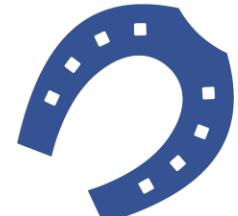
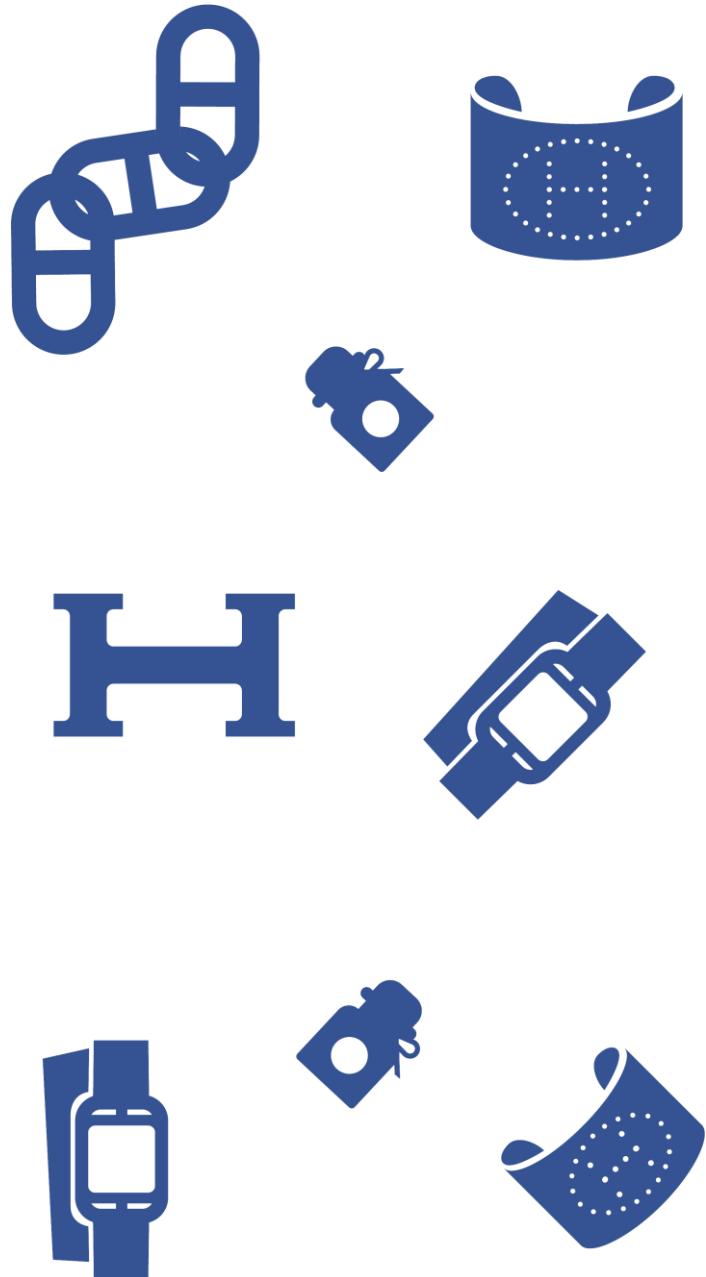


Analyst Day

8 décembre 2021





Hermès : la dynamique du modèle d'affaires

Éric du Halgouët,
Directeur général finances

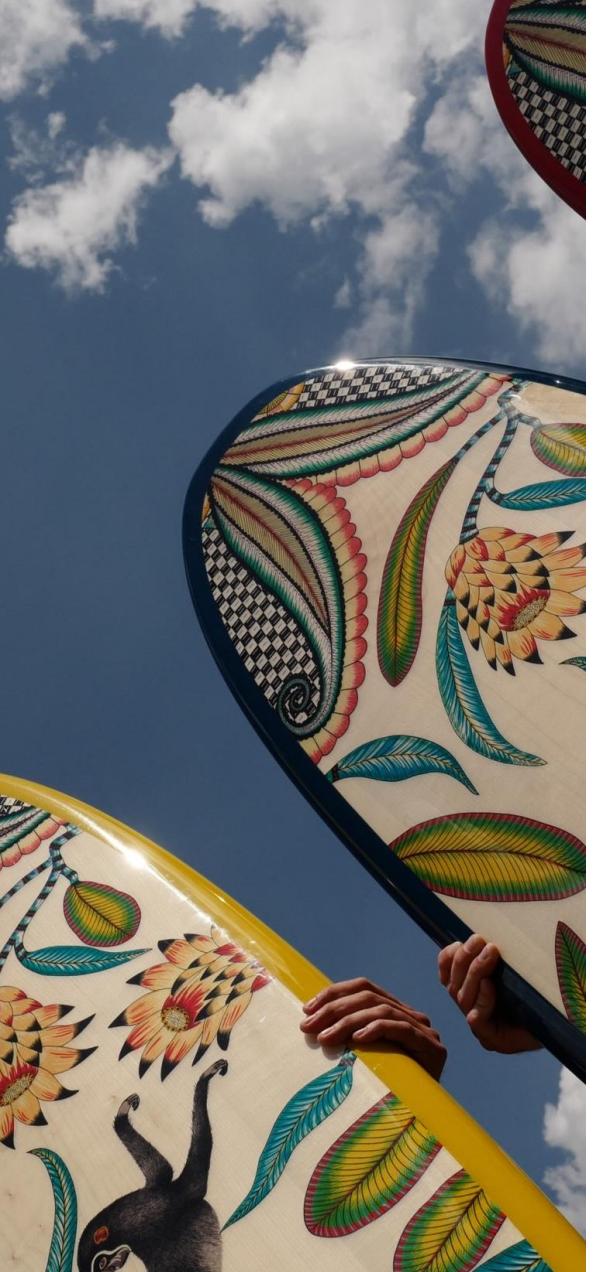
Sommaire

1. Singularité et performance du modèle artisanal
2. Un réseau de distribution exclusif et équilibré entre les zones géographiques
3. Une communication singulière
4. L'agilité et l'esprit entrepreneurial au cœur des métiers



Singularité et performance du modèle artisanal





Une stratégie de long terme reposant sur des piliers solides (1/2)

- Les femmes et les hommes d'Hermès au cœur du modèle
- Un modèle artisanal authentique
 - L'exigence de qualité et l'excellence de nos objets
 - La maîtrise et la transmission d'un savoir-faire unique
 - Une intégration verticale et un fort ancrage régional
 - Le *Made in France*
- La force de la création
 - La liberté de réinventer et d'innover
 - Une forte créativité et un style radical fidèle à ses origines
 - Des objets désirables et qui se réparent





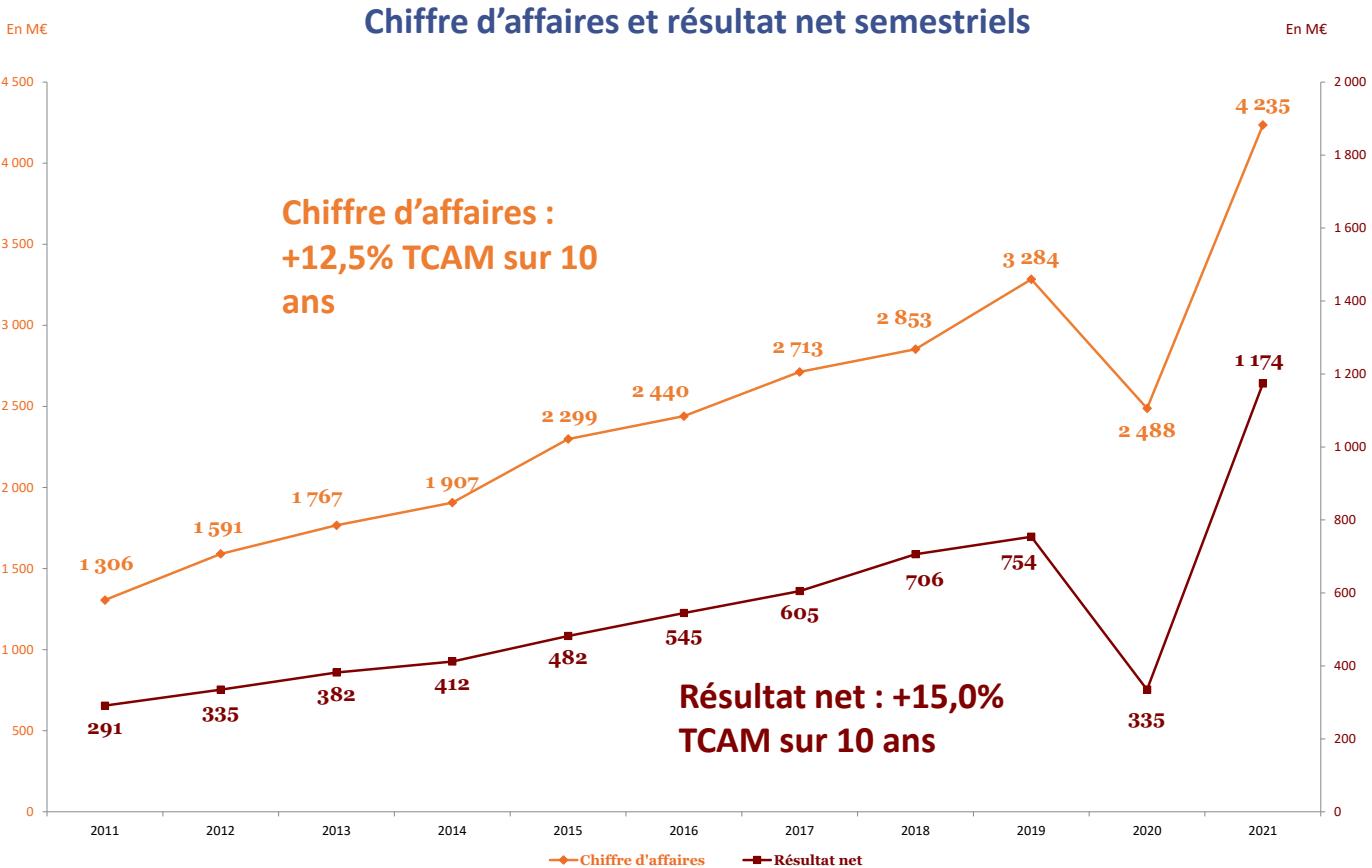
Une stratégie de long terme reposant sur des piliers solides (2/2)

- Une dynamique multi-locale
 - La diversité des régions
 - La proximité et la fidélité de nos clients
 - La liberté d'achat
- Une résilience renforcée
 - La solidité et l'autonomie financière
 - Une gestion financière saine et rigoureuse
 - Une vision stratégique des projets d'investissement

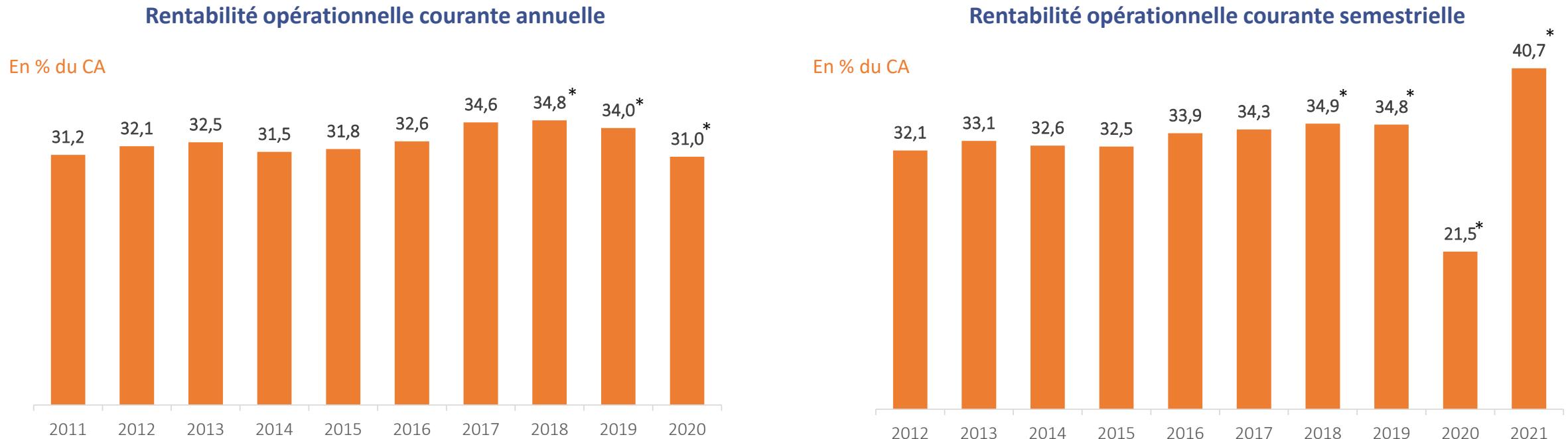




Une croissance forte et résiliente



Une performance opérationnelle solide



* Marge opérationnelle courante après application de la norme IFRS 16



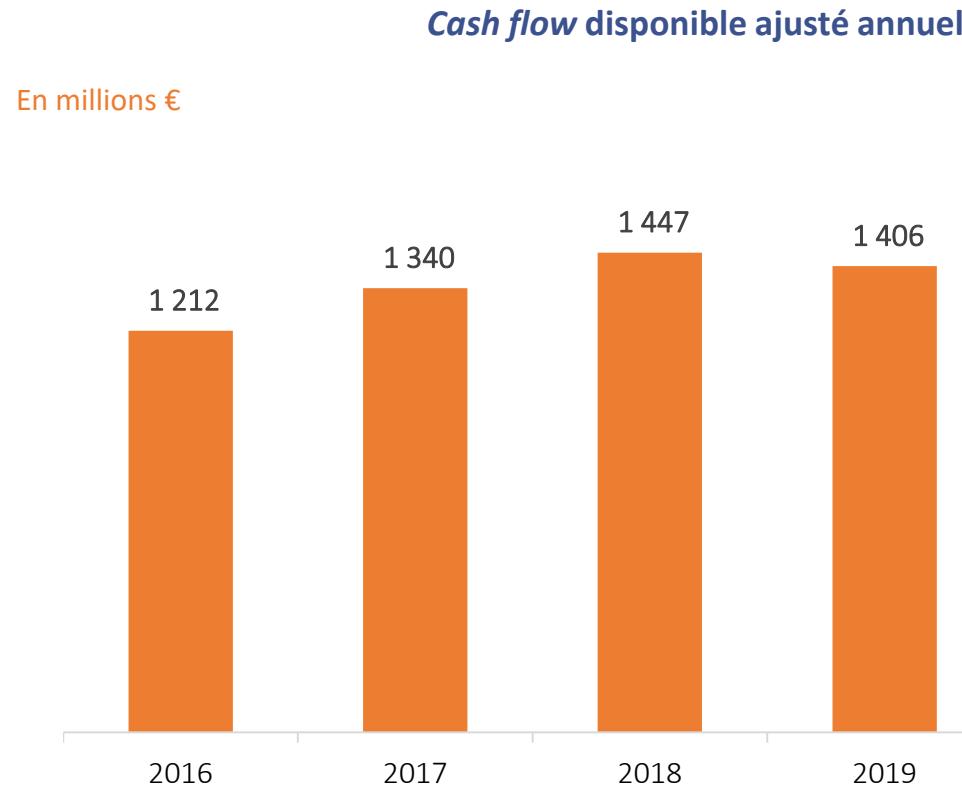


Poursuite des investissements opérationnels

En M€	S1 2021	2020	2019
Magasins et distribution	97	195	263
Production et métiers	56	124	107
Immobilier et projets Groupe	61	129	108
Investissements opérationnels	214	448	478



Forte génération de cash

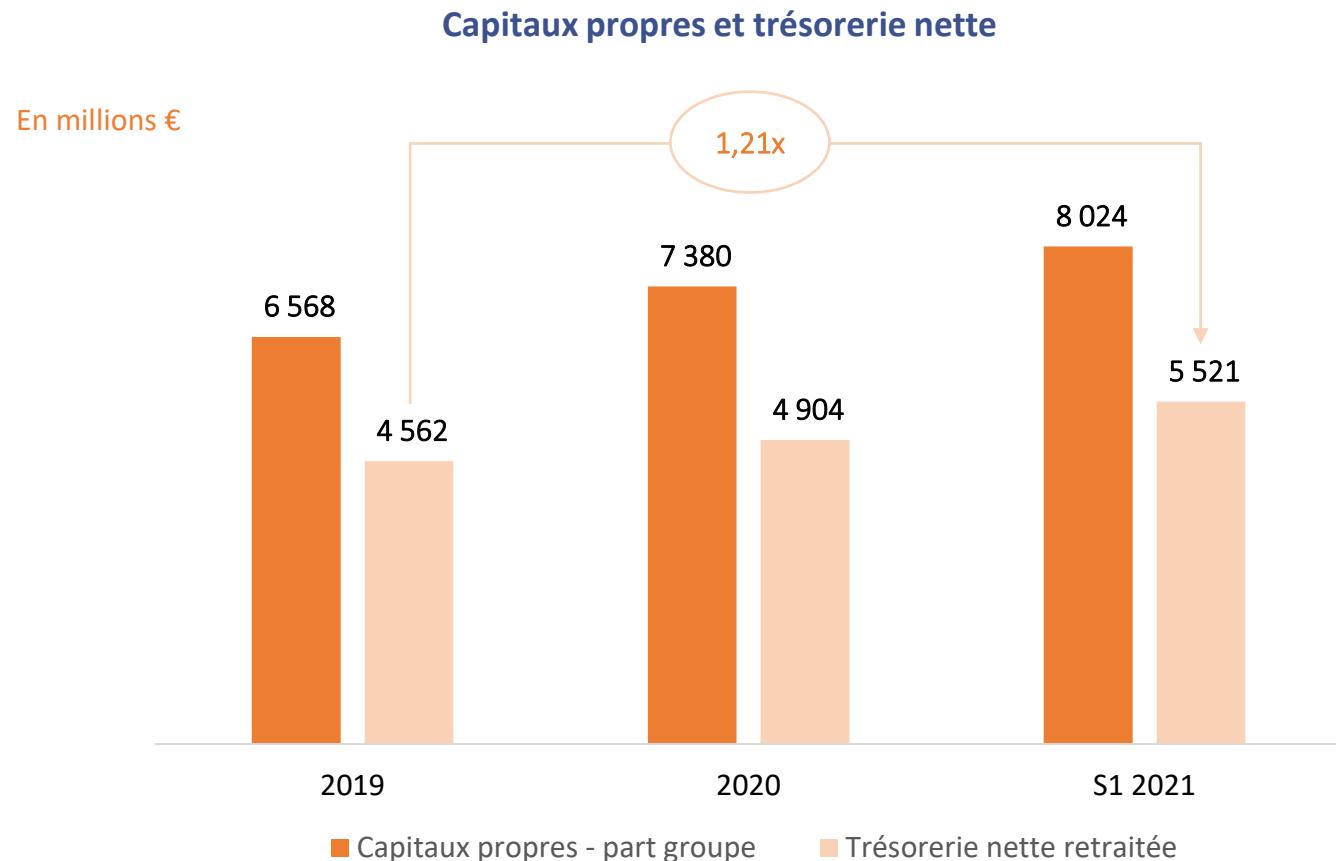


1,2 Md€

*cash flow disponible
ajusté au S1 2021*



Trésorerie nette et structure financière solides



**Un réseau de distribution exclusif et équilibré
entre les zones géographiques**

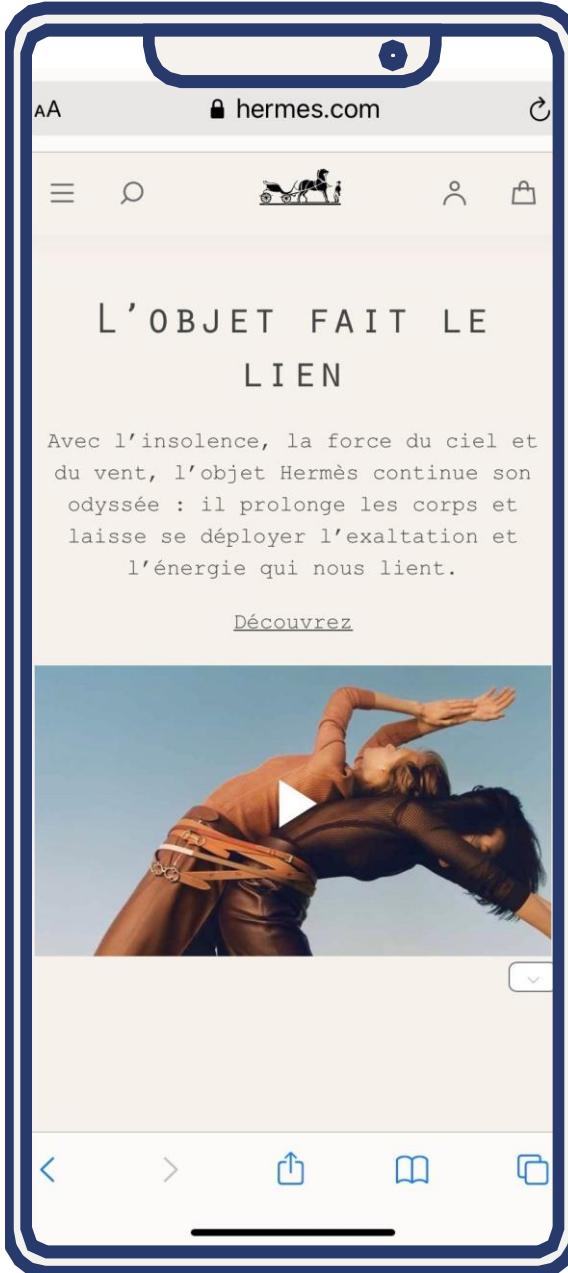




Un réseau de distribution équilibré, exclusif et intégré

- Un réseau équilibré et diversifié avec une forte capacité d'adaptation :
 - 306 magasins exclusifs dans 45 pays
 - Plateformes e-commerce dans 28 pays
 - Environ 6 000 salariés dédiés aux activités *retail*
- La singularité de nos magasins :
 - Les meilleures localisations
 - Densité, intensité et couleurs
 - Le style singulier de la maison au plus près de la culture locale
- Les clients au centre du réseau omnicanal :
 - Un espace pour nos collections et pour tous les métiers
 - Des services et le confort le plus élevé pour nos clients





La stratégie digitale, élément central d'une approche omnicanale

- En route vers 1 000 M€ de chiffre d'affaires
- 28 pays couverts et nouveaux lancements en 2021
- La plupart des produits en ligne
- Plus de 75 % des clients e.com sont des nouveaux clients
- Métiers de recrutement : accessoires de mode, soie, parfums
- Poursuite du développement des services omnicanal :
 - *Store locator, product-locator, e-reservation*
 - *Web-to-shop, click-in-store*
 - *Shared stock*

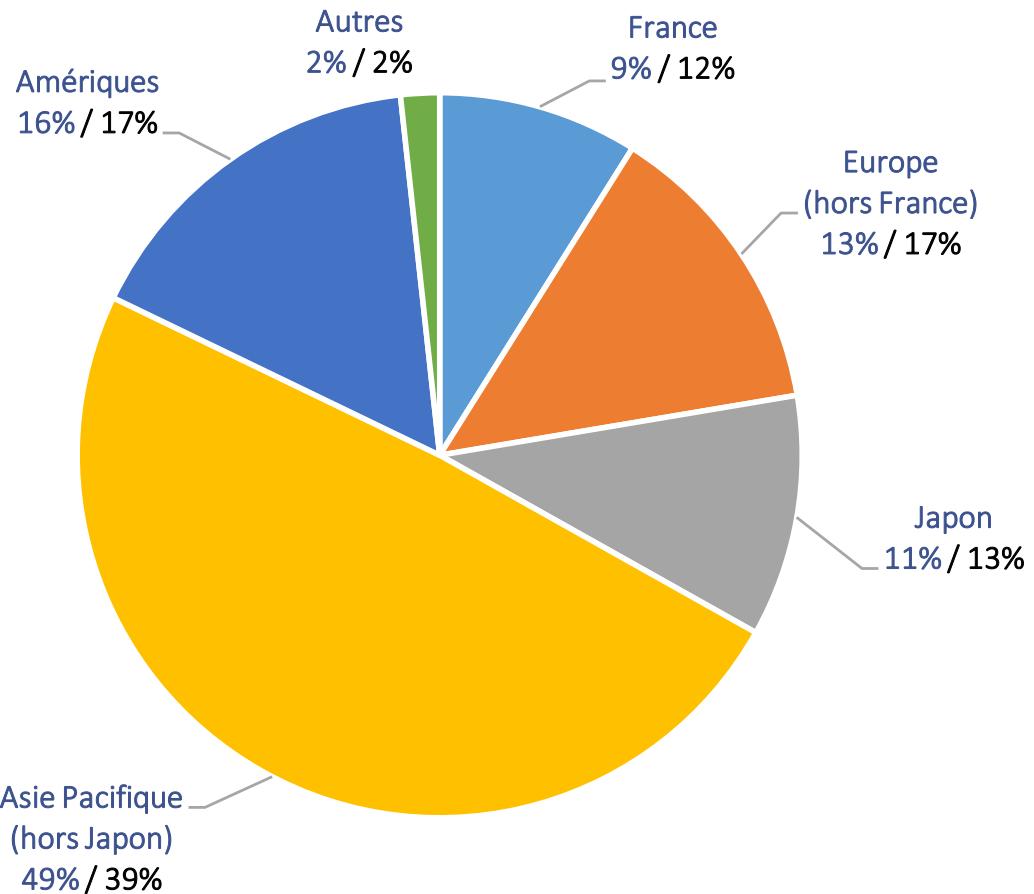


Un réseau de distribution exclusif et géographiquement équilibré

EN M€ / VARIATIONS À TAUX DE CHANGE CONSTANTS	Q3 2021	VAR. 2021 / 2019	9M 2021	VAR. 2021 / 2019
France	246	+ 13%	587	- 6%
Europe (hors France)	383	+ 23%	904	+ 7%
Japon	241	+ 16%	710	+ 20%
Asie-Pacifique (hors Japon)	1 073	+ 67%	3,226	+ 69%
Amériques	393	+ 40%	1 061	+ 30%
Autres	32	+ 24%	114	+ 27%
Total	2 367	+ 40%	6 602	+ 35%



Chiffre d'affaires par zones géographique (9 mois 2021 /2019)



Une communication singulière





Une stratégie de communication cohérente et singulière répondant à des besoins multiples

- Une marque
- Trois niveaux de communication :
 - Corporate
 - Offre
 - Évènements
- Seize métiers





Cultiver le pas de côté

- 2/3 des investissements en communication dans les événements, la presse et les relations publiques et 1/3 en *paid media*
- Nourrir des relations presse authentiques (pas d'influenceurs et d'ambassadeurs payés ou sous contrat)
- Une approche de communication multilocale, pour comprendre et être au plus proche des cultures des 45 marchés





Les plus hautes exigences de qualité à chaque étape de la stratégie de communication

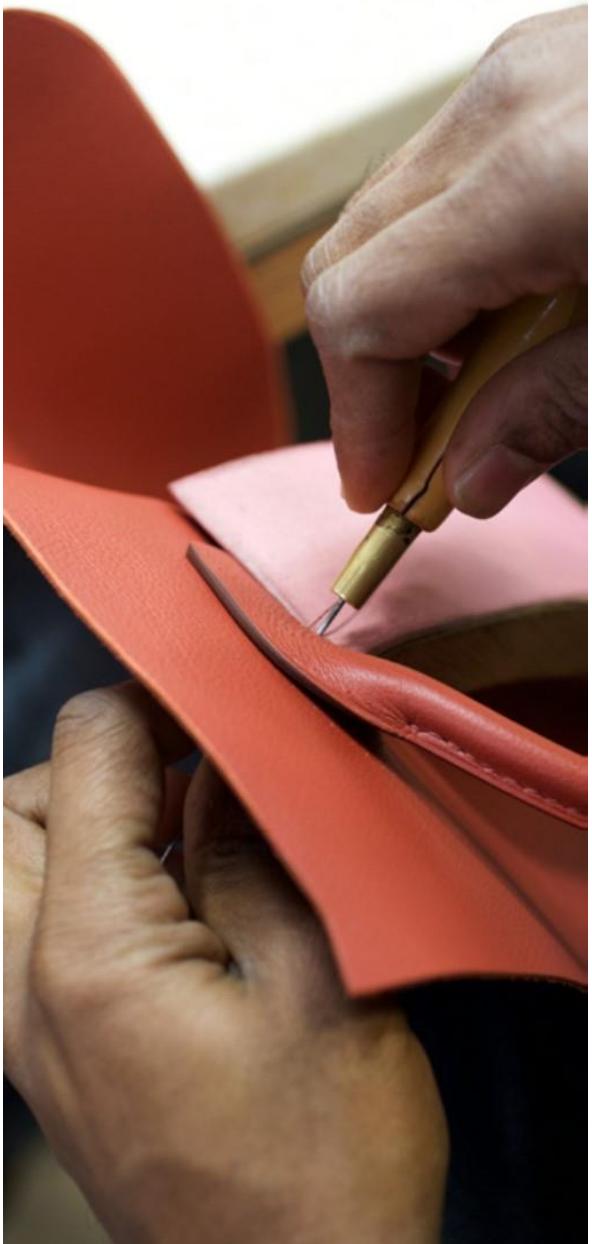
- Entretenir un réseau vivant et international de complices
- Rester fidèle à des partenaires de confiance, de qualité et de longue date
- Intégrer en continu des expertises solides, innovantes et nouvelles allant de la création à l'activation médiatique



L'agilité et l'esprit entrepreneurial au cœur des métiers



Maroquinerie



- Les fondamentaux :
 - La maîtrise des gestes manuels et l'approche « *un homme, un sac* »
 - L'artisan signe le sac avec sa marque
 - L'excellence sans compromis sur la qualité des matériaux et du savoir-faire
 - Le renforcement des capacités autour des pôles régionaux
 - La préservation du savoir-faire et le renouvellement de l'expertise technique avec une innovation constante (cuir, pièces métalliques, etc.)
 - Un investissement permanent dans la formation





Maroquinerie

2/2

- Création et durabilité :

- Les sacs Femmes iconiques : *Kelly, Birkin, Constance* et les autres succès : *Picotin, Évelyne, Lindy, Herbag, Bolide, 24/24, Verrou*
- La petite maroquinerie
- Lancement du bagage roulant
- Innovation - R&D
- Développement durable (réparabilité des objets, optimisation de l'utilisation des matières, normes d'approvisionnement strictes...)
- Hermès Horizons : le sur-mesure, des créations uniques
- Métier équitation : expertise technique en sellerie, avec l'exploration de nouveaux territoires
- petit h : un dialogue ludique autour de la durabilité et de la réinvention, de la création d'objets et de la réutilisation des matières





Parfum et Beauté

- Parfum
 - Homme : succès continu de *Terre d'Hermès* et installation de *H24*
 - Femme : développement de la ligne *Twilly d'Hermès* et visibilité de *Eau des Merveilles*
 - Art de vivre : développement des collections Colognes et Parfums-Jardins
 - Exclusifs : la collection *Hermessence*
- Beauté
 - Installation de *Rouge Hermès*, édition limitée saisonnière et lancement en Chine durant l'été 2021
 - Dynamisme du métier Beauté Hermès avec les lancements de *Rose Hermès* et *Les Mains Hermès* (2021)

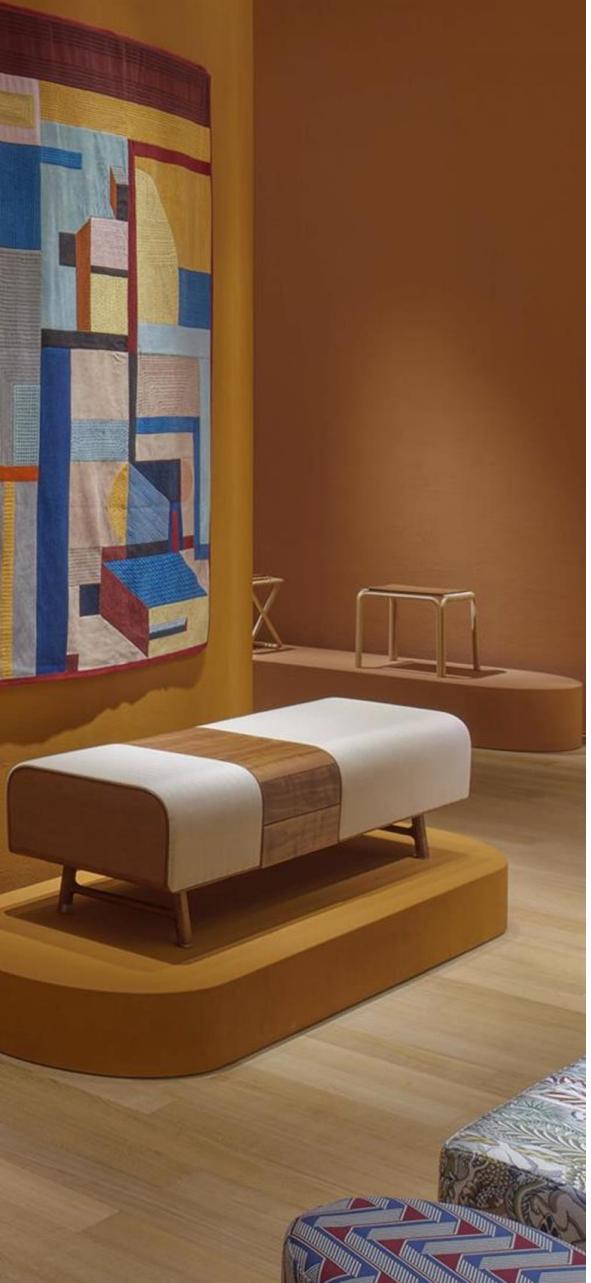




Horlogerie

- Les montres Hermès portent savoir-faire, émotion et valeur
- Un style distinctif et le développement de complications non conventionnelles tels que *Arceau Le temps suspendu* ou, plus récemment, *Arceau L'heure de la lune*
- L'offre féminine
 - 3 « piliers » (*Cape Cod*, *Heure H*, *Arceau*)
 - 3 « iconiques » (*Galop d'Hermès*, *Kelly*, *Médor*)
 - Des lignes précieuses (*Faubourg*, *Klikti*) et des pièces exceptionnelles
- L'offre masculine
 - *Arceau*, *Slim d'Hermès*, *Hermès H08*, *Carré H*
- Priorité au réseau *retail* tout en développant des partenariats stratégiques externes
- Une forte dynamique de croissance mondiale au cours des cinq dernières années, notamment en Asie





Univers de la Maison

- Textile maison : variété et richesse des matières et des teintes
- Mobilier et luminaires : précision des lignes, force du design
- Art de la table : richesse des motifs, des dessins et des couleurs
- Objets de décoration : diversité des matériaux et des savoir-faire associés
- Univers enfant : un territoire ludique





Soie et Textiles

- L'identité Hermès : le dessin, la couleur et la matière
- Savoir-faire clés distinctifs
- Innovation avec des nouveautés en matière de design (carré double face), des nouveaux formats faciles à porter (triangle, rectangle) :
 - Soie féminine : twilly, gavroche, carré 70, carré 90, tailles maxi et succès du cachemire
 - Soie masculine : renforcement de l'offre de cravates et extension des accessoires (écharpes, pochettes, losanges, etc.)





Bijouterie

- 3 territoires aux identités uniques
 - Les bijoux en or
 - Les bijoux en argent
 - La haute joaillerie (image et savoir-faire)
- Renforcement de notre identité et développement de notre visibilité
 - Le pouvoir des icônes (chaîne d'ancre, Kelly)
 - Formation des vendeurs et vendeuses
 - Consolidation des capacités de production





Prêt-à-porter et Accessoires

- Prêt-à-porter féminin : collections créés par Nadège Vanhée-Cybulski
- Prêt-à-porter masculin : collections créés par Véronique Nichanian
- Accessoires de mode : chaussures, accessoires de bijouterie, ceintures, etc.
- Événements :
 - *HermèsFit*, avec des accessoires de mode qui se transforment en compagnons pour le sport (New York, Paris)
 - La présentation de la collection de prêt-à-porter femme printemps-été 2022 (Los Angeles)

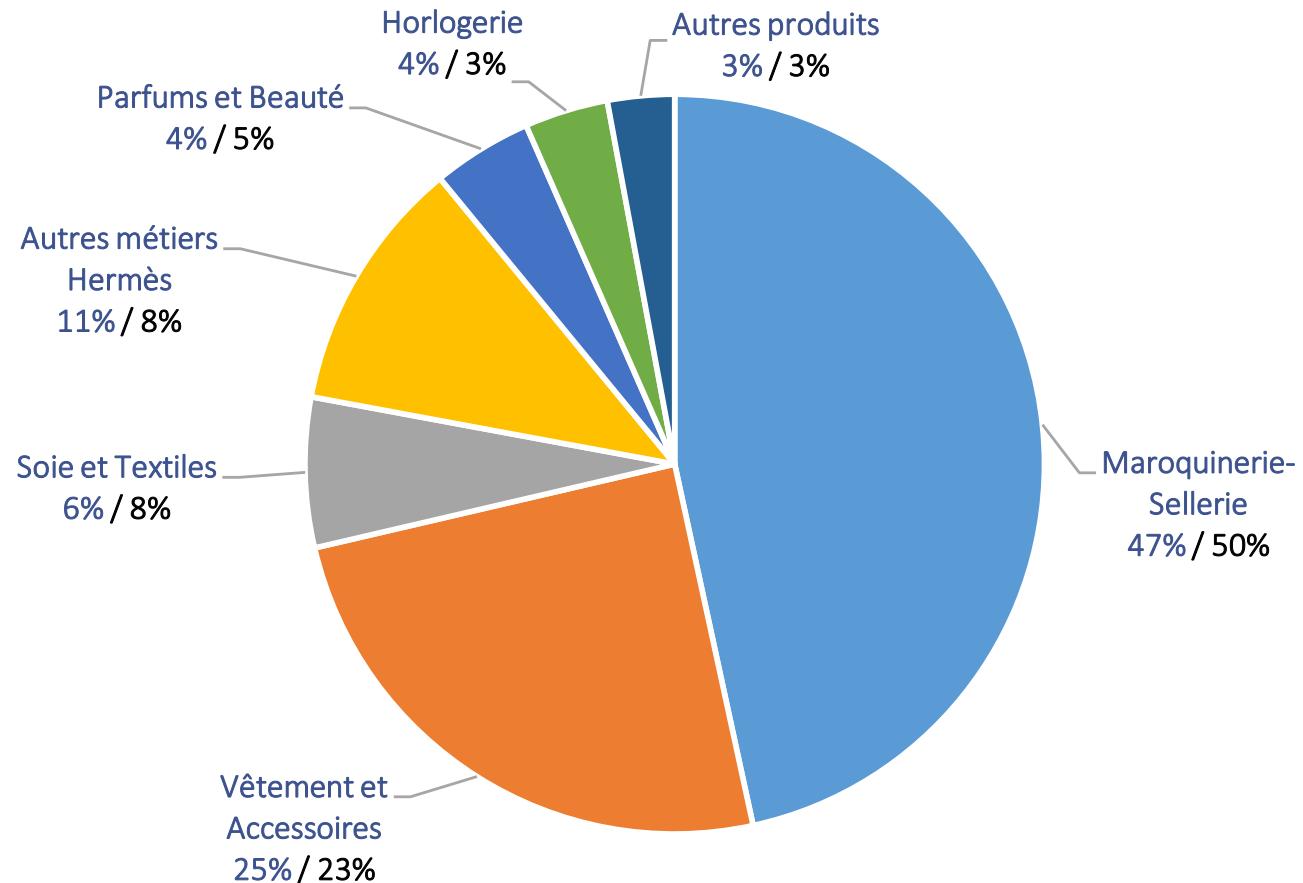


Tous les métiers en croissance à deux chiffres vs 2019

EN M€ / VARIATIONS À TAUX DE CHANGE CONSTANTS	Q3 2021	VAR. 2021 / 2019	9M 2021	VAR. 2021 / 2019
Maroquinerie-Sellerie	1 077	+ 32%	3 076	+ 27%
Vêtement et Accessoires	610	+ 49%	1 635	+ 43%
Soie et Textiles	159	+ 19%	433	+ 10%
Autres métiers Hermès	273	+ 110%	736	+ 98%
Parfum et Beauté	104	+ 20%	288	+ 18%
Horlogerie	83	+ 73%	242	+ 77%
Autres produits	61	-	193	+ 11%
Total	2 367	+ 40%	6 602	+ 35%



Un équilibre stable entre les métiers (9 mois 2021 / 2019)





Perspectives

- Notre modèle artisanal hautement intégré et notre réseau de distribution équilibré, ainsi que la créativité de nos collections nous donnent confiance dans l'avenir
- 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
- 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 singulière





Hermès Maroquinier-Sellier, Un savoir-faire unique et sans cesse réinventé

Guillaume de Seynes,
Directeur général pôle amont et participations

Sommaire

1. Un modèle de production artisanal et intégré
2. La Maroquinerie-Sellerie : une manufacture contemporaine
3. Un métier au service de la durabilité
4. Une création singulière et plurielle

Un modèle de production artisanal et intégré





Hermès, une manufacture contemporaine

- Un modèle d'entreprise artisanal et durable
- Des savoir-faire d'exception
- L'intégration verticale de la fabrication
- Une fabrication et des savoir-faire qui ont su évoluer avec agilité et innovation
- Des liens durables avec les partenaires, consolidés par l'acquisition de fournisseurs historiques notamment dans le Textile et la Soie
 - Pérennité, fidélité et confiance
 - Durabilité des relations





Le développement soutenu des sites de production

- 64 sites de production, dont 51 en France dans 9 régions, organisés en pôles d'expertise
- Entre 2010 et 2020, 10 maroquineries inaugurées en France, soit une par an en moyenne
- Renforcement des activités de production de la filière Soie et Textile
- Investissements dans les ateliers de production, notamment :
 - Horlogerie
 - Arts de la Table
 - Chaussures
 - ...

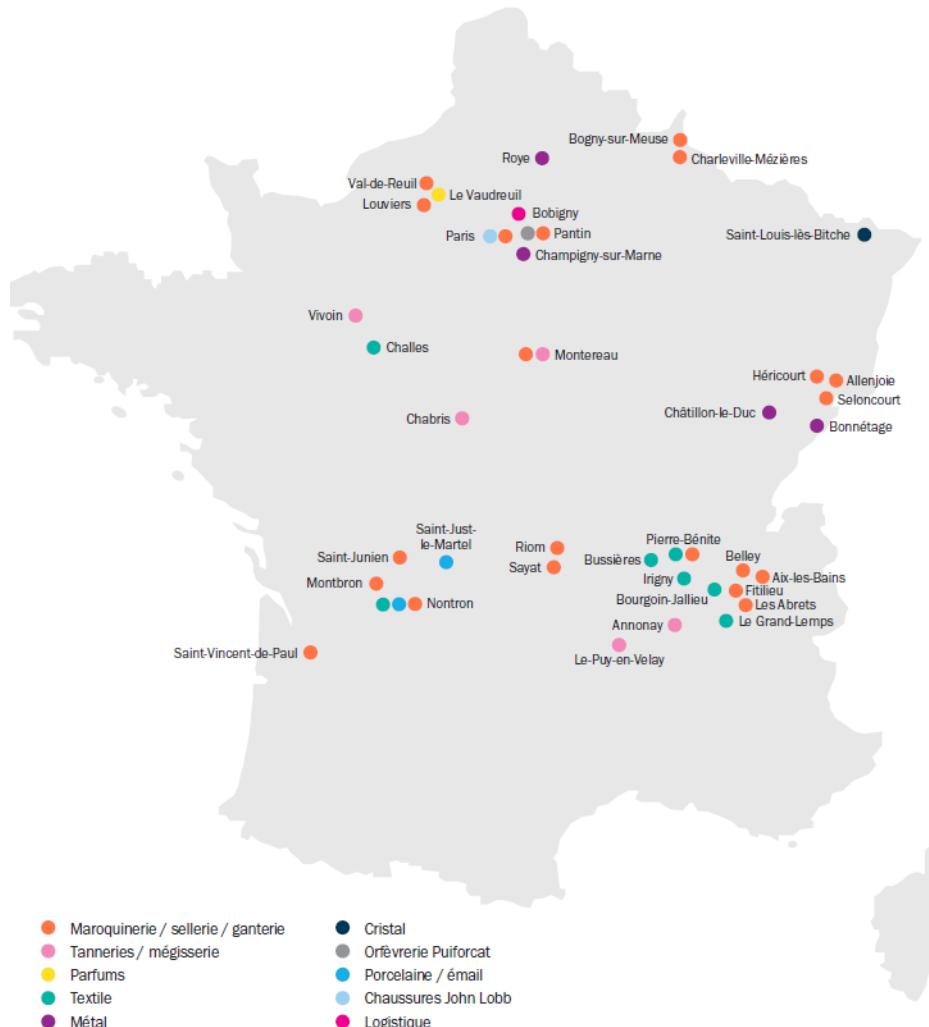
5 600
artisans en France fin 2020

51
manufactures et sites de production en France

> 1/4
des CAPEX opérationnels dédiés à la production



Un fort ancrage territorial



- Un ancrage dans des régions à hauts savoir-faire manufacturier dans une logique de pôle d'expertise
- Des pôles régionaux d'expertise contribuant à la vitalité des territoires et de leur bassin d'activité
- Un employeur engagé et responsable auprès des parties prenantes





Une production intégrée, de l'approvisionnement jusqu'au réseau de distribution

- La sécurisation des approvisionnements
- Une traçabilité rigoureuse des matières premières et un contrôle strict des filières
- Une exigence de qualité auprès des fournisseurs :
 - Un partage des bonnes pratiques dans une logique de progression de la filière
 - La sécurisation des fournisseurs dans une optique de préservation des savoir-faire uniques
 - Politique d'audit renforcée auprès de tous les fournisseurs de matières premières
 - Création d'un comité d'audit fournisseurs en 2019
- Une solidarité envers nos partenaires et nos fournisseurs pendant les périodes de crise



La Maroquinerie-Sellerie : une manufacture contemporaine



Une volonté de continuer à développer la singularité du modèle artisanal



- Une exigence de qualité exceptionnelle et sans compromis
- Une créativité foisonnante
- Fidèle au geste artisanal, « Un homme, un sac », l'artisan pose sa griffe
- La création d'objets faits pour durer, être réparés et être transmis de génération à génération
- Une agilité et une efficacité de l'activité de production, dans une démarche de créativité et d'innovation continue

c. 50 %
du chiffre d'affaires en 2020

c. 300
personnes par site,
à taille humaine

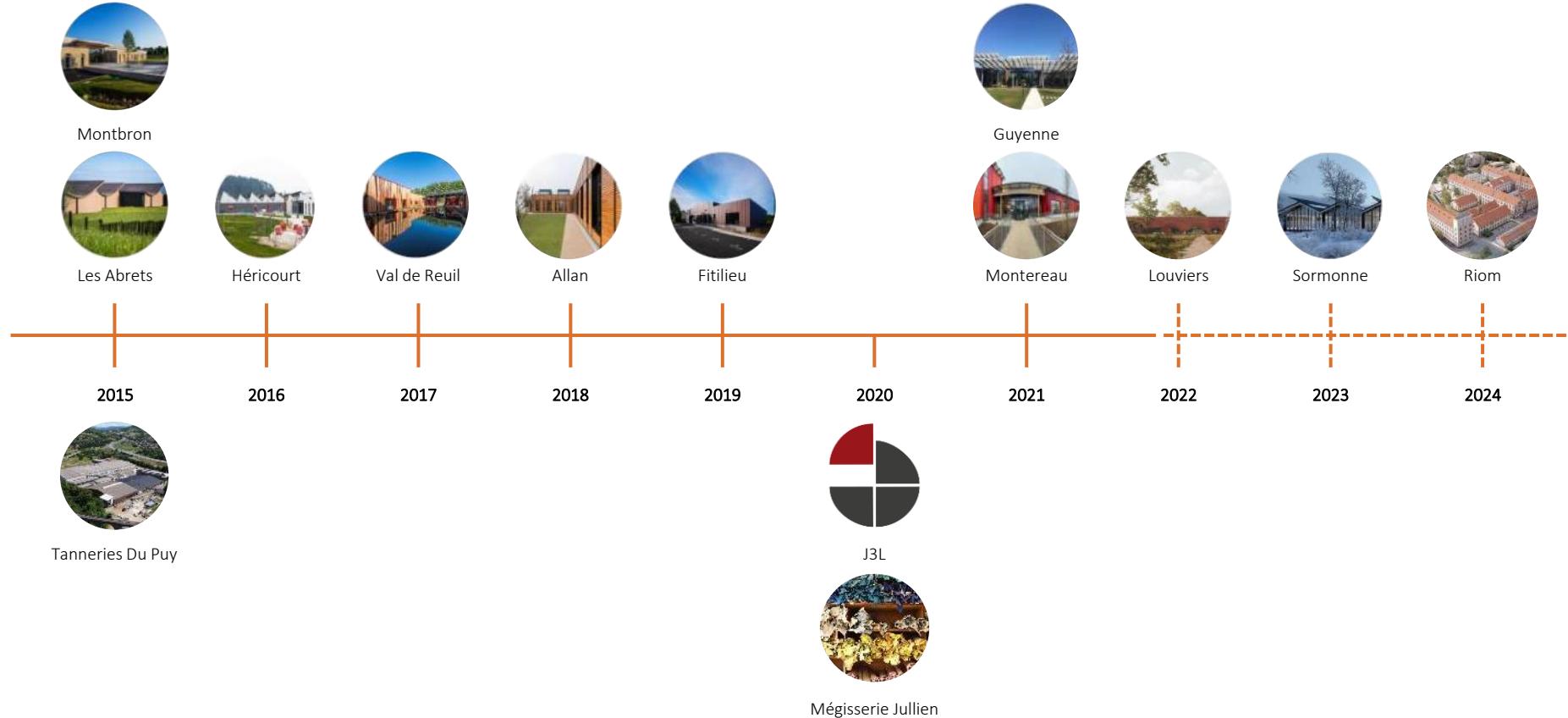


Poursuite des investissements face à une forte demande

- Des investissements dans les capacités de production : 124 M€ ont été consacrés à des investissements de production en 2020, principalement dans la maroquinerie
- Les ouvertures de maroquinerie en 2021 :
 - Juin 2021 : Montereau
 - Septembre 2021 : Guyenne
- Les projets en cours :
 - 2022 : Louviers (Eure), 20^e maroquinerie
 - 2022 : agrandissement de la maroquinerie de Saint-Junien (Limousin)
 - 2023 : Sormonne (Ardennes), 21^e maroquinerie
 - 2024 : Riom (Puy-de-Dôme), 22^e maroquinerie



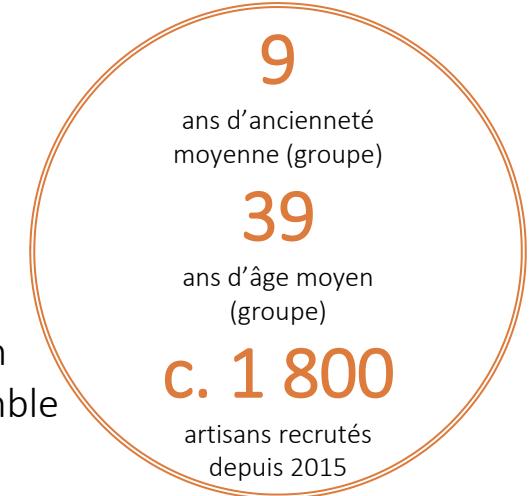
Le développement des capacités de production fidèle au principe d'ancrage territorial

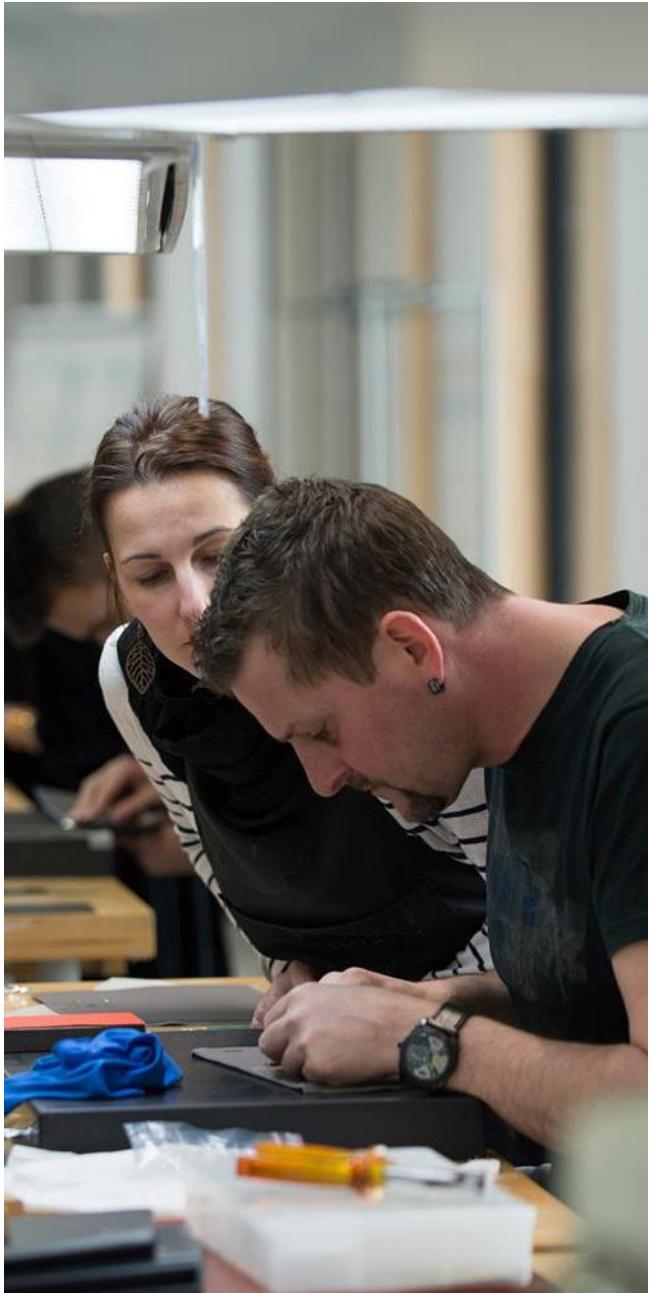




Des artisans experts avec un savoir-faire exceptionnel

- Environ 4 300 artisans maroquiniers fin 2021
- Une politique très volontariste de formation, dans le respect de la plus haute qualité
- La maîtrise des techniques et des savoir-faire : 18 mois de formation initiale, tutorat en atelier de formation puis formation tout au long de la carrière : près de 5 ans pour maîtriser l'ensemble des savoir-faire sellier-maroquinier
- Poursuivre le développement de la polyvalence et de la polycompétence : former à un métier et non à une tâche
- Apprentissage et formation en continu pour accompagner la créativité et préserver l'employabilité à long terme
- Diversité des savoir faire : plus d'une quarantaine de modèles de sacs





La transmission de savoir-faire uniques

- Renforcer la capacité à innover sur la transmission à travers nos 90 formateurs et 200 tuteurs
- Transmission dans les ateliers et les écoles :
 - École du Cuir
 - Collaboration avec les centres professionnels
 - École Hermès des savoir-faire (CFA) en 2021 en lien avec l'Éducation nationale, reconnue par un diplôme d'État
- Respect des valeurs humanistes :
 - Attention portée aux Femmes et aux Hommes
 - Des sites de production à taille humaine
 - Un recrutement local lors de la création d'emplois en régions
 - Une formation tout au long de la vie pour développer l'expertise, la polyvalence et l'employabilité



L'excellence des savoir-faire



- Un univers unique qui s'ouvre aux clients et au public :
 - *Bagstage with Hermès* (Paris, São Paulo, Singapour, Dubaï)
 - *Hermès in the making* (Copenhague)
 - *Please check-in* (Hong Kong, Dubaï)
- Les programmes *Tandem* et *Tilbury*, qui permettent à un artisan et à un vendeur, ou à un directeur de magasin et à un directeur de site de production de découvrir le métier de l'autre



Un métier au service de la durabilité





Une politique de développement responsable

- La traçabilité rigoureuse des matières et un contrôle strict des filières d'approvisionnement et de production :
 - Exigence de qualité et recherche des plus belles matières
 - Partenariats de confiance et de longue date avec un nombre limité de fournisseurs
- Approche durable et respectueuse des normes internationales :
 - Approvisionnement auprès des fournisseurs de peaux issues d'élevages majoritairement européens
 - Intégration verticale y compris pour les fermes de crocodiles, avec les plus hauts standards de qualité
 - Travaux constants d'amélioration avec des experts de l'environnement et du bien être animal
- Optimisation consciente de la matière, aller vers le zéro déchet non valorisé :
 - Coupe des peaux, choix des matières
 - Valorisation des chutes de cuir (petit h, formation interne, mécénat...)

100 %

des articles de maroquinerie façonnés en France





La certification des filières et des matières

- Renforcement des audits internes et externes sur l'ensemble des filières
- Certifications par des tiers indépendants :
 - Membre de l'ICFA (*International Crocodilian Farmers Association*) depuis 2016
 - Processus de certification lancé en 2019 pour les fermes des membres fondateurs de l'ICFA
 - Membre du *Leather Working Group* (LWG) en février 2020 et membre du *Animal Welfare Group* du LWG depuis octobre 2020
 - Filière autruche - SAOBC (*South African Ostrich Business Chamber*) : lancement des certifications de sites en 2020 et objectif de certification de toute la filière d'ici à 2022
- Objectif 2024 d'avoir 100 % de nos filières cuirs certifiées

Objectif 2024 :
100 %
des filières cuirs et
textiles certifiées





Faire du beau dans du beau, une approche durable

- Des constructions aux meilleurs standards :
 - Référentiel RSE immobilier
 - Construction aux normes E4C2, avec Louviers, 1^{re} maroquinerie à énergie positive en 2022
 - Implantation recherchée en zone urbaine avec transports en commun
- Décarbonation et amélioration énergétique, avec un plan pluriannuel sur les sites plus anciens, avec deux premiers projets lancés à Pierre-Bénite et Aix-Les-Bains
- Investissements dans l'optimisation énergétique et dans le traitement des eaux





La réparabilité au service de la durabilité

« *Un objet de luxe, c'est un objet qui se répare* » Robert Dumas

- La réparabilité au cœur de la conception et de nos techniques de fabrication
- 88 artisans-réparateurs :
 - 54 en France
 - 34 à l'international



Une création singulière et plurielle



Une création foisonnante sans cesse réinventée



- L'objet de maroquinerie Hermès, par son style et sa qualité, est destiné à durer, à se transmettre et à se réparer
- Le résultat d'une alchimie entre un style essentiel, l'excellence des matières et des savoir-faire
- Un dialogue permanent entre création et savoir-faire artisanaux
- Chaque saison un équilibre entre nouveautés et modèles piliers
- Succès auprès des jeunes générations, notamment grâce aux nouveautés



petit h : l'atelier de rencontre des matières, des artistes et des artisans



Hermès horizons : sur-mesure et exploration de nouveaux territoires

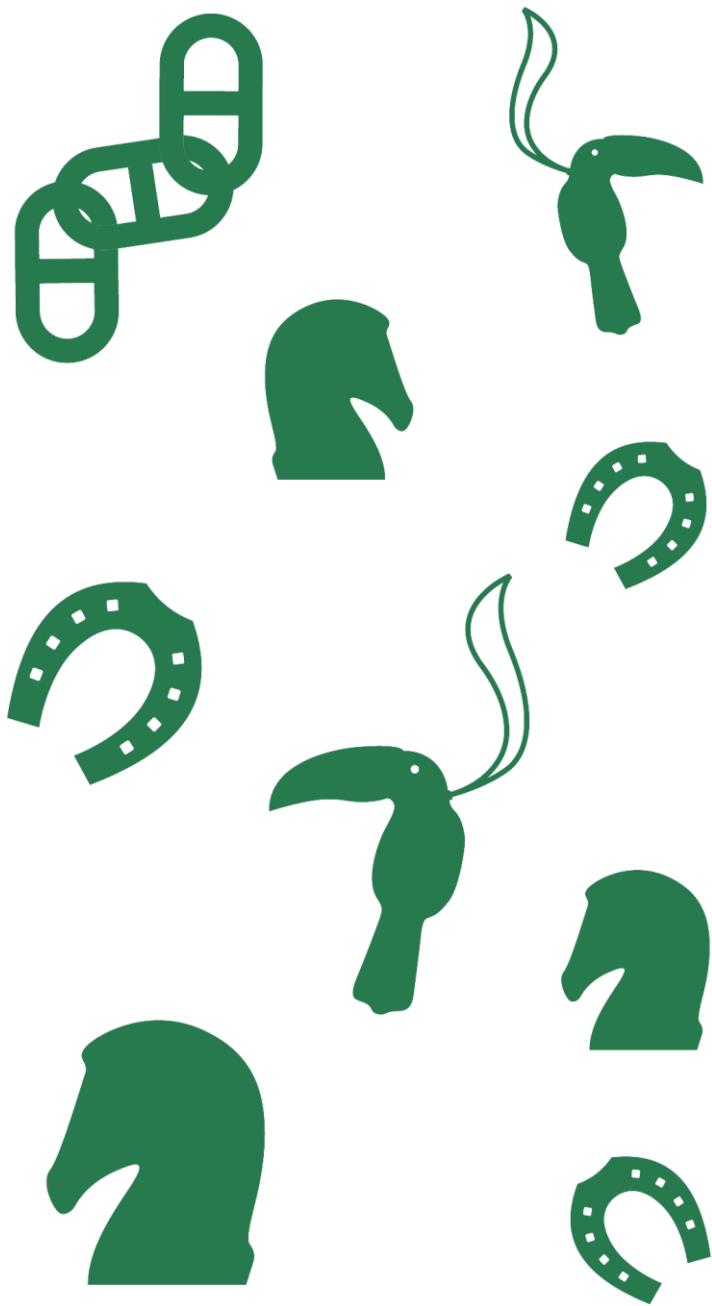


Hermès sellier, au service de son premier client



- Des selles alliant savoir-faire, sportivité et technicité pour le plus haut niveau
- Un développement en interne renforcé à Louviers, en complément du 24 Faubourg
- Des experts selles au plus près de leurs clients, cheval et cavalier
- Une famille de cavaliers partenaires qui permettent de faire rayonner nos selles dans le grand sport :
 - Deux cavaliers partenaires médaillés olympiques à Tokyo : Jessica von Bredow-Werndl (or en dressage par équipe et en individuel) et Jérôme Guéry (bronze en saut d'obstacles)
 - Steve Guerdat, médaille d'or aux J.O. de Londres et trois fois vainqueur de la Coupe du monde de saut d'obstacles





Un modèle d'entreprise artisanal, responsable et durable

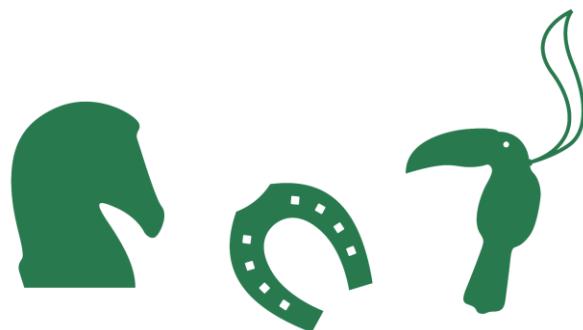
Olivier Fournier, Directeur général en charge de la
gouvernance et du développement des organisations

Sommaire

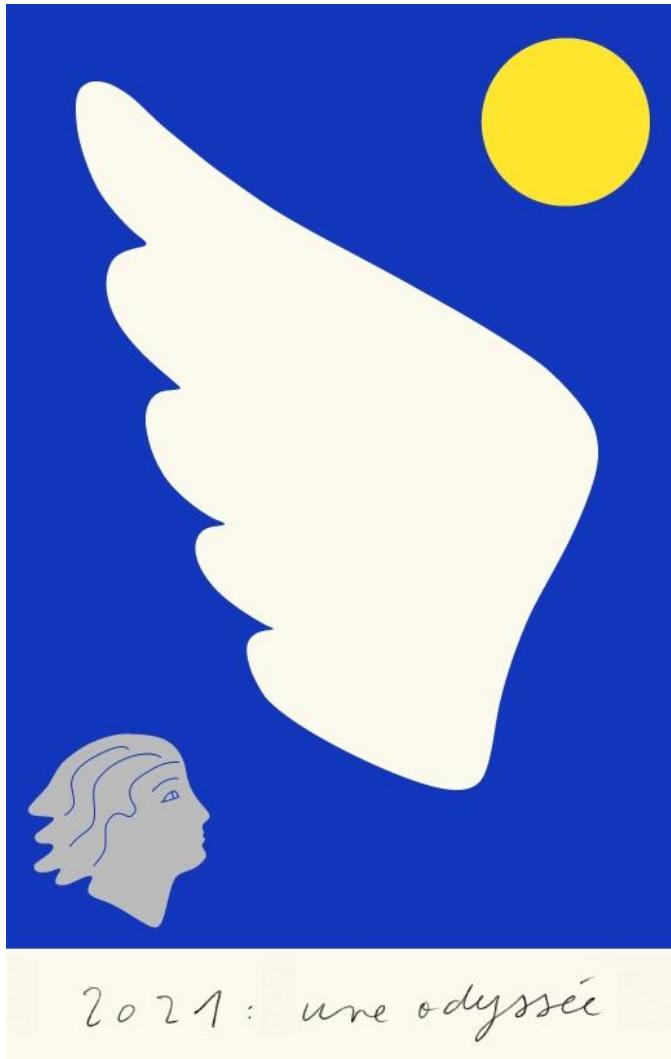
1. La qualité au cœur du modèle artisanal d'Hermès
2. Les femmes et les hommes d'Hermès au cœur de son projet
3. Un modèle de production artisanal respectueux de la planète
4. La maîtrise du modèle durable par la forte intégration verticale et l'ancrage territorial



La qualité au cœur du modèle artisanal d'Hermès

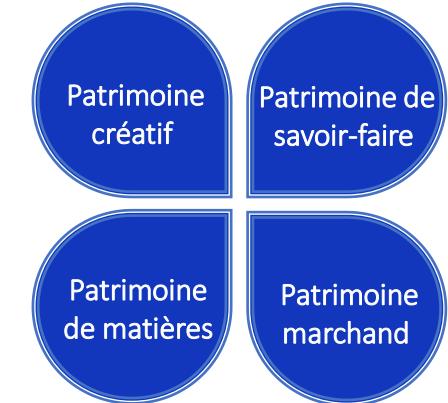


Singularité et performance du modèle artisanal

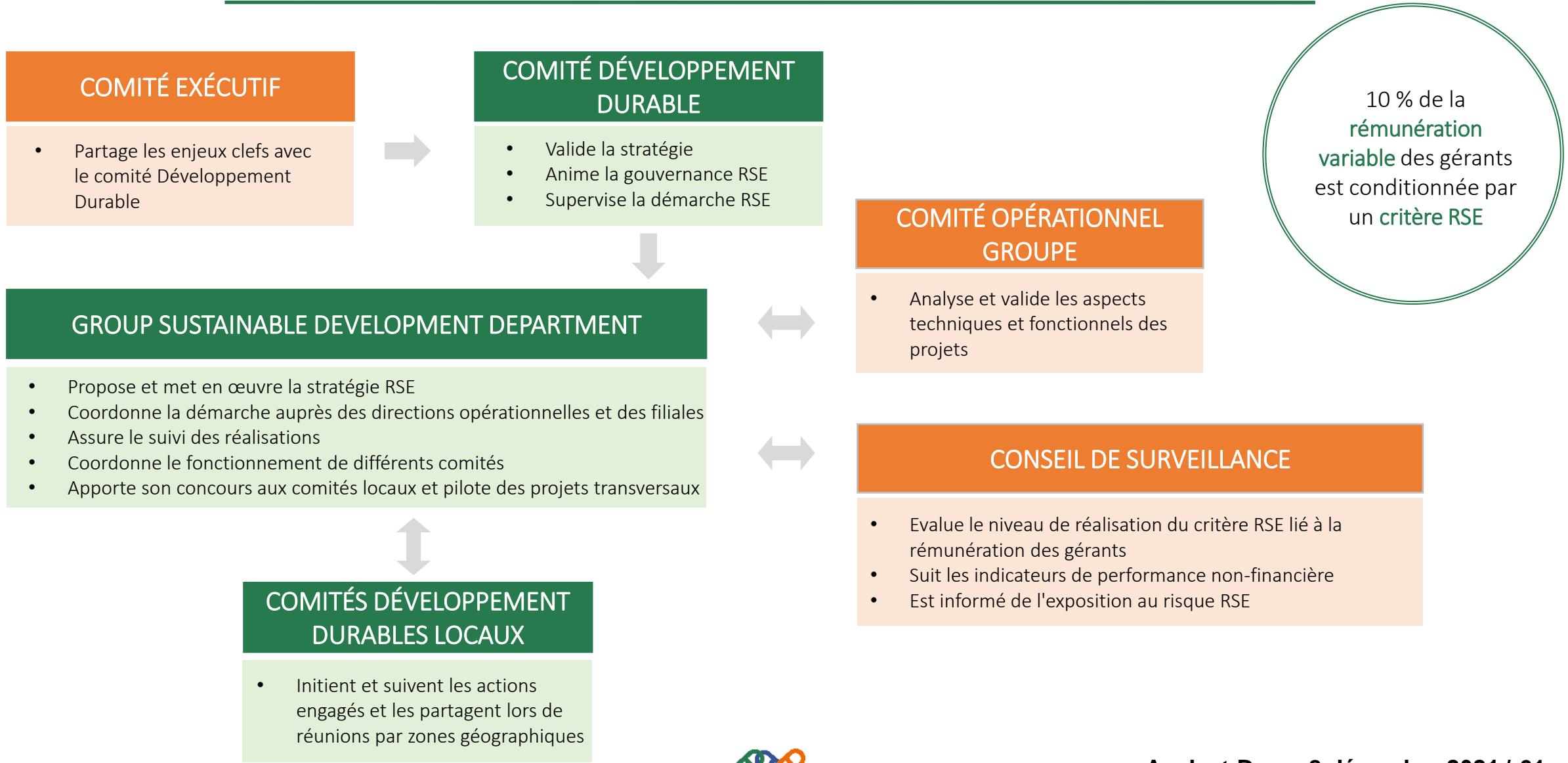


2021 : une odyssée

- Les valeurs du modèle artisanal, inspirées par l'artisan :
 - La responsabilité
 - L'authenticité
 - Agir sans attendre tout en respectant le temps de bien faire
- La créativité et l'innovation au centre du modèle artisanal :
 - Des objets singuliers, faits à la main et fonctionnels
 - Des objets de qualité, durables et réparables
 - Des objets qui suscitent le désir au-delà des modes et des conjonctures
- Un modèle artisanal solide, agile et résilient :
 - Liberté de création
 - Maîtrise et transmission des savoir-faire d'excellence
 - Liberté d'achat
 - Équilibre du réseau de distribution exclusif
- En 2021, le thème de l'*Odyssée* a inspiré les créateurs et directeurs artistiques de la maison



Gouvernance RSE



Les femmes et les hommes d'Hermès au cœur de son projet



Une transmission unique des savoir-faire, au cœur de l'excellence et de la qualité



- Forte agilité et adaptation
- Préserver, transmettre et enrichir six générations de savoir-faire d'exception
- Maîtrise et transmission des savoir-faire :
 - l'École Hermès des savoir-faire agréée par l'Éducation nationale, qui délivrera un diplôme d'État sur les savoir-faire maroquiniers d'excellence
- Accompagner l'évolution des collaborateurs tout au long de leur parcours, soutenir l'excellence, l'efficacité de leurs savoir-faire et préserver leur employabilité :
 - Tous les métiers ont leur propre école qui forment les employés
 - " Mosaïque " : programme d'intégration pour tous les nouveaux salariés
 - Programme " IFH ", dédié aux membres des comités de direction des sites ou filiales

6 300
artisans, dont 90 % en France
107
formateurs internes
(production, France)



Les femmes et les hommes d'Hermès, au cœur du modèle de durabilité



- Plus de 17 000 collaborateurs à fin juin 2021, accélération des recrutements :
 - L'effectif a doublé depuis 10 ans
 - Maintien de l'emploi et des salaires dans le monde pendant la crise sanitaire, sans recours aux aides publiques
- Culture de progrès continu avec une offre de formation structurée autour de 4 domaines : culture maison, management, expertise et développement personnel
 - 72 % des collaborateurs ont reçu au moins une formation en 2020
 - c. 400 000 heures de formation en 2020
- Plans d'actionnariat salarié, plans d'actions gratuites :
 - À fin 2020, l'actionnariat salarial représente 1,09 % du capital
 - Plans octroyés en 2007, 2010, 2012, 2016 et 2019
- Reconnaissance :
 - Grand Prix de l'emploi Humpact Emploi France 2021
 - Prix du meilleur employeur Epoka-Harris Interactive en 2021



L'égalité professionnelle, la diversité et l'inclusion au premier plan



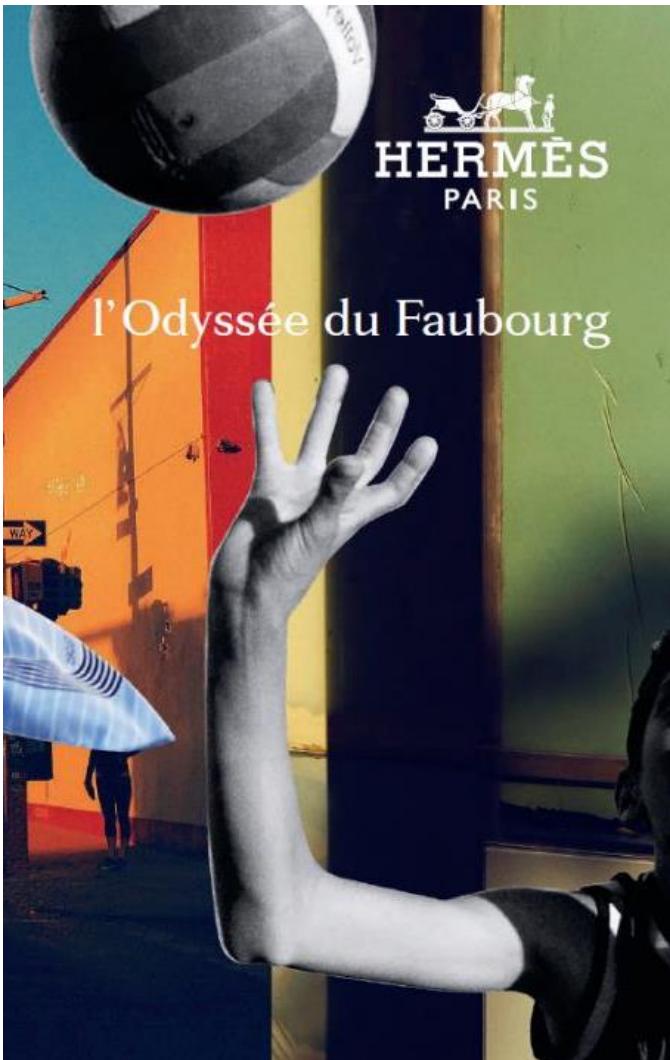
- Attachement à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes :
 - Indice d'égalité salariale: 92/100 en 2020
 - 69 % de femmes au comité des opérations
 - 60 % de femmes cadres dans le groupe
- Déploiement de sensibilisations et de formations au niveau groupe :
 - Programme de formation Alterego sur l'inclusion
 - Formation sur les préjugés inconscients
- Classements :
 - Hermès est classé 1^{er} du Top 100 Diversity Leaders du Financial Times en 2021
 - Hermès est 1^{er} au classement Capital des 500 meilleurs employeurs de France en 2021
- Objectif d'inclusion des personnes confrontées à des situations de handicap :
 - 5,7 % des salariés en situation de handicap à fin 2020 (France)
 - Second accord handicap groupe signé avec l'ensemble des coordinateurs syndicaux en 2020.
(Premier en 2017)
 - Signature de la charte Omega en mars 2021, pour la réinsertion de militaires français blessés



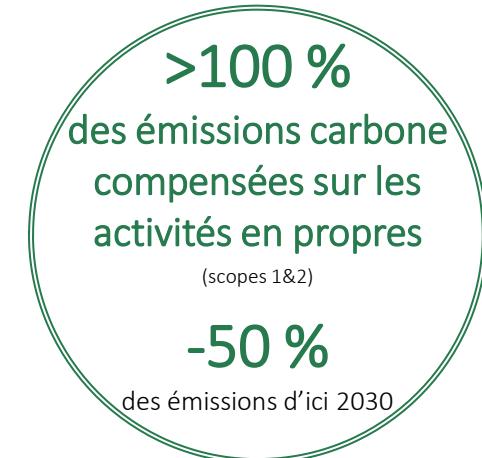
Un modèle de production artisanal respectueux de la planète



Lutter contre le changement climatique avec un modèle de production artisanal faiblement émetteur



- L'un des plus faibles émetteurs carbone du CAC 40 :
 - Modèle artisanal, production française à 80 %
- En 2020, validation de la stratégie groupe avec des objectifs ambitieux :
 - Réduire de 50 % des émissions d'ici à 2030 (en valeur absolue pour les scopes 1 et 2 et en valeur relative pour le scope 3)
 - Compenser plus de 100 % de ses émissions carbone sur les scopes 1 et 2 avec des projets sociaux et écologiques
 - Utiliser 100 % d'énergie renouvelable sur les opérations en propre d'ici 2025
- Approche scientifique des objectifs : approbation en attente de la *Science Based Target Initiative* (SBTi) concernant la compatibilité de la trajectoire de réduction des émissions carbone du groupe avec les accords de Paris
- Efforts accrus en terme de transparence avec l'alignement aux recommandations de la TCFD en 2020
- Note CDP Climate Change 2021 : A-
- Investisseur depuis 2012 dans le fonds Livelihoods :
 - 134 % des scopes 1&2 en 2020
 - Signature du troisième fonds Livelihoods en juin 2021

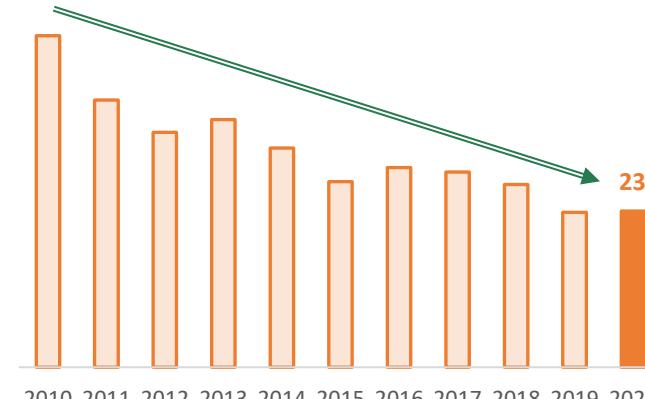


Un modèle de production artisanal qui favorise une utilisation raisonnée des ressources en énergie



- Réduction des consommations d'énergie:
 - Programme de défossilisation des sites industriels
 - Campagne d'audits énergétiques volontaires suivis de plans d'actions
 - Efficacité énergétique: déploiement de l'éclairage LED depuis 2013
 - 80 % des magasins du groupe en 2020
 - Objectif de 100 % d'ici 2023

- 41,5 %
baisse de l'intensité de la consommation d'énergie industrielle en dix ans



Evolution de l'intensité de la consommation d'énergie industrielle de 2010 à 2020 en MWh par millions d'euros

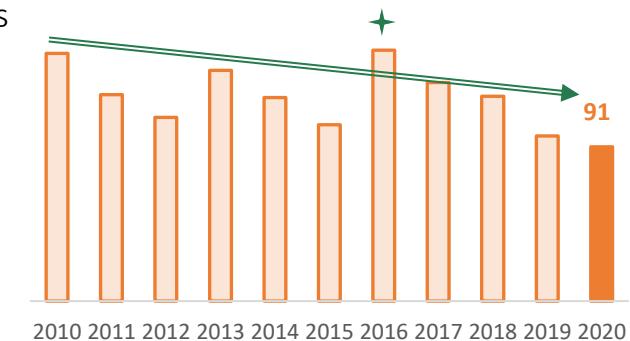


Un modèle de production artisanal qui favorise une utilisation raisonnée des ressources d'eau



- Réduction des consommations d'eau industrielle :
 - Usage majoritairement au sein des tanneries et des unités textiles
 - Objectif: réduire de 5 % par an l'intensité de l'usage de l'eau industrielle
- Textile : solutions innovantes pour augmenter la part d'eau recyclée utilisée lors des processus de lavage et contrôler l'impact des actions menées
- Cuir:
 - Mise en œuvre d'outils permettant un pilotage plus fin et une identification précoce d'éventuelles fuites
 - Investissements techniques permettant une réduction du besoin en eau
- Note CDP Water Security 2021 : A-

- 25,3 %
baisse de l'intensité de la consommation d'eau industrielle en 10 ans



Evolution de l'intensité de la consommation d'énergie industrielle de 2010 à 2020 en m³ par millions d'euros

★ Inclusion des Tanneries du Puy en 2016



Critères RSE intégrés aux projets immobiliers de la maison



- Le référentiel Immobilier RSE vise à améliorer les performances environnementales sur 5 critères :
 - Empreinte carbone : améliorer la performance énergétique de nos bâtiments et l'empreinte carbone dès la phase de conception
 - Biodiversité : préservation de la végétation existante, toitures végétalisées, récupération des eaux
 - Approvisionnement local : dans les projets de nouveaux magasins, approvisionnement des menuiseries et des équipements d'éclairage auprès de fournisseurs locaux
 - Qualité de l'air : amélioration du renouvellement de l'air par la mise en place de systèmes de filtration de l'air et de mesure des polluants dans les bureaux
 - Environnement : application de la charte des travaux verts dans tous les projets industriels



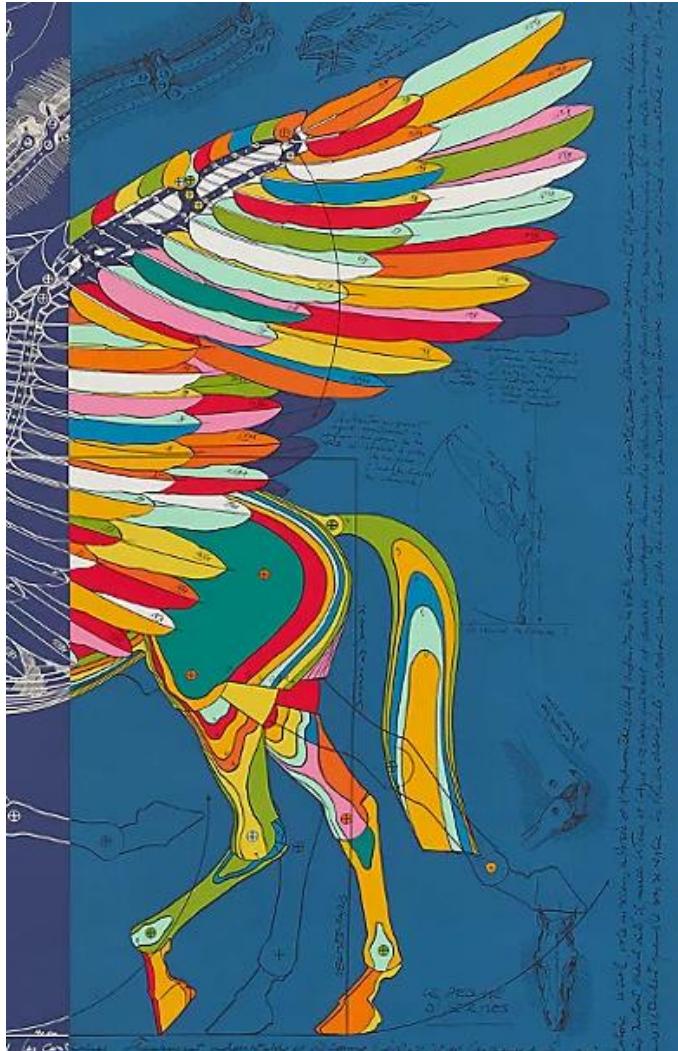
L'utilisation d'emballages recyclables et durables en constante amélioration



- Economie circulaire :
 - La boîte orange est certifiée FSC, 100 % recyclable, en carton français recyclé
 - Seconde vie de la boîte orange : esthétique et robuste, un objet emblématique
- Groupe de travail créé en 2020, pour réduire l'utilisation des plastiques : objectif d'arrêter l'utilisation des plastiques à usage unique en 2025
- Le métier de la "Beauté" a créé un emballage durable :
 - L'emballage du rouge à lèvres est en aluminium et rechargeable
 - L'étui contenant la boîte orange est en carton recyclé
- Engagement à travailler avec les principaux fournisseurs de coton pour que l'ensemble des approvisionnements en coton soient biologiques ou GOTS pour les emballages



Le respect de la nature et de la biodiversité, sources d'inspiration et de création



- Engagements biodiversité:
 - Act4Nature : engagement en 2018, renouvelé en 2020
 - Livelihoods : 130 000 millions d'arbres plantés en 2020, 1 million de bénéficiaires des projets
 - Fashion Pact : adhésion en 2019
- Inventaire des impacts biodiversité en cours:
 - Méthode Global Biodiversity Score avec la collaboration du CDC Biodiversité et WWF
 - 96 % des activités couvertes par l'étude GBS en 2020
- Stratégie biodiversité formalisée en 2018 en lien avec l'engagement Act4Nature
- Quelques initiatives au niveau des métiers :
 - Cuir : en 2020 guide des bonnes pratiques pour l'implantation des futures maroquineries
 - Textile : Étude sur la soie avec l'Institute for Sustainability Leadership de l'Université de Cambridge
 - Cristallerie : jardins filtrants de Saint-Louis



Le respect du bien-être animal, une exigence au sein de la chaîne d'approvisionnement



- Engagement sur des principes scientifiques fondamentaux de bientraitance animale : Five Freedoms
- Crédit du comité de la bientraitance animal en 2019, co-animé par une experte indépendante
- Politique bien-être animal d'Hermès en cours de finalisation, faisant suite à plusieurs années de travail sur le terrain et en collaboration avec des ONG spécialisées
- Un dispositif de contrôle adapté à chaque filière : audits internes ou externes au niveau de la chaîne d'approvisionnement
- Contribuer à l'amélioration des standards :
 - Soutien à l'initiative menée par l'International Crocodilian Farmers Association (ICFA)
 - Crédit et de la diffusion du standard « SAOBC 1001 Ostrich Production – requirements »



La durabilité de l'objet au service de la circularité



- Des objets d'exception conçus pour durer :
 - Utilisation de matières de la meilleure qualité
 - Eco-conception : réemploi et circularité des matières et des objets
 - Chutes de production: planification « au plus juste »
 - petit h
 - Upcycling
 - Création d'un comité circularité en 2020
 - Allonger la durée de vie des produits :
 - Service de nettoyage et de réparation proposé aux clients partout dans le monde
 - 33 artisans cuir en filiale pour des réparations locales
- Gestion des invendus :
 - Faibles volumes : modèle économique reposant sur la liberté d'achat des magasins et sur la chaîne de production intégrée
 - Ventes exceptionnelles au public, ventes régulières au personnel
 - Dons de produits à différentes associations partenaires



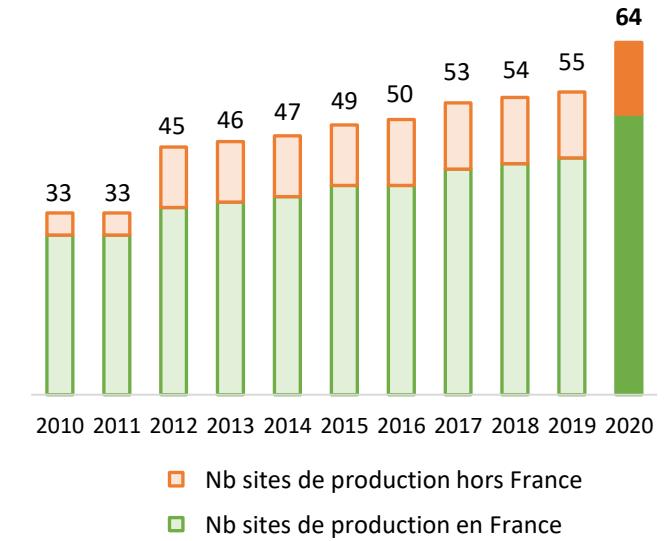
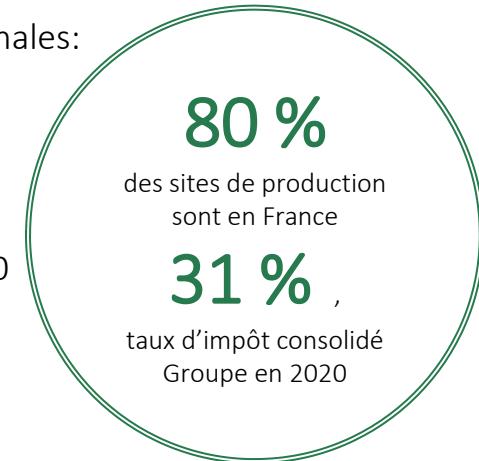
La maîtrise du modèle durable par la forte intégration verticale et l'ancrage territorial



L'ancre local et la contribution au développement économique, social et environnemental des territoires



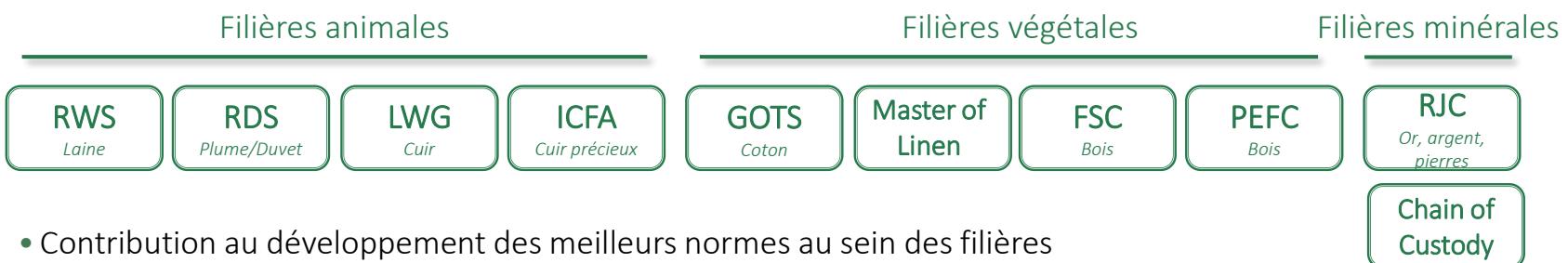
- Anchage local historique dans une logique de respect des expertises régionales:
 - Des sites de production organisés en pôles d'expertise
 - Ouverture de nouveaux sites, qui contribuent à la revitalisation des territoires
 - 51 sites de production en France, dont 19 maroquineries en 2020
 - 13 sites de production hors de France répartis dans 6 pays
- Responsabilité territoriale:
 - Développement des capacités de production qui contribue à la création d'emploi
 - Donation de 20 millions et 7 millions d'euros à l'AP-HP en 2020 et 2021
 - Stratégie fiscale responsable : taux d'impôts consolidé groupe de 31 % en 2020
 - Soutien à la Chaire européenne de Sciences Po Paris sur le développement durable et la transition climatique



Forte intégration verticale et approvisionnement local et durable



- Forte intégration verticale :
 - Fondée sur la maîtrise et l'excellence des savoir-faire
 - Agilité face à la crise sanitaire
 - Développement responsable
- Durabilité des relations fournisseurs :
 - En moyenne 20 ans d'ancienneté des relations (top 50 fournisseurs directs)
 - Soutien aux fournisseurs pendant la crise sanitaire
- Logique de certification des activités :
 - Objectif 2024 du groupe d'avoir 100 % des filières textiles et cuirs certifiés, notamment :



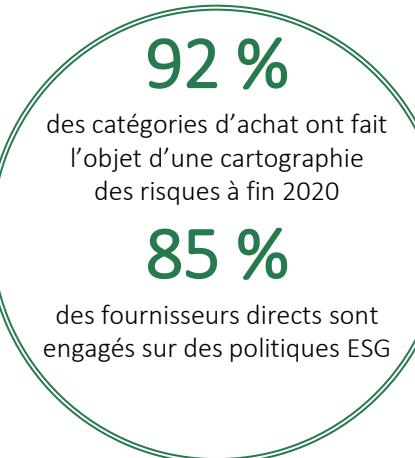
- Contribution au développement des meilleures normes au sein des filières
- Publication des principes d'achats responsables en 2021 à destination des fournisseurs



La qualité et la durabilité en accompagnant l'ensemble de nos fournisseurs



- Cartographie des risques réalisée au niveau groupe en 2020
- Les fournisseurs top 50 sont tous audités au moins une fois sur les thématiques suivantes : environnement, santé et sécurité, droits humains et libertés fondamentales, plan de continuité, finance, confidentialité, éthique et anti-corruption
- La gestion et la prévention des risques passe par :
 - Les formations acheteurs
 - Des engagements concrets de la part des fournisseurs : 85 % des fournisseurs d'achats directs sont formellement engagés sur les politiques sociales environnementales et éthiques (cahiers 1 & 2)



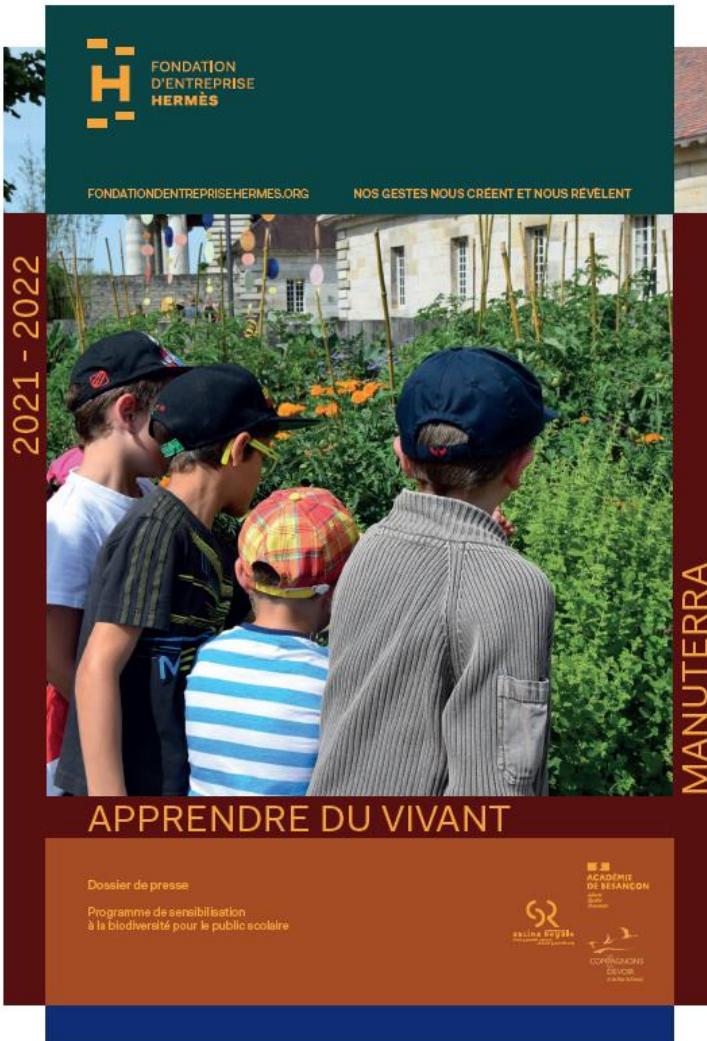
Les classements ESG reflets de notre stratégie durable



- “*Try harder approach*”, amelioration continue
- Classements 2021 :
 - MSCI : A
 - Sustainalytics: #2e meilleure entreprise dans le secteur de l'habillement (72/100)
 - Vigeo-Eiris:
 - Catégorie “Advanced”
 - Inclusion dans l'indice CAC 40 ESG en septembre 2021
 - CDP: Climate change: A-, Water: A-



Fondation d'entreprise Hermès « Nos actions nous créent et nous révèlent »



- Crée en 2008 par Pierre-Alexis Dumas, présidée par Olivier Fournier depuis 2016 et dirigée par Laurent Pejoux depuis 2021
- La Fondation d'entreprise Hermès est engagée dans son 3e mandat
- Budget de 40 millions d'euros pour la période 2018-2023
- Quatre grands piliers structurent son action :
 - Transmettre, créer, protéger et encourager
 - Concrétisés au travers de plusieurs programmes dédiés:
- Deux projets emblématiques :
 - Manufacto
 - Manuterra



Merci