RICHEMONT

13 NOVEMBRE 2026

RICHEMONT PUBLIE DE TRÈS BONS RÉSULTATS POUR LE PREMIER SEMESTRE CLOS LE 30 SEPTEMBRE 2026, PORTÉS PAR UNE HAUSSE SOUTENUE DES VENTES À DEUX CHIFFRES

La version anglaise originale fait foi

Faits marquants

- Chiffre d'affaires de 12,3 milliards d'euros, en hausse de 17 % à taux de change constants (+16 % à taux de change réels) ; croissance soutenue au 2ème trimestre avec des ventes en hausse de 13 %
- Résultat d'exploitation courant de 3,1 milliards d'euros, porté par une forte croissance des ventes dans un contexte de coûts des matières premières toujours élevés ; 2,9 milliards d'euros excluant 229 millions d'euros d'éléments exceptionnels positifs relatifs aux droits de douane
- Renforcement de l'attractivité de nos Maisons sur le long terme grâce à une créativité produit et un savoir-faire sans faille, accompagnés d'investissements stratégiques dans notre réseau de distribution et nos capacités de production

Principaux éléments financiers

- Progression des ventes à deux chiffres pour la plupart des régions au cours du 1er semestre, tirée par le Japon, les Amériques et l'Asie Pacifique
- Ventes en hausse pour tous les secteurs d'activité au 1er semestre, y compris au 2ème trimestre face à des bases de comparaison élevées
  - Excellente performance des *Maisons Joaillières*, avec des ventes en hausse de 19 % à taux de change constants (+18 % à taux de change réels)
  - Ventes robustes des *Maisons Horlogères,* en hausse de 10 % à taux de change constants (+9 % à taux de change réels)
  - Poursuite de la dynamique du secteur d'activité « *Autres* », en hausse de 9 % à taux de change constants et réels
- Résultat d'exploitation courant en hausse de 33 %, ou de 38 % à taux de change constants
- Marge opérationnelle de 25,5 %, en hausse de 330 pb ; 23,6 % (+140 pb) hors éléments exceptionnels
- Résultat net de 2,5 milliards d'euros, en hausse de 39 %
- Robuste trésorerie nette de 7,7 milliards d'euros, reflétant 2,5 milliards d'euros de flux de trésorerie opérationnelle, un produit de 0,4 milliard d'euros lié à la cession de la participation dans Avolta, et une augmentation du dividende

Principales données financières (non auditées)

Six mois clos le 30 septembre	**2026**	2025	Variation
Chiffre d'affaires	**12 282 M€**	10 619 M€	+16 %
Marge brute	**8 165 M€**	6 939 M€	+18 %
En % du chiffre d'affaires	**66,5 %**	65,3 %	+120 pb
Résultat d'exploitation courant	**3 129 M€**	2 358 M€	+33 %
Marge opérationnelle	**25,5 %**	22,2 %	+330 pb
Résultat courant	**2 528 M€**	1 796 M€	+41 %
Résultat au titre des actifs destinés à être cédés	**–**	17 M€	
Résultat net	**2 528 M€**	1 813 M€	+39 %
Résultat net par action A / 10 actions B dilué	**4,29 €**	3,08 €	
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	**2 500 M€**	1 854 M€	+646 M€
Trésorerie nette	**7 729 M€**	6 519 M€	

COMPAGNIE FINANCIÈRE RICHEMONT SA
50, CHEMIN DE LA CHÊNAIE | CASE POSTALE 30 | 1293 BELLEVUE | GENÈVE | SUISSE
TÉLÉPHONE +41 (0)22 721 3500
WWW.RICHEMONT.COM

Message du Président

Résultats

Richemont enregistre de très bons résultats pour les six premiers mois de l'année, dans un environnement géopolitique et macroéconomique incertain. Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 12,3 milliards d'euros, en hausse de 16 % à taux de change réels et 17 % à taux de change constants. Après un 1er trimestre particulièrement solide qui a vu les ventes progresser de 20 % à taux de change constants, le Groupe maintient son dynamisme au 2ème trimestre, avec une hausse de 13 % en dépit d'une base de comparaison élevée de +14 %. Le 1er semestre ainsi que le 2ème trimestre sont marqués par une forte performance de l'ensemble des secteurs d'activité et des ventes en hausse à deux chiffres dans toutes les régions, sauf au Moyen-Orient & Afrique - une croissance multiple, fruit des moteurs de croissance diversifiés du Groupe et d'une exécution rigoureuse.

Sur la première moitié de l'exercice, les ventes augmentent dans l'ensemble des canaux de distribution. La croissance des ventes au détail et online étant particulièrement élevée, le pourcentage de ventes directes aux clients s'établit à 78 % du chiffre d'affaires du Groupe, en augmentation de 2 points par rapport à la même période de l'année précédente.

Les Maisons Joaillières du Groupe - Buccellati, Cartier, Van Cleef & Arpels et Vhernier - enregistrent une hausse de 18 % de leur chiffre d'affaires pour les six premiers mois de l'exercice. À taux de change constants, le chiffre d'affaires progresse de 19 % au 1er semestre, et de 14 % au 2ème trimestre. Cette excellente performance reflète une forte demande pour les collections emblématiques de bijoux et de montres dans l'ensemble des régions, portée par des nouveautés attractives et un engagement constant à offrir une valeur durable à nos clients. Dans un contexte de coûts des matières premières toujours élevés, les Maisons Joaillières maintiennent une approche tarifaire prudente et poursuivent leurs investissements, cultivant ainsi leurs perspectives de croissance. Bénéficiant de la forte progression du chiffre d'affaires, les Maisons Joaillières enregistrent un résultat d'exploitation de 3,2 milliards d'euros au 1er semestre, en hausse par rapport aux 2,5 milliards d'euros de l'année précédente. La marge opérationnelle s'établit à 35,3 %, ou 33,4 % hors éléments exceptionnels positifs.

Les ventes des Maisons Horlogères du Groupe totalisent 1,7 milliard d'euros, en hausse de 9 %. À taux de change constants, la progression s'établit à 10 % au 1er semestre, et 12 % au 2ème trimestre. Bien que le redressement ne soit probablement pas linéaire dans des conditions toujours difficiles pour le secteur, je me réjouis de voir les ventes de nos Maisons Horlogères croître depuis plus d'un an maintenant. Au premier semestre, la plupart des Maisons progressent, emmenées par Vacheron Constantin, Jaeger-LeCoultre et A. Lange & Söhne, dont les ventes sont portées par les lignes iconiques enrichies de nouvelles créations. Cette performance a été réalisée malgré une demande qui reste faible en Chine. Alors que les ventes sont stables en Asie, elles sont en hausse à deux chiffres dans l'ensemble des autres régions, avec une performance notable des Amériques et du Japon. Le résultat d'exploitation atteint 150 millions d'euros, en hausse par rapport aux 50 millions d'euros enregistrés pour la même période de l'exercice précédent, reflet de la solide augmentation des ventes, combinée à une solide discipline sur les coûts. La marge opérationnelle s'établit à 8,8 %, ou 7,7 % hors éléments exceptionnels positifs.

Le chiffre d'affaires du secteur d'activité « Autres » est en hausse de 9 % à taux de change constants et réels au premier semestre. La tendance est largement similaire pour les Maisons de Mode & Accessoires, dont les ventes sont soutenues par une croissance à deux chiffres du prêt-à-porter. Cette performance reflète une hausse à deux chiffres chez Alaïa et Peter Millar, alors que la dynamique se poursuit chez Montblanc. Le secteur d'activité « Autres » enregistre une perte opérationnelle de 12 millions d'euros. Hors éléments exceptionnels positifs, la perte opérationnelle est globalement en ligne avec celle du premier semestre de l'exercice précédent, avec toutefois une légère amélioration du résultat d'exploitation courant des Maisons de Mode & Accessoires.

Le résultat d'exploitation au titre des activités poursuivies s'établit à 3,1 milliards d'euros, en hausse de 33 %. Hors éléments exceptionnels positifs de 229 millions d'euros, il atteint 2,9 milliards d'euros. Alors que les coûts élevés de matières premières continuent de peser sur la marge brute, la rentabilité bénéficie de l'effet positif de la croissance du chiffre d'affaires. Le résultat courant s'établit à 2,5 milliards d'euros, en hausse de 39 % par rapport à la même période du dernier exercice.

Enfin, notre trésorerie nette est robuste et s'élève à 7,7 milliards d'euros au 30 septembre 2026. Cette évolution incorpore un flux de trésorerie de 2,5 milliards d'euros issu des activités d'exploitation, un produit de 0,4 milliard d'euros liée à la cession de la participation du Groupe dans Avolta, ainsi qu'une hausse significative du dividende versé en septembre cette année.

Assemblée Générale Annuelle et évolution du Conseil

Le 9 septembre 2026, le Conseil d'administration a annoncé la nomination d'Anton Rupert en tant que Vice-président adjoint non exécutif, aux côtés de Bram Schot qui occupe le rôle depuis 2024. Cette nomination est une étape importante dans la planification à long terme de la succession et témoigne de notre engagement à maintenir une gouvernance solide.

Les deux rôles sont pensés pour être complémentaires. Anton supervise les questions relatives au *Strategic Product and Communications Committee* des Maisons, contribuant ainsi à assurer la continuité de la vision créative et de l'excellence produit qui définissent nos Maisons et portent leur succès à long terme. Bram assume la responsabilité des questions de gouvernance relatives au Conseil et aux comités, notamment la coordination efficace des comités du Conseil et la supervision des principes de gouvernance du Groupe.

Une vision à long terme, une gouvernance solide ainsi qu'un engagement constant envers la créativité et le savoir-faire artisanal demeurent au cœur de la culture de Richemont. Ces principes ont fait la force de nos Maisons et continueront de nous guider.

Lors de l'Assemblée Générale Annuelle (« AGA ») du 9 septembre 2026, tous les membres du Conseil d'administration dont le mandat était soumis au renouvellement pour une durée supplémentaire d'un an ont été réélus. Par ailleurs, Madame Wendy Luhabe a été réélue en tant que représentante des actionnaires « A ».

Pour la troisième année consécutive, les actionnaires ont approuvé le Rapport annuel non financier du Groupe, exposant ainsi notre démarche en matière de conduite responsable des affaires.

Conclusion

Le Groupe réalise un très bon premier semestre, porté par la poursuite de l'excellente performance de nos Maisons Joaillières, une croissance robuste de nos Maisons Horlogères et une dynamique solide de nos Maisons de Mode & Accessoires, malgré un contexte difficile pour le marché de la mode. Ces résultats s'appuient sur une stratégie cohérente dans la durée et illustrent l'attractivité durable et la pertinence du positionnement de nos Maisons.

La performance est portée par l'ensemble des régions, avec des ventes en croissance sur tous nos marchés, sauf au Moyen-Orient & Afrique. Nos pensées demeurent tournées vers nos collègues, nos clients et leurs proches touchés par le conflit en cours au Moyen-Orient.

La croissance des ventes et une exécution rigoureuse ont permis au Groupe d'améliorer sa rentabilité, malgré un contexte de coûts des matières premières toujours élevés. Notre solidité financière nous a également permis de continuer à investir dans les perspectives à long terme de nos Maisons.

Nous ne pouvons bien sûr pas prédire de quoi le futur sera fait, mais il semble clair que l'incertitude macroéconomique et géopolitique perdurera dans un avenir proche. Ces conditions renforcent l'importance de maintenir notre rigueur opérationnelle, tout en continuant d'investir dans nos collaborateurs, la créativité et le savoir-faire sur lesquels repose le succès à long terme de nos Maisons, nous permettant ainsi de créer une valeur durable pour l'ensemble de nos parties prenantes.

Johann Rupert
Président du Conseil d'Administration

Compagnie Financière Richemont SA

A propos de Richemont

At Richemont, we craft the future. Pour ce faire, nous nous appuyons sur un portefeuille unique de Maisons prestigieuses qui se distinguent par leur créativité et leur savoir-faire. Notre ambition : accompagner nos Maisons et nos activités afin qu'elles puissent se développer et prospérer de manière responsable et durable sur le long terme.

Richemont opère dans trois secteurs d'activité : les **Maisons Joaillières** avec Buccellati, Cartier, Van Cleef & Arpels et Vhernier ; les **Maisons de Haute Horlogerie** avec A. Lange & Söhne, IWC Schaffhausen, Jaeger-LeCoultre, Panerai, Piaget, Roger Dubuis et Vacheron Constantin ; et le **secteur d'activité « Autres »**, qui se compose principalement des Maisons de Mode & Accessoires, à savoir Alaïa, Chloé, Delvaux, dunhill, G/FORE, Gianvito Rossi, Montblanc, Peter Millar, Purdey, Serapian, ainsi que TimeVallée et Watchfinder & Co. Pour en savoir plus, rendez-vous sur https://www.richemont.com/.

Les actions « A » de Richemont sont cotées à la Bourse SIX Swiss Exchange, la principale cotation de Richemont, et font partie du Swiss Market Index (SMI) regroupant les principales valeurs du marché suisse. Les actions « A » sont également cotées à la Bourse de Johannesburg, la cotation secondaire de Richemont.

Clause de non-responsabilité

Ce document contient des déclarations prospectives au sens de la loi américaine *Private Securities Litigation Reform Act* de 1995. Ces déclarations prospectives ne constituent en aucun cas une garantie des performances futures de Richemont. Les déclarations prospectives du Groupe sont basées sur les attentes et hypothèses actuelles de la Direction concernant les activités et les performances de la Société, l'économie et toute autre condition ou prévision d'événements, de circonstances et de résultats futurs. Nos boutiques de vente au détail dépendent fortement de l'envie et de la capacité de nos clients à voyager et à réaliser des achats. Une baisse du trafic des consommateurs pourrait avoir un effet négatif sur les ventes de boutiques comparables et/ou sur les ventes moyennes par pied carré ainsi que sur la rentabilité des boutiques, ce qui entraînerait des charges de dépréciation et pourrait avoir un impact défavorable conséquent sur nos activités, notre résultat d'exploitation et notre situation financière. La réduction des déplacements résultant de la conjoncture économique, des avis de fermeture des boutiques de vente au détail à l'initiative des autorités civiles, des restrictions de voyage, des problèmes de voyage et d'autres circonstances, y compris des épidémies et d'autres enjeux en matière de santé, pourrait avoir un effet négatif important sur Richemont, en particulier si de tels événements ont un impact sur l'envie de nos clients de voyager et de faire leurs achats dans nos boutiques de vente au détail. Les guerres ou conflits internationaux, y compris les sanctions et restrictions qui en résultent sur l'importation et l'exportation de produits finis et/ou de matières premières, qu'ils soient auto-imposés ou imposés par des pays internationaux, des entités non étatiques ou autres, peuvent également avoir un impact sur ces déclarations prospectives. Si des tarifs internationaux sont imposés ou augmentés, les matériaux et marchandises que Richemont importe pourraient subir une hausse des prix, ce qui pourrait entraîner une réduction des marges ou une augmentation des prix pouvant entraîner une baisse de la demande des consommateurs. Comme toute projection ou prévision, les déclarations prospectives sont intrinsèquement incertaines et sujettes à des changements de situation. Les résultats réels peuvent différer sensiblement des déclarations prospectives en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, qui sont en grande partie indépendants de la volonté du Groupe. Richemont ne s'engage pas et n'est pas tenu de mettre à jour ou de réviser ces déclarations prospectives.

© Richemont 2026