

# HERMES

*Rapport d'informations trimestrielles à fin juin 2016*

## **Croissance des ventes de 7% à taux constants au 1<sup>er</sup> semestre Solide progression des ventes au détail**

Paris, le 21 juillet 2016

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe au premier semestre 2016 s'élève à 2 440 M€ et progresse de 7% à taux de change constants. Après prise en compte de l'impact négatif des devises, la croissance est de 6%. La progression des ventes est solide dans les magasins du groupe (+8% à taux de change constants), et ce dans toutes les zones géographiques.

Au deuxième trimestre, la croissance a été soutenue (+8% à taux de change constants et +6% à taux de change courants).

### **Activité à fin juin par zone géographique**

*(données à taux de change comparables, sauf indication explicite)*

Au premier semestre 2016, le chiffre d'affaires progresse dans toutes les régions du monde :

- Le Japon (+10%) réalise une excellente performance grâce à son réseau de distribution sélectif, malgré le renforcement du Yen et une base de comparaison particulièrement élevée.
- L'Asie hors Japon (+5%), qui a rouvert en mai le magasin *Liat Towers* à Singapour, agrandi et rénové, poursuit sa croissance. En Chine continentale, la hausse des ventes se poursuit, alors que le contexte reste difficile à Hong Kong et Macao.
- L'Amérique (+8%), qui bénéficie notamment des agrandissements et rénovations de l'année dernière, se développe dans un contexte qui reste incertain.
- L'Europe (+8%) est en croissance, avec une belle performance dans les magasins du Groupe qui confirment leur résistance, malgré l'impact des évènements récents, plus particulièrement en France.

### **Activité à fin juin par métier**

*(données à taux de change comparables, sauf indication explicite)*

Dans un contexte plus adverse, la croissance du premier semestre s'appuie sur le succès de la Maroquinerie-Sellerie qui confirme son rôle de pilier du groupe.

La progression de la Maroquinerie-Sellerie (+16%) a été remarquable, grâce au succès des collections et à la diversité des modèles, notamment avec les sacs Constance, Halzan et Lindy, aux côtés du Birkin et du Kelly. Son développement a été porté par le rythme soutenu de la production ainsi que par l'augmentation des capacités des trois nouveaux sites en Charente, en Isère et en Franche-Comté. Les investissements concernant un troisième site dans cette dernière région se poursuivent.

La division Vêtements et Accessoires (-2%) est en léger recul, en contraste avec le succès des dernières collections de prêt-à-porter femme et des chaussures.

Le métier Soie et Textiles (-7%) a été pénalisé par les événements en Europe, et par le ralentissement des ventes en Grande Chine et en Amérique.

Les Parfums (+4%) sont en progression, portés par le succès de *Terre d'Hermès* et par les dernières créations avec le lancement des Colognes, *Eau de néroli doré* et *Eau de rhubarbe écarlate*.

L'Horlogerie (+1%) est stable, pénalisée par un marché toujours difficile, notamment en Asie hors Japon.

Les Autres métiers Hermès (-2%) regroupent la Bijouterie, l'Art de vivre et les Arts de la Table Hermès.

## Faits marquants

A fin juin, l'évolution des parités monétaires est défavorable et représente un impact négatif de 25 M€ sur le chiffre d'affaires.

Au premier semestre, Hermès International a procédé au rachat de 164 924 actions pour 53,6 M€, hors mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité.

## Résultats du premier semestre

Les résultats semestriels seront publiés le 14 septembre 2016. En raison de l'impact favorable des couvertures de change contractées l'année dernière, la rentabilité opérationnelle devrait être supérieure d'environ un point à celle du premier semestre 2015.

## Perspectives 2016

Grâce à son modèle d'entreprise unique, Hermès poursuivra sa stratégie de développement à long terme fondée sur la créativité, la maîtrise des savoir-faire et une communication singulière.

Comme annoncé lors de la publication du Chiffre d'affaires et des Résultats 2015, la croissance des ventes en 2016 pourrait être inférieure à l'objectif moyen terme de progression du chiffre d'affaires à taux constants de l'ordre de 8% en raison des incertitudes économiques, géopolitiques et monétaires dans le monde.

2016 est pour Hermès l'occasion de célébrer "la nature au galop". À travers le cheval, son premier client, Hermès a noué avec la nature un lien authentique et profond forgé d'inspiration, d'admiration et de respect.

*Le communiqué de presse du Chiffre d'affaires à fin juin 2016 est disponible sur le site Internet du Groupe :  
<http://finance.hermes.com>.*

## Prochains événements :

- 14 septembre 2016 : publication des Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2016
- 3 novembre 2016 : publication du Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2016

## INFORMATIONS PAR ZONE GEOGRAPHIQUE (1)

En M€	A fin juin		Evolutions	
	2016	2015	Publiées	à taux de change constants
France	352,3	328,3	7,3%	7,3%
Europe (hors France)	433,8	406,7	6,6%	9,1%
<b>Total Europe</b>	<b>786,1</b>	<b>735,1</b>	<b>6,9%</b>	<b>8,3%</b>
Japon	329,8	279,7	17,9%	10,0%
Asie Pacifique (hors Japon)	856,1	842,2	1,7%	5,3%
<b>Total Asie</b>	<b>1 185,9</b>	<b>1 121,9</b>	<b>5,7%</b>	<b>6,5%</b>
Amériques	431,6	403,8	6,9%	8,3%
Autres	36,7	38,7	(4,9)%	(4,9)%
<b>TOTAL</b>	<b>2 440,4</b>	<b>2 299,4</b>	<b>6,1%</b>	<b>7,2%</b>

En M€	2ème trimestre		Evolutions	
	2016	2015	Publiées	à taux de change constants
France	188,2	172,9	8,8%	8,9%
Europe (hors France)	222,3	214,4	3,7%	6,7%
<b>Total Europe</b>	<b>410,6</b>	<b>387,3</b>	<b>6,0%</b>	<b>7,7%</b>
Japon	162,0	138,1	17,4%	7,3%
Asie Pacifique (hors Japon)	430,4	425,2	1,2%	6,7%
<b>Total Asie</b>	<b>592,4</b>	<b>563,3</b>	<b>5,2%</b>	<b>6,9%</b>
Amériques	227,5	209,3	8,7%	12,1%
Autres	19,3	17,3	11,4%	11,7%
<b>TOTAL</b>	<b>1 249,7</b>	<b>1 177,2</b>	<b>6,2%</b>	<b>8,1%</b>

(1) Ventes par destination

## INFORMATIONS PAR MÉTIER

En M€	A fin juin		Evolutions	
	2016	2015	Publiées	à taux de change constants
Maroquinerie et Sellerie (1)	1 231,2	1 067,4	15,3%	16,3%
Vêtement et Accessoires (2)	517,5	534,1	(3,1)%	(1,7)%
Soie et Textiles	230,3	250,6	(8,1)%	(6,9)%
Autres métiers Hermès (3)	150,6	154,9	(2,8)%	(1,5)%
Parfums	124,6	120,3	3,5%	3,7%
Horlogerie	74,6	75,0	(0,5)%	0,7%
Autres produits (4)	111,8	97,1	15,1%	15,8%
<b>TOTAL</b>	<b>2 440,4</b>	<b>2 299,4</b>	<b>6,1%</b>	<b>7,2%</b>

En M€	2ème trimestre		Evolutions	
	2016	2015	Publiées	à taux de change constants
Maroquinerie et Sellerie (1)	640,6	556,1	15,2%	17,1%
Vêtement et Accessoires (2)	261,1	271,8	(3,9)%	(1,5)%
Soie et Textiles	109,1	116,7	(6,5)%	(4,2)%
Autres métiers Hermès (3)	80,2	82,7	(3,0)%	(0,9)%
Parfums	64,7	58,3	11,0%	11,3%
Horlogerie	40,1	39,3	2,1%	4,2%
Autres produits (4)	53,9	52,4	2,9%	3,8%
<b>TOTAL</b>	<b>1 249,7</b>	<b>1 177,2</b>	<b>6,2%</b>	<b>8,1%</b>

(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, tannage...) ainsi que les produits John Lobb, Saint-Louis, Puiforcat et Shang Xia.

## **RAPPEL PRECEDENTES PUBLICATIONS**

### **INFORMATIONS PAR ZONE GEOGRAPHIQUE (1)**

<b>En M€</b>	<b>1er trimestre</b>		<b>Evolutions</b>	<b>à taux de change constants</b>
	<b>2016</b>	<b>2015</b>		
France	164,1	155,4	5,6%	5,6%
Europe (hors France)	211,4	192,4	9,9%	11,6%
<b>Total Europe</b>	<b>375,6</b>	<b>347,8</b>	<b>8,0%</b>	<b>8,9%</b>
Japon	167,8	141,6	18,5%	12,6%
Asie Pacifique (hors Japon)	425,7	417,0	2,1%	3,9%
<b>Total Asie</b>	<b>593,5</b>	<b>558,6</b>	<b>6,3%</b>	<b>6,1%</b>
Amériques	204,2	194,5	4,9%	4,4%
Autres	17,4	21,3	(18,2)%	(18,2)%
<b>TOTAL</b>	<b>1 190,7</b>	<b>1 122,2</b>	<b>6,1%</b>	<b>6,2%</b>

(1) Ventes par destination.

### **INFORMATIONS PAR MÉTIER**

<b>En M€</b>	<b>1er trimestre</b>		<b>Evolutions</b>	<b>à taux de change constants</b>
	<b>2016</b>	<b>2015</b>		
Maroquinerie et Sellerie (1)	590,6	511,3	15,5%	15,4%
Vêtement et Accessoires (2)	256,4	262,3	(2,3)%	(1,9)%
Soie et Textiles	121,1	133,9	(9,5)%	(9,2)%
Autres métiers Hermès (3)	70,4	72,2	(2,6)%	(2,3)%
Parfums	59,9	62,0	(3,5)%	(3,5)%
Horlogerie	34,5	35,7	(3,3)%	(3,1)%
Autres produits (4)	57,9	44,7	29,6%	29,8%
<b>TOTAL</b>	<b>1 190,7</b>	<b>1 122,2</b>	<b>6,1%</b>	<b>6,2%</b>

(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, tannage...) ainsi que les produits John Lobb, Saint-Louis, Puiforcat et Shang Xia.