-9%
Rochas	-	1,5	-	1,5	na
Autres	0,1	0,2	0,1	0,2	ns
C.A. Parfums	69,0	69,7	143,9	146,8	+2%
Redevances mode Rochas	-	0,3	-	0,3	na
C.A. Total	69,0	70,0	143,9	147,1	+2,2%

ns: non significatif - na : non applicable

Activité semestrielle par marque

■ Dans un contexte économique mondial perturbé, les parfums Montblanc réalisent un chiffre d'affaires de 42 M€. Grâce à ses lignes phares, *Montblanc Legend* et *Montblanc Emblem*, la marque confirme son statut de leader dans l'univers de la parfumerie masculine, en dépit de la baisse des lignes anciennes, non stratégiques ;

■ Le chiffre d'affaires des parfums Jimmy Choo dépasse 33 M€, en hausse de plus de 50% par rapport à l'an passé, avec la ligne *Jimmy Choo Man* qui poursuit sa dynamique, notamment aux États-Unis, et le lancement, en début d'année, de la ligne féminine *Jimmy Choo Blossom* ;

■ Pénalisés par des marchés ralentis en Europe de l'Est,

les parfums Lanvin consolident leurs positions, soutenues par une nouvelle croissance de la ligne *Éclat d'Arpège* (+5%) ;

■ Avec un chiffre d'affaires proche de 10 M€, les parfums Boucheron renouent avec la croissance grâce à un excellent accueil de la ligne *Quatre* ;

■ Les parfums Van Cleef & Arpels bénéficient de la progression constante de la ligne *Collection Extraordinaire* et de la solidité de la ligne *First* ;

■ Les parfums Karl Lagerfeld souffrent d'un effet de base particulièrement défavorable, lié au lancement du premier duo au premier semestre 2014. L'activité devrait néanmoins rester soutenue sur le second semestre ;

■ Après l'*Eau de Toilette* en 2013 puis l'*Eau de Parfum* en 2014, les parfums Repetto poursuivent leur implantation progressive principalement en France, grâce au lancement de l'*Eau Florale*.

Activité semestrielle par zone géographique

■ Avec deux lignes référencées dans le top 15 des parfums masculins (*Jimmy Choo Man 7^e* et *Montblanc Legend 9^e* à fin juin 2015⁽¹⁾), l'Amérique du Nord présente une croissance de près de 13% sur la période ;

■ Dans un marché moins dynamique que l'an passé, notamment en Chine, l'Asie (17% des ventes) progresse néanmoins de 7% et bénéficie du développement des principales marques du portefeuille, en particulier des parfums Jimmy Choo ;

■ L'Europe de l'Ouest recule mécaniquement (-10%), du fait du lancement de la ligne Karl Lagerfeld au premier semestre 2014 ;

■ Après une baisse sensible de son activité au premier trimestre, l'Europe de l'Est enregistre de meilleures performances au second trimestre (+15%) pour afficher un recul limité sur le semestre (-3%).

Paris, le 23 juillet 2015

Philippe Benacin, Président-Directeur Général, a déclaré : « Les difficultés économiques, financières ou monétaires qui ont pesé sur le marché des parfums et cosmétiques dans certains pays, Chine, Russie, Brésil ou Argentine notamment, ont limité nos performances au premier semestre. Pour autant, le second semestre s'annonce plus favorable compte tenu de la bonne tenue des lignes leaders et du lancement de la ligne Jimmy Choo Illicit, ce qui nous permet de confirmer à nouveau notre objectif de chiffre d'affaires de 310 à 320 M€ pour l'ensemble de l'exercice 2015. La croissance devrait s'accroître en 2016 et 2017 avec l'intégration des parfums Rochas en année pleine ainsi que le lancement des parfums Coach prévu à l'automne 2016, marques intégrées au portefeuille au printemps dernier. »

Philippe Santi, Directeur Général Délégué, a ajouté : « Comme par le passé, les résultats de la première partie de l'année seront élevés, avec une marge opérationnelle courante (hors traitement comptable de l'acquisition de la marque Rochas) qui devrait dépasser 14% au premier semestre 2015. Compte tenu de nos habituels efforts en matière de marketing et de publicité sur la seconde partie de l'année, nous confirmons également notre objectif de marge opérationnelle courante de 11 à 12% pour l'ensemble de l'exercice 2015. »

(1) Source : chiffres NPD Etats Unis 6 mois 2015.

Prochain rendez-vous

Résultats semestriels 2015
9 septembre 2015
(avant ouverture de la Bourse de Paris)

Contact Analystes et Investisseurs

Philippe Santi
Directeur Général Délégué
psanti@interparfums.fr
Tél. 01 53 77 00 00

Contact Presse

Cyril Levy-Pey
Directeur de la
Communication Corporate
clevypey@interparfums.fr
Tél. 01 53 77 00 00

Informations aux actionnaires

► N° Vert 0 800 47 47 47

