

# HERMÈS

## CROISSANCE EXCEPTIONNELLE DES VENTES EN 2010 (+25,4%)

En 2010, le chiffre d'affaires du groupe Hermès s'élève à 2 400,8 M€ et progresse de 25,4%. A taux de change constants, la croissance atteint 18,9 %.

L'objectif annuel de croissance des ventes a été dépassé grâce à une activité extrêmement dynamique dans les magasins du groupe notamment pendant la période de Noël.

Au quatrième trimestre, les ventes progressent de 25%. A taux de change constants, le chiffre d'affaires croît de 17% avec une activité très soutenue dans toutes les zones géographiques, que ce soit en Amérique (+25 %), en Asie (+16%), ou en Europe (+16%).

### **En 2010, la croissance a été harmonieuse au niveau tant des zones géographiques que des métiers**

*(Données à taux de change constants sauf indication explicite)*

Le chiffre d'affaires annuel réalisé dans les magasins du groupe est en croissance de 31 % à taux de change courants et de 24 % à taux de change constants. Le développement du réseau est resté soutenu avec l'ouverture de treize nouvelles succursales et la rénovation ou l'agrandissement de neuf autres.

Les ventes en gros, qui avaient souffert de la crise en 2009, progressent de 3 % à taux comparables sur l'ensemble de l'année.

En Europe (+18 %), tous les pays ont fait preuve d'un fort dynamisme. Un nouveau magasin situé rue de Sèvres à Paris a été inauguré en fin d'année. L'originalité de son architecture d'intérieur ainsi que l'espace consacré à l'univers de la maison ont rencontré un vif succès. Ailleurs en Europe, le réseau s'est enrichi d'une nouvelle succursale à Amsterdam et trois autres magasins ont été rénovés ou agrandis.

Dans la zone Amérique (+24 %), la croissance a été soutenue tout au long de l'année et particulièrement dans les magasins du groupe (+28 %), grâce notamment au succès du premier magasin Hermès consacré à l'univers masculin inauguré en début d'année sur Madison Avenue à New-York.

En Asie, les ventes progressent de 19 % sur l'ensemble de l'année. Au Japon, les ventes sont presque stables. La croissance des autres pays d'Asie (+38%) a été tirée par le fort développement de la Chine continentale, Macao et Hong-Kong. L'extension du réseau s'est poursuivie avec l'ouverture de dix nouvelles succursales dont quatre en Chine.

Les ventes du métier Soie & Textiles ont crû de 19 %, grâce au succès des nouvelles collections de soie féminine dont l'offre s'est enrichie de produits exceptionnels en cachemire et soie, et par l'attrait croissant exercé sur une clientèle jeune séduite par la diversité des usages et des styles proposés.

Sous l'impulsion de la petite maroquinerie et des sacs en cuir dont la demande reste très forte, l'activité Maroquinerie & Sellerie est en hausse de 21 % en 2010.

La division Vêtements & Accessoires (+18 %) a bénéficié du succès des nouvelles collections de prêt-à-porter et du développement des accessoires de mode.

Les Parfums (+16 %) ont été dynamisés par le lancement réussi de *Voyage d'Hermès* au mois de mars et par le succès confirmé de *Terre d'Hermès*.

L'Horlogerie se redresse fortement (+23 %) et les Arts de la Table marquent une amélioration sensible (+11 %).

## **Objectifs de résultats 2010**

Les résultats seront publiés le 4 mars 2011. Pour l'ensemble de l'année, la marge opérationnelle devrait progresser sensiblement d'environ 3 points par rapport à 2009. La croissance du résultat avant impôts par rapport à l'année dernière devrait être légèrement supérieure à 40%.

## **Acompte sur dividendes**

Compte tenu de la progression des résultats et d'une trésorerie nette qui atteint environ 830 M€ au 31 décembre 2010, la Gérance a décidé le 2 février de procéder au versement d'un acompte sur dividendes de 1€ par action. La date de détachement du coupon est fixée au 7 février 2011 et la date de paiement au 10 février 2011.

## **Perspectives 2011**

La stratégie à long terme, basée sur la maîtrise des savoir-faire et le contrôle du réseau de distribution, sera poursuivie. En 2011, Hermès poursuivra ses investissements dans le développement de son réseau de distribution, avec l'ouverture de dix succursales.

En 2011, Hermès « artisan contemporain » mettra l'accent sur l'excellence et l'authenticité de ses savoir-faire artisanaux qui constituent à la fois le socle sur lequel la maison a bâti son succès et son avenir. Fondement d'une qualité unique et unanimement reconnue, la virtuosité de nos artisans est l'indispensable soutien à une création toujours plus ambitieuse et inspirée.

## INFORMATIONS PAR SECTEURS D'ACTIVITES

En M€	A fin décembre		Evolutions	
	2010	2009	Publiées	à taux de change constants
<i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i>				
Soie & Textiles	283,8	226,8	25,1%	18,9%
Maroquinerie et Sellerie (1)	1 204,8	936,1	28,7%	20,8%
Vêtement & accessoires (2)	445,4	359,7	23,8%	17,5%
Autres Métiers Hermès (3)	86,6	78,3	10,5%	5,8%
<b>Sous Total</b>	<b>2 020,6</b>	<b>1 600,9</b>	<b>26,2%</b>	<b>19,0%</b>
 <i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i>				
Parfums	137,8	117,3	17,4%	16,3%
Montres	112,6	86,7	29,9%	22,9%
Arts de la Table	43,6	38,2	14,0%	11,1%
<b>Sous Total</b>	<b>294,0</b>	<b>242,2</b>	<b>21,4%</b>	<b>17,8%</b>
Autres produits (4)	86,2	71,2	21,1%	18,8%
<b>TOTAL</b>	<b>2 400,8</b>	<b>1 914,3</b>	<b>25,4%</b>	<b>18,9%</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,...).

## INFORMATIONS PAR ZONES GEOGRAPHIQUES (1)

En M€	A fin décembre		Evolutions	
	2010	2009	Publiées	à taux de change constants
France	437,2	370,1	18,1%	18,1%
Europe (hors France)	463,4	385,4	20,2%	17,9%
<b>Total Europe</b>	<b>900,6</b>	<b>755,5</b>	<b>19,2%</b>	<b>18,0%</b>
Japon	453,2	408,4	11,0%	(0,8)%
Asie Pacifique (hors Japon)	630,9	422,6	49,3%	38,0%
<b>Total Asie</b>	<b>1 084,1</b>	<b>831,0</b>	<b>30,5%</b>	<b>19,0%</b>
Amériques	384,7	293,7	31,0%	24,1%
Autres (2)	31,3	34,1	(8,2)%	(8,8)%
<b>TOTAL</b>	<b>2 400,8</b>	<b>1 914,3</b>	<b>25,4%</b>	<b>18,9%</b>

(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€	4 <sup>ème</sup> Trimestre		Evolutions	
	2010	2009	Publiées	à taux de change constants
<i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i>				
Soie & Textiles	103,7	83,0	25,0%	17,3%
Maroquinerie et Sellerie	361,6	278,7	29,7%	19,2%
Vêtement & accessoires	129,5	101,8	27,1%	18,3%
Autres Métiers Hermès	32,0	26,6	20,0%	13,6%
<b>Sous Total</b>	<b>626,7</b>	<b>490,2</b>	<b>27,9%</b>	<b>18,4%</b>
 <i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i>				
Parfums	32,4	33,4	(3,0)%	(4,7)%
Montres	36,4	32,3	12,8%	5,2%
Arts de la Table	15,0	12,2	23,1%	19,3%
<b>Sous Total</b>	<b>83,9</b>	<b>77,9</b>	<b>7,6%</b>	<b>3,2%</b>
Autres produits	25,4	19,2	32,3%	28,6%
<b>TOTAL</b>	<b>736,0</b>	<b>587,3</b>	<b>25,3%</b>	<b>16,7%</b>

## INFORMATIONS PAR ZONES GEOGRAPHIQUES

En M€	4 <sup>ème</sup> Trimestre		Evolutions	
	2010	2009	Publiées	à taux de change constants
France	138,8	117,1	18,6%	18,6%
Europe (hors France)	144,4	123,0	17,4%	14,4%
<b>Total Europe</b>	<b>283,3</b>	<b>240,1</b>	<b>18,0%</b>	<b>16,4%</b>
Japon	138,5	118,7	16,6%	(0,1)%
Asie Pacifique (hors Japon)	182,9	126,1	45,1%	30,9%
<b>Total Asie</b>	<b>321,3</b>	<b>244,8</b>	<b>31,3%</b>	<b>15,9%</b>
Amériques	124,6	91,9	35,6%	25,4%
Autres	6,8	10,5	(35,8)%	(36,5)%
<b>TOTAL</b>	<b>736,0</b>	<b>587,3</b>	<b>25,3%</b>	<b>16,7%</b>

## RAPPEL PRECEDENTES PUBLICATIONS

### INFORMATIONS PAR SECTEURS D'ACTIVITES

En M€	2010					2009				
	T1 publié	T2 publié	S1 publié	T3 publié	Cumul 09/10	T1 publié	T2 publié	S1 publié	T3 publié	Cumul 09/09
<i>Distribution dans le seul Réseau Hermès :</i>										
Soie & Textiles	60,4	56,9	117,3	62,8	180,1	52,6	45,8	98,4	45,5	143,9
Maroquinerie et Sellerie	247,9	299,9	547,7	295,5	843,2	205,9	228,0	433,8	223,5	657,3
Vêtement & accessoires	103,2	97,9	201,0	114,9	315,9	88,3	77,9	166,2	91,7	257,8
Autres Métiers Hermès	16,9	18,0	34,9	19,7	54,6	16,2	18,4	34,6	17,0	51,7
<b>Sous Total</b>	<b>428,4</b>	<b>472,6</b>	<b>901,0</b>	<b>492,8</b>	<b>1 393,8</b>	<b>363,0</b>	<b>370,0</b>	<b>733,0</b>	<b>377,7</b>	<b>1 110,7</b>
<i>Distribution élargie aux réseaux spécialisés :</i>										
Parfums	30,6	36,3	67,0	38,4	105,4	22,2	31,1	53,3	30,7	83,9
Montres	20,0	25,5	45,5	30,6	76,1	14,7	18,8	33,5	20,9	54,3
Arts de la Table	9,7	9,4	19,1	9,5	28,6	7,9	9,6	17,5	8,5	26,1
<b>Sous Total</b>	<b>60,3</b>	<b>71,3</b>	<b>131,6</b>	<b>78,5</b>	<b>210,1</b>	<b>44,8</b>	<b>59,5</b>	<b>104,3</b>	<b>60,0</b>	<b>164,3</b>
Autres produits	19,0	23,0	42,1	18,7	60,8	20,6	17,0	37,6	14,4	52,0
<b>TOTAL</b>	<b>507,7</b>	<b>567,0</b>	<b>1 074,7</b>	<b>590,1</b>	<b>1 664,8</b>	<b>428,4</b>	<b>446,6</b>	<b>874,9</b>	<b>452,1</b>	<b>1 327,1</b>

### INFORMATIONS PAR ZONES GEOGRAPHIQUES

En M€	2010					2009				
	T1 publié	T2 publié	S1 publié	T3 publié	Cumul 09/10	T1 publié	T2 publié	S1 publié	T3 publié	Cumul 09/09
France	90,9	101,4	192,3	106,1	298,4	79,4	89,5	168,9	84,2	253,1
Europe (hors France)	95,1	109,9	205,1	113,9	318,9	82,0	87,0	169,1	93,3	262,4
<b>Total Europe</b>	<b>186,0</b>	<b>211,3</b>	<b>397,3</b>	<b>220,0</b>	<b>617,3</b>	<b>161,4</b>	<b>176,5</b>	<b>338,0</b>	<b>177,5</b>	<b>515,5</b>
Japon	91,7	112,0	203,7	111,0	314,7	96,1	101,8	198,0	91,8	289,7
Asie Pacifique (hors Japon)	143,9	147,6	291,4	156,6	448,0	99,4	93,9	193,3	103,2	296,5
<b>Total Asie</b>	<b>235,6</b>	<b>259,6</b>	<b>495,2</b>	<b>267,6</b>	<b>762,8</b>	<b>195,5</b>	<b>195,7</b>	<b>391,2</b>	<b>195,0</b>	<b>586,2</b>
Amériques	77,5	88,2	165,7	94,5	260,1	64,7	65,1	129,7	72,1	201,8
Autres	8,6	7,9	16,5	8,1	24,6	6,8	9,2	16,0	7,6	23,6
<b>TOTAL</b>	<b>507,7</b>	<b>567,0</b>	<b>1 074,7</b>	<b>590,1</b>	<b>1 664,8</b>	<b>428,4</b>	<b>446,6</b>	<b>874,9</b>	<b>452,1</b>	<b>1 327,1</b>