

Les licences dans le parfum : l'exemple d'Interparfums

Les maisons de luxe Louis Vuitton, Christian Dior Parfums, Chanel, Hermès, Cartier et Bulgari exploitent elles-mêmes leurs parfums. Certaines d'entre-elles ont même leurs propres parfumeurs et assurent la commercialisation via leurs propres forces de vente.

Les autres n'exploitent pas elles-mêmes leurs parfums. Soit, elles n'en sont plus propriétaires (les parfums Lanvin, Rochas appartiennent à Interparfums), soit elles signent des licences avec des sociétés de produits de beauté et de soin telles que L'Oréal, Coty ou Estée Lauder.

L'exemple d'Interparfums

Créée en 1982 par Philippe Bénacín et Jean Madar, Interparfums crée, fabrique et distribue des parfums sur la base de contrats de licence conclus avec de grandes marques de haute couture, de prêt-à-porter, de joaillerie ou d'accessoires. Elle est spécialisée dans les parfums de prestige.

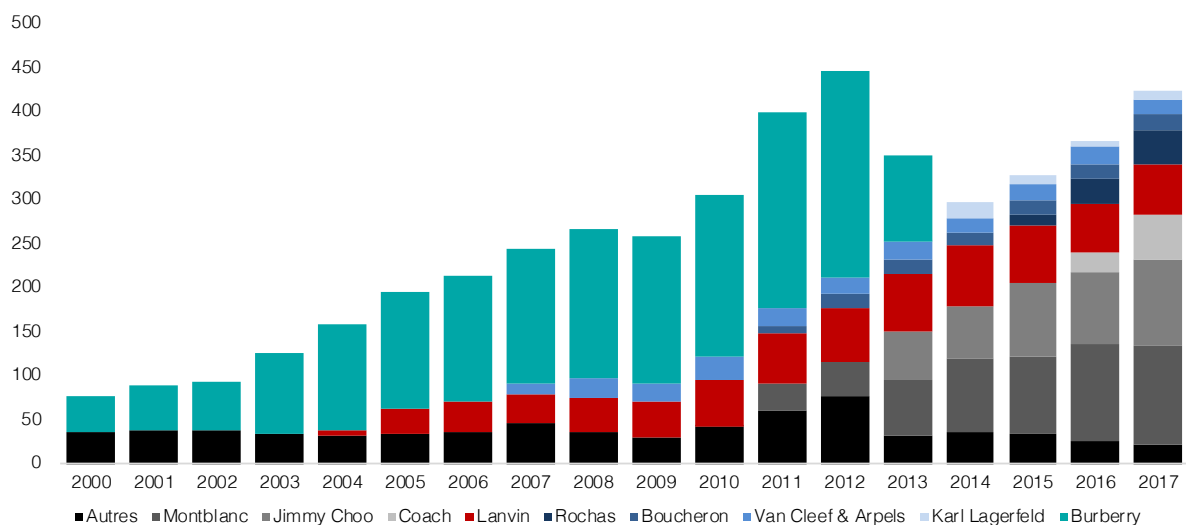
En 2007, Interparfums fait l'acquisition de la marque Lanvin, puis, en 2015, prend le contrôle de la maison Rochas, intégrant conjointement parfums et mode.

La société exploite des contrats de licence, signés avec des marques prestigieuses pour des durées longues pouvant aller jusqu'à 20 ans. Ces contrats sont mondiaux.

Interparfums atteint en 2018 le chiffre d'affaires 430,5 millions d'euros.

Fier de ses réussites, le groupe est une référence en termes de transparence et d'exhaustivité de la communication financière.

Évolution du CA 2000-2018 en millions d'euros des marques d'Interparfums

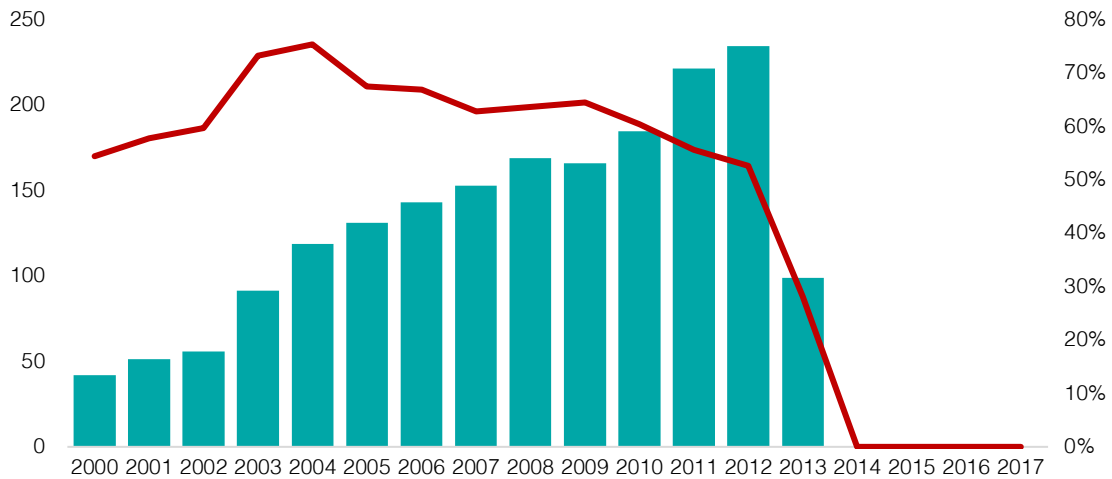


« L'Affaire Burberry »

A la différence d'une marque propre, une marque sous-licence présente le risque de « non-renouvellement ». Le succès d'Interparfums, mais aussi sa relative fragilité, s'est illustré par le passé par « l'affaire Burberry ».

En 2012, Burberry choisit de mettre fin à son contrat de licence avec Interparfums pour rapatrier l'activité beauté en interne. La marque britannique exerce alors une option pour rompre son contrat de licence exclusif avec le groupe français de parfums qui doit arriver à échéance en 2017. L'exercice de cette option est assorti d'un paiement de 181 millions d'euros. « Soit l'équivalent de cinq années de résultat opérationnel assuré par Burberry chez Interparfums », Philippe Benacín (source : La Tribune, 17/07/2012).

Évolution du CA de Burberry en millions d'euros et en % des ventes d'Interparfums



Début 2017, Burberry annonce qu'il vend la licence de ses parfums et cosmétiques à l'américain Coty. Cet accord permet à Burberry d'engranger d'abord 180 millions de livres. Puis, à partir d'octobre 2017, des royalties sur les ventes de parfums, maquillages et cosmétiques qui portent sa marque mais qui sont désormais fabriqués et commercialisés par Coty. Coty fait face à certaines difficultés dans l'intégration des activités beauté de P&G, acquises pour 12 milliards de dollars fin 2016.

Cet accord marque un revirement stratégique pour Burberry et un aveu d'échec de cette ré-internalisation. En novembre 2016, Burberry passe une dépréciation de 26,1 millions de livres (30,6 millions d'euros) sur celle-ci et revoit à la baisse ses prévisions de ventes pour 2017.

Le cas Lanvin

En 2001, L'Oréal, propriétaire de Lanvin depuis 1990, revend à Madame Wang, une femme d'affaires taiwanaise. A ce moment-là, la marque traverse une passe difficile.

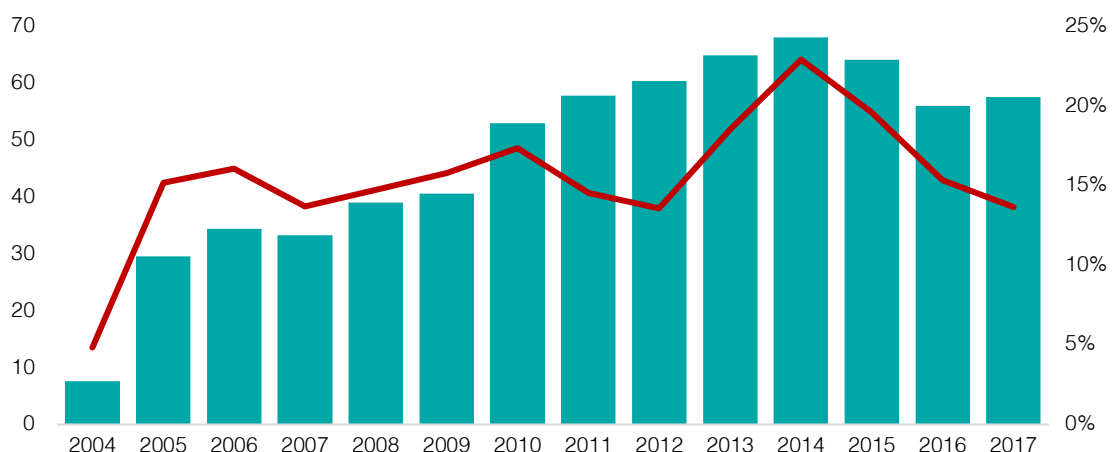
Alors qu'en juin 2004, Lanvin conclut un contrat de licence avec Interparfums, en août 2007, Lanvin vend finalement les marques à son partenaire pour 22 millions d'euros, payés comptant.

Cette opération est destinée à soutenir la maison de couture, en perte. Lanvin bénéficie d'une option de rachat des marques en 2025.

Entre 2007 et 2011, les ventes des parfums Lanvin sont passées de 33 à 58 millions d'euros.

Depuis, elles affichent une relative stabilité grâce à la solidité de la ligne Éclat d'Arpège.

Évolution du CA de Lanvin (en m€)



Conclusion

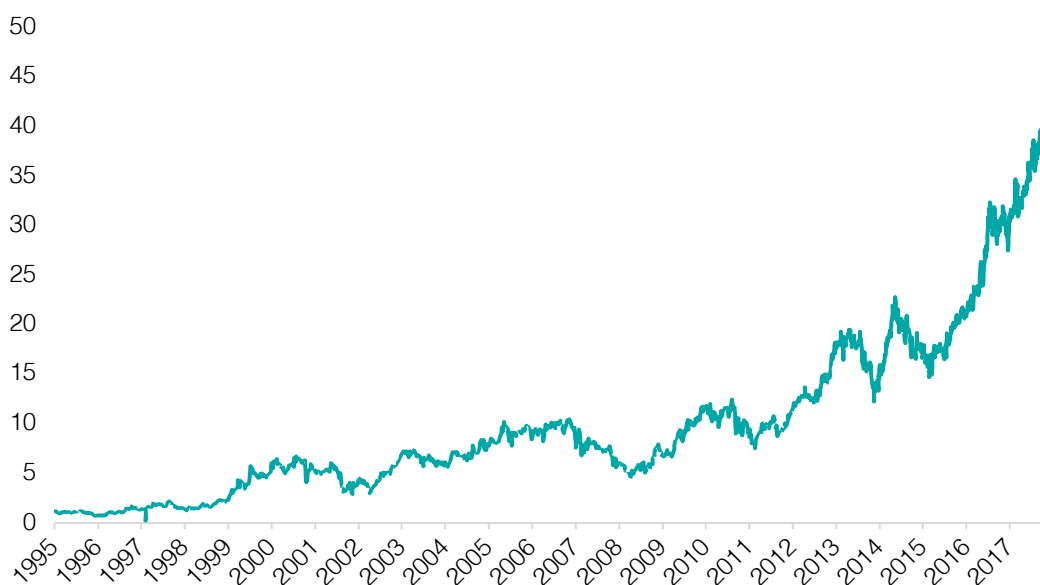
Six années après « l'affaire Burberry », le groupe Interparfums a presque retrouvé le niveau de chiffre d'affaires de 2012. Son portefeuille de marques est plus équilibré entre licences (pas de marque représentant plus de 25% du CA vs. 75% pour Burberry en 2004) et marques propres (Lanvin et Rochas, 21% du CA).

Les marques Montblanc, Jimmy Choo, Lanvin et Rochas constituent aujourd'hui les piliers du portefeuille d'Interparfums, Coach est un relai de croissance pour le futur de la société.

Grâce à des contrats de licences de longues durées, une structure financière solide avec une trésorerie importante, un actionariat stable avec une part importante du capital détenue par les fondateurs dirigeants, Interparfums est en ordre de marche pour poursuivre son histoire entrepreneuriale.

Haas Gestion est actionnaire de la société au travers du fonds Haas Actions Entrepreneurs.

Évolution du cours de l'action Interparfums (1995-2018)



Données arrêtées au 30 novembre 2018. Les performances passées ne préjugent pas des performances futures et ne sont pas constantes dans le temps. Ce document réservé à une clientèle professionnelle ne constitue en rien un conseil d'investissement.



Alexandre Lacroix
Gérant de portefeuille