

HERMÈS 2017

LE SENS DE L'OBJET

HERMÈS
PARIS

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017

*LE SENS DE NOS OBJETS,
LE SENS DE NOS ACTIONS*

MESSAGE DE LA GÉRANCE

Faire à sa manière. Il arrive souvent que cette expression inspirante occupe les pensées de nos salariés.

Se vêtir, se chaussier, soigner sa mise, se parfumer selon l'humeur, choisir son foulard ou sa cravate, consulter sa montre, rassembler ses accessoires et sortir au dehors... voilà, en général, de quoi sont faits nos minutieux préparatifs. Les objets que nous portons nous procurent le sentiment d'être bien entourés. Ce sont des accompagnants plus ou moins fidèles, plus ou moins réguliers.

Faire à sa manière... Lorsque cette pensée nous traverse l'esprit, nous ne pouvons nous empêcher de songer à la liberté d'action qui fait notre marque de fabrique et nous nous félicitons que la vocation première d'Hermès soit de fournir à ceux qui sont en mouvement des objets d'agréable compagnie tout au long de leur journée, une journée pleine de succès bien sûr.

À ce propos, notre maison, toujours en mouvement, a été portée par le succès en 2017. Nous le devons avant tout à l'action de nos salariés et à la qualité de nos objets qui ont permis une forte progression du chiffre d'affaires et une rentabilité historique. Toutes les zones géographiques et tous les métiers Hermès ont participé à cette solide réussite.

Faire à sa manière et toujours être en mouvement, c'est peut-être cela, le sens de nos actions.

AXEL DUMAS
Gérant

Émile Hermès SARL
Gérant, représentée par
HENRI-LOUIS BAUER







34 ÉVOLUTION GÉNÉRALE



2/ AU CŒUR DES MÉTIERS, LES OBJETS HERMÈS

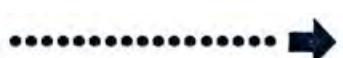
1/ PRÉSENTATION DU GROUPE

- 8 DIRECTION DU GROUPE
- 10 CHIFFRES CLÉS
- 14 ORGANES SOCIAUX
- 16 SIX GÉNÉRATIONS D'ARTISANS
- 20 ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ
- 21 CARTE INDUSTRIELLE DE FRANCE
- 22 RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE
- 32 FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS

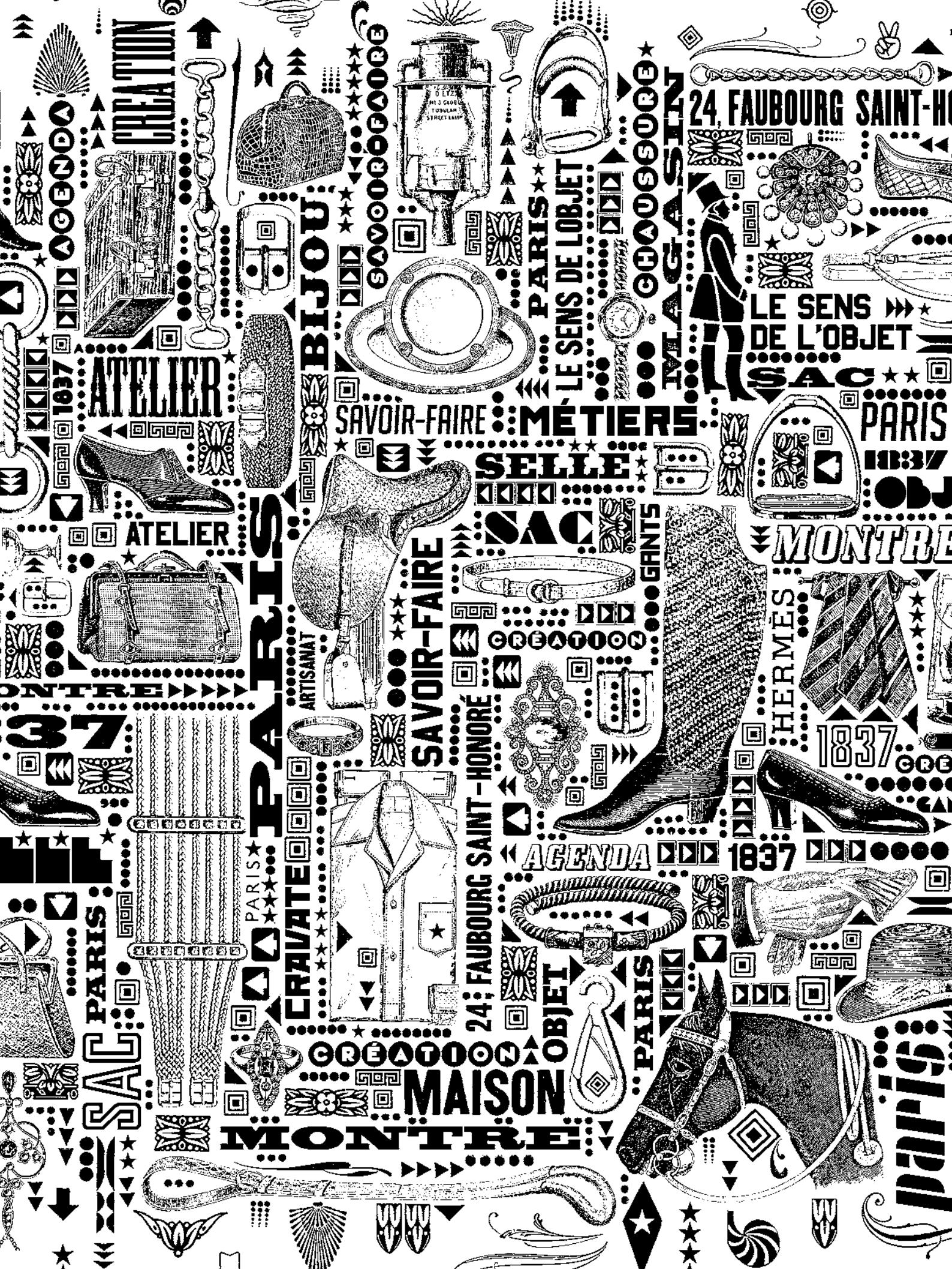
- 40 MAROQUINERIE-SELLERIE
- 44 VÊTEMENT ET ACCESSOIRES
- 50 SOIE ET TEXTILES
- 54 AUTRES MÉTIERS HERMÈS
- 58 PARFUMS
- 60 HORLOGERIE
- 63 HERMÈS HORIZONS
- 64 PETIT H
- 65 AUTRES PRODUITS ET MARQUES DU GROUPE
- 70 PARTENARIATS DU GROUPE

3/ HERMÈS DANS LE MONDE

- 74 EUROPE
- 78 AMÉRIQUES
- 82 ASIE-PACIFIQUE
- 86 ITINÉRANCES



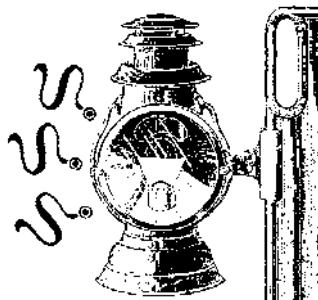
88 PERSPECTIVES



.....

**1/
PRÉSENTATION
DU
GROUPE**

.....



DIRECTION DU GROUPE

La gérance assure la direction d'Hermès International. La fonction de gérant consiste à diriger le groupe et à agir dans l'intérêt général de la société, dans les limites de son objet social et dans le respect des pouvoirs, attribués par la loi et les statuts, au Conseil de surveillance, à l'associé commandité et aux assemblées générales d'actionnaires. Les gérants se sont réparti les rôles comme suit:

Axel Dumas est en charge de la stratégie et de la gestion

opérationnelle, et Émile Hermès SARL, par le biais de son Conseil de gérance, est en charge de la vision et des axes stratégiques.

La direction générale du groupe est assurée, autour du gérant, par une équipe de directeurs ayant chacun des attributions définies, et réunis au sein d'un Comité exécutif. Sa mission est la direction opérationnelle et stratégique du groupe. Sa composition reflète les principales expertises du groupe.

Les membres du Comité exécutif dans le magasin Hermès de Beverly Hills, Los Angeles.

De gauche à droite
Pierre-Alexis Dumas,
Wilfried Guerrand,
Olivier Fournier,
Charlotte David,
Axel Dumas,
Guillaume de Seynes,
Florian Craen
et Éric du Halgouët.





GÉRANCE

AXEL DUMAS
Gérant

ÉMILE HERMÈS SARL
Gérant, représentée par
HENRI-LOUIS BAUER

COMITÉ EXÉCUTIF

AXEL DUMAS
Gérant

FLORIAN CRAEN
Directeur général commercial

CHARLOTTE DAVID
Directeur général communication

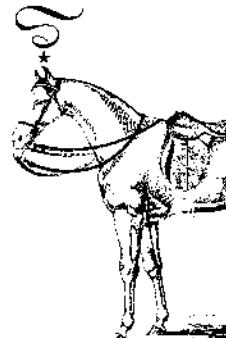
PIERRE-ALEXIS DUMAS
Directeur artistique général

OLIVIER FOURNIER
Directeur général
en charge de la gouvernance
et du développement
des organisations

WILFRIED GUERRAND
Directeur général
projets digitaux et e-commerce

ÉRIC DU HALGOUËT
Directeur général finances

GUILLAUME DE SEYNES
Directeur général
Pôle amont et participations



CHIFFRES CLÉS

PRINCIPALES DONNÉES CONSOLIDÉES EN M€

	2017	2016	2015	2014	2013
CHIFFRE D'AFFAIRES	5 549	5 202	4 841	4 119	3 755
CROISSANCE À TAUX COURANTS VS N-1	6,7 %	7,5 %	17,5 %	9,7 %	7,8 %
CROISSANCE À TAUX CONSTANTS VS N-1 ¹	8,6 %	7,4 %	8,1 %	11,1 %	13,0 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	1 922	1 697	1 541	1 299	1 218
EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES	34,6 %	32,6 %	31,8 %	31,5 %	32,4 %
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	1 221	1 100	973	859	790
EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES	22,0 %	21,2 %	20,1 %	20,9 %	21,0 %
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	1 598	1 439	1 218	1 049	1 016
INVESTISSEMENTS (HORS PLACEMENTS FINANCIERS) ²	270	285	267	322	232
CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE ³	5 039	4 383	3 742	3 449	2 826
TRÉSORERIE NETTE IFRS	2 912	2 320	1 571	1 422	1 022
TRÉSORERIE NETTE RETRAITÉE ⁴	3 050	2 345	1 614	1 494	1 091
VALEUR ÉCONOMIQUE CRÉÉE (EVA) ⁵	1 070	949	793	713	655
RENDEMENTS DES CAPITAUX PROPRES EMPLOYÉS (ROCE) ⁶	57 %	49 %	45 %	43 %	45 %
EFFECTIFS (EN NOMBRE DE PERSONNES)	13 483	12 834	12 244	11 718	11 037

1. La croissance à taux constants est calculée en appliquant au chiffre d'affaires de la période, pour chaque devise, les taux de change moyens de la période précédente.

2. Cf. Document de référence 2017, chapitre 4, p. 185.

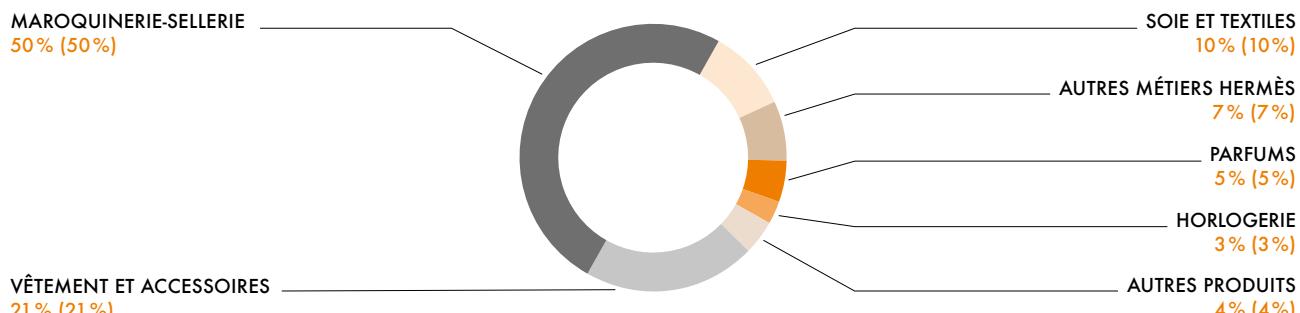
3. Correspond aux capitaux propres hors part des intérêts non contrôlés.

4. La trésorerie nette retraitée inclut les placements de trésorerie qui ne répondent pas aux critères IFRS d'équivalents de trésorerie en raison de leur maturité supérieure à 3 mois à l'origine.

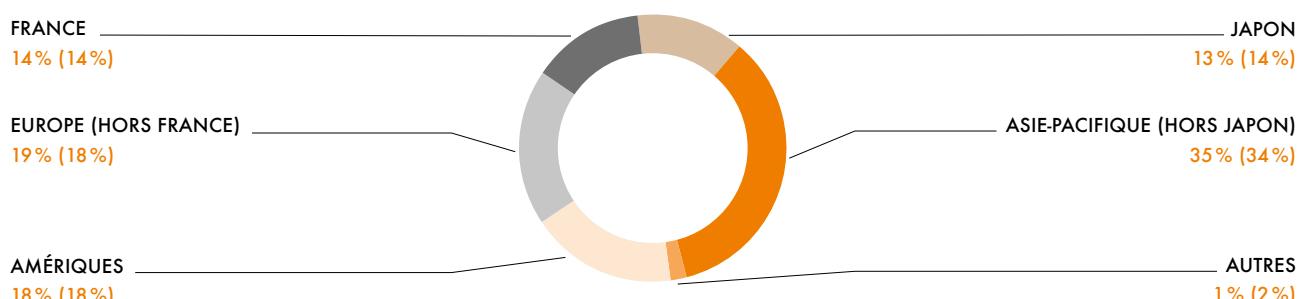
5. Correspond à la différence entre le résultat opérationnel courant, net d'impôt opérationnel, et le coût moyen pondéré des capitaux moyens employés.

6. Correspond au résultat opérationnel courant, net d'impôt opérationnel, rapporté au montant des capitaux moyens employés (cf. Document de référence 2017, p. 186).

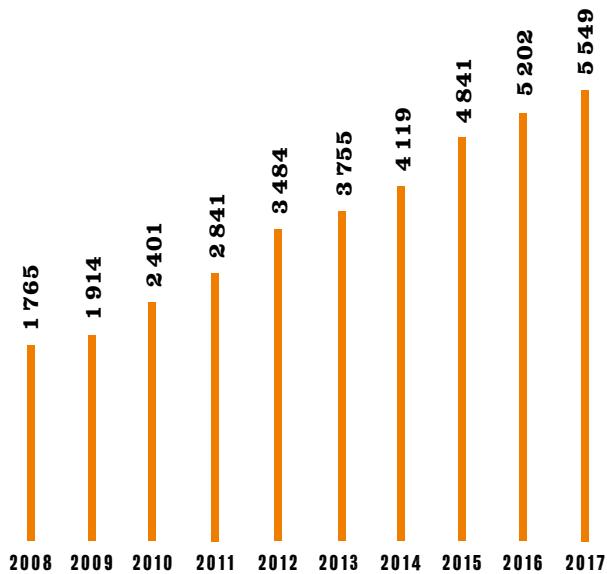
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR MÉTIER 2017 (2016)



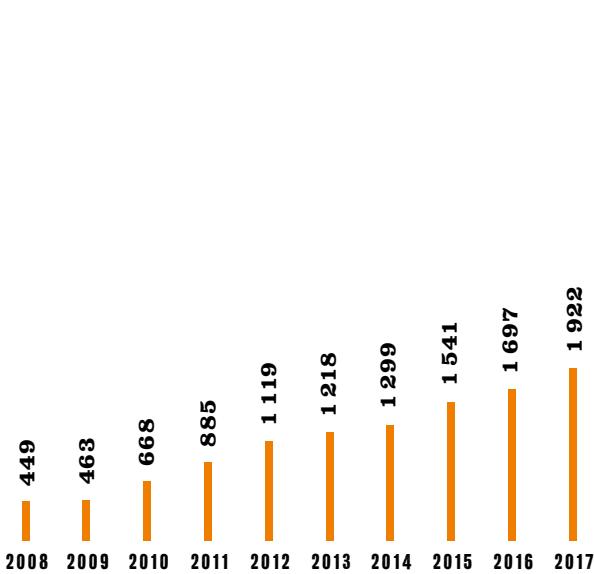
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE 2017 (2016)



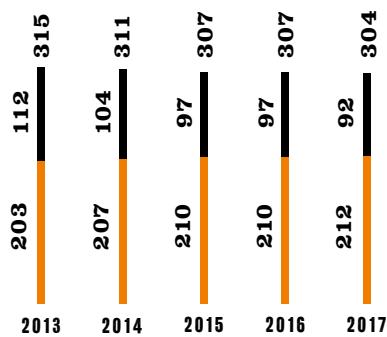
ÉVOLUTION DU
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ
EN M€



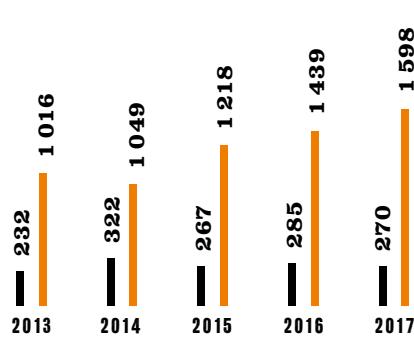
ÉVOLUTION DU
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
EN M€



ÉVOLUTION DU
NOMBRE DE
MAGASINS EXCLUSIFS



INVESTISSEMENTS
(HORS PLACEMENTS FINANCIERS)
ET CAPACITÉ
D'AUTOFINANCEMENT
EN M€



■ CONCESSIONNAIRES
■ SUCCURSALES

■ INVESTISSEMENTS
■ CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR MÉTIER ET ÉVOLUTION 2017/2016

	2017 (CA en M€)	2017 (mix en %)	2016 (CA en M€)	2016 (mix en %)	Évolution à taux de change courants	Évolution à taux de change constants
MAROQUINERIE-SELLERIE	2 800	50 %	2 604	50 %	7,6 %	9,7 %
VÊTEMENT ET ACCESSOIRES	1 181	21 %	1 099	21 %	7,5 %	9,4 %
SOIE ET TEXTILES	534	10 %	515	10 %	3,7 %	5,7 %
AUTRES MÉTIERS HERMÈS	365	7 %	336	7 %	8,6 %	10,5 %
PARFUMS	288	5 %	262	5 %	9,8 %	10,1 %
HORLOGERIE	158	3 %	158	3 %	(0,3) %	1,4 %
AUTRES PRODUITS	223	4 %	228	4 %	(2,1) %	(0,9) %
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	5 549	100 %	5 202	100 %	6,7 %	8,6 %

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE ET ÉVOLUTION 2017/2016

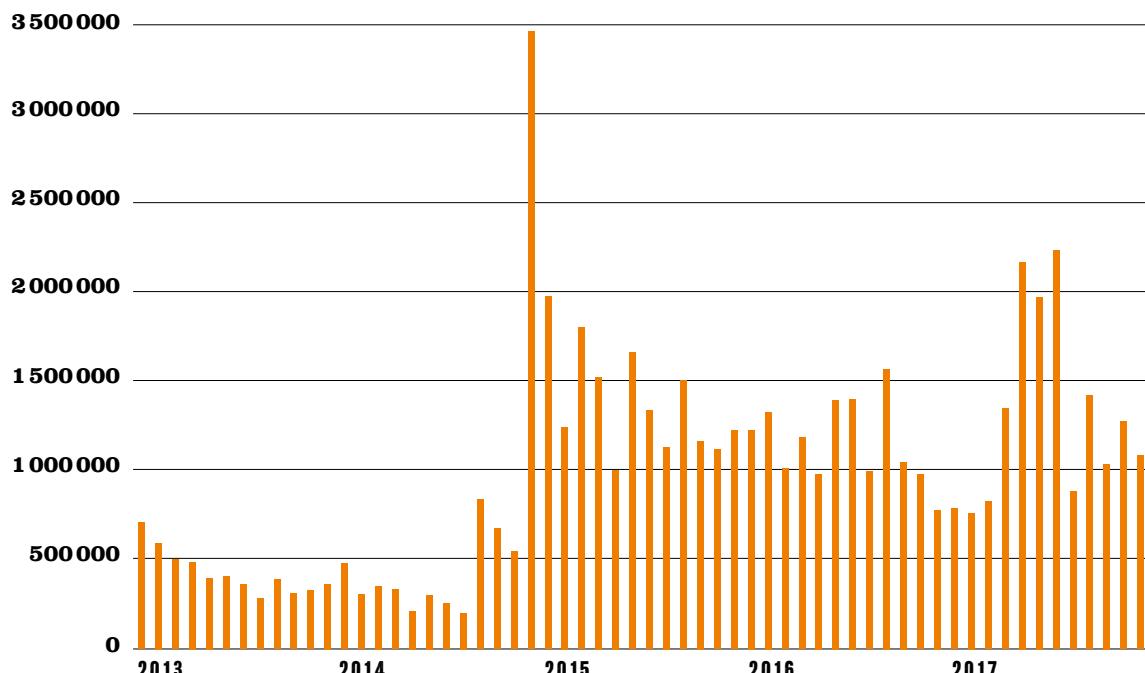
	2017 (CA en M€)	2017 (mix en %)	2016 (CA en M€)	2016 (mix en %)	Évolution à taux de change courants	Évolution à taux de change constants
EUROPE	1 799	33 %	1 683	32 %	6,9 %	7,6 %
FRANCE	755	14 %	719	14 %	5,0 %	5,0 %
EUROPE (HORS FRANCE)	1 044	19 %	964	18 %	8,3 %	9,6 %
ASIE-PACIFIQUE	2 663	48 %	2 502	48 %	6,4 %	9,2 %
JAPON	717	13 %	724	14 %	(1,0) %	4,1 %
ASIE-PACIFIQUE (HORS JAPON)	1 946	35 %	1 778	34 %	9,5 %	11,3 %
AMÉRIQUES	996	18 %	941	18 %	5,8 %	7,7 %
AUTRES	92	1 %	77	2 %	19,8 %	19,9 %
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	5 549	100 %	5 202	100 %	6,7 %	8,6 %

SYNTHESE DES DONNÉES BOURSIÈRES (SOURCE BLOOMBERG)

	2017	2016	2015
NOMBRE D'ACTIONS INSCRITES AU 31 DÉCEMBRE	105 569 412	105 569 412	105 569 412
NOMBRE D'ACTIONS MOYEN (HORS AUTOCONTROLE)	104 435 755	104 518 900	104 395 884
CAPITALISATION BOURSIÈRE AU 31 DÉCEMBRE	47,11 Mds €	41,17 Mds €	32,91 Mds €
BÉNÉFICE NET PAR ACTION (HORS AUTOCONTROLE)	11,70 €	10,53 €	9,32 €
DIVIDENDE PAR ACTION	9,10 € ¹	3,75 €	3,35 €
VOLUME QUOTIDIEN MOYEN	58 095	54 302	65 475
COURS LE PLUS HAUT DE L'ANNÉE	468,30 €	399,00 €	365,55 €
COURS LE PLUS BAS DE L'ANNÉE	386,30 €	281,20 €	273,70 €
COURS MOYEN DE L'ANNÉE	433,02 €	345,52 €	325,14 €
COURS AU 31 DÉCEMBRE	446,25 €	390,00 €	311,75 €

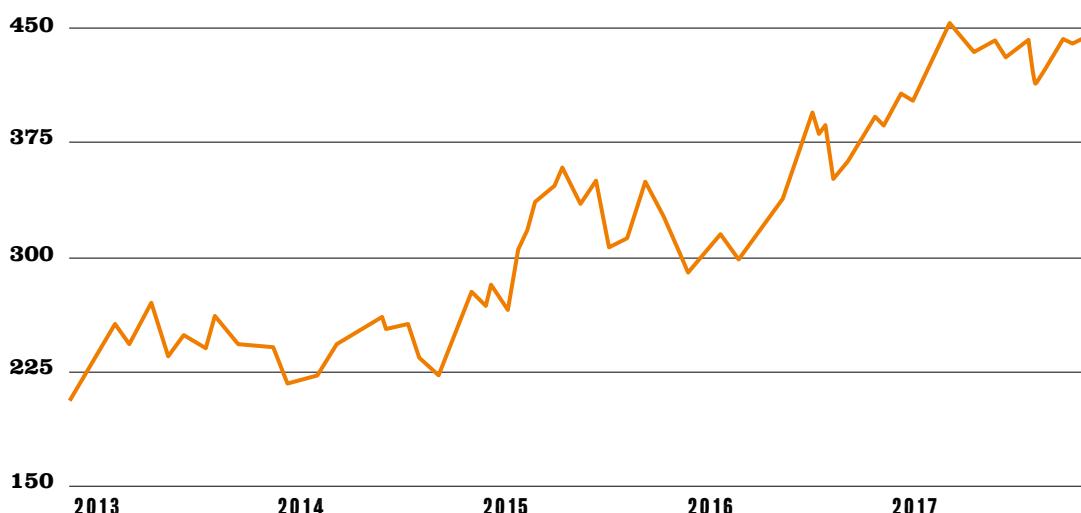
1. Correspond à un dividende ordinaire de 4,10 € et un dividende exceptionnel de 5,00 €. Sous réserve des décisions de l'assemblée générale ordinaire du 5 juin 2018. Un acompte de 1,50 € a été versé le 22 février 2018.

HISTORIQUE DES TRANSACTIONS MENSUELLES EN NOMBRE DE TITRES*
(SOURCE BLOOMBERG)



* Euronext et plateformes alternatives.

HISTORIQUE DU COURS DE L'ACTION HERMÈS (EN EUROS)



ORGANES SOCIAUX

Le Conseil de surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la société. Il dispose, à cet effet, des mêmes pouvoirs que les commissaires aux comptes et est saisi, en même temps que ceux-ci, des mêmes documents. De plus, la gérance doit lui remettre, au moins une fois l'an, un rapport détaillé sur l'activité de la société. Le Conseil de surveillance émet, à l'attention de l'associé commandité, un avis motivé sur :

- toute nomination ou révocation de tout gérant de la société ;
- la réduction du délai de préavis en cas de démission du gérant.

Le Conseil de surveillance :

- décide des propositions d'affectation des bénéfices de chaque exercice à soumettre à l'assemblée générale ;
- approuve ou refuse toute proposition de nouvelle rédaction de certaines clauses des statuts d'Émile Hermès SARL.

Le Conseil de surveillance doit être consulté par l'associé commandité avant que celui-ci puisse prendre toutes décisions en matière :

- d'options stratégiques ;
- de budgets consolidés d'exploitation et d'investissement ;
- de propositions à l'assemblée générale de distribution de primes d'émission, réserves et reports à nouveau.

Chaque année, le Conseil de surveillance fait à l'assemblée générale ordinaire annuelle des actionnaires un rapport dans lequel il signale, s'il y a lieu, les irrégularités et inexactitudes relevées dans les comptes de l'exercice et commente la gestion de la société.

Les fonctions du Conseil de surveillance n'entraînent aucune immixtion dans la gérance, ni aucune responsabilité à raison des actes de la gestion et de leurs résultats.

Le Comité d'audit s'assure notamment que les comptes consolidés donnent une image fidèle et sincère de la situation financière du groupe.

Le Comité des rémunérations, des nominations et de la gouvernance s'assure notamment que la rémunération des gérants est conforme aux dispositions statutaires et aux décisions de l'associé commandité, participe à l'élaboration de propositions des nominations de mandataires sociaux et est en charge du suivi des questions de gouvernance.

L'associé commandité répond indéfiniment et solidairement des dettes sociales envers les tiers.

L'associé commandité a le pouvoir de nommer et de révoquer tout gérant, après avoir recueilli l'avis motivé du Conseil de surveillance. Il arrête pour le groupe, après avoir recueilli l'avis du Conseil de surveillance, les décisions en matière d'options stratégiques, de budgets consolidés d'exploitation et d'investissement, et de propositions à l'assemblée générale de distribution de primes d'émission, réserves et reports à nouveau. Il peut émettre des avis auprès de la gérance sur toute question d'intérêt général du groupe. Il autorise tout emprunt de la société, la constitution de toutes cautions, avals et garanties ou tous gages et hypothèques sur les biens de la société, et toute constitution de société ou prise de participation représentant plus de 10 % du montant de la situation nette consolidée.



Éric de Seynes
Président du Conseil
de surveillance.

**CONSEIL
DE SURVEILLANCE**

ÉRIC DE SEYNES
Président et membre

MONIQUE COHEN
Vice-présidente

DOMINIQUE SENEQUIER
Vice-présidente

FRÉDÉRIC AFRIAT
(représentant les salariés)

DOROTHÉE ALTMAYER

CHARLES-ÉRIC BAUER

MATTHIEU DUMAS

BLAISE GUERRAND

JULIE GUERRAND

OLYMPIA GUERRAND

SHARON MACBEATH

RENAUD MOMMÉJA

ROBERT PEUGEOT

COMITÉ D'AUDIT

MONIQUE COHEN
Présidente

CHARLES-ÉRIC BAUER

SHARON MACBEATH

RENAUD MOMMÉJA

ROBERT PEUGEOT

**COMITÉ
DES RÉMUNÉRATIONS,
DES NOMINATIONS
ET DE LA GOUVERNANCE**

DOMINIQUE SENEQUIER
Présidente

MATTHIEU DUMAS

SHARON MACBEATH

ROBERT PEUGEOT

**ASSOCIÉ
COMMANDITÉ**

ÉMILE HERMÈS SARL,
représentée par son
Conseil de gérance :
HENRI-LOUIS BAUER
Gérant, président et membre
du Conseil de gérance

PHILIPPE DUMAS
Vice-président

PASCALE MUSSARD
Vice-présidente

SANDRINE BREKKE

FRÉDÉRIC DUMAS

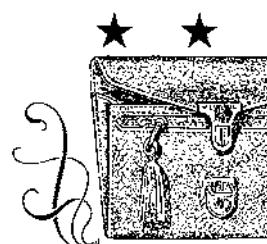
ÉDOUARD GUERRAND

AGNÈS HARTH

LAURENT E. MOMMÉJA

JEAN-BAPTISTE PUECH

GUILLAUME DE SEYNES



SIX GÉNÉRATIONS D'ARTISANS

L'histoire de la maison Hermès commence dans un atelier de harnais, ouvert par Thierry Hermès en 1837, rue Basse-du-Rempart, à deux pas d'un quartier parisien qui s'éveille à la vie moderne et à son rythme haletant. De fil en aiguille, génération après génération, la maison suit cette double trame, celle du minutieux et patient travail de l'artisan dans son atelier, et celle, mouvementée et sportive, du mode de vie de ses clients.

En 1880, Charles-Émile Hermès, fils du fondateur, déménage les ateliers au 24, faubourg Saint-Honoré et y adosse, un peu plus près encore du poumon économique, culturel et social de Paris, un magasin où la clientèle privée vient commander des harnais et des selles sur mesure.

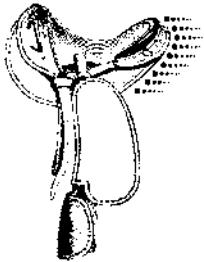
Quand son fils Adolphe, bientôt rejoint par son frère Émile, prend la relève au début du xx^e siècle, la maison est temporairement rebaptisée Hermès Frères. Émile nourrit un grand amour pour l'histoire des hommes, des arts et de l'artisanat, ainsi qu'en témoigne sa collection de curiosités, où les objets liés à l'urbanité, au voyage et au transport tiennent une belle place. L'emblème d'Hermès est ainsi né d'une pièce de cette collection : *Duc attelé, groom à l'attente*, un dessin d'Alfred de Dreux, petit maître du xix^e siècle formé à l'atelier de Géricault, qui croque un duc, modèle de voiture sportive majoritairement destiné aux femmes. L'image stylisée est déposée et identifie la maison depuis 1945. Dans l'entre-deux-guerres, les modes de vie changent, la maison innove, se réservant par exemple l'exclusivité de la fermeture Éclair en 1922, système appliqué aux bagages et aux vêtements. Tout en restant fidèle au monde du cheval, Hermès ne s'y limite plus, sautant lement l'obstacle de la diversification en s'appuyant sur sa maîtrise des matières premières et sa culture artisanale.

Toutes choses dont est féru Robert Dumas, un des gendres d'Émile Hermès. À la tête de la maison à partir de 1951, l'homme fréquente volontiers les ateliers, dessine des objets où les mécanismes (boucles, fermoirs, clous de selle, chaînettes, chaîne d'ancre) se parent d'une élégance qui ne cède en rien à leur utilité pratique.

En 1978, son fils Jean-Louis Dumas impulse à la maison une dimension plus internationale et lui fait prendre l'air de l'époque, celle de la communication. Plus que jamais, Hermès, qui a le savoir-faire chevillé au corps, ressent la nécessité de le faire savoir. *Le Monde d'Hermès* voit le jour en France en 1975 et devient biannuel en 1992, multipliant les contributions de différents créateurs. C'est avec cette même ambition de rendre la maison inspirée et inspirante que Jean-Louis Dumas, en 1987, à l'occasion des 150 ans d'Hermès, organise une fête qui culmine avec un feu d'artifice sur le Pont Neuf. Depuis, chaque année, un thème vient éclairer d'un même faisceau festif et prospectif toutes les activités de la maison. À partir de 2006, Patrick Thomas poursuit cette extension et assure la transition avec la sixième génération de la famille : après que son cousin Pierre-Alexis Dumas, fils de Jean-Louis Dumas, a été nommé directeur artistique dès 2009 et ouvert un chapitre inédit en créant la Fondation d'entreprise Hermès, Axel Dumas devient gérant en 2013.

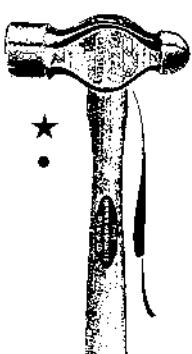
Hermès, qui rime depuis plus d'un siècle et demi avec sellerie, a enrichi ses métiers, sans se départir de ses exigences de qualité, pour rimer également avec maroquinerie, horlogerie, botterie, bijouterie, soierie, cristallerie, orfèvrerie, parfumerie... La liste est longue et il faut la compléter par le prêt-à-porter féminin et masculin, les arts de la table, les tissus d'ameublement, les papiers peints et petit h, une des dernières pousses de cette maison familiale dont l'essor industriel n'a de sens que tant qu'il permet de faire rayonner les valeurs de l'artisanat.





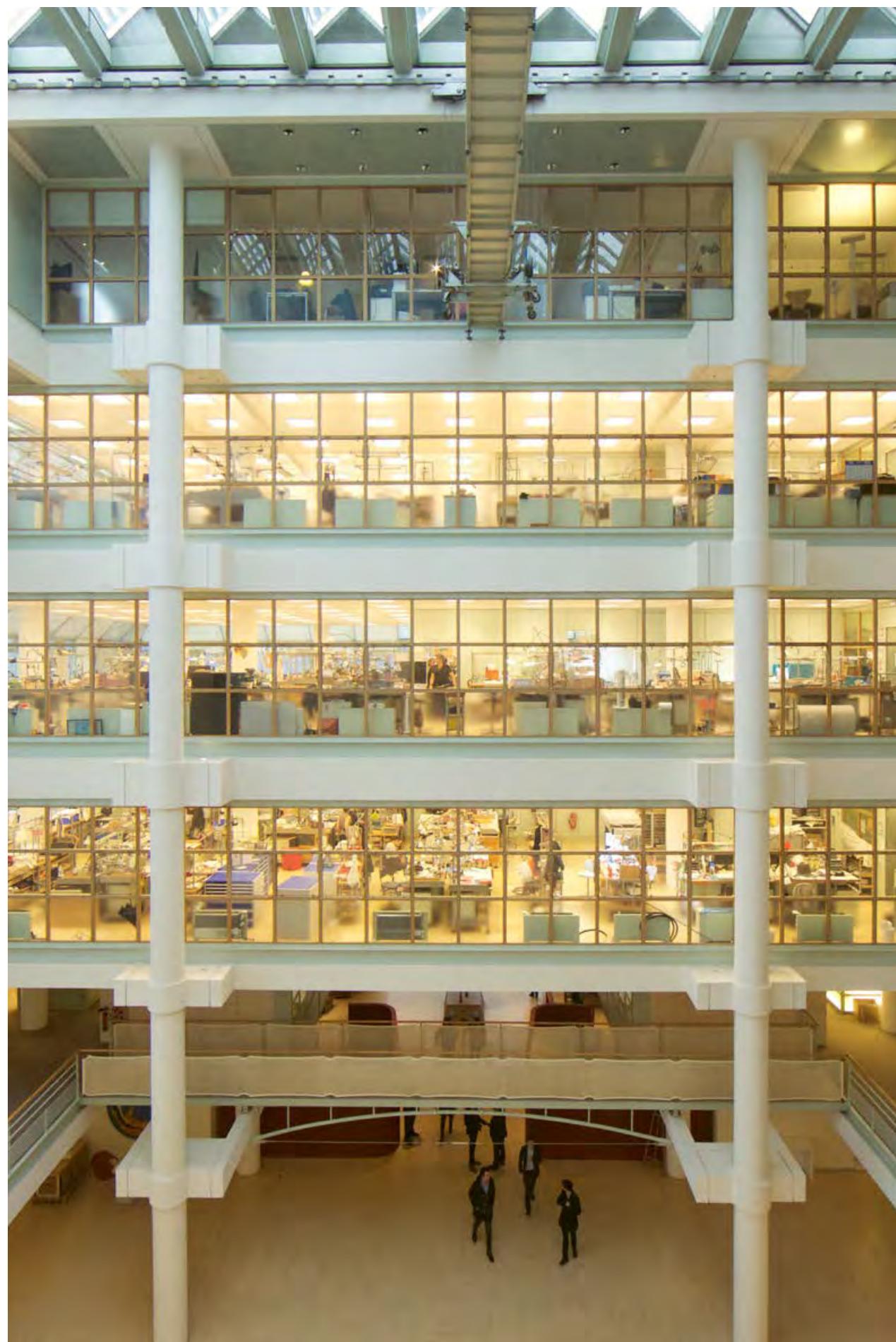
- 1837** ➔ Harnais
- 1867** ➔ Selles
- Vers **1900** ➔ Sac *Haut à courroies*, créé par Émile Hermès
- 1903** ➔ Couverture *Rocabar*
- 1922** ➔ Ceintures
- 1923** ➔ Sac à deux poignées
- À partir de **1924** ➔ Gants avec fermeture Éclair
- 1925** ➔ Premier blouson de sport, puis développement des vêtements féminins et masculins
➔ Mallette à coins rapportés
- 1927** ➔ Bracelets-montres
➔ Bracelet *Filet de selle*
- 1928** ➔ Montre *Ermeto*
➔ Sac à dépêches
- 1930** ➔ Agendas
- 1937** ➔ Premiers carrés de soie
- 1938** ➔ Bracelet *Chaîne d'ancre*, créé par Robert Dumas
➔ Premiers vêtements à motifs de carrés de soie
- 1949** ➔ Cravates en soie imprimée
➔ Ceinture et bracelet *Collier de chien*
- 1951** ➔ Parfum *Eau d'Hermès*
- 1954** ➔ Tapis de plage en éponge imprimée
- 1956** ➔ Le sac créé par Robert Dumas dans les années 30 est baptisé *Kelly*
- 1961** ➔ *Twillaine*: vêtement en maille et twill de soie
➔ Parfum féminin *Calèche*
- 1967** ➔ Sac *Constance*
- 1970** ➔ Parfum masculin *Équipage*
- 1971** ➔ Bracelet *Nausicaa*
- 1972** ➔ Premiers modèles de chaussures pour femme
- 1974** ➔ Parfum féminin *Amazone*
- 1975** ➔ Sac *Passe-Guide*
➔ Montre *Kelly*
➔ Chaussures John Lobb
- 1978** ➔ Première collection complète de prêt-à-porter masculin
➔ Chaussures *Ghillies Highland*
➔ Bracelets en émail
- 1979** ➔ Eau de Cologne Hermès, baptisée *Eau d'orange verte* en 1997
- 1981** ➔ Montre *Clipper*
- 1984** ➔ Premier service de porcelaine *Pivoines*
➔ Sac *Birkin*, créé par Jean-Louis Dumas
- 1985** ➔ *Gavroches* en twill de soie

- 1986** ➔ Parfum masculin *Bel Ami*
- ➔ Service de porcelaine *Toucans*
 - ➔ Ligne de mobilier *Pippa*
- 1991** ➔ Montre *Cape Cod*
- ➔ Montre *Nantucket*
- 1993** ➔ Selle *Oxer*
- ➔ Montre *Médor*
- 1995** ➔ Parfum féminin *24 Faubourg*
- ➔ Sac *Fourre-tout*
- 1996** ➔ Montre *Harnais*
- ➔ Montre *Heure H*
- 1997** ➔ Premiers modèles de chaussures Hermès pour homme
- 1998** ➔ Sac *Herbag*
- ➔ Bracelets de montre double tour en cuir
 - ➔ Baskets *Quick*
- 1999** ➔ Parfum féminin *Hiris*
- 2000** ➔ Selle de dressage *Corlandus*
- ➔ Montre *Tandem*
 - ➔ Service de porcelaine *Nil*
 - ➔ Parfum féminin *Rouge Hermès*
- 2002** ➔ Sac *Picotin*
- ➔ Ligne de bureau *Plein cuir*, réédition d'une ligne créée dans les années 30
 - ➔ Bague *Quark*
- 2003** ➔ Parfum *Un Jardin en Méditerranée*
- ➔ *Twilly* en twill de soie
 - ➔ Montre automatique en or *Dressage*
 - ➔ Porte-documents *Étrivière*
- 2004** ➔ Parfum féminin *Eau des merveilles*
- ➔ Selle d'obstacles *Brasilia*
 - ➔ Première collection de parfums *Hermessence*
- 2005** ➔ Parfum *Un Jardin sur le Nil*
- ➔ Service de porcelaine *Balcon du Guadalquivir*
- 2006** ➔ Parfum masculin *Terre d'Hermès*
- ➔ Service de porcelaine *Cheval d'Orient*
- 2007** ➔ Sac *Lindy*
- ➔ Carrés 70 en soie vintage
 - ➔ Parfum féminin *Kelly Calèche*
 - ➔ Service de porcelaine *Fil d'argent*
 - ➔ Bijoux en or rose et diamants bruns
- 2008** ➔ Sac *Jypsière*
- ➔ Agenda *Horizon*
 - ➔ Premier carré *Hermès Éditeur*
 - ➔ Parfum *Un Jardin après la mousson*
- 2009** ➔ Selle *Victoria*
- ➔ Carrés surteints *dip dye*
 - ➔ Colognes *Hermès*
 - ➔ Service de porcelaine *Mosaïque au 24*
 - ➔ Montre *Cape Cod Tonneau*





- 2010**
- Première collection de haute bijouterie
 - Service en faïence *Les Maisons enchantées*
 - Selle *Talaris*
 - Parfum *Voyage d'Hermès*
 - Réédition de meubles Jean-Michel Frank par Hermès
 - Sac *Toolbox*
- 2011**
- Service de porcelaine *Bleus d'Ailleurs*
 - Sac *Berline*
 - Parfum *Un Jardin sur le toit*
 - Montre *Arceau Le Temps suspendu*
 - Première collection de tissus d'ameublement et papiers peints
- 2012**
- Parfum féminin *Jour d'Hermès*
 - Cravates 8 cm en heavy twill de soie
 - Deuxième collection de haute bijouterie
- 2013**
- Selle *Hermès Cavale*
 - Sac *Maxibox*
 - Bicyclette *Le Flâneur d'Hermès*
 - Service de porcelaine *Rallye 24*
 - Meubles d'appoint *Les Nécessaires d'Hermès*
- 2014**
- Sac *Oxer*
 - Stylo *Nautilus*
 - Montre *Faubourg*
 - Troisième collection de haute bijouterie
 - Collection *Le Parfum de la maison*
 - Service à thé et dessert *H-Déco*
 - Collection de luminaires
- 2015**
- Sac *Octogone*
 - Sac *Cherche-Midi*
 - Montre *Slim d'Hermès*
 - Parfum *Le Jardin de Monsieur Li*
 - Service de porcelaine *Voyage en Ikat*
 - Porte-documents *Cityhall*
- 2016**
- Sac *Verrou*
 - Sac *Bâton de Craie*
 - Selles de dressage *Hermès Arpège* et *Hermès Allegro*
 - Service de porcelaine *Carnets d'Équateur*
 - Parfum féminin *Galop d'Hermès*
 - Quatrième collection de haute bijouterie
- 2017**
- Sac *Hermès Cinhetic*
 - Parfum féminin *Twilly d'Hermès*
 - Collection de bijoux *Chaîne d'ancre punk*
 - Service de porcelaine *Tie-Set*
 - Ligne d'objets pour la maison *Liens d'Hermès*



RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

TOUS ARTISANS DE NOTRE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Depuis plus de six générations, la maison Hermès se nourrit des valeurs de l'artisanat, portées par l'ensemble de ses collaborateurs. Cette culture de l'artisanat, une réalité concrète, incarnée par plus de 4 500 artisans employés en France, contribue à sa singularité, notamment en matière de développement durable.

Les attributs de l'artisanat permettent de mieux comprendre cet état d'esprit et le sens des actions d'Hermès en la matière.

– Le sens de la responsabilité

Notre exigence est comparable à celle du maroquinier qui fabrique son sac, contrôle toutes les étapes et le signe de sa griffe, sans compromis sur la qualité et le savoir-faire. Hermès est engagé par ses actes et assume ses responsabilités.

– L'authenticité et la franchise

Le bon artisan ne triche pas, ni avec la matière, ni avec la façon. Il sait que l'envers vaut l'endroit. Cette intégrité de l'artisan – et, par là-même, des collaborateurs de la maison – à l'égard des matières et de son travail se prolonge naturellement dans sa relation avec son environnement économique, social et écologique. Le projet développement durable se déploie dans cet esprit de sincérité, d'exigence et d'amélioration continue. Il repose sur des réalisations davantage que sur des engagements hypothétiques. Il recherche l'efficacité à long terme.

– Le temps de bien faire, ensemble

Le sellier ne saute pas une étape pour gagner du temps, et sait terminer ce qu'il a commencé. Nos actions du développement durable mettent en perspective des situations complexes, et tiennent compte des rythmes des écosystèmes humains et environnementaux. Elles prennent le temps de bien faire les choses pour qu'elles soient pérennes.

Le développement durable chez Hermès s'ancre ainsi dans les valeurs fondatrices de la maison. Ces valeurs sont un profond moteur dans un groupe familial qui produit en interne plus de 70 % de ses objets et maîtrise donc l'essentiel de sa chaîne de valeur. Il repose sur la diffusion de notre culture, sur une stratégie claire et le déploiement coordonné de nombreuses actions, en favorisant une approche décentralisée et des initiatives locales. Il s'appuie sur les métiers, les filiales, les services d'Hermès International, mais aussi sur petit h et la Fondation d'entreprise Hermès. Notre ambition est d'être « tous artisans de notre développement durable ».

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) d'Hermès est la manière par laquelle le groupe intègre les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans ses activités et dans ses interactions avec ses parties prenantes sur une base volontaire.

GOUVERNANCE

La gouvernance en matière de développement durable est assurée par :

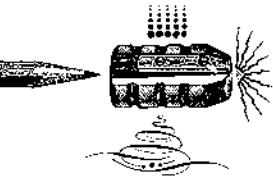
– **le Comité développement durable**, auquel participent deux membres du Comité exécutif, qui supervise depuis 2007 les actions en matière de développement durable.

– **la Direction du développement durable** du groupe, rattachée à un membre du Comité exécutif, qui met en œuvre la stratégie et anime la démarche auprès de toutes les directions opérationnelles et filiales du groupe, en France et à l'étranger.

Les principaux métiers et filiales, et les fonctions corporate de la maison animent à leur niveau des Comités développement durable locaux qui pilotent le déploiement de la démarche.

– En 2017 par exemple, Hermès Chine a créé un Comité stratégique développement durable, ainsi qu'un Comité développement durable constitué de 11 membres et un réseau de 23 ambassadeurs en magasins.





OUTILS

Le groupe a développé et met à jour régulièrement des outils pour appuyer et déployer sa démarche, construits avec une approche participative, notamment :

- **La charte éthique**, qui réaffirme la volonté du groupe de respecter certains principes fondamentaux dans les relations d'Hermès avec ses parties prenantes et la société.
- **Le code de conduite des affaires**, qui pose les principes directeurs de la maison sur des sujets opérationnels (les activités extra-professionnelles, les avantages et cadeaux, le blanchiment et la corruption, la confidentialité, la gestion des conflits d'intérêts et les délits d'initié, le harcèlement, l'utilisation des ressources du groupe...). Il prévoit un dispositif d'alerte matriciel (géographique et fonctionnel).
- **Le cadre stratégique** « Tous artisans de notre développement durable », diffusé depuis 2015.

Ce référentiel balise l'empreinte qu'Hermès souhaite laisser sur le monde autour de **trois axes et six ambitions** :

- Premier axe

Les femmes et les hommes
Le développement et la transmission des **savoir-faire** des artisans Hermès et, plus largement, de ses équipes, sont le socle de son développement durable. L'épanouissement et l'accomplissement des **collaborateurs**, la promotion d'une diversité de talents, sont une priorité et l'un des moteurs d'une croissance durable.

- Deuxième axe

La planète
Le respect des **matières premières** de qualité, au cœur de la singularité de la maison, garantit la pérennité des activités du groupe. La quête de solutions pragmatiques et ambitieuses à long terme permet de mieux maîtriser nos impacts sur **l'environnement** tout au long de la chaîne de valeur.

- Troisième axe

Les communautés
Le développement des **fournisseurs et partenaires** passe par des relations équilibrées, bienveillantes et exigeantes, tout en assurant le respect des ambitions sociales, environnementales et éthiques de groupe. Par le dialogue et le développement de relations harmonieuses d'une entreprise citoyenne avec ses **parties prenantes**, l'ambition du groupe est réaffirmée autour de sa responsabilité territoriale d'entreprise.

D'autres outils sont utilisés par les équipes, tels des référentiels techniques (immobilier, fournisseurs, éco-gestes...), un site intranet dédié « Harmonie Hermès » et une plateforme collaborative « Agora ».

Hermès soutient les engagements de l'ONU en matière de développement durable et adhère au Global Compact.

- Le groupe Hermès exploite 52 sites de production, dont 41 en France, répartis sur 46 localisations géographiques (dont 35 en France, 2 en Suisse, 2 aux États-Unis, 4 en Australie, 1 en Grande-Bretagne et 2 en Italie), auxquels s'ajoute une plateforme logistique à Bobigny. Les produits Hermès sont distribués dans le monde à travers 304 magasins exclusifs. À Paris, le groupe occupe une surface de bureaux d'environ 27 000 m², tandis qu'à Pantin, Hermès occupe des surfaces de production et de bureaux, dont l'Espace Jean-Louis Dumas inauguré en 2015 et la Cité des métiers, récompensée par le prix de l'Équerre d'argent 2014.

ANIMATION DE LA DÉMARCHE

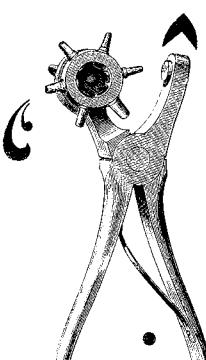
Les filiales et entités du groupe initient et suivent de multiples projets en matière de développement durable tout au long de l'année. Par exemple, ces comités travaillent sur les sujets de recyclage et d'innovation matières, de construction durable, de logistique...

..... SAVOIR-FAIRE



Les savoir-faire des artisans, et plus largement des collaborateurs, sont essentiels pour notre développement à long terme sur des bases saines. Notre modèle artisanal repose sur la transmission d'une culture et de savoir-faire dans une logique de compagnonnage : « Ce qu'on a reçu, on le donne. » Hermès contribue à leur maintien et à leur développement en soutenant des formations externes dans les territoires où il est implanté, mais aussi et surtout par de nombreuses actions internes.

En 2017, 12 entreprises du groupe sont reconnues par le label « Entreprise du patrimoine vivant » : Hermès Sellier, la Holding Textile Hermès, les Établissements Marcel Gandit, les Ateliers A.S., Siegl, les Ateliers de Tissage de Bussières et de Challes, Beyrand, la cristallerie Saint-Louis, Puiforcat, John Lobb et les Tanneries du Puy.

.....
Pièces de cuir
découpées, prêtes à
être assemblées dans
les ateliers de Pantin.



LES FEMMES ET LES HOMMES

RECRUTER ET ACCOMPAGNER LA MOBILITÉ

Avec presque 13 500 collaborateurs dans le monde, dont 62 % en France, Hermès poursuit le développement de son projet autour d'équipes diversifiées, presque la moitié dans la filière production française. Le groupe est présent dans plus de 30 pays, avec des équipes largement féminisées (67%).

Depuis 2014, le site Internet www.hermesemployeur.com permet d'affirmer l'identité et de faire connaître la richesse des métiers de la maison.

La mobilité interne est facilitée par la plateforme interne *My Way* et grâce à un Comité mobilité interne mensuel.

En 2017, la maison a été classée cinquième au classement des *Top Companies* du réseau LinkedIn.

- 69 240 candidats ont postulé en 2017 sur www.hermesemployeur.com, (plus d'un million de visites), plus de 2 000 offres (CDI, CDD, stages, alternance) ont été publiées.
- 528 postes mis en avant sur la plateforme *My Way*, 38 postes pourvus en interne.
- La page LinkedIn, traduite en 8 langues, compte plus de 186 000 followers et 6 000 visites par mois.

La transmission de la culture participe à l'engagement des collaborateurs et favorise le succès de nos actions en matière de diversité et de prise en compte du handicap. Un soin scrupuleux est apporté à la santé et à la sécurité des collaborateurs avec des actions concrètes (développées dans le Document de référence 2017).

EFFECTIFS

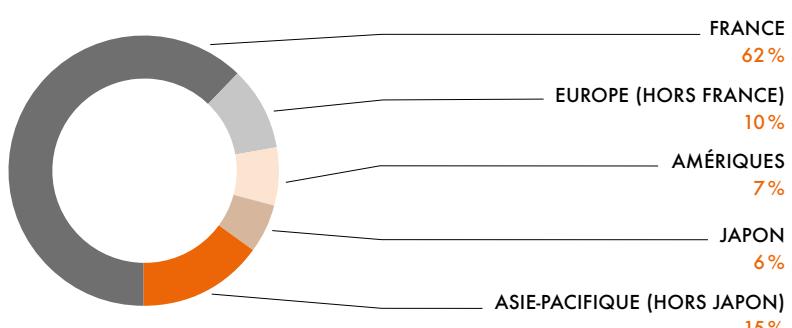
L'effectif global du groupe Hermès inclut les effectifs actifs permanents et les CDD de plus de neuf mois, y compris les contrats d'apprentissage. Les effectifs actifs permanents représentent 95 % de l'effectif global, qui s'élève à 13 483 personnes au 31 décembre 2017.

- **Le groupe conserve un équilibre dans sa croissance et maintient une répartition par filière stable.**
La filière production comprend 92 % de son effectif en France.
Répartition des effectifs par filière :
- vente 38 %
- support 16 %
- production 46%



RÉPARTITION DES EFFECTIFS PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Les effectifs progressent dans toutes les régions afin de soutenir le développement du groupe.



RÉPARTITION FEMMES ET HOMMES – ANCIENNETÉ

La politique du groupe vise à s'assurer de l'absence de discrimination. À tous niveaux de hiérarchie et dans toutes les activités, le groupe est majoritairement composé de femmes : 60% des managers, 67% au total des effectifs, une femme est membre du Comité exécutif du groupe. Hermès favorise le développement des compétences et des carrières longues. L'ancienneté moyenne est de neuf ans. Si 44% de l'effectif total a moins de cinq ans d'ancienneté compte tenu de la croissance, plus d'un tiers a plus de dix ans d'ancienneté.

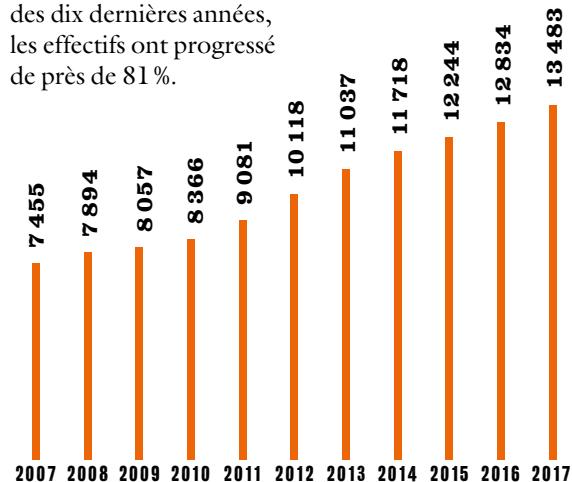
EMPLOI

Au cours des dix dernières années, le groupe n'a pas procédé à des restructurations pour motifs économiques ayant des conséquences sur l'emploi. Lors des opérations de développement (créations de sites), les éventuels transferts se font sur la base du volontariat. En France, les licenciements individuels ont concerné 72 personnes en 2017 (94 en 2016).



ÉVOLUTION DE L'EFFECTIF GLOBAL DU GROUPE

Au cours des dix dernières années, les effectifs ont progressé de près de 81 %.



RÉPARTITION DES POSTES SUPPLÉMENTAIRES

Le groupe a renforcé ses effectifs de 649 emplois en 2017. La filière production est la plus concernée, avec 326 postes supplémentaires, afin d'augmenter les capacités de production et de sécuriser les savoir-faire et approvisionnements. 265 postes ont été créés dans la filière vente.

ASSOCIER TOUS LES COLLABORATEURS À LA CROISSANCE

La masse salariale du groupe est de 639 millions d'euros. En France, le groupe a versé 70,7 millions d'euros de participation et d'intéressement à ses collaborateurs.

Hermès a mis en place plusieurs plans d'actionnariat salarié, et notamment des plans d'actions gratuites en 2007, 2010, 2012 et 2016.

Ces plans sont assortis de périodes d'acquisition des droits de quatre à cinq ans, de conditions de présence et, pour une partie des attributions, de conditions de performance.

- 11 300 salariés du groupe ont bénéficié des derniers plans d'attribution gratuite d'actions (mis en place en 2016) portant sur un total de 806 060 actions.

LES RELATIONS SOCIALES

DIALOGUE SOCIAL

Le dialogue social est organisé dans chaque pays en fonction des législations et réglementations locales.

LIl est structuré, en France, par entreprise, afin de respecter les réalités de chaque situation. Un comité de groupe se réunit une fois par an pour partager le bilan de l'année écoulée et les perspectives futures. En complément, une Commission de suivi du dialogue social France a été mise en place en 2008.

En 2017, en France, plus de 57 accords et avenants ont été signés, dont **un premier sur le handicap**.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

L'épanouissement des collaborateurs et la performance économique passent par l'intégration et un management responsables.

L'intégration responsable repose sur la conviction que la diversité des talents est une richesse de créativité et d'innovation pour Hermès. Afin de faciliter leur intégration, le groupe a lancé en 2017 un programme de formation dédié au management des diversités et à la lutte contre les discriminations auprès de ses managers de proximité. Hermès aide aussi les personnes fragilisées en développant des actions pour l'insertion sociale. En 2017, une clause sociale d'insertion a été mise en place dans ses appels d'offres des services généraux, par exemple.

Le management responsable a pour ambition de :

- renforcer les actions dans le domaine de la sécurité et de la santé au travail ;
- responsabiliser et accompagner chacun dans la réalisation de son travail ;
- renforcer le bien-être au travail et permettre de mieux concilier vie professionnelle et vie personnelle ;
- donner un sens différent à l'engagement en encourageant ceux qui le désirent à s'investir dans des projets solidaires.

ÉGALITÉ DE TRAITEMENT

Le groupe est très attaché aux principes de reconnaissance et de respect, quels que soient l'origine, le genre, la situation familiale et le métier de chacun. Ce respect des différences est présenté aux collaborateurs dans la charte éthique garante de l'objectivité, l'égalité des chances et la promotion de la diversité sans discrimination dans le recrutement, les évolutions de carrière et la gestion quotidienne. Il fait également l'objet d'un chapitre spécifique dans la formation au management des diversités déployées auprès de l'ensemble des managers. Le recrutement des collaborateurs respecte la diversité des profils partout où Hermès opère.

EMPLOI DES TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Après un diagnostic réalisé en 2016, Hermès s'engage en 2017 par un premier accord Handicap Groupe, signé le 15 juin avec toutes les organisations syndicales représentatives au sein du groupe, puis agréé par les Directeurs (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi) de Paris le 14 décembre. Cet accord triennal 2018-2019-2020 comporte des objectifs volontaristes pour progresser dans le recrutement, l'intégration et le maintien dans l'emploi de celles et ceux qui sont confrontés à une situation de handicap. Par cet accord, Hermès affirme sa volonté en faveur du handicap en interne, mais aussi du développement des achats auprès du secteur aidé et protégé, et également en matière de communication, de sensibilisation et de formation. Sans attendre le démarrage de cet accord, des ateliers « Journées de mobilisation, partenariats, embauches » ont été menés cette année au sein des sites français. Des collaborateurs des magasins ont par ailleurs été formés à l'accueil des clients en situation de handicap, et l'ensemble des registres d'accessibilité des magasins ont été finalisés.

Le taux d'emploi en France de personnes en situation de handicap pour 2017 est de 4 % (hors minoration), en progression par rapport à l'année dernière (3,8%). Ce taux inclut l'emploi direct de 283 personnes en situation de handicap en équivalent temps plein. Au sein des Pôles Cuir, Textiles et Hermès Maison, principaux employeurs en France, le taux d'emploi 2017 est légèrement supérieur à 5,50 %. En 2017, la cristallerie Saint-Louis atteint 7,70 % de travailleurs en situation de handicap.

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Les métiers et les filiales animent une fonction Environnement, hygiène, sécurité (EHS) de manière précise, notamment dans le domaine industriel avec un réseau EHS spécifique. En France, en 2017, le taux de fréquence des accidents de travail – dans un contexte très industriel (69 % de l'effectif) – est de 14,8 (taux de gravité 0,75). Métier par métier, il est inférieur aux moyennes sectorielles. À l'international, le taux de fréquence est de 4 et le taux de gravité de 0,08. Globalement, au niveau du groupe, le taux s'établit à 10,1 (taux de gravité 0,46).

COMMUNICATION INTERNE

Chaque semaine, le site intranet Toile H (également accessible pour les collaborateurs depuis leur domicile) informe sur la vie du groupe. Plus de 300 articles ont été publiés en 2017. Une section spécifique, Harmonie Hermès, reprend les sujets liés au développement durable.

PARTAGER LE PROJET D'ENTREPRISE

De grands moments de rencontre ont jalonné cette année, l'occasion de renforcer la transmission de la culture d'entreprise.

- Plus de 2 400 collaborateurs lors du Forum H à Lyon.
- 315 directeurs des filiales de distribution réunis à Madrid.
- 2 500 collaborateurs réunis au Grand Palais, à Paris, pour découvrir l'exposition *Hermès à tire-d'aile – Les mondes de Leïla Menchari*.

Dans les filiales, des événements ont lieu au sein du Pôle Tanneries (dix ans au sein d'Hermès), auprès d'Hermès Parfums (quarante ans du site du Vaudreuil), à Chengdu pour un Forum Hermès China (vingt ans d'Hermès en Chine) ou encore chez l'imprimeur Beyrand (plus de quatre-vingt-dix ans de savoir-faire).



Peu importent l'identité, le parcours ou l'âge, c'est la dextérité et la capacité d'apprentissage qui contribuent à identifier les futurs talents d'Hermès.

LES MATIÈRES

La pérennité des activités d'Hermès repose sur la disponibilité des matières premières d'exception qui sont à l'origine des produits et de la singularité de la maison. En acteur conscient, Hermès respecte, protège et travaille à rendre durables les matières qui font ses objets. Celles-ci sont toutes naturelles et renouvelables. Elles sont obtenues dans le souci du respect des réglementations et bonnes pratiques, avec une constante recherche de la meilleure qualité et de l'éthique.

L'approche du groupe, constante depuis des décennies, est de toujours mieux connaître ses filières d'approvisionnement, de les consolider pour assurer la qualité au plus haut niveau d'exigence, et de les développer pour préparer la croissance future. Chaque jour, en bons artisans, les sites de production se concentrent sur l'optimisation de l'utilisation de matières rares et précieuses.

ENVIRONNEMENT

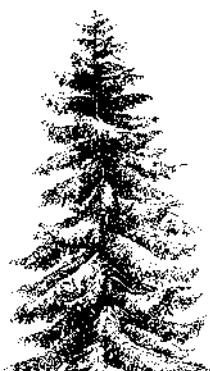
Le respect de la nature est une valeur forte et constante d'Hermès. Des solutions pragmatiques et ambitieuses à long terme pour préserver l'environnement sont systématiquement recherchées, en tentant de faire mieux que la réglementation chaque fois que cela est possible. La priorité est de maîtriser nos impacts sur l'ensemble de notre chaîne de valeur, de notre amont agricole à la distribution, des achats à nos processus internes. Cet engagement est un état d'esprit qui passe par l'implication de chacun, des éco-gestes du quotidien à une culture EHS renforcée sur les sites. Le rapport environnemental du groupe inclut les entités industrielles de production et de logistique contrôlées par la maison, ainsi que l'immobilier, les bureaux et les magasins. (La performance environnementale du groupe est détaillée pages 81 à 99 du Document de référence 2017.)

Sur les dix dernières années, le groupe a maintenu son ambition de découplage de ses consommations industrielles d'eau ($\times 1,7$) et d'électricité ($\times 1,3$) par rapport à sa croissance ($\times 3,1$). En 2017, les deux tiers de l'électricité consommée par le groupe sont d'origine verte. Par ailleurs, le groupe compense une partie de ses émissions carbone avec le programme Livelihoods (lire aussi p. 31).

FOURNISSEURS ET PARTENAIRES



La majeure partie de la production d'Hermès est intégrée dans la continuité de sa stratégie de préservation de savoir-faire uniques et de sécurisation des approvisionnements. Notre capacité à grandir est cependant aussi liée au développement de nos fournisseurs, dont les savoir-faire d'exception et les succès de demain contribueront à ceux du groupe. Les sous-traitants et fournisseurs de la maison sont, pour la majorité, des partenaires depuis de nombreuses années, et cette stabilité des relations permet d'inscrire dans le temps une étroite collaboration sur de nombreux sujets. Soucieux d'accompagner tous ses partenaires durablement, d'entretenir des relations équilibrées avec bienveillance et exigence, Hermès s'assure qu'ils partagent et respectent ses ambitions sociales, environnementales et éthiques. Conscient de sa responsabilité sociétale, le groupe fait aussi appel au secteur aidé en France pour ses achats directs et indirects.



PARTIES PRENANTES ET ANCORAGE TERRITORIAL



Hermès joue un rôle d'entreprise citoyenne là où elle opère.

La maison souhaite contribuer à la création de valeurs et au développement durable des territoires (pays, régions et villes) où elle est implantée, notamment par des emplois durables et des actions locales économiques, sociales, culturelles... Hermès assume sa responsabilité territoriale d'entreprise.

Les valeurs d'Hermès s'expriment également à travers la Fondation d'entreprise Hermès, créée en 2008, qui soutient des projets de mécénat valorisant les savoir-faire, la transmission et la biodiversité (lire aussi p. 32).

UN RÔLE AUPRÈS DES COMMUNAUTÉS

Tous les sites de production et de distribution entretiennent un dialogue constant avec les autorités locales et les parties prenantes dans l'objectif d'une bonne insertion dans le tissu local, de rapports de confiance et de bon voisinage. Notre logique de développement industriel est de créer des sites de production à taille humaine (250 personnes environ), insérés dans leur écosystème local, et repose sur un dialogue constant avec nos parties prenantes.

- Avec près de 80 sites (manufactures, magasins, sites logistiques, bureaux), la maison Hermès est présente dans 11 des 13 régions françaises.
- Pour mémoire, 438 emplois ont été créés en France en 2017.

UNE IMPLICATION LOCALE

Chaque métier et chaque site s'ancrent localement par des actions de proximité créant du lien entre la maison et son environnement local. En 2017, 3 200 artisans selliers-maroquiniers se répartissent dans 16 manufactures entre Paris, Pantin et diverses régions en France, parmi lesquelles les deux sites suivants ont été inaugurés cette année :

La Ganterie de Saint-Junien, en Haute Vienne, dans une ancienne usine de lavage de laine de mouton réaménagée, accueille les 130 artisans issus du centre-ville.
La Maroquinerie de Normandie, installée dans une nouvelle manufacture au cœur du Pôle artisanal Hermès Maroquinerie-Sellerie, accueille 130 collaborateurs. La première implantation de ce site remonte à 1977.

Plusieurs manufactures (Héricourt, Maroquinerie de Belley, Maroquinerie Nontronnaise, Maroquinerie de la Tardoire) s'impliquent dans leurs tissus locaux respectifs à travers des équipes sportives, des accompagnements de demandeurs d'emploi, des partenariats avec des lycées, des soutiens d'associations, etc. Les autres métiers sont tout autant dynamiques, notamment à travers l'organisation de journées portes ouvertes qui permettent de diffuser la richesse des savoir-faire artisanaux.

HERMÈS HORS LES MURS

En 2017, le festival Hermès hors les murs s'est déplacé à Tokyo, Nagoya, Hakata et Milan, permettant à plus de 127 000 visiteurs de rencontrer les artisans de dix métiers différents et découvrir les savoir-faire artisanaux de la maison, et par extension l'excellence française (lire aussi p. 87).

DES DÉMARCHES ENGAGÉES

Chaque collaborateur peut, à sa façon et au travers d'actions simples, construire demain. Une multitude de dispositifs existent chez Hermès : partenariats avec des établissements scolaires et des associations, dons divers à vocation charitable, projets d'accès à la culture, collectes de sang, distribution de « paniers solidaires » de fruits et légumes au profit d'associations, et aussi participation aux initiatives de sensibilisation aux enjeux du développement durable. La Fondation d'entreprise Hermès, via l'appel à projets internes H³ – Heart, Head, Hand, permet par exemple aux collaborateurs engagés dans une association de se porter candidats afin que celle-ci soit aidée par la Fondation.

- Pour mémoire, la Fondation d'entreprise dispose du plus gros budget (rapporté au chiffre d'affaires) des Fondations françaises en 2017. (source : étude Carenews février 2018).



Grâce au fonds Livelihoods, six millions d'arbres ont été plantés dans la vallée d'Araku, en Inde.

- Plus d'un million de personnes touchées par les 9 projets de Livelihoods, et plus de 130 millions d'arbres replantés.
- 10 millions de tonnes de CO₂ séquestrées ou évitées.

En 2017, en complément des actions de la Fondation, et d'initiatives déjà existantes, la Direction générale du groupe a demandé aux filiales de distribution à l'international de renforcer leurs actions locales en matière d'actions génératrices, en favorisant notamment l'ancrage territorial. Une méthodologie groupe sur le mécénat de compétences a été élaborée en 2017 en France. Dans ce cadre, un partenaire bénéficie d'une opération de mécénat de compétences autour de sujets en ressources humaines.

LIVELIHOODS

Hermès est partenaire depuis 2012 du fonds Livelihoods, qui vise à améliorer durablement les conditions de vie de communautés défavorisées en développant des projets à large échelle ayant un réel impact contre le changement climatique (www.livelihoods.eu). Au 31 décembre 2017, l'ensemble des investisseurs, dont Hermès, s'est engagé à investir environ 38 millions d'euros dans le fonds Livelihoods. Les projets génèrent des bénéfices pour les communautés locales, pour les écosystèmes, mais également pour les dix partenaires du fonds, qui obtiennent, au prorata de leur

investissement et du développement des projets, des crédits carbone à fort impact environnemental et social. Menés à très large échelle pour des périodes allant de dix à vingt ans, les neuf projets en cours se répartissent entre l'Afrique, l'Asie et l'Amérique latine autour des enjeux suivants :

- restauration et préservation d'écosystèmes naturels. Près de 18 000 hectares de mangrove ont ainsi été replantés au total en Casamance, dans le delta du Gange et en Indonésie ;
- agroforesterie et restauration des sols par des pratiques agricoles durables, comme dans la vallée d'Araku en Inde (6 millions d'arbres plantés), au Guatemala (4 000 hectares d'arbres et de plantes vivrières concernés), au Kenya (30 000 petites exploitations agricoles et laitières accompagnées dans un modèle agricole respectueux) ;
- accès à l'énergie rurale réduisant la déforestation : au Kenya, 60 000 ménages ont été équipés de foyers à bois améliorés. Au Burkina Faso, 30 000 foyers améliorés ont été installés. Au Pérou, 30 000 foyers à bois améliorés sont désormais utilisés par des familles en grande pauvreté, également sensibilisées aux gestes sanitaires élémentaires.

En décembre 2017, le sixième anniversaire du fonds Livelihoods a été célébré chez Hermès, à l'Espace Jean-Louis Dumas à Pantin, par plus de 800 personnes (actionnaires, collaborateurs Hermès, ONG partenaires et amis). À cette occasion, le lancement d'un second fonds carbone a été annoncé, avec un objectif d'investissement de 100 millions d'euros pour améliorer la vie de 2 millions de personnes et éviter (ou séquestrer) plus de 25 millions de tonnes de CO₂ sur les vingt prochaines années.

Hermès a annoncé sa participation à ce second fonds, un projet ambitieux qui s'inscrit sur le long terme, en lien avec ses racines artisanales.

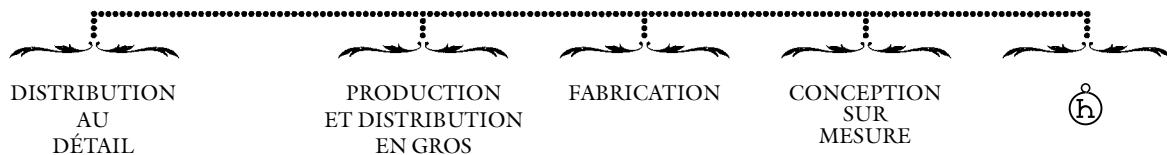
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ



HERMÈS INTERNATIONAL

DESCRIPTION SOMMAIRE DU GROUPE AU 31.12.2017

MARQUE HERMÈS

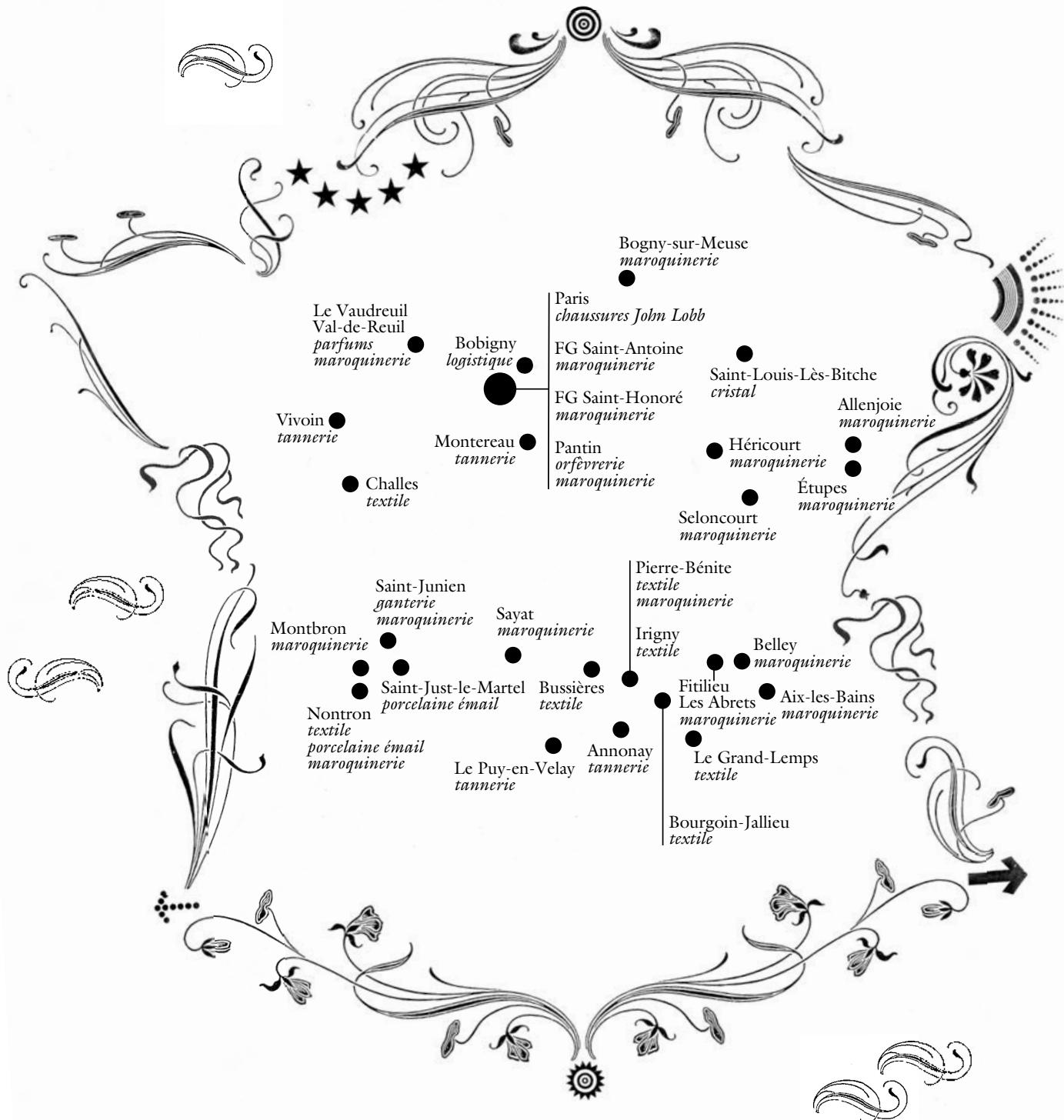


AUTRES MARQUES

Chaussures John Lobb
Cristallerie Saint-Louis
Puiforcat
Shang Xia

Tissus d'ameublement:
Verel de Belval
Bucol
Créations Métaphores
Le Crin

CARTE INDUSTRIELLE DE FRANCE



FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS



DIX ANS D'ENGAGEMENT

En créant la Fondation en 2008, les dirigeants de la maison ont souhaité renforcer l'impact du mécénat d'Hermès tout en assurant sa pérennité. Amplifier certes, mais selon quelles modalités ? Il s'agissait de circonscrire nos axes d'interventions tout autant que notre manière d'intervenir. Promouvoir les savoir-faire, soutenir la création, favoriser la transmission sont ainsi devenus nos impératifs pendant que nous décidions de privilégier la formation aux métiers, ainsi que la réalisation de projets inventifs et innovants dans chacun de ces domaines. Nous prolongeons les valeurs humanistes d'Hermès en proposant des réponses à des besoins que nous identifions dans le champ de l'intérêt général. Progressivement, les contours de la Fondation et ses modes d'actions se sont précisés, ce qui nous a conduits à élaborer des programmes très ciblés dont nous sommes les concepteurs, et pour certains également les opérateurs sur le terrain.

Depuis plusieurs années, nous menons une réflexion sur les actions à engager pour promouvoir l'artisanat dans la société, notamment auprès des générations les plus jeunes. En 2016, nous avons pu ainsi mettre en place notre programme **Manufacto, la fabrique des savoir-faire** avec l'accord décisif de l'Académie de Paris. La réussite de cette première édition nous a confortés dans la volonté de l'étendre dans les années à venir. Éprouver « le plaisir de faire » sert de levier pour découvrir les métiers de l'artisanat tout en étant une école du regard. Parallèlement, la troisième édition de l'**Académie des savoir-faire**, dédiée au métal, a de nouveau fédéré un large public autour des enjeux contemporains d'un matériau et de ses savoir-faire. En s'adressant au public scolaire ou aux professionnels, chacun de ces programmes exprime notre conviction que l'artisanat représente un métier à la fois propice à l'épanouissement et tourné vers l'avenir. S'ils sont indéniablement transmis en héritage, les savoir-faire sont aussi en évolution constante et attentifs aux innovations : ils s'inscrivent *de facto* dans le monde contemporain.

En complémentarité, la Fondation s'implique dans le champ de la création artistique. Le fondement de notre action est de favoriser la liberté d'expression en donnant aux artistes le temps d'inventer les modalités de leur propos, en donnant aussi au public l'accès à une intelligence sensible, critique et politique. Nous avons fait le choix d'accompagner les formes de notre temps – celles qui seront le patrimoine de demain – en soutenant la réalisation de nouvelles œuvres. Qu'il s'agisse de **New Settings**, des **expositions** de la Fondation, des **résidences d'artistes** ou de **Immersion, une commande photographique franco-américaine**, ces quatre programmes engagent les artistes à travailler dans des contextes qui déplacent leur pratique. Prendre des risques artistiques – sur le plateau d'un théâtre comme dans les ateliers d'une manufacture – contribue à l'émergence

Programme
Manufacto : séance de découpe d'une lampe en bois par une classe de CM1 de l'école élémentaire La Motte Picquet, à Paris.



de formes inédites. Depuis dix ans, nombreux de créateurs se sont aventurés avec succès sur de nouveaux territoires, artistiques et géographiques, grâce au soutien de la Fondation. Nombre de spectateurs et visiteurs ont été émus, stimulés, voire ébranlés par des œuvres d'une grande intensité. La Fondation est heureuse de contribuer non seulement à l'émergence de créations parmi les plus audacieuses, mais aussi à leur diffusion auprès d'un public toujours plus nombreux.

Une des forces d'une fondation telle que la nôtre doit être son ancrage au sein même de l'entreprise. Susciter l'adhésion et la participation de nos collègues a été rendu possible grâce à notre culture commune. À ce titre, le programme **H³ – Heart, Head, Hand** a été un véritable accélérateur dans la compréhension de notre mission d'intérêt général et dans l'échange avec les collaborateurs de la maison. Au cours des deux éditions du programme H³, ceux-ci nous ont permis de soutenir des projets remarquables par leur pertinence et leur impact dans les champs de la transmission des savoir-faire, l'accès à la culture et la préservation de la biodiversité. Par ailleurs, le soutien que nous apportons à WWF renforce notre engagement en faveur de la **biodiversité**, dans le prolongement des actions menées dans ce domaine en partenariat avec l'Iddri depuis la création de la Fondation.

Agir en faveur du bien commun est un acte d'altruisme qui induit de fait le respect de l'autrui, une prise de parole d'autant plus importante dans un monde complexe. Chacun de nos interlocuteurs, qu'il s'agisse d'artisans, d'artistes, de bénévoles ou de responsables d'organismes d'intérêt général, incarne cette responsabilité d'agir pour un monde pacifique et équitable. L'exemplarité de leurs « gestes créateurs » constitue le moteur de notre action.

CATHERINE TSEKENIS
Directrice de la Fondation d'entreprise Hermès

En 2017

- 20 classes réparties entre Paris, Créteil et Nice – soit environ 500 élèves – accueillent le programme Manufacto, la fabrique des savoir-faire pour l'année scolaire 2017-2018.
- La troisième édition de l'Académie des savoir-faire, dédiée au métal, a réuni 11 artisans, 6 designers et 4 ingénieurs pour une réflexion collective et prospective dédiée à ce matériau.
- La septième édition de New Settings a proposé 16 spectacles soutenus en production et présentés dans plusieurs institutions culturelles en Île-de-France. Trois spectacles ont par la suite été présentés à New York dans le cadre du festival Crossing the Line.
- Dans les 5 galeries que la Fondation supervise en Europe et en Asie, 24 artistes ont été accueillis, produisant des œuvres inédites pour 13 expositions.
- 2 photographes ont bénéficié du programme de résidences croisées Immersion, une commande photographique franco-américaine.
- Au terme de l'année 2017, l'exposition Les Mains sans sommeil présentée au Palais de Tokyo, à Paris, a accueilli 13 498 personnes. Elle rendait compte des 9 résidences d'artistes qui se sont déroulées dans les manufactures Hermès de 2014 à 2016.
- 23 projets portés par des collaborateurs ont été soutenus dans le cadre de la deuxième édition du programme H³ – Heart, Head, Hand.

ÉVOLUTION GÉNÉRALE

RENTABILITÉ HISTORIQUE EN 2017

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe atteint 5 549 M€. Il progresse de + 9 % à taux de change constants et de + 7 % à taux de change courants. Le résultat opérationnel, en croissance de 13 %, s'élève à 1 922 M€ (34,6 % des ventes) et le résultat net, en progression de 11 %, atteint 1 221 M€.

Axel Dumas, gérant d'Hermès, a déclaré : « Hermès réalise une nouvelle année de résultats historiques, fruit de la qualité de nos savoir-faire, du succès de nos créations, mais surtout de l'incroyable engagement des femmes et des hommes d'Hermès que je remercie tout particulièrement. »

SUR L'ANNÉE 2017, TOUTES LES ZONES GÉOGRAPHIQUES SONT EN CROISSANCE

(données à taux de change constants sauf indication explicite)

La forte progression du chiffre d'affaires réalisé en 2017 dans les magasins du groupe (+ 9 %) s'appuie sur une croissance dans toutes les zones géographiques. Hermès a poursuivi le développement qualitatif de son réseau de distribution, avec la réalisation de près d'une vingtaine de rénovations et agrandissements. Hermès a déployé sa nouvelle plateforme Internet au Canada, puis aux États-Unis. Elle sera lancée en Europe au premier semestre 2018, puis en Chine en fin d'année.

L'Asie hors Japon (+ 11 %) poursuit sa belle progression avec des perspectives favorables en Chine continentale et dans les pays d'Asie du Sud. Le contexte s'améliore à Hong Kong et Macao. La région a notamment agrandi et rénové les magasins de Sogo Fuxing à Taïwan, Kowloon Elements à Hong Kong, et de Kuala Lumpur en Malaisie.

Le Japon (+ 4 %), malgré une base de comparaison élevée, progresse solidement grâce à son réseau de distribution sélectif.

L'Amérique (+ 8 %) réalise une belle année, grâce notamment aux États-Unis. Les magasins de Toronto et de Palm Beach ont été rénovés et agrandis en fin d'année. Le Brésil profite de l'ouverture, au mois de juin, du nouveau magasin de São Paulo Iguatemi.



L'Europe (+ 8 %) confirme une excellente performance dans les magasins du groupe. Celle-ci s'appuie notamment sur le succès des ouvertures et agrandissements des magasins de Sloane Street à Londres, de Munich et de Copenhague. La France en particulier (+ 5 %), dont le magasin de l'avenue George V est en cours d'agrandissement, montre une belle progression.

ACTIVITÉ À FIN DÉCEMBRE PAR MÉTIER

(*données à taux de change constants sauf indication explicite*)

Tous les métiers sont en croissance, avec une performance remarquable des métiers Vêtement et Accessoires, des Parfums et des Autres Métiers.

La croissance de la Maroquinerie-Sellerie (+ 10 %) est en ligne avec l'objectif d'augmentation des capacités de production, afin de répondre à la très forte demande, tant pour les sacs iconiques que pour les autres modèles comme les sacs *Constance*, *Halzan*, *Lindy* et *Verrou*. Les projets de développement se poursuivent avec la Manufacture de l'Allan, et le lancement des maroquineries de Guyenne et de Montereau, dont l'achèvement est prévu à horizon 2020.

La division Vêtement et Accessoires (+ 9 %) confirme sa très belle performance, portée par le succès des collections de prêt-à-porter, des accessoires de mode et en particulier des chaussures.

Le métier Soie et Textiles (+ 6 %), qui bénéficie d'une demande soutenue, de la diversité des matières et de la richesse des créations, poursuit sa croissance.

Les Parfums (+ 10 %) sont en forte hausse, grâce notamment au lancement réussi de *Twilly d'Hermès*.

L'Horlogerie (+ 1 %) progresse légèrement, avec une belle performance des ventes dans les magasins du groupe. Les nouveautés horlogères ont été présentées pour la première fois au Salon international de la haute horlogerie (SIHH) à Genève.

Les Autres Métiers Hermès (+ 11 %), qui regroupent la Bijouterie, l'Art de vivre et les Arts de la table, poursuivent leur développement.

LA MARGE OPÉRATIONNELLE ATTEINT UN NIVEAU RECORD À 34,6 % DES VENTES

Le résultat opérationnel courant progresse de 13 % et s'élève à 1 922 M€, contre 1 697 M€ en 2016. La marge opérationnelle (34,6 % des ventes) est en hausse de 2,0 points par rapport à celle de 2016. Cette progression exceptionnelle résulte principalement du succès des collections, de la très bonne productivité des sites de production et de l'impact positif des couvertures de change issues de l'année 2016.

Le résultat net consolidé part du groupe, en croissance de 11 %, s'élève à 1 221 M€, et représente 22 % des ventes, plus haut niveau historique.

La capacité d'autofinancement atteint 1 598 M€, en hausse de 11 %. Elle a permis de financer l'ensemble des investissements opérationnels (265 M€), la distribution du dividende ordinaire (399 M€) et les rachats d'actions (187 M€). Après prise en compte de la baisse du besoin en fonds de roulement (25 M€), la trésorerie nette progresse de près de 600 M€ et s'élève à 2 912 M€ au 31 décembre 2017.

Hermès International a procédé en 2017 au rachat de 433 242 actions pour 187 M€, hors mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité.

CROISSANCE DES EFFECTIFS

Le groupe Hermès a renforcé ses effectifs de près de 650 personnes, dont plus de 400 en France, principalement dans les manufactures et les équipes de ventes.

Fin 2017, le groupe employait 13 483 personnes, dont 8 319 en France.



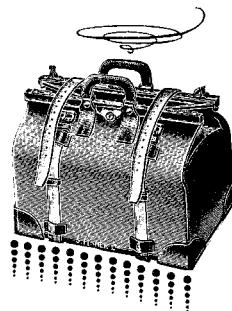
Vitrine du magasin du 24 faubourg Saint-Honoré, Paris, automne 2017.





2 /

AU CŒUR DES MÉTIERS, LES OBJETS HERMÈS



«Hermès est une maison qui essaie d'accompagner avec élégance les hommes et les femmes d'aujourd'hui dans leur vie de tous les jours. C'est cette ambition qui donne à nos objets tout leur sens.»

PIERRE-ALEXIS DUMAS
Directeur artistique d'Hermès



Métier d'origine de la maison Hermès, la Maroquinerie-Sellerie comprend les sacs féminins et masculins, ainsi que les pochettes, porte-documents, bagages, agendas, objets d'écriture et petite maroquinerie, sans oublier les selles, brides, et l'ensemble des objets et vêtements d'équitation. Tous les objets de cuir Hermès naissent de la rencontre entre des matières authentiques, sélectionnées avec exigence, et la main des selliers-maroquiniers qui mettent en œuvre des savoir-faire traditionnels transmis de génération en génération. Ce dialogue patient et quotidien avec le cuir brut, domestiqué et façonné par les artisans, confère à ces objets le supplément d'âme qui fait leur singularité.

LES SACS ET BAGAGES

Les nouvelles collections de 2017 allient esthétisme, savoir-faire et fonctionnalité, et le thème annuel a permis de remettre à l'honneur des objets intemporels puisés dans l'histoire d'Hermès. Face à ces pièces, «le Sens de l'objet» s'impose alors de lui-même. Il en va ainsi de *Fortunio*, réédition d'une élégante pochette des années 30, au fermoir finement ciselé et au mécanisme astucieux. Dans l'univers du voyage, citons également le sac *RD* – du nom de son créateur Robert Dumas – qui a également fait l'objet d'une réédition contemporaine.

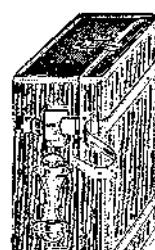
Quant aux classiques de la maison, ils sont apparus sous un nouveau jour cette année : le *Kelly* se pare ainsi d'une poignée aux allures de frontaux des filets d'équitation ou se métamorphose, tout comme le *Birkin* ou le *Constance*, en toile de camp imprimée d'un dessin de chaînes équestres issu du musée Émile Hermès.

Sac *Kelly au galop*
en veau Togo craie.
Poignée parée de
motifs en cuirs tressés
ou travaillés en relief,
aux allures de frontaux
des filets d'équitation.

Le *Constance* a également fait l'objet d'une version haute en couleur, avec l'impression au cadre sur cuir du dessin *On a Summer Day* de Nigel Peake. Pour sa part, le *Bolide 1923* se rapproche de sa version d'origine aux lignes pures. Enfin, il suffit parfois d'une bandoulière pour faire twister un sac ! Qu'il s'agisse de la sangle *Cavale*, d'une bandoulière tressage cuir, d'une version étiquette qui invite à faire frapper ses initiales, ou d'une proposition plus exceptionnelle en box clouté, ces bandoulières permettent d'aborder différemment les grands classiques de la maison.

Parmi les nouveautés de l'année 2017, la ligne *Opli*, à l'allure féminine et décontractée, se distingue par sa nature intrinsèque, à savoir une seule pièce de cuir remarquablement pliée qui aboutit à un sac ou à une pochette au fermoir invisible. Celui de la ligne *Hermès Cinhétique*, au contraire, incarne sa signature même : inspiré par l'art cinétique, ce fermoir ingénieux dessine un H lorsqu'il est verrouillé. Pour ouvrir un sac, une pochette ou une pièce de petite maroquinerie, il pivote pour se métamorphoser en une discrète ligne argentée. Le sac *Hermès Cinhétique* se distingue également par sa

forme, une petite boîte directement inspirée des nécessaires de voyage du Conservatoire – l'occasion de raviver des techniques devenues rares, comme la couture d'angle ou la couture jointure sur la poignée. Les savoir-faire comme les matières d'exception participent pleinement de la création en maroquinerie, qu'il s'agisse d'un fermoir bijou en pierre minérale ou d'un travail minutieux de broderie. Le choix de matériaux spécifiques permet *de facto* de renouveler certains modèles : la ligne *Étrivière* se pare de mouton retourné pour devenir «aviateur». La rigueur du *Plume 40* est adoucie par un nouveau taurillon Maurice qui, alliant souplesse et tenue, lui confère une silhouette plus sport. Le sac *Haut à courroies* fait également peau neuve, réapparaissant en feutre et laine. Enfin, le sac à dos et les polochons de la ligne *Airsilk*, avec ses modèles à l'allure sportive et fluide, émanent directement de la création de la soie Tech – qui présente une finition inédite associant le toucher de la soie à la performance d'une enduction imperméable.



Les créations masculines, à l'esprit urbain, se destinent à l'homme en mouvement, à l'image de la ligne *Cityslide*: qu'il s'agisse de la besace ou de la pochette, les deux objets offrent un volume adaptable grâce à un ingénieux système façon cartouchière. La ligne *Citynews* propose également une besace aux formes épurées, ainsi qu'un porte-documents à la sangle amovible.

Signalons encore la nouvelle pochette *CityHall*, très fonctionnelle, qui se distingue par son fermoir caractéristique, ou encore son sac à dos léger, aux dimensions affinées. Enfin, la collection explore le territoire des nouveaux portés hybrides entre sac et petite maroquinerie : avec ses bretelles réglables inspirées du prêt-à-porter masculin, *Hapache* devient ainsi le kit mains libres de l'homme actif.

LES AGENDAS, LA PETITE MAROQUINERIE ET LES OBJETS D'ÉCRITURE

La petite maroquinerie évolue avec son temps, sans pour autant se prendre au sérieux. À ce titre, une ligne à l'esprit ludique puise son inspiration dans l'univers équestre de la maison. Composée d'un portefeuille long, d'un porte-monnaie et d'un étui à clés, elle doit en effet sa construction – des superpositions de bordures – et ses couleurs vives au camail, couverture de protection des chevaux. Le veau Villandry, un nouveau cuir lisse, légèrement pommelé, lui confère une douceur sans pareille. De nouveaux usages bousculent les formats – si ce n'est l'inverse ! Offrant plusieurs portés, un nouveau

modèle, entre sac et pochette, adopte un fermoir inspiré des archives de la maison qui lui confère une touche vintage. D'autres pièces évoluent pour s'adapter aux usages d'aujourd'hui, devenir pochettes et accueillir des tablettes, tandis que la célèbre couverture du cahier *Ulysse* se dote d'espaces de rangements pour les cartes, téléphones et tablettes.

Enfin, les plus petits objets de la nouvelle ligne d'accessoires sont parfois issus des plus grands savoir-faire. Miniaturisé, un collier de chien des années 20, provenant du musée Émile Hermès, devient un porte-clés aux délicats détails d'orfèvrerie et d'ornements métalliques. Une poignée de malle de la fin des années 20, devenue porte-clés, évoque la plus précieuse des pierres par sa forme en losange, que sublime un gainage de cuir. La finesse, enfin, a constitué un véritable enjeu dans la création des trois nouveaux porte-cartes, fonctionnels et très compacts.

L'ÉQUITATION

L'année 2017 a vu se consolider le succès de la selle Hermès et de ses trois derniers modèles – *Hermès Cavale*, *Hermès Allegro* et *Hermès Arpège*. De fait, l'atelier sellerie du Faubourg a accueilli de nouveaux artisans pour développer les capacités de production. En parallèle, la briderie a poursuivi sa modernisation. La collection s'est étoffée de rênes ultra souples, d'étrivières de dressage mono-brin ainsi que d'un licol, de bridons et d'une sangle mixte ergonomiques, pour le plus grand confort du cheval. L'équipement du cavalier a, lui aussi, fait l'objet d'innovations de pointe, à l'image d'un blouson imperméable, véritable prouesse technique : ultra stretch et totalement imperméable, il présente un montage sans aucune couture. Retenons enfin une culotte d'équitation physiologique qui améliore les performances musculaires du cavalier et facilite la récupération, grâce à ses propriétés de compression.

Sangles *Cavale*
d'inspiration équestre
et bandoulières
tressées dans un jeu
de couleurs,
de matières et d'effets,
pour s'adapter à tous
les sacs de la maison.

1867 ➔ Premières selles

Début du **xx^e s.** ➔ Sac *Haut à courroies* créé par Émile Hermès

Années **1930** ➔ Robert Dumas crée le sac qui prendra le nom de *Kelly* en 1956

1967 ➔ Sac *Constance*

1984 ➔ Sac *Birkin*, créé par Jean-Louis Dumas

2013 ➔ Selle *Hermès Cavale*

2016 ➔ Selles de dressage *Hermès Allegro* et *Hermès Arpège*

➔ Sac *Verrou*

— La Maroquinerie-Sellerie représente la première activité du groupe avec 50% des ventes consolidées.

Chiffre d'affaires 2017 : 2 800 M€.

— Hermès a accueilli deux nouveaux cavaliers partenaires en 2017 : Jérôme Guéry pour la Belgique et Abdelkebir Ouaddar pour le Maroc.

— Côté concours, Hermès était présent à 25 reprises sur les plus beaux parcours internationaux, notamment pour la première fois lors du concours mythique de La Baule.





VÊTEMENT ET ACCESSOIRES

Deuxième activité du groupe, le métier Vêtement et Accessoires comprend le prêt-à-porter femme, le prêt-à-porter homme, ainsi que les accessoires qui complètent le vestiaire Hermès des femmes et des hommes d'aujourd'hui.



LE PRÊT-À-PORTE FEMME

Selon Nadège Vanhée-Cybulski, directrice artistique du prêt-à-porter féminin, «un objet Hermès doit être aussi beau à l'intérieur qu'à l'extérieur». Les jeux de matières qu'elle a imaginés pour les collections 2017 résonnent manifestement avec cette affirmation.

Le vêtement d'été a été travaillé autour de sa fonction, à l'image du nouveau tailleur manteau-pantalon dans un esprit collège pour l'entrée de saison. Le denim, pour un usage urbain et actuel, s'exprime dans un drill de coton mouliné avec des détails de surpiqures contrastées. Le cuir d'été, exceptionnel, est issu de nouvelles prouesses techniques : la finesse des peaux d'agneau ou d'un veau brillant s'associe à des pièces d'une grande légèreté, tandis que des perforations placées judicieusement participent à un jeu d'ombres et de lumières. Des associations de soie et de cuir d'agneau, enfin, permettent d'envisager différemment les soirs d'été. La silhouette n'est pas sans rappeler celle de la fin des années 30, à travers des robes unies imprimées, à la taille accentuée dans des tissus fluides.

La collection d'hiver puise principalement son inspiration dans l'univers équestre cher à la maison, mais aussi chez Hermès sport.

La couverture et le camail du cheval

se réinventent en manteaux, capes ou vestes, dans des matières nobles, à l'image du cachemire double face, uni ou bicolore. Affichant des coloris saturés, la silhouette se veut généreuse et enveloppante.

Un autre pan de la collection revendique toutefois des influences postmodernes dans une palette de couleurs flamboyantes : anémone, mauve, orange brûlé, rouille ou encore bougainvillier. Citons ainsi les motifs géométriques du *Carré Beta* de Nathalie du Pasquier sur twill de soie comme le point de départ d'une garde-robe de ville qui joue volontiers avec les lignes épurées et les jeux d'optique. La silhouette apparaît résolument graphique et dynamique. Un thème soir, enfin, noir et blanc, se déploie dans des contrastes entre mat et brillant. Élégance et raffinement s'imposent à la faveur de matières structurées, comme la faille de soie, ou la laine et la soie, envers satin.

Ainsi, en 2017, Nadège Vanhée-Cybulski modernise les classiques, en apportant une touche urbaine pour exprimer une élégance toujours naturelle et décontractée.

- | | | |
|--------|-------------|--|
| Années | 1920 | ► Premiers vêtements de sport pour femme |
| | 1938 | ► Premiers vêtements à motifs de carrés de soie |
| | 1967 | ► Création du département prêt-à-porter femme avec Catherine de Károlyi |
| | 2014 | ► Nadège Vanhée-Cybulski est nommée directrice artistique du prêt-à-porter féminin |

— La collection automne-hiver 2017 femme – prêt-à-porter et accessoires – a fait l'objet d'un événement au Long Museum de Shanghai : le Hermès Club (lire aussi p. 84).

«Je crée des vêtements comme des objets du quotidien, en leur insufflant une dimension pérenne grâce à l'expertise des artisans. Leur sophistication est en accord avec la poésie du fait-main. Pour chaque création de la maison, c'est là, dans cette harmonie entre la simplicité et l'exceptionnel, que réside le sens de l'objet.»

NADÈGE VANHÉE-CYBULSKI
Directrice artistique du prêt-à-porter féminin

PRÊT-À-PORTER HOMME

L'année 2017, placée sous le thème du « Sens de l'objet », aura été l'occasion de mettre l'accent sur les essentiels de l'univers masculin Hermès à travers un nouveau vestiaire de « vêtements-objets », notion fondamentale pour Véronique Nichanian, directrice artistique de l'univers masculin.

La collection printemps-été revendique une légèreté plurielle rythmée par l'ivresse de la couleur. Les dessins et micro-dessins, les effets changeants et le *tie and dye* s'invitent pour un été joyeux et tonique.

Se distinguant par des contrastes de volumes et de textures, la collection automne-hiver 2017 joue avec des propositions réversibles et des couleurs en demi-tons profonds. Les savoir-faire d'exception de la maison s'incarnent dans l'affirmation du cuir, dans des trompe-l'œil pour un effet maille torsadée sur la peau lainée, ou encore à travers des motifs et dessins macro, tandis que des costumes en velours lisse adoptent des tons subtils.

Cette collection aux accents « rock-mantiques » offre à l'homme une silhouette affirmée et décontractée.

À travers ces deux collections, Véronique Nichanian réinvente l'élégance au masculin avec vitalité et modernité.

1925 Premiers vêtements masculins

1978 Première collection complète de prêt-à-porter homme

Le métier Vêtement et Accessoires représente la deuxième activité du groupe, avec 21 % des ventes consolidées.

Chiffre d'affaires 2017 : 1 181 M€.

La collection printemps-été 2017 homme, du prêt-à-porter aux accessoires, a fait l'objet d'un événement spécial à Los Angeles : DwntwnMen (lire aussi p. 80).

C'est à l'occasion d'un événement sens dessus dessous – Men Upside Down – que la collection automne-hiver 2017 homme, du prêt-à-porter aux accessoires, a été présentée à Hong Kong (lire aussi p. 84).



« Hermès est une maison d'objets, c'est une signature. Je crée des vêtements-objets que les hommes s'approprient et qui s'inscrivent dans la durée. »



VÉRONIQUE NICHANIAN
Directrice artistique de l'univers masculin

page précédente
Prêt-à-porter femme,
automne-hiver 2017.

ci-contre
Prêt-à-porter homme,
printemps-été 2017.





LES CHAUSSURES

Le thème annuel représente une source d'inspiration majeure pour Pierre Hardy. C'est dans cette perspective que le directeur de la création des chaussures femme et homme a souhaité jouer, en 2017, avec un vocabulaire familier des savoir-faire chausseurs. Cette appropriation dans le décalage lui permet de sublimer « le Sens de l'objet » à travers une allure résolument contemporaine.



Pour l'été, la collection femme comporte des sandales plates, dont les brides articulées sont inspirées d'un mètre pliant, aux bords coupés vif, dans des cuirs aux tonalités naturelles. Citons également une basket-sandale ajourée et tressée à la main, en soie imprimée, tout en élégance colorée pour un nouvel usage à explorer.

L'hiver, les bottines sont rehaussées de rivets en métal palladié, évocateurs des outils d'ateliers. Les formes des chaussures sont accentuées à travers des cambrures que souligne une inter-semelle en cuir. Enfin, les semelles compensées qui distinguent certaines bottines ou cuissardes confèrent une allure affirmée.

Pour les hommes, les créations de l'année 2017 privilient des semelles fines en cuir pour une démarche souple et légère.

Des sandales en veau, associées à une toile technique sur une semelle sport, offrent une nouvelle allure sportive pour aborder le cœur de l'été. Pour affronter l'hiver, des derbies à bride et boucle licol, sur une semelle gomme et cuir, offrent une assise masculine et robuste.

Enfin, quelle que soit la saison, la ligne sport offre une palette de modèles à fine semelle en gomme, qui jouent sur des associations de différentes matières. La gamme affirme son caractère tonique, réveillé par des rouge, bleu cobalt ou jaune lime éclatants.

Botte en veau blanc perforé et clous de selle.

LES ACCESSOIRES BIJOUX

Clin d'œil aux passages pour piétons du macadam parisien, la ligne de bijoux *Passage clouté*, scandée de clous ronds et lisses, revendique pleinement son inspiration urbaine. Elle fait également écho à une collection des années 30. La ligne *Play*, destinée aux hommes, offre un parti pris à la fois rock et chic, en revisitant la *Chaîne d'ancre* au masculin, sur une bague ou une manchette.

LES CEINTURES

Les ceintures à taille unique, grâce à un astucieux jeu de coulisses, s'adaptent à tous les portés, à la taille comme sur les hanches. Cette gamme de ceintures s'enrichit en 2017 d'un nouveau modèle, dont le fermoir s'inspire des bracelets en émail à charnière. De fait, il est signé d'un élégant clou de selle qui actionne le mécanisme.

Pour les hommes, de nouvelles identités se déploient. Les boucles de ceinture puisent leur inspiration aux origines de la maison Hermès, qu'il s'agisse d'une boucle étrier, d'un discret clou de selle en guise de signature, ou encore d'une réinterprétation du motif *Chaîne d'ancre*.

LES CHAPEAUX

Depuis plusieurs saisons, l'engouement des hommes de tous âges et de tous styles pour la casquette ne se dément pas. Il a donc paru naturel d'enrichir les collections de casquettes de formes incontournables : casquette baseball, américaine, plate ou à cinq pans... Les chapeaux demeurent toutefois une belle alternative, avec un large répertoire de styles : calotte ronde, masculine ou canotier, bords plus ou moins larges... Pour les femmes, la diversité des formes, mais aussi des couleurs, garnitures et doublures, multiplie les combinaisons pour des chapeaux aussi beaux à l'intérieur qu'à l'extérieur – à l'image du twill de soie qui se montre ou se cache d'un modèle à l'autre.

LES GANTS

Le gant s'adapte à l'air du temps et fait désormais l'objet d'un service de demi-mesure. La « personnalisation du gant » permet au public féminin comme au public masculin de faire réaliser une paire de gants selon les envies de chacun. Couleur du cuir, finition, doublure, initiales : libre à chacun de composer la paire de son choix à l'occasion d'un rendez-vous en magasin. Ce service d'exception permet par ailleurs de valoriser les savoir-faire gantiers, parmi les plus anciens métiers de la maison.

LES OBJETS CONNECTÉS

Associée à l'Apple Watch Series 3, l'Apple Watch Hermès étoffe sa gamme de bracelets exclusifs avec deux modèles en veau Gala. Rythmé par six perforations, le bracelet *Rallye* n'est pas sans évoquer les gants de conduite classiques d'Hermès. Imprimé, le bracelet *Éperon d'or* arbore le dessin équestre du carré éponyme imaginé par Henri d'Origny en 1974. Enfin, signalons l'apparition d'un nouveau cadran pour l'Apple Watch Hermès inspiré de celui de la montre *Hermès Carrick*, également dessinée par Henri d'Origny dans les années 90.

1922 ➔ Premières ceintures

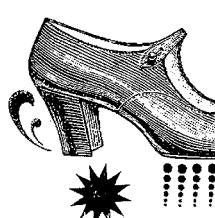
1927 ➔ Gants en tissu avec fermeture Éclair

Années **1970** ➔ Premières collections de chaussures pour femme

1978 ➔ Premiers bracelets en émail

1997 ➔ Premiers modèles de chaussures pour homme

2015 ➔ Apple Watch Hermès





Le métier Soie et Textiles, troisième activité du groupe, est naturellement au cœur des créations de la maison Hermès, promptes à parachever d'une touche de couleur les silhouettes des femmes comme des hommes.



LA SOIE FÉMININE

Le thème de l'année «le Sens de l'objet» a été particulièrement inspirant pour les dessinateurs de la maison, emmenés par Bali Barret, directrice artistique de l'univers femme. L'objet s'est naturellement imposé au cœur de leurs créations 2017 pour les carrés 90 en twill de soie... Issu de la collection Émile Hermès, le motif des *Fouets et badines* a été dessiné par Virginie Jamin. Les *Parures de samouraïs*, imaginées par Aline Honoré, mettent en scène des armures entourées de somptueux ornements. Les *Trésors d'un artiste* ont, quant à eux, été inspirés à Pierre Marie par une boîte de couleurs du XIX^e siècle. Pour l'*Étude pour une parure de gala*, enfin, c'est une parure de haute bijouterie Hermès qui a servi de modèle à Florence Manlik, traitée dans l'esprit d'une planche d'étude de joaillier.

De son côté, le dessin emblématique *Brides de gala* – incarnation de l'objet équestre – signé Hugo Grygkar a fait l'objet de multiples versions en 2017 : traité en positif négatif telle une ombre chinoise, revu dans une tonalité pastel et imprimé de fleurs comme une broderie, voire parsemé de petits coeurs colorés... et proposé pour l'occasion dans une boîte orange en forme de cœur ! Par ailleurs, Hermès a renforcé cette année ses collections d'unis et de faux-unis. Dans un format 70, les carrés féminins se sont couverts de pois, de rayures ou de cubes pour une nouvelle écriture graphique, entre imprimé et uni. Enfin, un nouvel objet, doux et coloré, a rejoint le vestiaire féminin à l'automne-hiver 2017 : un losange en cachemire et soie imprimé, né de la rencontre inédite entre un format et une matière, et accueillant des dessins parfaitement recomposés.

- 1937** ➔ Premier carré de twill de soie *Jeu des omnibus et dames blanches*
- 1949** ➔ Premières cravates en soie imprimée
- 2007** ➔ Carrés 70 en soie vintage
- 2008** ➔ Première édition de Hermès éditeur : *Hommage au carré, Josef Albers*. Suivront les collaborations avec Daniel Buren, Hiroshi Sugimoto et Julio Le Parc.
- 2014** ➔ Premiers bandanas en twill de soie de 55 cm

Carré 70 cm en jacquard de soie, automne-hiver 2017.

«Le carré Hermès est un objet plein de sens, aux multiples facettes et fonctions. Espace de liberté pour le dessin, page blanche pour la narration, territoire de savoir-faire, palette rêvée pour la couleur. Son twill de soie tient chaud en hiver, rafraîchit en été, caresse et console. Léger et intense, le carré Hermès passe de main en main, d'une génération à l'autre.»

BALI BARRET
Directrice artistique de l'univers femme



LA SOIE MASCULINE

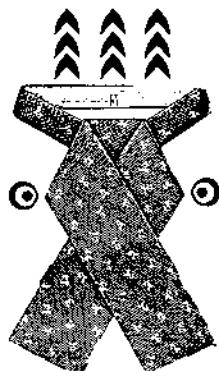
Du côté du vestiaire masculin, les dessinateurs des carrés se sont également emparés du thème de l'année avec brio. Au sein de la collection printemps-été, le nouveau format 65 cm accueille ainsi les objets phares de la maison dans une version exotique et haute en couleur imaginée par Karen Petrossian sous le titre *Le Boubou H.* Arpenté par deux araignées-robots, le Carré 100 en cachemire et soie *Flamboyant Web* a pour sa part été inspiré au dessinateur japonais Daisuke Nomura par les objets équestres de la collection Émile Hermès, qui apparaissent dans une composition inédite.

Pour l'automne-hiver, l'écharpe *Double jeu* en cachemire et soie témoigne de l'envie d'associer l'imprimé et l'uni. C'est ainsi qu'une maille légère cache, au verso, le dessin *Suite et poursuite* de Cyrille Diatkine. Enfin, la cravate 7 cm est devenue une pièce incontournable au cours des dernières saisons. En 2017, elle s'est imposée en tissage sur soie lourde, en déclinant les micro-motifs de la maison.

À l'occasion, elle ne refuse pas une petite note d'humour, à l'image du chien facétieux qui se cache au revers d'une cravate pied-de-poule. Un autre modèle se colore dans les 13 nuances d'une toile denim.

— Le métier Soie et Textiles représente la troisième activité du groupe, avec 10% des ventes consolidées. Chiffre d'affaires 2017 : 534 M€.

— Les magasins éphémères Hermès ont éclos à New York, Moscou, Dubaï, Bruxelles, Nashville, Zürich ou encore Istanbul... En 2017, 15 villes ont accueilli ces laveries décalées, équipées pour surteindre les carrés délaissés ou proposer des carrés préalablement surteints à la vente. Aux quatre coins du monde, des dizaines de milliers de passionnés du Carré ont fréquenté Hermès, devenu l'un des succès de l'année (lire aussi p. 87).



« *Le sens de l'équilibre, la justesse, l'élégance, l'intelligence pratique et le bon sens se transforment en objets palpables sous les mains de nos créateurs et artisans. Ils fabriquent des objets qui nourrissent un dialogue actif. Puis, fidèles comme des amis du quotidien, ils se transforment à nouveau, mais cette fois-ci en un objet abstrait, « le plaisir ».* »

ci-dessus
Cravate 8 cm
en heavy twill de soie,
collection
automne-hiver 2017.

ci-contre
Carré en soie
et cachemire,
collection
automne-hiver 2017.

CHRISTOPHE GOINEAU
Directeur de création
de la soie masculine





AUTRES MÉTIERS HERMÈS

La maison Hermès propose également des collections de bijoux en or et en argent, ainsi que des objets et du mobilier pour la maison. Dans leur grande diversité, ces créations ont en commun la noblesse des matières, la singularité de leurs formes et la qualité des savoir-faire déployés.

LA BIJOUTERIE

En 2017, la *Chaîne d'ancre* est devenue punk ! Sous l'impulsion de Pierre Hardy, directeur artistique des bijoux Hermès, le classique de la maison s'est étiré jusqu'à devenir une épingle à nourrice. Cet objet simple, du quotidien, fut le symbole d'une jeunesse qui se révolta à la fin des années 70. Aujourd'hui, ainsi épurée, voire émancipée, cette forme élégante et contemporaine se décline en broches, boucles d'oreilles, bagues, bracelets et pendentifs, jouant avec les fermoirs ou les portés. En 2017, la *Chaîne d'ancre* s'est réinventée, en or ou en argent, avec ou sans diamants, changeant de personnalité, tout en demeurant plus que jamais intemporelle.

- 1938** ➔ Création du bracelet *Chaîne d'ancre* par Robert Dumas. Le motif deviendra depuis une source d'inspiration pour les montres, la soie, la maroquinerie, la table...
- 2010** ➔ Première collection biennale de haute bijouterie
- 2017** ➔ Pierre Hardy imagine la *Chaîne d'ancre punk*

— Dévoilés au magasin du Faubourg Saint-Honoré à Paris, les bijoux *Chaîne d'ancre punk* ont ensuite été présentés au Japon – notamment à la Maison Ginza de Tokyo et à Kyoto – ainsi qu'aux États-Unis (San Francisco, Beverly Hills et Houston). La collection poursuivra son itinérance dans les magasins Hermès au cours de l'année 2018.



Sautoir double
Chaîne d'ancre punk
en argent.

«Le processus de création n'est pas le résultat d'idées obscures. C'est au contraire toute la question de la tangibilité de l'objet, de la façon dont on l'envisage afin de le rendre aussi beau, élégant et fonctionnel que possible.»

PIERRE HARDY
Directeur artistique des bijoux Hermès

L'UNIVERS DE LA MAISON

Accompagner avec élégance le quotidien de ses clients jusqu dans l'intimité de leurs intérieurs, créer des objets différents, remarquables et singuliers : telles sont les ambitions de l'univers de la maison d'Hermès. Mobilier et luminaires, textiles, tissus d'ameublement et papiers peints, objets de décoration et arts de la table, mais aussi créations personnalisées sont autant de compagnons de notre quotidien qui s'affirment par l'intelligence de leurs usages et la relation harmonieuse qu'ils entretiennent entre forme, matière et fonction. La haute qualité de leur facture allie la force de la création au geste de l'artisan.

Les nouvelles collections, développées sous l'égide de Charlotte Macaux Perelman et Alexis Fabry, directeurs artistiques délégués de l'univers maison, ont été naturellement présentées à Milan, à l'occasion du Salon du meuble. Avec son architecture de brique inspirée de la Méditerranée, le lumineux pavillon Hermès dessiné par Charlotte Macaux Perelman mettait en scène, avec sobriété et élégance, les nouvelles collections d'objets, meubles et textiles, sans oublier les arts de la table. Certaines pièces ont été particulièrement remarquées par le public, à l'image de la table en bronze *Aes*, créée par les designers anglais Barber & Osgerby, la ligne d'assises en bambou *Karumi*, dessinée par l'architecte Alvaro Siza, ou encore la ligne d'objets *Lien d'Hermès* et son spectaculaire *Groom attelé*. Signalons encore les mobiliers inattendus de la ligne

Équipages d'Hermès, ainsi que la nouvelle collection de porcelaine *Tie Set*, inspirée des dessins de cravate de Philippe Mouquet, tandis que le graphisme puissant et coloré des plaids dessinés par l'artiste coréenne Seulgi Lee a également marqué les esprits. La nouvelle collection de tissus et papiers peints a, pour sa part, été dévoilée de manière légère et joyeuse au cœur même de Milan, habillant temporairement les façades d'un glacier, d'une pâtisserie ou d'un bar. Ces interventions *in situ* ont été largement relayées par les flâneurs connectés sur Instagram.

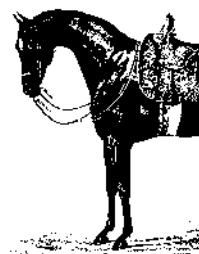
Le deuxième temps fort de l'année s'est tenu à Singapour, au sein du nouveau *flagship* de Liat Towers. Ces collections ont été présentées au public dans une scénographie étonnante à l'occasion de l'événement Through The Walls. Avec un jeu d'architecture dans l'architecture, l'espace du magasin présentait une maison dans la maison, dont les murs arboraient naturellement les imprimés graphiques colorés des nouveaux papiers peints. Le lieu de vente est devenu un lieu de vie animé par d'extraordinaires objets du quotidien (lire aussi p. 84).

- 1920 Premiers objets pour la maison (cendriers, tapis de plage...)
- 1984 Premier service de porcelaine
- 1986 Création de la ligne de mobilier *Pippa*
- 2010 Réédition de meubles Jean-Michel Frank par Hermès
- 2011 Première collection de tissus d'ameublement et papiers peints

— Le pavillon Hermès présenté à Milan pendant le Salon du meuble 2017 a accueilli 35 000 visiteurs.

— #HermesOnTheWall pour accompagner sur Instagram le lancement de la nouvelle collection de tissus et papiers peints à Milan.

— #HermesThroughTheWalls pour accompagner l'événement de Singapour.



« La création chez Hermès vise à s'inscrire dans une temporalité particulière. Si l'on importe d'être dans notre époque, nous cherchons tout autant à entretenir un rapport long au temps. C'est ainsi que la durée d'un objet Hermès permet de le transmettre. »

CHARLOTTE MACAUX PERELMAN ET ALEXIS FABRY
Directeurs artistiques de l'univers maison

ci-contre
Collection
Lien d'Hermès –
Groom attelé, vestiaire
en cuir à bride,
laiton palladié et inox.

page ci-contre
Les collections sont
présentées à Milan,
à l'occasion du Salon
du meuble. Ici, un
plaid en cachemire,
graphique et coloré.





Les parfums Hermès sont des signatures en soi et diffusent dans leur sillage l'élégance et la singularité de la maison. Parfums-Jardins, Hermessence, Colognes... des collections essentielles.

Deux créations ont marqué l'année 2017 de leur empreinte olfactive: avec l'*Eau des merveilles bleue* et *Twilly d'Hermès*, la facette féminine des parfums Hermès se voit renforcée, et la croissance de cette activité particulièrement soutenue. Au premier semestre, la directrice de la création olfactive d'Hermès Parfums, Christine Nagel, a imaginé une nouvelle version de l'*Eau des merveilles*, qui prolonge tout en la renouvelant la magie du parfum créé en 2004. Création entre mer et ciel, l'*Eau des merveilles bleue* s'est dotée d'accents iodés éclairant l'accord boisé et minéral d'origine. Cette fragrance à multiples facettes a réussi le pari d'une fémininité scintillante. Puis ce fut le tourbillon *Twilly d'Hermès*. Au second semestre, le malicieux flacon lanterne souligné d'un lien de soie noué s'est imposé auprès des jeunes filles Hermès. Christine Nagel a créé ce nouveau parfum «en les regardant vivre : libres, audacieuses et irrévérencieuses». Ainsi, gingembre, tubéreuse et santal s'associent pour transmettre fraîcheur, mystère et bois, à celles qui dégagent à la fois, non sans piquant, de la sensualité et de la douceur. *Twilly d'Hermès* a connu un vif succès auprès d'une

génération de filles qui s'approprient non seulement ce parfum qui leur ressemble, mais aussi son fil de soie et de couleur, unique, en écho à la singularité de chacune – et témoin de l'aventure collective entre le métier du parfum et celui de la soie.

Du côté des hommes, la forte progression de *Terre d'Hermès* sur un marché hautement concurrentiel a contribué à renforcer son statut de grand classique de la parfumerie masculine. Enfin, l'année s'est clôturée avec le lancement international des cinq nouvelles créations de Christine Nagel – dont deux essences de parfum – pour la collection *Hermessence*.

Pour les femmes comme pour les hommes, *Cardamusc*, *Musc Pallida*, *Myrrhe Églantine*, *Agar Ébène* et *Cèdre Sambac* offrent autant de nouvelles fragrances singulières parmi cette collection essentielle de poèmes olfactifs, sobres et intenses de la maison.

«*Le parfum et l'objet ? Ce qui me semblait être opposé par essence prend tout son sens au regard de l'objet Hermès. Le parfum c'est un objet de création, un objet de séduction, un objet de désir. Le parfum, c'est aussi un flacon qui donne une forme à l'imaginaire, à l'évanescence, qui lui donne corps et devient indissociable de la mémoire.*»

- 1951** ➔ Premier parfum de la maison : *Eau d'Hermès*
- 1961** ➔ Parfum féminin *Calèche*
- 1979** ➔ Eau de Cologne Hermès, nommée *Eau d'orange verte* en 1997
- 2004** ➔ Lancement de la collection *Hermessence*
- 2006** ➔ Parfum masculin *Terre d'Hermès*
- 2016** ➔ Christine Nagel devient directrice de la création olfactive d'Hermès Parfums

— Chiffre d'affaires 2017: 288 M€.





HORLOGERIE

En créant des pièces d'exception sans renoncer à la poésie de la maison, Hermès fait le choix de développer des collections de montres qui se distinguent au sein de l'industrie horlogère.

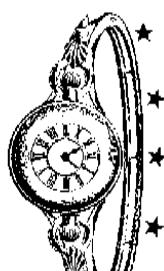
Dans le réseau des magasins Hermès, les ventes d'horlogerie ont bénéficié du succès mondial des collections de montres *Cape Cod* et *Heure H*. La première a été largement renouvelée et étoffée depuis un an. Ainsi, les modèles lancés en 2017 permettent de découvrir des expressions résolument nouvelles, à travers un cadran en nacre, en onyx ou laqué, un boîtier serti de diamants, ou bien en adoptant une esthétique rock comme la *Cape Cod Shadow*, au cadran noir mat et au boîtier traité au carbone.

Du côté de la ligne *Heure H*, les nouveaux modèles présentant une boîte incrustée de laque blanche ou noire connaissent un vif succès, et donnent une nouvelle lecture plus graphique de cette ligne emblématique d'Hermès. Depuis le Salon de Bâle en mars, Hermès affirme avec force l'originalité de sa voix au sein de l'industrie horlogère, en définissant son territoire d'expression : Hermès propose en effet un rapport au temps singulier, plein de fantaisie et d'émotion, un temps avec lequel on joue sans pour autant vouloir le contrôler. Ce temps est celui dont Hermès sait nous rendre complices à travers ses créations.

Parmi les nouveautés 2017, Hermès a notamment introduit dans sa ligne *Slim d'Hermès* une troisième complication après *Le Temps suspendu* en 2011 et *L'Heure masquée* en 2014 : *L'Heure impatiente* décompte visuellement la dernière heure qui précède un événement attendu. *L'Heure impatiente* a été nommée au GPHG (Grand Prix d'horlogerie de Genève) en 2017 dans la catégorie « Montre homme » de l'année.

«Hermès crée des objets. Des objets que les mains des artisans façonnent pour les rendre complices de ceux qui les portent. Le temps, chez Hermès, est aussi un objet. Plutôt que de mesurer, séquencer, contrôler, la maison ose un autre temps, destiné à susciter des émotions, ouvrir des parenthèses, créer des espaces de fantaisie, de récréation. Les nouveautés 2017 expriment cette audace, cet émerveillement, tout en racontant une histoire et en s'affranchissant des contraintes temporelles.»

Montre
Cape Cod Shadow.



PHILIPPE DELHOTAL
Directeur de la création et du développement de La Montre Hermès

L'année a aussi vu se confirmer le succès des pièces d'exception. C'est le cas des montres joaillières (*Faubourg, Arceau, Médor...*), enrichies en fin d'année par la nouvelle ligne *Klikti*, qui met en valeur les savoir-faire joailliers de la maison à travers un design original inspiré de l'univers équestre. Il en va de même pour les montres « métiers d'art » qui explorent les meilleurs savoir-faire artisanaux horlogers et mettent en lumière la créativité et les dessins propres à la maison Hermès. Hermès fabrique aujourd'hui en interne, au sein de son pôle manufacturier en Suisse, la quasi-totalité de ses montres, mouvements et composants, et exprime plus que jamais sa singularité au sein de l'industrie horlogère.

- 1928** ➔ Montre-ceinture pour golfeurs, montre de poche automatique
 - 1978** ➔ Établissement des ateliers d'horlogerie de La Montre Hermès à Bienna en Suisse ; création du modèle *Arceau*
 - 1991** ➔ Montre *Cape Cod*, dessinée par Henri d'Origny
 - 1998** ➔ Martin Margiela crée pour Hermès le bracelet de montre double tour en cuir
 - 2011** ➔ Montre *Arceau Le Temps suspendu*
 - 2015** ➔ Montre *Slim d'Hermès*
- Chiffre d'affaires 2017: 158 M€.
- L'année 2017 a été marquée par un double mouvement: la nette reprise de la croissance au sein du réseau de magasins de détail, particulièrement en Asie, et la réduction progressive de la distribution assurée par des détaillants externes, qu'Hermès souhaite de plus en plus sélective.
- Participation au Salon de Bâle en mars.



Montre *Slim d'Hermès L'Heure impatiente*.



Hermès étend ses savoir-faire traditionnels de gainage et sa créativité à l'ensemble des commandes sur mesure proposées aux clients particuliers.

Depuis sa création, la maison Hermès n'a cessé d'ouvrir les possibles à l'appui des savoir-faire d'excellence de ses artisans, afin de répondre aux sollicitations des clients particuliers en quête de pièces d'exception. En 2011, cette activité de commandes spéciales qui associe fantaisie et innovation devient Hermès Horizons. Ce service continue de mobiliser les matières les plus nobles et les technologies les plus pointues, afin de créer des objets uniques ou de personnaliser tous types de véhicules.

Cette activité sur mesure a poursuivi son développement en 2017 à travers des sacs dessinés spécifiquement, des personnalisations d'objets de collections, voire des créations *ex nihilo* conçues pour des clients du monde entier. Citons ainsi un sac en veau Barénia, inspiré d'un étui à jumelles et qui se ferme avec un couvercle, adapté pour y ranger un *Kelly long*. Ou encore un sac à dos sur mesure en veau Epsom gold, qui a ensuite fait l'objet d'une réplique de moindre format pour un enfant. Dans le domaine de la mobilité sur mesure, Hermès Horizons a livré un projet d'aménagement intérieur pour le jet privé d'un client particulier, et reste impliqué dans le projet d'un voilier de 42 mètres.

Hermès Horizons intervient également dans le cadre de l'initiative interne Mon Rêve Hermès, offrant la possibilité aux directeurs de magasin d'imaginer l'objet de rêve qu'ils souhaiteraient proposer à leur public. Cette année, les quatre objets développés sont un babyfoot, un skateboard, un longboard et un cerf-volant !

- 1949** ➔ Le duc de Windsor commande pour son épouse une brouette gainée de veau vernis noir
- 2002** ➔ Étui à pomme : coque en argent massif Puiforcat, gainée en agneau vert vif
- 2011** ➔ Création de Hermès Horizons
- 2013** ➔ Création d'une gamme de vélos *Le Flâneur d'Hermès*
- 2014** ➔ Coffret pour un triptyque de photographies en box rouge H, offert par la présidence de la République à la reine d'Angleterre
- 2016** ➔ Rickshaw sur mesure pour une cliente japonaise

- Réédition du sac London de 1962 à l'occasion de la réouverture du magasin de Sloane Street à Londres (lire aussi p. 75).
- Pour la réouverture du magasin de Toronto, plusieurs créations ont été réalisées : des crosses de hockey gainées en veau Togo indigo et rouge H, un sac Mini Bolide brodé bayadère, ainsi que 2 vélos *Le Flâneur d'Hermès* en version spéciale.

PETIT H

Véritable laboratoire, petit h regroupe dans un même atelier toutes les matières et collabore avec tous les savoir-faire du groupe Hermès.



Petit h est un lieu d'innovation unique, fruit du dialogue des idées et des mains : cet atelier invite artistes et créateurs à s'emparer de matières et objets non utilisés par les manufactures Hermès pour concevoir en toute liberté des objets hybrides par essence : c'est ainsi que des fragments de cuir, soie, porcelaine, cristal, tissu, métal... donnent forme à des objets inédits, souvent ludiques, assurément insolites, grâce au savoir-faire d'artisans selliers-maroquiniers, d'orfèvres, de couturières, de maîtres verriers et porcelainiers, de maîtres bottiers...

Le designer français François Azambourg est associé à l'aventure petit h autour d'un travail de soufflage de verre dans du cuir. Cette recherche, menée au sein du Centre international d'art verrier (CIAV) de Meisenthal, a donné naissance à une série singulière de vases cuir-verre. Ces pièces uniques ont été présentées en 2017 à Paris à l'occasion du festival de design D'Days dans le cadre d'une exposition intitulée *Les États limites de la création*, en écho à la façon dont les artisans ont dû transcender leurs savoir-faire respectifs sur le verre et le cuir pour aboutir à cette hybridation inédite de matières (lire aussi p. 76).

Ce projet marquant de l'année 2017 est à l'image de ce « laboratoire » singulier : ouvert aux créateurs et aux croisements des matières et savoir-faire présents au sein du groupe Hermès.

- 2010** ➔ Création de petit h par Pascale Mussard
2013 ➔ Petit h emménage dans le magasin de la rue de Sèvres à Paris

« Précieux car nécessaires, les objets Hermès ont été pensés pour se patiner, pour épouser les traces du temps qui passe et pour être transmis. Leur sens est dans leur fonction, à l'image du marteau petit h : un trait d'union entre le dessein et sa réalisation, le temps passé et le rêve de demain, qui agit sur la matière et raconte l'amour de l'artisan pour son outil, sans lequel son geste serait vain. »

PASCALE MUSSARD
ET GODEFROY DE VIRIEU,
Directeurs artistiques de petit h



Ce tigre de taille réelle résulte d'un remarquable travail de marqueterie de cuir. Il a été réalisé spécialement par petit h pour la Maison Hermès Dosan Park, à Séoul.

AUTRES PRODUITS ET MARQUES DU GROUPE

CRISTALLERIE SAINT-LOUIS



Depuis plus de deux siècles, le savoir-faire ancestral des artisans de Saint-Louis se déploie au service de nouvelles créations qui ne cessent d'enrichir l'histoire et les collections de la cristallerie.

La nature du pays de Bitche, dans les Vosges du Nord où se situe la manufacture, a inspiré au designer français Noé Duchaufour-Lawrance la collection *Folia*, lancée en 2017. D'apparence géométrique, la taille de ces 25 pièces de cristal adopte une forme étonnante de figures fractales puisées dans le monde végétal. Cette ligne s'inscrit dans les univers historiques de Saint-Louis – arts de la table, décoration, luminaire et mobilier –, tout en adoptant une perspective inédite : elle propose en effet du mobilier lumineux et associe, pour plusieurs pièces, l'éclat du cristal et la force du frêne. Véritable vision contemporaine du caractère organique de la nature, *Folia* rend hommage à la feuille du bois de Moselle comme à la folie créative. La collection *Tommy* s'est enrichie quant à elle de nouvelles lampes à poser et de vases ovales en cristal clair ou coloré. Crée en 1928, cette collection emblématique se distingue par six tailles différentes et la multiplicité de ses couleurs, véritable incarnation de la virtuosité des artisans de la manufacture.

Enfin, deux nouveaux presse-papiers ont été présentés cette année, selon un usage établi en 1953 qui ravit collectionneurs et amateurs. Ces nouvelles pièces, réalisées au chalumeau, célèbrent à leur manière le signe astrologique chinois de l'année 2018 : le chien. L'animal se détache sur un fond de mousseline blanche, entouré d'une rangée de baguettes au cœur clair, mais aussi de vert, de blanc et d'améthyste.

Mobilier lumineux
Lightings de
la collection *Folia*.

www.saint-louis.com

1767 ↗ La verrerie de Münzthal créée en 1586 devient « Verrerie royale » de Saint-Louis

1829 ↗ La Cristallerie royale de Saint-Louis produit uniquement du cristal

1995 ↗ Entrée de la cristallerie Saint-Louis dans le groupe Hermès

— Nouvelles implantations à Taïwan (Taichung et Kaohsiung).

— Inauguration de showrooms à Casablanca et Berlin.

— Rénovation des espaces dédiés dans les grands magasins parisiens Printemps et Galeries Lafayette.



PUIFORCAT

Cultivant l'art du goût comme celui du bel usage, Puiforcat a lancé en 2017 de nouvelles collections pleinement inscrites dans cet « art de vivre orfèvre ».

Proposée en édition limitée, la ligne *Bureau d'architecte* comporte neuf objets pour le bureau dessinés par l'architecte Joseph Dirand. Un processus de fabrication *ad hoc* a été mis en place pour réunir l'or et l'argent selon le souhait du designer : tous les éléments ont ainsi été traités indépendamment pour permettre l'intervention des différents corps de métier, avant d'être argentés ou dorés, polis et enfin assemblés dans la forme finale avec la plus grande minutie.

Collection emblématique dessinée par Jean Puiforcat en 1928, la ligne de couverts *Cannes* s'est dotée en 2017 d'une version joaillière : *Cannes précieux*. Proposée uniquement sur commande, *Cannes précieux* habille les manches de ses couverts de pierres d'onyx, de lapis-lazuli, de jade ou de jaspe. Chacune de ces pièces d'exception témoigne de la parfaite adéquation entre les savoir-faire de l'atelier et la créativité des designers qui perpétuent, voire réinterprètent l'orfèvrerie d'excellence de la maison Puiforcat.

www.puiforcat.com

- 1820** Fondation d'une coutellerie familiale à Paris
- 1915** L'entreprise de coutellerie devient orfèvre d'exception

Organisation de dîners-dégustations dans les magasins parisiens, au Japon, en Chine et en Amérique pour faire découvrir l'art du goût selon Puiforcat.

JOHN LOBB

Chez John Lobb, les créations de l'année 2017 perpétuent l'exigence du *bootmaker* de Northampton qui maintient, par ailleurs, sa tradition de botterie sur mesure dans son atelier parisien.

L'automne-hiver de cette année est marqué par le lancement de la première collection de souliers pour femme John Lobb. Les six modèles proposés, inspirés des archives des chaussures et bottes sur mesure, combinent élégance contemporaine, confort et fonctionnalité. Plusieurs détails soulignent l'expertise artisanale de la maison, à l'image des semelles aux bordures façonnées à la main, le motif de la roulette sur le talon ou la réalisation des modèles en une seule levée de cuir. Cette première collection incarne ainsi pleinement le savoir-faire du bottier britannique.

La collection automne-hiver 2017 pour les hommes puise son inspiration dans la rivière qui traverse Northampton, la Nene, en mettant l'accent sur le mouvement et le flux des lignes ininterrompues. Elle affirme d'ailleurs sa capacité à résister aux éléments, grâce à de nouvelles semelles de gomme et à leur coussin *storm welt* (un montage qui assure une grande étanchéité), véritable fil conducteur de cette collection.

Plusieurs modèles ont par ailleurs été réalisés en une seule levée de cuir, grâce à une matière première de grande qualité qui permet d'utiliser des patrons aux dimensions considérables. Signalons enfin la relance d'un coloris imaginé dans les années 60 au sein des ateliers parisiens et issu des archives du sur-mesure, le brun Lobb, qui consiste en un glaçage marbré avec une finition qui se patine dans le temps. Enfin, devenue incontournable, la collection de *sneakers* s'est enrichie de plusieurs variantes du modèle *Levah*, proposées dans le cuir Museum Calf. Pour le printemps-été, plusieurs modèles adoptent la nouvelle construction dite *Tensile*, une innovation propre à John Lobb, née de la volonté de créer une chaussure non seulement solide grâce au cousu *Goodyear*, mais aussi légère et confortable.

www.johnlobb.com

- Au printemps, première participation de John Lobb à la Fashion Week à Paris avec la présentation de la première collection femme.
- En 2017, modernisation et développement du réseau de magasins John Lobb en propre, avec notamment de nouvelles implantations aux États-Unis.

LES ACTIVITÉS TEXTILES

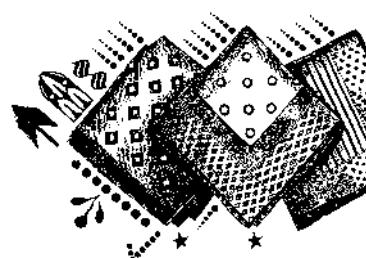
Située en Rhône-Alpes, la Holding Textile Hermès (HTH) est un pôle réunissant dix établissements répartis sur quatre sites principaux.

HTH regroupe ainsi l'ensemble des savoir-faire relatifs aux activités de production textile : de la création à la confection en passant par le tissage, la gravure, l'impression, la teinture et les apprêts. Elle travaille au service des différents métiers du groupe, mais également à destination de marchés externes tels que l'habillement ou la décoration d'intérieur, à travers notamment les marques Bucol, Créations Métaphores, Verel de Belval ou encore Le Crin.

L'année 2017 a été marquée par le dynamisme des commandes internes des divisions Hermès, tant sur les produits historiques qu'au travers des nouveautés. Ces bons résultats ont été obtenus grâce à la complémentarité entre les métiers et le maintien d'un bon niveau de service et ce, dans la poursuite de chantiers structurants.

Par ailleurs, HTH veille particulièrement à la préservation des savoir-faire et à leur transmission, grâce aux promotions d'apprentis et à sa cellule Innovation.

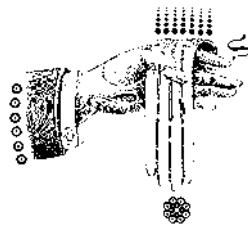
2001 ➔ Crédit : Hermès
Création de la Holding Textile Hermès



LES ACTIVITÉS TANNERIES ET CUIRS PRÉCIEUX

Les peaux précieuses qui distinguent le vestiaire Hermès, les collections de maroquinerie ou d'horlogerie haut de gamme proviennent du Pôle Tanneries qui en assure l'achat, le tannage, la teinture et la finition, pour des fabrications de haute qualité.

En 2017, les marchés des cuirs exotiques et des cuirs de veau sont restés globalement peu dynamiques. Cette tendance, observée depuis plusieurs années, est cependant assez contrastée en fonction des marchés de destination : si le haut de gamme a continué de soutenir la demande de peaux de qualité, les marchés de moyenne gamme et de cuirs de bas choix ont poursuivi leur courbe descendante – principalement dans la chaussure et, dans une moindre mesure, dans la mode. C'est dans ce contexte que le Pôle a continué le développement de ses productions comme de son potentiel en direction des métiers du groupe dans ses deux filières : peaux exotiques et veau. L'important programme d'investissements déjà engagé auprès des Tanneries du Puy s'est poursuivi – tout comme le remaniement organisationnel et technique, ainsi que la sécurisation du site, des postes de travail et des processus de fabrication – et continuera de se dérouler dans les années à venir. En parallèle, les synergies avec la Tannerie d'Annonay se sont renforcées, notamment dans les approvisionnements, ainsi que dans le développement du tannage et de nouvelles finitions.



En 2017, les nouvelles finitions exotiques, issues du tannage sans chrome, ont reçu un excellent accueil auprès des clients. Citons notamment les teintes pastel, qui sont venues étoffer les collections de la maison. Le secteur horloger a également fait preuve d'un intérêt marqué pour ce type de tannage. Dans le veau, de nouveaux développements ont vu le jour, à l'image du veau Grain 135 qui enrichit désormais les cuirs utilisés pour les ceintures ou dans le secteur horloger. Ainsi, le Pôle Tanneries poursuit son action et ses investissements conformément à ses objectifs : affirmer sa position d'excellence sur le marché des cuirs précieux – grâce à la fiabilisation de ses approvisionnements, l'optimisation de ses capacités de production, le développement des savoir-faire, l'innovation et la créativité – tout en maintenant son exemplarité en termes de respect des normes éthiques et environnementales.



SHANG XIA

La marque Shang Xia a été lancée en 2010 par Hermès à l'appui de l'excellence des savoir-faire disponibles en Chine pour célébrer un art de vivre contemporain aux aspirations ancestrales et raffinées. Elle crée, conçoit et vend ses propres produits qui se répartissent entre mobilier, art de vivre, accessoires, vêtements et bijoux.

Parmi les nouveautés de l'année 2017 venues enrichir les collections, retenons le sac *Ming Yue*, dont la forme s'inspire des boîtes de voyage utilisées pour transporter les services à thé dans la Chine ancienne. Citons également, parmi les objets d'exception, la collection de meubles *In Heart*, qui inscrit des matériaux précieux traditionnels, comme le marbre et l'ébène, dans un design résolument contemporain.

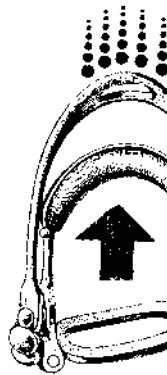
La maison chinoise a franchi cette année une nouvelle étape dans son développement en Asie. Shang Xia a notamment fait son entrée sur le marché japonais, permettant à un nouveau public de découvrir l'art de vivre contemporain de la Chine d'aujourd'hui.

www.shang-xia.fr

2010 ➔ Création de la marque et inauguration de la première boutique à Shanghai

2013 ➔ Ouverture d'un magasin à Paris

- Ouverture de 2 concessions en Asie hors de Chine, à Hong Kong et Osaka, dans de prestigieux grands magasins.
- Une boutique de 122 m² a également été ouverte à Shanghai, dans l'un des centres commerciaux dédiés au mobilier les plus réputés du pays.



PARTENARIATS DU GROUPE

FAUBOURG ITALIA

Au côté de ses collections pour la table et l'art de vivre, Hermès propose un univers complet pour la maison, qui intègre des tissus d'ameublement et des papiers peints. Ces derniers sont développés en association avec l'éditeur de tissus italien Dedar, qui maîtrise aussi la distribution internationale. Une filiale commune, baptisée Faubourg Italia, a été créée en 2011. Son capital est détenu par Hermès International à hauteur de 60 %.

J3L

Hermès détient une participation de 30 % du capital de la société J3L, fournisseur français historique du groupe spécialisé dans les pièces métalliques dédiées principalement à la maroquinerie et aux accessoires de mode.

PERRIN & FILS

La Holding Textile Hermès détient une participation de 39,5 % au sein de Perrin & Fils. Le groupe Perrin est spécialisé dans le tissage au service de secteurs aussi variés que la lingerie féminine, la confection de tissus d'ameublement, le prêt-à-porter et les accessoires.

www.tissages-perrin.com



VAUCHER MANUFACTURE FLEURIER

Depuis 2006, La Montre Hermès détient une participation de 25 % dans le capital de la manufacture horlogère Vaucher. Située au cœur de la région horlogère traditionnelle, entre Neuchâtel, en Suisse, et la frontière française, la manufacture Vaucher perpétue des savoir-faire d'exception et réalise des mouvements horlogers haut de gamme et de prestige.

www.vauchermanufacture.ch

BETTINA

Hermès détient une participation de 40 % dans le capital de la société Bettina, partenaire historique du groupe. Spécialisée dans la réalisation du twillaine, mariage unique de la maille et de la soie, cette entreprise intervient dans le secteur du prêt-à-porter, mais également dans celui de la soie, du textile et de l'art de vivre.

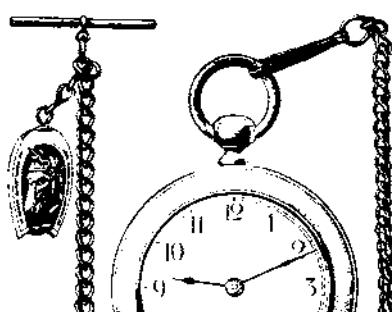
www.bettina.mc

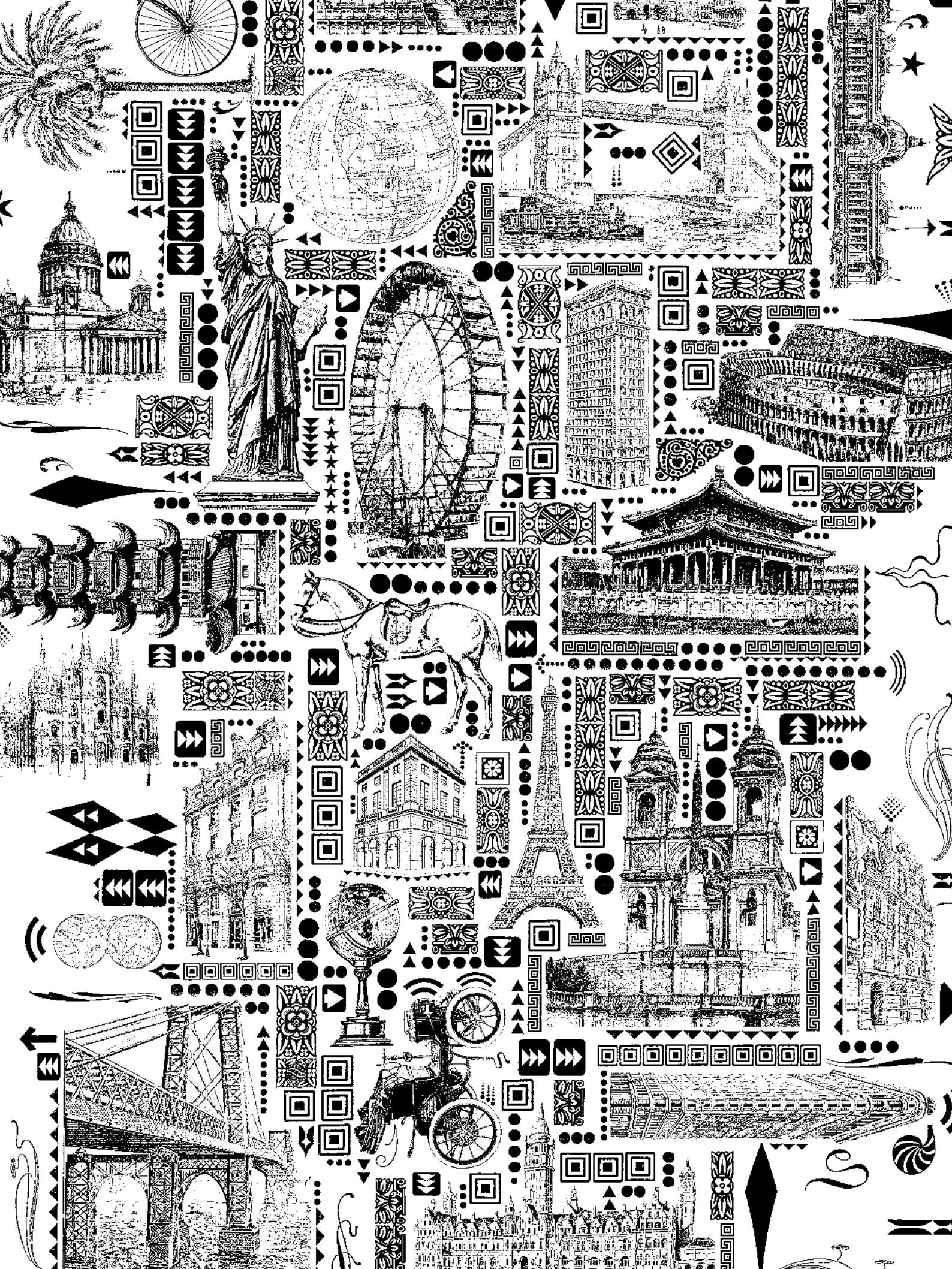


MAISON PIERRE HARDY

Hermès a pris une participation minoritaire en juillet 2016 dans le capital de la société Maison Pierre Hardy, maison française de création de chaussures et accessoires de mode dirigée par Pierre Hardy, son fondateur et directeur artistique. Ce rapprochement renforce encore les liens entre Hermès et Pierre Hardy, directeur de la création des chaussures et des bijoux Hermès.

www.pierrehardy.com



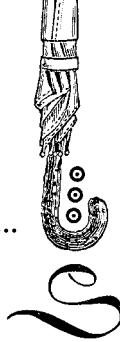




3 /
HERMÈS
DANS
LE MONDE

.....





EUROPE

L'année 2017 aura été particulièrement intense pour Hermès, en Europe, avec cinq ouvertures de magasins et plusieurs manifestations, notamment à Paris et en Italie.

Parmi les changements d'adresse majeurs de l'année, il faut retenir celui du magasin de Londres : après trente ans d'activité, le magasin de Sloane Street s'est installé à deux pas, dans un bâtiment classé situé au 1 Cadogan Place. Sur deux niveaux, l'espace dévolu aux collections atteint désormais 380 m² qui permettent de présenter les 16 métiers de la maison, dans un intérieur aux tons rose pastel, notes cuivrées et bois chaleureux. Pour accompagner cette ouverture, l'artiste britannique Fotis Evans a réalisé deux vitrines d'inspiration surréaliste, tandis que le magasin proposait des objets réalisés spécifiquement, dont la réédition du sac *London*. Créé en 1962, ce sac arbore un fermoir inspiré des épaulettes des uniformes que portent les policiers londoniens.

Le magasin de Munich, ouvert en 1987, a lui aussi déménagé à quelques pas de son adresse initiale, pour rejoindre le Münz-Arkaden, situé au n°8 de la Maximilianstraße. Dans cette bâtie du XVI^e siècle où l'on frappait naguère la monnaie, trois étages totalisant 620 m² permettent d'accueillir tous les métiers de la maison. Un escalier central en marbre, souligné par de délicats jeux de lumière et de transparence, dessert les trois étages aux tonalités chaleureuses aménagés dans le respect du bâti d'origine.

En avril, c'est Athènes qui a célébré la réouverture de son magasin inauguré en 2005. Se déployant désormais sur 175 m², l'espace rénové offre un nouveau regard sur les métiers de la maison. Trois vitrines ont été confiées pour l'occasion à l'artiste grec Socratis Socratous qui a mis en scène d'étonnantes animaux-objets réalisés dans des matières traditionnelles, entre onirisme et mythologie, variation sur « le Sens de l'objet ». Cette réouverture a donné lieu, au premier jour de l'automne, à l'événement Carré Mania, véritable fête des couleurs et de la soie.

Peu après, Biarritz a vu rouvrir son magasin historique, situé depuis 1926 dans une petite maison classée aux façades de style Art déco à quelques pas de l'océan. À l'entrée du magasin de 110 m², l'ex-libris au duc attelé, symbole de la maison, accueille le visiteur sur un sol aux teintes sable, gris perle, vert et blanc, en écho aux couleurs de la ville basque.

Enfin, au cœur de l'été, Hermès a dévoilé son nouvel écrin dans la capitale danoise : un bâtiment néoclassique aux 17 vitrines situées sur l'une des places majeures de Copenhague, à Højbro Plads 4. Dans un aménagement où les codes de la maison dialoguent avec le design scandinave, les 16 métiers de la maison bénéficient de 330 m². Pour accompagner l'ouverture, les vitrines étaient empreintes d'une douce poésie insufflée par le studio suédois Joann Tan, avant de laisser place à une interprétation virtuose du « Sens de l'objet » par l'artiste néerlandais Levi Van Veluw.

Parallèlement, l'année a été scandée par de multiples manifestations Hermès dans toute l'Europe. La saison des événements 2017 s'est engagée avec le succès de la huitième édition du **Saut Hermès au Grand Palais**, à Paris, devenu un rendez-vous équestre incontournable. Quelque 16 000 spectateurs ont assisté aux épreuves de saut d'obstacles et aux animations qui ont rythmé les trois jours de fête. Pour la première fois, la compétition internationale s'est prolongée lors d'une nocturne le samedi, qui a permis de découvrir une nouvelle épreuve : le Prix du 24 Faubourg.

Fin mars, les objets de **petit h** ont fait étape dans l'ancien magasin historique de **Rome**, via Condotti. Un véritable cabinet de curiosités contemporain, au sein duquel les visiteurs pouvaient découvrir des objets uniques créés spécifiquement pour la ville éternelle, comme une « bibliothèque-ours », un cheval en cuir ou encore des *charms* en cuir aux motifs italiens. Cette vente éphémère s'accompagnait d'ateliers ouverts à tous et de rencontres avec des designers.



page de gauche
Magasin Hermès,
à Copenhague.

ci-contre
Affiche 2017
du Saut Hermès
au Grand Palais.

Peu après, le Musée de la Mode d'**Anvers** offrait une immersion dans l'histoire récente d'Hermès. L'exposition *Margiela – Les années Hermès* retraçait la collaboration de Martin Margiela avec la maison du 24 Faubourg : de 1997 à 2003, il fut le directeur artistique des collections de prêt-à-porter femme, tout en approfondissant le travail pour sa propre marque. En cinq ans et douze collections, le styliste belge a recréé la garde-robe féminine Hermès en mettant l'accent sur la qualité, le confort et l'intemporalité des vêtements.

Au début du mois d'avril, le monde du design se donne rendez-vous à **Milan**. Hermès proposait un pavillon d'inspiration méditerranéenne pour présenter les dernières créations de l'univers maison. Le pavillon Hermès a accueilli 35 000 personnes tandis que, dans le centre historique, la nouvelle collection de tissus et papiers peints a été dévoilée en habillant gaiement les façades d'un café, d'une pâtisserie et d'un glacier. Le hashtag #HermesOnTheWall a fait le reste pour diffuser ces motifs de par le monde (lire aussi p. 56).

Retour à Paris. Début mai, **petit h** a dévoilé la recherche menée par ses artisans au côté du designer français François Azambourg dans le cadre du festival de design D'Days. L'exposition *Les États limites de la création* proposait des objets singuliers obtenus en soufflant du verre dans du cuir (lire aussi p. 64).

À la mi-mai, après une itinérance internationale, des lions, tigres, léopards, panthères et autres félins ont envahi le magasin du Faubourg Saint-Honoré à **Paris** pour rendre hommage au talent du peintre et illustrateur Robert Dallet. L'exposition *Féroces et fragiles, les félins dans l'œuvre de Robert Dallet* offre une immersion émouvante dans l'univers de cet artiste et met en lumière l'étroite collaboration menée avec Hermès, tout en sensibilisant les visiteurs à la menace qui pèse sur la survie de ces espèces.

En novembre, la maison a célébré un personnage clef de son histoire. Arrivée au Faubourg en 1961 pour y « dessiner ses rêves » aux côtés d'Annie Beaumel, Leïla Menchari devient responsable des vitrines en 1978 où elle signera de flamboyants tableaux. Au Grand Palais à Paris, l'exposition *Hermès à tire-d'aile – Les mondes de Leïla Menchari* a permis de voir – ou revoir – des sacs, selles et autres objets emblématiques de la maison immergés dans huit compositions colorées inspirées d'un palais oriental, d'un temple égyptien ou encore d'une grotte aux trésors inattendus – jouant, avant l'heure, avec « le Sens de l'objet ».

L'année 2017 s'est achevée en musique à **Madrid** avec *Silk Mix*, un magasin éphémère dans lequel les carrés de soie pour homme habillent les pochettes de disques, et les cravates illustrent les cassettes. Chaque disque contient la bande-son d'un défilé du prêt-à-porter homme, chaque cassette renferme un morceau sorti en 2017. En une semaine, 6 300 personnes ont découvert les motifs de la soie Hermès en écoutant de la musique – et vice versa !

Enfin, les collections de prêt-à-porter ont donné lieu à des défilés parisiens à la rotonde de la salle Pleyel pour le prêt-à-porter homme, et au palais de Chaillot pour le prêt-à-porter femme.

– **Saut Hermès au Grand Palais, Paris, France**
17-19 mars 2017
www.sauthermes.com

– **Petit h à Rome**
Hermès, Rome, Italie
29 mars-1^{er} juillet 2017
#petith #petithroma

– **Margiela, Les années Hermès**
Musée de la Mode d'**Anvers**, Belgique
31 mars-27 août 2017
www.momu.be

– **Hermès à la Milan Design Week 2017**
La Pelota et zona Brera, Milan, Italie
4-9 avril 2017
#HermesOnTheWall

– **Petit h, Les États limites de la création**
Hermès, 17 rue de Sèvres, Paris, France
2-13 mai 2017
<https://designfestivalddays.paris/participant/hermes-atelier-petit-h/>

– **Féroces et fragiles, les félins dans l'œuvre de Robert Dallet**
Hermès, 24 Faubourg Saint-Honoré, Paris, France
19 mai-10 juin 2017
Catalogue publié aux éditions Actes Sud, Arles

– **Hermès à tire-d'aile – Les mondes de Leïla Menchari**
Grand Palais, Paris, France
8 novembre-3 décembre 2017
#HermesLeilaMenchari

– **Silk Mix**
Hermès, Madrid, Espagne
17-25 novembre 2017
#hermessilkmix



113 MAGASINS EN EUROPE



ci-contre
Exposition *Hermès à tire-d'aile* –
Les mondes de Leila Menchari, Paris.

ci-dessus
Secrétaire, table de travail et caisson de la collection *Équipages* présentée lors du Salon international du meuble, Milan.

ALLEMAGNE : 17

10 succursales

Baden-Baden
Berlin KaDeWe
Berlin West
Cologne
Düsseldorf
Francfort
Hambourg
Hanovre
Munich
Nuremberg
7 concessionnaires

AUTRICHE : 2

2 concessionnaires

BELGIQUE : 3

3 succursales

Anvers
Bruxelles
Knokke-le-Zoute

DANEMARK : 2

1 succursale

Copenhague
1 concessionnaire

ESPAGNE : 5

5 succursales

Barcelone Diagonal
Barcelone Paseo de Gracia
Madrid Castellana
Madrid Ortega y Gasset
Marbella

FRANCE : 31

14 succursales

Aix-en-Provence
Biarritz
Bordeaux
Cannes
Deauville
Lille
Lyon
Marseille
Paris Faubourg Saint-Honoré
Paris George-V
Paris Sèvres
Rennes
Saint-Tropez
Strasbourg
17 concessionnaires

GRANDE-BRETAGNE : 9

7 succursales

Glasgow
Londres Bond Street
Londres Harrods
Londres Royal Exchange
Londres Selfridges
Londres Sloane Street
Manchester Selfridges
2 concessionnaires

GRÈCE : 1

1 succursale

Athènes

IRLANDE : 1

1 succursale

Dublin

ITALIE : 16

11 succursales

Bologne
Capri
Florence
Milan
Naples
Padoue
Palerme
Porto Cervo
Rome
Turin
Venise
5 concessionnaires

LUXEMBOURG : 1

1 concessionnaire

NORVÈGE : 1

1 concessionnaire

PAYS-BAS : 4

2 succursales

Amsterdam De Bijenkorf
Amsterdam P.C. Hooftstraat
2 concessionnaires

PORTUGAL : 1

1 succursale

Lisbonne

PRINCIPAUTÉ DE MONACO : 1

1 succursale

Monte-Carlo

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE : 1

1 succursale

Prague

RUSSIE : 2

2 succursales

Moscou Gum
Moscou Stoleshnikov

SUÈDE : 1

1 concessionnaire

SUISSE : 11

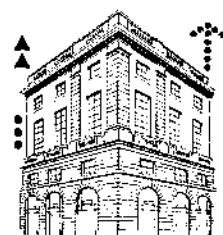
9 succursales

Bâle
Berne
Crans
Genève
Gstaad
Lausanne
Lugano
Saint-Moritz
Zurich
2 concessionnaires

TURQUIE : 3

2 succursales

Istanbul Istinye Park
Istanbul Nisantasi
1 concessionnaire







Sur le continent américain, l'année 2017 a été marquée par trois ouvertures majeures au Brésil, aux États-Unis ainsi qu'au Canada, renforçant la présence d'Hermès sur l'ensemble du continent.

Le 3 juin, c'est à **São Paulo** qu'Hermès a inauguré son troisième magasin au Brésil, au sein du prestigieux centre commercial Iguatemi. D'une surface de 185 m², cet espace aux façades blanches scandées de persiennes horizontales et modulables évoque l'architecture d'une maison sud-américaine des années 50. Le projet est signé par l'agence parisienne RDAI qui déploie l'identité d'Hermès dans l'ensemble des magasins à travers le monde, en harmonie avec la culture et les usages de chaque pays d'accueil. C'est ainsi que le mobilier et les panneaux décoratifs ont été réalisés dans une essence sud-américaine, le cabréuva. Pour accompagner l'ouverture de ce nouveau site brésilien, les vitrines ont été confiées à l'artiste français Zaven Paré, qui a conçu une sculpture cinétique, *Solar Machine*, composée de 180 bras jaunes, en écho aux savoir-faire de la maison.

Aux États-Unis, Hermès a changé d'adresse à **Palm Beach**, où la maison a ouvert son premier magasin en 1977. Elle a rejoint cette année le Royal Poinciana Plaza, pour porter sa surface à 430 m². Ce complexe commercial se distingue par son architecture des années 50, aux couleurs délicates, qui s'élève au cœur de jardins soignés. Ce nouvel espace au style intemporel est personnalisé de motifs issus du 24 Faubourg. Le choix de couleurs fraîches et du chêne pour le mobilier s'accorde avec la lumière singulière et le climat de Palm Beach. Un escalier en pierre relie les deux niveaux qui accueillent les 16 métiers d'Hermès, assorti d'un claustra dont la présence confère un sentiment de sérénité.

Au Canada, enfin, le magasin de **Toronto** a été inauguré à quelques pas de son ancien emplacement. Réparti sur deux niveaux et 450 m², le 100 Bloor Street West se caractérise par sa façade rythmée de briques aux piliers biseautés, qui encadrent des fenêtres en alcôve créant, au fil de la journée et des saisons, des jeux d'ombres et de lumières. Au cœur d'un vaste espace aux tonalités chaleureuses s'élève, tel un ruban, un monumental escalier ovale de marbre clair. Autour de cette sculpture en spirale se déploie l'univers de la soie, la pétillante palette des carrés contrastant avec la blancheur de l'escalier. À l'étage, l'univers de la maison, agrandi, propose désormais mobilier et luminaires au public de Toronto, tandis qu'un espace privé permet d'offrir une expérience plus personnalisée. Le magasin du 100 Bloor Street West d'Hermès proposait également, pour son ouverture, des objets développés spécialement : un sac et des crosses de hockey, deux modèles de bicyclette, des selles ailées miniature, des pochettes *Jigé*, ainsi que de vibrantes versions des sacs *Kelly* et *Bolide*. Ce nouveau magasin est à l'image du lien particulier qui unit la maison Hermès aux Canadiens, marqué par une même énergie dans l'innovation et par l'attachement aux objets artisanaux.

Le nouveau magasin Hermès à Toronto, Canada.



Au Mexique, signalons que les concessions de **Monterrey** et de **Guadalajara** ont été reprises par Hermès.

Parallèlement à ces installations pérennes, Hermès a conçu une manifestation particulière le 9 mars dernier à **Los Angeles**: **DwnTwnMen**. Autour de la collection homme printemps-été 2017 – du prêt-à-porter aux accessoires –, cet événement s'adressait aux hommes modernes des rues de Downtown L.A. Quels que soient leurs styles et leurs influences, ils partagent une ouverture d'esprit, une créativité visionnaire, une fibre écologique et un intérêt pour la culture. Après le défilé, DwnTwnMen leur a offert une expérience immersive dans un cadre à la fois sensoriel et numérique, rythmé par sept slogans énergiques (*Shake me Up, Please Do Touch, Feel the Color, Say Something, etc.*) conviant le public à participer aux différentes animations proposées. C'est ainsi que chaque invité a pu suivre son propre parcours pour explorer toutes les facettes d'Hermès, avant d'achever la soirée en musique.

- La nouvelle plateforme Internet d'Hermès a été lancée en 2017 au Canada puis aux États-Unis, avant un déploiement en Europe puis en Chine en 2018. Favorisant une expérience d'achat fluide et rapide, ce nouveau site reflète l'originalité des créations et la maîtrise des savoir-faire d'Hermès. Il relaie également les grands événements de la maison (défilés, expositions...).

www.hermes.com/ca
www.hermes.com/us
#hermessilkmix

Événement homme
DwnTwnMen,
à Los Angeles.

51 MAGASINS DANS LES AMÉRIQUES

ARGENTINE : 1

1 succursale

Buenos Aires

ÉTATS-UNIS : 33

26 succursales

Atlanta

Bergen County

Beverly Hills

Boston

Chicago

Dallas

Denver

Greenwich

Hawaï Ala Moana

Hawaï Waikiki

Houston

Las Vegas Bellagio

Las Vegas City Center

Las Vegas Wynn

Miami

New York Madison

New York Men on Madison

New York Wall Street

Palm Beach

Philadelphia King of Prussia

San Diego

San Francisco

Seattle

Short Hills

South Coast Plaza

Washington

7 concessionnaires

CARAÏBES : 1

1 succursale

Saint-Barthélemy

CHILI : 1

1 concessionnaire

MEXIQUE : 6

6 succursales

Mexico Guadalajara

Mexico Masaryk

Mexico Moliere

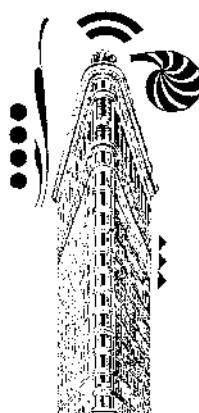
Mexico Monterrey

Mexico Palacio Perisur

Mexico Santa Fe

PANAMA : 1

1 concessionnaire



FEEL

THE

color

THE





ASIE-PACIFIQUE

En 2017, Hermès a renforcé sa présence en Asie par l'inauguration d'une nouvelle adresse en Chine, tandis que plusieurs magasins ont été rouverts au public après des réaménagements. L'ancrage d'Hermès en Extrême-Orient s'est également manifesté par une succession d'événements qui ont contribué à son rayonnement.

La Maison Hermès Dosan Park a rouvert à **Séoul** : les espaces intérieurs de ce bâtiment cubique emblématique, réalisé en 2006, ont été subtilement rénovés. En dix ans, ce site s'est imposé à juste titre comme l'un des grands centres culturels de Séoul. *De facto*, le deuxième étage accueille désormais un « renversant » hommage à Sol LeWitt signé de la plasticienne coréenne Haegue Yang.

L'Atelier Hermès proposait, pour sa part, une exposition « rétro-prospective », réunissant les artistes Baek Kyung Ho, Kim Heecheon, Kim Minae, Yoon Hyangro, Park Kiljong et Kim Yunha, entre regard sur la décennie passée et celle à venir. Les vitrines évoquaient les installations passées des artistes Flying City, Young-Whan Bae, Jinnie Seo et Jackson Hong, tandis que la mascotte Mino, imaginée par l'illustrateur français Ugo Gattoni, s'est invitée en façade pour annoncer cette réouverture à un large public.

Huit ans après avoir inauguré son premier magasin à **Kunming**, dans la province chinoise du Yunnan, Hermès a déménagé dans la « cité de l'éternel printemps », confirmant ainsi sa présence dans le sud-ouest de la Chine. Au rez-de-chaussée du Ginko Mall, ce magasin, qui accueille les 16 métiers de la maison, offre une synthèse de l'élégance française et du charme oriental.

À l'automne, **Taipei** a célébré la réouverture de son magasin au sein du complexe Far Eastern Sogo Fuxing Store au terme d'une rénovation. Ouvert en 2008 après avoir été transféré depuis le Asia Shopping Mall, ce magasin se déploie à présent sur 260 m² sur deux niveaux que relie un atrium avec une belle hauteur sous plafond. Cette configuration permet aux grandes fenêtres de l'étage supérieur de baigner l'ensemble des objets Hermès d'une lumière naturelle.

Pour clôturer l'année, le magasin de **Kuala Lumpur**, en Malaisie, situé dans le centre commercial Pavilion, a rouvert ses portes sur deux niveaux dans un espace agrandi et rénové. Doté désormais de 250 m², ce magasin accueille pour la première fois l'univers de la maison.

Au Japon, deux sites ont été également rouverts après des travaux : **Shinjuku Takashimaya** et **Yokohama Takashimaya**.

Maison Hermès
Dosan Park, à Séoul.





Au cours de l'année 2017, la maison Hermès a également choisi de se déployer en Asie au gré de manifestations de grande ampleur.

Le temps d'une soirée, le Long Museum de Shanghai s'est métamorphosé en un Hermès Club pour célébrer l'esprit de la femme Hermès : sophistiquée, mystérieuse et joyeuse ! Près de 1 200 invités ont pu explorer ce club éphémère, où une succession d'ambiances très graphiques mettaient en scène les collections de prêt-à-porter et les accessoires. Une expérience festive dans un club éphémère haut en couleur dédié aux créations de la maison.

Pour célébrer les collections masculines, Hermès a convié plus de 2 200 personnes dans l'ancien aéroport de Hong Kong, face à la mer, pour une soirée placée sous le signe des sens inversés, sens contraires, sens larges et sens de l'humour ! Avec Men Upside Down, il s'agissait bel et bien de renverser les perspectives et changer de point de vue, à l'image des collections pour homme qui jouent des contrastes, asymétries et subtilités d'un col qui se détache ou d'un manteau qui se retourne... Cette fête sens dessus dessous, associant élégance et poésie, rigueur et fantaisie, offrait un vent de liberté au fil d'expériences joyeuses et ludiques destinées à tous les sens !

À l'automne, l'installation **Through the Walls** a complètement métamorphosé le magasin de Singapour par une mise en abyme grand format – une maison dans la maison – où tout était possible : les cloisons se fendaient, les objets dialoguaient... Les dernières créations de l'univers de la maison se sont ainsi animées avec espièglerie, là où on ne les attendait pas... Une installation immersive qui faisait la part belle au « Sens de l'objet » dans une maison vivante, chaleureuse et ouverte à tous. Ainsi, des ateliers ludiques étaient proposés aux visiteurs le week-end. Il suffisait pour cela... de traverser les murs !

À l'occasion du vingtième anniversaire de l'entrée d'Hermès sur le marché chinois, la **Maison Hermès de Shanghai** a accueilli **Harnessing the Roots**, le premier volet de *Hermès Heritage*, « un cycle d'expositions itinérantes, destinées à partager avec un large public la richesse d'un patrimoine bien vivant », selon les mots de Pierre-Alexis Dumas. À travers ce vaste projet, Hermès met en perspective sa propre mémoire avec son identité contemporaine. La première étape de ce cycle s'attache aux harnais de chevaux, à leurs métamorphoses successives et à leur inscription dans les créations Hermès. De fait, comme le rappelle le directeur artistique d'Hermès : « Il n'y a pas de création amnésique. »

Enfin, au terme de l'année, la **Maison Hermès Dosan Park** s'est métamorphosée en un jardin enchanté ponctué d'œuvres cinétiques. Cette installation signée par l'artiste coréen Yeondoo Jung mêlant surprises et illusions d'optique, offrait un écrin idéal pour accueillir, pour la première fois à Séoul, petit h et ses pièces décalées. Les visiteurs ont pu admirer un étonnant coq-origami-bibliothèque ou un tigre de taille réelle dont le pelage aux 189 pièces de cuir résulte d'un remarquable travail de marqueterie des artisans de la maison, réalisé spécifiquement pour l'occasion.

— Hermès Club

Long Museum de Shanghai,
Chine
15 juin 2017
#hermesclub

— Men Upside Down

Ancien aéroport de Hong Kong
23 septembre 2017
#hermesupsidedown,
#hermesmenupsidedown

— Through the Walls

Hermès Singapore Liat Towers,
Singapour
7-29 octobre 2017
#hermesthroughthewalls,
#hermesmaison

— Hermès Heritage, exposition *Harnessing the Roots*

Maison Hermès, Shanghai, Chine
20 octobre-18 novembre 2017
#hermesheritage

— Petit h à Séoul

Maison Hermès Dosan Park,
Séoul, Corée
21 novembre-17 décembre 2017
#petith
<https://maisondosanpark.hermes.com>

ci-dessus
Événement femme
Hermès Club
au Long Museum
de Shanghai.

page ci-contre
Exposition
Hermès Heritage – Harnessing the Roots,
à la Maison Hermès de Shanghai.

140 MAGASINS EN ASIE-PACIFIQUE

CHINE : 24

23 succursales

Beijing China World
Beijing ParkLife
Beijing Peninsula
Beijing Shin Kong
Chengdu Swire
Chongqing Mixc
Dalian
Guangzhou La Perle
Guangzhou Taikoo Hui
Hangzhou Hubin
Hangzhou Tower
Harbin Mykal
Kunming Ginko
Nanjing Deji
Ningbo Heyi Avenue
Qingdao Hisense Plaza
Shanghai IFC
Shanghai Maison
Shanghai Plaza 66
Shenyang Mixc
Shenzhen City Crossing
Suzhou Matro
Wuhan International Plaza
1 concessionnaire

CORÉE DU SUD : 18

10 succursales

Busan Shinsegae
Séoul Dosan Park
Séoul Galleria
Séoul Hyundai Apkujung
Séoul Hyundai Coex
Séoul Hyundai Daegu
Séoul Lotte World Tower
Séoul Shilla
Séoul Shinsegae Gangnam
Séoul Shinsegae North
8 concessionnaires

HONG KONG : 7

7 succursales

Hong Kong Elements
Hong Kong Harbour City
Hong Kong International Airport
Hong Kong Landmark Prince's
Hong Kong Lee Gardens
Hong Kong Pacific Place
Hong Kong Sogo

INDE : 2

2 succursales

Bombay
New Delhi

INDONÉSIE : 2

2 concessionnaires

JAPON : 39

31 succursales

Chiba Sogo
Fukuoka Hakata Hankyu
Fukuoka Iwataya
Hiroshima Sogo
Kobe Daimaru
Kyoto Takashimaya
Nagoya JR Takashimaya
Nagoya Matsuzakaya
Nagoya Mitsukoshi
Okayama Takashimaya
Osaka Hilton
Osaka Midosuji
Osaka Pisa Royal
Osaka Takashimaya
Osaka Umeda Hankyu
Sapporo Daimaru
Sendai Fujisaki
Tokyo Ginza
Tokyo Ikebukuro Seibu
Tokyo Marunouchi
Tokyo Nihombashi Mitsukoshi
Tokyo Nihombashi Takashimaya
Tokyo Shibuya Seibu
Tokyo Shibuya Tokyu
Tokyo Shinjuku Isetan
Tokyo Shinjuku Takashimaya
Tokyo Tachikawa Isetan
Tokyo Tamagawa Takashimaya
Urawa Isetan
Yokohama Sogo
Yokohama Takashimaya
8 concessionnaires

KAZAKHSTAN : 1

1 concessionnaire

MACAO : 4

4 succursales

Macao Four Seasons
Macao One Central
Macao
Macao Cotai

MALAISIE : 3

2 succursales

Kuala Lumpur Pavilion
Kuala Lumpur The Gardens
1 concessionnaire

PHILIPPINES : 1

1 concessionnaire

SINGAPOUR : 7

7 succursales

Singapour Changi Airport T1
Singapour Changi Airport T2
Singapour Changi Airport T3
Singapour Liat Tower
Singapour Marina Bay Sands
Singapour Scotts Square
Singapour Takashimaya

TAÏWAN : 9

6 succursales

Kaohsiung Hanshin
Taichung FE 21
Tainan Mitsukoshi
Taipei Bellavita
Taipei Regent
Taipei Sogo Fuxing
3 concessionnaires

THAÏLANDE : 3

2 succursales

Bangkok Central Embassy
Bangkok Siam Paragon
1 concessionnaire

VIETNAM : 2

2 concessionnaires

MOYEN-ORIENT

BAHREÏN : 1

1 concessionnaire

ÉMIRATS ARABES UNIS : 6

6 concessionnaires

KOWEÏT : 1

1 concessionnaire

LIBAN : 1

1 concessionnaire

QATAR : 2

2 concessionnaires

OCÉANIE

AUSTRALIE : 5

4 succursales

Brisbane
Gold Coast Pacific Fair
Melbourne Collins Street
Sydney
1 concessionnaire

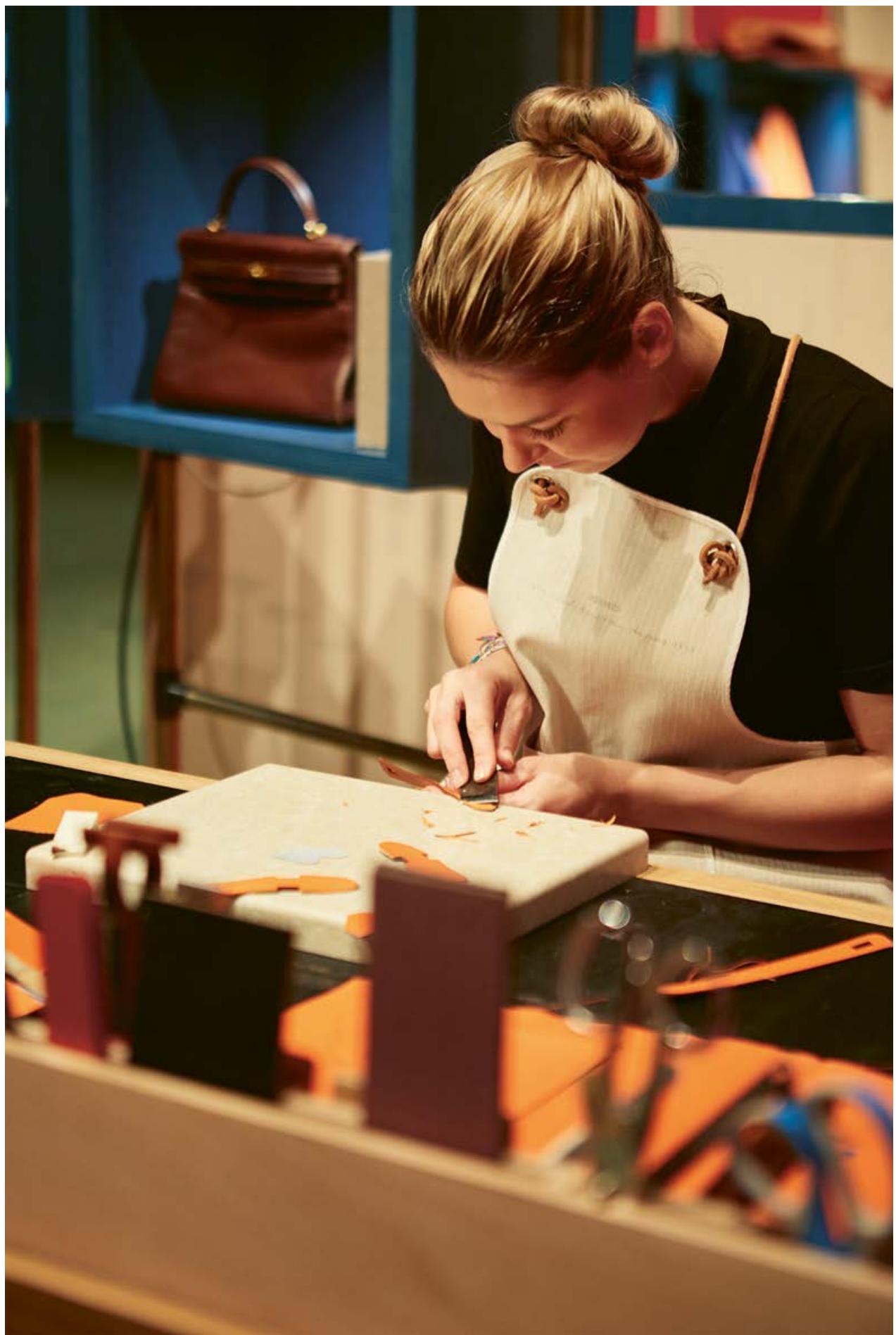
GUAM : 1

1 succursale

SAIPAN : 1

1 succursale





ITINÉRANCES



Hermès à l'international, ce sont également des manifestations décalées ou culturelles, qui circulent dans le monde pour aller à la rencontre d'un large public.

En 2017, la laverie itinérante **Hermèsmatic**, joyeuse et fantaisiste, a voyagé dans 15 villes dans le monde, permettant aux collectionneuses de carrés de donner une seconde vie à leur pièce préférée. Aux États-Unis, en Suisse ou en France, de pétillantes échoppes éphémères caractérisées par des lave-linge de couleur orange proposaient gratuitement un service de teinture en machine pour les carrés. Véritable bain de jouvence, ce procédé permet d'obtenir des foulards métamorphosés aux couleurs inédites. Des carrés préalablement surteints étaient également disponibles à la vente afin de pouvoir étoffer son vestiaire – et sa collection.

Après de nombreuses escales, l'exposition **Wanderland** a circulé cette année en Asie. Une invitation à la flânerie dans un imaginaire parisien ponctué d'objets puisés dans les collections du musée Émile Hermès ou les archives de la maison, mais aussi empruntés aux dernières collections Hermès. Non sans fantaisie, l'ensemble de ces objets ravivaient un Paris à la fois éternel et espiègle. Ici un square au temps littéralement suspendu, là un café des objets oubliés, puis

un passage couvert avec mille surprises en vitrine... et même une station de métro. **Wanderland** a rencontré un grand succès, attirant près de 80 000 visiteurs à Shanghai, puis près de 65 000 à Taipei.

Lancé en 2016, le festival **Hermès hors les murs** a connu deux escales supplémentaires cette année, sous l'intitulé **Hermès at Work** au Japon puis **Hermès dietro le quinte** en Italie. À chaque fois, ce fut une immersion dans les savoir-faire d'Hermès, avec la possibilité d'observer les artisans travailler la matière et de les écouter partager leur passion. Découvrir les techniques qui permettent de donner forme aux objets permettait au public de mieux saisir la valeur de ces pièces artisanales. Des conférences pour approfondir le festival ont été proposées en parallèle à la **Maison Ginza de Tokyo**. Ces éditions de Hermès hors les murs ont été très fréquentées, accueillant plus de 5 000 visiteurs à Tokyo, et plus de 10 500 à Milan.

Enfin, un autre dispositif Hermès a également marqué 2017 : une initiative immatérielle et sans frontière, un jeu sur les mots. **Hermèsitable**, le dictionnaire imaginaire, a continué à s'enrichir cette année de nouveaux termes fantaisistes, mais hautement évocateurs pour présenter les accessoires bijoux de la maison.

Les artisans Hermès sont allés jusqu'à Hakata, au Japon, pour partager leurs savoir-faire durant le festival Hermès hors les murs.

— **Hermèsmatic**
Dubaï, Émirats arabes unis,
Genève, Suisse,
Bruxelles, Belgique,
Bâle, Suisse,
Paris Sèvres, France
New York, États-Unis,
Washington DC, États-Unis,
Moscou, Tsvetnoy
Department store, Russie
Manchester, Royaume-Uni,
Turin, Italie,
Nashville, États-Unis,
Istanbul, Turquie,
Zurich Jemoli, Suisse,
Vienne, Autriche,
Los Angeles, Westfield
Century City, États-Unis,
#Hermesmatic

— **Wanderland**
Shanghai, Chine
13 avril-28 mai 2017
Taipei, Taïwan
23 septembre-15 octobre 2017
#HermesWanderland

— **Hermès at Work**
Tokyo, Japon,
9-19 mars 2017
Milan, Italie,
11-17 mai 2017
Nagoya, Japon,
4-9 octobre 2017
Hakata, Japon,
14-19 octobre 2017
#HermesArtisan

— **Hermèsitable**
Dictionnaire
imaginaire sans frontière
#Hermesitable

PERSPECTIVES



Dans un environnement géopolitique et socio-économique qui, sur le plan mondial, se caractérise depuis plusieurs années maintenant par une grande instabilité et volatilité, Hermès montre sa solidité et la force de son modèle année après année, avec une croissance régulière du chiffre d'affaires et des résultats au fil du temps.

Hermès, solidement ancré dans ses racines, s'appuie sur l'excellence de son artisanat, une forte créativité et un réseau de distribution exclusif.

La maison continue à se déployer grâce à l'attractivité de son offre métiers, riche et diversifiée.

Le groupe a ainsi lancé une nouvelle plateforme Internet d'abord au Canada et aux États-Unis. Son déploiement se poursuivra au premier semestre 2018 en Europe, puis en Chine en fin d'année, afin d'offrir une expérience digitale unique et originale en rassemblant en un seul point d'entrée des contenus éditoriaux et des produits qui reflètent la diversité et l'originalité de nos créations, la maîtrise de nos savoir-faire, et relaient les grands événements de la maison.

Le développement qualitatif du réseau de magasins se poursuivra, avec l'inauguration de huit nouveaux magasins, notamment à Hong Kong, Palo Alto aux États-Unis, Cancún au Mexique, Bangkok en Thaïlande et Xi'an en Chine. La priorité continuera d'être donnée aux agrandissements et aux rénovations dans plus d'une vingtaine de succursales dans le monde.

Face à la croissance particulièrement forte de la maison, le développement des capacités de production se poursuivra. La forte demande que connaît la Maroquinerie-Sellerie, tant pour les sacs iconiques que pour les autres modèles comme les sacs *Constance*, *Halzan*, *Lindy* et *Verrou*, sera soutenue par la montée en puissance des nouveaux sites, les projets d'augmentation des capacités de production, d'embauche et de formation d'artisans.





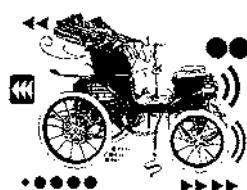
Après les extensions des sites du Vaudreuil en Normandie et de Saint-Junien dans le Limousin en 2017, la manufacture de l'Allan sera inaugurée en 2018, et celles de Guyenne et de Montereau à horizon 2020.

Les autres métiers de la maison, forts de leurs savoir-faire, continueront de concevoir et de fabriquer des objets d'exception, avec une contribution harmonieuse.

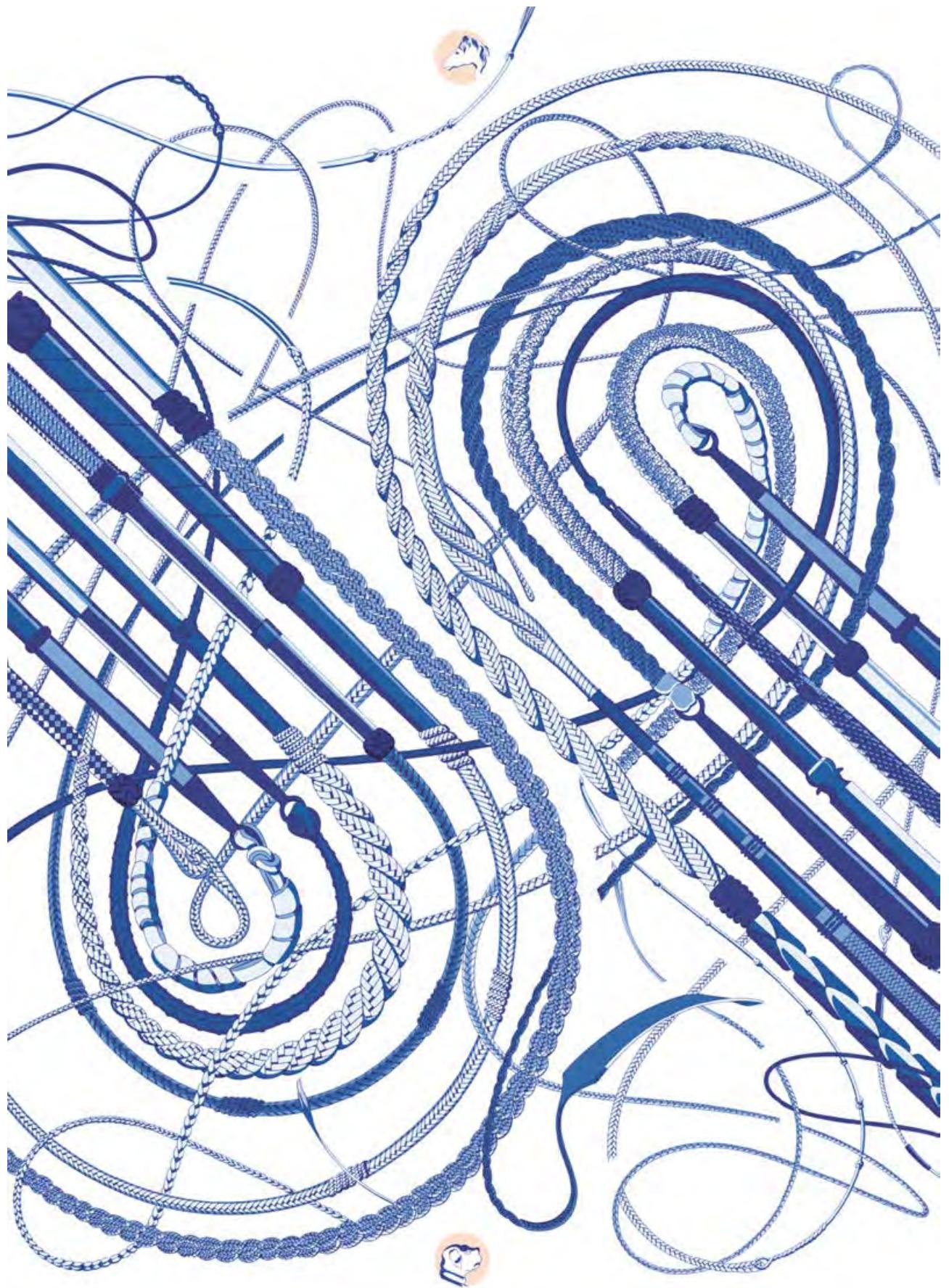
Fidèle à sa tradition de communication singulière qui accompagne nos multiples projets, Hermès continuera à proposer des expériences riches et surprenantes, et renforcera leur impact à travers l'activation de l'ensemble des médias. La stratégie événementielle restera très active et nourrie avec le Saut Hermès au Grand Palais, les événements « Univers » (femme, homme et maison), ainsi que le festival Hermès hors les murs, les événements ventes petit h et les célébrations des ouvertures ou réouvertures des magasins.

En 2018, Hermès célèbre le thème «À vous de jouer!». Un fil rouge qui, bien plus qu'une récréation, nous rappelle l'importance du divertissement comme moteur de créativité, d'innovation et d'agilité.

À moyen terme, malgré le renforcement des incertitudes économiques, géopolitiques et monétaires dans le monde, le groupe confirme un objectif de progression du chiffre d'affaires à taux constants ambitieux.



Carré géant 140
Fouets et Badines
en cachemire et soie,
dessin de
Virginie Jamin.



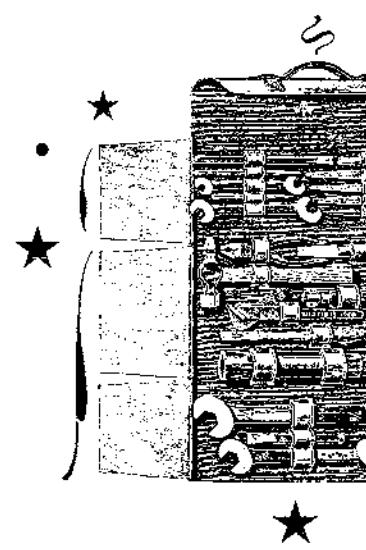
CRÉDITS

Illustrations

Lorenzo Petrantoni.

Photographies

- p. 3 : Valérie Archeno.
- p. 8 : Édouard Caupeil.
- p. 14 : Quentin Bertoux.
- p. 22 : Alfredo Piola.
- p. 25 : Lucie & Simon.
- p. 28 : © Hermès, tous droits réservés.
- p. 31 : Jean-François Hellio.
- p. 32 : Tadzio.
- p. 37 : Antoine Platteau.
- p. 40 : Stéphane Lavoué.
- p. 43 : Kate Jacklin.
- p. 44 : Oliver Hadlee Pearch.
- p. 47 : Laura Coulson.
- p. 48 : Osma Harvilahti.
- p. 50 : Dario Catellani.
- p. 52-53 : Carl Kleiner, Bruno Staub.
- p. 54 : Maud Rémy-Lonvis.
- p. 56-57 : Maud Rémy-Lonvis, François Lacour.
- p. 58 : Publicis EtNous.
- p. 60-62 : Joël Von Allmen.
- p. 64 : Ki Yong Nam.
- p. 65 : Johan Rosenmunthe.
- p. 74 : Seth Nicolas.
- p. 75 : Les Graphiquants.
- p. 76 : Alexandre Guirkinger.
- p. 77 : François Lacour.
- p. 78 : Evan Dion.
- p. 81 : Fredrik Nilsen.
- p. 82 : Masao Nishikawa.
- p. 84 : Yiqing Wang.
- p. 85 : Tao Lian Feng.
- p. 86 : Kei Takashima.



Imprimé en France sur du papier

Trophée Original white

certifié FSC Mixte, par Frazier Paris

(entreprise certifiée FSC/PEFC,

Imprim'Vert, et labellisée Imprim'Luxe).

Une publication Hermès.

© Hermès, Paris 2018.

Hermès International

Société en commandite par actions

au capital de 53 840 400,12 euros,

572 076 396 RCS Paris

Siège social :

24, rue du Faubourg Saint-Honoré,

75008 Paris

Tél. +33 (0)1 40 17 44 37

ISBN 978-2-35102-0630

Le présent document est une synthèse du Document de référence
du Rapport annuel 2017 d'Hermès, téléchargeable sur hermes.com.

