



Rapport d'activité 2019



# Rapport d'activité 2019

# Message de la gérance



Axel Dumas  
et Henri-Louis Bauer.

2019 témoigne de la solidité de notre modèle artisanal fondé sur un développement équilibré des métiers et des zones géographiques. Si la décennie s'achève sur des incertitudes fortes et une prise de conscience généralisée des préoccupations environnementales et sanitaires, force est de constater que la proposition d'Hermès demeure pertinente et appréciée.

Cette proposition repose sur une idée simple: créer des objets faits pour durer, fruits de la maîtrise de savoir-faire éprouvés, enrichis et transmis au fil des générations, façonnés dans des matières d'excellence qui accueillent le temps et s'en nourrissent, des objets dont l'esthétique naît de la fonction.

Cette réalité que nous chérissons, nous l'entretenons: au second semestre 2019, nous avons posé la première pierre de

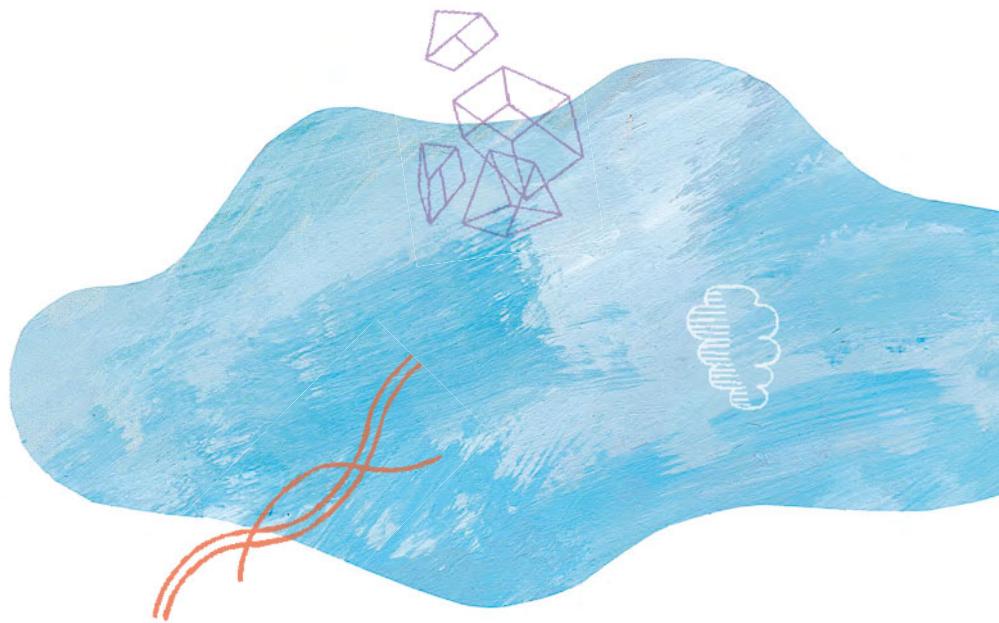
la prochaine manufacture de Montereau et nous nous préparons à ouvrir cette année celle de Guyenne ; nos collections rencontrent un vif succès auprès de nos clients fidèles et nouveaux, comme en témoignent nos résultats; nos engagements se sont faits plus visibles avec la signature du Fashion Pact et nous poursuivons l'extension et l'embellissement de notre réseau exclusif, confiants dans notre avenir et dans celui de nos marchés, la Pologne en étant le quarante-cinquième.

Alors oui, nous avons raison de rester confiants, mais bien ancrés dans notre réalité: sans dévier de notre chemin, tout en nous adaptant à notre environnement, nos rêves, puisque c'était le thème de notre année 2019, nous poussent plus loin et contribuent à la désirabilité et à la performance de notre modèle d'entreprise.

**Axel Dumas**  
Gérant

**Émile Hermès SARL**  
Gérant, représenté par  
Henri-Louis Bauer





- 7** Présentation du groupe,  
chiffres clés et évolution générale
- 17** L'esprit d'entreprendre
- 25** La liberté de création  
au cœur de la stratégie
- 35** Un développement  
responsable et durable
- 43** Les clients au centre  
d'un réseau omnicanal
- 47** 2020, le geste innovant





# PRÉSENTATION du GROUPE

## 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

### **Catherine Fulconis**

Directeur général des métiers maroquinerie-sellerie et petit h

### **Wilfried Guerrand**

Directeur général métiers systèmes d'information et data

### **Éric du Halgouët**

Directeur général finances

### **Guillaume de Seynes**

Directeur général pôle amont et participations



Les membres du Comité exécutif dans le magasin Hermès de l'avenue George-V à Paris.

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

# Organes sociaux



Éric de Seynes, président du Conseil de surveillance.

## CONSEIL DE SURVEILLANCE

**Éric de Seynes**  
Président  
**Monique Cohen**  
Vice-présidente  
**Dominique Senequier**  
Vice-présidente  
**Dorothée Altmayer**  
**Charles-Éric Bauer**  
**Estelle Brachlianoff**  
**Pureza Cardoso<sup>1</sup>**  
**Matthieu Dumas**  
**Blaise Guerrand**  
**Julie Guerrand**  
**Olympia Guerrand**  
**Rémy Kroll<sup>1</sup>**  
**Renaud Momméja**  
**Alexandre Viros**

## COMITÉ RNG-RSE

**Dominique Senequier**  
Présidente  
**Estelle Brachlianoff**  
**Matthieu Dumas**

## ASSOCIÉ COMMANDITÉ

**Émile Hermès SARL**  
Associé commandité, représentée par son Conseil de gérance :

**Henri-Louis Bauer**  
Gérant, président  
**Frédéric Dumas**  
Vice-président  
**Pascale Mussard**  
Vice-présidente  
**Sandrine Brekke**  
**Capucine Bruet**  
**Alice Charbin**  
**Édouard Guerrand**  
**Laurent E. Momméja**  
**Jean-Baptiste Puech**  
**Guillaume de Seynes**

## COMITÉ D'AUDIT ET DES RISQUES

**Monique Cohen**  
Présidente  
**Charles-Éric Bauer**  
**Estelle Brachlianoff**  
**Renaud Momméja**  
**Alexandre Viros**

<sup>1</sup> Représentant les salariés

# Hermès International – Organigramme simplifié

## MARQUE HERMÈS

**Distribution au détail**

- Allemagne
- Argentine
- Australie
- Belgique
- Brésil
- Canada
- Chine, Hong Kong, Taïwan
- Corée du Sud
- Danemark
- Espagne
- États-Unis
- France
- Grèce
- Guam
- Inde
- Italie
- Japon
- Malaisie
- Mexique
- Pologne
- Portugal
- Principauté de Monaco
- République tchèque
- Royaume-Uni
- Russie
- Singapour
- Suisse
- Thaïlande
- Turquie

**Production et distribution en gros**

- Pôle Parfums
- Pôle Horloger
- Pôle Maison

**Fabrication**

- Pôle Maroquinerie
- Pôle Tanneries et Cuirs précieux
- Pôle Textile

**Conception sur mesure**



petit h

## AUTRES MARQUES

Chaussures John Lobb  
Cristallerie Saint-Louis  
Puiforcat  
Shang Xia

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

## Principales données consolidées en M€

	2019	2018 retraité*	2017	2016	2015
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	6 883	5 966	5 549	5 202	4 841
Croissance à taux courants vs n-1	15,4%	7,5%	6,7%	7,5%	17,5%
Croissance à taux constants vs n-1 <sup>1</sup>	12,4%	10,4%	8,6%	7,4%	8,1%
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT<sup>2</sup></b> en % du chiffre d'affaires	2 339	2 075	1 922	1 697	1 541
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b> en % du chiffre d'affaires	2 339	2 128	1 922	1 697	1 541
<b>RÉSULTAT NET – PART DU GROUPE</b> en % du chiffre d'affaires	1 528	1 405	1 221	1 100	973
<b>CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT</b>	2 063	1 863	1 580	1 427	1 217
<b>CASH FLOW DISPONIBLE AJUSTÉ<sup>3</sup></b>	1 406	1 447	1 340	1 212	933
<b>INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS</b>	478	312	265	262	252
<b>CAPITAUX PROPRES – PART DU GROUPE</b>	6 568	5 470	5 039	4 383	3 742
<b>TRÉSORERIE NETTE IFRS</b>	4 372	3 465	2 912	2 320	1 571
<b>TRÉSORERIE NETTE RETRAITÉE<sup>4</sup></b>	4 562	3 615	3 050	2 345	1 614
<b>EFFECTIFS (EN NOMBRE DE PERSONNES)</b>	15 417	14 284	13 483	12 834	12 244

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. Le résultat opérationnel courant est l'un des principaux indicateurs de performance suivi par la Direction Générale du groupe.

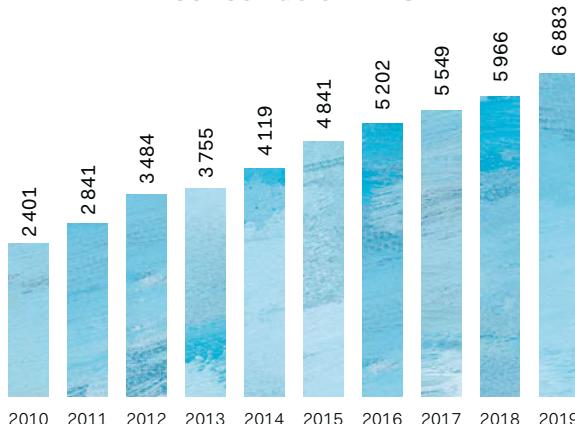
Il exclut les éléments non récurrents ayant un impact significatif de nature à affecter la compréhension de la performance économique du groupe.

3. Le cash flow disponible ajusté correspond aux flux de trésorerie liés à l'activité, diminués des investissements opérationnels et du remboursement des dettes de loyers comptabilisées en application de la norme IFRS 16 (agrégats de l'état des flux de trésorerie consolidés).

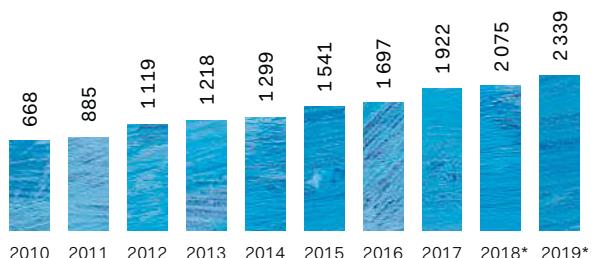
4. La trésorerie nette retraitée inclut les placements de trésorerie qui ne répondent pas aux critères IFRS d'équivalents de trésorerie en raison de leur maturité supérieure à 3 mois à l'origine.

\* Y compris impact de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location. Conformément à IAS 8, Hermès a appliqué cette nouvelle norme de manière rétrospective complète et a retraité les comptes au 31 décembre 2018.

### Évolution du chiffre d'affaires consolidé en M€

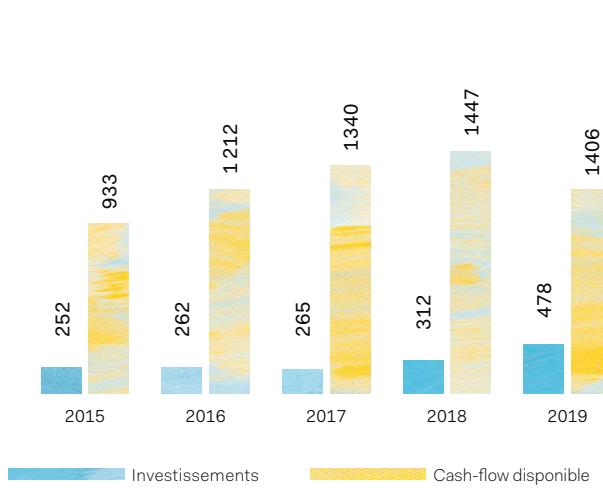


### Évolution du résultat opérationnel courant en M€

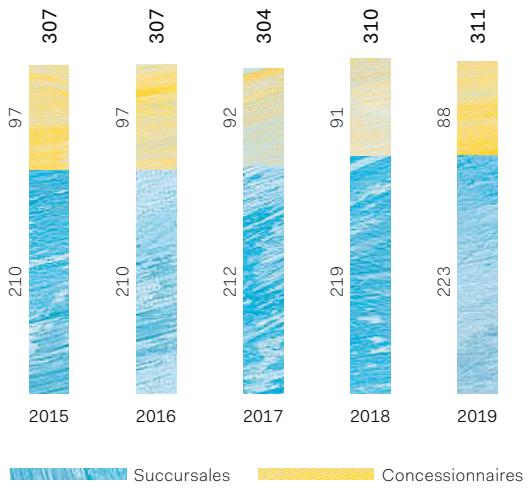


\* Y compris impact de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location.

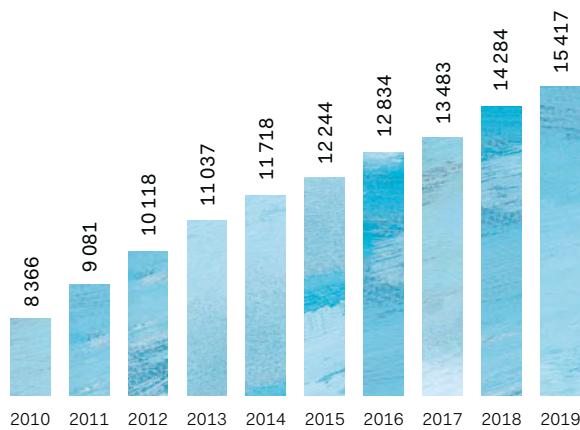
## Investissements opérationnels et cash flow disponible ajusté en M€



## Évolution du nombre de magasins exclusifs



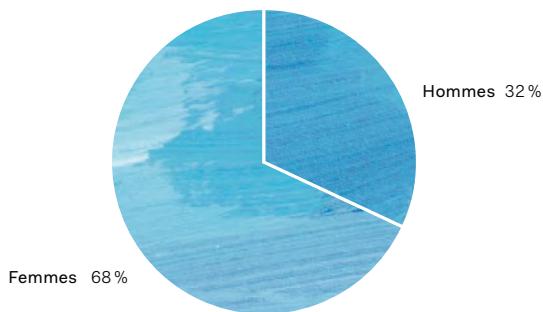
## Évolution de l'effectif global du groupe au cours des dix dernières années



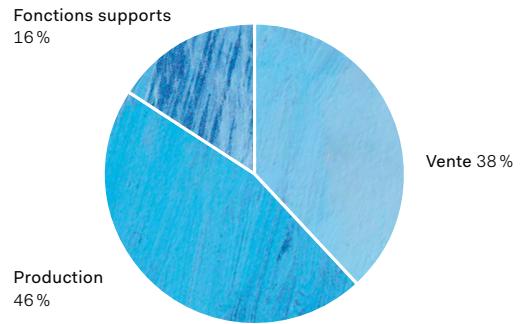
## Répartition géographique des effectifs



## Répartition Hommes/Femmes



## Répartition des effectifs par filière



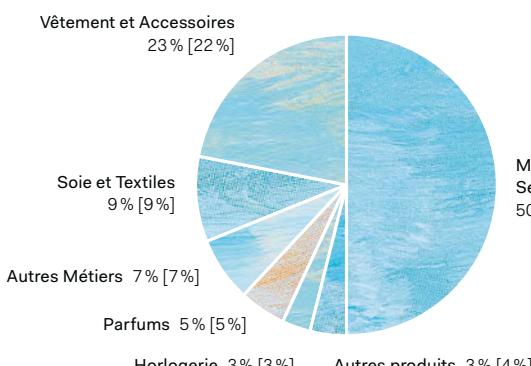
## Chiffre d'affaires par métier et évolution 2019/2018

	2019 CA en M€	Évolution à taux de change constants
MAROQUINERIE-SELLERIE	3 414	11,3 %
VÊTEMENT ET ACCESSOIRES	1 574	17,1 %
SOIE ET TEXTILES	592	7,5 %
AUTRES MÉTIERS HERMÈS	525	20,4 %
PARFUMS	326	4,1 %
HORLOGERIE	193	11,6 %
AUTRES PRODUITS	258	7,0 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ</b>	<b>6 883</b>	<b>12,4 %</b>

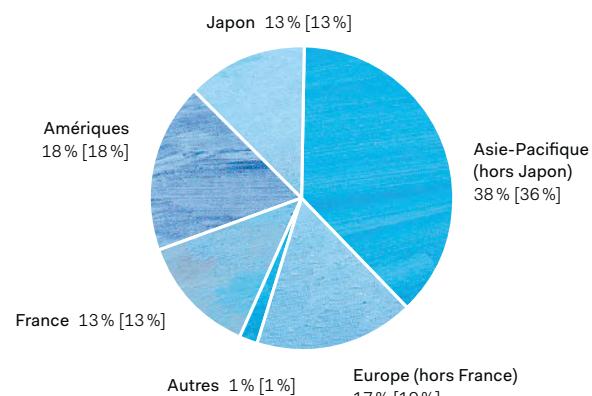
## Chiffre d'affaires par zone géographique et évolution 2019/2018

	2019 CA en M€	Évolution à taux de change constants
EUROPE	2 069	8,1 %
France	867	8,1 %
Europe (hors France)	1 202	8,1 %
ASIE-PACIFIQUE	3 454	15,3 %
Japon	864	8,2 %
Asie-Pacifique (hors Japon)	2 590	17,8 %
AMÉRIQUES	1 241	12,0 %
AUTRES	120	10,9 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ</b>	<b>6 883</b>	<b>12,4 %</b>

### Répartition du chiffre d'affaires par métier 2019 [2018] en %



### Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique 2019 [2018] en %



## Synthèse des données boursières

	2019	2018	2017
NOMBRE D'ACTIONS INSCRITES AU 31 DÉCEMBRE	105 569 412	105 569 412	105 569 412
NOMBRE D'ACTIONS MOYEN (HORS AUTOCONTROLE)	104 233 233	104 227 077	104 435 755
CAPITALISATION BOURSIÈRE AU 31 DÉCEMBRE	70,33 MDS €	51,18 MDS €	47,11 MDS €
BÉNÉFICE NET PAR ACTION (HORS AUTOCONTROLE)	14,66 €	13,48 €	11,70 €
DIVIDENDE PAR ACTION	4,55 € <sup>1</sup>	4,55 €	9,10 € <sup>2</sup>
VOLUME QUOTIDIEN MOYEN (EURONEXT)	54 467	72 725	62 593 €
COURS LE PLUS HAUT DE L'ANNÉE	689,20 €	614,60 €	468,30 €
COURS LE PLUS BAS DE L'ANNÉE	462,40 €	417,90 €	386,30 €
COURS MOYEN DE L'ANNÉE	607,44 €	509,85 €	433,02 €
COURS AU 31 DÉCEMBRE	666,20 €	484,80 €	446,25 €

1. Sous réserve des décisions de l'Assemblée générale ordinaire du 24 avril 2020. Un acompte de 1,50 € a été versé le 5 mars 2020.

2. Correspond à un dividende ordinaire de 4,10 € et à un dividende exceptionnel de 5 €.

## Évolution en 2019 du cours de l'action Hermès en euros



## Répartition de l'actionnariat au 31 décembre 2019



# Évolution générale



Le magasin de Vancouver au Canada.

**LE CHIFFRE D'AFFAIRES PROGRESSE DE 15 % À TAUX DE CHANGE COURANTS ET DE 12 % À TAUX DE CHANGE CONSTANTS. LE RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT, EN PROGRESSION DE 13 %, ATTEINT AINSI 2,3 MD\$€, SOIT 34 % DES VENTES.**

En 2019, le chiffre d'affaires consolidé du groupe s'élève à 6 883 M€. Il progresse de +15% à taux de change courants et de +12% à taux de change constants. Le résultat opérationnel courant<sup>1</sup>, en croissance de 13%, s'élève pour sa part à 2 339 M€ (34,0% des ventes).

Le résultat net atteint 1 528 M€ (22,2% des ventes).

Axel Dumas, gérant d'Hermès, a commenté ces résultats en ces termes : « Hermès a réalisé des performances particulièrement remarquables cette année, grâce à une croissance équilibrée dans tous les métiers et toutes les zones géographiques. Cette dynamique solide s'appuie sur notre modèle artisanal, sur l'intégration du réseau de distribution et sur une créativité foisonnante. Ces résultats sont le fruit de l'engagement et du talent des femmes et des hommes d'Hermès. »

1. Y compris impact de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location.

Conformément à IAS 8, Hermès a appliqué cette nouvelle norme de manière rétrospective complète et a retraité les comptes au 31 décembre 2018.

**EN 2019, TOUTES LES ZONES GÉOGRAPHIQUES SONT EN FORTE CROISSANCE.**

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

La progression particulièrement soutenue du chiffre d'affaires réalisé en 2019 dans les magasins du groupe (+13%) s'appuie sur une croissance dans toutes les zones géographiques. Hermès a poursuivi le développement qualitatif de son réseau de distribution, tant par les ouvertures de magasins que par les rénovations et agrandissements d'une vingtaine d'entre eux.

• L'Asie hors Japon (+18%) poursuit sa forte croissance en Grande Chine, malgré l'impact des événements à Hong Kong au dernier trimestre, ainsi que dans les pays d'Asie du sud. Les magasins de Qingdao en Chine et de Hyundai en Corée ont été agrandis et rouverts en décembre, après les ouvertures de Xiamen en Chine et de Phuket Floresta en Thaïlande plus tôt dans l'année. Hermès poursuit avec succès le développement de sa plateforme e-commerce, déployée en octobre à Singapour et en Malaisie.

• Le Japon (+8%) est en progression, avec une fin d'année impactée par les anticipations d'achats liées à la hausse de TVA en octobre. La nouvelle plateforme *hermes.jp* a été inaugurée en juin.

## Croissance exceptionnelle des ventes et des résultats en 2019

• L'Amérique (+12%) confirme sa belle dynamique dans l'ensemble de la zone. Après les ouvertures récentes dans les quartiers de Meatpacking à New York et de Waikiki à Honolulu, le magasin de San Francisco, agrandi, a été rouvert en novembre, témoignant d'une croissance soutenue tant aux États-Unis que dans les autres pays de la région.

• L'Europe hors France (+8%) réalise une solide performance, portée notamment par le Royaume-Uni et l'Italie. Hermès a inauguré son premier magasin à Varsovie en novembre, marquant pour la maison l'ouverture d'un nouveau marché en Pologne. La France (+8%) est en progression, malgré l'impact négatif des événements de la fin d'année.

**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 et Bijouterie.

La Maroquinerie-Sellerie (+11%) bénéficie d'une demande soutenue, tant sur les classiques réinventés que sur les nouveaux modèles, comme les sacs *Mosaïque*, *24/24* ou *Twins*. L'augmentation des capacités de production se poursuit, avec la montée en puissance de la Manufacture de l'Allan et le lancement des travaux des maroquineries de Guyenne et de Montereau dont l'achèvement est prévu en 2020. Une maroquinerie sera construite à Louviers à l'horizon 2021, tandis qu'un nouveau site, annoncé pour 2022 dans les Ardennes, deviendra la 21<sup>e</sup> maroquinerie du groupe, renforçant l'ancrage territorial en France et la création de valeur sociale.

La division Vêtement et Accessoires (+17%) confirme sa très belle dynamique, portée par le succès des collections de prêt-à-porter féminin et masculin, des accessoires de mode et des chaussures en particulier.

Le métier Soie et Textiles (+7,5%) est en croissance, avec des collections qui allient diversité des matières et richesse des créations, tant par leurs dessins et leurs nouveaux formats que par leurs techniques. Les collections printemps-été et automne-hiver 2019 ont rencontré un vif succès.

Les Parfums (+4%) progressent, portés notamment par le succès de *Terre d'Hermès* et de *Twilly d'Hermès*, ainsi que par les nouveautés *Un Jardin sur la Lagune* et *Twilly d'Hermès Eau poivrée*. L'esprit d'entreprendre de la maison continue de s'exprimer avec le lancement en 2020 d'un nouveau métier, la Beauté Hermès.

L'Horlogerie (+12%) affiche une solide performance des ventes qui reflète la créativité des collections et la sélectivité de son réseau. La nouvelle montre féminine *Galop d'Hermès* a reçu un bel accueil, tandis que l'horlogerie Hermès a été récompensée pour la quatrième fois en novembre avec le Grand Prix de l'Horlogerie de Genève décerné à la montre *Arceau L'heure de la lune*.

Regroupant la Bijouterie, l'Art de vivre et les Arts de la Table Hermès, les Autres Métiers Hermès (+20%) sont en forte hausse, avec une belle progression de la Bijouterie, en particulier la joaillerie qui s'illustre avec la collection *Black to Light*.

## FORTE PROGRESSION DES RÉSULTATS<sup>2</sup> EN 2019

Le résultat opérationnel courant progresse de 13% et s'élève à 2 339 M€ contre 2 075 M€ en 2018. La rentabilité opérationnelle courante, proche des plus hauts niveaux historiques, atteint 34,0%, contre 34,8% en 2018 en raison de l'impact défavorable des couvertures de change.

Le résultat net consolidé part du groupe s'élève à 1 528 M€ contre 1 405 M€ à fin décembre 2018, soit +9%. Retraité de la plus-value non courante relative à la cession des murs de l'ancien magasin du Galleria à Hong Kong en 2018, le résultat net progresse de +13%.

Les investissements opérationnels s'élèvent à 478 M€ et le cash flow disponible ajusté<sup>3</sup> atteint 1 406 M€.

Après versement du dividende ordinaire (474 M€), la trésorerie nette retraitée progresse de 946 M€ et s'élève à 4 562 M€ contre 3 615 M€ au 31 décembre 2018.

Hermès International a procédé en 2019 au rachat de 84 757 actions pour 52,4 M€, hors mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité.

2. Y compris impact de la norme IFRS16 relative aux contrats de location. Conformément à IAS8, Hermès a appliqué cette nouvelle norme de manière rétrospective complète et a retraité les comptes au 31 décembre 2018.

3. Le cash flow disponible ajusté correspond aux flux de trésorerie liés à l'activité diminués des investissements opérationnels et du remboursement des dettes de loyers comptabilisées en application de la norme IFRS 16 (agrégats de l'état des flux de trésorerie consolidés).

## CROISSANCE DES EFFECTIFS

Le groupe Hermès poursuit ses recrutements et a renforcé ses effectifs d'environ 1 100 personnes. Fin 2019, le groupe employait 15 417 personnes, dont 9 522 en France.

Fidèle à sa volonté et à son engagement de partager les fruits de la croissance avec celles et ceux qui y contribuent au quotidien, Hermès distribuera une prime de 1 500 € au titre des bons résultats 2019 à l'ensemble de ses collaborateurs, après avoir annoncé en juillet 2019 un nouveau plan d'attribution gratuite d'actions au profit de tous les salariés.

## PERSPECTIVES

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

L'apparition de l'épidémie de Covid-19 en janvier 2020 renforce les incertitudes du contexte économique global et des marchés. Ses conséquences pour la société sont aujourd'hui difficiles à évaluer, et dépendront de l'ampleur et de l'étendue géographique de son évolution, comme des mesures prises par les pays concernés. Le groupe reste très impliqué et mobilisé en évaluant chaque jour la situation et en adaptant ses dispositifs.

Fière de son modèle artisanal, Hermès rend hommage, en 2020, à l'extraordinaire outil qu'est la main de l'homme tout autant qu'à l'ingéniosité qui anime chacun des artisans de la maison. Car c'est bien cette alliance qui caractérise l'esprit d'innovation chez Hermès, *Le geste innovant*.

Fort de son modèle d'entreprise unique, Hermès poursuit sa stratégie de développement à long terme fondée sur la créativité, la maîtrise des savoir-faire et une communication originale.

## PROPOSITION DE DIVIDENDE

Lors de l'Assemblée générale du 24 avril 2020, il sera proposé de fixer le dividende à 4,55 € par action. L'acompte de 1,50 € versé le 5 mars 2020 viendra en déduction du dividende qui sera décidé par l'Assemblée générale.





# *L'ESPRIT* *D'ENTREPRENDRE*

Conjuguant liberté de création, innovation, préservation et transmission de savoir-faire d'exception, l'esprit d'entreprendre selon Hermès continue de façonner une maison indépendante et unique. En développant avec exigence son modèle artisanal, la maison atteint les objectifs ambitieux qui sont les siens.



## Six générations d'artisans

L'histoire d'Hermès commence à Paris en 1837, dans l'atelier de harnais ouvert par Thierry Hermès rue Basse-du-Rempart. De fil en aiguille, génération après génération, la maison suit une double trame, celle du travail minutieux de l'artisan et celle du mode de vie de ses clients. Portée par un esprit de liberté et de création jamais démenti, Hermès manifeste une sensibilité et une attention constantes aux évolutions de la société et de ses besoins.

En 1880, Charles-Émile Hermès, fils du fondateur, déménage les ateliers au 24, faubourg Saint-Honoré et y adosse un magasin. À cette adresse devenue emblématique, on venait faire fabriquer des harnais et des selles sur mesure. L'entreprise s'illustrait déjà par l'excellence de ses créations.

### UNE MAISON INNOVANTE ET PASSIONNÉE PAR SON TEMPS

Dans l'entre-deux-guerres, les modes de vie changent et la maison innove sous la direction du petit-fils de Thierry, Émile Hermès. Il infléchit de manière décisive l'entreprise familiale lorsqu'il découvre, lors d'un voyage au Canada, le système d'ouverture et de fermeture de la capote d'une automobile. Il obtient en 1922 l'exclusivité de ce « ferme-tout » américain – connu aujourd'hui sous le nom de fermeture Éclair – qui sera largement appliquée aux bagages et créations de la maison. Sous l'impulsion d'Émile Hermès, la maison s'ouvre à d'autres métiers, tout en restant fidèle au monde équestre : elle s'appuie sur sa maîtrise des matières premières et sa culture artisanale pour créer ses premières collections de vêtements. En 1937 naît le fameux carré de soie avec *Jeu des omnibus et dames blanches*, premier d'une longue série.

À la tête de la maison dès 1951, Robert Dumas, l'un des gendres d'Émile Hermès, fréquente volontiers les ateliers et dessine des objets dont les détails (boucles, fermoirs, clous de selle et chaînes d'ancre) se parent d'une élégance qui ne cède en rien à leur praticité. Les objets Hermès se distinguent par la noblesse de leurs matières, la maîtrise des savoir-faire et l'audace de la création, stimulée par le regard aiguisé que la maison porte sur le monde. Le métier de la soie fait désormais appel à des artistes pour dessiner des motifs inédits.

## UNE ENTREPRISE VISIONNAIRE

À partir de 1978, le fils de Robert Dumas, Jean-Louis, révolutionne en douceur la maison : il la diversifie et la propulse sur la carte mondiale. Hermès accueille ainsi de nouveaux métiers qui reposent sur des savoir-faire uniques : l'horlogerie dès 1978, ainsi que l'arrivée de nouvelles maisons au sein du groupe – le bottier John Lobb en 1975, l'orfèvre Puiforcat en 1993, ou encore la cristallerie Saint-Louis en 1995. Hermès crée également ses propres modèles de chaussures dessinés par Pierre Hardy depuis 1990.

En 1987, à l'occasion des 150 ans du sellier, un mémorable feu d'artifice offert aux Parisiens lance le premier thème d'une tradition qui se perpétue afin de nourrir chaque année d'une même inspiration toutes les créations.

Jean-Louis Dumas accompagne également le développement d'Hermès aux quatre coins du monde avec l'ouverture de nombreux magasins qui combinent tous subtilement l'identité du 24 Faubourg et la culture locale. Parmi ces magasins, plusieurs Maisons Hermès voient le jour, à New York en 2000 sur Madison Avenue, à Tokyo en 2001 – à Ginza, dans un écrin de briques de verre dessiné par Renzo Piano – et à Séoul en 2006 à Dosan Park.

À partir de 2006, Patrick Thomas développe l'organisation stratégique décentralisée des métiers et réorganise la présence d'Hermès dans le monde par zones géographiques. Il assure également la transition avec la sixième génération de la famille.

## HERMÈS AUJOURD'HUI

En 2005, Pierre-Alexis Dumas, fils de Jean-Louis Dumas, est nommé directeur artistique. La maison étoffe la palette de ses savoir-faire : parallèlement à son offre de bijoux, Hermès présente en 2010 sa première collection de haute bijouterie. L'année suivante, l'univers de la maison propose pour la première fois des tissus d'ameublement et papiers peints. La créativité est toujours plus foisonnante au sein des différents métiers, conjuguant innovation et fantaisie. Pierre-Alexis Dumas est également à l'origine de la création, en 2008, de la Fondation d'entreprise Hermès, qui soutient la création artistique, la promotion et la transmission des savoir-faire, et la préservation de la biodiversité.

Gérant depuis 2013, Axel Dumas, neveu de Jean-Louis Dumas, renforce la dynamique de croissance de l'entreprise avec l'inauguration en 2014, à Shanghai, de la cinquième Maison Hermès. Il accompagne le déploiement digital du groupe qui aboutit, en 2018, à la refonte du site [hermes.com](http://hermes.com). Axel Dumas inscrit également Hermès dans l'évolution des nouvelles technologies, en accord avec les attentes de clients de plus en plus connectés – lancée en 2015, l'Apple Watch Hermès témoigne d'un partenariat audacieux et innovant avec Apple. Le groupe accélère par ailleurs la dynamique omnicanale au sein de son organisation.

Le 18 juin 2018, Hermès International entre au CAC 40, illustrant le remarquable parcours industriel et boursier d'une maison d'artisans, familiale et indépendante, qui distribue ses objets à travers un réseau dynamique de 311 magasins répartis dans le monde. Depuis plus d'un siècle et demi, Hermès a enrichi ses métiers sans se départir de ses exigences de qualité. Le sellier s'attache à cet égard à poursuivre le développement de sa production en France à travers ses dix-sept manufactures. À l'encontre d'une uniformisation industrielle et mondialisée, Hermès apparaît ainsi comme un modèle entrepreneurial singulier.



# Hermès en quelques dates

20

**1837**

Ouverture à Paris, dans le quartier des Grands Boulevards, de l'atelier de Thierry Hermès, artisan sellier-harnacheur.

**1867**

Thierry Hermès est récompensé à l'Exposition universelle de Paris pour l'excellence de ses réalisations.

**1880**

Charles-Émile Hermès, fils de Thierry Hermès, déménage les ateliers au 24, faubourg Saint-Honoré, et y ouvre un magasin de harnais et de selles sur mesure.

**1900**

Création du sac *Haut à courroies*.

**1922**

Émile Hermès, fils de Charles-Émile Hermès, développe en exclusivité en France le « ferme-tout » américain, qui deviendra la fermeture Éclair.

**1925**

Création de la première pièce de prêt-à-porter, un blouson de golf.

**1927**

Création du premier bijou, le bracelet *Filet de selle*.

**1937**

Création du premier carré de soie, *Jeu des omnibus et dames blanches*.



**1945**

Issu de la collection Émile Hermès, le dessin *Duc attelé, groom à l'attente* d'Alfred de Dreux représentant une calèche et son attelage devient l'emblème de la maison Hermès.

**1949**

Création de la première cravate.

**1951**

Robert Dumas crée le bracelet *Chaîne d'ancre*. La création du parfum *Eau d'Hermès* marque l'avènement d'un nouveau métier.

**1956**

Le sac créé dans les années 1930 par Robert Dumas est baptisé *Kelly*, en hommage à Grace Kelly.

**1967**

Présentation de la première collection de prêt-à-porter femme.



## 1973

Naissance en Allemagne de la publication *Die Welt von Hermès*. *Le Monde d'Hermès* est créé deux ans plus tard en France.

## 1978

Jean-Louis Dumas, fils de Robert Dumas, prend la direction de la maison. Création de la filiale La Montre Hermès à Bienne, en Suisse.

## 1984

Création par Jean-Louis Dumas du sac *Birkin*, du nom de la chanteuse et comédienne Jane Birkin. Création du premier service de table, *Les Pivoines*.

## 1987

Hermès célèbre les 150 ans de la maison avec un feu d'artifice sur le Pont-Neuf à Paris. Chaque année, un thème guide désormais l'inspiration de tous les métiers de la maison.

## 1992

Installation à Pantin des ateliers de maroquinerie.

## 1993

Introduction en Bourse du titre Hermès International.



## 2000

Ouverture, à New York, d'une Maison Hermès sur Madison Avenue.

## 2001

Ouverture, à Tokyo, d'une Maison Hermès à Ginza. Lancement du premier site e-commerce aux États-Unis.

## 2006

Patrick Thomas devient gérant de la maison Hermès. Ouverture, à Séoul, d'une Maison Hermès à Dosan Park.

## 2008

Création de la Fondation d'entreprise Hermès sur l'impulsion du directeur artistique de la maison, Pierre-Alexis Dumas, fils de Jean-Louis Dumas.

## 2010

Création de petit h. Première collection de haute bijouterie dessinée par Pierre Hardy. Première édition du Saut Hermès au Grand Palais à Paris.

## 2013

Axel Dumas, neveu de Jean-Louis Dumas et membre de la sixième génération de la famille, est nommé gérant d'Hermès.

## 2014

Ouverture d'une Maison Hermès à Shanghai.

## 2015

Apple et Hermès lancent l'*Apple Watch Hermès*.

## 2018

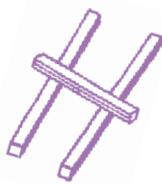
Entrée d'Hermès International au CAC 40. Lancement du nouveau site [hermes.com](http://hermes.com) en Europe et en Chine.

## 2019

Ouverture d'un nouveau marché en Pologne avec l'inauguration d'un magasin à Varsovie. Au 31 décembre, Hermès compte 311 magasins de par le monde. Inauguration de la maroquinerie de Fitolieu, la 17<sup>e</sup> manufacture du groupe sur le territoire français.



# Le modèle d'entreprise Hermès



L'année 2019 restera marquée par des résultats exceptionnels avec une croissance de 15% à taux de change courants et de 12% à taux de change constants, qui témoigne de la solidité du groupe. Cette croissance est équilibrée tant au niveau des métiers que des zones géographiques. Par ailleurs, la fréquentation des magasins est particulièrement dynamique, avec des ventes en croissance de 13% dans les magasins du groupe.

Depuis le 18 juin 2018, l'entreprise figure dans l'indice de référence de la Bourse de Paris, réservé aux plus grands groupes cotés français. Le sellier continue ainsi de suivre un parcours industriel et boursier exemplaire.



Le site de Pierre-Bénite, dans le Rhône, est un maillon essentiel de la Holding Textile Hermès.

**Collaborateurs Hermès dans le monde au 31 décembre 2019: 15 417, dont 9 522 en France.**



Hermès, employeur d'artisans d'excellence.

## UNE MAISON INDÉPENDANTE

La maison Hermès reste très attentive à conserver l'essentiel de sa production en France et à perpétuer ses savoir-faire au service de la création. Elle continue de réaffirmer son indépendance qui, à l'appui d'une structure actionnariale familiale, témoigne de la solidité de la maison et favorise «l'esprit d'entreprendre» devenu modèle d'entreprise.

En 2019, la fabrication des objets Hermès se déploie de façon quasi exclusive en France sur 43 sites répartis dans 8 des 13 régions. Ces sites s'organisent dans une logique de pôles régionaux qui structurent l'implantation territoriale d'Hermès.

Au terme de l'année 2019, la décennie s'achève dans un contexte de tensions politiques et sociales, en France comme sur la scène internationale. Par sa singularité, le modèle économique d'Hermès continue toutefois de porter ses fruits sur tous les marchés. Ce dynamisme engage la maison à aller de l'avant dans le respect de ses valeurs : transmission, durabilité et humanisme. Il lui importe également de renforcer son ancrage dans des territoires à haut savoir-faire manufacturier pour y développer des emplois de qualité.

## UNE MAISON CRÉATRICE DE VALEUR SOCIALE

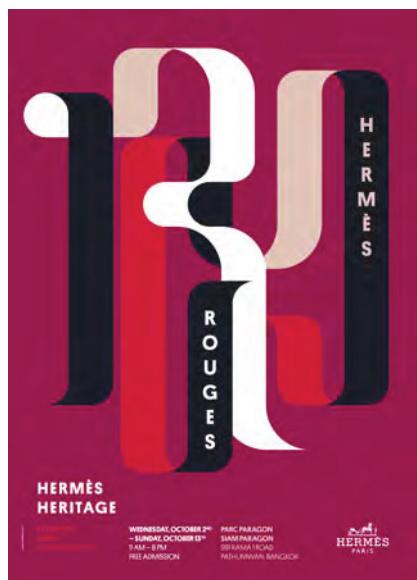
Hermès montre son attachement à la création de valeur sociale pour favoriser un développement responsable.

Cela se traduit tout d'abord de manière collective par la création d'emplois. En 2019, 1 133 personnes ont rejoint la communauté des femmes et des hommes Hermès, parmi lesquels 676 nouveaux collaborateurs en France.

La création de valeur sociale s'exerce également de manière individuelle, par le versement d'une participation et d'un intéressement annuels sur les résultats à chacun de ses collaborateurs. Le 1<sup>er</sup> juillet 2019, ceux-ci ont été associés une nouvelle fois au projet d'entreprise à long terme en bénéficiant d'un cinquième plan d'attribution gratuite d'actions.

Par ailleurs, les salaires des 8 846 collaborateurs en France ont été revalorisés de 100 euros brut à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2019. Conformément aux engagements pris en 2018, l'entreprise a versé en janvier 2019 une prime exceptionnelle d'un montant de 1 000 euros à plus de 7 000 de ses salariés en France. Les collaborateurs d'Hermès travaillant à l'étranger ont également perçu une prime complémentaire.

Hermès témoigne ainsi de sa volonté de partager les fruits de sa croissance avec celles et ceux qui contribuent à ses excellents résultats par leur travail quotidien.



Affiche de l'exposition  
Rouges Hermès,  
2<sup>e</sup> volet du cycle  
Hermès Heritage, à  
Bangkok en Thaïlande.

## L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE AU CŒUR DE LA MAISON HERMÈS

Depuis 1837, l'esprit d'entreprendre guide Hermès dans toutes les facettes de son développement. Porteur des valeurs humanistes issues de l'artisanat, il s'illustre par une créativité foisonnante, une capacité d'innovation constante associée à des savoir-faire d'exception, des implantations de manufactures et des ouvertures de magasins, au plus près des spécificités culturelles locales. En 2019, l'entreprise a préparé le lancement d'un nouveau métier – la Beauté – avec un premier chapitre : *Rouge Hermès*. La Beauté s'inscrit dans les valeurs de la maison, associant exigence, éthique et esthétique, selon une approche durable et grâce à un choix de matériaux nobles et un objet rechargeable.

L'esprit d'entreprendre se traduit par une grande liberté de création qui nourrit chaque métier. C'est grâce à cette liberté et à l'engagement de chacun que la créativité de la maison s'exprime de manière foisonnante, à l'image des nombreux dessins de carrés édités chaque année et des nouveaux objets proposés.

Au plus près de la clientèle, les directeurs de magasin sont également des acteurs de cet esprit d'entreprendre. Libre à eux de composer la sélection d'objets proposés au sein de leur magasin : ainsi, chacune des 311 adresses Hermès dans le monde est une maison d'objets unique. Cette approche permet d'aller au-devant des attentes spécifiques des clients d'un territoire à l'autre en leur apportant une expérience d'achat singulière. L'offre se prolonge sur le magasin en ligne [hermes.com](http://hermes.com) qui poursuit son déploiement aux quatre coins du monde.

Au cœur du modèle d'Hermès, cet esprit d'entreprendre préside à la conception de tous les objets qui façonnent le patrimoine créatif du sellier depuis ses origines. Le cycle d'expositions *Hermès Heritage* permet au public de s'immerger dans ces fondamentaux. Deuxième volet de ce projet, l'exposition *Rouges Hermès* a été présentée aux publics de Bangkok en Thaïlande, puis de New Delhi en Inde. Associant des pièces issues de la collection Émile Hermès ou des archives Hermès à des créations récentes, la scénographie illustre l'attachement de la maison à cette couleur emblématique et à la vingtaine de tonalités associées déployées avec éclat dans les objets Hermès, du bois au cristal, du cuir à la soie. Troisième chapitre du cycle *Hermès Heritage*, l'exposition *In Motion* a fait étape à Busan en Corée, à Singapour et à Hanoï au Vietnam, pour embarquer le public dans l'art du déplacement si cher à Hermès : de la flânerie aux voyages immobiles, des voitures attelées aux véhicules les plus modernes, le mouvement n'a jamais cessé d'inspirer une maison contemporaine au patrimoine résolument vivant.





Inspirés par le thème de l'année «À la poursuite des rêves», les métiers ont donné libre cours à leur créativité, à l'appui de l'excellence des savoir-faire de la maison.

La  
*LIBERTÉ*  
de  
*CRÉATION*  
au cœur de la stratégie





# La vie rêvée d'Hermès

D'où vient l'idée du thème  
de l'année pour Hermès ?  
La réponse est simple : j'en rêve.  
Cette intuition très  
personnelle renouvelle à chaque  
fois mon regard sur notre  
maison. Elle stimule l'imaginaire  
et donne de l'élan. Je ne m'étonne  
plus que le rêve lui-même se soit imposé à  
moi comme thème. Il faut dire que,  
chez Hermès, le rêve est un peu notre état  
permanent depuis 1837 ; il est la matière  
avec laquelle nous façonnons notre monde !  
Impossible en effet de créer sans écouter  
cette part silencieuse et transgressive  
de nous-mêmes qui intègre, condense et  
exprime nos aspirations les plus profondes,  
et nous pousse à agir, parfois en dépit  
du bon sens, avec humour, poésie et audace.

**Pierre-Alexis Dumas**  
Directeur artistique général d'Hermès

## MAROQUINERIE ET PETITE MAROQUINERIE

En 2019, les collections de sacs et bagages ont été inspirées par le thème annuel, mettant en valeur matières, savoir-faire et usages.

Fermoirs et portés ingénieux guident les nouvelles identités de la maroquinerie. Sous ses allures de pochette aux lignes simples et fuselées, le sac *Clic-H* offre un travail d'orfèvrerie renouvelé avec un rail métallique gainé de cuir qui lui sert d'architecture. Le sac *Hermès Twins* est un modèle à deux visages, constitué de deux pochettes à porter ensemble ou séparément. Le sac *Simone*, inspiré de la manière dont les écoliers ceinturaient autrefois leurs livres, offre plusieurs portés grâce à la ceinture qui devient une bandoulière ou une dragonne.

Certains classiques ont été réinterprétés dans de nouveaux formats – le *Lindy* devient mini – ou de nouvelles toiles comme pour le sac *Herbag*. Le *Birkin*, pour sa part, a bénéficié d'une forte actualité avec plusieurs versions, dont une en feutre, tout en légèreté, et une construction sellier plus structurée. Le *Birkin Shadow* est à nouveau mis en lumière, avec son remarquable savoir-faire de cuir moulé qui laisse apparaître l'empreinte du rabat et des sanglons sur l'avant, et celle de la tirette et de la clochette au dos.

Enfin, une version raffinée présente, non sans humour, la façade du magasin du Faubourg Saint-Honoré. Ce *Birkin Faubourg* illustre un travail de piquage d'une extrême précision.



Sac Birkin Faubourg.

Parmi les collections masculines émergent de nouveaux sacs classiques et intemporels, comme le sac *Webdo* au format reporter et porté en bandoulière, ou le *Kelly Dépêches* qui signe son retour dans de nouvelles proportions. Dans un univers casual sport se déploie une nouvelle génération de sacs au textile innovant développé exclusivement pour Hermès : la maille *Tech Dynamo*, un tricot 3D sans couture, renouvelle des modèles existants comme l'*Étrivière Shoulder* ou le *Cityslide Cross*. Quant au sac *Haut à courroies Cosmos* en veau Togo, la couleur a été projetée pendant le processus de tannage, créant un halo de lumière semblable à une aurore boréale. Chaque pièce est donc unique.

Du côté de la petite maroquinerie, la fonctionnalité se conjugue volontiers à la fantaisie pour créer des formats inédits et répondre à de nouveaux usages. La petite maroquinerie *Kelly* a ainsi été réinterprétée en *Kelly Pocket*.

Ces nouvelles créations ont été mises à l'honneur en décembre 2019 le temps d'une soirée haute en couleur à Shanghai : *Please Check In!* Au fil d'un parcours riche en surprises, les invités ont pu découvrir les sacs emblématiques présentés dans des mises en scène oniriques et insolites, et déambuler à la poursuite de leurs rêves.



Affiche de la 10<sup>e</sup> édition du Saut Hermès au Grand Palais, à Paris.

## ÉQUITATION

Cette année, la maison a proposé une nouvelle selle de saut d'obstacles, *Hermès Vivace*, qui offre une sensation de proximité inégalée entre le cheval et son cavalier, tout en procurant un confort optimal. Cette selle a fait l'objet d'une mise en lumière particulière dans le cadre du *Saut Hermès au Grand Palais*. Trois jours durant étaient réunis sous la grande verrière du monument parisien les meilleurs cavaliers du monde. Simon Delestre, cavalier partenaire de la maison, et son cheval Hermès Ryan ont remporté pour la deuxième année consécutive le prestigieux Grand Prix Hermès labellisé CSI 5\*. Un véritable exploit ! Pour sa dixième édition, cette manifestation qui associe compétition, spectacle et rencontres autour de l'univers du cheval a accueilli plus de 16 000 spectateurs.

## SOIE

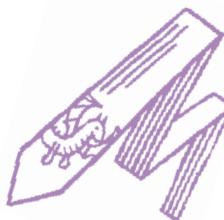
### Bali Barret

Directrice artistique de l'univers féminin

### Christophe Goineau

Directeur de création de la soie masculine

Le carré de soie constitue par sa force narrative un support de choix pour proposer les interprétations les plus audacieuses du thème de l'année. Ainsi en 2019, le rêve est partout... Il s'incarne dans une ville fantasmagorique peuplée d'animaux sympathiques, *Animapolis*, imaginée par le jeune dessinateur polonais Jan Bajtlik qui signe son premier carré pour la maison. Il est au cœur de la cité imaginaire, tracée à quatre mains par Octave Marsal et Théo de Guelz, cachée *À l'ombre des pivoines*. Il est également dans le plan de Paris redessiné en *Cité cavalière* sous le crayon d'Octave Marsal, qui s'inspire d'une gravure ancienne et dans laquelle l'île Saint-Louis et l'île de la Cité dessinent un cheval. Le rêve réinterprète aussi les classiques, de la coloration acidulée qui fait twister *Brides de gala Shadow*, jusqu'au savoir-faire unique d'un atelier de Kyoto au cœur de la métamorphose du *Marble Silk Balade en Berlin*. Enfin, l'hiver accueille volontiers des étoiles 100% cachemire ainsi que, pour la première fois, une version en tricot de cachemire du dessin *Brides de gala* devenu écharpe.



Le rêve s'est également déployé au cœur des collections masculines. La jeune dessinatrice Maylis Vigouroux signe, pour son premier carré, un dessin très détaillé, onirique et explosif, avec *Nothing But a Dreamer*, tandis que le carré géant *High Flyer* invite à s'envoler au-dessus des sommets enneigés aux commandes d'un hélicoptère piloté par Dimitri Rybaltchenko. Le carré *Le Jardin de la Maharani* dessiné par Annie Faivre se réinvente dans deux couleurs qui se rejoignent en un délicat dégradé: une prouesse technique des artisans imprimeurs lyonnais. Les collections masculines se complètent d'écharpes qui font la part belle aux matières, aux formats et aux techniques.



Carré 90 cm en twill de soie  
*Brides de gala Shadow* par Hugo Grygkar.

*Hermès Carré Club* conçu par Bali Barret a continué à faire rêver le public en faisant étape à Hangzhou en Chine, puis à Paris au Carreau du Temple. Ateliers de pliage, démonstrations, rencontres avec les dessinateurs, conférences... ont permis au public d'explorer la richesse de la créativité d'Hermès.

Pour faire vibrer les collections masculines auprès de leur public, l'événement *Silk Mix* poursuit sa tournée musicale, soyeuse et joyeuse aux quatre coins du monde. En 2019, *Silk Mix* a ainsi fait étape à Dubaï aux Émirats arabes unis, à Melbourne en Australie, à Taipei à Taïwan, à Mexico au Mexique et à Milan en Italie.



Défilé prêt-à-porter femme automne-hiver 2019 à la Garde républicaine, Paris.

## PRÊT-À-PORTER FEMME

### Nadège Vanhée-Cybulski

Directrice artistique du prêt-à-porter féminin

En 2019, Nadège Vanhée-Cybulski explore les différents champs de la féminité. Fonctionnelle, la garde-robe de la femme Hermès fait dialoguer divers éléments puisés dans le patrimoine de la maison : les codes de la maroquinerie et l'esprit marin pour l'été, la féminisation du tailleur masculin et l'inspiration équestre pour l'hiver.

La collection automne-hiver a été présentée au printemps 2019 au siège de la Garde républicaine à Paris, un lieu qui entrait subtilement en résonance avec les pièces présentées. À la suite de ce défilé, la presse a notamment souligné l'aspect durable de la collection, par la grande qualité et le caractère intemporel de ses propositions. Fin septembre, la collection printemps-été 2020 a été présentée au Tennis Club de Paris.

Défilé prêt-à-porter homme automne-hiver 2019 au Mobilier national, à Paris.



## PRÊT-À-PORTER HOMME

### Véronique Nichanian

Directrice artistique de l'univers masculin

En 2019, Véronique Nichanian s'est attachée à approfondir sa vision du prêt-à-porter masculin : recherche de matières innovantes et d'exception, attention portée aux détails, conception de vêtements-objets. L'homme Hermès, pluriel et toujours en mouvement, fait preuve d'une décontraction étudiée.

La presse s'accorde sur l'élégance intemporelle de ce vestiaire dont les pièces sont pourtant en constante transformation : une incarnation subtile du luxe à la française.

La collection automne-hiver a été présentée en janvier 2019 dans les réserves du Mobilier national à Paris. En juin 2019, l'institution a également accueilli le défilé de la collection printemps-été 2020, à l'extérieur cette fois.

L'univers masculin se déplace aussi dans le monde à l'occasion d'événements festifs. Au printemps, Londres a ainsi accueilli la soirée *Step into the Frame* ponctuée de surprises : un défilé accueillant plusieurs personnalités complices de la maison, un concert privé et de multiples animations pour célébrer les créations pour homme.

À l'automne, le public coréen a pu s'immerger dans les collections masculines au cours de l'événement *Walk the Line* proposé par Hermès à Séoul. D'une scénographie ludique à une animation interactive, le vestiaire automne-hiver a révélé ses multiples facettes tout au long d'une soirée entre rêve et réalité.

## UNIVERS DE LA MAISON

### Charlotte Macaux Perelman et Alexis Fabry

Directeurs artistiques de l'univers maison

L'univers de la maison poursuit son développement partout dans le monde : la rigueur des formes, la richesse des couleurs et la beauté des matériaux qui caractérisent ce métier sont particulièrement appréciées.

En 2019, les nouvelles créations ont puisé leur inspiration dans la matière, porteuse de propriétés naturelles et symbole d'usages traditionnels. Elle est le point de rencontre, pour chaque objet, entre les artisans et les designers.

Ainsi les coupes, jarres et boîtes *Célèbes* combinent deux savoir-faire du bout du monde : le tournage de l'acajou massif de l'Indonésie, et le laquage à la main du Vietnam. Le plaid imprimé *Cheval cosmique*, dessiné par Gianpaolo Pagni, fait cohabiter une création graphique avec une texture 100% cachemire provenant de Mongolie. Les lampes en granit (*Hécate*) ou en porcelaine (*Halo*) se définissent comme des objets de lumière aux lignes épurées.

La présentation de ces pièces d'exception à Milan pendant la Design Week était elle-même un hommage à la matière, avec une scénographie d'inspiration vernaculaire, rythmée par un calepinage de pierres de différentes couleurs apportant graphisme et contemporanéité à l'espace. Cette présentation a accueilli plus de 56 000 personnes.

## ACCESOIRS

### Chaussures

Pour la femme, Pierre Hardy a souhaité aborder l'été avec une collection variée et joyeuse, ponctuée d'associations insolites, tandis que l'hiver est marqué par un esprit onirique et des désirs d'évasion qui se déploient dans un style affirmé et sophistiqué.

Les collections masculines mettent en avant, l'été, des mocassins souples à l'esprit *slippers*, rehaussés de pièces métalliques pour une allure élégante et décontractée. Pour l'hiver, Pierre Hardy a privilégié une allure chic et affirmée, à travers des nouveautés fortes aux écritures stylistiques variées, de la sandale aux boots.

### Bijoux

Bracelet en cuir emblématique de la maison, le *Collier de chien* célébrait ses 70 ans en 2019, avec une version plus légère, le *Collier de chien 24*. En écho au thème de l'année, un pendentif en inox au couvercle émaillé coulissant se présente comme une boîte à rêves à porter tout contre soi. Les bijoux en corne déplient une véritable prouesse technique sous la forme de longs anneaux torsadés qui twistent les collections de boucles d'oreilles et de pendentifs. Pour les hommes, les collections accueillent leur premier pendentif masculin, travaillé en tresse de cuir ou en métal.



Sandale en chèvre velours à talon compensé en bois laqué, collection printemps-été 2019.



## Gants

Les collections de gants continuent de mettre en valeur une large palette de savoir-faire. Parmi les nouveautés, le kit astucieux *Volte face*, composé d'une paire en maille et d'une autre en cuir, permet de les porter associés ou séparément.

Au sein des magasins, l'offre de demi-mesure en ganterie demeure très appréciée.

## Chapeaux

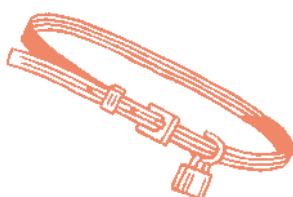
Occupant toujours une belle place dans les collections, la casquette inspirée d'une bombe d'équitation est proposée cette année en version cloutée bi-matière cuir et soie.

Les chapeaux privilégient toujours la paille l'été et le feutre l'hiver. Ils prennent également un caractère exceptionnel, à l'image d'un panama Montecristi ou d'une capeline en feutre rehaussée de détails de cuir.

## Ceintures

Les collections de ceintures féminines à taille unique ne cessent de s'étoffer avec l'arrivée de trois modèles qui s'approprient la signature de plusieurs bijoux – le fermoir *Kelly*, celui du bracelet *Collier de chien* ou encore le *Hermès 2002*. Pour l'homme, une innovation technique fait son apparition : la bande réversible en sangle technique bicolore au motif chevron.

Ces accessoires sont mis en scène avec humour dans *Hermès on Stage*, une minisérie en quatre épisodes visible en ligne.



Collier *Niloticus lumière* en or rose, diamants bruns et pierres noires, collection *Black to Light*.

## BIJOUTERIE

### Pierre Hardy

Directeur de création de la joaillerie Hermès

En 2019, Hermès affirme sa culture joaillière singulière d'artisan des lumières. Ses créations relèvent d'une joaillerie de la forme, qui réinvente les traditions et dévoile une palette de couleurs uniques : l'or rose, le diamant brun et la pierre noire.

Présentée à Paris, *Black to Light* dessinée par Pierre Hardy propose une collection raffinée qui fusionne la beauté des formes patrimoniales de la maison avec la noblesse de la pierre noire. « J'ai envisagé le noir comme un révélateur de lumière », explique-t-il. De fait, le jade et le spinelle noirs, recherchés pour leur intensité, révèlent la profondeur de la matière et la pureté des formes.

Présentée l'an passé à Paris, la collection *Enchaînements libres* est allée depuis à la rencontre du public de Shanghai (Chine), Hong Kong, Tokyo (Japon), New York (États-Unis) et Taïwan.

## HORLOGERIE

### Christophe Delhotal

Directeur de création et du développement de La Montre Hermès



L'horlogerie Hermès a accueilli deux nouvelles montres, *Galop d'Hermès* et *Arceau L'heure de la lune*, qui ont suscité l'enthousiasme de la presse et du public. Venue enrichir les collections féminines, la montre *Galop d'Hermès* est le fruit d'une collaboration entre la maison et le jeune et talentueux designer américain Ini Archibong. Il s'est inspiré des collections de harnachement pour dessiner un étrier métamorphosé, hybridation contemporaine aux courbes aérodynamiques qui révèle une montre féminine, élégante et déterminée.

Parmi les collections masculines, *Arceau L'heure de la lune* exprime de façon nouvelle et décalée une complication horlogère classique : la phase de lune. Sur un cadran en météorite ou en aventurine, deux compteurs mobiles gravitent, dévoilant deux lunes de nacre (l'une vue de l'hémisphère nord, l'autre depuis l'hémisphère sud) au rythme d'un module exclusif couplé à un mouvement de manufacture Hermès. La nouvelle complication de ce garde-temps a reçu le Grand Prix d'Horlogerie de Genève (GPHG) en novembre 2019 dans la catégorie « calendriers et astronomie ».

Ces créations ont été présentées au public lors du Salon international de la haute horlogerie (SIHH) à Genève, où Hermès a notamment affirmé son rapport au temps singulier : « Le temps, un objet Hermès ».



Dark Art, Apple Watch Hermès Series 5.

### INTERNET DES OBJETS

Apple et Hermès poursuivent leur collaboration avec des créations à l'esprit radical, tant pour les boîtiers que pour les bracelets. De nouveaux cadrants sont également proposés, affichant l'heure en permanence sur l'écran Retina, grâce au mode « Always-On ».

Avec *Dark Art* le cadran et le bracelet de l'Apple Watch Hermès Series 5 s'habillent de noir. Après avoir décliné les couleurs en une infinité d'harmonies, Pierre Hardy souhaitait créer un modèle intégralement monochrome. Son choix s'est arrêté sur le noir, qu'il voit comme « un secret, un mystère, qui dissimule et dévoile une technologie de pointe, et souligne le passage du temps par un jeu d'ombre et de lumière ».

Si la création et la fabrication d'objets sur mesure sont au cœur de l'histoire d'Hermès depuis son origine, Hermès Horizons assure aujourd'hui la conception des commandes exceptionnelles pour donner vie aux rêves de ses clients.

Cette année, les artisans d'Hermès ont réalisé des équipements remarquables pour accompagner avec élégance la pratique de sports et de loisirs au grand air : un canoé, un nécessaire pour pêcher à la mouche... Pour les passionnés de musique, Hermès Horizons propose des objets qui conjuguent technicité et raffinement. Le *Jukebox* de cuir gainé et marqueté offre un système d'écoute performant, tout comme le *Boombox*, platine vinyle transportable qui surprend par sa position verticale.

Le métier du sur-mesure a fait l'objet d'une exposition à Tokyo, *Hermès Bespoke*. Ce projet avait vocation à ouvrir le champ des possibles aux clients Hermès en les invitant à rêver leurs propres objets.

### PETIT H

#### Godefroy de Virieu

Directeur artistique de petit h

S'inspirer de la matière pour inventer des objets constitue une démarche de création à rebours : ainsi avance petit h, qui met à la disposition de différents artistes et créateurs les matières et objets non utilisés par les autres métiers Hermès. Petit h crée des objets inattendus grâce à un regard artistique inédit sur des matériaux d'exception. Cette démarche singulière se prolonge par une distribution originale et inventive, hors des sentiers classiques, avec des ventes qui se vivent comme des expériences. Comme chaque année, petit h est parti à la rencontre de ses clients lors de deux temps forts en Asie qui ont rencontré un grand succès auprès du public et de la presse.

Au premier semestre, une famille de pandas en cuir réalisés par l'artiste hollandaise Marjolijn Mandersloot s'est installée dans le magasin de Chengdu, en Chine. Pendant trois semaines, ce dernier a été métamorphosé grâce à une structure légère de papier, de bambou et de briques pour y présenter les objets insolites et ingénieux de petit h.

Des ateliers créatifs étaient également proposés au public.

Fin novembre, ce métier a fait étape dans la ville jardin de Singapour.

Cette fois, c'est dans un paysage de terre aux formes organiques, puis dans un second espace baigné de lumière et de végétation que les créations joyeuses et inattendues de petit h ont pu rencontrer leur public.

Nomade par essence, petit h conserve néanmoins un port d'attache permanent à Paris, dans le magasin de la rue de Sèvres. Six fois par an, le public peut y découvrir des objets toujours surprenants.



Chien Zip, fermetures à glissière et taurillon, création petit h.



Twilly d'Hermès Eau poivrée.

## PARFUMS

### Christine Nagel

Directrice de la création olfactive  
d'Hermès Parfums

En 2019, la création olfactive d'Hermès s'est étoffée de deux propositions marquantes. Au premier semestre, *Un Jardin sur la Lagune* a enrichi la collection des Parfums-Jardins avec une eau de toilette florale et boisée, inspirée d'un jardin vénitien gardé secret, révélé par Christine Nagel.

Au deuxième semestre, les filles d'Hermès ont accueilli un nouveau parfum : *Twilly d'Hermès Eau poivrée*. Christine Nagel a revisité les trois matières d'origine du premier *Twilly* pour révéler le piquant des filles d'aujourd'hui. Elle leur offre ainsi un parfum poivré, sensuel, irrévérencieux, composé d'une baie mordante, d'un cœur de rose à la fraîcheur adolescente et d'un patchouli racé et envoûtant.

Enfin, le métier des Parfums évolue en préparant pour le début 2020 le lancement de la Beauté avec *Rouge Hermès*, chapitre inaugural de ce nouveau savoir-faire. Ce rouge à lèvres est le fruit d'un travail collectif mené sur l'objet, la matière, la couleur et le geste.

## AUTRES MÉTIERS DU GROUPE

### Cristallerie Saint-Louis

Verrerie fondée en 1586, devenue Verrerie Royale de Saint-Louis en 1767 puis Cristallerie Saint-Louis, entrée dans le groupe en 1995.

### Puiforcat

Orfèvrerie française créée en 1915, entrée dans le groupe en 1993.

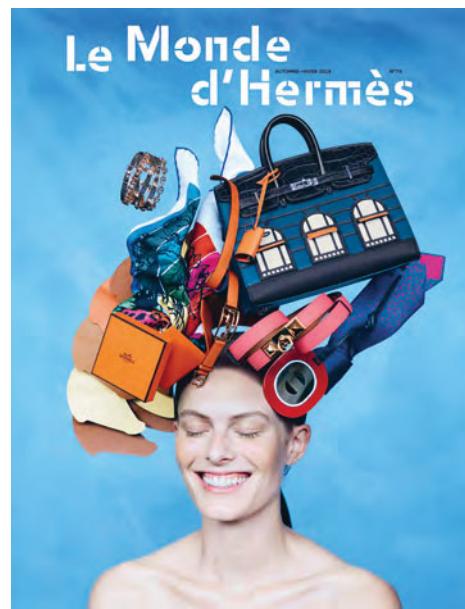
### John Lobb

Bottier britannique créé en 1829, entré dans le groupe en 1976.

### Shang Xia

Marque dédiée à un art de vivre contemporain à l'appui de savoir-faire chinois, lancée en 2010 par Hermès.

Les créations de tous les métiers de la maison irriguent les pages du *Monde d'Hermès* au fil d'histoires racontées, rêvées et mises en scène avec la plus grande fantaisie. Alors que la nouvelle formule du magazine biannuel a été présentée en septembre, c'est tout un écosystème qui s'est mis en place autour de cette publication. Ainsi les pages du *Monde d'Hermès* se prolongent désormais sous la forme de podcasts qui offrent des témoignages inédits à écouter et réécouter.



Le Monde d'Hermès,  
édition automne-hiver 2019.





Portée par un modèle manufacturier, la maison Hermès renforce son ancrage territorial en France à travers de nouveaux sites de production et des créations d'emplois. Une démarche qui témoigne de l'engagement de l'entreprise en faveur d'un développement vertueux.

Un  
*DÉVELOPPEMENT*  
*RESPONSABLE*  
et  
*DURABLE*



# La performance d'un modèle artisanal

## DES EMPLOIS DE QUALITÉ

L'attention portée aux femmes et aux hommes se trouve au cœur du modèle de la maison. L'activité du groupe étant essentiellement située en France, elle contribue au développement territorial par la création d'emplois pérennes de qualité. Abordant l'avenir avec confiance, Hermès continue de renforcer ses capacités de production et son réseau de manufactures en France, chaque nouvelle maroquinerie permettant la création de 250 postes en moyenne. Les sites de production sont conçus à taille humaine, pourvus d'espaces harmonieux et ouverts sur leur environnement; ils permettent de préserver la dimension artisanale de la production et de favoriser des liens de qualité entre les collaborateurs et leur management.

Le 17 mai 2019, Hermès a inauguré sa 17<sup>e</sup> maroquinerie à Fitilieu, en Isère, qui complète le pôle de production Savoie-Dauphiné avec la maroquinerie de Belley dans l'Ain, la maroquinerie Iséroise et la manufacture de haute maroquinerie en Savoie. Les Ateliers de Fitilieu sont dotés d'une école de formation et accueillent des artisans en situation de handicap.

Les travaux des futures maroquineries de Guyenne, en Gironde, et de Montereau, en Seine-et-Marne, ont débuté cette année dans la perspective d'une ouverture à l'horizon 2020. Grâce à des ateliers provisoires, ouverts depuis 2018, ces deux manufactures ont déjà initié les formations de leurs artisans.



Inauguration de la maroquinerie de Fitilieu en Isère.



Campagne de communication  
Hermès Employeur.

Enfin, deux autres projets de manufactures ont été annoncés cette année, chacun impliquant la création de 250 emplois. Une nouvelle maroquinerie viendra renforcer le pôle normand de maroquinerie-sellerie en s'implantant à Louviers, dans l'Eure. Attendu pour 2021, ce bâtiment sera une construction basse consommation, conformément aux exigences de l'entreprise en matière de RSE. En 2022, le 21<sup>e</sup> site de production d'Hermès Maroquinerie-Sellerie verra le jour dans les communes de Tournes et Cliron (Ardennes). Ces constructions, intégrées au paysage, répondront également aux ambitions du groupe en matière de développement durable. Ces multiples implantations s'inscrivent dans une stratégie d'ancrage territorial des maroquineries de la maison, toutes situées en France.

Plus de 1 100 emplois ont ainsi été créés en 2019 et le groupe compte désormais 15 417 collaborateurs au 31 décembre 2019. Dans le cadre de ces recrutements, l'entreprise veille à la mixité ainsi qu'à l'égalité professionnelle. À cette fin, la maison a lancé, le 15 octobre 2019, une campagne de

communication institutionnelle qui souligne la position d'Hermès en tant qu'entreprise responsable et créatrice d'emplois.

Avec une diffusion à l'échelle nationale – dans la presse, mais aussi sur internet – et une attention particulière portée aux territoires en développement, cette campagne de la marque Hermès Employeur se poursuivra en 2020 pour accompagner les recrutements de la maison, toutes catégories confondues.



Chaque nouvelle maroquinerie permet la création de 250 emplois en moyenne.



Le pôle de formation de la nouvelle maroquinerie iséroise.

## FORMATION ET TRANSMISSION DES SAVOIR-FAIRE

La maison, attentive au perfectionnement continu des savoir-faire d'exception de ses artisans, s'implique toujours plus en amont dans la pérennisation de ses métiers et l'excellence des gestes artisanaux. Près de 5 200 artisans en France transmettent ainsi aux générations futures des techniques et compétences souvent exclusives. Par ailleurs, Hermès a inauguré cette année un pôle de formation au sein de sa nouvelle maroquinerie iséroise. Les Ateliers de Fililieu, dotés d'une école dédiée aux métiers de sellier-maroquinier, de coupeur et de mécanicien, accueilleront à terme une centaine d'artisans. Parmi eux, des artisans formateurs ont été notamment initiés à la langue des signes, pour adapter l'apprentissage et la production aux différentes situations de handicap. À cet égard, le groupe a pris des engagements en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi des personnes touchées par le handicap, à l'image des partenariats menés depuis dix ans par le pôle Maroquinerie avec des Entreprises adaptées (EA) et des Établissements et services d'aide par le travail (ESAT). En 2019, le taux d'emploi global de personnes en situation de handicap est ainsi de plus de 7 % au niveau du groupe.

Afin de partager avec le plus grand nombre la réalité de ses savoir-faire, le festival *Hermès hors les murs* a poursuivi avec succès son grand tour, de Rome en Italie, à Stuttgart en Allemagne, puis à Xi'an et Xiamen en Chine. À travers les gestes des artisans qui travaillent face au public, Hermès rappelle les fondamentaux de sa démarche artisanale : la pérennisation de savoir-faire uniques, la noblesse des matières employées et la durabilité des objets créés. Depuis 2011, plus de 750 000 personnes dans 23 pays ont assisté à la présentation itinérante des savoir-faire de la maison.

## REVITALISATION DES TERRITOIRES

Entreprise citoyenne, Hermès contribue à une revitalisation significative des territoires dans lesquels elle implante des sites de production. Elle s'engage à cet effet auprès des collectivités et contribue, par l'intermédiaire de ses projets, au développement socio-économique local : accès au logement, offre de transport, accueil des enfants dans les écoles, prise en charge médicale. Cette dynamique permet d'offrir des conditions de travail privilégiées aux équipes, associant proximité et stabilité de l'emploi.

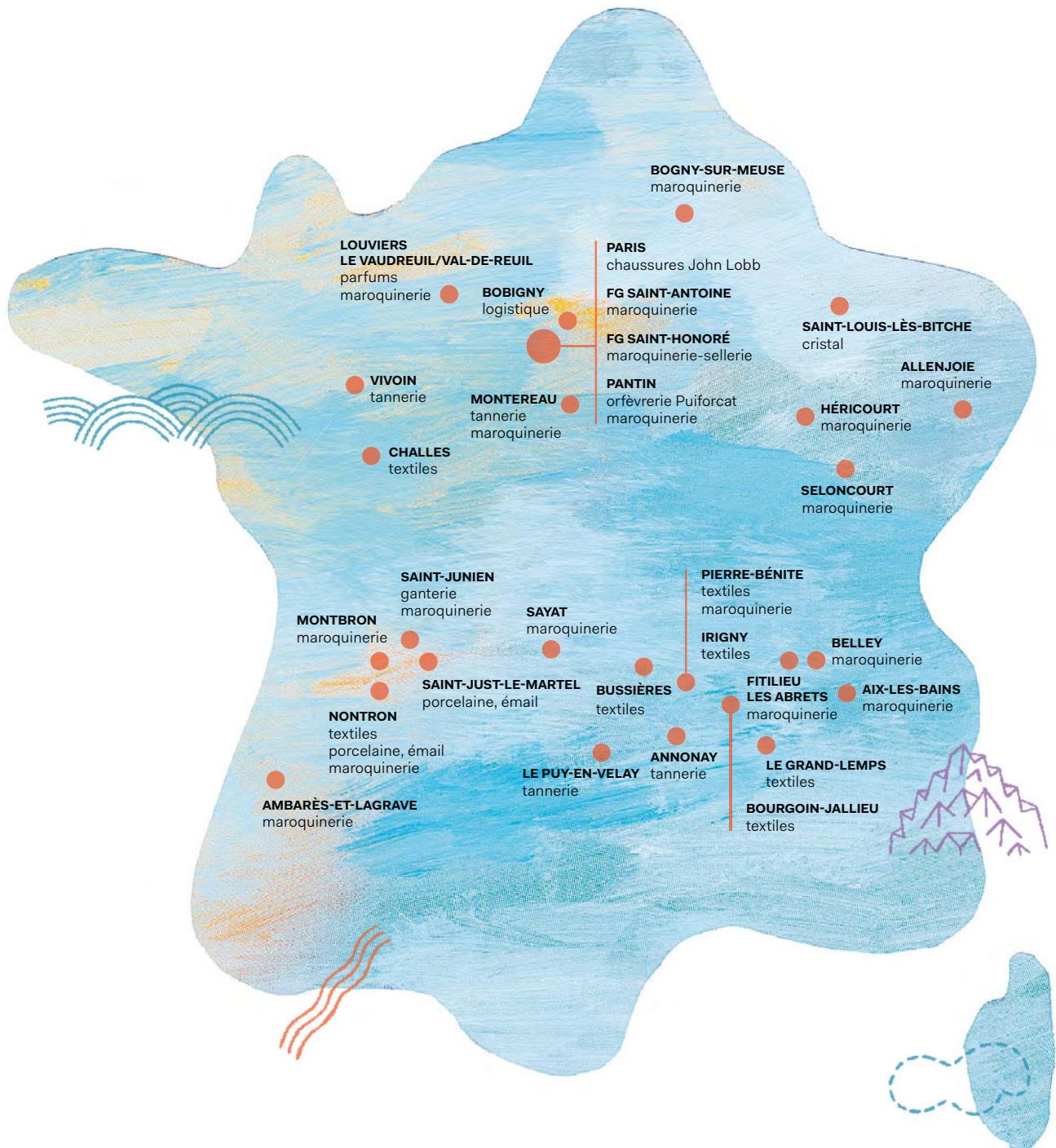
Hermès accompagne également la croissance d'autres acteurs artisanaux, partenaires et marques du groupe. Sa participation à la vie collective des territoires permet ainsi de préserver des savoir-faire devenus rares et fragiles. Grâce à une production intégrée, Hermès assure dans ses ateliers internes et exclusifs 61 % de la fabrication de ses objets.



La nouvelle maroquinerie de Fililieu illustre l'importance de l'ancrage territorial des maroquineries Hermès.

# Les sites de production en France

39



# Un développement économique porteur de valeurs

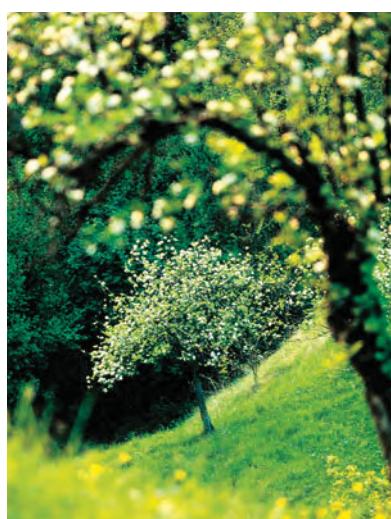
## EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

Hermès cherche systématiquement des solutions ambitieuses à long terme pour mieux préserver l'environnement. La pérennité des activités du groupe repose sur la disponibilité de matières de haute qualité, renouvelables pour l'essentiel, qui sont au cœur de la singularité de la maison. Chaque filière d'approvisionnement fait l'objet d'un suivi précis et d'une analyse de ses impacts dans un objectif d'amélioration. Des partenariats avec des organisations internationales (comme le WWF France), permettent de rendre ces actions encore plus pertinentes.

Les processus de fabrication artisanale sont mis en œuvre dans leur grande majorité en interne, en France ou en Europe pour l'essentiel, ce qui permet de garantir un suivi scrupuleux de réglementations environnementales exigeantes. Chaque métier mène des actions afin de maîtriser son empreinte, par exemple sur l'eau ou l'énergie industrielle : les consommations des dix dernières années sont significativement découplées de la croissance de l'activité (activité x 3,6, énergie x 1,3 et eau x 1,9). Les chiffres du bilan carbone du groupe le classe parmi les plus petits émetteurs, en valeur absolue comme relative, du CAC 40. En complément, Hermès compense ses émissions carbone de tous ses sites industriels, bureaux, centres logistiques et magasins (Scope 1&2) grâce à un partenariat engagé depuis 2012 avec le fonds Livelihoods qui contribue à la reforestation de zones naturelles fragiles et au développement des communautés locales.

Le modèle manufacturier artisanal et responsabilisant porte en lui des caractéristiques de sobriété qui peuvent aider à relever les défis des transitions futures. Il est non seulement à faible empreinte, mais il permet de créer des objets qui s'inscrivent dans un temps long : ils sont durables, se transmettent, se réparent. Plus de 100 000 demandes de réparation sont ainsi traitées chaque année, illustrant les paroles de Robert Dumas : « Le luxe, c'est ce qui se répare. » Par ailleurs, la gestion de la distribution, qui s'appuie sur la liberté d'achat des directeurs de magasins, permet de produire au plus juste, de limiter les stocks et de réduire les invendus.

La maison se mobilise pour agir de manière globale en faveur de la préservation de notre planète, à l'image d'engagements ambitieux. Hermès fait partie des entreprises signataires, en août 2019, du Fashion Pact présenté aux chefs d'État réunis à Biarritz dans le cadre du G7. Ce pacte repose sur trois grands axes : enrayer le changement climatique, restaurer la biodiversité et protéger les océans.



En signant le Fashion Pact, Hermès s'engage à enrayer le changement climatique, à restaurer la biodiversité et à protéger les océans.

Parmi les engagements concrets annoncés figurent l'objectif de zéro émissions nettes de gaz à effet de serre en 2050, le recours renforcé aux énergies renouvelables ou la suppression des plastiques à usage unique d'ici 2030.

Enfin, parmi les 99 entreprises françaises réunies le 29 août 2019 à l'occasion de la Rencontre des Entrepreneurs de France, Hermès a partagé sa volonté de réduire ses émissions de gaz à effet de serre en signant Le French Climate Pledge. Pour Hermès, cet objectif se déploie de la façon suivante : intégrer un critère « climat » dans la rémunération variable des gérants d'Hermès International, accroître la part des énergies renouvelables, améliorer la performance énergétique des sites de la maison, mais aussi poursuivre le découplage entre la croissance de l'activité et les consommations d'énergie.

Dès 2019, 10% de la rémunération variable des deux gérants est soumise à des critères RSE (responsabilité sociale et environnementale), représentant les engagements du groupe en matière de développement durable.

## AUX CÔTÉS DES PARTIES PRENANTES

Hermès s'engage vis-à-vis de ses fournisseurs et dans leurs territoires ou communautés d'implantation, et fait face aux défis qualité, éthiques, sociaux, économiques et environnementaux.

Hermès veille à une participation de l'ensemble de sa chaîne de valeurs aux grands enjeux du développement durable. La qualité et la durabilité des relations fournisseurs (19 ans en moyenne pour les principaux partenaires) contribuent à la robustesse du dispositif.

Entreprise citoyenne, Hermès se mobilise aux côtés des communautés dans les territoires où elle est implantée et contribue à des actions locales sous des formes variées.

Entre Pantin et Bobigny, les sites d'Hermès implantés en Seine-Saint-Denis représentent une surface totale de 100 000 m<sup>2</sup> et accueillent 2 000 collaborateurs, dont 400 vivent dans le département.

S'il est l'un des principaux employeurs de la Seine-Saint-Denis, Hermès s'implique aussi dans la promotion des talents de ce territoire. Attachée à la diversité et à l'égalité professionnelles, la maison a ainsi rejoint en 2003 l'association Réseau Entreprendre 93 et participe au soutien financier et au coaching de projets au fort potentiel de créations de postes. Au fil des années, cet accompagnement s'est étoffé : aujourd'hui, une dizaine de collaborateurs Hermès partagent avec de jeunes entreprises leur expertise en communication, logistique ou dans d'autres domaines, dans le cadre d'un mécénat de compétences.

**Partenaires et marques du groupe:**  
Les activités textiles, les activités Tanneries et cuirs précieux, Faubourg Italia, J3L, Perrin & Fils, Vaucher Manufacture Fleurier, Bettina, Maison Pierre Hardy.



La Fondation d'entreprise Hermès accompagne l'Atelier Paysan, chantier de conversion d'un parc de machines agricoles au système d'attelage par triangle.

## LA FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS

Les multiples engagements de la maison font l'objet d'une série de films réalisés par Frédéric Laffont, *Empreintes sur le monde*. En 2019, cette collection s'est étoffée de deux nouveaux épisodes. Le premier, tourné à Saint-Ouen, dresse le portrait d'artisans qui transmettent leurs savoir-faire à des élèves dans le cadre du programme Manufacto porté par la Fondation d'entreprise Hermès au sein d'établissements scolaires. Le second film, réalisé à Hong Kong, dévoile l'activité de l'un des quinze ateliers de réparation de la maison. Une sélection de films de cette collection a été projetée en France (Marseille, Lille et Bordeaux) et dans le monde (Nashville, New York, Copenhague, Milan et Stuttgart), et diffusée à la télévision chinoise sur une chaîne documentaire de Shanghai.

L'engagement d'Hermès a été reconnu à plusieurs reprises par des organismes indépendants – agences de notation et classements ESG dédiés – dans le cadre de leurs évaluations 2019 (Sustainalytics : note 72/100, catégorie « Outperformer » ; CDP Climat, eau et forêts : note B ; Global Compact : niveau « Advanced » ; Institut de l'économie positive : note B+, indice de positivité : 75,6%).

En 2019, la Fondation d'entreprise Hermès a souhaité être davantage aux côtés de celles et ceux qui agissent sur le terrain. Parmi les neuf programmes qu'elle mène en soutien à la création ou à la promotion des savoir-faire, certains ont été étoffés, à l'image de l'action en faveur de la préservation de la biodiversité et des écosystèmes. Outre le renouvellement de son soutien au WWF France, la Fondation accompagne désormais l'Atelier Paysan, qui aide les acteurs de l'agroécologie dans l'élaboration d'outils respectueux de notre environnement, et Vigie-Nature École, porté par le Muséum national d'Histoire naturelle, qui associe collecte d'informations pour les chercheurs et sensibilisation des jeunes générations à la fragilité des espèces vivantes. C'est la même exigence de pragmatisme et d'efficience qui a conduit la Fondation à lancer, dans le cadre du programme Artistes dans la Cité, un dispositif de bourses qui permet à des étudiants inscrits dans un cursus supérieur de danse ou de théâtre de poursuivre leurs études dans des conditions matérielles plus favorables.

Pour en savoir plus : [fondationentreprisehermes.org](http://fondationentreprisehermes.org)





# Les CLIENTS au CENTRE d'un réseau omnicanal

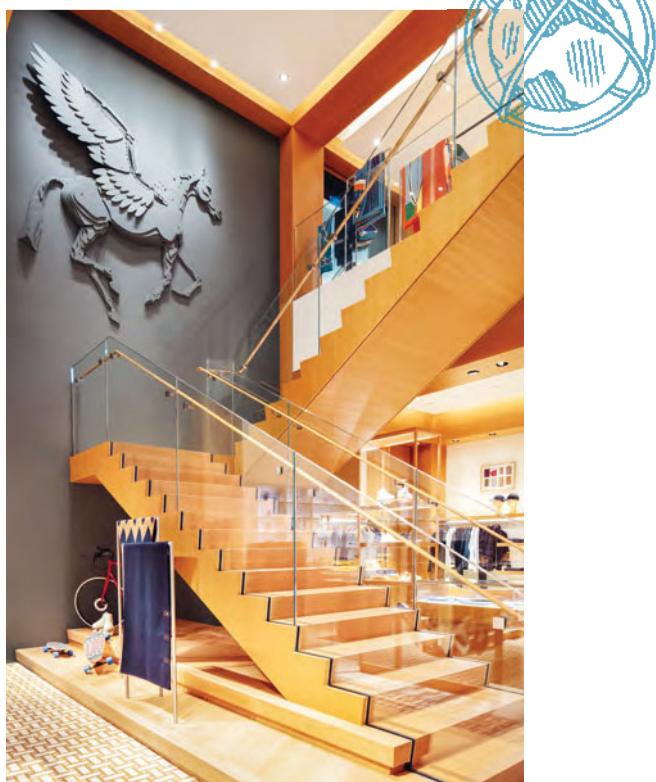


Les clients d'Hermès constituent une véritable communauté par-delà les frontières. C'est pour ce public fidèle toujours plus nombreux que la maison déploie, en ligne comme dans son réseau international de magasins, de véritables «maisons d'objets». Grâce à une offre toujours unique, chacune d'elles propose une expérience singulière à ses visiteurs.

## ... COMME À TRAVERS LE MONDE

Hermès continue d'aller à la rencontre de ses clients à travers de nouveaux magasins aux quatre coins du monde. C'est à chaque fois le début d'une nouvelle histoire puisque chaque magasin constitue une « maison d'objets » unique, grâce à la liberté d'achat offerte à son directeur et au soin apporté à la scénographie des vitrines qui se singularisent d'une adresse à l'autre. Qu'elles soient confiées à des artistes, comme à Tokyo, Shanghai, Hong Kong et Singapour, ou que leur « lever de rideau » fasse l'objet d'un temps fort, comme à Barcelone, New York Madison, Beverly Hills, São Paulo Iguatemi, Sydney, Melbourne ou encore Paris George-V, les vitrines offrent, dès l'espace urbain, une fabuleuse immersion dans le monde d'Hermès.

En 2019, Hermès a fortement consolidé son ancrage sur le continent américain à travers des ouvertures et réouvertures significatives. Aux États-Unis, 36 adresses permettent d'entretenir un lien fort avec la clientèle américaine et témoignent de la confiance continue de la maison en ce marché. New York accueille ainsi un nouveau magasin au cœur du quartier de Meatpacking. Le vaste bâtiment classé se distingue par sa façade de briques claires et ses ferronneries restaurées. La Floride dispose désormais d'une troisième adresse Hermès avec un magasin situé dans le Mall at Millenia à Orlando. Sur la côte Ouest, Hermès célèbre la croissance dynamique de la Californie avec la réouverture du magasin de San Francisco sur Grant Avenue, dans le magnifique bâtiment classé qui accueille le sellier depuis 2003. Enfin, la maison a rouvert son magasin de Waikiki à Honolulu, dans les îles Hawaï. À Vancouver au Canada, Hermès a inauguré son nouveau magasin, à quelques pas de son ancienne adresse, dans un esprit très contemporain, tandis qu'à Mexico, la maison a métamorphosé le magasin de Masaryk, qui fut sa première adresse mexicaine. En Asie, Hermès continue d'accorder sa confiance aux différents marchés de la région. Le réseau chinois compte désormais 26 adresses après l'inauguration



Le magasin de Vancouver au Canada.

## DES MAISONS D'OBJETS EN LIGNE...

Hermès continue de renforcer sa présence en ligne : après le Canada, les États-Unis et la Chine, la maison a lancé en juin la nouvelle version de la plateforme [hermes.com](http://hermes.com) au Japon. Des services particuliers sont ainsi proposés à la clientèle de l'archipel : suivi de commande depuis le compte client, service *Web-to-shop*, choix d'un créneau de livraison à domicile et accès à l'actualité de la Maison Ginza ainsi qu'à ses archives. Par ailleurs, depuis octobre, la maison s'est ouverte à l'e-commerce à Singapour et en Malaisie.

Présent dans 25 pays, le commerce en ligne observe une croissance soutenue avec un trafic qui se déroule à 75 % sur smartphone. Cette offre numérique représente ainsi un fort potentiel. Grâce à leur facilité d'utilisation, ces plateformes assurent une adéquation stratégique entre leur vocation commerciale et leur force de communication. Riches de contenus, elles proposent aux internautes une expérience communautaire intense, nourrie des histoires et du patrimoine de la maison, mais aussi des événements qui colorent la vie d'Hermès.

du magasin de Xiamen. À Qingdao, la maison a rouvert son magasin situé dans le centre commercial Hisense Plaza. Au Japon, trois magasins ont rouvert leurs portes, à Fukuoka dans le centre commercial d'Iwataya, à Chiba dans le centre commercial Sogo, ainsi qu'à Tokyo dans le quartier de Nihombashi.

Les savoir-faire d'Hermès vont aussi à la rencontre du public thaïlandais, grâce à un nouveau magasin situé à Phuket dans le centre commercial Central Phuket Floresta, et à la réouverture du magasin de Siam Paragon à Bangkok. Enfin, Hermès a rouvert son magasin rénové situé dans le centre commercial Hyundai Appujeong, à Séoul.

En Europe s'est ouvert un chapitre inédit en Pologne avec l'inauguration d'un magasin à Varsovie : la maison parisienne s'inscrit dans un nouveau pays, tout en affirmant sa présence en Europe centrale. Ce magasin permettra aux clients polonais fidèles à Hermès comme aux nouveaux visiteurs de découvrir les savoir-faire et les créations du sellier dans un bâtiment néoclassique au cœur de la capitale polonaise.

Le magasin de Stuttgart déménage au sein d'un bâtiment de style Bauhaus, portant à 16 le nombre de magasins en Allemagne. Aux Pays-Bas, le magasin d'Amsterdam a rouvert à quelques pas de son ancienne adresse, doté d'une étonnante façade en briques de verre miroitantes. Enfin, les magasins de Prague en République Tchèque, de Moscou, rue Stoleshnikov en Russie, de Marbella en Espagne et de Montpellier en France ont également rouvert leurs portes cette année.



Le magasin de Meatpacking à New York, aux États-Unis.

## LA COMMUNAUTÉ HERMÈS

Ce réseau international de magasins est assorti de services innovants qui visent à toujours mieux servir la communauté des clients d'Hermès. Accueillir et faire rêver, c'est l'esprit qui anime à la fois les magasins Hermès et le site [hermes.com](http://hermes.com). Lieu de vie, de rencontres et d'expériences, chaque magasin est pensé dans une logique omnicanale, dont l'entreprise accélère la dynamique pour accompagner l'évolution des nouvelles technologies. Ainsi, deux nouveaux services omnicanaux ont été lancés afin de faciliter l'expérience d'achat des clients. Le *product locator* leur permet d'identifier les magasins qui proposent un objet repéré sur le site. L'*eReservation* permet ensuite de réserver en ligne un produit disponible en magasin.



Le magasin de Varsovie en Pologne.

La maison prolonge ces expériences lors de temps forts permettant de resserrer les liens qui unissent la communauté Hermès. En 2019, le thème « À la poursuite des rêves » a naturellement été propice à des événements riches en surprises. Les communautés Hermès de Dubaï et de Genève ont ainsi pu vivre, le temps d'une soirée, un « rêve démesuré », tandis que les fidèles clients de Taïwan ont été réunis pour un « dîner dans les nuages ». À Kuala Lumpur, à Miami, ou encore dans le magasin de l'avenue George-V à Paris, les convives ont pu faire l'expérience d'un dîner polysensoriel élaboré à partir de cire d'abeille. En septembre, le magasin du Faubourg Saint-Honoré a, pour sa part, accueilli clients, journalistes, influenceurs et complices pour la traditionnelle « Partie de rentrée » dédiée au thème annuel : une nouvelle occasion de partager les rêves d'Hermès.



# 2020, LE GESTE INNOVANT



L'année 2020 sera portée par « Le geste innovant », fruit de la créativité et de l'excellence du travail de la main. Ce thème, qui nourrit l'histoire d'Hermès depuis 1837, affirme la capacité de la maison à se réinventer en permanence. En février à New York, il était au cœur de l'événement *Heuréka*, qui a célébré les créations d'Hermès au fil d'expériences artistiques et ludiques. Le 5 février, Hermès a présenté la Beauté, seizième métier de la maison qui conjugue exigence, durabilité et esthétique. Le rouge à lèvres *Rouge Hermès* est le premier chapitre de cette nouvelle aventure. D'autres créations illustreront le thème 2020, à l'image des carrés de soie double face : cette innovation technique majeure permet d'associer

deux expressions d'un même dessin sur chacune des faces du carré. Parmi les accessoires, les manchettes *Sunset* en aluminium anodisé arborent des couleurs lumineuses et profondes grâce à un procédé technique inédit. En 2020, Hermès poursuivra le déploiement de ses magasins aux quatre coins du monde, mais aussi en ligne. Une nouvelle Maison Hermès ouvrira à Sydney en Australie, parallèlement à la réouverture de nombreux magasins rénovés, comme celui de la rue de Sèvres à Paris. Sur internet, les plateformes d'e-commerce seront lancées au premier semestre à Hong Kong et Macao, ainsi qu'en Corée.

Les impacts de l'épidémie de Covid-19, dont l'ampleur, la durée comme l'étendue géographique évoluent quotidiennement, sont aujourd'hui difficiles à évaluer. Le modèle artisanal d'Hermès, implanté majoritairement sur le territoire français, son réseau de distribution équilibré ainsi que sa clientèle locale sont autant d'éléments contribuant à la résilience de la maison. Le groupe reste très impliqué et mobilisé en évaluant régulièrement la situation et en adaptant ses dispositifs. La priorité est la sécurité de tous les collaborateurs et de leurs proches dans le cadre des mesures prises par les autorités médicales et les pouvoirs publics. À la date d'édition de ce rapport d'activité et en considérant que cette épidémie et les perturbations qu'elle engendre n'excèderont pas quelques mois, nous sommes confiants dans notre capacité à mobiliser l'ensemble des salariés et à renouer avec nos clients.



Avec la Beauté, Hermès crée le 16<sup>e</sup> métier de la maison, dont *Rouge Hermès* est le premier chapitre.

## CRÉDITS

### Illustrations

Jochen Gerner

### Photographies

Page 2: Valérie Archeno  
Page 8: Olivier Metzger  
Page 9: Quentin Bertoux  
Page 14, 44: Trevor Brady  
Page 22: DR  
Page 22, 37: Alfredo Piola  
Page 23: Cheeri  
Page 26, 29, 32: Studio des fleurs  
Page 28, 30: Tim Elkaïm  
Page 28: Agence Pilote  
Page 29, 30: Jean-François José  
Page 31: Maud Rémy-Lonvis  
Page 32: Studio Rouchon  
Page 33: Liz Collins  
Page 33: Thomas Persson  
Page 36: Benoît Le Rumeur  
Page 37: Spassky Fischer  
Page 38: Benoît Teillet  
Page 41: Moiras © Xavier Remongin/  
Ministère de l'Agriculture et de  
l'Alimentation  
Page 41: DR  
Page 45: Franck Oudeman  
Page 45: Przemysław Nieciecki  
Page 46: Jack Davison

Imprimé en France sur des papiers  
Shade Air et Divina certifiés FSC Mixte  
par Frazier Paris (entreprise certifiée  
FSC/PEFC, Imprim'Vert et labellisée  
Imprim'Luxe).

Une publication Hermès  
© Hermès, Paris 2020

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  
+ 33 (0)1 40 17 44 37

ISBN 978-2-35102-0715

