

Empresa

EEUU y Asia impulsan a Hermès, que crece un 9% en los nueve primeros meses

Modaes
6 nov 2014 - 12:36

Hermès aprovecha el buen ritmo de Estados Unidos y Asia. La firma francesa ha concluido los nueve primeros meses del ejercicio (periodo finalizado el pasado septiembre) con un incremento del 8,8% en su cifra de negocio, hasta 2.897 millones de euros. La compañía ha impulsado su desarrollo gracias al crecimiento a doble dígito de su negocio en mercados como el estadounidense y el asiático.

La región de Asia-Pacífico, excluyendo Japón, ha sido la que mejor ha evolucionado en los nueve primeros meses, con un incremento del 11% en su cifra de negocio, hasta 999,2 millones de euros. Por detrás se ha situado Estados Unidos, que en el periodo registró unas ventas de 480,9 millones de euros, un 10% más que las obtenidas un año antes.

Hermès, que acaba de llegar a un acuerdo con **LVMH** para poner fin a su disputa en los tribunales por la entrada en su capital del gigante francés, también ha anotado aumentos de sus ventas en el resto de regiones en las que opera. En Francia, la firma incrementó un 6% su facturación, mientras que en el resto de Europa el aumento fue del 7,3%. La compañía también elevó su cifra de negocio en Japón, donde obtuvo unas ventas de 341 millones de euros, un 3,4% más que la alcanzada en el mismo periodo de 2013.

Por categorías de producto, **Hermès** consiguió concluir los nueve primeros meses del ejercicio con aumentos en todas ellas, excepto en la de relojería, en la que anotó un retroceso del 11,8% en su cifra de negocio, hasta 103,7 millones de euros. La empresa ha explicado que esta área sigue viéndose afectada por un retroceso de las ventas en puntos de venta multimarca, sobre todo en Asia.

La división que integra el negocio de joyería de **Hermès** (que también incluye otro tipo de productos como los destinados al hogar) fue la que anotó un mayor aumento

Modaes

de su cifra de negocio en el periodo, del 11,5%, hasta 189,4 millones de euros; seguida de la de productos de piel y talabartería, que incrementó su facturación un 11,3%, hasta 1.294 millones de euros, y la de prêt-à-porter y accesorios de moda, que aumentó un 10,5% su cifra de negocio, hasta 676 millones de euros.