

chers actionnaires

Les objectifs définis pour l'année 2003 seront largement dépassés : le chiffre d'affaires de l'exercice devrait afficher une croissance de plus de 25 % à taux de change courants et de plus de 30 % à taux de change constants.

Cette progression, d'autant plus remarquable qu'elle s'affiche dans un contexte économique toujours difficile, reflète plusieurs tendances favorables :

- Les parfums Burberry poursuivent leur forte croissance sur les lignes *Burberry London*, *Burberry Week end* et *Burberry Touch*, sur tous les marchés ;
- Les parfums S.T. Dupont, Paul Smith et Christian Lacroix présentent des performances globalement satisfaisantes.

Cette évolution se traduira également au niveau des résultats : le modèle de gestion développé depuis l'introduction au Second Marché en 1995 (maîtrise permanente des charges et clôture mensuelle des comptes), procure une des rentabilités les plus élevées du secteur avec une marge opérationnelle qui devrait approcher les 15 % en 2003.

Le savoir-faire reconnu en matière de création et de distribution, la solidité des principales lignes du portefeuille et la réussite des lancements en cours devraient ainsi permettre à la société d'atteindre, à moyen terme, les 150 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Enfin, toute opportunité de croissance externe, tant dans les parfums que dans les soins, pourrait conforter la croissance eu égard à la pertinence de son modèle de développement et à la qualité de son bilan (plus de 60 millions d'euros de capitaux propres, près de 30 millions d'euros de trésorerie attendus en fin d'exercice, aucun endettement).

Philippe Benacin
Président Directeur Général

Philippe Santi
Directeur Financier
& Administratif





En juillet 1993, un contrat de licence exclusif d'une durée de 10 ans a été conclu avec la société Burberry pour la création, fabrication et distribution mondiale de parfums sous le nom de Burberry. En février 2000, ce contrat de licence a été prolongé pour une période de trois années jusqu'au 31 décembre 2006.

En 2002, le chiffre d'affaires a atteint 55,8 millions d'euros. Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'exercice 2003, les parfums Burberry ont poursuivi leur forte croissance sur les lignes *Burberry London*, *Burberry Week end* et *Burberry Touch*, sur tous les marchés.

L'automne 2003 a été marqué par le lancement de la nouvelle ligne féminine *Burberry Brit* sur certains marchés majeurs (Royaume Uni, Etats-Unis, Espagne, France, Italie), qui se poursuivra au cours des prochains mois sur le reste de l'Europe, l'Asie, l'Amérique du Sud et le Moyen Orient.

BURBERRY

Burberry London (1995)
Burberry Week end (1997)
Burberry Touch (2000)
Burberry Brit (2003)





S.T. Dupont PARIS

S.T. Dupont Paris (1998)
**S.T. Dupont Essence
Pure (2002)**

Une nouvelle ligne
complète devrait voir
le jour au
printemps 2004.

En juin 1997, un contrat de licence exclusif d'une durée de 11 ans a été conclu avec la société S.T. Dupont pour la création, fabrication et distribution mondiale de parfums sous le nom de S.T. Dupont.

En 2002, le chiffre d'affaires a atteint 9,4 millions d'euros. Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'exercice 2003, les parfums S.T. Dupont ont présenté une hausse de plus de 15 % (+ 63 % hors ligne *Signature* arrêtée en 2002) avec des positions renforcées, en particulier au Moyen Orient et en Europe.



CHRISTIAN LACROIX

Eau florale (2000)
**Christian Lacroix Bazar
(2002)**

Une nouvelle ligne
complète devrait voir
le jour à l'automne 2004.

En mars 1999, un contrat de licence exclusif d'une durée de 12 ans a été conclu avec la société Christian Lacroix (groupe LVMH), pour le développement, la fabrication et distribution mondiale de parfums sous le nom de Christian Lacroix.

En 2002, le chiffre d'affaires a atteint 7,5 millions d'euros. Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'exercice 2003, les parfums Christian Lacroix ont profité de la bonne tenue de la ligne *Bazar Femme* lancée dans le courant de l'année 2002.



Paul Smith

Paul Smith (2000)
**Paul Smith Extrême
(2002)**

Une nouvelle ligne
complète devrait voir
le jour dans le courant
de l'été 2004.

En décembre 1998, un contrat de licence exclusif d'une durée de 12 ans a été conclu avec la société Paul Smith pour la création, fabrication et distribution mondiale de parfums et cosmétiques sous le nom de Paul Smith.

En 2002, le chiffre d'affaires a atteint 8,9 millions d'euros. Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'exercice 2003, les parfums Paul Smith ont dépassé les objectifs avec un chiffre d'affaires supérieur à 9 millions d'euros, grâce à une activité soutenue sur toutes les lignes, principalement sur le marché anglais.



C E L I N E

Celine (2001)

En mai 2000, un contrat de licence exclusif d'une durée de 12 ans a été conclu avec la société Celine (groupe LVMH), pour le développement, la fabrication et distribution mondiale de parfums sous le nom de Celine.

En 2002, Le chiffre d'affaires a atteint 6,8 millions d'euros. Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'exercice 2003, malgré le lancement de la ligne *Oriental Summer* au printemps, les parfums Celine ont présenté des résultats contrastés selon les zones.



quelques moments clés de l'année 2003

avril

Lancement de la ligne
Oriental Summer
de Celine

Lancement de la ligne
saisonnière *Bazar Summer
Fragrance* de Christian
Lacroix

mai

Lancement de la ligne
Burberry Tender Touch

juin

Inter Parfums reçoit
de nouvelles distinctions
pour ces produits

Nouvelle attribution gratuite
d'actions

septembre

Lancement de la ligne
féminine *Burberry Brit*

décembre

Nouvelle version
du site Internet
<http://www.inter-parfums.fr>

l'activité, les résultats et les perspectives

les perspectives de l'année 2004

L'année 2004 sera
marquée par un plan de
lancements soutenu sous
les marques S.T. Dupont
(printemps), Paul Smith
(été), Christian Lacroix
et Burberry (automne),
qui devrait permettre
à la société de poursuivre
une croissance soutenue
de ses ventes.

Cette politique de croissance
interne sera menée conjointement
à l'étude d'opportunités de croissance
externe par le biais d'acquisition
de nouvelles licences
ou de marques existantes.

les résultats du premier semestre 2003

Dans un environnement économique mondial toujours défavorable, le chiffre d'affaires du premier semestre 2003 a progressé de plus de 20 % (29 % à taux de change constants) par rapport au premier semestre 2002.

Les augmentations de prix pratiquées, les améliorations des prix de revient des produits promotionnels et la politique de couverture de change appliquée ont favorisé la croissance du taux de marge brute qui a atteint 53,5 % au premier semestre 2003 contre 52,1 % au premier semestre 2002.

Conformément à son modèle de gestion, la société a poursuivi un programme soutenu de dépenses de marketing et de publicité (+ 23 %) tout en conservant un bon contrôle de ses charges fixes : le résultat opérationnel s'est élevé à près de 8 millions d'euros, en hausse de 25 % sur la période et représente désormais 15 % du chiffre d'affaires.

Enfin, compte tenu de l'abandon par l'administration fiscale de redressements non justifiés, le résultat net du premier semestre 2003 a progressé de 30 % par rapport au premier semestre 2002, soit une marge nette de 10 % (9,5 % hors reprises à caractère fiscal).



La structure du bilan consolidé au 30 juin 2003 est restée très solide avec en particulier :

- des capitaux propres importants (60 millions d'euros) ;
- une trésorerie nette largement excédentaire (22 millions d'euros), grâce à une bonne maîtrise du besoin en fonds de roulement.

La tendance favorable constatée sur la première partie de l'année s'est confirmée au cours du troisième trimestre 2003 : le chiffre d'affaires a dépassé les 40 millions d'euros, traduisant une forte progression de l'activité (+ 64,5 % à taux de change courants) par rapport au troisième trimestre 2002.

Ainsi, sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'exercice 2003, les ventes se sont élevées à 93,7 millions d'euros, en progression de 36 % (+ 45 % à taux de change constants) par rapport aux neuf premiers mois 2002.

Consciente des enjeux et intérêts que représente l'adoption de ces nouvelles normes, la société a décidé de constituer un groupe de travail conjointement avec le cabinet KPMG afin d'étudier les aspects techniques liés aux passages aux nouvelles normes internationales, et de mesurer l'état d'avancement des projet IAS au sein du groupe.

Parallèlement, la société étudie actuellement les mesures nécessaires à la mise en place, au cours des prochains mois, des nouvelles obligations liées à la loi sur la sécurité financière.

**résultat
opérationnel
+ 25 %**

**résultat net
+ 30 %**

les normes internationales et la loi sur la sécurité financière

les outils



1

Le rapport annuel

Ce document est adressé à un ensemble de plus de 2 000 personnes regroupant des investisseurs institutionnels, des analystes financiers français et étrangers, des clubs d'investissements et des actionnaires individuels. Il est mis en ligne sur les sites Internet de la société et de la Commission des Opérations de Bourse.

Une version abrégée en anglais, également disponible sur le site Internet, est élaborée chaque année et envoyée à environ 350 investisseurs institutionnels étrangers, principalement en Europe.

Il regroupe :

- des chiffres clés synthétiques ;
- un panorama détaillé sur la stratégie, l'activité et les produits de la société ;
- une description complète des structures internes, de l'organisation fonctionnelle et de la politique de rémunération et d'intéressement ;
- un exposé des principes de communication financière ;
- des informations relatives aux organes d'administration, de direction et de contrôle de la société ;
- un rapport de gestion complet, avec des informations sur l'environnement économique et la gestion des risques ;
- de nombreuses informations liées à la cotation en Bourse regroupées dans le tableau de bord de l'actionnaire ;
- des comptes consolidés clairs et une annexe très détaillée ;
- les rapports des commissaires aux comptes dans leur intégralité.

les principes de **communication** financière

Depuis son introduction au Second Marché d'EuroNext Paris en novembre 1995, Inter Parfums a engagé un programme régulier de communication financière basé sur des principes de transparence, de régularité de l'information et de suivi des meilleures pratiques de communication financière.

2

La lettre aux actionnaires

Edité au mois de novembre de chaque année, et tiré à plus de 20 000 exemplaires, ce document est adressé à l'ensemble des actionnaires de la société, à près de 15 000 clubs d'investissements par l'intermédiaire de la Fédération Nationale des Clubs d'Investissements, ainsi qu'à un échantillon d'investisseurs institutionnels et distribué à près de 6 000 exemplaires lors du salon Actionaria.

Comme le rapport annuel, il peut être consulté sur le site Internet de la société.

3

Les avis financiers et communiqués de presse

- des avis financiers publiés dans la presse économique et financière à destination des actionnaires individuels ;
- des communiqués de presse, en français et en anglais, envoyés aux investisseurs institutionnels, aux analystes financiers français et étrangers et mis en ligne sur le site Internet de la société.

4

Les rencontres individuelles et collectives

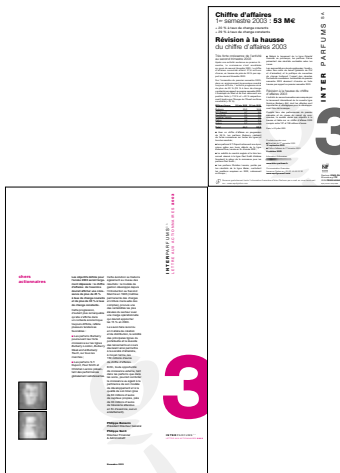
- des rencontres avec les journalistes de la presse économique et financière à l'occasion de la publication des résultats annuels et semestriels ;

5

Les segments de marché EuroNext

Pour amplifier ses efforts, Inter Parfums a choisi d'adhérer au segment de marché NextPrime, en s'engageant à respecter des normes élevées de communication financière, notamment en matière d'information et de liquidité du titre.

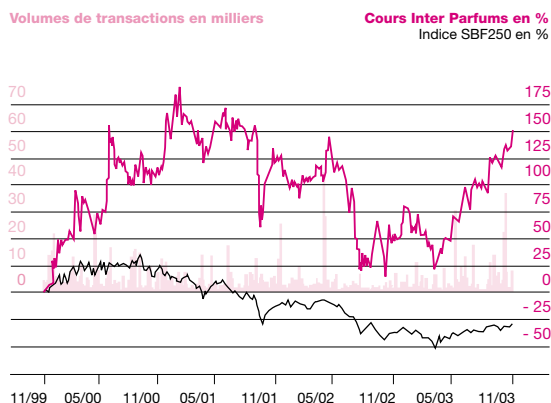
- des réunions d'informations avec les analystes financiers et les investisseurs institutionnels à l'occasion de la publication des résultats annuels et semestriels, au Pavillon Gabriel à Paris ;
- des salons d'actionnaires, comme Actionaria organisé fin novembre, au Palais des Congrès à Paris, qui permet à la société de rencontrer ses actionnaires individuels, de répondre à leurs questions et de leur remettre la lettre annuelle aux actionnaires ;
- des rencontres avec les actionnaires individuels sous forme de réunions d'informations en régions, manifestations organisées sous l'égide d'EuroNext ou du magazine Investir ;
- des rencontres avec les analystes financiers et les investisseurs institutionnels en France et à l'étranger (Paris, Monaco, Londres, Genève, Bruxelles, Edimbourg, Zurich,...).



l'agenda 2004

Tous les communiqués seront publiés après la clôture de la Bourse de Paris

- Communiqué chiffre d'affaires 2003 **14/01/2004**
- Communiqué résultats annuels 2003 **09/03/2004**
- Communiqué chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2004 **13/04/2004**
- Assemblée Générale des actionnaires 2004 **23/04/2004**
- Paiement du dividende 2003 **12/05/2004**
- Communiqué chiffre d'affaires 2^e trimestre 2004 **15/07/2004**
- Communiqué résultats 1^{er} semestre 2004 **08/09/2004**
- Communiqué chiffre d'affaires 3^e trimestre 2004 **12/10/2004**
- Lettre aux actionnaires 2004 **08/11/2004**



les données boursières

Place de cotation	EuroNext Paris
Marché de cotation	Second Marché
Indices	MidCac, Second Marché
Segment de marché	NextPrime
Code ISIN	FR0004024222
Code Reuters	IPAR.PA
Code Bloomberg	ITP
Mode de cotation	Continu B
Nombre d'actions au 30 octobre 2003	4 264 021
Capitalisation boursière au 30 octobre 2003	230 M€

l'évolution du titre

Après un parcours favorable sur l'ensemble des dernières années, l'action Inter Parfums a suivi l'évolution baissière du marché financier au cours du 1^{er} trimestre 2003, liée au contexte économique et géopolitique morose.

Une activité en forte progression depuis le début de l'année 2003, notamment sur le troisième trimestre, ainsi que de bonnes perspectives de croissance ont favorisé une inversion de la tendance : après un plus bas à 25 euros en séance au mois de mars 2003, l'action a entamé un rebond significatif au printemps pour dépasser le seuil des 50 euros dans le courant du mois d'octobre 2003.

De nombreux bureaux d'analyse ont réitéré leur recommandation positive ou sont repassés à l'achat avec des objectifs de cours élevés.

les rencontres actionnaires

Au cours de ces douze derniers mois, Inter Parfums a poursuivi ses efforts de communication à destination des actionnaires individuels en participant :

- à la 4^e édition du salon Actionaria en novembre 2002 au Palais des Congrès de Paris, où près de 5 000 exemplaires de la lettre aux actionnaires 2002 ont été distribués ;
- à la 3^e édition du salon MidNext en janvier 2003 au Palais Brongniart à Paris où de nombreuses entreprises présentaient leur activité et leurs perspectives ;
- à différentes réunions d'informations organisées par le journal Investir dans certaines villes de province, notamment Lille et Bordeaux, où les actionnaires individuels des régions concernées étaient venus assister à la présentation de la société et poser des questions.

l'action

les chiffres clés 2002

Chiffre d'affaires	93,4 M€
Résultat opérationnel	13,7 M€
% du CA	14,7 %
Résultat net	8,8 M€
% du CA	9,5 %
Capitaux propres	55,7 M€
Trésorerie nette	24,6 M€
Effectifs	62 collaborateurs

les relations avec les actionnaires

Philippe Santi ■ Karine Marty

N° Vert 0 800 47 47 47

Fax : 01 40 74 08 42
<http://www.inter-parfums.fr>
info@inter-parfums.fr