INTERPARFUMS

Perspectives 2027

Jeudi 19 novembre 2026



SOMMAIRE

L’ANNÉE 2026
ACTIVITÉ PAR MARQUE
ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE
ÉLÉMENTS DE RÉSULTAT 2026
PERSPECTIVES 2027
ÉLÉMENTS DE RÉSULTAT 2027
CALENDRIER DE COMMUNICATION
CONCLUSION

L'ANNÉE **2026**



CONTEXTE 2026

UN ENVIRONNEMENT GÉOPOLITIQUE ET ÉCONOMIQUE TOUJOURS AUSSI INCERTAIN

→ Attentisme des consommateurs

→ Persistance des conflits en Europe de l'Est et au Moyen-Orient

MAIS DES FACTEURS NÉANMOINS POSITIFS

→ Un marché mondial de la parfumerie globalement toujours bien orienté

→ Une amélioration dans certains pays au second semestre

→ Une amélioration de la parité euro/dollar au second semestre
(1,15(e) sur 12 mois 2026 / 1,1260 sur 12 mois 2025)





ACTIVITÉ PAR **MARQUE**

ZOOM
JIMMY CHOO

2026

- → Succès continu des franchises féminines et masculines
  – *I Want Choo* (lancée en 2021)
  – *Jimmy Choo Man* (lancée en 2014)
- → Poursuite de la croissance aux États-Unis masquée par l'évolution de la parité euro/dollar
- → Lancement de deux extensions




JIMMY CHOO
MAN
PARFUM
JIMMY CHOO
MAN
PARFUM
THE NEW FRAGRANCE


JIMMY CHOO
I WANT CHOO
Midnight
INTRODUCING THE NEW FRAGRANCE

ZOOM
JIMMY CHOO

2027

→ Lancement de deux nouvelles extensions sur les lignes *I Want Choo* et *Jimmy Choo Man*

→ Préparation d'une troisième franchise féminine pour 2028



ZOOM
COACH

2026

- → Une marque à la popularité et à l'activité croissantes
- → Une croissance des parfums à deux chiffres (à devises courantes et constantes)
- → Lancement de deux extensions





The New PARFUM

COACH

PURE PLATINUM





COACH

cherry

The New PARFUM



ZOOM
COACH

2027

- Lancement d'une troisième franchise féminine au 1er semestre
- Lancement de deux nouvelles extensions sur les lignes *Coach Women* et *Coach Men* notamment
- Préparation d'une nouvelle franchise masculine

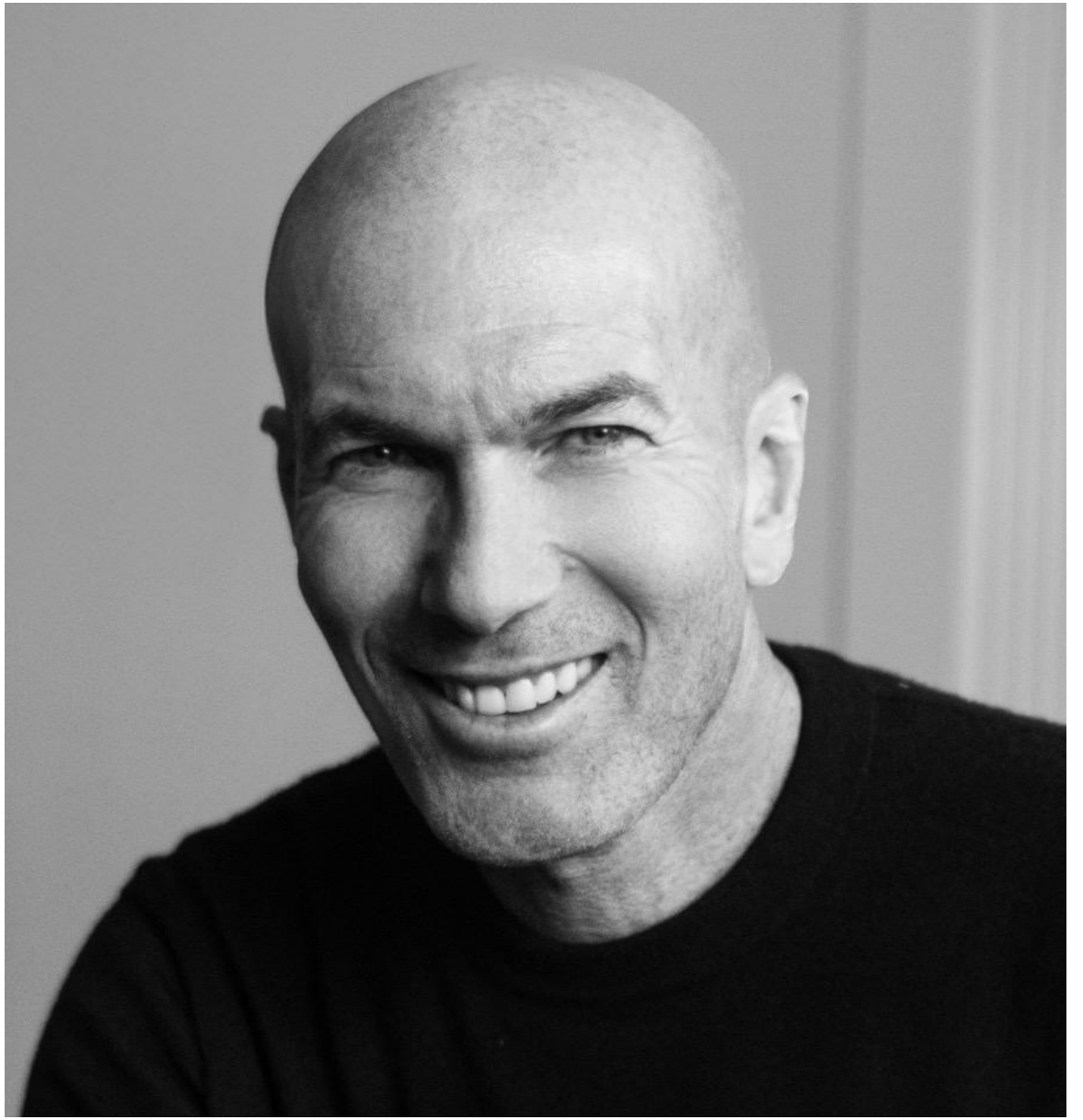


ZOOM
MONTBLANC

2026

→ Retour de la croissance grâce :
  – A la bonne tenue des lignes historiques lancées en 2011 et 2019
  – Au succès des extensions des lignes *Montblanc Explorer* et *Montblanc Legend* mises sur le marché cette année

→ Une très forte progression en Amérique du Sud




MONTBLANC
LEGEND
ELIXIR
Zinedine Zidane
MONTBLANC
LEGEND
ELIXIR
THE NEW FRAGRANCE FOR MEN

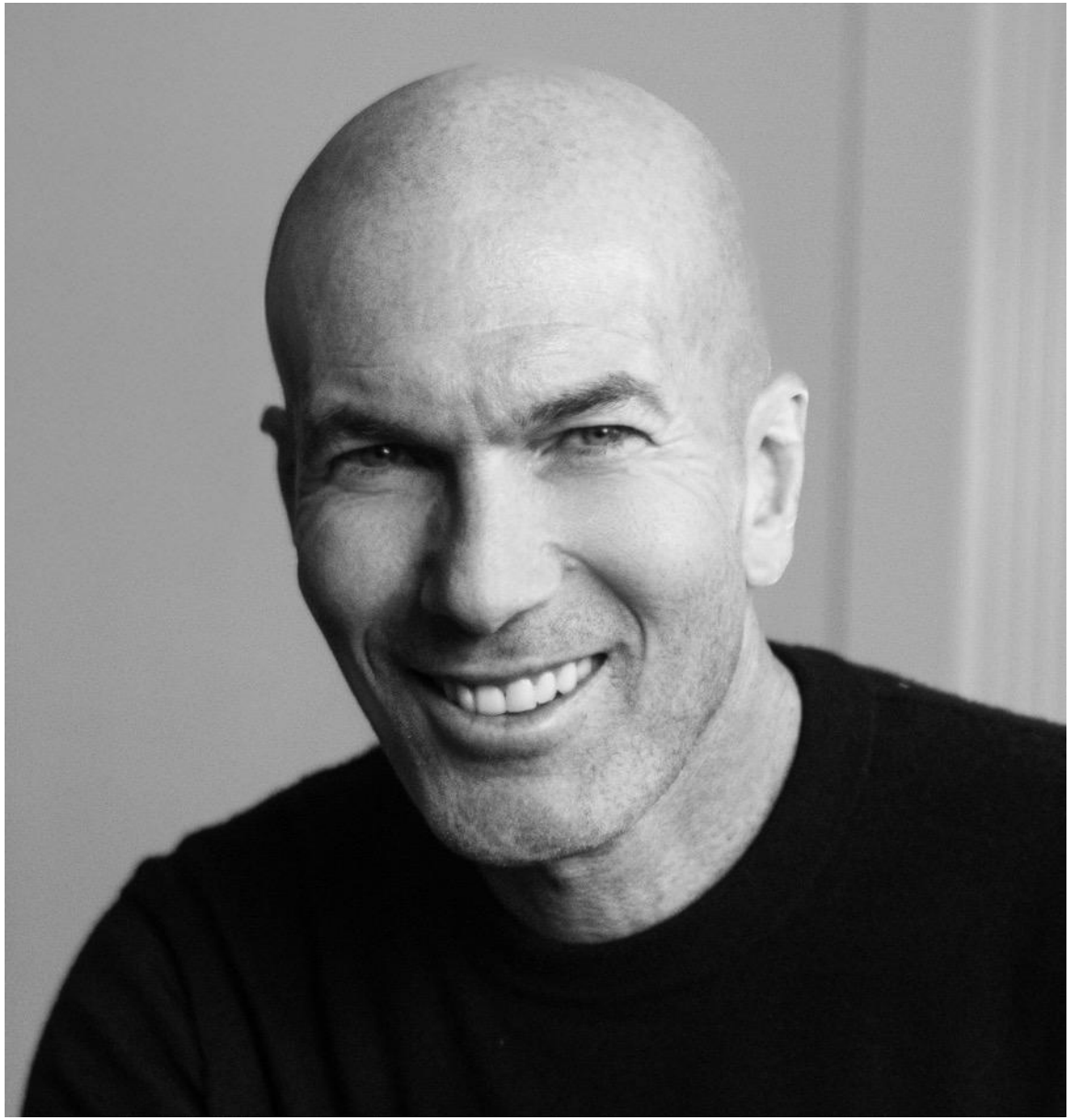

MONTBLANC
EXPLORER
INFINITE
LE NOUVEAU PARFUM POUR HOMME

ZOOM
MONTBLANC

2027

→ Lancement d'une troisième franchise masculine au 1er semestre

→ Lancement de deux nouvelles extensions sur les lignes *Montblanc Explorer* et *Montblanc Legend*



ZOOM
LACOSTE

2026

→ Bonne tenue de la franchise *Lacoste Original*

→ Stabilité de certaines lignes *L12.12*

→ Des marchés européens attentistes au 1er semestre

→ Lancement de trois extensions




LACOSTE
ORIGINAL AQUA
LACOSTE
ORIGINAL
AQUA
THE NEW FRAGRANCE


LACOSTE
ORIGINAL
LACOSTE
ORIGINAL
INTENSE
EAU DE PARFUM
THE NEW INTENSITY FOR HER

ZOOM
LACOSTE

2027

→ Lancement d'une première nouvelle franchise féminine au 1er trimestre

→ Lancement de deux extensions sur les lignes *L12.12* et *Lacoste Original*

→ Préparation d'une première nouvelle franchise masculine pour 2028



ZOOM
ROCHAS

2026

→ Lancement de plusieurs extensions

→ Une activité toujours concentrée sur
- 3 lignes (*Eau de Rochas*, *Les Eaux Fraiches* et *Audace*)
- 2 pays (France et Espagne)

2027

→ Lancement de plusieurs extensions

→ Une réflexion entamée sur la stratégie de marque – une image à clarifier



ZOOM
LANVIN

2026

→ Des marchés historiques (Europe de l'Est et Asie) pénalisés

→ Un approvisionnement tendu sur la ligne *Éclat d'Arpège*

2027

→ Lancement d'une nouvelle franchise masculine au 1er semestre



ZOOM
ANNICK GOUTAL

2026

- → Reprise de la distribution des lignes existantes
- → Ouvertures et réouvertures de boutiques historiques (Bellechasse, Saint-Sulpice) et de corners (Le Bon Marché, Printemps)
- → Lancement du site e-commerce
- → Lancement de deux nouvelles fragrances

2027

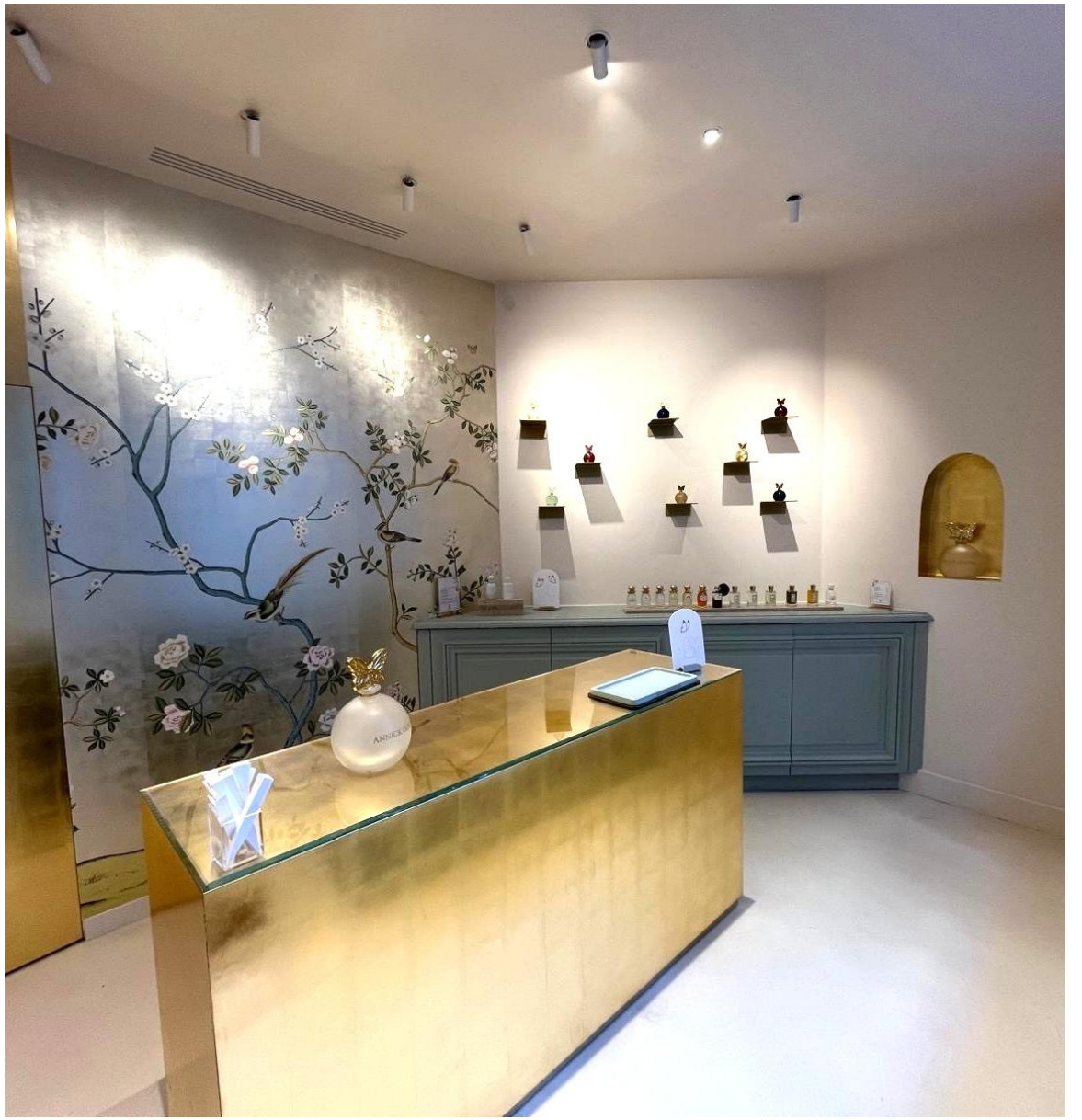
- → Lancement de plusieurs fragrances et d'une ligne de bains
- → Extension de la distribution



ZOOM
ANNICK GOUTAL
Boutique Bellechasse

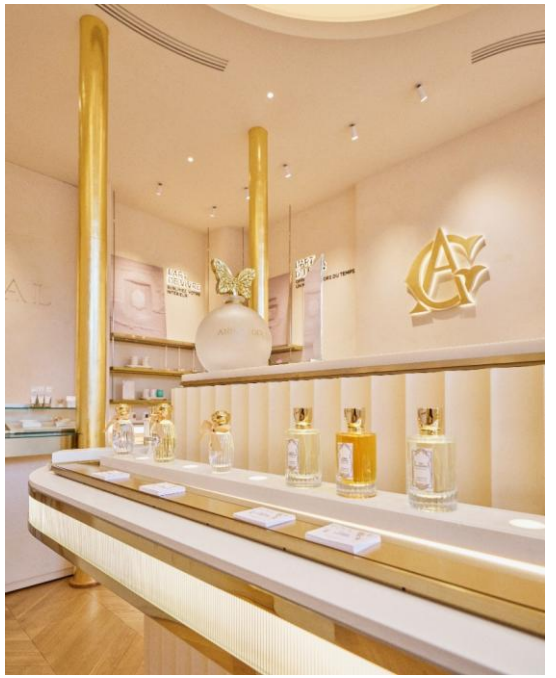


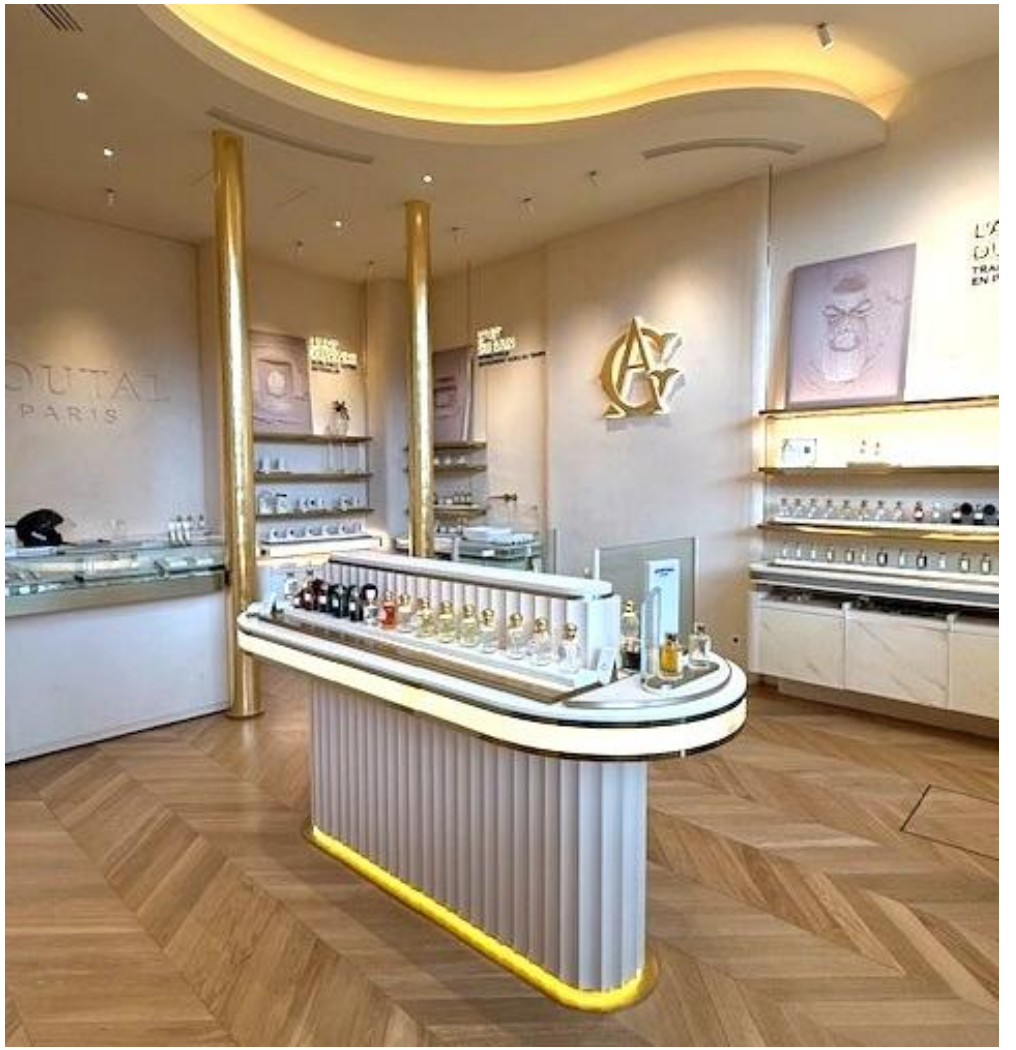




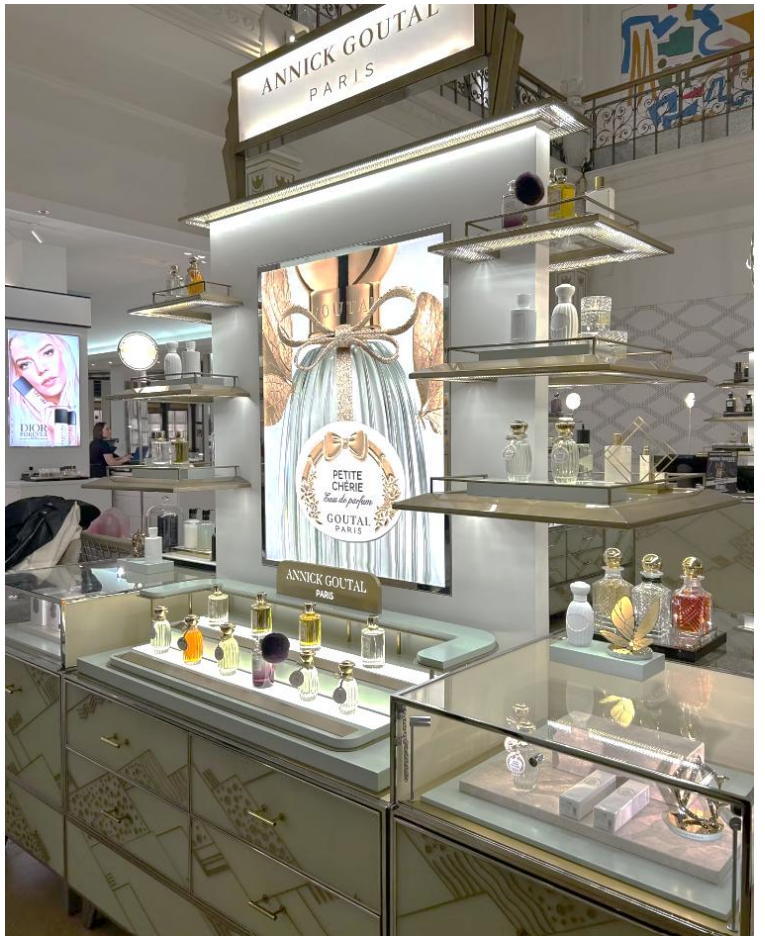
ZOOM
ANNICK GOUTAL
Boutique Saint Sulpice







ZOOM
ANNICK GOUTAL
Le Bon Marché





ZOOM
ANNICK GOUTAL
Printemps Haussmann





ZOOM
ANNICK GOUTAL
Doha



ZOOM
ANNICK GOUTAL
Taïwan



ZOOM
SOLFÉRINO PARIS

2026

→ Poursuite du développement de la distribution

→ Lancement d'un 11e jus, *Lumière d'Automne*

→ Lancement du site e-commerce

2027

→ Poursuite du développement de la distribution

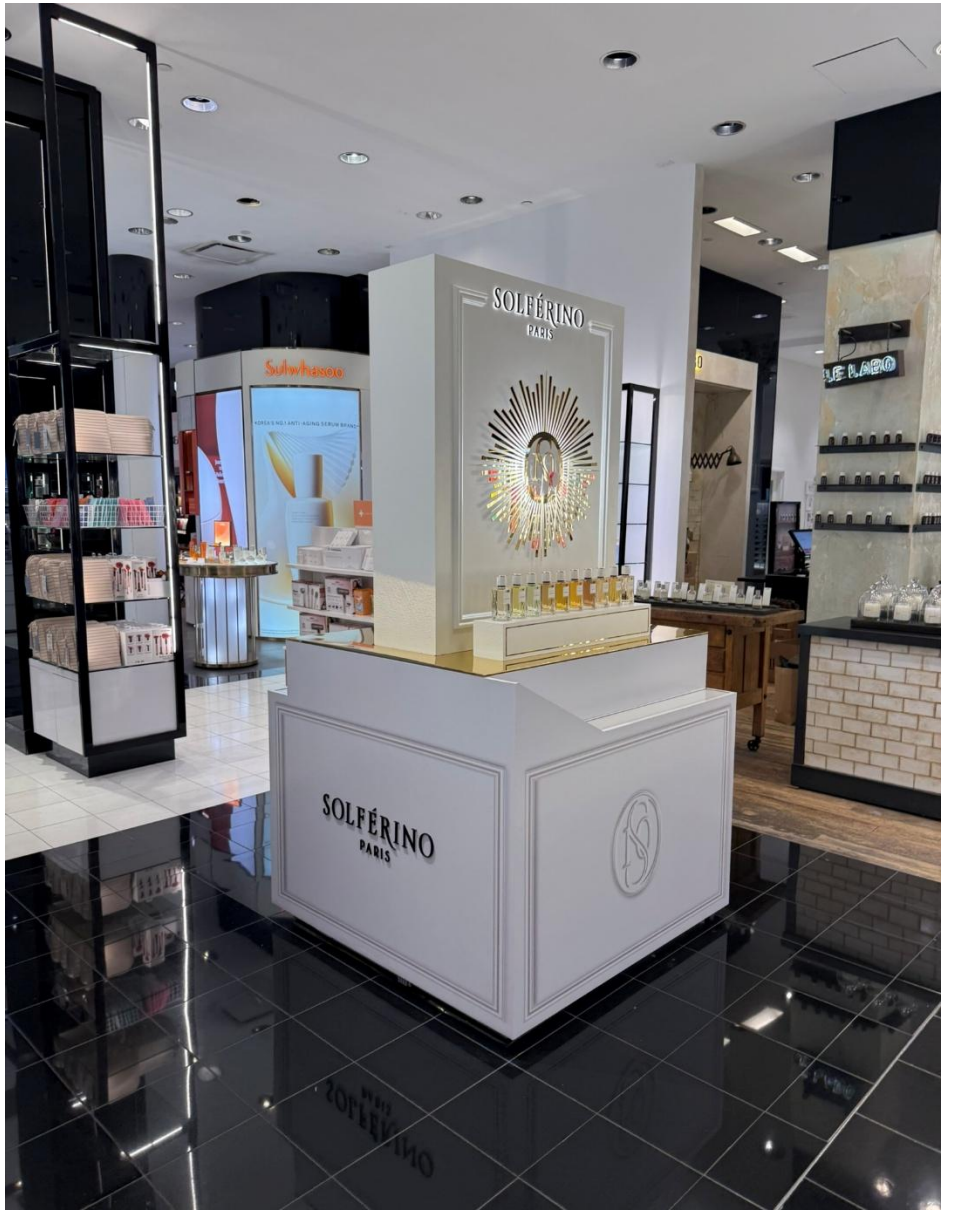
→ Lancement d'un 12e jus

→ Lancement d'une ligne de bain



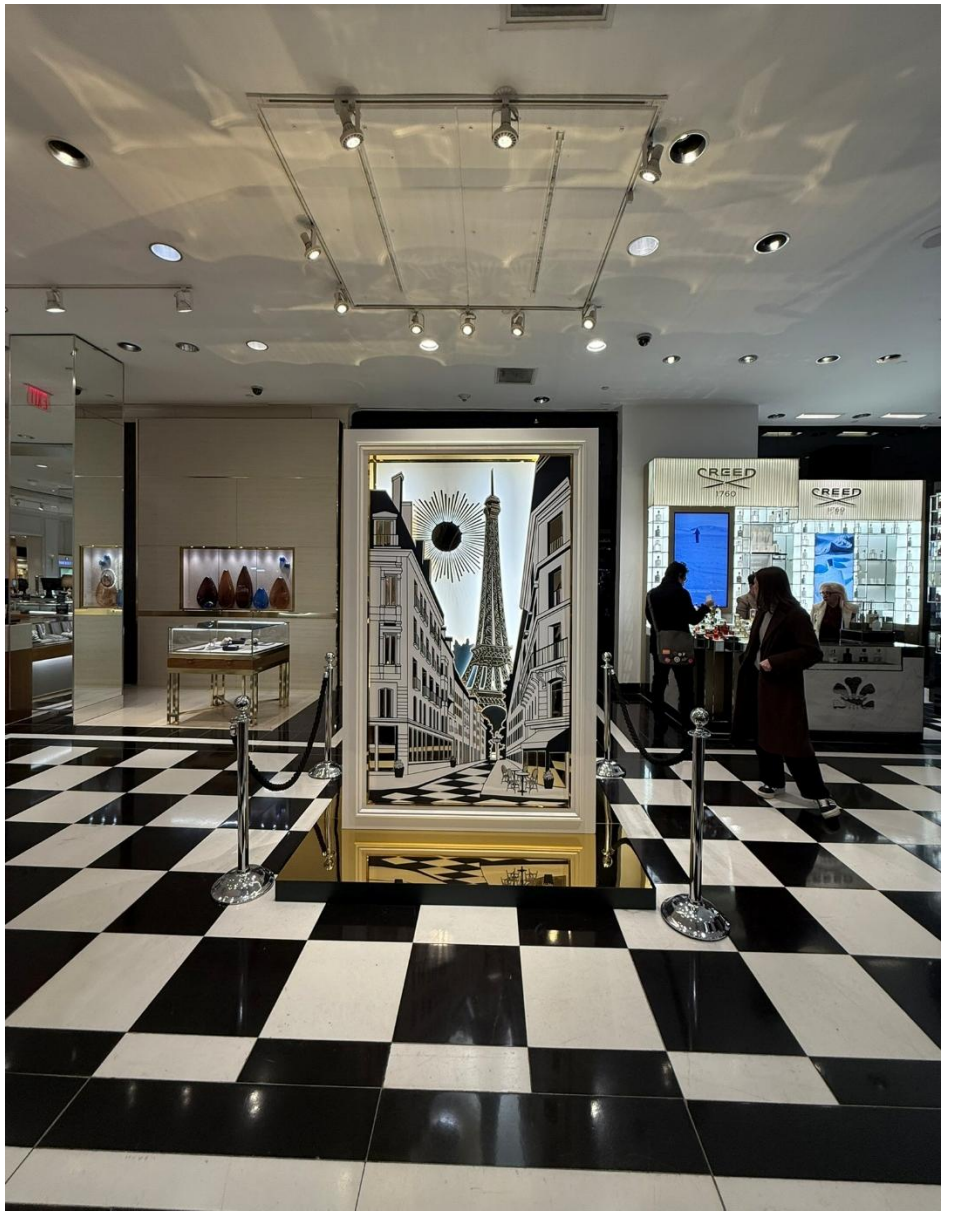
ZOOM
SOLFÉRINO PARIS
Bloomingdales 59th





ZOOM
SOLFÉRINO PARIS
Bloomingdales 59th





ZOOM
SOLFÉRINO PARIS
Pop up Shanghaï Xintandi





ZOOM
SOLFÉRINO PARIS
Pop up Shanghaï Xintandi





ZOOM
LONGCHAMP

2027

- Lancement de la première ligne de parfums sous la marque
  - Dans le réseau Longchamp au 2e trimestre
  - En distribution sélective au 3e trimestre
- Un excellent accueil de la part des distributeurs
- Une seconde ligne envisagée sous forme de Collection



ZOOM
OFF-WHITE

2027

→ Lancement d'une première ligne de parfums fin du 2e trimestre / début du 3e trimestre

→ Un intérêt marqué d'une dizaine de pays essentiellement en Asie et Europe de l'Est

→ Une communication centrée influenceurs / réseaux sociaux





ACTIVITÉ PAR **ZONE**

POINT PAR ZONE **GÉOGRAPHIQUE**

ÉTATS-UNIS : UN MARCHÉ QUI RESTE DYNAMIQUE

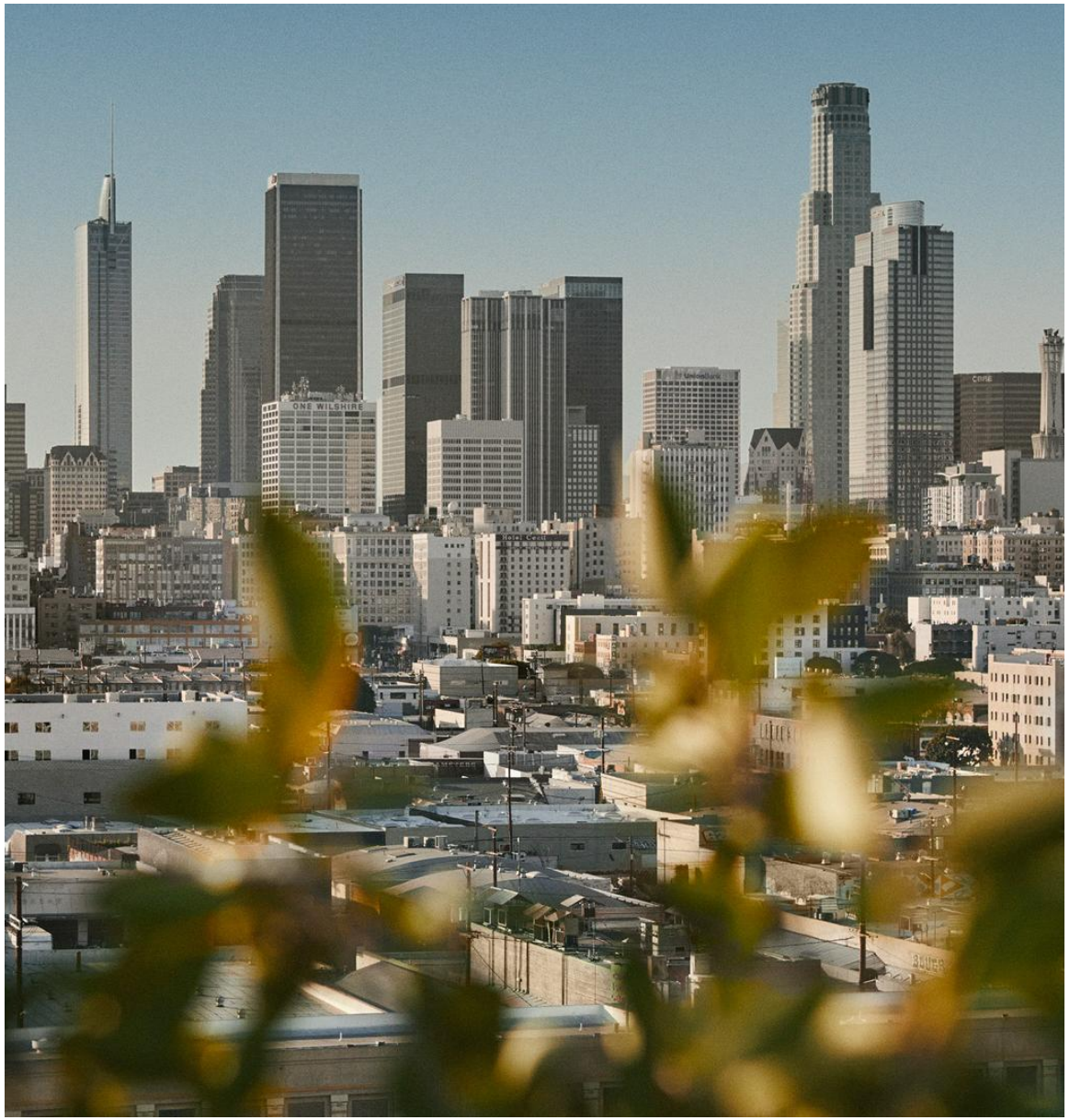
→ Interparfums continue de progresser plus rapidement que le marché sur 9 mois

Chiffres Retail *	Sept 2026	9 mois 2026
Marché	+7,8 %	+5,6 %
IPLB	+3,9 %	+7,5 %

* Source : Données Circana États-Unis

→ Coach & Jimmy Choo affichent des croissances et des parts de marché significatives

– *I Want Choo* **#10** (parfums féminins)
– *Jimmy Choo Man* **#13** (parfums masculins)
– *Coach Woman* **#20** (parfums féminins)
– *Coach Man* **#18** (parfums masculins)



POINT PAR ZONE **GÉOGRAPHIQUE**

AMÉRIQUE DU SUD

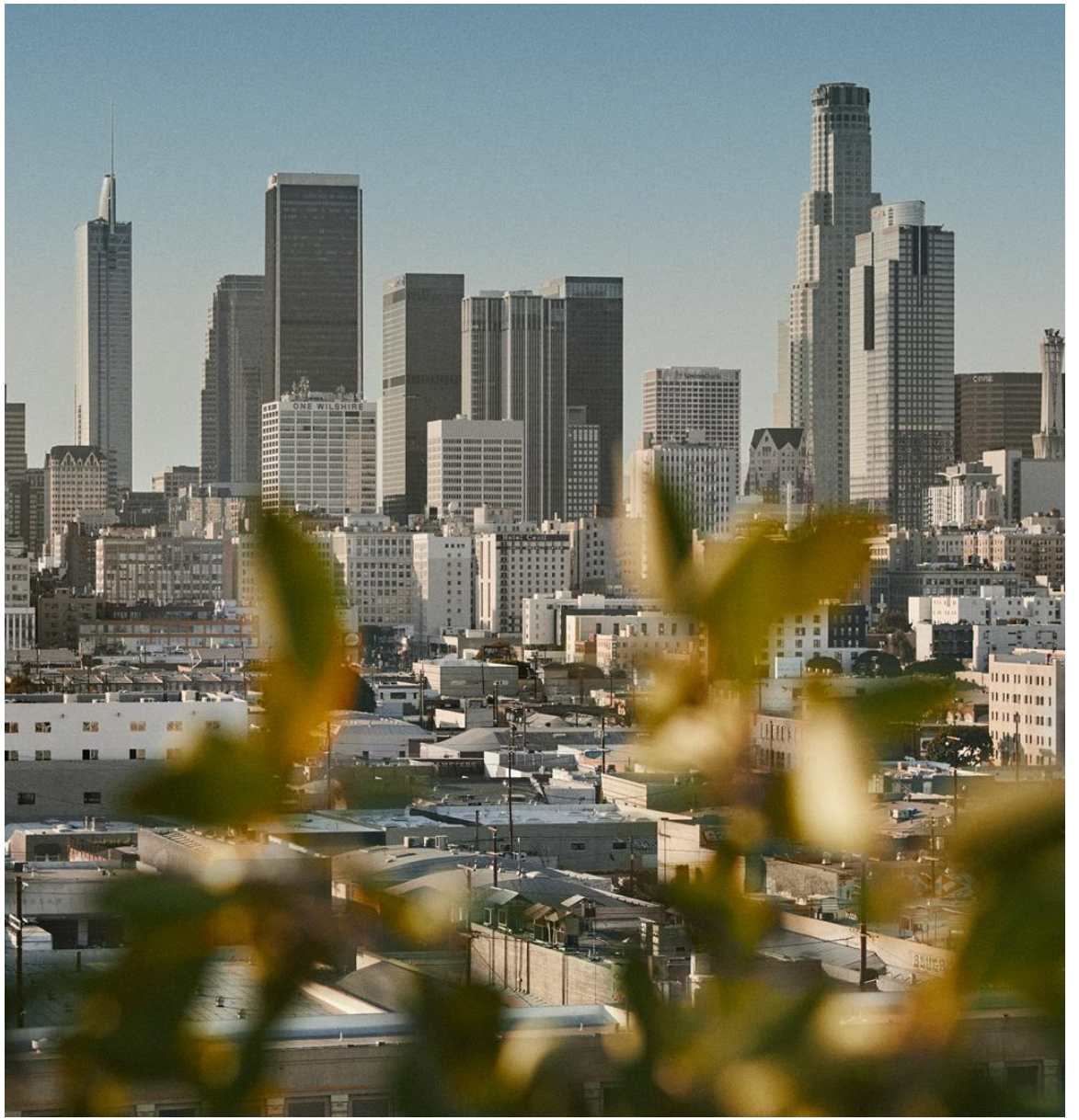
→ Un marché porté par les marques historiques et par le Mexique et le Brésil

ASIE

→ Après une très nette amélioration de l'activité au printemps, la zone poursuit sa croissance au second semestre

→ Un marché chinois porteur (+18,5 % à fin octobre)

→ Amélioration progressive de la distribution :
- En Corée (filiale ouverte en 2025)
- En Inde (changement de distributeur)



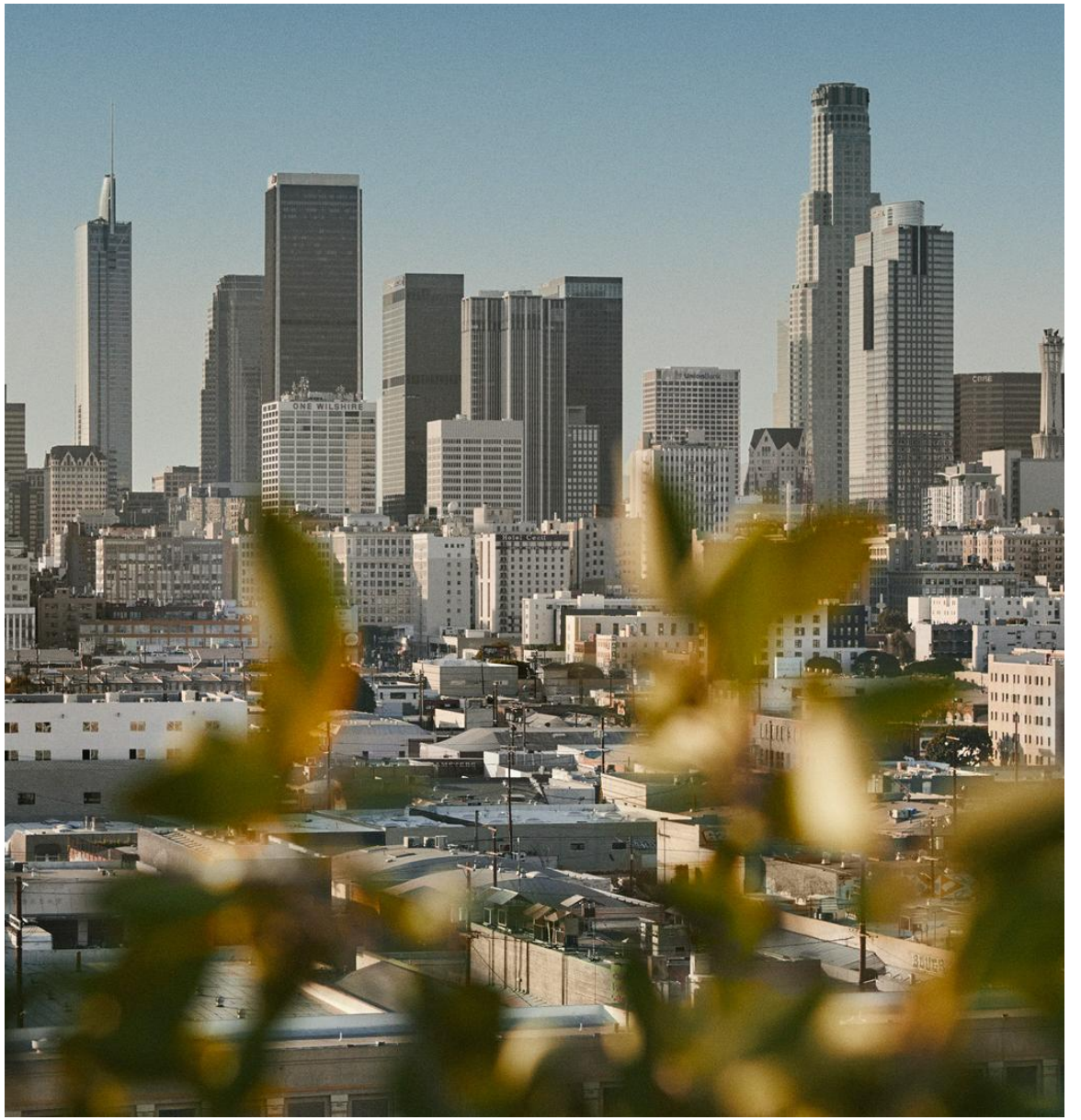
POINT PAR ZONE **GÉOGRAPHIQUE**

EUROPE DE L'EST

- → Des circuits d'expédition et d'encaissement complexes en Russie
- → Des ruptures d'approvisionnement (capots et plexi) sur la ligne *Lanvin Eclat d'Arpège*
- → De très bons résultats en Pologne

EUROPE DE L'OUEST

- → Un premier semestre peu dynamique (sauf en Espagne)
- → Une activité dynamique au Royaume-Uni



L'ANNÉE **2026**

SYNTHÈSE

- → Un premier semestre contrasté mais des lignes historiques solides
- → Un second semestre plus dynamique depuis l'été
- → Une année également consacrée à la préparation des lancements 2027
- → Un renforcement des dépenses de marketing & publicité

OBJECTIF DE CHIFFRE D'AFFAIRES 2026 :

+/- 880 M€





ÉLÉMENTS DE **RÉSULTAT 2026**

ÉLÉMENTS DE RÉSULTAT **2026**

UNE MARGE BRUTE EN HAUSSE (+/-1 point)

- → Maîtrise des coûts de production
- → Effet mix produit favorable
- → Hausse du poids de l'activité aux États-Unis
- → Droits de douane américains (taux 10 %)
  - – Coût 13 M$ (en année pleine)
  - – Impact du remboursement sur la marge 10 M$

DÉPENSES OPÉRATIONNELLES

- → Des coûts de transport + élevés que prévus
- → Des investissements marketing & publicité renforcés comme prévu
  - – 23 à 23,5 % des ventes 2026
  - – 21,7 % en 2025

MARGE OPÉRATIONNELLE 2026 : +/- 18 %



PERSPECTIVES **2027**



PERSPECTIVES **2027**

CONTEXTE

→ L'environnement géopolitique et économique ne devrait pas s'améliorer

→ Mais le marché mondial de la parfumerie devrait rester globalement bien orienté

NOS ATOUTS

→ Un plan de lancements riche d'une vingtaine d'initiatives - Un accueil favorable de l'ensemble des distributeurs

→ Un plan d'investissements marketing et publicité à nouveau renforcé

OBJECTIF DE CHIFFRE D'AFFAIRES 2027 :

+/- 960 M€





ÉLÉMENTS DE RÉSULTAT 2027

ÉLÉMENTS DE RÉSULTAT **2027**

UNE MARGE BRUTE QUI DEVRAIT SE MAINTENIR

- → Des hausses limitées de prix de revient compensées par hausses ciblées de prix de vente
- → Droits de douane américains
  - Coût 14 M$
  - Pas de remboursement attendu

DÉPENSES OPÉRATIONNELLES

- → Hausse limitée des coûts fixes
- → Nouveau renforcement des investissements marketing & publicité
  - 24 à 25 % des ventes 2027
  - Soit plus de 230 M€

MARGE OPÉRATIONNELLE 2027 : +/- 17 %





CALENDRIER DE COMMUNICATION & RÉUNIONS

PUBLICATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2026

Mercredi 27 janvier 2027 (avant ouverture de la Bourse)

PUBLICATION DES RÉSULTATS 2026

Mercredi 24 février 2027 (avant ouverture de la Bourse)

PUBLICATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES T1 2027

Mercredi 21 avril 2027 (avant ouverture de la Bourse)

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE 2027

Vendredi 23 avril 2027 - 14h


CONCLUSION :
RAPPEL
DES
FONDAMENTAUX

1
UN MARCHÉ RÉSILIENT

UN MARCHÉ MONDIAL DE LA PARFUMERIE TOUJOURS ATTRACTIF QUI BÉNÉFICIE DE FONDAMENTAUX FAVORABLES :

- → Une croissance continue
- → Une image positive
- → Une base de clientèle très large, qui s'est rajeunie ces dernières années
- → Des prix publics abordables
- → Une fréquence de renouvellement de plus en plus élevée
- → Une forte dimension émotionnelle, en lien avec la recherche de bien être, et identitaire

2
UN MODÈLE ÉCONOMIQUE EFFICACE ET SOUPLE

AVEC DE NOMBREUX ATOUTS :

- → Un savoir-faire en termes de transposition des codes d'une marque dans l'univers des fragrances
- → La maitrise des dimensions créatives, industrielles et commerciales du développement de lignes de parfums
- → Des investissements marketing et publicité ciblés
- → Une structure majoritairement à coûts variables et « asset light »
- → Une organisation interne agile

3
UN PORTEFEUILLE DE MARQUES RICHE

DIVERSIFIÉ ET DE QUALITÉ :

- → Des marques en licence historiques qui disposent toujours d'un potentiel de développement (Coach, Jimmy Choo et Montblanc)
- → Des marques en licence qui constituent des relais de croissance à moyen terme (Lacoste, Longchamp)
- → Des marques en propriété de plus petites tailles (Rochas, Lanvin) mais qui ont des positions fortes sur certaines zones
- → Des marques en propriété (Annick Goutal, Solférino) pour accompagner Van Cleef & Arpels sur le segment porteur de la Haute Parfumerie
- → Une marque en propriété (Off-White) qui dispose de codes biens particuliers

4
UNE STRATÉGIE GLOBALE CONSTANTE

AXÉE SUR LE MOYEN TERME :

- → Développer un partenariat fort avec chaque marque sous licence sur des durées longues et régulièrement prolongées en amont
- → Profiter de toute opportunité de croissance externe (acquisition ou contrat de licence sur une marque disposant déjà, si possible, d'une activité parfums significative)
- → Développer le segment porteur de la Haute Parfumerie
- → Une volonté constante de retour à l'actionnaire

INTERPARFUMS

Perspectives 2027

Jeudi 19 novembre 2026