

# HERMÈS

*Rapport d'informations trimestrielles à fin septembre 2008*

## **Croissance des ventes à fin septembre de +14,2% à taux constants et de +9,7% à taux courants**

A fin septembre, le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 1 223,6 M€. Il progresse de 14,2% à taux de change constants. En raison d'un impact de change qui demeure important, la croissance à taux courants est de 9,7%.

Retraitée de l'impact de l'acquisition du groupe Soficuir, spécialisé dans la sélection, l'achat et le tannage de peaux exotiques, la progression des ventes, à périmètre et taux de change comparables, est de 11,6% à fin septembre.

Au troisième trimestre, la croissance est de +7,6% à taux constants. Dans les magasins du groupe, l'activité est restée soutenue (+16 %) alors que l'activité élargie aux réseaux spécialisés est en recul en raison de très belles performances au 3ème trimestre 2007. Intégrée à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2007, l'activité du groupe Soficuir n'a pas d'impact sur la croissance du troisième trimestre.

### **Activité à fin septembre par métiers et zones géographiques (à taux de changes et périmètre comparables)**

Sur les neuf premiers mois de l'année, le développement du réseau a été particulièrement soutenu avec l'ouverture de neuf nouvelles succursales et la rénovation ou l'agrandissement de neuf autres.

Grâce à une activité détail soutenue au troisième trimestre en France (+11 %), la croissance cumulée à fin septembre atteint +10 %. Dans les autres pays d'Europe, les ventes sont en progression de 10 % avec une activité détail en hausse de 15 %.

Sur le continent américain, les ventes progressent de +22 % à fin septembre avec un troisième trimestre au cours duquel les ventes sont restées dynamiques (+18 %). La zone bénéficie du succès de l'ouverture du magasin de Wall Street à New-York ouvert mi 2007.

En Asie hors Japon (+21 %), les ventes dans les magasins du groupe ont progressé à un rythme très soutenu grâce notamment au fort développement de la Chine. Au troisième trimestre, le réseau de distribution s'est enrichi de trois nouvelles succursales en Chine. Au Japon, dans un contexte particulièrement difficile, la progression des ventes atteint 2 %.

Le succès rencontré par les nouvelles collections de soie féminine a permis aux ventes du métier Soie & Textiles de croître de 16 % à fin septembre.

Sous l'impulsion des sacs en cuir dont le chiffre d'affaires croît de 25 %, l'activité Maroquinerie et Sellerie est particulièrement dynamique (+17 % à fin septembre comme au troisième trimestre).

Les Parfums, tirés par le succès de *Terre d'Hermès*, affichent une croissance satisfaisante de 8% après le lancement de *Kelly Calèche* au troisième trimestre 2007.

La division Vêtement et Accessoires croît de 12 % tandis que les « Autres métiers Hermès » (Bijouterie et Art de vivre) et l'Horlogerie sont en léger recul (respectivement de 3 % et 6 %). Enfin, les Arts de la Table, pénalisés par une base de comparaison élevée au troisième trimestre, progressent de +1%.

## Faits marquants du troisième trimestre

Aucun fait marquant n'a impacté de manière significative l'activité du groupe Hermès au cours du troisième trimestre 2008.

En juillet 2008, Hermès et la société Wally, spécialisée dans la conception, la construction et la commercialisation de bateaux hauts de gamme, ont signé l'accord de partenariat pour la création d'une filiale commune permettant d'associer leur créativité et leur savoir-faire, pour concevoir et développer des projets innovants dans le domaine du nautisme.

A fin septembre, l'évolution des taux de change, et plus particulièrement du dollar et des monnaies liées, continue de pénaliser fortement l'activité du groupe et représente un impact négatif de 50 M€ sur le chiffre d'affaires. L'impact des devises sur le chiffre d'affaires a été atténué au cours du troisième trimestre du fait du renforcement des principales monnaies (dollar et yen notamment) par rapport à l'euro.

Aucun rachat d'actions n'a été effectué au cours du troisième trimestre 2008 (hors mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité). Sur les neuf premiers mois de l'année, le groupe a procédé à des rachats d'actions pour un montant total de 50 M€ représentant 670 702 titres acquis au prix moyen de 74,5 €.

## Perspectives

Au cours du mois d'octobre, l'activité au détail dans les magasins Hermès a poursuivi sa progression à un rythme plus modéré (+6 %). Compte tenu de l'environnement économique actuel et du poids prépondérant des ventes de fin d'année, le taux de croissance annuel estimé du chiffre d'affaires à taux constants à fin 2008 devrait être inférieur à celui publié à fin septembre et compris entre 9 % et 10 %. Par ailleurs, en raison des parités de change, l'objectif de résultat opérationnel devrait être proche, en valeur, de celui atteint en 2007.

Au dernier trimestre 2008, Hermès continuera d'investir dans le développement de son réseau de distribution, avec l'ouverture ou la rénovation de sept succursales, parmi lesquelles figurent l'ouverture d'un nouveau magasin aux Etats-Unis à San Diego et plusieurs projets en Asie.

## INFORMATIONS PAR SECTEURS D'ACTIVITES

en M€	3 <sup>ème</sup> Trimestre		Evolutions	
	2008	2007	Publiées	à taux de change constants
<i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i>				
Soie & Textiles	45,4	41,5	9,7 %	14,0 %
Maroquinerie et Sellerie (1)	179,0	157,5	13,6 %	17,6 %
Vêtement & accessoires (2)	86,8	82,8	4,9 %	9,4 %
Autres Métiers Hermès (3)	19,3	19,6	-1,5 %	0,9 %
<i>Sous Total</i>	<b>330,5</b>	<b>301,4</b>	<b>9,7 %</b>	<b>13,8 %</b>
<i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i>				
Parfums	29,3	34,6	-15,3 %	-14,3 %
Montres	20,2	23,4	-13,3 %	-10,5 %
Arts de la Table	9,8	11,3	-14,5 %	-12,6 %
<i>Sous Total</i>	<b>59,3</b>	<b>69,3</b>	<b>-14,5 %</b>	<b>-12,7 %</b>
Autres produits (4)	20,7	24,0	-13,7 %	-12,1 %
<b>TOTAL</b>	<b>410,5</b>	<b>394,7</b>	<b>4,0 %</b>	<b>7,6 %</b>

(1) La Maroquinerie et Sellerie comprend les sacs & bagages, l'équitation, les agendas et la petite maroquinerie.

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

(3) Les autres métiers Hermès comprennent la bijouterie et les produits du département art de vivre.

(4) Les autres produits comprennent les chaussures John Lobb ainsi que les activités de production réalisées pour le compte de tiers (impression textile, parfums, tannage,...).

en M€	A fin septembre		Evolutions	
	2008	2007	publiées	à taux de change constants
<i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i>				
Soie & Textiles	136,5	124,0	10,1 %	15,7 %
Maroquinerie et Sellerie	519,1	463,0	12,1 %	17,0 %
Vêtement & accessoires	242,2	227,5	6,5 %	12,3 %
Autres Métiers Hermès	54,0	57,4	-5,8 %	-2,8 %
<i>Sous Total</i>	<b>951,8</b>	<b>871,9</b>	<b>9,2 %</b>	<b>14,3 %</b>
<i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i>				
Parfums	92,8	87,5	6,1 %	7,5 %
Montres	62,2	69,0	-9,8 %	-6,0 %
Arts de la Table	34,2	34,9	-2,0 %	0,9 %
<i>Sous Total</i>	<b>189,2</b>	<b>191,4</b>	<b>-1,1 %</b>	<b>1,5 %</b>
Autres produits	82,6	52,4	57,7 %	59,8 % (*)
<b>TOTAL</b>	<b>1 223,6</b>	<b>1 115,7</b>	<b>9,7 %</b>	<b>14,2 % (*)</b>

(\*) respectivement +2,7% et +11,6% à taux de changes constants et périmètre comparable (hors ventes Soficuir, consolidées à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2007)

### INFORMATIONS PAR ZONES GEOGRAPHIQUES (1)

en M€	3 <sup>ème</sup> Trimestre		Evolutions	
	2008	2007	publiées	à taux de changes constants
France	82,9	78,0	6,3 %	6,3 %
Europe (hors France)	87,4	87,7	-0,2 %	1,5 %
<b>Total Europe</b>	<b>170,3</b>	<b>165,7</b>	<b>2,8 %</b>	<b>3,8 %</b>
Japon	92,6	91,0	1,7 %	1,7 %
Asie Pacifique (hors Japon)	75,3	69,0	9,2 %	18,8 %
<b>Total Asie</b>	<b>167,9</b>	<b>160,0</b>	<b>4,9 %</b>	<b>9,1 %</b>
Amériques	64,1	59,2	8,3 %	17,9 %
Autres (2)	8,2	9,8	-16,4 %	-16,9 %
<b>TOTAL</b>	<b>410,5</b>	<b>394,7</b>	<b>4,0 %</b>	<b>7,6 %</b>

(1) les ventes par zones géographiques s'entendent par destination

(2) y compris les ventes aux compagnies aériennes.

En M€	A fin septembre		Evolutions		
	2008	2007	publiées	à taux de changes constants	à taux de change constants et périmètre comparable (*)
France	250,6	221,5	13,1 %	13,1 %	9,6 %
Europe (hors France)	269,2	229,9	17,1 %	18,8 %	9,8 %
<b>Total Europe</b>	<b>519,8</b>	<b>451,4</b>	<b>15,2 %</b>	<b>16,0 %</b>	<b>9,7 %</b>
Japon	267,4	263,3	1,6 %	2,0 %	2,0 %
Asie Pacifique (hors Japon)	223,0	203,8	9,4 %	21,2 %	21,2 %
<b>Total Asie</b>	<b>490,4</b>	<b>467,1</b>	<b>5,0 %</b>	<b>10,4 %</b>	<b>10,4 %</b>
Amériques	182,4	167,1	9,2 %	22,0 %	21,8 %
Autres	31,0	30,1	3,1 %	2,7 %	1,8 %
<b>TOTAL</b>	<b>1 223,6</b>	<b>1 115,7</b>	<b>9,7 %</b>	<b>14,2 %</b>	<b>11,6 %</b>

(\*) données hors ventes Soficuir, consolidées à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2007