

**Lusso.** Il continente diventa il primo mercato per la prestigiosa maison francese

# Boom di vendite in Asia: Hermès batte le attese

**Nel semestre  
i ricavi crescono  
del 20% a quota  
1,075 miliardi**

**Paola Bottelli**

Le code di eleganti signore asiatiche che attendono pazientemente il proprio turno nelle boutique monomarca per acquistare o ordinare le edizioni limitate di Kelly e Birkin, le borse-icona della maison, trainano i conti di **Hermès**. Nel primo semestre 2010 le vendite del marchio parigino sono cresciute a cambi costanti del 20% a 1,075 miliardi di euro (+22,8% a cambi correnti), con una punta del +25% nei negozi di proprietà. E i profitti nello stesso periodo, che saranno annunciati il 31 agosto, sono stimati dall'azienda fondata nel 1837 «in forte incremento, superiore all'aumento del fatturato, rispetto al primo semestre 2009».

È un ottimo segnale al mercato quello inviato ieri dal prestigioso marchio francese, uno dei big player che sta meglio performando non soltanto nelle aree in fibrillazione. In Asia (escluso il Giappone che ha fatto registrare -2%) le vendite dei primi sei mesi sono cresciute addirittura del 45% e in Europa del 17%; l'Asia è ormai a pieno titolo il principale mercato con il 27% delle vendite totali. Anche in America il rimbalzo di Hermès è confermato: +26% nel semestre, anche grazie «al successo del primo negozio dedicato all'uomo aperto in Madison Avenue a New York».

Tra i prodotti, il core business resta la pelletteria, in aumento del 22,6% a quasi 548 milioni, seguita dall'abbigliamento (il cui direttore creativo, Jean-Paul

Gaultier, è stato da poco sostituito dal giovane Christophe Lemaire, ex-Lacoste) con +18,3% a 201 milioni e cravatte e foulard con +16,6% a 117 milioni.

Dato il contesto positivo, le previsioni per l'intero 2010 sono state riviste al rialzo. «Anche se nella seconda metà dell'anno il tasso di crescita non potrà essere mantenuto - si legge in un comunicato - l'aumento delle vendite per l'intero esercizio sarà compreso fra il 10 e il 12% a tassi costanti, mentre il margine operativo è atteso in crescita di almeno 100 punti base rispetto al 2009».

Va sottolineato, inoltre, che nel bilancio 2009 della maison si evidenzia una liquidità netta di 508 milioni (rispetto ai precedenti 450), che garantisce all'azienda ossigeno per l'apertura di altri 20 negozi quest'anno e, soprattutto, per la impegnativa start-up del marchio Shang Xia: prodotti creati e realizzati artigianalmente in Cina e destinati al mercato locale, attraverso la distribuzione rigorosamente separata, da settembre, in un flagship store a Shanghai. Operazione che sembra lasciare tiepidi gli analisti che temono una diluizione del brand "principale".

Dopo la diffusione dei risultati, Hermès ha archiviato la seduta in rialzo del 3,6% a 118,90 euro, trascinando tutto il settore lusso, che sta trattando ben al di sotto dei multipli storici a causa dell'incertezza sulla voglia di shopping dei consumatori dei mercati "maturi". In una giornata negativa per la piazza milanese, **Bulgari** in controtendenza ha guidato i rialzi sul listino principale con un +2,2%, mentre in Europa **Burberry**, **Richemont**, **Lvmh** e **Ppr**, che controlla Gucci Group, hanno archiviato la seduta con incrementi tra lo 0,5 e l'1,8%.



**Oggetto di culto.** Un prodotto della collezione Hermès 2010-2011