

HERMÈS

Progression des ventes de 7,6 % au premier semestre

A fin juin, le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 874,9 M€ et progresse de 7,6 % à taux de change courants. A taux de change constants, malgré l'environnement économique difficile, le chiffre d'affaires est stable par rapport à celui du premier semestre 2008.

Hermès exerce ses activités à travers deux réseaux de distribution distincts dont la performance au premier semestre est très contrastée : d'une part les magasins détenus par le groupe, d'autre part les concessionnaires et les réseaux spécialisés dont les ventes sont principalement constituées de produits de parfumerie, d'horlogerie et d'arts de la table (ventes en gros).

L'activité a été particulièrement dynamique dans les magasins du groupe (+19 % à taux courants). A taux de change comparables, après un deuxième trimestre en croissance de 12 %, la progression des ventes détail atteint 9 % au premier semestre.

Les ventes en gros, plus affectées par la conjoncture économique, sont en recul de 22 % à fin juin.

Activité par métiers et zones géographiques

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

Au premier semestre, le développement du réseau s'est poursuivi avec l'ouverture de cinq nouvelles succursales dont deux aux Etats-Unis, en Angleterre, en Chine et en Corée, et la reprise d'une concession au Japon.

Dans les magasins du groupe, le chiffre d'affaires est en croissance de 19 % à taux de change courants et de 9 % à taux de change constants, grâce à une croissance dans toutes les zones géographiques à l'exception du Japon (-4 %).

En raison du recul des ventes en gros (-22 %), principalement aux réseaux spécialisés qui ont poursuivi la réduction de leurs achats, le chiffre d'affaires consolidé est en léger recul dans la plupart des zones géographiques, à l'exception de la France et de l'Asie hors Japon, dont l'activité bénéficie du fort développement en Chine et en Corée.

Par métiers, l'activité a été tirée par les carrés en soie, les accessoires de mode et la division Maroquinerie & Sellerie dont la demande de sacs en cuir est restée très soutenue. Malgré une légère amélioration au deuxième trimestre, principalement pour les parfums, le chiffre d'affaires des autres métiers est en baisse, avec un recul plus marqué pour l'Horlogerie et les Arts de la Table dont les ventes, réalisées en dehors des magasins du groupe, sont toujours fortement pénalisées par les opérations de déstockage des distributeurs.

Perspectives 2009

La tendance observée sur le premier semestre est en ligne avec l'objectif annuel de stabilité du chiffre d'affaires à taux constants et de légère baisse du résultat opérationnel courant.

La stratégie à long terme, basée sur la maîtrise des savoir-faire et le contrôle du réseau de distribution, sera poursuivie. Le programme d'investissement restera soutenu au second semestre avec l'ouverture ou la rénovation de plus d'une dizaine de magasins, notamment en Asie et aux Etats-Unis.

L'activité d'Hermès restera portée par une création ambitieuse et séduisante et par la vitalité de ses savoir-faire artisanaux. Cet élan sera relayé par la mobilisation de notre réseau sur la mise en valeur de la richesse des collections et sur le service aux clients.

INFORMATIONS PAR SECTEURS D'ACTIVITES

| En M€ | 1 ^{er} Semestre | | Evolutions | |
|---|--------------------------|--------------|----------------|----------------------------|
| | 2009 | 2008 | Publiées | à taux de change constants |
| <i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i> | | | | |
| Soie & Textiles | 98,4 | 91,1 | 8,0% | 1,2% |
| Maroquinerie et Sellerie (1) | 433,8 | 340,0 | 27,6% | 15,7% |
| Vêtement & accessoires (2) | 166,2 | 155,4 | 6,9% | (0,5)% |
| Autres Métiers Hermès (3) | 34,6 | 34,8 | (0,3)% | (7,2)% |
| Sous Total | 733,0 | 621,2 | 18,0% | 8,3% |
| <i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i> | | | | |
| Parfums | 53,3 | 63,5 | (16,1)% | (17,3)% |
| Montres | 33,5 | 42,0 | (20,2)% | (27,2)% |
| Arts de la Table | 17,5 | 24,5 | (28,4)% | (31,1)% |
| Sous Total | 104,3 | 129,9 | (19,7)% | (23,1)% |
| Autres produits (4) | 37,6 | 62,0 | (39,3)% | (40,0)% |
| TOTAL | 874,9 | 813,2 | 7,6% | (0,4)% |

(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 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 marques hors groupe (impression textile, parfums, tannage,...).

INFORMATIONS PAR ZONES GEOGRAPHIQUES (1)

| En M€ | 1 ^{er} Semestre | | Evolutions | |
|-----------------------------|--------------------------|--------------|---------------|----------------------------|
| | 2009 | 2008 | Publiées | à taux de change constants |
| France | 168,9 | 167,7 | 0,7% | 0,7% |
| Europe | 168,8 | 181,8 | (7,1)% | (6,1)% |
| Total Europe | 337,7 | 349,5 | (3,4)% | (2,8)% |
| Japon | 198,0 | 174,8 | 13,2% | (9,9)% |
| Asie Pacifique (hors Japon) | 193,3 | 147,7 | 30,8% | 22,0% |
| Total Asie | 391,2 | 322,5 | 21,3% | 4,7% |
| Amériques | 129,7 | 118,3 | 9,7% | (1,9)% |
| Autres (2) | 16,3 | 22,9 | (28,9)% | (29,3)% |
| TOTAL | 874,9 | 813,2 | 7,6% | (0,4)% |

(1) Les ventes par zones géographiques s'entendent par destination.

(2) Y compris les ventes aux compagnies aériennes.

INFORMATIONS PAR SECTEURS D'ACTIVITES

| En M€ | 2e Trimestre | | Evolutions | |
|---|--------------|--------------|----------------|----------------------------|
| | 2009 | 2008 | Publiées | à taux de change constants |
| <i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i> | | | | |
| Soie & Textiles | 45,8 | 41,3 | 10,9% | 4,3% |
| Maroquinerie et Sellerie | 228,0 | 170,8 | 33,4% | 21,0% |
| Vêtement & accessoires | 77,9 | 69,1 | 12,7% | 5,4% |
| Autres Métiers Hermès | 18,4 | 17,9 | 2,7% | (4,4)% |
| <i>Sous Total</i> | 370,0 | 299,1 | 23,7% | 13,6% |
| <i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i> | | | | |
| Parfums | 31,1 | 32,3 | (3,9)% | (5,3)% |
| Montres | 18,8 | 21,1 | (11,0)% | (19,0)% |
| Arts de la Table | 9,6 | 13,7 | (29,5)% | (32,1)% |
| <i>Sous Total</i> | 59,5 | 67,1 | (11,3)% | (15,1)% |
| Autres produits | 17,0 | 31,8 | (46,5)% | (47,1)% |
| TOTAL | 446,6 | 398,1 | 12,2% | 3,9% |

INFORMATIONS PAR ZONES GEOGRAPHIQUES

| En M€ | 2e Trimestre | | Evolutions | |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|----------------------------|
| | 2009 | 2008 | Publiées | à taux de change constants |
| France | 89,5 | 85,2 | 5,0% | 5,0% |
| Europe | 86,8 | 93,3 | (6,9)% | (6,2)% |
| <i>Total Europe</i> | 176,4 | 178,5 | (1,2)% | (0,9)% |
| Japon | 101,8 | 82,2 | 23,9% | 0,4% |
| Asie Pacifique (hors Japon) | 93,9 | 68,7 | 36,7% | 26,0% |
| <i>Total Asie</i> | 195,7 | 150,9 | 29,7% | 12,1% |
| Amériques | 65,1 | 57,3 | 13,5% | 1,4% |
| Autres | 9,4 | 11,3 | (16,9)% | (17,4)% |
| TOTAL | 446,6 | 398,1 | 12,2% | 3,9% |