

Hermès International

Dynamique du groupe et de ses activités

Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Mai 2017

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 : **7ENT09 / 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) :

☐ en version électronique (fichier pdf) :	450 EUR HT	540,00 TTC (TVA 20,0%)
☐ 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 31/05/2018. 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 – Mai 2017

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. LE PROFIL DU GROUPE

1.1. VUE D'ENSEMBLE

- 1.1.1. La fiche d'identité

1.2. LES ACTIVITÉS DU GROUPE

- 1.2.1. Le portefeuille d'activités
- 1.2.2. Le portefeuille de produits
- 1.2.3. Les réseaux de distribution

1.3. LA PRÉSENCE GÉOGRAPHIQUE

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

1.4. LES RESSOURCES HUMAINES

- 1.4.1. L'évolution et la structure des effectifs

1.5. L'ACTIONNARIAT ET LES DONNÉES BOURSIÈRES

- 1.5.1. La répartition du capital
- 1.5.2. La fiche d'identité boursière

1.6. LA CONCURRENCE INTERNATIONALE

- 1.6.1. Le panorama des principaux acteurs mondiaux du luxe
- 1.6.2. Le positionnement des principaux acteurs mondiaux du luxe

2. LA DYNAMIQUE DU GROUPE ET DE SES ACTIVITÉS

2.1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

- 2.1.1. Le marché mondial du luxe

2.2. L'ACTIVITÉ D'ENSEMBLE DU GROUPE

- 2.2.1. Le chiffre d'affaires consolidé
- 2.2.2. Le chiffre d'affaires par zone géographique
- 2.2.3. Le chiffre d'affaires par division

2.3. LA DYNAMIQUE PAR DIVISION

- 2.3.1. La division Maroquinerie-Sellerie
- 2.3.2. La division Vêtement et Accessoires
- 2.3.3. La division Soie et Textiles
- 2.3.4. Les divisions Parfums et Horlogerie

2.4. LES PERFORMANCES FINANCIÈRES

- 2.4.1. Le résultat opérationnel courant et le résultat net part du groupe
- 2.4.2. Les performances d'Hermès International par rapport à ses concurrents

2.5. L'ACTIVITÉ AU PREMIER TRIMESTRE 2017

- 2.5.1. Le chiffre d'affaires consolidé

3. LES FAITS MARQUANTS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

3.1. LA STRATÉGIE DU GROUPE

- 3.1.1. Vue d'ensemble

3.2. L'INTERNATIONALISATION

- 3.2.1. Le développement de la présence dans les pays émergents

3.3. LA MAÎTRISE DU RÉSEAU DE DISTRIBUTION

- 3.3.1. La gestion en propre du parc de magasins et le contrôle des ouvertures

- 3.3.2. Les principaux faits marquants

3.4. LE RENFORCEMENT DE L'OUTIL INDUSTRIEL

- 3.4.1. L'accroissement des capacités de production
- 3.4.2. Les principaux faits marquants

3.5. LES AUTRES AXES STRATÉGIQUES

- 3.5.1. Les principaux faits marquants

4. LES DONNÉES FINANCIÈRES

4.1. LE PANORAMA DES ÉLÉMENTS FINANCIERS

- 4.1.1. Les chiffres clés

4.2. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS

- 4.2.1. Le compte d'exploitation
- 4.2.2. Le bilan consolidé en valeur
- 4.2.3. La structure du bilan consolidé
- 4.2.4. Les principaux ratios
- 4.2.5. Les définitions

5. LA BASE STATISTIQUE

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

T1	L'analyse SWOT du groupe Hermès International en 2016	T26	Le chiffre d'affaires de la division Vêtement et Accessoires (2006-2016)
T2	La présentation du groupe	T27	Le chiffre d'affaires de la division Soie et Textiles (2006-2016)
T3	L'historique de la constitution du groupe	T28	Le chiffre d'affaires de la division Parfums (2006-2016)
T4	Le parc de magasins exclusifs du groupe (2006-2016)	T29	Le chiffre d'affaires de la division Horlogerie (2006-2016)
T5	La répartition géographique du parc de magasins du groupe en 2016	T30	Le résultat opérationnel courant du groupe (2006-2016)
T6	La répartition du chiffre du groupe par zone géographique en 2016	T31	Le résultat net part du groupe (2006-2016)
T7	Le chiffre d'affaires du groupe par zone géographique en 2016	T32	Le taux de marge opérationnelle des principaux acteurs du marché mondial du luxe en 2016
T8	Les sites de production du groupe en 2016	T33	L'évolution du chiffre d'affaires du groupe par métiers au premier trimestre 2017
T9	Les effectifs salariés du groupe (2006-2016)	T34	Les principales orientations stratégiques d'Hermès International
T10	La répartition des effectifs par zone géographique en 2016	T35	Le parc de magasins d'Hermès International par zone géographique
T11	La répartition des effectifs par fonction en 2016	T36	Les avantages et inconvénients de la distribution en propre pour Hermès International
T12	La répartition du capital d'Hermès International en 2016	T37	Les principales opérations liées au parc de magasins d'Hermès International
T13	Les membres du Comité exécutif	T38	Les objectifs ciblés par Hermès International à travers l'accroissement de ses capacités de production
T14	Les membres du Conseil de surveillance	T39	Les principales opérations liées à l'outil industriel d'Hermès International
T15	La fiche d'identité boursière du groupe	T40	Les autres axes stratégiques menés par Hermès International
T16	Le dividende net par action distribué par le groupe (2006-2016)	T41	Les principaux chiffres clés du groupe Hermès International (2015-2016)
T17	Les principaux groupes de luxe dans le monde	T42	Le compte d'exploitation consolidé du groupe Hermès International (2015-2016)
T18	Le tableau de positionnement des principaux groupes de luxe dans le monde	T43	L'actif du groupe Hermès International (2015-2016)
T19	Le chiffre d'affaires du marché mondial du luxe (2006-2016)	T44	Le passif du groupe Hermès International (2015-2016)
T20	L'évolution du chiffre d'affaires du marché du luxe par zone géographique (2013-2016)	T45	Les ratios financiers du groupe Hermès International (2015-2016)
T21	L'évolution du chiffre d'affaires du marché du luxe par catégorie de produits (2013-2016)	T46	L'évolution de l'activité du groupe Hermès International (2015-2016)
T22	Le chiffre d'affaires consolidé du groupe (2006-2016)	T47	L'évolution de la structure financière du groupe Hermès International (2015-2016)
T23	Les ventes du groupe par zone géographique (2008-2016)	T48	Les définitions des ratios et indicateurs
T24	Les ventes du groupe par division (2008-2016)		
T25	Le chiffre d'affaires de la division Maroquinerie-Sellerie (2006-2016)		

Liste des principaux groupes cités dans l'étude

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