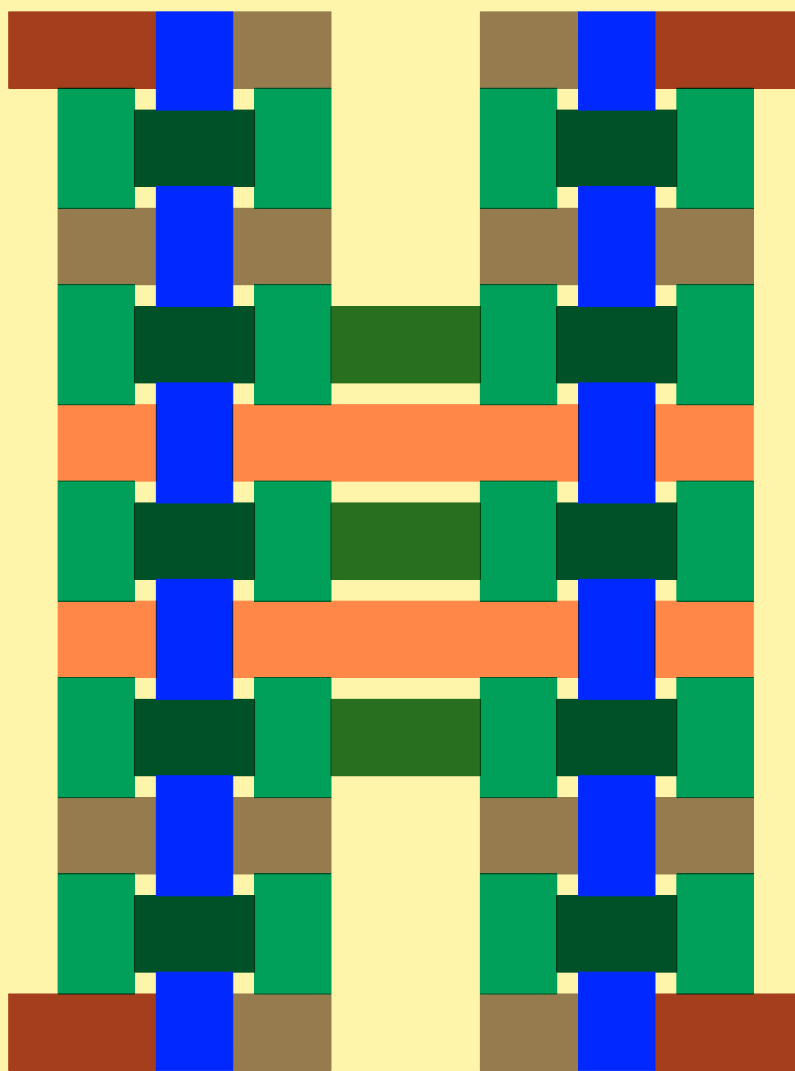


Le geste innovant

Rapport
d'activité
2020



Message de la gérance



HERMÈS, UN MODÈLE SOLIDE ET RÉSILIENT FACE À LA CRISE DE LA COVID-19

2020 aura été une année charnière, qui révèle une maison solide et solidaire dont nous sommes fiers et pour laquelle nous remercions l'ensemble des équipes.

Grâce à la résilience et au courage dont ses 16 600 collaborateurs ont fait preuve, Hermès a su maintenir sa dynamique entrepreneuriale et renforcer son lien à sa clientèle locale.

Nous abordons ainsi l'avenir avec confiance.

Tout au long de l'année, face à cette crise sans précédent, nous avons eu à cœur de faire d'Hermès un refuge – fidèles à nos valeurs humanistes : maintien des salaires partout dans le monde sans recours aux aides publiques, don de 20 millions d'euros à l'AP-HP en France complété de plusieurs initiatives locales, don de masques et de gel hydroalcoolique, prime exceptionnelle de 1 250 euros versée en 2021 à l'ensemble des collaborateurs.

Les résultats solides que nous sommes heureux de partager reflètent la pertinence de notre modèle artisanal et une gestion financière rigoureuse. Artisan contemporain, Hermès, maison d'objets durables, sait accompagner l'évolution des usages – le digital notamment – et croître de façon raisonnée, dans le respect des écosystèmes naturels. La maison, en ces temps troublés, a joué son rôle de repère.

Mais ne nous y trompons pas, ce qui fait aussi notre identité, c'est bien la conviction que la créativité est au cœur de tout développement. Le succès de nos collections, l'originalité de nos dessins, les innovations tant du côté des matières que dans les usages, reflètent la vitalité de notre maison et notre capacité à être un prescripteur de style.

Nous sortons de cette année de mutation attachés à faire notre métier d'artisan, attentifs à faire perdurer nos savoir-faire et alertes face aux évolutions du monde qui imposent une permanente agilité.

2021 s'annonce comme une belle odyssée, abordons-la avec sérénité.

Axel Dumas, gérant

Émile Hermès SARL, gérant, représentée par Henri-Louis Bauer

Le geste innovant

Rapport d'activité 2020

4

Une entreprise citoyenne,
engagée et responsable

7

Présentation du groupe,
évolution générale
et chiffres clés

19

L'esprit d'entreprendre

27

La liberté de création
au cœur de la stratégie

39

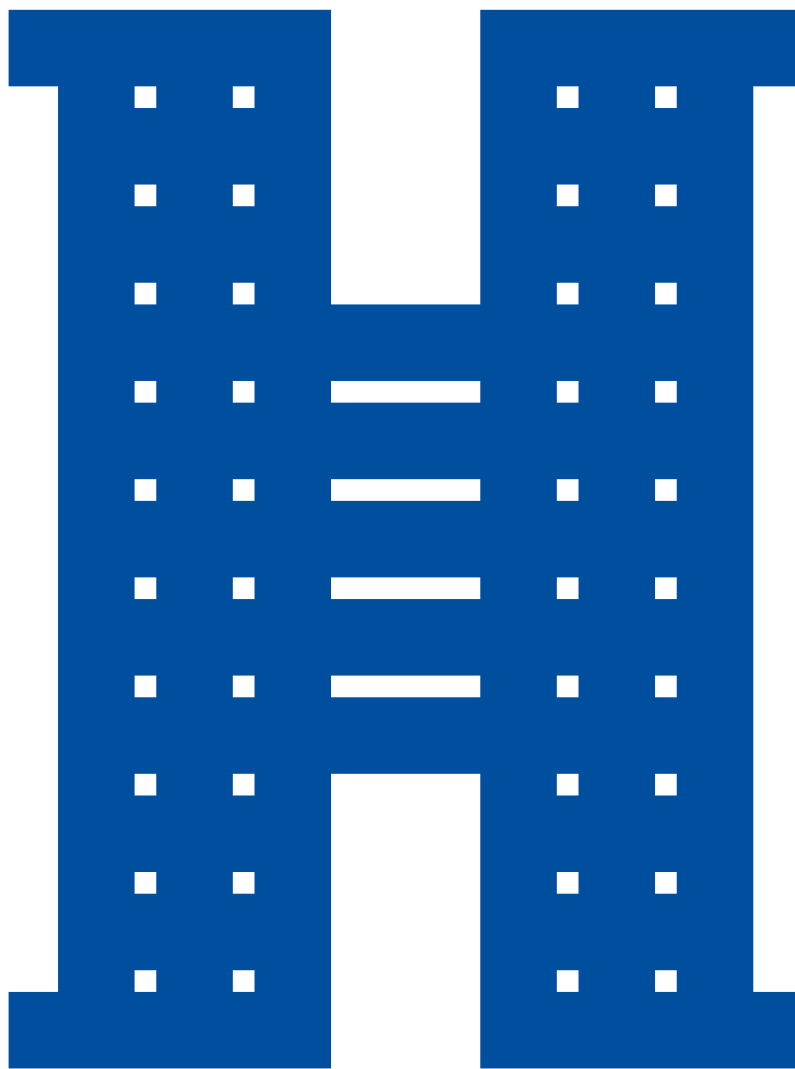
Un développement
responsable et durable

47

Les clients au centre
d'un réseau omnicanal

50

2021
Hermès, une odyssée



Une entreprise citoyenne, engagée et responsable

4

L'année 2020 demeure sans précédent au regard de la crise plurielle et évolutive qui a marqué le monde entier. Un bouleversement d'une telle ampleur invite à l'humilité. Entreprise citoyenne, Hermès se devait d'agir de manière solidaire et responsable.

Ainsi, pour chacun des aspects de son activité, la maison a rapidement pris des dispositions pour s'adapter à ce contexte exceptionnel et se mobiliser en faveur de l'intérêt général.

Hermès a veillé à la protection de l'ensemble de ses collaborateurs dans le monde en maintenant emplois et salaires, sans recourir aux aides gouvernementales.

Des dispositifs spécifiques ont été mis en place pour accompagner le retour des équipes in situ en toute sécurité et dans des conditions très strictes – dès le 14 avril 2020 pour certains sites de production. La maison a salué l'engagement de ses collaborateurs en leur versant une prime de reprise d'activité, et un accord de groupe relatif aux mesures d'urgence pour faire face à l'épidémie a été négocié à distance avec les organisations syndicales représentatives.

L'entreprise a démontré son agilité dans le déploiement de nouvelles façons de travailler, des métiers supports aux manufactures – comme par exemple la mise en place de rotations en 5/8 au sein de la Cristallerie Saint-Louis pour la surveillance des fours, ou en 2/8 pour les manufactures d'Hermès Maroquinerie-Sellerie pendant le confinement.

Hermès a également été attentif à ses partenaires, en maintenant des relations de proximité par un dialogue constant et un soutien concret.

La maison a réinventé sa relation avec sa communauté de clients, d'abord grâce au e-commerce, puis en proposant des expériences inédites au sein de ses magasins.

Hermès a poursuivi ses investissements dans de nombreux sites de production en France, et s'est engagé en faveur de la préservation de certaines activités, à l'image de l'intégration de J3L, fabricant de pièces métalliques.

Par ailleurs, le groupe s'est mobilisé en faveur de la collectivité. Les équipes d'Hermès Parfums ont produit et offert 45 000 litres de gel hydroalcoolique, et 145 000 masques et équipements au personnel soignant. Hermès a donné 20 millions d'euros à l'Assistance Publique – Hôpitaux de Paris (APHP) parmi d'autres actions de mécénat. Les filiales se sont également engagées localement dans le monde entier à travers plus de 80 initiatives en faveur de l'intérêt général.

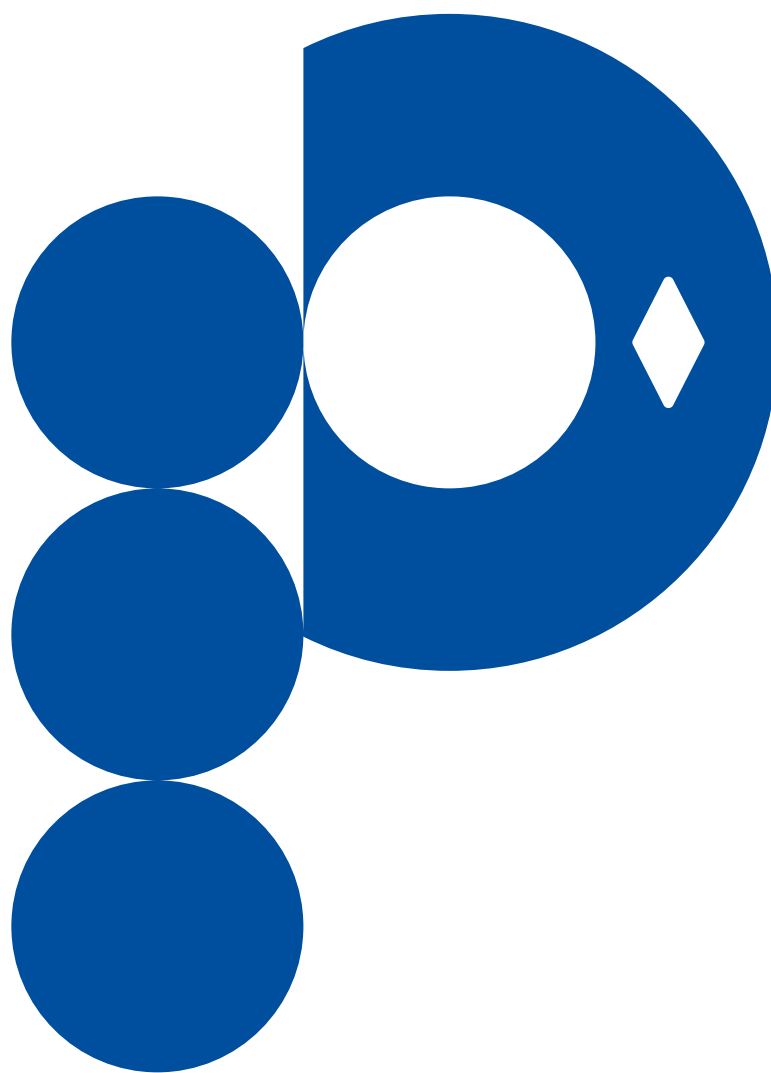
L'ensemble du groupe reste très mobilisé face à la situation, de manière à adapter quotidiennement l'ensemble de ses pratiques aux mesures prises par les pouvoirs publics.



L'équipe du magasin d'Omotesando,
à Tokyo, Japon.

Présentation du groupe, évolution générale et chiffres clés

7



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.

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, en février 2020. 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

Conseil de surveillance

ÉRIC DE SEYNES
Président

MONIQUE COHEN
Vice-présidente
DOMINIQUE SENEQUIER
Vice-présidente
DOROTHÉE ALTMAYER
CHARLES-ÉRIC BAUER
ESTELLE BRACHLIANOFF
PUREZA CARDOSO¹
MATTHIEU DUMAS
BLAISE GUERRAND
JULIE GUERRAND
OLYMPIA GUERRAND
RÉMY KROLL¹
RENAUD MOMMÉJA
ALEXANDRE VIROS



Éric de Seynes,
président
du Conseil
de surveillance.

Comité d'audit et des risques

MONIQUE COHEN
Présidente

CHARLES-ÉRIC BAUER
ESTELLE BRACHLIANOFF
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

¹ Représentant les salariés

HERMÈS INTERNATIONAL – ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ

Marque Hermès

Distribution au détail		Production et distribution en gros	Fabrication	Conception sur mesure	
Allemagne	Italie				
Argentine	Japon				
Australie	Malaisie	Pôle Parfums	Pôle Maroquinerie	Hermès Horizons	petit h
Belgique	Mexique	Pôle Horloger	Pôle Tanneries		
Brésil	Pologne	Pôle Maison	et Cuir précieux		
Canada	Portugal	Pôle J3L	Pôle Textile		
Chine,	Principauté				
Hong Kong,	de Monaco				
Taiwan	République				
Corée du Sud	tchèque				
Danemark	Royaume-Uni				
Espagne	Russie				
États-Unis	Singapour				
France	Suisse				
Grèce	Thaïlande				
Guam	Turquie				
Inde					
Autres marques					
		Chaussures John Lobb		Tissus d'ameublement :	
		Cristallerie Saint-Louis		Verel de Belval	
		Puiforcat		Bucol	
				Créations Métaphores	
				Le Crin	

Évolution générale

10

**Solidité des résultats annuels
et bonne dynamique des ventes
au 4^e trimestre 2020.**

**Le chiffre d'affaires s'élève
au 31 décembre 2020
à 6,4 Mds€ (-6 % à taux
de change constants).
Le résultat opérationnel
courant atteint 31 %
des ventes.**

L'année 2020 a été marquée par une crise sanitaire et économique sans précédent : dans ce contexte incertain, Hermès a démontré sa capacité d'adaptation et éprouvé l'agilité et la solidité de son modèle artisanal.

La fidélité de la clientèle locale et la forte progression des ventes en ligne ont permis de compenser la réduction des flux touristiques.

En 2020, le chiffre d'affaires consolidé du groupe s'élève à 6 389 M€, soit une baisse limitée à 6 % à taux de change constants et 7 % à taux de change courants. L'activité a renoué avec la croissance au second semestre avec une accélération au 4^e trimestre (+16 %).

Le chiffre d'affaires réalisé dans les magasins du groupe en 2020 est en léger retrait (-2 %). Le résultat opérationnel courant s'établit à 1 981 M€, soit 31 % des ventes, et le résultat net part du groupe atteint 1 385 M€, en recul de 9 % par rapport à 2019.

Axel Dumas, gérant d'Hermès, a déclaré : « La solidité de nos résultats traduit à la fois la désirabilité de nos collections et l'agilité de notre modèle artisanal. Je suis fier du travail accompli par l'ensemble des collaborateurs d'Hermès qui ont su faire preuve de courage, de solidarité et d'engagement, et je remercie nos clients de leur fidélité partout dans le monde. »

Sac Hermès Della Cavalleria.

Page de droite :
Le magasin Hermès à Daegu,
Corée du Sud.





ACTIVITÉ À FIN DÉCEMBRE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Données à taux de change comparables, sauf indication explicite

Le chiffre d'affaires réalisé en 2020 dans les magasins du groupe montre une belle résistance après un excellent 4^e trimestre (+21 %) et une performance remarquable en Asie et au Japon. Malgré le contexte, Hermès a poursuivi le développement de son réseau de distribution avec l'ouverture de nouvelles adresses et la réouverture de magasins rénovés et agrandis. Les activités de vente en gros (-32 %) ont été pénalisées, notamment par la baisse des ventes aux voyageurs.

Le réseau s'est adapté avec souplesse aux évolutions du contexte mondial en proposant des solutions omnicanal à ses clients. Le succès des ventes en ligne s'est confirmé dans toutes les régions, et le déploiement de la nouvelle plateforme s'est poursuivi en Asie et au Moyen-Orient.

L'Asie hors Japon (+14 %) est en forte croissance, portée par un excellent 4^e trimestre (+47 %), grâce notamment à la belle dynamique de la Grande Chine, de la Corée et de l'Australie. En dépit de nouvelles fermetures de commerces dans certains pays de la zone, l'activité a été particulièrement soutenue au cours du second semestre. Après métamorphose, les magasins de Daegu Shinsegae en Corée, de Harbour City à Hong Kong et de Dalian en Chine ont rouvert leurs portes avec succès. Et le déploiement en Asie de la nouvelle plateforme digitale s'est poursuivi à Hong Kong, à Macao et en Corée, accueillant une progression très soutenue des ventes e-commerce.

Au Japon (-4 %), la reprise depuis le mois de juin a été très dynamique grâce à la fidélité de la clientèle locale. Un nouveau magasin a été inauguré à Osaka en septembre, et celui de Sendai Fujisaki a été rénové et agrandi. Les ventes ont été particulièrement fortes sur la plateforme hermes.jp.

L'Amérique (-21 %) se redresse progressivement au second semestre pour croître légèrement au 4^e trimestre. Le magasin de Wynn Plaza à Las Vegas a été agrandi et rénové en octobre, ainsi que celui de Short Hills dans le New Jersey en novembre.

L'Europe hors France (-20 %) et la France (-29 %) restent pénalisées par la fermeture d'une partie des magasins en novembre dans plusieurs pays, et la nouvelle vague de restrictions à compter de mi-décembre. La réduction des flux touristiques a été en partie compensée par la fidélité de la clientèle locale et la forte progression des ventes en ligne. En octobre, un nouveau magasin a été ouvert dans la Galería Canalejas à Madrid, tandis que celui de Stockholm a été rénové et agrandi.

ACTIVITÉ À FIN DÉCEMBRE PAR MÉTIER

Données à taux de change constants, sauf indication explicite

La Maroquinerie-Sellerie (-5 %), dont la demande est très soutenue, a renoué avec la croissance au second semestre, avec une accélération au 4^e trimestre (+18 %) qui reflète la reprise progressive des livraisons. L'augmentation des capacités de production se poursuit, avec les maroquineries de Guyenne (Gironde) et de Montereau (Seine-et-Marne) qui seront inaugurées en 2021, puis celle de Louviers (Eure) en 2022. Par ailleurs, un nouveau site dans les Ardennes est prévu à l'horizon 2023, et l'implantation d'une seconde maroquinerie en Auvergne a été annoncée. Hermès réaffirme ainsi son fort ancrage territorial en France.

Les autres métiers du groupe bénéficient également de la dynamique favorable de la reprise d'activité dans les différentes zones géographiques. Le métier Vêtement et Accessoires (-9 %) poursuit sa croissance au 4^e trimestre (+12 %). Le défilé femme printemps-été 2021, présenté en octobre, a reçu un très bel accueil après la diffusion sous un format digital de la collection homme début juillet. La division Soie et Textiles (-23 %) demeure pénalisée par la baisse de l'activité de vente aux voyageurs.

Les Parfums et la Beauté enregistrent une baisse de 19 % marquée par la réduction des flux touristiques. Après le lancement très réussi de

la première collection de rouges à lèvres début février, le métier de la Beauté poursuit son développement. L'Horlogerie (+2 %) réalise une excellente performance au 4^e trimestre (+28 %). Les Autres métiers Hermès (+24 %) confirment leur forte dynamique au dernier trimestre (+56 %), grâce à l'univers de la Maison et à la Bijouterie. La nouvelle collection de haute joaillerie *Lignes sensibles* a été dévoilée fin septembre.

SOLIDITÉ DES RÉSULTATS ET PROGRESSION DE LA TRÉSORERIE EN 2020

Le résultat opérationnel courant s'élève à 1 981 M€ contre 2 339 M€ en 2019, en recul de 15 %. La rentabilité opérationnelle courante s'améliore fortement au second semestre et atteint 31 % sur l'ensemble de l'année. Après prise en compte d'un profit non courant de 91 M€ lié à la déconsolidation de Shang Xia, le résultat opérationnel s'élève à 2 073 M€.

Le résultat net consolidé part du groupe est de 1 385 M€ contre 1 528 M€ en 2019, soit une baisse limitée à 9 %.

Le cash flow disponible ajusté atteint 995 M€, après prise en compte de 448 M€ d'investissements opérationnels qui reflètent la poursuite des projets stratégiques.

Après versement du dividende ordinaire (474 M€) et prise en compte des rachats d'actions, la trésorerie nette retraitée progresse de 342 M€ et s'élève à 4 904 M€, contre 4 562 M€ au 31 décembre 2019.

12

Hermès International a procédé en 2020 au rachat de 168 780 actions pour 123 M€, hors mouvements réalisés dans le cadre du contrat de liquidité.

CROISSANCE DES EFFECTIFS

Poursuivant ses recrutements, le groupe Hermès a augmenté ses effectifs de 1 183 personnes, dont près de la moitié provient de l'intégration du groupe J3L, fournisseur historique d'Hermès. Au terme de l'année 2020, le groupe compte 16 600 collaborateurs, dont 10 383 en France.

Entreprise responsable, Hermès a maintenu les emplois et les salaires de base de ses collaborateurs partout dans le monde, sans avoir recours aux aides gouvernementales. Le groupe a versé en février 2021 une prime de 1 250 € à l'ensemble des collaborateurs, en reconnaissance de leur engagement et de leur contribution aux résultats.

PERSPECTIVES

Pour 2021, les impacts de l'épidémie de Covid-19, dont l'ampleur, la durée comme l'étendue géographique évoluent quotidiennement, sont aujourd'hui difficiles à mesurer. Toutefois, Hermès demeure confiant en l'avenir grâce à son modèle artisanal fortement intégré, un réseau de distribution équilibré, la créativité de ses collections et la fidélité de sa clientèle. Le groupe reste très impliqué et mobilisé en adaptant ses dispositifs aux mesures prises par les autorités sanitaires et les pouvoirs publics.

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.

2021 se fera sous le signe de *L'odyssée*. Hermès continuera son voyage avec confiance, affrontant les incertitudes du monde, fidèle à son identité.

Grâce à 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 4 mai 2021, il sera proposé de fixer le dividende à 4,55 € par action. L'acompte de 1,50 €, versé le 4 mars 2021, viendra en déduction du dividende qui sera décidé par l'Assemblée générale.

Défilé du prêt-à-porter femme printemps-été 2021, au Tennis Club de Paris.

13



Principales données consolidées en M€

	2020	2019	2018 retraité*	2017	2016
CHIFFRE D'AFFAIRES	6 389	6 883	5 966	5 549	5 202
Croissance à taux courants vs n-1	(7,2) %	15,4 %	7,5 %	6,7 %	7,5 %
Croissance à taux constants vs n-1 ¹	(6,0) %	12,4 %	10,4 %	8,6 %	7,4 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT ²	1 981	2 339	2 075	1 922	1 697
en % du chiffre d'affaires	31,0 %	34,0 %	34,8 %	34,6 %	32,6 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL en % du chiffre d'affaires	2 073	2 339	2 128	1 922	1 697
	32,4 %	34,0 %	35,7 %	34,6 %	32,6 %
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	1 385	1 528	1 405	1 221	1 100
en % du chiffre d'affaires	21,7 %	22,2 %	23,6 %	22,0 %	21,2 %
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	1 993	2 063	1 863	1 580	1 427
CASH FLOW DISPONIBLE AJUSTÉ ³	995	1 406	1 447	1 340	1 212
INVESTISSEMENTS OPÉRATIONNELS	448	478	312	265	262
CAPITAUX PROPRES - PART DU GROUPE	7 380	6 568	5 470	5 039	4 383
TRÉSORERIE NETTE ⁴	4 717	4 372	3 465	2 912	2 320
TRÉSORERIE NETTE RETRAITÉE ⁵	4 904	4 562	3 615	3 050	2 345
EFFECTIFS (en nombre de personnes)	16 600	15 417	14 284	13 483	12 834

* 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.

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.

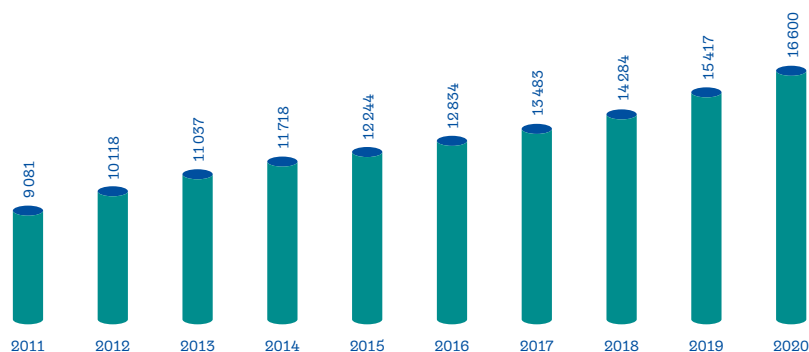
2. Le résultat opérationnel courant est l'un des principaux indicateurs de performance suivi par la direction générale du groupe. Il correspond au résultat opérationnel hors éléments non récurrents ayant un impact significatif de nature à affecter la compréhension de la performance économique du groupe.

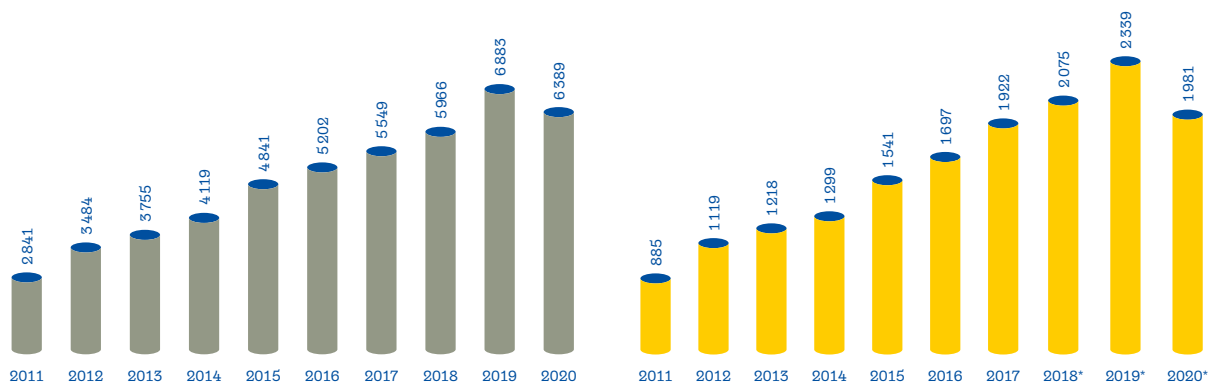
3. Le cash flow disponible ajusté correspond aux flux de trésorerie liés à l'activité diminués des investissements opérationnels et du remboursement des dettes de loyers comptabilisées en application de la norme IFRS 16 (agrégats de l'état des flux de trésorerie consolidés).

4. La trésorerie nette comprend la trésorerie et équivalents de trésorerie présentés à l'actif du bilan, minorés des découverts bancaires qui figurent dans les emprunts et dettes financières à court terme au passif du bilan. La trésorerie nette n'inclut pas les dettes de loyers comptabilisées en application d'IFRS 16.

5. La trésorerie nette retraitée correspond à la trésorerie nette majorée des placements de trésorerie qui ne répondent pas aux critères IFRS d'équivalents de trésorerie en raison notamment de leur maturité supérieure à trois mois à l'origine et diminuée des emprunts et dettes financières.

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



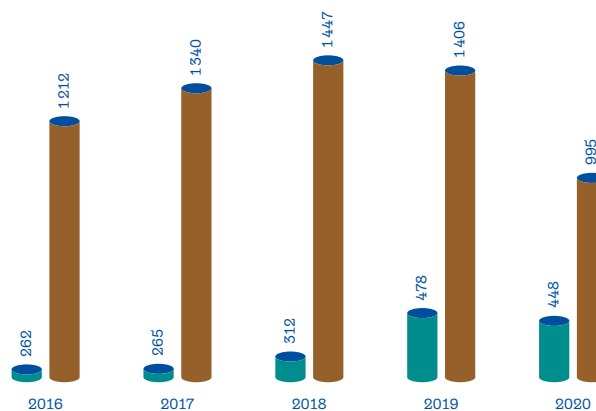


* Y compris impact de la norme IFRS 16 relative aux contrats de location.

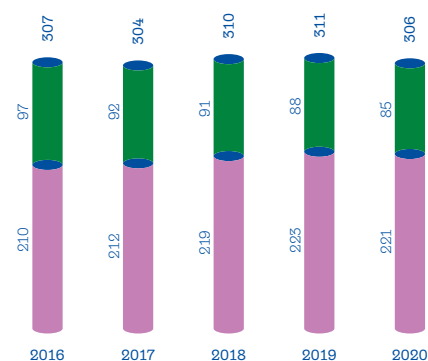
Évolution du chiffre d'affaires consolidé en M€

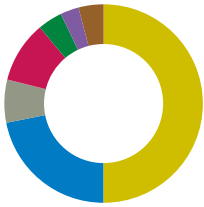
Évolution du résultat opérationnel courant en M€

Investissements opérationnels et cash flow disponible ajusté en M€



Évolution du nombre de magasins exclusifs



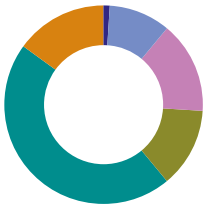


Chiffre d'affaires par métier

Maroquinerie-Sellerie 50 %
 Vêtement et accessoires 22 %
 Soie et Textiles 7 %
 Autres métiers Hermès 10 %
 Parfums 4 %
 Horlogerie 3 %
 Autres produits 4 %

Chiffre d'affaires par métier et évolution 2020/2019

	2020 CA en M€	ÉVOLUTION 2020/2019 à taux de change constants
MAROQUINERIE-SELLERIE	3 209	(4,8) %
VÊTEMENT ET ACCESSOIRES	1 409	(9,2) %
SOIE ET TEXTILES	452	(22,8) %
AUTRES MÉTIERS HERMÈS	643	23,9 %
PARFUMS	263	(19,0) %
HORLOGERIE	196	2,3 %
AUTRES PRODUITS	218	(15,3) %
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	6 389	(6,0) %

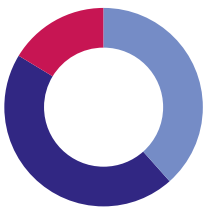


Chiffre d'affaires par zone géographique

France 10 %
 Europe (hors France) 15 %
 Japon 13 %
 Asie-Pacifique (hors Japon) 46 %
 Amériques 15 %
 Autres 1 %

Chiffre d'affaires par zone géographique et évolution 2020/2019

	2020 CA en M€	ÉVOLUTION 2020/2019 à taux de change constants
EUROPE	1 573	(23,6) %
France	620	(28,6) %
Europe (hors France)	953	(20,0) %
ASIE-PACIFIQUE	3 749	9,9 %
Japon	834	(3,7) %
Asie-Pacifique (hors Japon)	2 915	14,4 %
AMÉRIQUES	959	(20,5) %
AUTRES	108	(9,9) %
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	6 389	(6,0) %



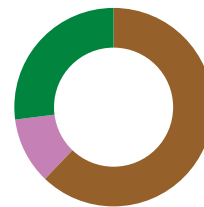
Répartition des effectifs par filière

Vente 38 %
 Production 46 %
 Fonctions supports 16 %



Répartition hommes / femmes

Femmes 68 %
 Hommes 32 %



Répartition géographique des effectifs

France 62 %
 Europe 11 % (hors France)
 Autres zones géographiques 27 %

Synthèse des données boursières

	2020	2019	2018
NOMBRE D' ACTIONS INSCRITES AU 31 DÉCEMBRE	105 569 412	105 569 412	105 569 412
NOMBRE D' ACTIONS MOYEN (hors autocontrôle)	104 430 772	104 233 233	104 227 077
CAPITALISATION BOURSIÈRE AU 31 DÉCEMBRE	92,86 MDS €	70,33 MDS €	51,18 MDS €
BÉNÉFICE NET PAR ACTION (hors autocontrôle)	13,27 €	14,66 €	13,48 €
DIVIDENDE PAR ACTION	4,55 € ¹	4,55 €	4,55 €
VOLUME QUOTIDIEN MOYEN (Euronext)	66 151 €	54 467 €	72 725 €
COURS LE PLUS HAUT DE L'ANNÉE	890,20 €	689,20 €	614,60 €
COURS LE PLUS BAS DE L'ANNÉE	516 €	462,40 €	417,90 €
COURS MOYEN DE L'ANNÉE	729,42 €	607,44 €	509,85 €
COURS AU 31 DÉCEMBRE	879,60 €	666,20 €	484,80 €

1. Sous réserve des décisions de l'Assemblée générale ordinaire du 4 mai 2021. Un acompte de 1,50 € a été versé le 4 mars 2021.

Évolution de l'action Hermès en 2020 (cours en euros à fin de mois)



Répartition de l'actionnariat au 31 décembre 2020

Public 32,5 %

Autodétention 0,9 %

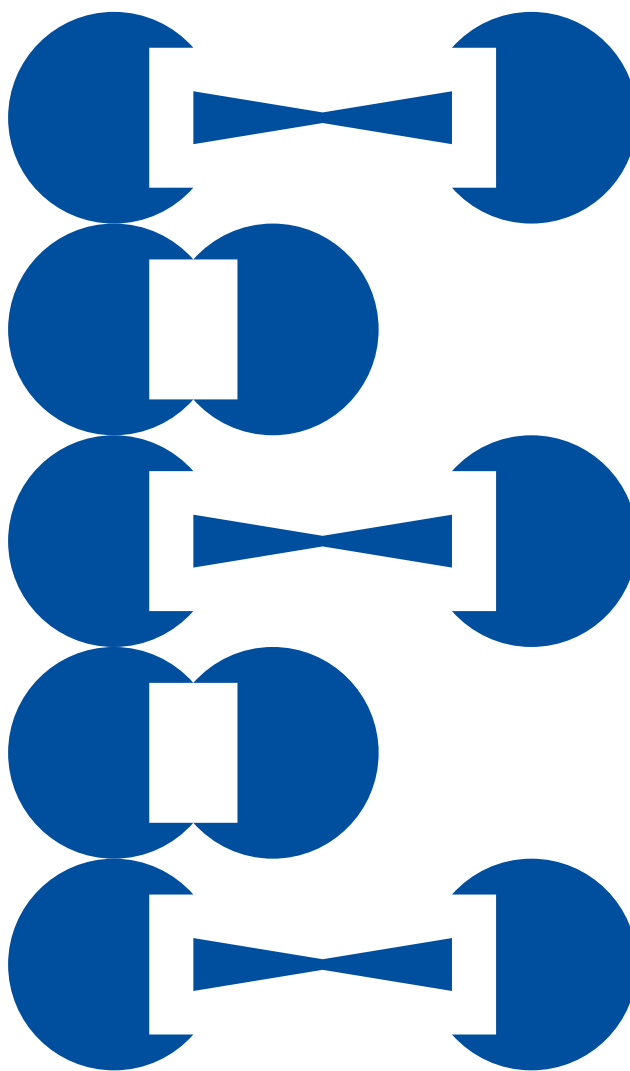
Groupe familial Hermès 66,6 %



L'esprit d'entreprendre

19

L'esprit d'entreprendre continue plus que jamais de guider Hermès et l'ensemble de ses collaborateurs. S'appuyant sur ses stratégies passées, l'entreprise traverse la crise sanitaire avec agilité et résilience, et prouve sa capacité à trouver des solutions pertinentes.



Six générations d'artisans

20

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. Porté 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'illustre 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 appliqué 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 les cultures locales.

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 des 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. 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 omnicanal 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 306 magasins répartis dans le monde. Depuis bientôt deux siècles, 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.

Le magasin Hermès du 24 faubourg Saint-Honoré à Paris a ouvert en 1880.



Hermès

en quelques dates

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.

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 en Europe et en Chine.

2019

Ouverture d'un nouveau marché en Pologne avec l'inauguration d'un magasin à Varsovie. Inauguration de la maroquinerie de Fitolieu, la 17^e manufacture du groupe sur le territoire français.



Les équipes du magasin du faubourg Saint-Honoré à Paris fêtent les 150 ans de la maison.

Le succès du sac Kelly, créé dans les années 1930, ne s'est jamais démenti.

2020

Lancement du 16^e métier de la maison : la Beauté Hermès. Innovation du carré double face, imprimé des deux côtés. Présentation du nouveau service de table *Passifolia*. Lancement de la collection de haute joaillerie *Lignes sensibles*.

Le site hermes.com se positionne parmi les premiers magasins, 30 pays sont désormais ouverts à la vente en ligne. Au 31 décembre 2020, Hermès compte 306 magasins à travers le monde.



Le service de table *Passifolia*, lancé en 2020, est composé de 32 couleurs, véritable prouesse technique.

Le modèle d'entreprise Hermès

24

Le magasin Hermès de Marunouchi, à Tokyo, a rouvert ses portes le 8 août 2020. Inauguré en 1979, c'est le premier magasin Hermès établi au Japon.



L'année 2020 a mis en lumière la grande résilience du modèle artisanal porté par Hermès, qui lui a permis de mettre en place rapidement des mesures de manière à ajuster commandes et stocks, et d'accélérer le développement de ses ventes en ligne. La vision stratégique de la maison sort renforcée de cette période toujours troublée, grâce à sa santé financière, sa capacité d'innovation et son expertise digitale.

UNE MAISON INDÉPENDANTE

Hermès a su affronter les grands défis de la crise sanitaire et éprouver la solidité de son modèle d'entreprise artisanal fondé sur l'exigence, la transmission de savoir-faire uniques, une intégration verticale et un fort ancrage territorial. Dans une période marquée par une grande imprévisibilité, la maison continue de réaffirmer son indépendance qui, à l'appui d'une structure actionnariale familiale, favorise son esprit d'entreprendre.

Ce modèle repose sur plusieurs piliers. En faisant le choix d'une qualité sans compromis, Hermès crée et fabrique



Les ateliers de la maroquinerie de Fitialieu, en Isère.

des objets faits pour durer, être réparés et transmis de génération en génération. La créativité et l'innovation offrent une capacité de réinvention permanente à même de répondre à un contexte de crise. Enfin, Hermès assure une production intégrée à plus de 60 % (de l'approvisionnement à la production jusqu'au réseau de distribution), ancrée en France pour 80 % des objets fabriqués, et fondée sur l'excellence de ses savoir-faire. Ces éléments favorisent ainsi une gestion optimisée intégrée et une grande agilité. Concernant la distribution, Hermès s'appuie sur un réseau omnicanal équilibré, exclusif et maîtrisé, qui a prouvé son efficacité pendant la crise. Face à la réduction des voyages internationaux, la communauté Hermès a montré sa grande fidélité à l'échelle locale. L'indépendance économique et la santé financière du groupe reposent sur la solidité et la pérennité de son développement : en 2020, grâce à une gestion financière saine et rigoureuse, Hermès a pu préserver ses emplois tout en poursuivant ses investissements opérationnels.

UNE MAISON CRÉATRICE DE VALEUR SOCIALE

Hermès continue de montrer son attachement à la création de valeur sociale pour favoriser un développement responsable. Les recrutements se sont poursuivis en 2020 et, alors que l'économie a été ralentie par la crise sanitaire, le groupe, fidèle à ses valeurs,

a su protéger l'ensemble de ses équipes. La rémunération des 16 600 collaborateurs a été maintenue sans recourir aux aides publiques, et ce partout dans le monde. En outre, Hermès a poursuivi sa politique de rémunération volontariste, notamment par le versement d'une prime exceptionnelle de 1 250 euros en 2021.

Par ailleurs, Hermès a veillé à soutenir ses partenaires et fournisseurs tout au long de cette période à travers le maintien des commandes, l'adaptation des délais de paiement, et le partage des bonnes pratiques en matière de mesures sanitaires.

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

Depuis 1837, l'esprit d'entreprendre guide Hermès à travers toutes les facettes de son développement : transmission des savoir-faire, responsabilité et exigence dans le respect des hommes et de la nature.

Cet esprit se traduit par une grande liberté de création qui nourrit chaque métier, permettant à la maison de s'exprimer de manière foisonnante. C'est aussi une capacité d'innovation constante qui, associée à un artisanat d'exception, a été particulièrement mise en avant tout au long de cette année guidée par le thème du *Geste innovant*. Le lancement réussi, en mars 2020, du nouveau métier de la Beauté s'y inscrit précisément.

Partout dans le monde, les directeurs de magasin sont libres de sélectionner, à l'occasion des « podiums » semestriels, les objets proposés dans leur magasin. La première version virtuelle du podium a connu un vif succès. Grâce à cette liberté d'achat, chacune des 306 adresses Hermès dans le monde est une maison d'objets unique.

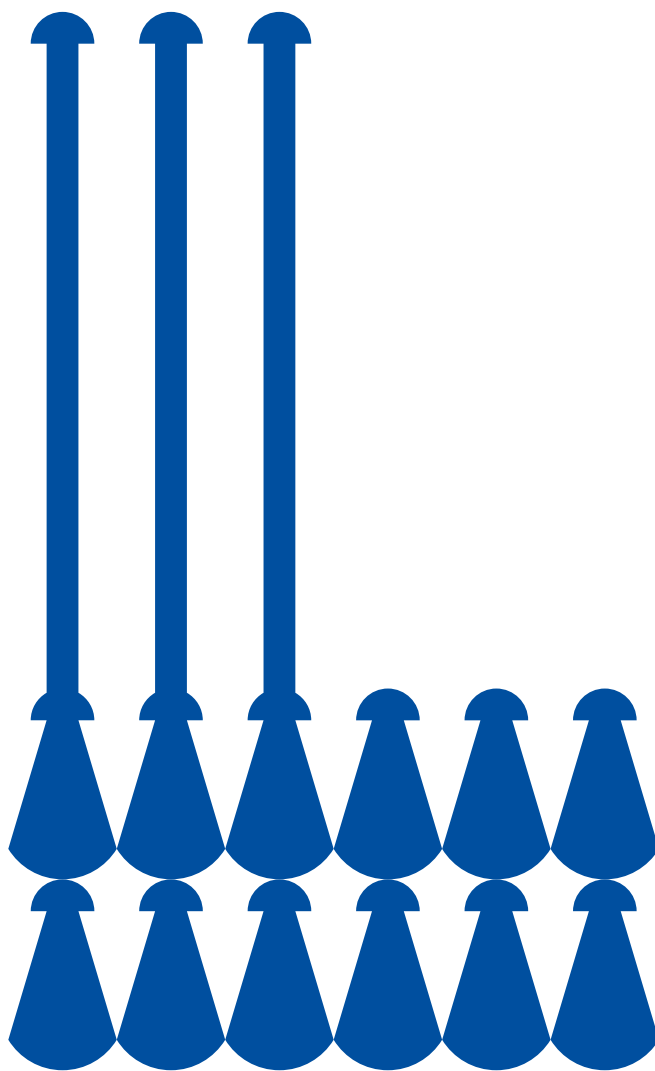
L'esprit d'entreprendre s'incarne aussi dans la capacité d'adaptation du réseau de distribution : l'entreprise a su réagir, en matière de logistique, de verticalité de son réseau, de gestion des commandes, d'une zone à l'autre en fonction de l'évolution de la pandémie. Hermès a pu ainsi répondre aux besoins de sa clientèle aux quatre coins du globe. La crise a souligné l'importance du e-commerce et de l'écosystème digital, déjà au cœur de la stratégie omnicanal. Hermès était donc prêt à accompagner l'accélération de la digitalisation des usages – permettant ainsi de maintenir le lien avec ses clients. C'est l'aboutissement d'un choix stratégique fort, engagé depuis plus de cinq ans, et visant au déploiement du e-commerce dans les principaux marchés, notamment en Asie.

Hermès a poursuivi ses investissements avec confiance. Ils concernent, entre autres, l'ouverture ou l'agrandissement de nouvelles adresses dans le monde, et des projets d'ouverture de maroquineries et de sites de production. Autant de perspectives qui, sur le long terme, contribuent au renforcement de l'indépendance du groupe.

La liberté de création au cœur de la stratégie

27

Face à l'imprévu,
l'innovation constitue
un formidable levier
pour se réinventer.
En 2020, *Le geste
innovant* a guidé la
créativité des métiers
et permis à Hermès
de répondre à la crise
en proposant des objets
singuliers, intemporels
et durables.



« Nos mains, nos yeux, nos sens
travaillent ensemble chez Hermès,
maison où l'intelligence collective s'avère
toujours plus efficace et plus pertinente
que la pensée d'un(e) seul(e).
Ensemble, nous cherchons, nous essayons,
nous ratons parfois et nous recommençons
toujours. À notre allure, au pas, au trot
ou au galop, nous créons du Neuf
et du Nous. Et c'est bien grâce à ce lien
commun, aussi invisible que puissant,
que nous nous efforçons, chaque saison,
de rester fidèles à cette profession
de foi énoncée dès 1928 dans l'un
de nos catalogues : “ Notre tradition
est de créer sans cesse ! ” »

PIERRE-ALEXIS DUMAS

Directeur artistique général d'Hermès

Innovation de l'année 2020,
le carré double face. Dessiné par
Ugo Bienvenu, le carré Wow,
clin d'œil à l'univers des comics,
présente une version française
et multicolore sur une face, anglaise
et monochrome sur l'autre.



LA BEAUTÉ

Appelé à rayonner du maquillage au soin, le nouveau métier de la Beauté Hermès s'ouvre sur une première collection, *Rouge Hermès*, dédiée à la beauté des lèvres. Nichés dans leur boîte orange, les rouges à lèvres Hermès sont des objets à part entière. Ils se déploient en 24 couleurs – clin d'œil à l'adresse historique parisienne du sellier – issues du nuancier de la soie et dont les finis sont inspirés par les cuirs de la maison. Deux éditions limitées de trois teintes viendront tous les ans enrichir cette offre. Façonnés à partir de matériaux nobles, ces rouges à lèvres sont indéfiniment rechargeables.

Le lancement de ce nouveau métier a fait l'objet d'une campagne internationale inédite. Puisque *La Beauté est un geste*, la maison aborde le maquillage comme un art de vivre, un art de prendre soin de soi. La Beauté Hermès est amenée à se développer en 2021 avec la collection *Rose Hermès*, dédiée aux fards à joue.

MAROQUINERIE ET PETITE MAROQUINERIE

Des constructions ingénieuses ont été dévoilées en 2020. Inspiré par la forme d'un mors, le fermoir du sac *Hermès Della Cavalleria* convoque les racines équestres de la maison. Le sac de voyage *Drag* est quant à lui construit dans une seule pièce de cuir, le *New Drag 22* mêle raffinement et esprit sport-chic, tandis que le *Chaîne d'ancre* métamorphose le maillon emblématique de la maison.

Avec l'ajout de nombreuses poches extérieures et la présence d'un porte-gobelet amovible, le *Birkin* est devenu *Birkin 35 Cargo* à l'allure baroudeuse, en toile rehaussée de cuir, souple, léger et fonctionnel.

Hermès Minuit au Faubourg s'impose par son petit format élégant et ses matières exceptionnelles. Le mécanisme remarquable de son fermoir puise son inspiration dans l'horlogerie. C'est un autre univers qui s'ouvre avec le *Sac à Malice* – création décalée des années 80 – dont la version *Space* raconte la conquête de l'espace.

D'autres créations témoignent de savoir-faire exceptionnels : peinture sur cuir à main levée pour les sacs *Kelly* et *Birkin*, broderie à la main sur le *Roulis Mini* ou encore une technique ancestrale d'impression sur soie pour le *Constance Marble Silk*.

Les collections masculines proposent, elles aussi, de nouvelles interprétations, comme la nouvelle version du cabas *Étrivière Jockey*, aux motifs en patchwork de cuir inspirés des casaques d'équitation. Une broderie au point sauté habille les versions *Western* des sacs *Haut à courroies* et *Sac à dépêches*, qui se réapproprient les surpiqûres des santiags des cow-boys. Enfin, un travail exceptionnel de gainage et d'assemblage de cuirs – formant un H dynamique – distingue le sac *Bolide 1923-45 Racing*.

L'univers du voyage prend une nouvelle dimension avec

le nouveau bagage roulant *R.M.S.* – pour *Rolling Mobility Suitcase* – qui allie légèreté, fonctionnalité et haute technicité.

Enfin, la petite maroquinerie accompagne le développement de la Beauté Hermès avec plusieurs formats d'étuis à rouge à lèvres et un miroir *Lune* à porter autour du cou.

À Tokyo, Osaka et Kobe (Japon) et à Hong Kong, la maison a proposé des ateliers *Bagstage* pour permettre au public de découvrir l'excellence des savoir-faire artisanaux à l'origine de ses créations. Dans une atmosphère intimiste, un artisan a partagé les douze étapes de fabrication d'un sac *Kelly*.

ÉQUITATION

Cette année, la maison a dû renoncer à organiser la 11^e édition du Saut Hermès au Grand Palais. Toutefois, le lien avec les cavaliers et autres passionnés de l'univers du cheval a été maintenu grâce à des initiatives digitales, et de nouveaux objets dédiés à la pratique équestre ont été créés.

SOIE

CHRISTOPHE GOINEAU
Directeur artistique
de la soie masculine

Le métier de la soie a célébré le thème annuel en proposant pour la première fois un carré imprimé sur ses deux faces. Nouveau jalon dans l'histoire de la soie, cette prouesse technique a été développée auprès d'imprimeurs lyonnais.



Parmi les collections féminines, le dessin *Couvertures et tenues de jour* s'exprime désormais sur un carré 90 cm en version classique sur une face, et en version bandana sur l'autre. Ce procédé inédit a même permis de proposer une version bilingue : clin d'œil à l'univers des comics, le carré 90 Wow d'Ugo Bienvenu apparaît en version française et multicolore sur une face, anglaise et monochrome sur l'autre.

Avec *Les Léopards modernes*, deux dessins incontournables de la maison (*Les Léopards* de Christiane Vauzelles et *Boucles d'attelage* de Françoise de La Perrière) s'associent à la manière d'un blason. Le thème de l'année s'illustre également dans la réinterprétation en 3D par Octave Marsal et Oliver Dickson du classique *Cavalcadour* d'Henri d'Origny, ou dans le panorama étrange et poétique de *l'Exposition universelle* de Jan Bajtlik.

Le carré double face s'est aussi déployé parmi les collections masculines, à l'image des deux teintes de part et d'autre du carré *C'est la fête*, signé Daisuke Nomura. Le carré *Formule chic* présente quant à lui deux tracés distincts de Dimitri Rybaltchenko, avec une voiture de collection au recto, métamorphosée en Formule 1 au verso.

Les collections de cravates conjuguent savoir-faire et créativité avec un modèle en soie grattée orné d'un maillon en cuir appliqué, ou en denim de soie, comme un jean en trompe l'œil.

Enfin, *Le geste innovant* a également guidé le déploiement éphémère et haut en couleur de la soie dans le magasin Hermès de la Via Condotti, à Rome : expérience digitale immersive, présentation ludique des créations, collection issue de *l'upsilking* – transformation vertueuse de carrés inutilisés ou anciens.



De haut en bas :

Lancement de *Rouge Hermès*, la collection de rouges à lèvres de la Beauté Hermès.

Sac ultrasouple pour homme en veau Volupto, collection automne-hiver 2020.

À droite :

Carré 140 cm en cachemire et soie, collection de soie masculine, printemps-été 2020.



PRÊT-À-PORTER

FEMME

NADÈGE VANHÉE-CYBULSKI

Directrice artistique
du prêt-à-porter féminin

En 2020, Nadège Vanhée-Cybulski approfondit la notion de « féminité moderne ». Elle s'appuie sur l'héritage de la maison pour créer des vêtements fonctionnels qui accompagnent la femme à chaque instant de sa vie.

Pour l'été, les vêtements sont adaptés à un usage urbain et quotidien avec la présence de poches plaquées *oversize*. La fluidité des matières permet d'en deviner la construction. Les codes équestres irriguent le vestiaire estival, dans lequel licols et harnais sont transformés en attaches pour manteaux ou jupes.

La collection automne-hiver est structurée autour de trois thèmes : le tailleur, l'*outdoor* et le kilt. Travaillé dans les détails, les matières et la construction, le tailleur se fait sensuel, la silhouette élancée et cintrée. Les vêtements d'extérieur sont revisités en cachemire double face Rocabar, toile H technique, veau matelassé... qui leur confèrent générosité et fonctionnalité. Le thème équestre est également réinterprété à travers le vestiaire écossais, dont la collection emprunte les motifs traditionnels.

Cette collection a été présentée fin février au siège de la Garde républicaine à Paris, où des barres d'obstacles structuraient l'espace de leurs couleurs franches. La scénographie créait une synergie forte entre le lieu du défilé, l'atmosphère de l'événement et la collection. Début octobre, le Tennis Club de Paris a accueilli, en présence d'un public très réduit, le défilé de la collection printemps-été 2021 dans une scénographie organique rythmée par des colonnes de miroirs. Un important dispositif vidéo en a assuré la diffusion en direct, l'occasion de toucher une large audience, bien au-delà des acteurs de l'industrie de la mode.

Collection de prêt-à-porter femme
automne-hiver 2020, présentée
à la Garde républicaine, à Paris.



PRÊT-À-PORTER

HOMME

VÉRONIQUE NICHANIAN

Directrice artistique
de l'univers masculin

L'innovation ne cesse d'irriguer la vision du prêt-à-porter développée par Véronique Nichanian, qui continue de renouveler le vestiaire libre et élégant de l'homme Hermès.

Les matières fluides et aériennes de la collection printemps-été ont un parfum de liberté et des accents toniques et colorés. Certaines pièces sont réversibles, alliant légèreté, confort et praticité. Le vestiaire masculin offre aussi une nouvelle vie à des carrés de soie réinventés en chemises amples, en vestes ou en blousons.

La collection automne-hiver affirme sa radicalité dans une gamme chromatique en clair-obscur qui illumine l'hiver. Des lignes pures dessinent des silhouettes grand format aux volumes enveloppants, des matières chaleureuses créent avec sensualité relief et profondeur.

Cette collection a été présentée en janvier 2020 au Mobilier national à Paris. La collection printemps-été 2021 a été dévoilée quant à elle début juillet sous un format résolument innovant, lors d'une performance filmée et orchestrée par le metteur en scène Cyril Teste. Intitulé *Hors-Champ*, ce film met en avant les coulisses et les derniers ajustements des vêtements. Toujours visible sur [hermes.com](https://www.hermes.com), il a été réalisé en direct et en une seule prise depuis les Ateliers Hermès de Pantin. Dans un contexte très contraint, ce dispositif réinvente avec créativité la présentation des collections.

33

Collection de prêt-à-porter homme
automne-hiver 2020, présentée
au Mobilier national à Paris.



UNIVERS DE LA MAISON

CHARLOTTE MACAUX PERELMAN

ET ALEXIS FABRY

Directeurs artistiques
de l'univers maison

L'année 2020 a débuté par le lancement, à la Gaîté Lyrique à Paris, du service de table *Passifolia*. À la lisière de la tradition botanique et d'un monde imaginaire, ce service de porcelaine luxuriant fait cohabiter fleurs et feuillages issus de contrées et de saisons diverses.

Imaginée par le designer britannique Jasper Morrison, la ligne *Équilibre*, composée d'une chaise, d'un fauteuil et d'une table, affirme légèreté et simplicité, malgré la complexité de la fabrication.

L'annulation du Salon international du meuble de Milan n'a pas entamé le succès des nouvelles créations. Elles ont été au contraire saluées par la presse et très bien accueillies par le public qui les a découvertes dans le cadre de la campagne *Objets de vie intérieurs*. Conjuguant harmonieusement forme, matière et fonction, ces objets sont durables et pleinement inscrits dans leur époque.

De haut en bas :

Table et chaises de la ligne *Équilibre*.

Chapeau en feutre de laine,
collection automne-hiver 2020.



ACCESSOIRES

CHAUSSURES

Pierre Hardy, directeur artistique des chaussures, crée la surprise avec des talons bijoux et des associations inattendues de matières.

Pour l'été, la collection femme détourne le bracelet *Chaîne d'ancre Lumière* en un talon précieux, orné de strass ou laqué, pour accompagner une sandale en chèvre velours. L'hiver, des rencontres inédites entre des lamelles de cuir et de métal donnent naissance à des talons précieux, tandis que la botte d'équitation se pare de toile enduite et d'une semelle crantée.

La collection masculine d'été propose des modèles innovants. Tout en maille, une nouvelle basket se distingue par sa souplesse et son confort. La traditionnelle sandale devient espadrille. Pour l'hiver, la basket voit sa semelle marquée de la nouvelle signature H en biais, dont les couleurs contrastées dynamisent la silhouette.

À l'automne 2020, Hermès a proposé une expérience digitale inédite aux journalistes et influenceurs pour leur présenter les collections printemps-été 2021 : la maison a adressé à chacun d'entre eux une boîte orange contenant un dispositif de réalité augmentée. Cette expérience a été partagée avec succès sur les réseaux sociaux.

BIJOUX

Véritable innovation technique, une manchette en aluminium anodisé, légère et résistante, offre un jeu de couleurs lumineuses et profondes. L'univers équestre inspire deux nouvelles lignes de bijoux : le veau Swift se combine avec des pièces métalliques en forme de mors ou d'étrier, tandis que les couleurs vives des barres d'obstacles animent des bracelets en corne.

CHAPEAUX

Le bérêt fait son entrée dans les collections avec une palette très colorée. Toujours rythmés par la paille l'été et le feutre l'hiver, les chapeaux jouent sur de nouveaux tressages et s'agrémentent de bijoux en métal laqué, de gros-grains colorés ou de rubans tissés.

CEINTURES

La collection femme accueille plusieurs ceintures bijoux, ainsi que deux modèles exceptionnels aux motifs graphiques ou géométriques brodés à la main.

La ceinture homme propose des portés à la fois urbains et décontractés. Illustration du thème annuel, une nouvelle boucle s'adapte en un seul geste à deux largeurs de cuir réversible, grâce à un judicieux mécanisme.

GANTS

La maison renoue avec la tradition des modèles dédiés à la conduite, en proposant des mitaines et des gants en agneau glacé d'une grande souplesse, perforés et cousus à la main.

35

De haut en bas :

Manchettes en aluminium anodisé.

Sandale en chèvre velours, collection automne-hiver 2020.



BIJOUTERIE

PIERRE HARDY

Directeur de création
de la joaillerie Hermès

Libérée et contemporaine, la joaillerie s'étoffe de nouvelles créations, dont la ligne *Réponse* en argent, créée à partir d'une chaîne jaseron «retournée», directement emmaillée grâce à un savoir-faire technique inédit.

De nouveaux portés s'affranchissent des codes de la joaillerie : la chaîne en or rose et diamants *Kelly Clochette* se noue librement autour du cou grâce à un cadenas, une clef et une « clochette » inspirés du sac *Kelly*.

La sixième collection de haute joaillerie, *Lignes sensibles*, a été dévoilée à la Gaîté Lyrique à Paris en septembre 2020. Une collection sensuelle dont émane une lumière douce, tandis que ses formes subliment le corps dont elles dessinent une cartographie organique. Véritable tissu de diamants à la fluidité absolue, le collier *Contre la peau* témoigne de la capacité d'Hermès à repousser les limites de ses savoir-faire.

Proposée à Shanghai (Chine) en décembre, cette collection a été présentée à Paris au magasin du faubourg Saint-Honoré en janvier et février 2021. Parallèlement, la cinquième collection de haute joaillerie, *Enchaînements libres*, a poursuivi son itinérance à l'automne 2020, faisant successivement étape à Dubaï (Émirats arabes unis), puis à Doha (Qatar).

HORLOGERIE

PHILIPPE DELHOTAL

Directeur de création
et du développement
de La Montre Hermès

L'année 2020 a consolidé les lancements majeurs du deuxième semestre 2019, avec la poursuite du succès de la montre pour femme *Galop d'Hermès* et la présentation des nouvelles versions de l'*Arceau L'heure de la lune*, qui explore de façon inédite et décalée une complication horlogère classique – la phase de lune. Ce sont les fonctions classiques – heure, minute, date – qui gravitent au-dessus de deux représentations fixes de la lune et apparaissent dès lors comme ses satellites. Cette montre a été présentée dotée de nouveaux cadrans exceptionnels, taillés dans des météorites rares, comme des pierres de Lune ou des pierres de Mars.

Les montres *Cape Cod* et *Heure H* continuent de se renouveler avec succès dans des expressions précieuses.

La campagne print et digitale « Le temps, un objet Hermès » a continué de se déployer, permettant d'exprimer un rapport au temps singulier. Ce positionnement continue de distinguer Hermès au sein du cercle restreint de la Haute Horlogerie, dont les membres se sont réunis virtuellement en avril 2020, lors de l'édition digitale du Salon Watches and Wonders Geneva (Suisse).

36

De haut en bas :

L'Apple Watch Hermès series 6.

Collier À l'écoute, sixième collection de haute joaillerie *Lignes sensibles* présentée à la Gaîté Lyrique, à Paris, en septembre 2020.

Chaise Arçon réalisée par petit h.



INTERNET DES OBJETS

Depuis 2015, Apple et Hermès conjuguent expertise technologique, iconographie horlogère et artisanat d'excellence au fil de la collection *Apple Watch Hermès*. Ouvrant un nouveau chapitre de cette collaboration, l'*Apple Watch Hermès series 6* concentre fonctionnalité, ingéniosité, connectivité et design. Le cadran *Hermès Circulaire*, aux nombreuses fonctions, est entièrement personnalisable.

Le modèle *Hermès Attelage* se distingue quant à lui par son attache redessinée qui s'étire au-dessus du boîtier dans un jeu subtil de proportions.

HERMÈS HORIZONS

Hermès Horizons assure la conception et la fabrication des commandes exceptionnelles, pour donner vie aux rêves de ses clients. Cette activité en pleine croissance s'appuie sur la richesse créative de la maison et la virtuosité des artisans. Cette offre sur mesure a été présentée en octobre à une trentaine de clients à Beijing (Chine) afin d'imaginer avec eux des projets uniques. Du vélo *Flâneur d'Hermès* au surf *Saint-Barth*, du babyfoot au mini-golf, les créations étaient présentées dans une mise en scène joyeuse et ludique sur le thème du sport.

petit h

GODEFROY DE VIRIEU

Directeur de création de petit h

« Petit h, c'est l'heure de la re-création ! ». À travers cette campagne lancée en 2020, petit h résume la philosophie et les valeurs d'Hermès – créativité, savoir-faire exceptionnels, durabilité et fantaisie. Les objets petit h offrent souvent un usage décalé, inattendu, hors des sentiers battus. C'est la « création à rebours », pensée à partir des matières endormies dont les autres métiers Hermès n'ont pas l'usage. Artistes, artisans et designers les combinent de mille et une manières pour créer des objets singuliers, à l'image de la guitare électrique ou de la chaise *Arçon...* Ayant quitté le magasin de la rue de Sèvres le temps de sa rénovation, petit h a traversé la Seine pour le 24 faubourg Saint-Honoré. Nomade par nature, petit h a poursuivi son itinérance avec deux escales en 2020. En mars, au magasin du GUM à Moscou (Russie), et en octobre, au magasin de Bellavita à Taïwan. Pilotée depuis Paris dans un contexte fortement contraint, la réussite de cette dernière escale démontre la grande capacité de mobilisation et d'adaptation des équipes Hermès.

Enfin, une sélection d'objets petit h a été proposée lors d'une vente éphémère sur hermes.com, qui a connu un grand succès.

PARFUMS

CHRISTINE NAGEL

Directrice artistique de la création olfactive d'Hermès Parfums

En 2020, les parfums ont accueilli une nouveauté olfactive et deux éditions limitées.

Inspirée par le moment où l'obscur se mêle à la lumière, l'eau de parfum *L'Ombre des merveilles* présente l'éclat mystérieux d'une fragrance boisée, orientale et enveloppante. Après *Eau des merveilles bleue*, elle enrichit une nouvelle fois la constellation *Eau des merveilles* avec une création destinée à celles qui voient les étoiles en plein jour.

Deux parfums ont été proposés en édition limitée. Sous le trait graphique de Tilman Bartl, le flacon *Terre d'Hermès* dessine plusieurs parcelles stylisées, tel un instantané de la terre vue du ciel. Avec l'édition *Charming Twilly*, le lien de soie noué autour du flacon de *Twilly d'Hermès* se dote d'un fer à cheval porte-bonheur.

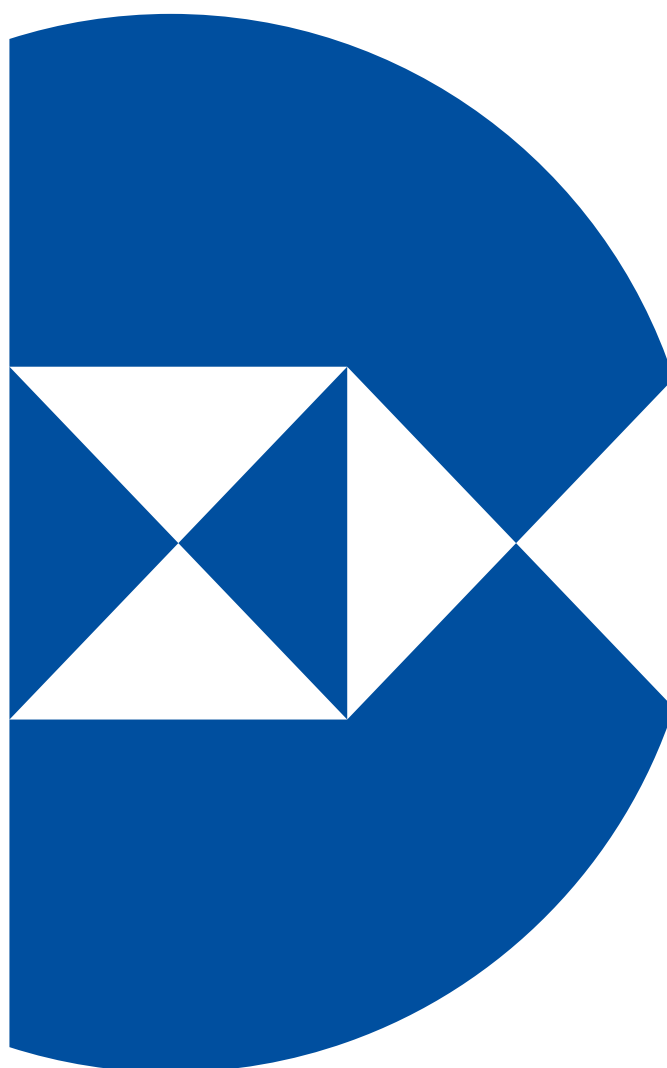
AUTRES MÉTIERS DU GROUPE

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. En décembre 2020, la société Shang Xia a été déconsolidée à la suite de l'investissement d'Exor dans la société, qui lui a permis de devenir l'actionnaire majoritaire de la société. Hermès restera un actionnaire important aux côtés d'Exor.

Un développement responsable et durable

39

Entreprise citoyenne,
Hermès, grâce à son
modèle manufacturier,
consolide son
engagement sociétal :
la maison se mobilise,
avec responsabilité
et dans la durée,
à travers des actions
économiques, sociales,
éducatives
et culturelles.



La performance d'un modèle artisanal

40



CRÉATION D'EMPLOIS EN FRANCE

Hermès a poursuivi ses investissements destinés à renforcer ses capacités de production. L'activité manufacturière du groupe étant située majoritairement en France, elle contribue ainsi à son développement territorial par la création d'emplois pérennes. Chaque nouvelle maroquinerie recrute 250 artisans en moyenne, dans une structure à taille humaine, dotée d'espaces harmonieux et ouverts sur leur environnement. Autant d'éléments qui permettent de préserver la dimension artisanale de la production et de proposer un cadre professionnel et des conditions de travail de qualité à l'ensemble des collaborateurs.

Ainsi, la première pierre de la future maroquinerie de Louviers (Eure) a été posée le 4 septembre 2020, dans la perspective d'une ouverture en 2022. Soixante-dix personnes travaillent déjà au sein d'ateliers-relais pour être formés avant de rejoindre cette manufacture. Elle accueillera les équipes d'artisans dans un site éco-responsable à énergie positive.

Ce vingtième site maroquinier – et deuxième manufacture du pôle normand – fabriquera également des selles pour accompagner la croissance de l'activité équitation en France. Pour la première fois, des selles et des brides seront produites hors de l'atelier du 24 faubourg Saint-Honoré à Paris. Les travaux des futures maroquinerie de Guyenne (Gironde) et de Montereau (Seine-et-Marne) se sont poursuivis pour une inauguration en 2021. Enfin, deux nouveaux sites de production ont été annoncés : la maroquinerie de la Sormonne (Ardennes) à l'horizon 2023 et un nouveau site proche de Sayat en Auvergne ensuite.

Hermès engage également des investissements importants dans le secteur textile sur le site de Pierre-Bénite, qui se déploiera d'ici 2022 sur trois bâtiments articulés autour de patios végétalisés. Ces travaux permettront d'accueillir deux lignes d'impression supplémentaires, de manière à accompagner la montée en puissance des activités de HTH (Holding Textile Hermès), tandis que 120 emplois seront créés sur l'ensemble de la filière.

De haut en bas :

Pose de la première pierre de la maroquinerie de Louviers, dans l'Eure, le 4 septembre 2020.

Dans ses recrutements, Hermès veille à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.



Avec 1 183 nouveaux emplois en 2020, incluant l'acquisition de J3L, fournisseur historique, Hermès compte aujourd'hui 16 600 collaborateurs dans le monde, dont 10 383 en France, parmi lesquels 5 617 sont artisans. La dynamique de création d'emplois en France s'est poursuivie en lien étroit avec Pôle Emploi.

Pour ses recrutements, l'entreprise continue de veiller à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes – notamment dans les salaires –, ainsi qu'à la diversité des personnes et des talents. À cet égard, Hermès figure à la cinquième place du classement « Diversity Leaders », publié par le quotidien britannique *Financial Times*. Cette enquête indépendante, menée dans 16 pays européens, évalue la perception des employés concernant la promotion de la diversité et l'inclusion au sein de leur cadre professionnel.

La maison se préoccupe depuis longtemps de recruter et de maintenir dans l'emploi, dans ses différents métiers, des personnes en situation de handicap. Signé le 22 juillet 2020, un second Accord Handicap Groupe pour la France est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2021 pour une durée de trois ans. Les objectifs du premier accord ayant été dépassés, Hermès souhaite recruter au-delà de l'obligation légale de 6 % de collaborateurs en situation de handicap. Son ambition est également de faire progresser de 20 % par an son recours au secteur aidé.

En 2020, Hermès a obtenu le Grand Prix Humpact Emploi France décerné par l'agence de notation extra-financière Humpact, en reconnaissance de l'exhaustivité de ses actions en matière de création d'emplois et de bonnes pratiques sociales.

FORMATION ET TRANSMISSION DES SAVOIR-FAIRE

Issue d'une lignée d'artisans, la maison Hermès voue une attention particulière à la transmission de ses savoir-faire d'exception, à leur perfectionnement et à la pérennisation de ses métiers. Elle agit en faveur de l'éducation à travers la formation à des savoir-faire uniques. L'école interne du cuir compte par exemple 80 formateurs et collabore avec 12 écoles de maroquinerie partout en France.

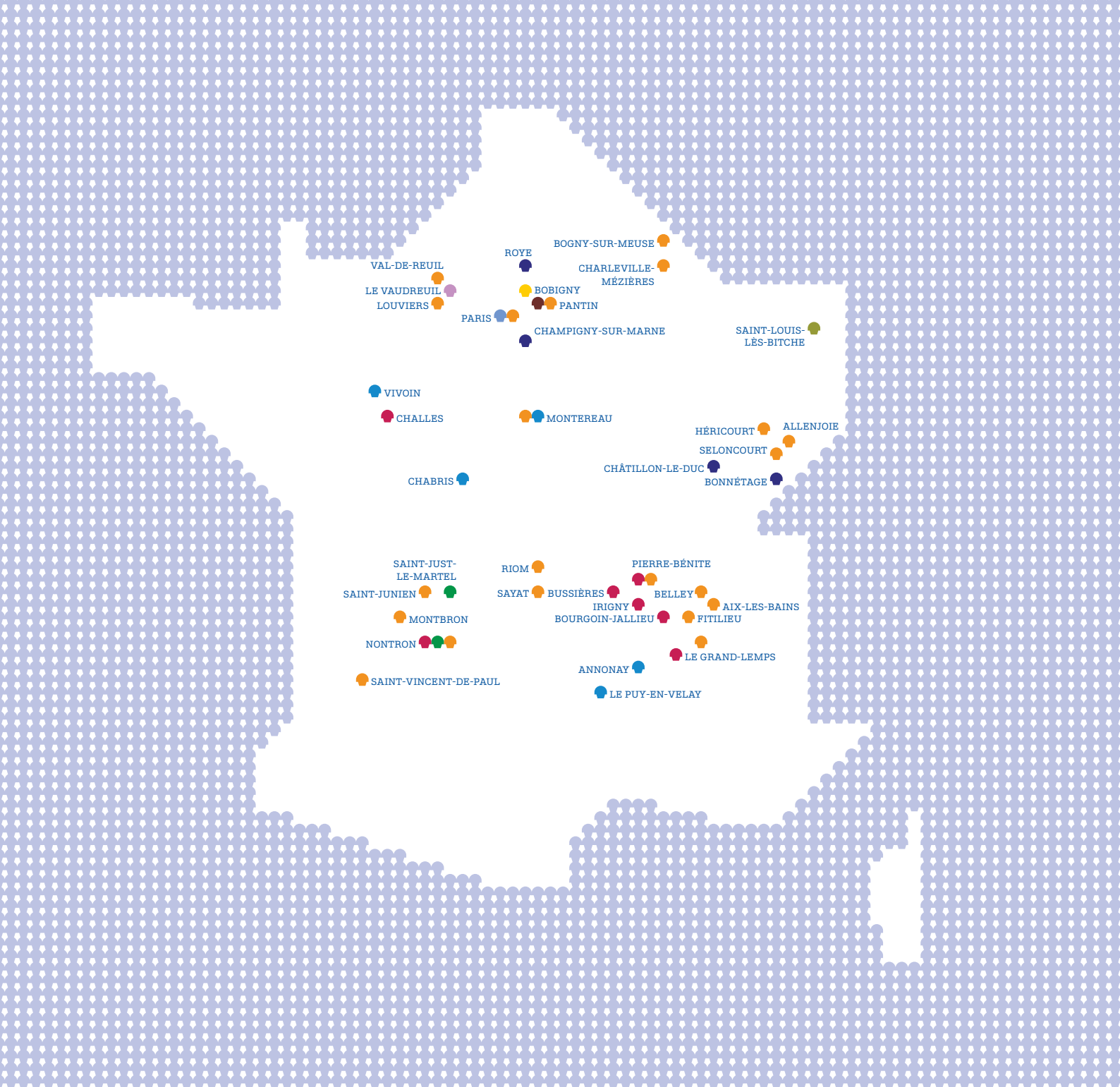
REVITALISATION DES TERRITOIRES

Entreprise citoyenne, Hermès contribue à la vitalité des territoires dans lesquels elle est implantée. Ainsi 51 sites de production sont répartis dans 9 des 13 régions françaises. Hermès permet de soutenir, et parfois même de redynamiser l'activité économique et sociale, qu'il s'agisse du maintien des commerces, de l'ouverture de classes dans les écoles, du dynamisme du réseau associatif... Autant d'aspects qui viennent enrichir les conditions de travail offertes aux équipes, associant proximité et stabilité de l'emploi.

Ainsi, 80 % des objets Hermès sont produits en France, et ce chiffre atteint 100 % pour la maroquinerie. Grâce à une production intégrée, l'entreprise assure, dans ses ateliers internes et exclusifs, 61 % de la fabrication de ses objets. En 2020, cet écosystème territorial a continué de se renforcer avec, outre l'ouverture de nouvelles maroquineries, la poursuite d'investissements dans les tanneries du Puy ou dans la ganterie de Saint-Junien.

Hermès voue une attention particulière à la transmission de ses savoir-faire d'exception.





Les sites de production en France

- Maroquinerie / sellerie / ganterie
- Tanneries / mégisserie
- Parfums
- Textile
- Métal
- Cristal
- Orfèvrerie Puiforcat
- Porcelaine / émail
- Chaussures John Lobb
- Logistique

Un développement économique porteur de valeurs

43

EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

Le groupe développe ses activités en veillant à la maîtrise et à la réduction de ses impacts environnementaux. Hermès contribue, par ses engagements et ses actions, à la lutte contre le réchauffement climatique et à la préservation de la biodiversité. Son modèle de croissance vise à produire des objets de haute qualité, durables et écoresponsables, dans le respect de la nature, source de ses matières d'exception. La transparence et la sécurisation des filières d'approvisionnement sont donc cruciales.

L'intégration verticale permet la mise en place de bonnes pratiques (strict respect des réglementations en matière de bien-être animal, dynamique de revitalisation territoriale, maîtrise et traçabilité), des fermes dédiées aux cuirs exotiques jusque dans l'approvisionnement européen, effectué auprès d'élevages raisonnés pour les peaux issues de la filière viande. En parallèle, Hermès mène une stratégie de recherche et de développement en faveur de nouveaux matériaux.

Les objets Hermès sont faits pour durer, ils se patinent, se transmettent et se réparent, et leur production optimise également la matière : produire au plus juste, limiter les stocks et les destructions.

La maîtrise des impacts sur les ressources naturelles requiert une très bonne connaissance des filières et de leurs enjeux écologiques. Elle s'appuie aussi sur des processus internes exigeants – par exemple pour optimiser l'usage des matières ou contrôler les consommations d'eau. Cela se traduit également par un plan énergie carbone volontariste, une réduction des consommations, la recherche d'approvisionnement en énergies renouvelables (79 % des consommations électriques du groupe sont issues d'énergies vertes) et des solutions « bas carbone ».

100 % des objets de maroquinerie sont fabriqués en France. Ici, les Ateliers Hermès de Pantin.

En 2020, plus de 120 000 opérations d'entretien et de réparation ont été effectuées par les artisans de la maison.



Dans la lignée de son engagement au Carbon Disclosure Project et au sein de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures, la maison s'est donné pour objectif de réduire ses émissions de gaz à effet de serre sur la période 2018-2030 de 50 % en valeur absolue pour les scopes 1 et 2, et de 50 % en intensité pour le scope 3. La trajectoire de la maison est en ligne avec cet objectif, avec une réduction totale en deux ans de 18 % en valeur absolue, et de 24 % en valeur relative sur le scope 3.

Le groupe, compte tenu de son modèle d'affaires artisanal, est l'un des plus faibles émetteurs en valeur absolue du CAC 40.

Hermès a également renforcé son engagement en matière de préservation de la biodiversité. Avec Act4Nature International, il a publié une stratégie aux objectifs ambitieux en matière de formation interne, d'évaluation scientifique de son empreinte, ainsi que d'actions concrètes sur ses sites et au sein de sa chaîne d'approvisionnement. Hermès s'inscrit ainsi dans les engagements de Business for Nature à l'international.

En 2020, accompagné par le WWF (ONG partenaire depuis 2016) et le CDC Climat, Hermès a réalisé une cartographie de ses impacts pour ses principaux métiers : le Global Biodiversity Score. Hermès a renforcé son partenariat auprès du fonds Livelelihoods en s'engageant sur un troisième fonds d'investissement. Les projets visent à améliorer durablement

les conditions de vie de communautés défavorisées en développant des actions à grande échelle en faveur du climat.

AUX CÔTÉS DE SES PARTENAIRES

Tout au long de la crise, la maison Hermès est restée pleinement engagée à l'égard de ses fournisseurs à travers le maintien des commandes, l'adaptation des délais de paiement et le partage de bonnes pratiques.

Ces relations s'inscrivent dans le long terme : 39 % des fournisseurs industriels travaillent avec la maison depuis plus de vingt ans. Hermès accompagne leur croissance et recourt le plus possible aux ressources locales, endossant son rôle d'entreprise citoyenne dans un esprit de responsabilité territoriale. Les relations d'Hermès avec ses sous-traitants et ses fournisseurs reposent sur la confiance, une exigence commune des critères de qualité, ainsi que l'éthique, le respect des droits humains, l'intégrité et la transparence.



Ci-dessus :

Le futur site de production Hermès à Sayat, en Auvergne.

Page de droite :

Avec 51 sites de production répartis dans 9 des 13 régions françaises, le groupe Hermès contribue à la vitalité des territoires dans lesquels il est implanté. Ici, la maroquinerie de Val-de-Reuil.

Depuis deux ans, 10 % de la rémunération variable des gérants est soumise à trois critères RSE : égalité entre les femmes et les hommes, actions d'ancrage territorial et consommation d'énergies industrielles.



En 2020, dans sa stratégie de sécurisation de ses approvisionnements, Hermès a acquis deux partenaires historiques de la maison : la Mégisserie Jullien, fournisseur de peaux de chèvre, à Chabris dans l'Indre, et la société J3L, située à Champigny-sur-Marne, spécialisée dans la fabrication de pièces métalliques dédiées à la maroquinerie et aux accessoires de mode.

LA FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS

La Fondation d'entreprise Hermès est restée plus que jamais mobilisée aux côtés de ses bénéficiaires et partenaires. En poursuivant ses programmes ciblés dédiés à la création, à la transmission, à la biodiversité et à la solidarité, elle a pu continuer d'agir sur le terrain en adaptant certains dispositifs.

Le programme **Manufacto** a pu reprendre à l'automne 2020, touchant désormais plus de 1 400 élèves répartis dans 9 académies : la poursuite du déploiement de ce programme sur le territoire témoigne de l'engagement de la maison, à travers sa Fondation, en matière d'éducation.

En 2020, malgré les incertitudes, la Fondation d'entreprise Hermès a renforcé l'ensemble de ses dispositifs pour que les gestes créatifs, artisanaux, écoresponsables et solidaires continuent de se diffuser en faveur du bien commun.

Pour en savoir plus :
fondationdentreprisehermes.org

Ci-dessous :

Reprise des séances du programme Manufacto, la fabrique des savoir-faire, pendant l'année scolaire 2020-2021.



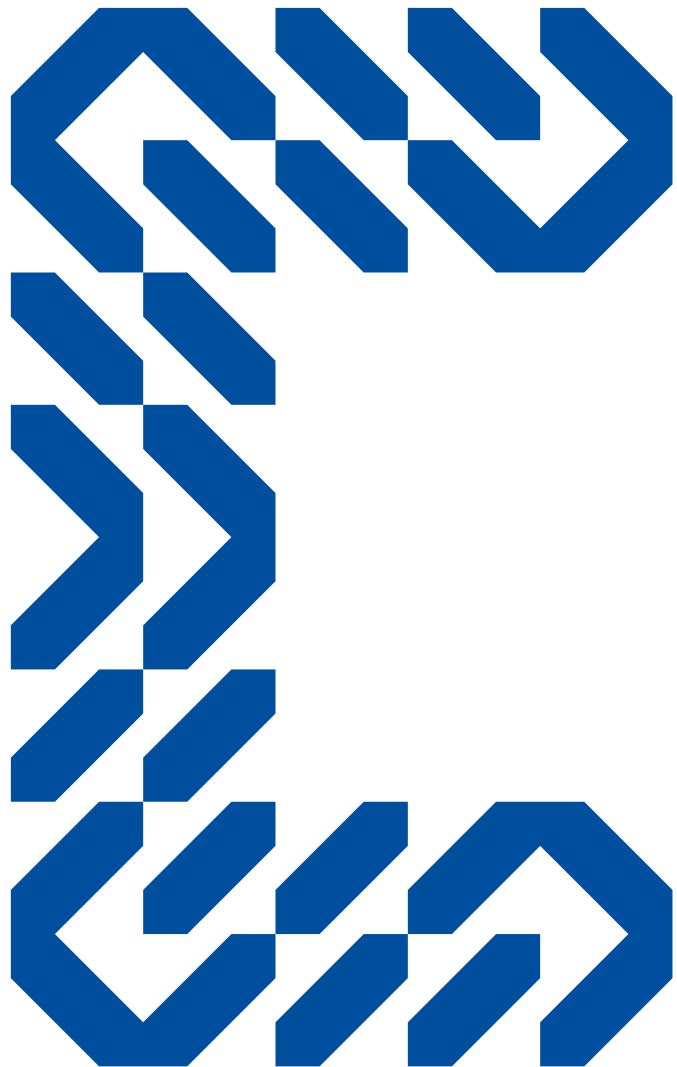
Partenaires et marques du groupe :

Les activités textiles,
les activités Tanneries
et Cuirs précieux, Faubourg Italia,
Perrin & Fils, Vaucher
Manufacture Fleurier, Bettina,
Maison Pierre Hardy.

Les clients au centre d'un réseau omnicanal

47

En 2020, Hermès
est resté au plus
proche de sa clientèle,
en dépit des
incertitudes qui
ont marqué l'année.
Ce lien a même
été renforcé par
l'accélération de
la stratégie digitale
de la maison
et l'ouverture de
nouveaux magasins.



DES MAISONS D'OBJETS EN LIGNE...

Depuis plusieurs années, Hermès a fait le choix stratégique de la montée en puissance du e-commerce, en particulier en Asie, à travers la refonte de sa plateforme au Japon, à Singapour et en Malaisie, ainsi que la création en 2018 du site hermes.cn en Chine. Le contexte international de 2020 a incité la maison à poursuivre son ambition : ainsi a-t-elle procédé, au premier semestre, au déploiement de son magasin digital hermes.com à l'attention de la clientèle de Hong Kong, de Macao et de la Corée du Sud.

À l'automne, Hermès a ouvert son premier site e-commerce en Asie et au Moyen-Orient. Trente pays ont maintenant accès à la vente Hermès en ligne.

À la fois vitrine et espace commercial, la plateforme hermes.com a connu une très forte croissance en 2020 et se positionne parmi les premiers magasins du groupe avec 75 % de nouveaux clients. Le parcours est omnicanal : il est désormais possible de voir en ligne les objets proposés dans les magasins les plus proches de chez soi et de les réserver. Les innovations de service – vente à distance, prise de rendez-vous en ligne, personnalisation de carré... – permettent de réinventer l'expérience de celles et ceux qui rejoignent la communauté Hermès.

... ET PRÉSENTES À TRAVERS LE MONDE

Animé par le souhait d'être au plus près de ses clients et de tisser de nouveaux liens, Hermès a inauguré, au cours de cette année particulière, de nombreux magasins à travers le monde. Si de nouvelles maisons d'objets continuent d'étoffer son réseau international, d'autres adresses s'agrandissent, se transforment et s'embellissent, de manière à accompagner au mieux la présentation des métiers : il s'agit par exemple d'accueillir la Beauté Hermès dans un espace dédié, mais aussi d'offrir davantage de visibilité à la bijouterie ou aux collections pour la maison.

Conjuguant traditions locales et références au magasin du faubourg Saint-Honoré, chacun de ces magasins est unique, à l'instar de leurs vitrines dont les scénographies, toujours singulières, font rayonner le monde d'Hermès au-delà de ses murs.

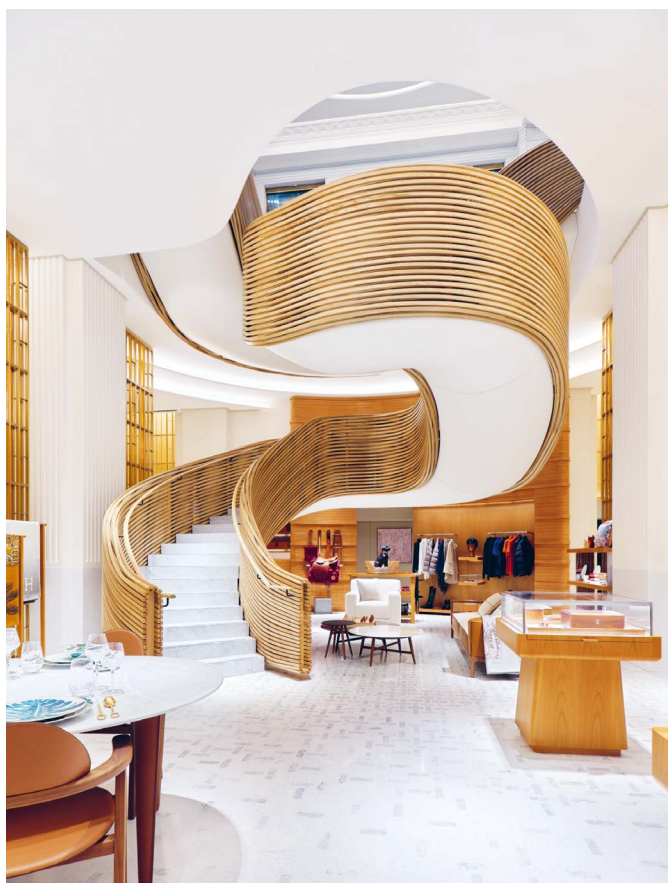
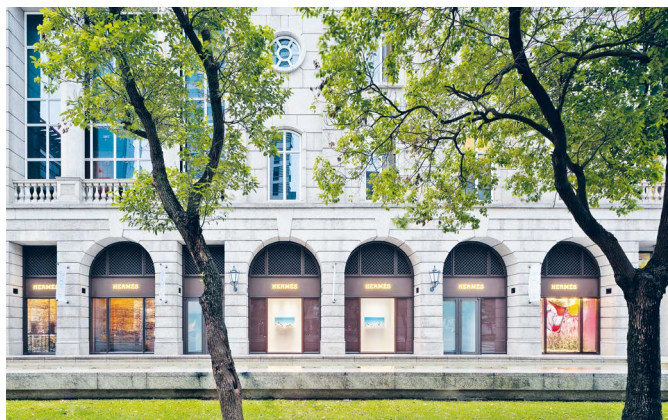
En Chine, Hermès a rouvert avec succès son magasin de **Guangzhou** à un nouvel emplacement au sein du mall Taikoo Hui, bénéficiant ainsi d'une plus grande surface. À **Dalian**, où Hermès est présent depuis 2004, le public est désormais accueilli au sein du mall Times Square, dans un nouvel espace qui se déploie sur deux niveaux. À Taïwan, Hermès a retrouvé sa clientèle au sein du mall Bellavita de **Taipei** dans une configuration plus vaste, alliant la culture artistique locale, le dynamisme de la capitale et l'univers du sellier.

48

De haut en bas :

Le magasin Hermès de Bellavita à Taipei, Taïwan.

Le nouveau magasin de Sydney, en Australie, a ouvert au sein du monumental Trust Building, bâtiment historique classé.



La maison est également attachée à **Hong Kong**, où elle est installée depuis 1975 : au sein du centre commercial Harbour City, elle accueille désormais ses visiteurs dans un magasin agrandi.

Au Japon, un nouvel espace de vente a été inauguré à **Osaka** au sein du mall Daimaru, dans le quartier animé de Shinsaibashi. En 2020, le sellier a également procédé à la métamorphose du tout premier magasin Hermès ouvert au Japon en 1979 à **Tokyo**, et de celui de **Sendai**, au cœur du mall Fujisaki, unique adresse de la préfecture de Miyagi. La Corée du Sud, enfin, accueille un nouvel espace de vente à **Daegu**, dans le grand magasin Shinsegae.

En Amérique du Nord, quatre réouvertures ont rythmé l'année. Au Canada d'abord, où Hermès a doublé la surface de son ancienne adresse de Sherbrooke Street à **Montréal** en rejoignant le centre commercial Holt Renfrew Ogilvy. Aux États-Unis ensuite, avec l'inauguration à **Denver**, dans le Colorado, d'un magasin agrandi au dernier étage du mall Cherry Creek, puis l'ouverture à **Las Vegas**, dans le Nevada, d'un nouvel espace de vente deux fois plus vaste que le précédent dans les étages supérieurs du Wynn Plaza Shops. Enfin, au cœur du **Mall at Short Hills**, dans le New Jersey, les métiers Hermès se déploient désormais dans un magasin plus spacieux.

L'Europe accueille dorénavant deux adresses inédites, à **Madrid** et à **Stockholm**. Hermès réaffirme ainsi ses liens étroits et durables avec l'Espagne en s'inscrivant dans le cœur battant de la capitale, au sein d'un bâtiment classé, emblématique de l'architecture néo-classique madrilène. À **Stockholm** en Suède, Hermès a rouvert au rez-de-chaussée du grand magasin Nordiska Kompaniet, dans un bâtiment classé pour son architecture Art nouveau. En Suisse, le magasin de **Lugano** a rouvert ses portes au printemps, tandis qu'en Allemagne, celui situé au cœur du Kaufhaus des Westens de **Berlin** bénéficie d'un espace rénové et embelli.

Enfin, Hermès étoffe son réseau de trois nouveaux sites dans des régions importantes. Devenant la troisième adresse **moscovite** en vingt ans, le magasin au sein du mall Vremena Goda, dans le quartier historique de Kutuzovsky Prospekt, témoigne de la confiance de la maison dans le marché russe. Avec l'ouverture d'un second magasin à **Koweït**, au cœur du mall The Avenues – deuxième centre commercial du Moyen-Orient –, Hermès franchit une étape importante de son développement dans cette région. En Australie enfin, un nouveau *flagship* se déploie désormais au sein du monumental Trust Building de **Sydney**.

LA COMMUNAUTÉ HERMÈS

Plus que jamais, Hermès s'est mobilisé pour animer sa communauté et célébrer le plaisir de se retrouver... autrement. Le lien privilégié qui unit la maison à ses clients s'est renforcé malgré le contexte, grâce à une communication chaleureuse : partage de podcasts, diffusion numérique du *Monde d'Hermès* en cinq langues, distribution du magazine à domicile, information dédiée à la réouverture des magasins et proposition de services exclusifs.

Avec une scénographie très colorée, les *Joyful Days* ont célébré les retrouvailles en magasin après le déconfinement. De nombreuses activités étaient proposées : puzzle, jeu de croquet, mikado géant... Pendant la période des fêtes de fin d'année, de nombreux magasins ont célébré la magie de Noël avec des ateliers ludiques destinés aux visiteurs.

Autant d'attentions particulières pour animer la relation unique que la maison entretient avec sa communauté répartie aux quatre coins du monde.

2021

Hermès, une odyssée

50

Forte de son agilité et de son dynamisme, la maison Hermès aborde l'année 2021 confiante dans la solidité de son modèle artisanal. L'entreprise prévoit de renforcer ses investissements à différents niveaux, notamment dans ses capacités de production. Les maroquineries de Guyenne (Gironde) et de Montereau (Seine-et-Marne) seront prochainement inaugurées et consolideront ainsi l'ancrage territorial de la maison.

Des investissements stratégiques en recherche et développement sont également prévus avec différents partenaires pour la conception de nouvelles matières d'origine végétale et biotech, qui viendront compléter l'offre de la maison : un premier sac *Victoria* en Sylvania, fabriquée à partir de Fine Mycelium et associée à la toile H plume et au veau Evercalf, sera présenté à l'automne 2021. Matière fine et souple, dotée d'une main moelleuse et légèrement rebondie, au toucher incroyablement doux, Sylvania a désormais toute sa place au sein de la collection des matières Hermès. Cet enjeu d'innovation témoigne de l'attachement de la maison à la très haute qualité de ses matières.

Le réseau de distribution va continuer de s'agrandir et de se diversifier à l'international. En France, les magasins de Lyon et de la rue de Sèvres à Paris viennent de rouvrir après rénovation. Des travaux sont engagés dans les magasins de Zurich (Suisse), d'Omotesando (Japon), de Brisbane (Australie), de Macao et de Pékin (Chine). Par ailleurs, un nouveau magasin va ouvrir ses portes à Detroit (États-Unis). Les investissements concerneront également le e-commerce avec le lancement de la nouvelle plateforme en Thaïlande.

Enfin, la créativité de la maison sera guidée en 2021 par le thème de *L'odyssée* : une invitation à poursuivre le voyage en affrontant les incertitudes du monde avec confiance.

Parmi les créations de l'année 2021, la nouvelle montre pour homme *H08*, ainsi qu'un parfum masculin signé Christine Nagel, *H24*. La collection de prêt-à-porter homme automne-hiver 2021 a été dévoilée au Mobilier national à Paris en janvier, lors d'une performance vidéo réalisée avec la complicité du metteur en scène Cyril Teste. La collection de prêt-à-porter féminin a, quant à elle, été présentée en mars lors d'une performance inédite en trois actes diffusés en direct depuis New York, Paris et Shanghai. Les collections de l'univers de la maison seront exposées pendant le Salon du meuble de Milan (Italie), reporté au deuxième semestre, et le métier de la Beauté, qui sera lancé en Chine au début de l'été, poursuivra son déploiement. Dans le domaine de l'équitation, la maison se réjouit d'accompagner en compétition le champion Steve Guerdat, qui rejoint les cavaliers partenaires d'Hermès.

H24, le nouveau parfum pour homme, a été lancé en 2021.



**Création des lettrines,
design graphique
et mise en page**

Fanette Mellier
avec Béatrice Delas

Photographies

Couverture: Jack Davison;
Tom Johnson; Robert Divers Herrick;
Tim Elkaïm; Chris Payne
p. 3: Valérie Archeno
p. 5: Masaya Kudaka
p. 8: Olivier Metzger
p. 9: Quentin Bertoux
p. 10: Cédric Bihr
p. 11: Kiyong Nam
p. 13: Filippo Fior
p. 21: Benoît Teillet
p. 23: Studio des fleurs;
Audrey Corregan
p. 24: Nacasa and Partners Inc 2020;
Benoît Teillet
p. 29: Tim Elkaïm
p. 31: Jack Davison; Cédric Bihr;
Tom Johnson
p. 32: Esther Theaker
p. 33: Filippo Fior
p. 34: Osma Harvilahti; Tim Elkaïm
p. 35: Tim Elkaïm; Image Group
p. 36: Studio des fleurs; Ange Leccia;
Jonathan Frantini
p. 40: Anne Soulez; Benoît Teillet
p. 41: Chris Payne
p. 43: Frédéric Delangle
p. 44: Rémi Horiot
p. 45: Benoît Teillet
p. 48: Kyle Yu; Félix Forest
p. 51: Quentin Bertoux

Typographie

Album
Thomas Huot-Marchand
205TF

Papiers

Papago - certifié PEFC
Arena - certifié FSC

Imprimé en France
par 102 Graphic / SIO2
(entreprise certifiée FSC,
PEFC, Imprim'Vert)

—

Une publication Hermès
© Hermès, Paris 2021

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 – 0746



e-accessibility®

La version numérique de ce document est conforme aux normes pour l'accessibilité des contenus du Web, les WCAG 2.1, et certifié ISO 14289-1. Son ergonomie permet aux personnes handicapées moteurs de naviguer à travers ce PDF à l'aide de commandes clavier. Accessible aux personnes déficientes visuelles, il a été balisé de façon à être retranscrit vocalement par les lecteurs d'écran, dans son intégralité, et ce à partir de n'importe quel support informatique.

Version e-accessible par ipedis

