



ENTREPRISES

Longchamp fait son entrée dans l'univers des parfums

COSMÉTIQUE

Interparfums annonce l'acquisition de la licence parfums de la maison de maroquinerie Longchamp.

Cet accord exclusif de long terme marque une nouvelle étape pour le spécialiste des licences parfum, déjà partenaire de Coach, Lacoste et Montblanc.

Interparfums met la main sur une nouvelle licence de choix. Le groupe français qui détient celles de Coach, Lacoste ou Montblanc, a annoncé, mardi, l'acquisition de la licence parfums du maroquinier français Longchamp, maison familiale et indépendante, née en 1948. L'accord se poursuit sur le long terme jusqu'au 31 décembre 2036. « Nous sommes heureux de l'intégration de cette licence dans notre portefeuille. C'est un territoire olfactif à construire pour une marque qui arrive dans le parfum à un moment clé, et qui possède une identité française forte », se félicite Philippe Benacin, PDG du groupe coté à Euronext.

L'accord mondial et exclusif confié à Interparfums, la création, la production et la distribution des marques de lignes de parfums dans les points de vente de la marque Longchamp et en distribution

sélective (parfumerie, grands magasins, dutyfree). « Nous partons d'une page blanche et envisageons une première création en 2027 », précise Philippe Benacin.

Fondé en 1982 par ce dernier et Jean Madar, Interparfums détient un large éventail de licences et est propriétaire de marques telles que les parfums Annick Goutal, maison acquise en mars. Le groupe présent dans 100 pays se distingue depuis deux ans par le travail sur Lacoste, dont la licence parfums devrait atteindre 100 millions.

Autre atout qui a pu conforter Longchamp dans son choix : la force des parfums du chausseur Jimmy Choo (plus de 224 millions en 2024), du maroquinier américain Coach (plus de 203 millions) et de Montblanc (182 millions). Ces trois marques représentent 69 % de l'activité d'Interparfums dont le chiffre d'affaires atteignait 880 millions en 2024 avec une rentabilité opérationnelle de 20 %.

Pour Interparfums, qui avait obtenu la reconduction de la licence Van Cleef & Arpels (Riche-mont) en juillet 2024, mais sera délesté des parfums Boucheron (environ 3 % de son chiffre d'affaires) réintégrés par Kering en fin d'année, cette nouvelle licence tombe à point nommé. La société ne dit rien de ses ambitions avec Longchamp mais elle pourrait aussi réduire sa dépendance à ses

trois marques phare.

Diversification pour Longchamp

Pour Longchamp, « c'est un nouveau territoire d'expression ; cela va donner à notre maison une nouvelle dimension et le moment nous paraît opportun car nous avons connu une forte expansion postpandémie », précise Jean Cassegrain, petit-fils du fondateur et PDG du groupe.

Le sac pliage, son best-seller, s'est vendu à plusieurs dizaines de millions d'exemplaires depuis son lancement dans les années 1990. Depuis quelques années, Sophie Delafontaine, sœur du PDG et directrice artistique, a donné une nouvelle impulsion à la marque qui se veut parisienne, et positionnée dans le prêt-à-porter et les accessoires.

L'entreprise qui compte plus de 400 magasins dans 80 pays a affiché une croissance de plus de « 20 % l'an passé », après une hausse de 40 % en 2023. Le groupe familial ne communique cependant pas son chiffre d'affaires. « La visibilité de la marque n'a jamais été aussi forte en Asie et nous nous développons fortement aux Etats-Unis », assure-t-il. Sa diversification dans le parfum devrait renforcer cette tendance. — V.J.-L.





L'accord confie à Interparfums la création, la production et la distribution des marques de lignes de parfums dans les points de vente de la marque Longchamp. *Photo Philippe Lopez/AFP*

L'accord confie à Interparfums la création, la production et la distribution des marques de lignes de parfums dans les points de vente de la marque Longchamp. *Photo Philippe Lopez/AFP*

