

Chers actionnaires

Les objectifs définis par le groupe seront une nouvelle fois atteints cette année : le chiffre d'affaires de l'exercice 2004 devrait afficher une croissance de plus de 15 % à taux de change courants et atteindre 150 M€.

Cette nouvelle progression à deux chiffres est d'autant plus remarquable que l'on constate un recul de la consommation sur certains marchés majeurs de la parfumerie sélective.

Cette évolution reflète la très bonne performance des parfums Burberry, notamment le succès de la nouvelle ligne *Burberry Brit* et la bonne tenue des lignes *Burberry London*, *Burberry Week end* et *Burberry Touch*.

Alors que les parfums Celine et Christian Lacroix connaissent une moindre activité en l'absence de lancement majeur sur l'exercice, les parfums Paul Smith et S.T. Dupont enregistrent des performances satisfaisantes avec les lancements respectifs de *Paul Smith London* et *l'Eau de S.T. Dupont*.

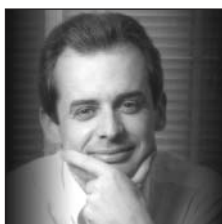
Fin 2003, nous vous annonçons notre volonté de saisir de nouvelles opportunités de croissance externe, tant dans les parfums que dans les soins :

■ début avril, nous avons pris une participation majoritaire dans la société Nickel, spécialisée dans les produits de soins pour hommes. Cette acquisition stratégique nous ouvre le marché des cosmétiques et doit nous permettre, à terme, de développer des lignes de soins sous les marques existantes de notre portefeuille ;

■ début juillet, nous avons signé un accord de licence mondial avec la société Lanvin, pour développer des lignes de parfums sous la marque Lanvin. Mondialement connue et reconnue pour son image de luxe et d'élégance, la marque Lanvin devrait permettre un rééquilibrage du portefeuille avec une deuxième grande marque de luxe au potentiel important, au côté des parfums Burberry.

Enfin, nous avons conclu un nouvel accord de licence avec la société Burberry, pour une durée de 12 ans et demi, accord qui confirme le grand succès du partenariat existant entre les deux sociétés depuis 1993.

L'année 2004 présente un nouveau bilan très positif pour Inter Parfums qui va s'attacher au cours de l'année 2005 à poursuivre sa croissance.



Philippe Benacin
Président Directeur Général

Philippe Santi
Directeur Général Finances





S.T. Dupont
PARIS

Les parfums S.T. Dupont affichent une performance satisfaisante, notamment en Europe et au Moyen Orient, grâce aux bons débuts de *L'eau de S.T. Dupont*, 4^e ligne complète homme et femme, introduite au printemps 2004.



Paul Smith

Conformément aux objectifs du début d'année, les parfums Paul Smith consolident leurs positions avec le retour de la distribution sur le marché américain. Le lancement de la ligne *Paul Smith London*, 3^e ligne complète homme et femme, au cours de l'été 2004 rencontre un accueil très favorable.



C E L I N E

En l'absence de lancement majeur et malgré la mise en place de lignes saisonnières (*Oriental Summer* en 2003 et *Sensual Summer* en 2004), les parfums Celine présentent une baisse d'activité significative en 2004.

Un nouveau projet en cours de développement devrait favoriser la redynamisation des ventes à partir de 2005.



Christian Lacroix

A l'instar de Celine, en l'absence de lancement majeur sur la période, les parfums Christian Lacroix affichent sur 2004 une activité en baisse. Toutefois de nouveaux projets, attendus au cours des prochains mois, devraient contribuer à un retour de la croissance des ventes en 2005.

l'activité 2004

Prise de participation majoritaire dans Nickel

En date du 1^{er} avril 2004, Inter Parfums a pris une participation majoritaire dans la société Nickel, spécialisée sur le segment très porteur des soins pour hommes.

Cette opération constitue une étape majeure dans le développement de la société avec son entrée dans l'univers des cosmétiques. Composée d'une quinzaine de produits visage et corps, la gamme des soins Nickel est commercialisée principalement en France, en Europe de l'Ouest et aux Etats-Unis, ainsi que dans les instituts à son enseigne implantés à Paris, New-York et San Francisco.

Acquisition des parfums Lanvin

En date du 1^{er} juillet 2004, Inter Parfums a signé un accord de licence mondial d'une durée de 15 ans avec la société Lanvin pour la création, le développement et la distribution de lignes de parfums sous la marque Lanvin.



Synonyme de luxe et d'élégance, la marque Lanvin a été créée en 1889 par Jeanne Lanvin et s'est développée dans les parfums dans les années 20. Aujourd'hui les parfums Lanvin détiennent des positions fortes en France, en Europe et en Asie principalement sur la base de 5 lignes : *Arpège*, *Eclat d'Arpège*, *Vétiver*, *Lanvin l'Homme* et *Oxygène*.



Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de développement et d'élargissement du portefeuille de marques de la société.



Première marque de prestige du groupe, les parfums Burberry poursuivent leur forte croissance en 2004 (+ 34 % sur les 9 premiers mois de l'exercice) grâce à la bonne tenue des lignes *Burberry London* (lancée en 1995), *Burberry Week end* (lancée en 1997) et *Burberry Touch* (lancée en 2000).

Le succès continu de la ligne *Burberry Brit women* mise en place à l'automne 2003 et le lancement de la ligne *Burberry Brit men* à l'automne 2004 viennent conforter cette tendance.



BURBERRY

Nouveau contrat de licence Burberry

En date du 12 octobre 2004, Inter Parfums a signé un nouvel accord de licence parfums avec la société Burberry, qui confirme le grand succès du partenariat existant entre les deux sociétés.

Ce contrat est conclu pour une durée de 12 ans et demi, assorti d'une option de 5 années supplémentaires nécessitant l'accord mutuel des parties. Cet accord, qui porte également sur les produits de soins et cosmétiques, remplace le précédent contrat de licence en vigueur.

Compte tenu de la notoriété croissante de la marque Burberry et des efforts marketing prévus, les Parfums Burberry ont tous les atouts pour poursuivre leur forte croissance et devenir l'un des leaders mondiaux de la parfumerie.



Nouveautés 2004



L'eau de S.T. Dupont

L'eau de S.T. Dupont, lancée au printemps 2004 est venue compléter les deux lignes de parfums existantes S.T. Dupont Paris (1998) et S.T. Essence Pure (2002). Cette nouvelle ligne pour homme et pour femme présente des résultats encourageants.

Paul Smith London

Troisième ligne sur la marque Paul Smith, proposée en version homme et femme, Paul Smith London étonne par le classicisme de son flaconnage, inspiré des anciens flacons d'apothicaires. Son packaging très visuel, avec en fond un plan de Londres, la sobriété du nom et enfin l'audace des fragrances ont séduit les consommateurs.

Burberry Brit Men

L'activité de l'automne 2004 a été marquée par le lancement international de la ligne Burberry Brit Men, sur certains marchés majeurs. Le lancement se poursuivra au cours des prochains mois sur l'Amérique du Sud et le Moyen Orient.

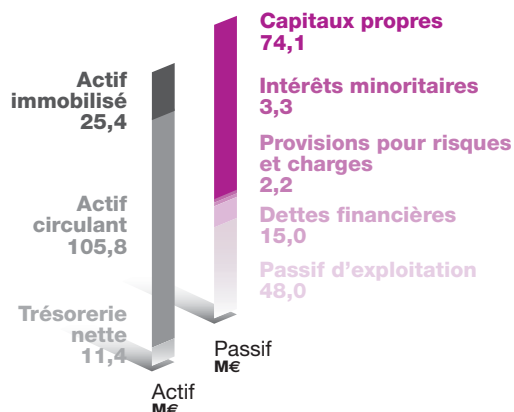
les nouveautés et les perspectives

Perspectives 2005

L'année 2005 sera marquée par un plan de lancements soutenu principalement sous les marques Christian Lacroix et Celine au printemps.

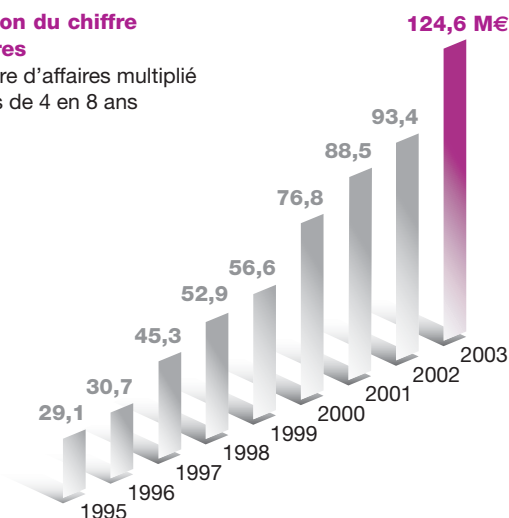
L'ensemble de ces projets et la forte dynamique constatée sur les principales lignes du portefeuille devraient permettre à la société de générer une nouvelle croissance de ses ventes pour l'année 2005.

Une structure financière toujours saine
(au 30 juin 2004)



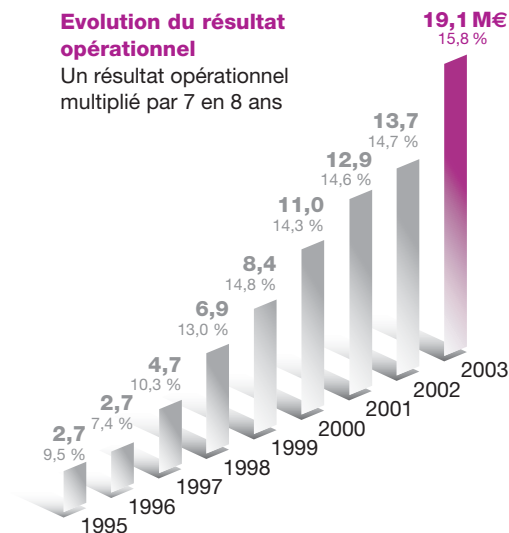
Evolution du chiffre d'affaires

Un chiffre d'affaires multiplié par plus de 4 en 8 ans



Evolution du résultat opérationnel

Un résultat opérationnel multiplié par 7 en 8 ans



les résultats

Les résultats du 1^{er} semestre 2004 ont été particulièrement brillants

Les prévisions 2004

Chiffre d'affaires	150 M€
Résultat opérationnel	22 M€
% du CA	14,3 %
Résultat net	14 M€
% du CA	9,3 %

Les augmentations de prix pratiquées en 2003, l'amélioration des prix de revient et l'évolution favorable du mix-produit sur la période ont favorisé une nouvelle progression de la marge brute qui atteint 55,0 % contre 53,5 % au premier semestre 2003.

La société a poursuivi un programme soutenu de dépenses de marketing et de publicité tout en préservant un bon contrôle de ses charges fixes : les résultats du premier semestre 2004 progressent de 60 % avec une marge opérationnelle et une marge nette qui atteignent les niveaux

respectifs de 18,4 % et 12,3 % (11,8 % hors reprise à caractère exceptionnel).

Enfin, la structure du bilan consolidé au 30 juin 2004 demeure très solide avec en particulier :

- des capitaux propres importants (74 millions d'euros) ;
- des dettes financières limitées (15 millions d'euros) liées au financement du droit d'entrée de la licence Lanvin ;
- une trésorerie nette restant excédentaire (11 millions d'euros), après prise de participation dans la société Nickel et rachat des stocks Lanvin.

Evolution du titre

L'action Inter Parfums, qui est cotée en Continu B depuis le 2 janvier 1998 sur EuroNext Paris, entre dans la composition de l'indice du Second Marché depuis sa création et de l'indice MidCac depuis le 24 décembre 1999. Depuis le 2 janvier 2002, l'action a rejoint le segment de marché NextPrime ainsi que l'indice correspondant.

Après une très forte croissance en 2003, l'action Inter Parfums a suivi une tendance globalement baissière tout au long du premier semestre 2004, liée tant au contexte économique morose qu'aux incertitudes concernant le renouvellement de la licence Burberry.

A l'automne, le cours s'est stabilisé autour de 55 euros après l'annonce d'excellents résultats au titre du premier semestre et de la signature d'un nouveau contrat de licence avec la société Burberry.

Le 18 octobre 2004, la société a procédé à une attribution gratuite d'actions à raison d'une action nouvelle pour une action détenue. Le cours s'est ajusté en conséquence sur les niveaux de 27 - 28 euros.

Depuis le début de l'année, les échanges portent en moyenne sur 6 800 titres par jour contre 4 400 titres par jour en 2003, traduisant un fort intérêt sur la valeur, notamment auprès des investisseurs spécialisés dans les valeurs moyennes.

Rencontres actionnaires

Conformément à sa politique de communication financière, Inter Parfums a poursuivi ses efforts à destination des actionnaires individuels en participant notamment à la 5^e édition du salon Actionaria en novembre 2003 au Palais des Congrès de Paris, où près de 6 000 exemplaires de la lettre aux actionnaires 2003 ont été distribués ainsi qu'à des réunions d'informations organisées dans certaines villes de province.

l'action

Données boursières


Place de cotation	EuroNext Paris, 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 20 octobre 2004	8 565 070
Capitalisation boursière au 20 octobre 2004	239 M€

Evolution du dividende

Année	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Dividende par action	0,18 €	0,27 €	0,32 €	0,37 €	0,42 €	0,60 €

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

Agenda 2005

- Publication du chiffre d'affaires 2004 **mi janvier 2005**
- Publication des résultats annuels 2004 **mi mars 2005**
- Publication du chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 2005 **mi avril 2005**
- Assemblée Générale des actionnaires **fin avril 2005**
- Publication du chiffre d'affaires 2^e trimestre 2005 **mi juillet 2005**
- Publication des résultats du 1^{er} semestre 2005 **mi septembre 2005**
- Publication du chiffre d'affaires 3^e trimestre 2005 **mi octobre 2005**