

Empresa

Hermès reduce sus ventas un 24% y recorta a la mitad su beneficio en el primer semestre

La compañía ha resistido ligeramente mejor que los dos grandes conglomerados, LVMH y Kering. Como ellos, también ha detectado una recuperación gradual a partir de junio.

Modaes
30 jul 2020 - 10:22



Hermès también llora. La compañía, que cotiza en la bolsa de París y está controlada por la familia Dumas, ha cerrado el primer semestre con una caída de las ventas del 24% por el cierre de tiendas. **El beneficio, por su parte, se recortó a la mitad**, según ha publicado hoy la compañía.

Pese a que el impacto en las cuentas ha sido duro, Hermès ha resistido mejor que rivales como los dos grandes conglomerados, LVMH y Kering. El dueño de Louis Vuitton redujo su facturación un 27% en el periodo y hundió su beneficio un 68%. Kering, por su parte, facturó un 29,6% menos y desplomó su beneficio un 63,4%.

Entre enero y junio, **Hermès facturó 2.488 millones de euros**. Sólo en el segundo

Modaes

trimestre, cuando la pandemia obligó a cerrar la mayoría de sus tiendas en el mundo, **las ventas se desplomaron un 41%**.

El beneficio neto, por su parte, se situó en 335 millones de euros en el primer semestre, frente a los 754 millones de euros del mismo periodo del año anterior.

América fue el mercado que peor evolucionó, con una caída del 42%

Todos los mercados en los que opera Hermès se vieron afectados por la pandemia. Asia, excepto Japón, fue el menos impactado ya que todas las tiendas en China continental reabrieron ya en marzo y las ventas están creciendo con fuerza desde entonces.

En Japón, donde los establecimientos estuvieron cerrados durante seis semanas, la facturación cayó un 23%. **América, por su parte, estuvo afectada por el cierre de todas las tiendas en Estados Unidos** durante diez semanas, además de en otros mercados de la región, y las ventas se hundieron un 42%.

Europa (salvo Francia) y el mercado francés anotaron caídas del 36% y del 38%, respectivamente. La red comercial en el viejo continente estuvo con las persianas bajadas durante una media de nueve semanas. Además, el continente se ha visto fuertemente afectado por la caída del tráfico turístico.

“Esta crisis sin precedentes nos permite probar la fortaleza de nuestro modelo de negocio”, asegura Axel Dumas

Por categorías de producto, **los artículos de piel, la mayor del grupo, se encogió un 23%**. Otras líneas de negocio también se vieron impactadas después de lo que Hermès califica como “un excelente” mes de enero, aupado por el año nuevo chino. La categoría de prêt-à-porter y accesorios retrocedió un 29% y seda y textiles, un 39%. Los perfumes, por su parte, anotaron un descenso del 29%, pese al exitoso lanzamiento de la primera línea de cosmética de la marca en febrero, y la relojería

Modaes

retrocedió un 19%.

“Esta crisis sin precedentes, que continúa en marcha, nos permite probar la fortaleza de nuestro modelo de negocio”, argumenta Axel Dumas, presidente ejecutivo de Hermès, en un comunicado.

“Clientes fieles, colecciones deseables, una red omnicanal y ágil y la independencia del grupo son los pilares que nos dan confianza en el futuro y que apoyarán nuestra recuperación”, añade el ejecutivo.

Hermès emplea a 15.698 personas, de las cuales 9.773 trabajan en Francia. La compañía ha incrementado su plantilla en unas 300 personas en el último año, la mayoría en el área de producción.

Durante la pandemia, pese al cierre de sus tiendas en Europa, América y algunos países asiáticos y a haber paralizado su producción en el mercado europeo, Hermès descartó acogerse a medidas gubernamentales como los expedientes de regulación temporal de empleo (Erte), y sus equivalentes en el extranjero.