

## Chiffre d'affaires 2015 : 327 M€

Paris, le 26 janvier 2016

Grâce à une activité de fin d'année légèrement supérieure aux attentes, en particulier sur les parfums Rochas et Jimmy Choo, le chiffre d'affaires du dernier trimestre 2015 atteint 81 M€, en hausse de 8% à taux de change courants. Sur l'ensemble de l'exercice 2015, le chiffre d'affaires s'élève ainsi à 327,4 M€, en progression de 10% à taux de change courants et de 2% à taux de change constants par rapport à l'exercice 2014, compte tenu d'une forte appréciation du dollar américain.

### Activité 2015 par marque

M€	4 <sup>e</sup> T		Année		Var
	2014	2015	2014	2015	
Montblanc	18,5	19,2	83,4	88,0	+6%
Jimmy Choo	17,1	19,8	59,1	83,3	+41%
Lanvin	20,1	16,8	68,0	64,1	-6%
Boucheron	3,2	4,3	14,0	17,8	+27%
Van Cleef & Arpels	4,9	5,1	17,8	17,5	-2%
Rochas (7 mois)	-	7,8	-	12,1	na
S.T. Dupont	3,1	1,6	12,8	10,4	-19%
Karl Lagerfeld	2,8	1,9	18,2	10,3	-43%
Paul Smith	1,8	1,0	9,0	9,5	+6%
Repetto	2,5	1,8	9,3	8,0	-14%
Balmain	0,9	1,0	5,1	4,8	-7%
Autres	0,1	0,3	0,4	0,6	ns
<b>Chiffre d'affaires parfums</b>	<b>75,0</b>	<b>80,6</b>	<b>297,1</b>	<b>326,4</b>	<b>+10%</b>
Redevances mode Rochas	-	0,4	-	1,0	na
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>75,0</b>	<b>81,0</b>	<b>297,1</b>	<b>327,4</b>	<b>+10%</b>

- Les parfums Montblanc confortent leurs positions après trois années de très forte croissance (33% en 2014, 36% en 2013, 51% en 2012) : le chiffre d'affaires atteint 88 M€, porté d'une part, par le succès constant des lignes *Montblanc Legend*, 11e jus masculin aux Etats-Unis en 2015<sup>(1)</sup> et *Montblanc Emblem*, et d'autre part, par les premières facturations de la ligne *Montblanc Lady Emblem* ;
- Avec un chiffre d'affaires de plus de 83 M€, en hausse de plus de 40%, les parfums Jimmy Choo réalisent une année exceptionnelle, grâce à l'excellente performance de la ligne *Jimmy Choo Man*, notamment aux Etats-Unis où la ligne se classe en 9<sup>e</sup> position des parfums masculins en 2015<sup>(1)</sup>, et au lancement de la ligne *Jimmy Choo Illicit*, troisième initiative féminine sous la marque ;
- Les parfums Lanvin affichent un chiffre d'affaires en léger retrait (-6%), le lancement des lignes *Eclat d'Arpège pour homme*, au printemps, et *Eclat de Fleurs*, à l'automne, venant progressivement prendre le relais des lignes plus anciennes ;
- Les parfums Boucheron renouent avec la croissance (+27%) avec l'excellent accueil de la ligne *Boucheron Quatre* ;
- Le chiffre d'affaires des parfums Van Cleef & Arpels est quasiment stable dans une année sans lancement majeur, mais marquée par la progression constante de la ligne *Collection Extraordinaire* (+64%) et la bonne tenue de la ligne *First* ;

- La mise en place de la distribution des parfums Rochas, principalement des lignes *Eau de Rochas* et *Rochas Man* sur les marchés espagnols et français, se traduit par un chiffre d'affaires de 12 M€ sur 7 mois ;
  - En dépit d'un effet de base particulièrement défavorable, lié au lancement du premier duo en 2014, les parfums Karl Lagerfeld affichent un chiffre d'affaires supérieur à 10 M€ ;
  - Les parfums Paul Smith bénéficient du lancement, à l'automne, de la ligne masculine *Essential* et enregistrent une croissance de 6% sur l'année ;
  - Enfin, malgré le lancement de l'*Eau Florale* en 2015 après l'*Eau de Parfum* en 2014 et l'*Eau de Toilette* en 2013, les parfums Repetto souffrent du recul du marché des parfums et cosmétiques français, principal marché pour cette marque.
- (1) Source : Chiffres NPD 2015

### Activité 2015 par zone géographique

M€	4 <sup>e</sup> T		Année		Var
	2014	2015	2014	2015	
Afrique	1,9	1,0	5,3	5,0	-4%
Amérique du Nord	14,9	19,3	60,7	75,8	+25%
Amérique du Sud	6,4	3,6	30,0	24,1	-20%
Asie	10,9	11,0	46,6	48,2	+3%
Europe de l'Est	11,5	14,3	32,9	38,9	+18%
Europe de l'Ouest	16,7	18,0	66,8	73,9	+11%
France	8,2	9,4	27,1	29,5	+9%
Moyen Orient	4,5	4,0	27,7	31,0	+12%
<b>Chiffre d'affaires parfums</b>	<b>75,0</b>	<b>80,6</b>	<b>297,1</b>	<b>326,4</b>	<b>+10%</b>
Redevances mode Rochas	-	0,4	-	1,0	na
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>75,0</b>	<b>81,0</b>	<b>297,1</b>	<b>327,4</b>	<b>+10%</b>

- Avec une très forte hausse de son activité au second semestre, l'Amérique du Nord devient la première zone du groupe en 2015 (23% des ventes), traduisant en particulier le succès des parfums Jimmy Choo qui progressent de plus de 70% en un an, dans un contexte monétaire favorable ;
- L'Europe de l'Ouest, avec une croissance de près de 11%, profite du démarrage des parfums Rochas notamment en Espagne ;
- Avec une croissance limitée à 3% en 2015, après 20% en 2014, l'Asie confirme son ralentissement en dépit de la bonne tenue des parfums Jimmy Choo et Montblanc ;
- En Europe de l'Est, la bonne tenue de la ligne *Eclat d'Arpège* et le lancement de la ligne *Eclat de Fleurs*, de Lanvin, sur la seconde partie de l'année, favorisent une croissance de l'activité de 18% sur l'ensemble de l'année ;
- Avec un recul de l'activité de 30% au second semestre, l'Amérique du Sud subit les difficultés des marchés brésiliens, argentins et colombiens et confirme le ralentissement constaté au printemps.

**Philippe Benacin**, Président-Directeur Général a déclaré : «L'année 2015 a été exceptionnelle pour les parfums Jimmy Choo avec une croissance de plus de 40% sur un an. Conjugée à l'intégration des parfums Rochas et à une nouvelle progression des parfums Montblanc, nous avons donc réalisé une bonne année, aidée en cela par le niveau de la parité euro/dollar. Malgré une situation économique difficile sur certains marchés, l'année 2016 s'annonce favorable et sera principalement marquée, à l'automne, par le lancement d'une ligne féminine sous la marque Coach, première initiative de la société depuis la signature de la licence au printemps 2015»

**Philippe Santi**, Directeur Général Délégué a ajouté : «Le chiffre d'affaires additionnel enregistré en fin d'année 2015 combiné à un effet devises toujours aussi favorable au 4e trimestre 2015, devraient nous permettre d'afficher une marge opérationnelle comprise entre 12 et 13%. En 2016, si le niveau de la parité euro/dollar se confirme, nous poursuivons notre stratégie qui consiste à réinvestir une partie significative des gains dégagés dans la promotion de nos marques afin d'en accélérer leur développement.»

### Prochains rendez-vous

Publication des résultats 2015  
14 mars 2016  
(avant ouverture de la Bourse de Paris)

Assemblée générale des actionnaires 2016  
22 avril 2016

### Contact Analystes et Investisseurs

Philippe Santi  
Directeur Général Délégué  
psanti@interparfums.fr

### Contact Presse

Cyril Levy-Pey  
Directeur Communication  
clevypey@interparfums.fr

### Informations aux actionnaires

**N° Vert 0 800 47 47 47**

