

RICHEMONT

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
9 NOVEMBRE 2018

RICHEMONT, LE GROUPE SUISSE DE LUXE, PUBLIE SES RÉSULTATS CONSOLIDÉS (NON-AUDITÉS) POUR LE PREMIER SEMESTRE CLOS LE 30 SEPTEMBRE 2018

La version anglaise originale fait foi

Chiffres clés

- YOOX NET-A-PORTER GROUP (YNAP) et Watchfinder.co.uk (Watchfinder) consolidés dans les comptes du Groupe depuis les 1er mai et 1er juin 2018 respectivement
- Le chiffre d'affaires a augmenté de 21 % à 6,81 milliards d'euros à taux de change réels et de 24 % à taux de change constants
- Les ventes au détail en ligne* (« Online retail »), désormais reportées séparément, ont représenté 14 % des ventes du Groupe
- Hors YNAP et Watchfinder, les ventes sont en progression de 6 % à taux de change réels et de 8 % à taux de change constants
 - Croissance dans la plupart des zones géographiques et tous les secteurs d'activité
 - Augmentation à deux chiffres dans les boutiques détenues en propre, soutenue par l'horlogerie et la joaillerie
- Résultat opérationnel de 1,13 milliard d'euros, soit un recul de 36 millions d'euros imputable aux 159 millions d'euros de frais liés aux opérations de cession et d'acquisitions. La marge opérationnelle s'améliore à 21,1 % en excluant l'impact de première consolidation de YNAP et Watchfinder
- Le résultat net a progressé à 2,25 milliards d'euros, principalement en raison d'un bénéfice comptable après impôts de près de 1,38 milliard d'euros correspondant à la réévaluation des actions de YNAP détenues avant l'offre publique de rachat
- La trésorerie nette s'élève à 1,58 milliard d'euros, après les acquisitions de YNAP et Watchfinder

Principales données financières (non auditées)

	Six mois clos le 30 septembre 2018	Six mois clos le 30 septembre 2017 *ajustés	Variation
Chiffre d'affaires	6 808 M€	5 620 M€	+21 %
Marge brute	4 256 M€	3 680 M€	+16 %
En % du chiffre d'affaires	62,5 %	65,5 %	-300 pbs
Résultat d'exploitation	1 130 M€	1 166 M€	-3 %
Marge opérationnelle	16,6 %	20,7 %	-410 pbs
Résultat net	2 253 M€	974 M€	+131 %
Résultat net par action A / 10 B dilué	3,987 €	1,721 €	+132 %
Flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles	733 M€	1 108 M€	-34 %
Trésorerie nette	1 584 M€	4 610 M€	-3 026 M€

* Le canal vente en ligne au détail ("Online retail") regroupe les ventes de YNAP ainsi que la part des ventes en ligne de Watchfinder et des Maisons du Groupe

** Les données comparables pour la période précédente ont été retraitées pour inclure dans le chiffre d'affaires consolidés les royalties perçues.

Ce document contient des déclarations à caractère prospectif (forward-looking statements) au sens de la Loi américaine de 1995 portant réforme des contentieux en matière de valeurs mobilières (United States Private Securities Litigation Reform Act of 1995). Ces déclarations de nature prospective ne constituent pas des garanties quant aux performances futures. Les performances qui seront réalisées sont susceptibles d'être substantiellement différentes de ces déclarations prospectives notamment en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, largement en dehors du contrôle du Groupe. Richemont ne s'engage pas à actualiser ces déclarations et n'est pas tenu de les actualiser ni de les modifier.

Message du Président

Au cours du semestre écoulé, Richemont a renforcé son portefeuille de Maisons avec deux investissements stratégiques grâce auxquels notre clientèle, exigeante et répartie dans le monde entier, pourra plus aisément choisir où, quand et comment elle veut interagir avec nos Maisons et acheter leurs produits.

Nous détenons désormais l'intégralité de YOOX NET-A-PORTER, le leader mondial de la distribution en ligne de produits de luxe, et de Watchfinder, une plate-forme omnicanal de premier plan pour les montres de luxe d'occasion. Notre réflexion permanente sur notre portefeuille d'activités nous a également conduits à céder Lancel.

Ces opérations stratégiques ont eu des répercussions importantes sur le résultat d'exploitation et la trésorerie nette du premier semestre.

Nos clients sont notre priorité. En même temps, Richemont veillera à ce que YNAP respecte son engagement d'offrir à ses marques partenaires et à leurs clients le meilleur service possible. Nous sommes déterminés à préserver la neutralité de YNAP en tant que destination de référence pour le commerce de luxe en ligne, ouverte et incontournable.

Plus récemment, le 26 octobre dernier, nous avons annoncé un partenariat stratégique avec Alibaba Group, la place de marché en ligne préférée des consommateurs chinois, dans l'objectif de devenir une destination majeure et durable du commerce de luxe sur internet auprès de cette clientèle de première importance. YNAP et Alibaba créeront une co-entreprise pour offrir aux consommateurs chinois, qu'ils soient en Chine ou en déplacement à l'étranger, les collections de la saison en cours proposées par YNAP. Ce nouveau chapitre dans l'histoire de Richemont reflète le potentiel que nous voyons en Chine et la confiance que nous avons en Alibaba. Notre ambition commune est d'établir de nouvelles normes pour l'avenir du luxe en ligne, qui bénéficieront aux marques partenaires de YNAP et à leurs clients, à nos Maisons et à leurs clients.

Le chiffre d'affaires du premier semestre clos le 30 septembre 2018 a augmenté de 21 % à taux de change réels pour atteindre 6,81 milliards d'euros. Si l'on exclut YNAP et Watchfinder, les ventes ont, sur la période, progressé, de 6 % à taux de change réels et de 8 % à taux de change constants.

Cette croissance des ventes hors « Online Distributors » a été principalement soutenue par la solide performance des Maisons joaillères et par la progression à deux chiffres des ventes aussi bien dans les boutiques détenues en propre par nos Maisons que sur leurs sites de vente en ligne. La solidité des ventes au détail de joaillerie et d'horlogerie a plus que compensé le recul de 2 % des ventes réalisées dans les canaux de distribution tiers. Ce recul est principalement imputable à la gestion prudente des stocks et à l'amélioration du réseau de distribution tierce que continuent à mener nos Maisons horlogères. Si l'on exclut les « Online Distributors », toutes les zones géographiques à l'exception du Moyen-Orient et de

l'Afrique ont vu leurs ventes progresser, avec des hausses notables à deux chiffres à Hong Kong, en Corée du Sud et aux États-Unis.

Au sein de nos Maisons joaillères, les boutiques Cartier ont enregistré une forte progression de leurs ventes de montres, bénéficiant du succès des collections Panthère et Santos, qui a été récemment relancée. La joaillerie a continué à mieux se comporter, notamment grâce aux collections emblématiques Love de Cartier et Alhambra de Van Cleef & Arpels. La croissance de moindre ampleur des ventes des Maisons horlogères s'explique par les initiatives mentionnées précédemment. Leurs ventes au détail ont été dynamiques et, plus généralement, Vacheron Constantin, Roger Dubuis et Jaeger-LeCoultre ont réalisé des performances de bonne tenue. La plupart de nos Maisons regroupées dans le segment « Other » ont vu une hausse de leurs ventes, portée principalement par Montblanc et Peter Millar.

L'amélioration de la marge brute a été largement absorbée par la hausse des charges, ce qui s'est traduit par un recul de 3 % du résultat d'exploitation. Cette augmentation des coûts s'explique essentiellement par la consolidation pour la première fois des « Online Distributors », par les frais d'acquisition correspondants et les charges liées à la cession. La marge d'exploitation a reculé à 16,6 %. Toutefois, si l'on exclut les « Online Distributors », elle s'améliore et atteint 21,1 %.

Le résultat net de l'exercice a progressé pour s'établir à 2,25 milliards d'euros, principalement en raison d'un bénéfice comptable après impôt de 1,38 milliard d'euros correspondant à la réévaluation des titres existants de YNAP. La trésorerie nette au 30 septembre 2018 s'est élevée à 1,58 milliard d'euros après des décaissements pour 3,75 milliards d'euros liés aux acquisitions de YNAP et Watchfinder et le versement du dividende.

La gouvernance de Richemont a connu une nouvelle évolution avec la nomination de Monsieur Jérôme Lambert comme directeur général du Groupe et celle de Monsieur Eric Vallat à la tête des Maisons de Mode & Accessoires, une fonction nouvellement créée.

Alors que la volatilité de la demande des consommateurs ne cesse de croître, en partie du fait d'un environnement économique et géopolitique incertain, nous demeurons confiants dans notre capacité à réaliser nos ambitions à long terme, grâce à la solidité de notre bilan.

Continuer à créer, fabriquer et vendre des produits exquis, de grande beauté, riches d'artisanat, d'héritage et de passion tout en demeurant pertinents, attrayants et à l'écoute de nos clients : telle demeure notre ambition.

Johann Rupert
Président du Conseil d'Administration

Compagnie Financière Richemont SA
Genève, 9 novembre 2018