

Hermès International

Dynamique du groupe et de ses activités

Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Juillet 2016

Xerfi Etudes vient de réaliser une analyse approfondie de 65 pages sur **Hermès International**. Cette étude offre un panorama complet du groupe, de ses marchés, et de ses concurrents.

Elle apporte une information rigoureuse et indépendante, en présentant de manière structurée et opérationnelle :

- L'organisation du groupe et les caractéristiques de ses principales divisions,
- L'analyse du marché et sa segmentation,
- Les positions du groupe et les évolutions concurrentielles,
- Les facteurs de changement et leurs conséquences sur l'activité,
- Les faits marquants de la vie du groupe et les enjeux stratégiques clés.

Pour recevoir cet outil de diagnostic, il vous suffit de nous retourner le bon de commande ci-dessous, en précisant le mode d'expédition choisi. Je demeure à votre entière disposition pour tous renseignements complémentaires, et vous prie de recevoir, Madame, Monsieur, l'expression de mes sincères salutations.

Valérie Cohen
Directrice de la diffusion

BON DE COMMANDE

à retourner ou à télécopier à :

Xerfi, 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Réf : **6ENT09 / GR**

Télécopie : **01.42.81.42.14** Téléphone : **01.53.21.81.51.**

Hermès International

Dynamique du groupe et de ses activités

Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	450 EUR HT	540,00 TTC (TVA 20,0%)
<input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur)	600 EUR HT	720,00 TTC (TVA 20,0%)

* **A renseigner (en majuscules) :**

Société : _____ Fonction : _____

Nom & prénom : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Téléphone : _____ Télécopie : _____

E-Mail : _____

Siret : _____

TVA intracommunautaire (pour les achats hors de France) : _____

Tarifs valables jusqu'au 31/07/2017. Facture avec la livraison.

Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

Date, Signature et Cachet :

chèque ci-joint

dès réception du rapport et de la facture

Hermès International

Dynamique du groupe et de ses activités

Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Juillet 2016

Réalisation de l'étude : cette étude a été réalisée par J. Begriche, directeur d'études à Xerfi Etudes. Les travaux d'analyses et de synthèses ont été effectués à partir de sources documentaires, électroniques et publications recueillies au cours des deux mois précédant la sortie de l'étude.

Cette étude fait partie d'une collection de 55 groupes. Chaque étude comprend des informations et analyses sur :

- ✓ l'évolution conjoncturelle et son positionnement concurrentiel
- ✓ la structure industrielle
- ✓ les perspectives stratégiques

Sommaire de l'étude : plus de 65 pages de données, d'analyses et de synthèses

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

- 0.1.1. LE GROUPE EN UN CLIN D'ŒIL
- 0.1.2. ANALYSE SWOT DU GROUPE HERMÈS INTERNATIONAL
- 0.1.3. SYNTHÈSE

1. PROFIL DU GROUPE

1.1. VUE D'ENSEMBLE

- 1.1.1. Fiche d'identité

1.2. ACTIVITÉS DU GROUPE

- 1.2.1. Portefeuille d'activités
- 1.2.2. Portefeuille de produits
- 1.2.3. Réseaux de distribution

1.3. PRÉSENCE GÉOGRAPHIQUE

- 1.3.1. Répartition des ventes par zone géographique
- 1.3.2. Répartition des sites de production par pays

1.4. RESSOURCES HUMAINES

- 1.4.1. Évolution et structure des effectifs

1.5. ACTIONNARIAT ET DONNÉES BOURSIÈRES

- 1.5.1. Répartition du capital
- 1.5.2. Fiche d'identité boursière

1.6. CONCURRENCE INTERNATIONALE

- 1.6.1. Panorama des principaux acteurs mondiaux du luxe
- 1.6.2. Positionnement des principaux acteurs mondiaux du luxe

2. DYNAMIQUE DU GROUPE ET DE SES ACTIVITÉS

2.1. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

- 2.1.1. Marché mondial du luxe
- 2.1.2. Segmentation des ventes de produits de luxe

2.2. ACTIVITÉ D'ENSEMBLE DU GROUPE

- 2.2.1. Chiffre d'affaires consolidé
- 2.2.2. Chiffre d'affaires par zone géographique

- 2.2.3. Chiffre d'affaires par division

2.3. DYNAMIQUE PAR DIVISION

- 2.3.1. Division Maroquinerie et Sellerie
- 2.3.2. Division Vêtement et Accessoires
- 2.3.3. Division Soie et Textiles
- 2.3.4. Divisions Parfums et Horlogerie

2.4. PERFORMANCES FINANCIÈRES

- 2.4.1. Résultat opérationnel courant et résultat net
- 2.4.2. Performances d'Hermès International par rapport à ses concurrents

3. FAITS MARQUANTS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

3.1. STRATÉGIE DU GROUPE

- 3.1.1. Vue d'ensemble

3.2. INTERNATIONALISATION

- 3.2.1. Développement de la présence dans les pays émergents

3.3. MAÎTRISE DU RÉSEAU DE DISTRIBUTION

- 3.3.1. Gestion en propre du parc de magasins et contrôle des ouvertures

- 3.3.2. Ephémérides

3.4. RENFORCEMENT DE L'OUTIL INDUSTRIEL

- 3.4.1. Accroissement des capacités de production
- 3.4.2. Ephémérides

3.5. AUTRES AXES STRATÉGIQUES

- 3.5.1. Principaux faits marquants

4. DONNÉES FINANCIÈRES

4.1. PANORAMA DES ÉLÉMENTS FINANCIERS

- 4.1.1. Chiffres clés

4.2. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS

- 4.2.1. Compte d'exploitation
- 4.2.2. Bilan consolidé en valeur
- 4.2.3. Structure du bilan consolidé
- 4.2.4. Principaux ratios

5. BASE STATISTIQUE

La table des tableaux & graphiques : la source d'information la plus complète

T1	L'analyse SWOT du groupe Hermès International en 2015	T25	Le chiffre d'affaires de la division Maroquinerie et Sellerie (2005-2015)
T2	La présentation du groupe	T26	Le chiffre d'affaires de la division Vêtement et Accessoires (2005-2015)
T3	L'historique de la constitution du groupe	T27	Le chiffre d'affaires de la division Soie et Textiles (2005-2015)
T4	Le parc de magasins exclusifs du groupe (2003-2015)	T28	Le chiffre d'affaires de la division Parfums (2005-2015)
T5	La répartition géographique du parc de magasins du groupe en 2015	T29	Le chiffre d'affaires de la division Horlogerie (2005-2015)
T6	La répartition du chiffre du groupe par zone géographique en 2015	T30	Le résultat opérationnel courant du groupe (2005-2015)
T7	Le chiffre d'affaires du groupe par zone géographique en 2015	T31	Le résultat net-part du groupe (2005-2015)
T8	Les sites de production du groupe en 2015	T32	Le taux de marge opérationnelle des principaux acteurs du marché mondial du luxe (2014-2015)
T9	Les effectifs salariés du groupe (2004-2015)	T33	Les orientations stratégiques d'Hermès International
T10	La répartition des effectifs par zone géographique en 2015	T34	Le parc de magasins d'Hermès International par zone géographique
T11	La répartition des effectifs par fonction en 2015	T35	Les avantages et inconvénients de la distribution en propre pour Hermès International
T12	La répartition du capital d'Hermès International en 2015	T36	Les principales opérations liées au parc de magasins d'Hermès International
T13	Les membres du Comité exécutif	T37	Les actions menées par Hermès International pour renforcer son outil industriel
T14	Les membres du Conseil de surveillance	T38	Les principales opérations liées à l'outil industriel d'Hermès International
T15	La fiche d'identité boursière du groupe	T39	Les autres axes stratégiques menés par Hermès International
T16	Le dividende net par action distribué par le groupe (2005-2015)	T40	Les principaux chiffres clés du groupe Hermès International (2014-2015)
T17	Les principaux groupes de luxe dans le monde	T41	Le compte d'exploitation consolidé du groupe Hermès International (2014-2015)
T18	Le tableau de positionnement des principaux groupes de luxe dans le monde	T42	L'actif du groupe Hermès International (2014-2015)
T19	Le chiffre d'affaires du marché mondial du luxe (2005-2015)	T43	Le passif du groupe Hermès International (2014-2015)
T20	La répartition des ventes mondiales de produits de luxe par catégorie en 2015	T44	Les ratios financiers du groupe Hermès International (2014-2015)
T21	La répartition des ventes mondiales de produits de luxe par zone géographique en 2015	T45	L'évolution de l'activité du groupe Hermès International (2014-2015)
T22	Le chiffre d'affaires consolidé du groupe (2005-2015)	T46	L'évolution de la structure financière du groupe Hermès International (2013-2015)
T23	Les ventes du groupe par zone géographique (2008-2015)	T47	Les définitions des ratios et indicateurs
T24	Les ventes du groupe par division (2008-2015)		

Liste des principaux groupes cités dans l'étude

BURBERRY GROUP
CHANEL
COACH
ESTEE LAUDER
KERING
L'OREAL
LVMH
PRADA
RALPH LAUREN
RICHEMONT
ROLEX
SHISEIDO
SWATCH GROUP
TIFFANY & CO