

HERMES

Rapport d'informations trimestrielles à fin septembre 2014

Croissance des ventes de 12% à taux constants sur les neuf premiers mois de 2014

Paris, le 6 novembre 2014

A fin septembre, le chiffre d'affaires consolidé du groupe atteint 2 897,4 M€ et progresse de 12% à taux de change constants. Après prise en compte de l'impact négatif des devises, la croissance est de 9%.

Au troisième trimestre, la croissance est restée soutenue (+11% à taux de change constants), notamment dans les magasins du groupe.

Activité à fin septembre par zone géographique

(données à taux de change comparables sauf indication explicite)

L'ouverture à Shanghai de la première Maison Hermès en Chine constitue un des événements majeurs du trimestre. Ce nouveau magasin de trois étages construit dans un édifice historique totalement réhabilité, s'inscrit dans la stratégie à long terme du groupe de développement qualitatif de son réseau de distribution.

A fin septembre 2014, les ventes sont en croissance dans l'ensemble des zones géographiques :

- L'Asie hors Japon (+15%) réalise une belle performance malgré les événements récents à Hong Kong et le ralentissement du marché du luxe en Chine,
- Le Japon (+13%) fait preuve d'une belle vitalité et confirme la tendance positive observée au premier semestre,
- L'Amérique (+14%) maintient son dynamisme après un troisième trimestre vigoureux,
- L'Europe (+7%) réalise une progression solide dans un environnement économique difficile.

Activité à fin septembre par métier

(données à taux de change comparables sauf indication explicite)

La croissance de la Maroquinerie-Sellerie (+15%) a été soutenue par la montée en puissance des capacités de production des deux nouveaux sites en Isère et en Charente. Les projets de construction de deux nouvelles manufactures en Franche-Comté ont été lancés.

Le dynamisme des ventes des Vêtements et Accessoires (+13%) résulte notamment du succès des accessoires de mode et des dernières collections de prêt-à-porter.

Le métier Soie et Textiles (+9%) continue d'enrichir ses collections avec de nouveaux formats et matières d'exceptions. Un nouvel espace de vente et de découverte en ligne de la soie Hermès *lamaisondescarres.com* a été lancé en septembre.

Les Parfums (+9%) poursuivent leur croissance. Deux lignes se sont enrichies de nouveaux lancements, *Terre d'Hermès eau très fraîche* et *Jour d'Hermès absolu* qui ont reçu un excellent accueil.

L'Horlogerie (-10%) reste pénalisée par les ventes en gros sur un marché toujours difficile, notamment en Asie hors Japon.

Les Autres métiers Hermès (+15%) poursuivent leur développement. La bijouterie, qui a présenté sa nouvelle collection de haute bijouterie au magasin du 24 Faubourg Saint Honoré à Paris, contribue fortement à cette dynamique grâce notamment au succès des dernières collections en or.

Faits marquants

A fin septembre, l'évolution des parités monétaires représente un impact négatif de 77 M€ sur le chiffre d'affaires.

Les sociétés Hermès International (Hermès) et Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) ont conclu le 2 septembre 2014, sous l'égide du Président du Tribunal de commerce de Paris, un protocole transactionnel au terme duquel LVMH s'est engagée à distribuer à ses actionnaires la totalité des actions Hermès détenues par le groupe LVMH, étant entendu que la société Christian Dior distribuera à ses propres actionnaires les actions Hermès ainsi reçues. Cette opération est détaillée dans le communiqué diffusé par LVMH le 3 novembre 2014.

Sur les neuf premiers mois de l'année, Hermès International a procédé au rachat de 23 214 actions pour 5,8 M€ hors mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité.

Perspectives

Pour l'ensemble de l'année, le groupe conserve son objectif à moyen terme de progression du chiffre d'affaires à taux constants autour de 10%. La rentabilité opérationnelle devrait être inférieure au plus haut niveau historique atteint en 2013 (32,4%) en raison de l'impact négatif des parités monétaires.

Hermès poursuivra sa stratégie à long terme basée sur la créativité, la maîtrise des savoir-faire, le développement de son réseau de distribution, le renforcement de ses capacités de production et la sécurisation de ses approvisionnements.

En 2014, c'est sous le thème de la « métamorphose » que notre maison est placée, celle des matières précieuses devenues objets sous la main habile des artisans. Mais, plus encore, c'est la volonté de la maison de se réinventer sans cesse pour repousser les limites de l'excellence.

INFORMATIONS PAR ZONE GEOGRAPHIQUE (1)

En M€	A fin septembre		Evolutions	
	2014	2013	Publiées	à taux de change constants
France	461,2	433,6	6,4%	6,4%
Europe (hors France)	559,2	521,0	7,3%	7,3%
Total Europe	1 020,4	954,6	6,9%	6,9%
Japon	341,0	329,6	3,5%	13,0%
Asie Pacifique (hors Japon)	999,2	895,4	11,6%	14,8%
Total Asie	1 340,3	1 225,1	9,4%	14,3%
Amériques	480,9	436,7	10,1%	14,1%
Autres	55,9	46,3	20,6%	20,7%
TOTAL	2 897,4	2 662,7	8,8%	11,7%

En M€	3ème trimestre		Evolutions	
	2014	2013	Publiées	à taux de change constants
France	153,3	144,4	6,2%	6,2%
Europe (hors France)	188,5	174,1	8,2%	7,4%
Total Europe	341,8	318,5	7,3%	6,8%
Japon	120,2	108,2	11,0%	16,4%
Asie Pacifique (hors Japon)	337,0	304,2	10,8%	10,2%
Total Asie	457,2	412,4	10,8%	11,8%
Amériques	174,2	150,7	15,6%	16,9%
Autres	17,4	13,9	25,6%	25,4%
TOTAL	990,6	895,5	10,6%	11,1%

(1) Ventes par destination.

INFORMATIONS PAR METIER

En M€	A fin septembre		Evolutions	
	2014	2013	Publiées	à taux de change constants
Maroquinerie et Sellerie (1)	1 294,7	1 163,0	11,3%	14,8%
Vêtement et Accessoires (2)	676,0	612,0	10,5%	13,4%
Soie et Textiles	318,5	300,8	5,9%	8,7%
Autres métiers Hermès (3)	189,4	169,8	11,5%	14,6%
Parfums	171,7	157,8	8,8%	9,2%
Horlogerie	103,7	117,6	(11,8)%	(9,6)%
Autres produits (4)	143,4	141,6	1,3%	2,0%
TOTAL	2 897,4	2 662,7	8,8%	11,7%

En M€	3ème trimestre		Evolutions	
	2014	2013	Publiées	à taux de change constants
Maroquinerie et Sellerie (1)	454,0	383,1	18,5%	19,3%
Vêtement et Accessoires (2)	235,4	216,4	8,8%	9,1%
Soie et Textiles	102,6	99,1	3,4%	3,6%
Autres métiers Hermès (3)	64,9	60,1	8,0%	8,5%
Parfums	57,1	51,1	11,7%	11,8%
Horlogerie	36,5	42,7	(14,6)%	(14,4)%
Autres produits (4)	40,1	42,9	(6,5)%	(6,6)%
TOTAL	990,6	895,5	10,6%	11,1%

Les ventes de produits « Arts de la Table » sont dorénavant présentées dans les « Autres métiers Hermès » (pour La Table Hermès) et dans les « Autres produits » (pour Saint Louis et Puiforcat). L'effet de ce reclassement est présenté de manière rétrospective.

(1) Le métier « Maroquinerie et Sellerie » comprend les sacs, l'équitation, les agendas et la petite maroquinerie.

(2) Le métier « Vêtement et Accessoires » comprend le vêtement, masculin et féminin, les ceintures, les accessoires bijoux, les gants, les chapeaux et les chaussures Hermès.

(3) Les « Autres métiers Hermès » regroupent la Bijouterie et les produits Hermès Maison (Art de vivre et Arts de la Table Hermès).

(4) Les « Autres produits » comprennent les activités de production réalisées pour le compte de marques hors groupe (impression textile, parfums, tannage...) ainsi que les produits John Lobb, Saint-Louis, Puiforcat et Shang Xia.

RAPPEL PRECEDENTES PUBLICATIONS

INFORMATIONS PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

En M€	2014			2013		
	T1 publié	T2 publié	S1 publié	T1 publié	T2 publié	S1 publié
France	146,0	161,9	307,9	137,9	151,3	289,2
Europe (hors France)	183,2	187,6	370,8	168,2	178,7	346,9
Total Europe	329,2	349,4	678,6	306,1	330,0	636,1
Japon	116,7	104,1	220,8	110,3	111,1	221,4
Asie Pacifique (hors Japon)	329,3	333,0	662,3	292,0	299,2	591,2
Total Asie	446,0	437,1	883,1	402,3	410,3	812,6
Amériques	150,1	156,5	306,7	133,0	153,1	286,1
Autres	18,1	20,3	38,4	15,4	17,1	32,4
TOTAL	943,5	963,4	1 906,9	856,8	910,4	1 767,2

INFORMATIONS PAR METIER

En M€	2014			2013		
	T1 publié	T2 publié	S1 publié	T1 publié	T2 publié	S1 publié
Maroquinerie et Sellerie	409,9	430,8	840,7	372,5	407,4	779,9
Vêtement et Accessoires	214,6	226,0	440,6	187,8	207,8	395,6
Soie et Textiles	114,5	101,5	216,0	105,0	96,6	201,7
Autres métiers Hermès	60,5	64,0	124,5	53,8	55,9	109,7
Parfums	60,8	53,7	114,6	57,8	48,9	106,7
Horlogerie	32,8	34,4	67,2	34,5	40,4	74,9
Autres produits	50,3	52,9	103,3	45,4	53,3	98,6
TOTAL	943,5	963,4	1 906,9	856,8	910,4	1 767,2