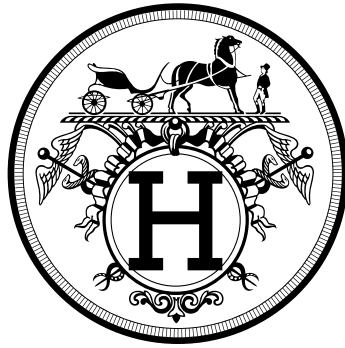


HERMÈS

RAPPORT ANNUEL 2013 - PRÉSENTATION DU GROUPE - RAPPORT D'ACTIVITÉ





DÉPÔT DU DOCUMENT AUPRÈS DE L'AUTORITÉ DES MARCHÉS FINANCIERS

Le présent document de référence contenant le rapport financier annuel, qui comprend le tome 1 et le tome 2 du Rapport annuel, a été déposé à l'Autorité des marchés financiers le 10 avril 2014, conformément à l'article 212-13 de son règlement général. Ce document peut être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des marchés financiers.

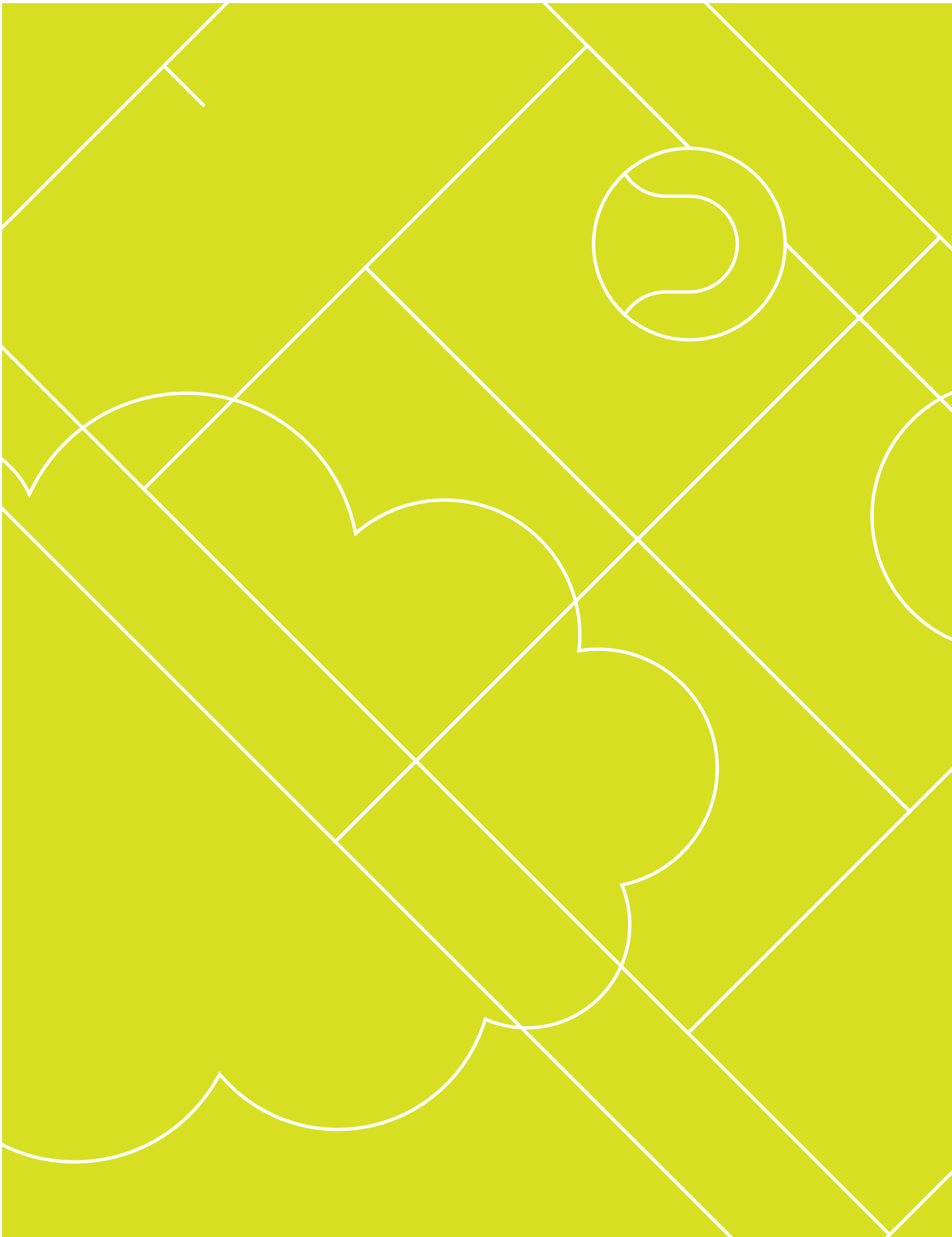
Ce document a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

RAPPORT ANNUEL 2013
PRÉSENTATION DU GROUPE - RAPPORT D'ACTIVITÉ
TOME 1

Hermès International

Société en commandite par actions au capital de 53 840 400,12 euros - 572076396 RCS Paris

Siège social : 24, rue du Faubourg-Saint-Honoré - 75008 Paris. Tél. : + 33 (0)1 40 17 49 20. Fax : + 33 (0)1 40 17 49 94. Dépôt légal 2^e trimestre 2014. ISBN 978-2-35102-0548



2013, CHIC, LE SPORT!

MESSAGE DE LA GÉRANCE

PRÉSENTATION DU GROUPE

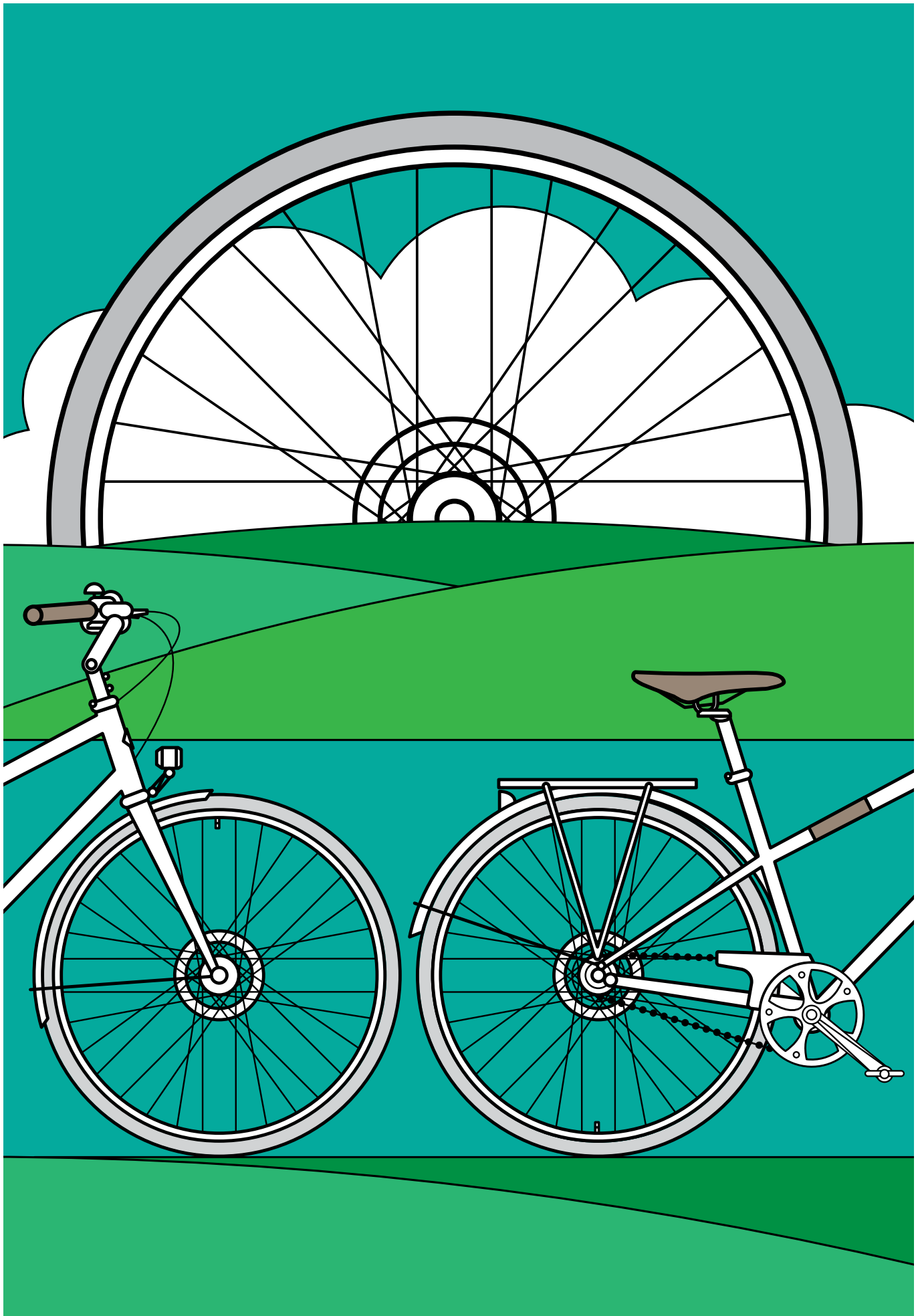
- 10 Direction du groupe
- 12 Organes sociaux
- 15 Six générations d'artisans
- 20 Chiffres clés
- 24 Organigramme simplifié au 31.12.2013
- 25 Carte industrielle au 31.12.2013

RAPPORT D'ACTIVITÉ

- 28 Évolution générale
- 31 Activité par métier
- 59 Activité par zone géographique
- 70 Communication
- 74 Fondation d'entreprise Hermès
- 78 Développement durable et environnement
- 84 Hermès employeur de qualité et responsable
- 89 Gestion des risques
- 94 Résultats consolidés
- 97 Perspectives
- 99 États financiers abrégés
- 105 Le monde de l'actionnaire Hermès

TOME 2

- Présentation d'Hermès International et d'Émile Hermès SARL
- Gouvernement d'entreprise
- Informations relatives au capital et à l'actionnariat
- Immobilier et assurances
- Annexes RSE: informations environnementales
- Annexes RSE: informations sociales
- Comptes consolidés
- Comptes de la société
- Assemblée générale mixte du 3 juin 2014
- Informations complémentaires légales
- Tables de concordance



MESSAGE DE LA GÉRANCE



DU VENT DANS LES VOILES

Gaudeamus! Réjouissons-nous ! Hermès a du vent dans les voiles, de l'allant, et suit son chemin avec allégresse. Ce chemin, emprunté de longue date par notre attelage, épouse le paysage naturel, loin des autoroutes, des ponts et des longs tunnels. Se mouvoir en plein air, hors des sentiers battus, donne des ailes. Ce chemin opère un certain charme, en cela qu'il ne connaît, pour le moment, ni les encombrements, ni les accidents de la circulation. Parfois, il impose la lenteur et l'effort, il est parfois pentu, parfois sinueux, mais offre de magnifiques points de vue et d'agréables relais. Avec le temps, il prend la direction choisie, à tel point que l'attelage Hermès semble aller dans le bon sens. Le bon sens... Ce tour de mots peut être entendu de plusieurs manières. Est-ce la bonne direction ou le bon sens commun ? Un peu des deux sans doute.

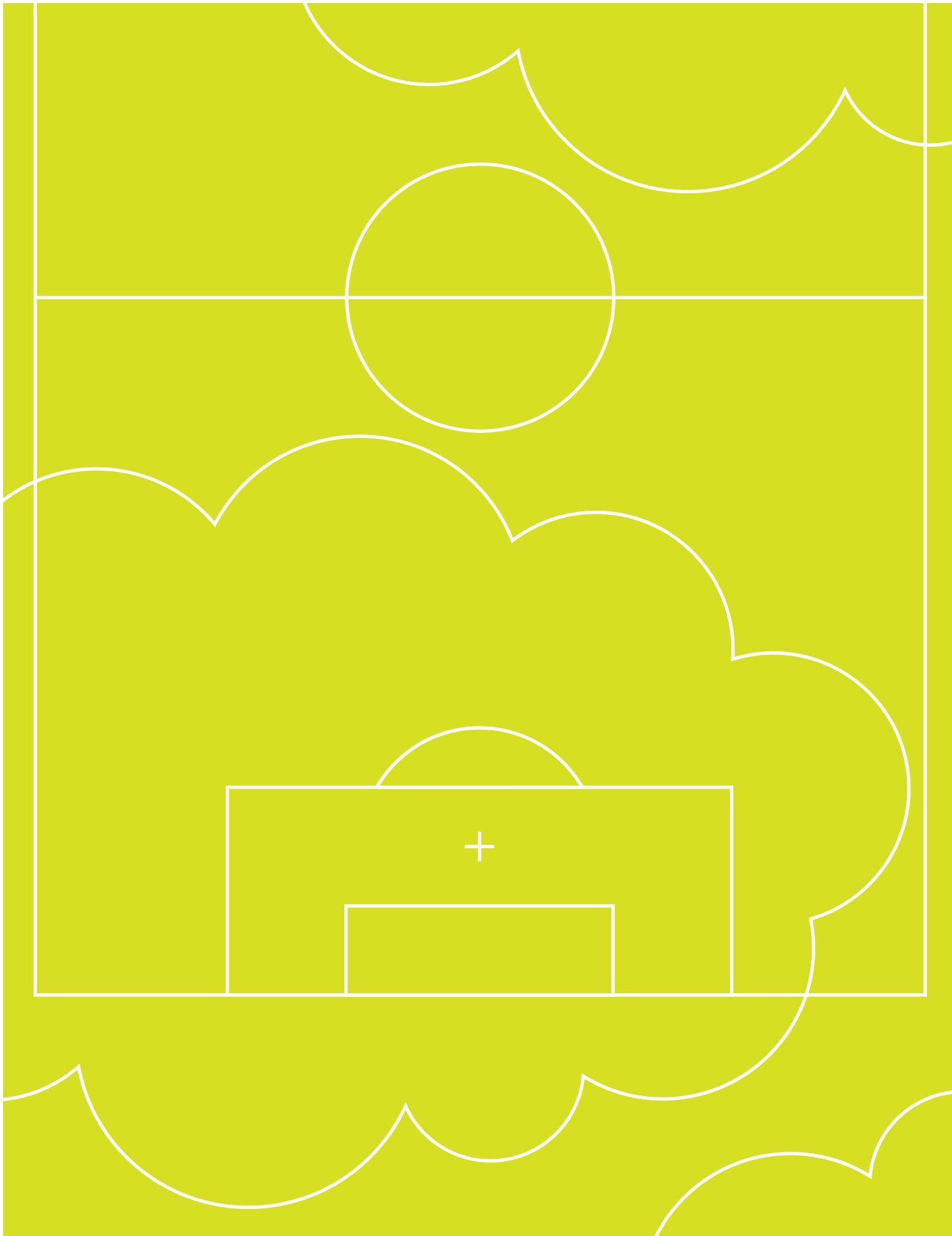
Animés par l'amour du travail bien fait et le goût des belles choses, les nombreux passagers de cet attelage marchent d'un même pas vers de nouvelles étapes, armés de leur bagage : leur savoir-faire. La cadence est soutenue mais ne nuit nullement à l'endurance. Pour eux, les paysages sont une source d'inspiration et les haltes reposent l'esprit. Chaque jour, reprendre ensemble le chemin pour de nouvelles chevauchées n'en est que plus fécond.

Et quand l'élégance, cette muse insaisissable, s'invite à bord pour prendre place à nos côtés, alors nous sommes comblés. Nous sommes bien placés pour savoir qu'elle ne se laisse pas apprivoiser par le premier venu. Essayez donc de la dominer, elle vous échappe. Notre clientèle choyée, qui est sensible et esthète, sait reconnaître sa présence dans nos créations et nous lui en sommes reconnaissants pour les succès de la Maison en 2013.

Gaudeamus! Réjouissons-nous que nos valeurs portent leurs fruits, que l'itinéraire que nous avons choisi nous mène paisiblement et avec entrain où nous voulons aller, les yeux grands ouverts.

Axel Dumas
Gérant

Émile Hermès SARL
Gérant, représentée par
Henri-Louis Bauer



PRÉSENTATION
DU
GROUPE
+



DIRECTION DU GROUPE

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 au Conseil de surveillance et aux assemblées générales d'actionnaires.

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 stratégique du groupe.



Le comité exécutif.



Directeur général aux côtés de Jean-Louis Dumas puis gérant d'Hermès International, Patrick Thomas a œuvré pendant dix-huit ans pour faire grandir la maison. Premier gérant non familial, il a embrassé avec passion les valeurs qui la portent, les a cultivées, les a enracinées plus profondément encore. Dirigeant visionnaire et entrepreneur, il a conduit les performances de la maison à des niveaux inégalés, et transmis un groupe solide et plein d'élan.

GÉRANCE

Axel Dumas ¹

Gérant

Patrick Thomas ²

Gérant

Émile Hermès SARL

Gérant, représentée
par **Henri-Louis Bauer**

COMITÉ EXÉCUTIF

Axel Dumas ¹

Gérant

Patrick Thomas ²

Gérant

Patrick Albaladejo

Directeur général adjoint
Développement stratégique
et image

Pierre-Alexis Dumas

Directeur artistique général

Florian Craen

Directeur général
Commercial

Mireille Maury

Directeur général
Finances-Administration

Guillaume de Seynes

Directeur général
Pôle Amont et Participations

1. Depuis le 5 juin 2013.

2. Jusqu'au 31 janvier 2014.

ORGANES SOCIAUX



Le Conseil de surveillance exerce un contrôle permanent de la gestion de la société.

Il dispose, à cet effet, des mêmes pouvoirs que les commissaires aux comptes. Pour chaque exercice, il décide des propositions d'affectation des bénéfices à soumettre à l'assemblée générale. Il doit être consulté par l'associé commandité avant toute décision en matière d'options stratégiques, de budgets consolidés d'exploitation et d'investissement, et de proposition à l'assemblée générale de distribution de primes d'émission, réserves et reports à nouveau. Il émet à l'intention de l'associé commandité un avis motivé sur la nomination ou la révocation de tout gérant.

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

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

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

CONSEIL DE SURVEILLANCE

Éric de Seynes
Président et membre

Maurice de Kervénoaël
Vice-président

Ernest-Antoine Seillière¹
Vice-président

Dominique Senequier²
Vice-présidente

Charles-Éric Bauer
Matthieu Dumas
Blaise Guerrand
Julie Guerrand
Renaud Momméja
Robert Peugeot
Nicolas Puech
Florence Woerth

COMITÉ D'AUDIT

Maurice de Kervénoaël
Président

Charles-Éric Bauer
Renaud Momméja
Robert Peugeot
Florence Woerth

COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS, DES NOMINATIONS ET DE LA GOUVERNANCE

Ernest-Antoine Seillière¹
Président

Dominique Senequier²
Présidente

Matthieu Dumas
Robert Peugeot

ASSOCIÉ COMMANDITÉ

Émile Hermès SARL,
représentée par son Conseil
de gérance :

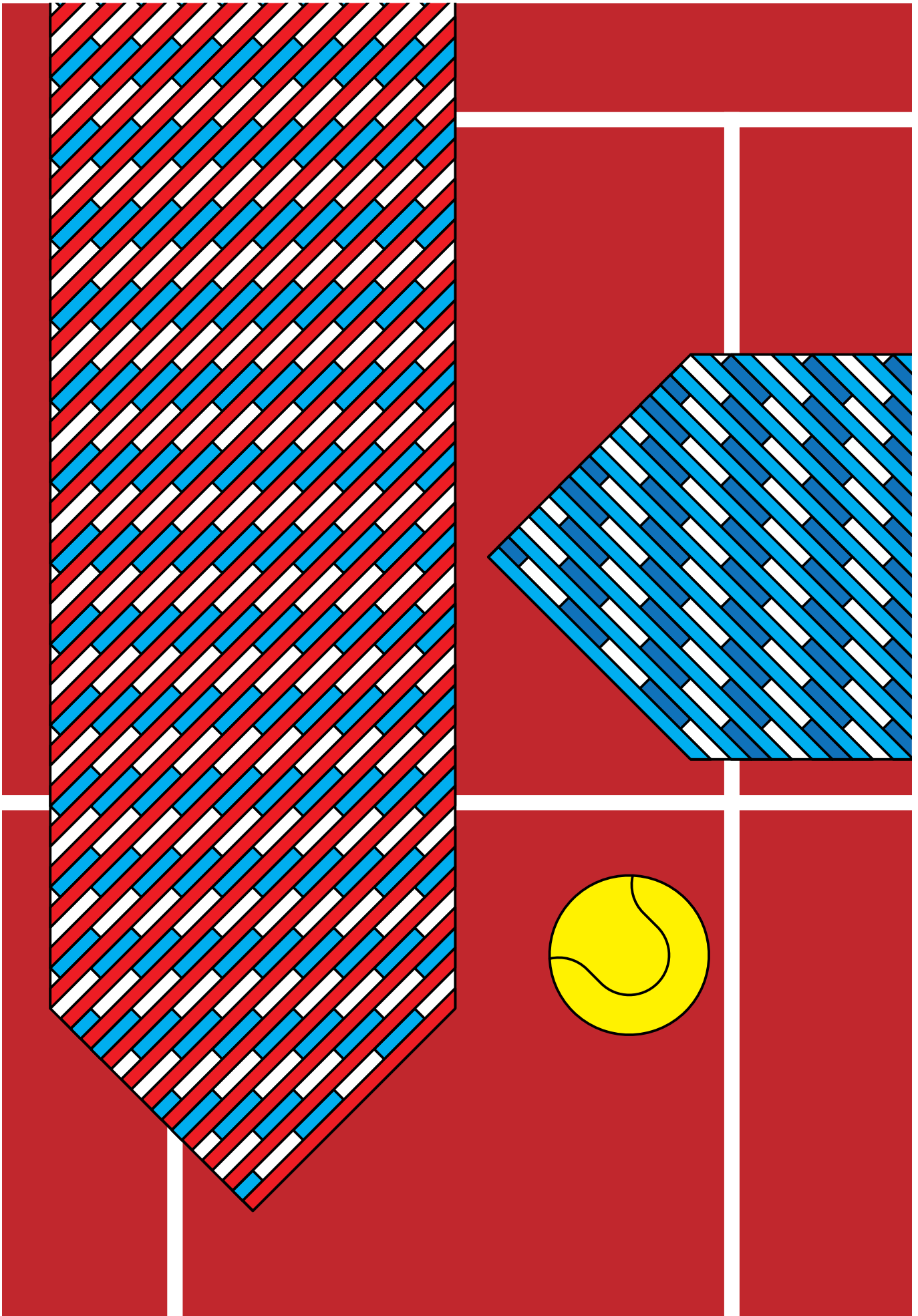
Henri-Louis Bauer
Gérant, Président et membre
du Conseil de gérance

Philippe Dumas
Vice-président

Hubert Guerrand
Vice-président

Sandrine Brekke
Frédéric Dumas
Édouard Guerrand
Agnès Harth
Laurent E. Momméja
Pascale Mussard
Bertrand Puech
Guillaume de Seynes

1. Jusqu'au 4 juin 2013.
2. Depuis le 4 juin 2013.



SIX GÉNÉRATIONS D'ARTISANS

Hermès emploie aujourd'hui 11 037 personnes dans le monde et compte 315 magasins exclusifs, dont 203 sous contrôle direct. La maison a acquis la dimension d'un groupe international, tout en restant une entreprise à taille humaine, fidèle à un savoir-faire artisanal.

En 1837, Thierry Hermès, harnacheur, s'installe à Paris. Depuis, ses descendants ont collaboré à l'édification de l'entreprise. En 1880, son fils transfère l'affaire familiale à l'adresse aujourd'hui célèbre, 24, faubourg Saint-Honoré, et étend son activité à la sellerie. Il fournit bientôt les écuries de l'aristocratie internationale en selles et harnais.

En 1918, avec l'avènement de l'automobile, Émile Hermès, petit-fils du fondateur, pressent la mutation des transports et anticipe les nouveaux modes de vie. Il lance des articles de maroquinerie et de bagages « cousus sellier ». Le style Hermès est né, et son champ ne cessera de s'élargir.

Par ailleurs, Émile Hermès crée une collection privée de tableaux, de livres et d'objets d'art, qui seront une source d'inspiration pour les créateurs.

Dans les années 1950, Robert Dumas et Jean-René Guerrand, gendres d'Émile Hermès, poursuivent la

diversification, tout en respectant l'intégrité de la marque : vêtements, bijoux, montres, agendas, carrés de soie...

À partir de 1978, Jean-Louis Dumas, avec d'autres membres de la cinquième et de la sixième génération, insuffle un nouvel élan grâce à l'apport de nouveaux métiers et à la mise en place d'un réseau mondial de magasins Hermès.

Vingt-huit ans plus tard, en 2006, il confie les rênes à Patrick Thomas et à la société Émile Hermès SARL, qui sont nommés gérants, tandis que la direction artistique générale est confiée à Pierre-Alexis Dumas en février 2009.

Axel Dumas, membre de la sixième génération, a été nommé gérant en 2013 aux côtés de Patrick Thomas qui, une fois la transition assurée, a décidé de quitter ses fonctions de gérant en janvier 2014.

Aujourd'hui, la maison déploie sa créativité à travers une grande diversité de métiers : maroquinerie et sellerie, prêt-à-porter féminin et masculin, chaussures, ceintures, gants, chapeaux, soie et textiles, bijoux, mobilier, tissus d'ameublement, papiers peints, arts de la table, parfums, montres, petit h.

De dimension internationale, Hermès s'exprime par une maîtrise industrielle nourrie des valeurs de l'artisanat, dans un cadre familial et un esprit créatif.

Depuis plus de 175 ans, Hermès crée, invente, innove.

Certains modèles connaissent, des décennies après leur création, un succès jamais démenti.

Réédités, réinterprétés, recréés, ces produits « intemporels » forgent l'identité d'Hermès.

1837

- Harnais

1867

- Selles

vers 1900

- Sac *Haut à courroies*,
créé par Émile Hermès

1903

- Couverture *Rocabar*

1922

- Ceintures

1923

- Sac deux poignées

1924

- Gants avec fermeture Éclair

à partir de 1925

- Premier blouson de sport,
puis développement des vêtements
féminins et masculins
- *Mallette à coins rapportés* (1)

1927

- Bracelets-montres
- Bracelet *Filet de selle*

1928

- Montre *Ermeto*
- Sac à dépêches

1930

- Agendas

1937

- Premiers carrés de soie

1938

- Bracelet *Chaîne d'ancre*,
créé par Robert Dumas
- Premiers vêtements à motif de carré

1949

- Cravates en soie imprimée
- Ceinture et bracelet *Collier de chien*

1951

- *Eau d'Hermès*

1954

- Tapis de plage en éponge imprimée

1956

- Le sac créé par Robert Dumas
dans les années 1930 est baptisé *Kelly*

1961

- *Twillaine*: vêtement en maille
et twill de soie
- Parfum féminin *Calèche*

1967

- Sac *Constance*

1970

- Parfum masculin *Équipage*

1971

- Bracelet *Nausicaa*

1972

- Premiers modèles de chaussures pour femme

1974

- Parfum féminin *Amazone*

1975

- Sac *Passe-Guide*
- Montre *Kelly*
- John Lobb, chaussures en prêt-à-porter

1978

- Première collection complète
de prêt-à-porter homme
- Chaussures ghillies *Highland*
- Bracelets en émail

1979

- *Eau de Cologne Hermès*,
baptisée *Eau d'orange verte* en 1997
- Carrés plissés

1981

- Montre *Clipper*

1984

- Service de porcelaine *Pivoines*
- Sac *Birkin*, créé par Jean-Louis Dumas

1985

- Gavroches en soie

1986

- Parfum masculin *Bel Ami*
- Service de porcelaine *Toucans*
- Ligne de mobilier *Pippa*

1991

- Montre *Cape Cod*

1993

- Selle *Oxer* (2)
- Montre *Médor*

1994

- Ligne des sacs mous

1995

- Parfum féminin *24 Faubourg*
- Sac *Fourre-tout*

1996

- Montre *Harnais*
- Montre *Heure H*

1997

- Premiers modèles de chaussures Hermès pour homme



2.



1.

1998

- Sac *Herbag*
- Bracelets en cuir double tour pour montre
- Basket *Quick*

1999

- Parfum féminin *Hiris*

2000

- Selle de dressage *Corlandus*
- Montre *Tandem*
- Services de porcelaine *Nil* et *Les Matins de l'étang*
- Parfum féminin *Rouge Hermès*

2001

- Selle d'obstacles *Essentielle*

2002

- Sac *Picotin*
- Ligne de bureau *Plein cuir*, réédition d'une ligne créée dans les années 1930
- Bague *Quark*

2003

- Parfum *Un Jardin en Méditerranée*
- *Twilly* en twill de soie
- Montre automatique en or *Dressage* (3)
- Porte-documents *Étrivière*

2004

- Parfum féminin *Eau des Merveilles*
- Selle d'obstacles *Brasilia*
- Collection de parfums *Hermessence*

2005

- Parfum *Un Jardin sur le Nil*
- Service de porcelaine *Balcon du Guadalquivir* (4)

2006

- Montre *Cape Cod 8 jours*
- Parfum masculin *Terre d'Hermès*
- Service de porcelaine *Cheval d'Orient*

2007

- Sac *Lindy* (5)
- Carrés 70 en soie vintage
- Parfum féminin *Kelly Calèche*
- Service de porcelaine *Fil d'argent*
- Bijoux en or rose et diamants bruns

2008

- Sac *Jypsière*
- Agenda *Horizon*
- Carrés fluides en jersey de soie
- Parfum *Un Jardin après la Mousson*

2009

- Selle *Victoria*
- Carrés surteints dip dye
- Collection des *Colognes Hermès*
- Service de porcelaine *Mosaïque au 24*
- Montre *Cape Cod Tonneau*

2010

- Collection haute bijouterie *Centaure et Fouet* (6)
- Service en faïence *Les Maisons enchantées*

- Selle *Talaris*
- Parfum *Voyage d'Hermès*
- Réédition de meubles Jean-Michel Frank par Hermès
- Sac *Toolbox*

2011

- Service de porcelaine *Bleus d'Ailleurs*
- Cravate *Tie 7*
- Sac *Berline*
- Parfum *Un Jardin sur le Toit*
- Montre *Arceau Le Temps suspendu*
- Première collection de tissus d'ameublement et papiers peints

2012

- Collection haute bijouterie sacs-bijoux
- Parfum féminin *Jour d'Hermès*
- Système modulable d'éléments architecturaux *Module H*
- Réédition du sac *Passe-Guide*
- Cravates 8 cm en heavy twill de soie

2013

- Selle *Cavale*
- Sac *Maxibox*
- Bicyclette de promenade *Le Flâneur d'Hermès*
- Montre *Arceau Lift*
- Collection de bijoux *Niloticus*
- Service de porcelaine *Rallye 24*
- Collection de meubles d'appoint *Les Nécessaires d'Hermès*



3.



4.



6.



5.

1. Page précédente: Publicité Hermès *Mallette à coins rapportés*, 1929.
2. Page précédente: *Selle Oxer*, 1993.
3. Montre automatique *Dressage* en or, 2003.
4. Service de porcelaine *Balcon du Guadalquivir*, 2005.
5. Sac *Lindy*, 2007.
6. Bague *Centaure* en or rose, or blanc, diamants et jade noir, 2010.

CHIFFRES CLÉS

PRINCIPALES DONNÉES CONSOLIDÉES (en M€)

	2013	2012	2011	2010	2009
Chiffre d'affaires	3754,8	3484,1	2841,2	2400,8	1914,3
Résultat opérationnel courant	1218,0	1118,6	885,2	668,2	462,9
Résultat opérationnel	1218,0	1118,6	885,2	668,2	462,9
Résultat net - Part du groupe	790,3	739,9	594,3	421,7	288,8
Capacité d'autofinancement	1015,9	884,8	722,8	571,5	401,1
Investissements (hors placements financiers)	232,4	370,0	214,4	153,8	207,3
Capitaux propres - Part du groupe ¹	2825,6	2344,4	2312,8	2150,3	1789,9
Trésorerie nette	1022,0	686,1	1038,3	828,5	507,6
Trésorerie nette retraitée ²	1091,0	721,0	1044,2	950,1	576,4
Valeur économique créée ³	679,1	628,5	463,8	332,7	191,6
Rendements des capitaux propres employés (ROCE) ⁴	41 %	46 %	42 %	32 %	21 %
Effectifs (en nombre de personnes)	11037	10118	9081	8366	8057

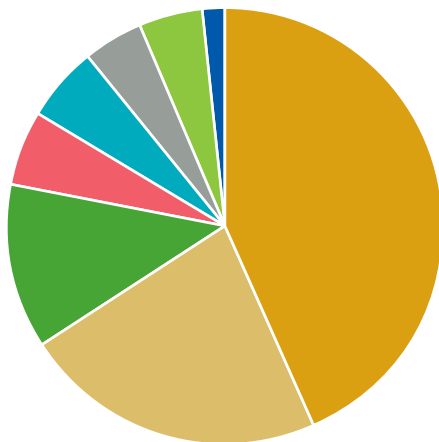
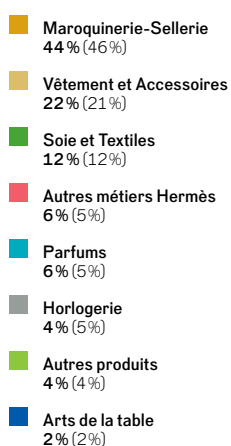
1 Correspond aux capitaux propres hors part des intérêts non contrôlés.

2 La trésorerie nette retraitée inclut les placements financiers non liquides et les emprunts.

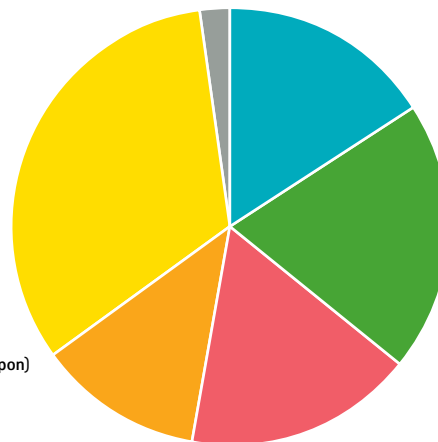
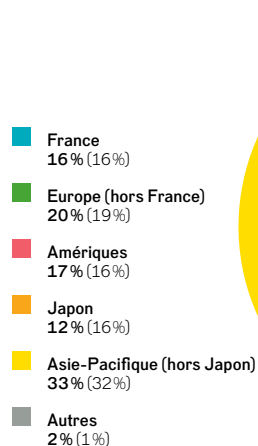
3 Correspond à la différence entre le résultat opérationnel ajusté, net d'impôt opérationnel, et le coût moyen pondéré des capitaux employés.

4 Correspond au résultat opérationnel ajusté, net d'impôt opérationnel, rapporté au montant moyen des capitaux employés.

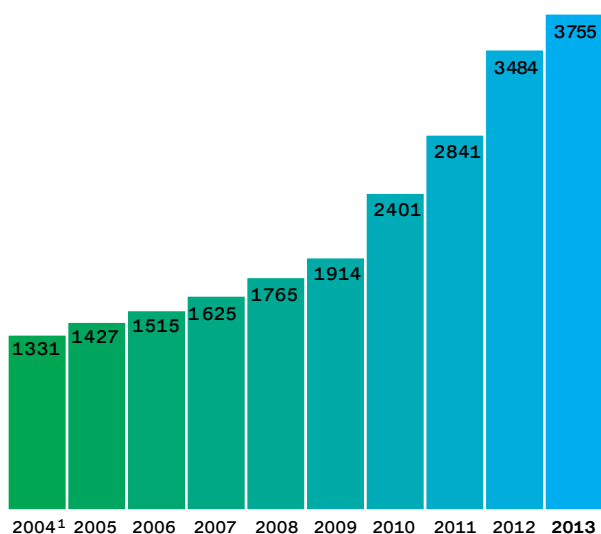
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR MÉTIER 2013 (2012)



CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE 2013 (2012)

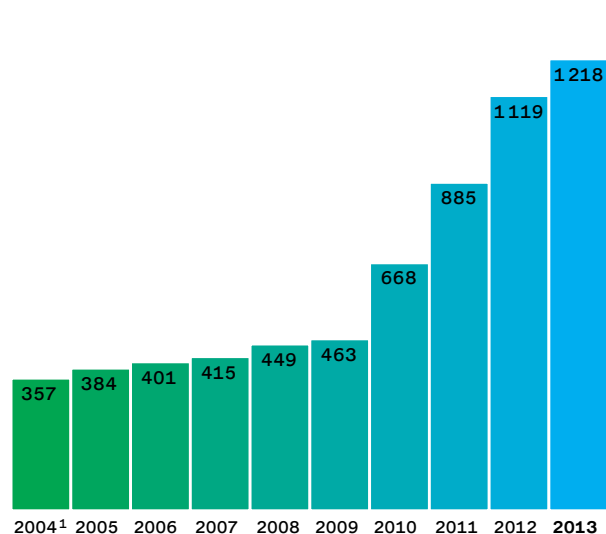


ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ (en M€)



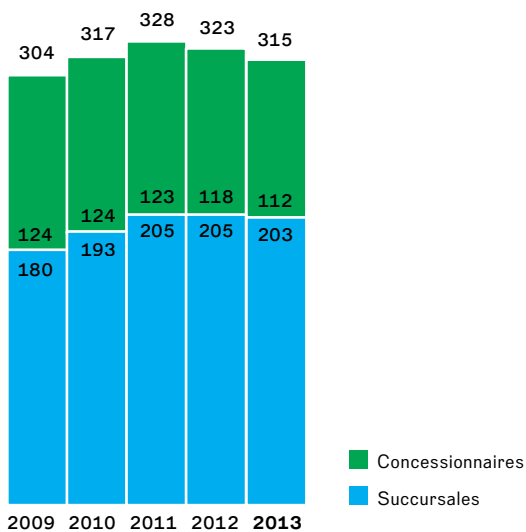
1 Données 2004 retraitées au format IFRS.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT (en M€)

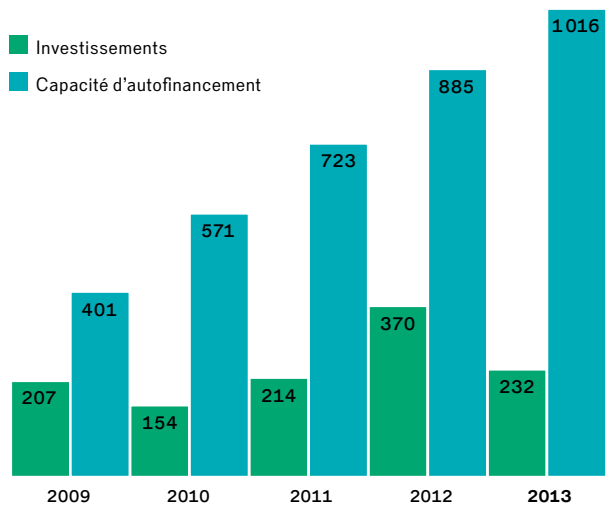


1 Données 2004 retraitées au format IFRS.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE MAGASINS EXCLUSIFS



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



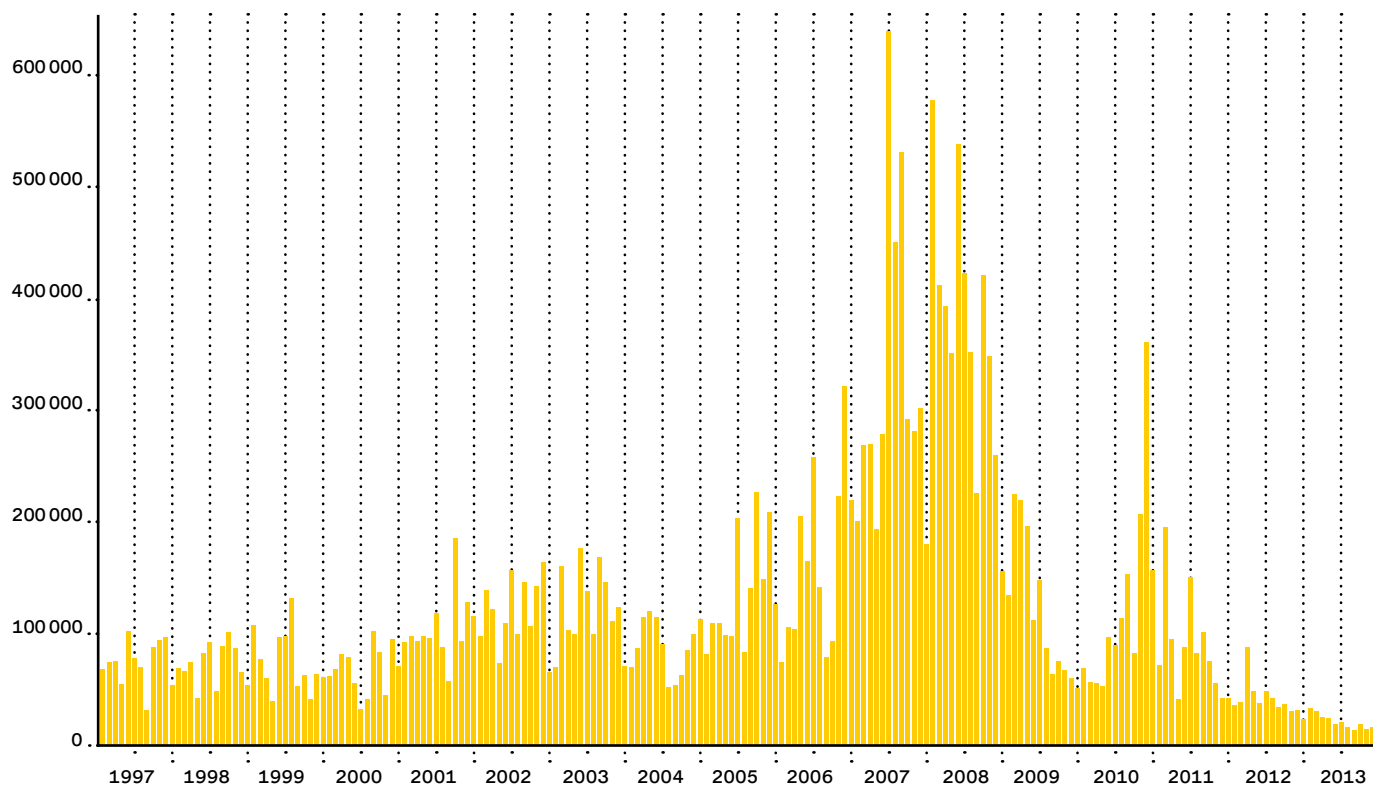
SYNTHÈSE DES DONNÉES BOURSIÈRES

	2013	2012	2011
Nombre d'actions inscrites au 31 décembre	105 569 412	105 569 412	105 569 412
Nombre d'actions moyen (hors autocontrôle)	104 118 188	104 087 228	104 556 945
Capitalisation boursière au 31 décembre	27,81 Mds €	23,89 Mds €	24,32 Mds €
Bénéfice net par action (hors autocontrôle)	7,59 €	7,11 €	5,68 €
Dividende par action	2,70 € ¹	2,50 €	7,00 € ²
Moyenne mensuelle des transactions quotidiennes	20 194	40 572	86 174
Cours le plus haut de l'année	283,20 €	290,90 €	272,50 €
Cours le plus bas de l'année	224,15 €	207,70 €	142,05 €
Cours moyen de l'année	255,73 €	241,84 €	200,23 €
Cours au 31 décembre	263,50 €	226,30 €	230,35 €

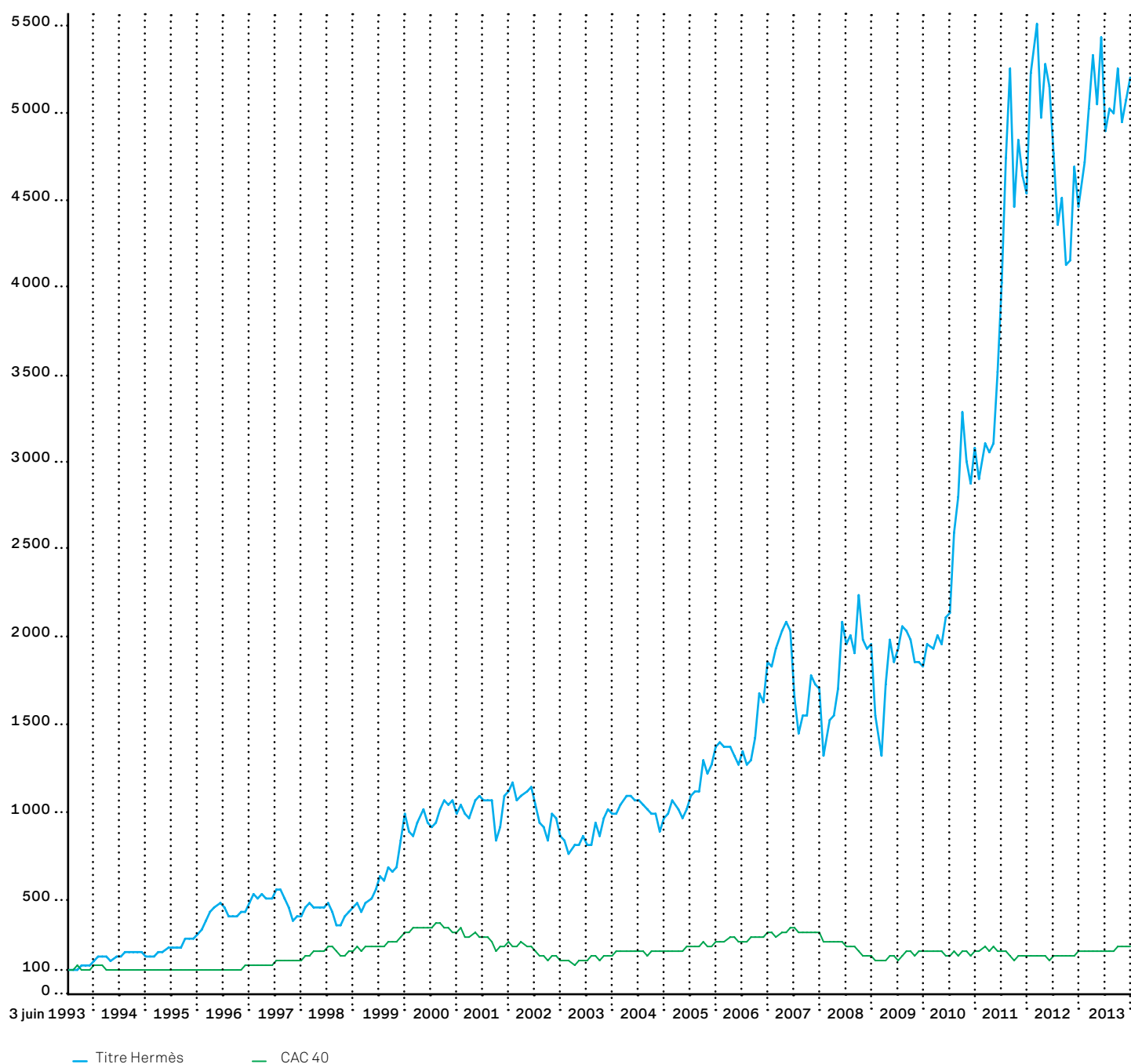
1 Sous réserve des décisions de l'assemblée générale ordinaire du 3 juin 2014. Un acompte de 1,50 € a été versé le 28 février 2014.

2 Correspond à un dividende ordinaire de 2,00 € et à un dividende exceptionnel de 5,00 €.

MOYENNE QUOTIDIENNE DES TRANSACTIONS (EN NOMBRE DE TITRES)



COURBES TITRE HERMÈS INTERNATIONAL ¹ / CAC 40 (BASE 100 LE 3 JUIN 1993)

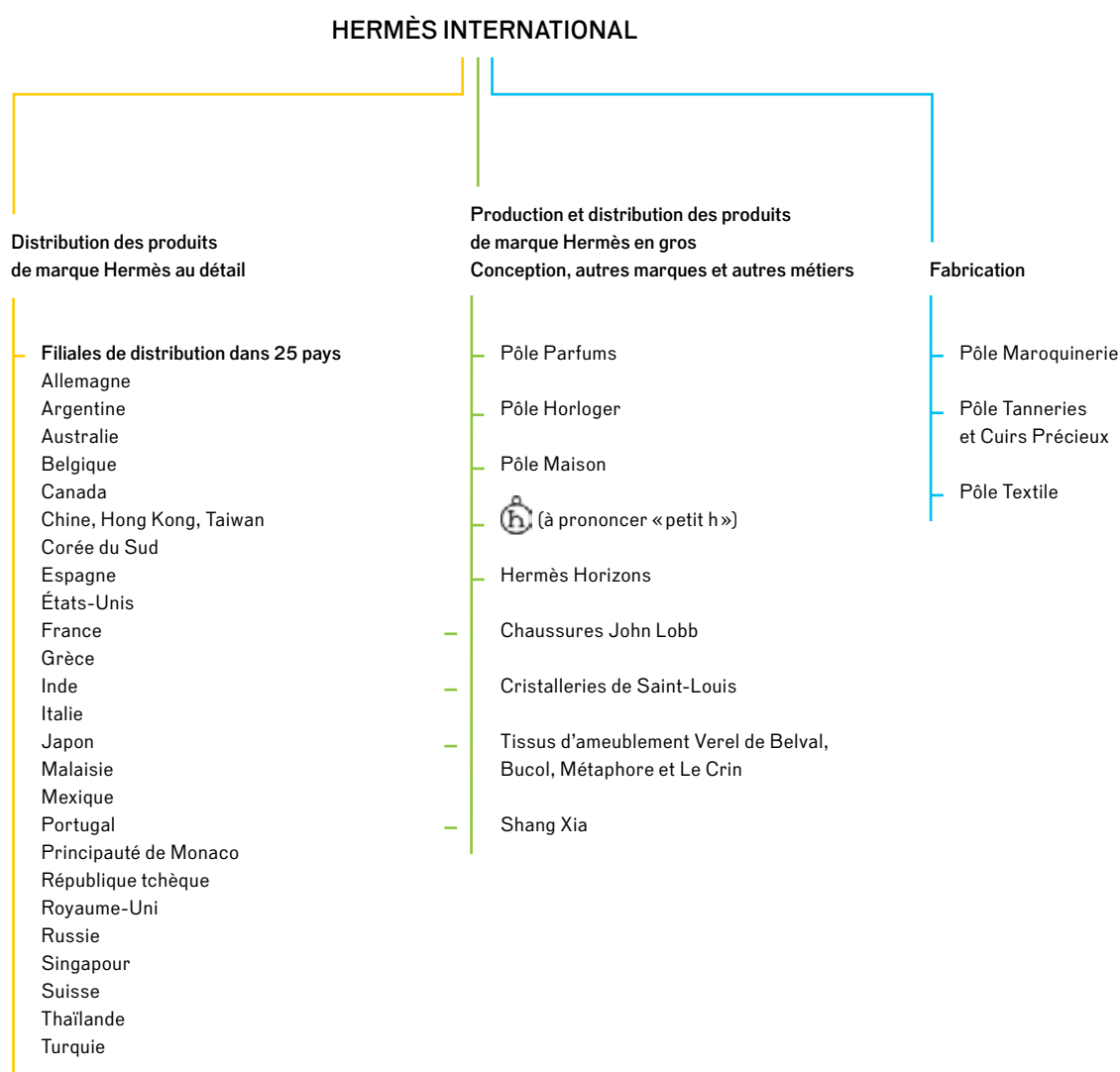


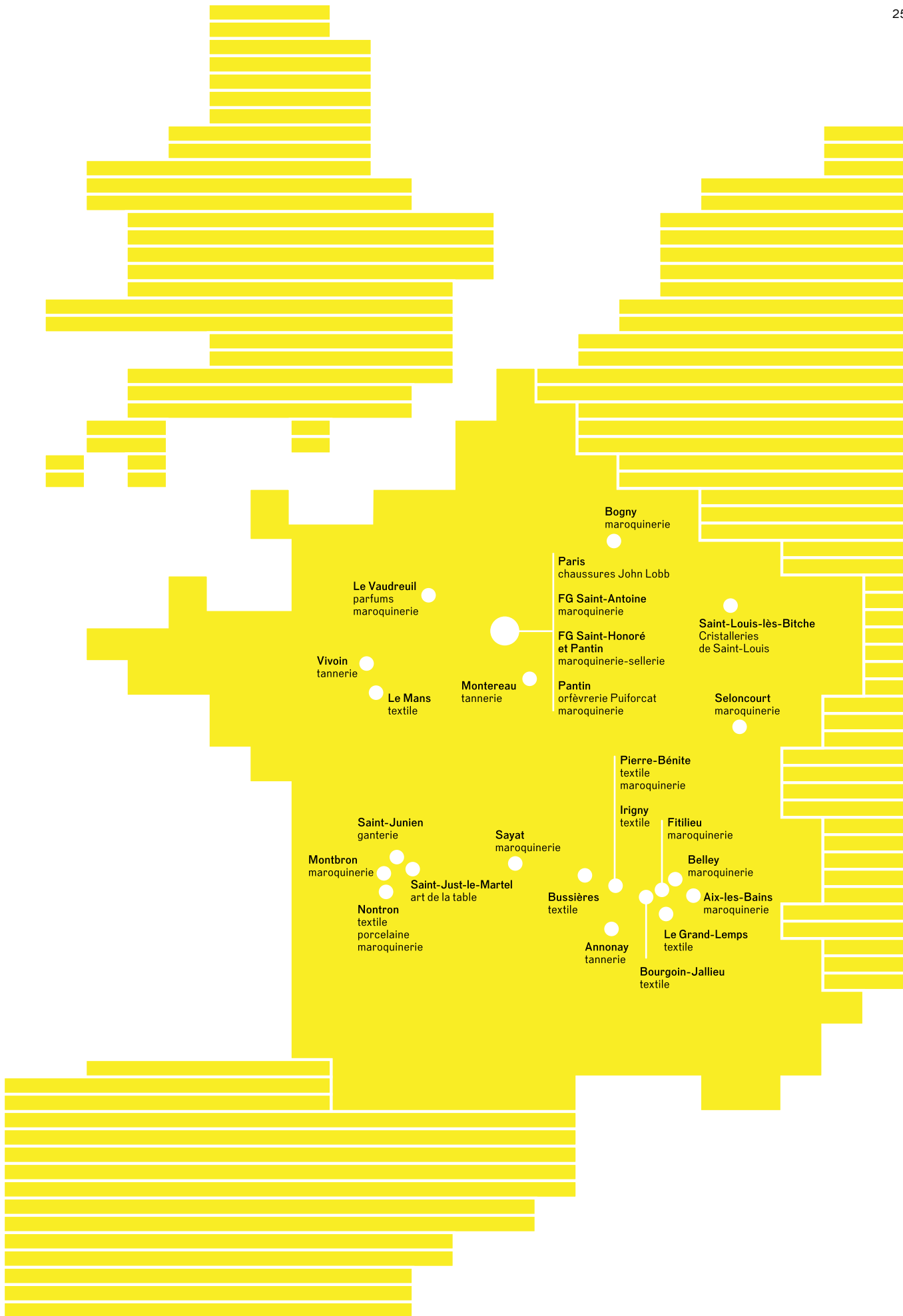
¹ Données ajustées pour tenir compte des divisions du nominal de l'action.
L'évolution mensuelle du titre Hermès International au cours des cinq dernières années est détaillée dans le tome 2 page 112.

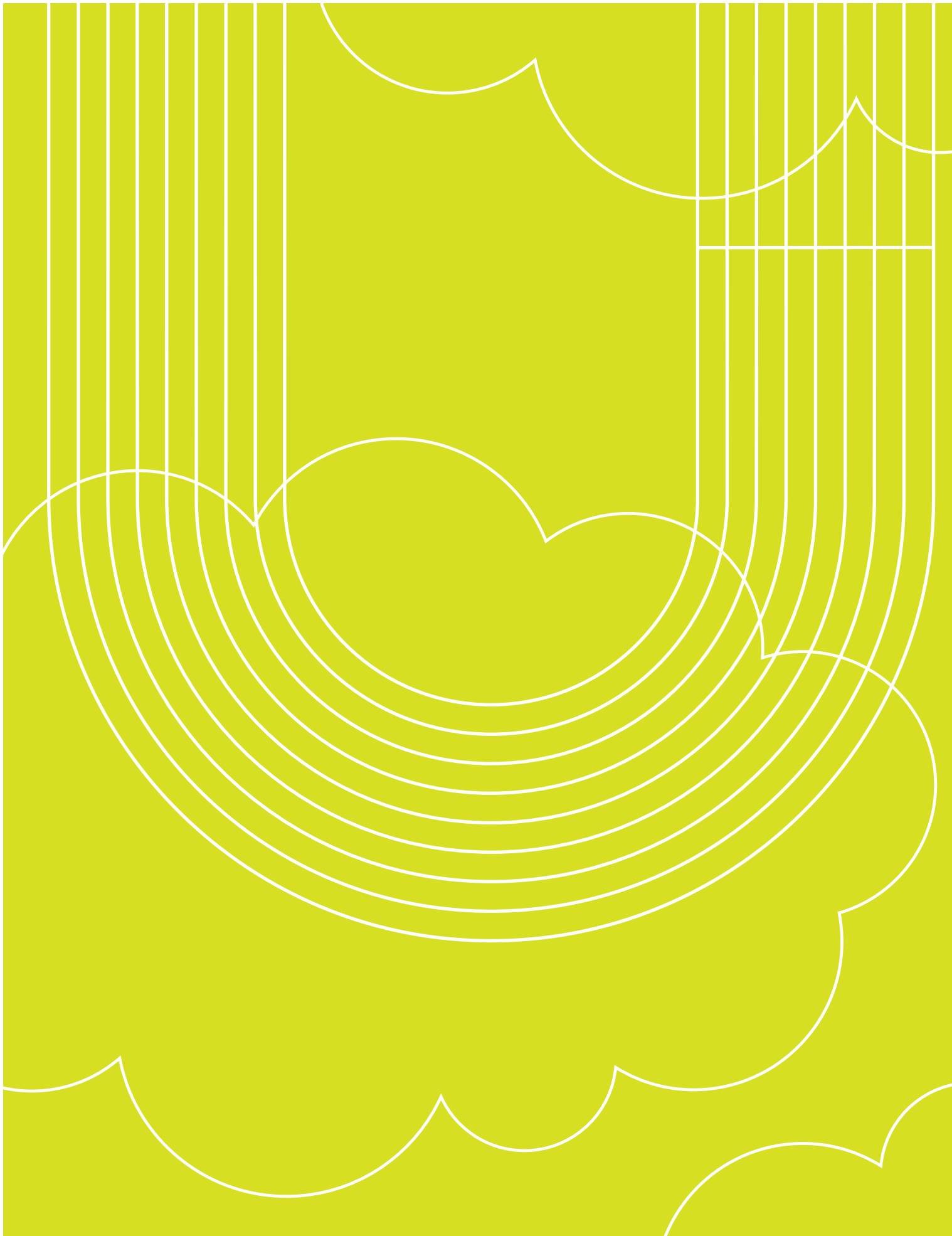
ORGANIGRAMME SIMPLIFIÉ

Description sommaire
du groupe au 31.12.2013.

—







The background is a solid light green color. Overlaid on this are white line-art elements. At the top, there are several overlapping, scalloped shapes representing clouds. Below these, a large, multi-arc rainbow is depicted with several concentric white lines. The bottom portion of the image features a series of vertical white lines of varying heights, some of which are topped with small, rounded, cloud-like shapes, suggesting rain or a misty atmosphere.

RAPPORT D'ACTIVITÉ

ÉVOLUTION GÉNÉRALE

FORTE CROISSANCE DES VENTES ET DES RÉSULTATS

Le chiffre d'affaires 2013 du groupe Hermès s'élève à 3 755 M€ en croissance de 8% à taux de change courants et de 13% à taux constants. Le résultat opérationnel de 1 218 M€ est en progression de 9%.

ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE ET PAR MÉTIER

(Données à taux de change comparables sauf indication explicite)

Le chiffre d'affaires annuel réalisé dans les magasins du groupe est en hausse de 13%. Hermès a poursuivi le développement qualitatif de son réseau de distribution avec l'inauguration de deux nouvelles succursales à Ningbo en Chine, et à Nagoya Mitsukoshi au Japon. Aux États-Unis, le magasin de Beverly Hills a été agrandi et rénové avec succès. À Milan, Hermès s'est réinstallé dans un nouvel emplacement de choix sur la célèbre via Montenapoleone.

TOUTES LES ZONES GÉOGRAPHIQUES ONT CONTRIBUÉ À LA CROISSANCE

L'Asie hors Japon (+ 16%) et l'Amérique (+ 14%) ont été particulièrement dynamiques. L'Europe (+ 12%) bénéficie d'une activité soutenue dans l'ensemble des pays malgré un contexte économique difficile. Le Japon (+ 7%) réalise une très bonne performance.

TOUS LES MÉTIERS SONT EN DÉVELOPPEMENT GRÂCE À DES CRÉATIONS AMBITIEUSES

La Maroquinerie-Sellerie (+ 9%), dont la demande reste très forte, poursuit l'enrichissement de ses collections et le développement de ses capacités de production, avec notamment la montée en puissance des deux manufactures ouvertes en 2012 en Isère et en Charente et le projet de création de deux nouveaux établissements dans la région Franche-Comté.

La division Vêtement et Accessoires (+ 18%) bénéficie du dynamisme des accessoires de mode et des dernières collections de prêt-à-porter qui ont célébré le thème de l'année « Chic, le sport ! ».

Le métier Soie et Textiles (+ 12%) réalise une bonne performance grâce à une offre enrichie de nouvelles matières et de nouveaux formats.

Les Parfums (+ 15%) ont confirmé en 2013 leur belle dynamique. Le nouveau parfum féminin *Jour d'Hermès* a reçu un excellent accueil, tandis que *Terre d'Hermès* poursuit sa croissance et s'affirme comme un grand classique de la parfumerie masculine.

Après une année 2012 exceptionnelle, l'Horlogerie (+ 1%) a été affectée par le ralentissement observé sur le marché chinois.

Les Autres métiers Hermès (+ 37%) réalisent une progression remarquable. La Bijouterie contribue fortement à cette dynamique grâce au succès des dernières collections en or.

LA RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE (32,4 %) EST SUPÉRIEURE AU PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE ATTEINT EN 2012

Le résultat opérationnel croît de 9 % et atteint 1 218 M€ contre 1 119 M€ en 2012. La rentabilité opérationnelle (32 % des ventes) s'améliore de 0,3 point par rapport à 2012.

Après prise en compte d'un alourdissement de la charge fiscale, notamment en France, le résultat net consolidé part du groupe, qui s'élève à 790 M€, progresse de 7 %.

La capacité d'autofinancement atteint 1 016 M€, en croissance de 15 %. Cette hausse plus rapide que celle du résultat net provient du poids plus important en 2013 des charges sans incidence sur la trésorerie (mise à la juste valeur des instruments de couverture et comptabilisation des plans d'actions gratuites).

Après financement de l'intégralité des investissements opérationnels et financiers (232 M€), de la distribution du dividende (260 M€) et du besoin en fonds de roulement (119 M€), la trésorerie nette progresse fortement pour atteindre 1 022 M€ au 31 décembre 2013 contre 686 M€ au 31 décembre 2012.

En 2013, Hermès International a procédé au rachat de 10 746 actions pour 3 M€, hors contrat de liquidité.

CROISSANCE DES EFFECTIFS

Le groupe Hermès a créé plus de 900 nouveaux emplois, dont plus de 500 en France, principalement dans les manufactures et les équipes de ventes. Fin 2013, le groupe employait 11 037 personnes dont 6 631 en France.

PERSPECTIVES 2014

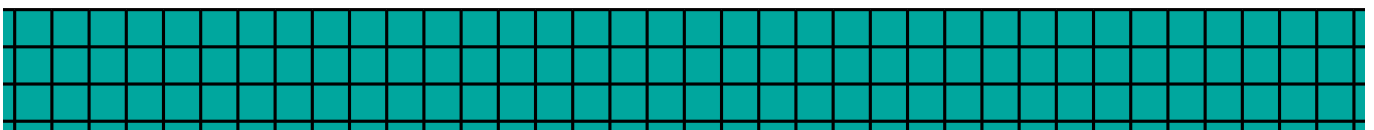
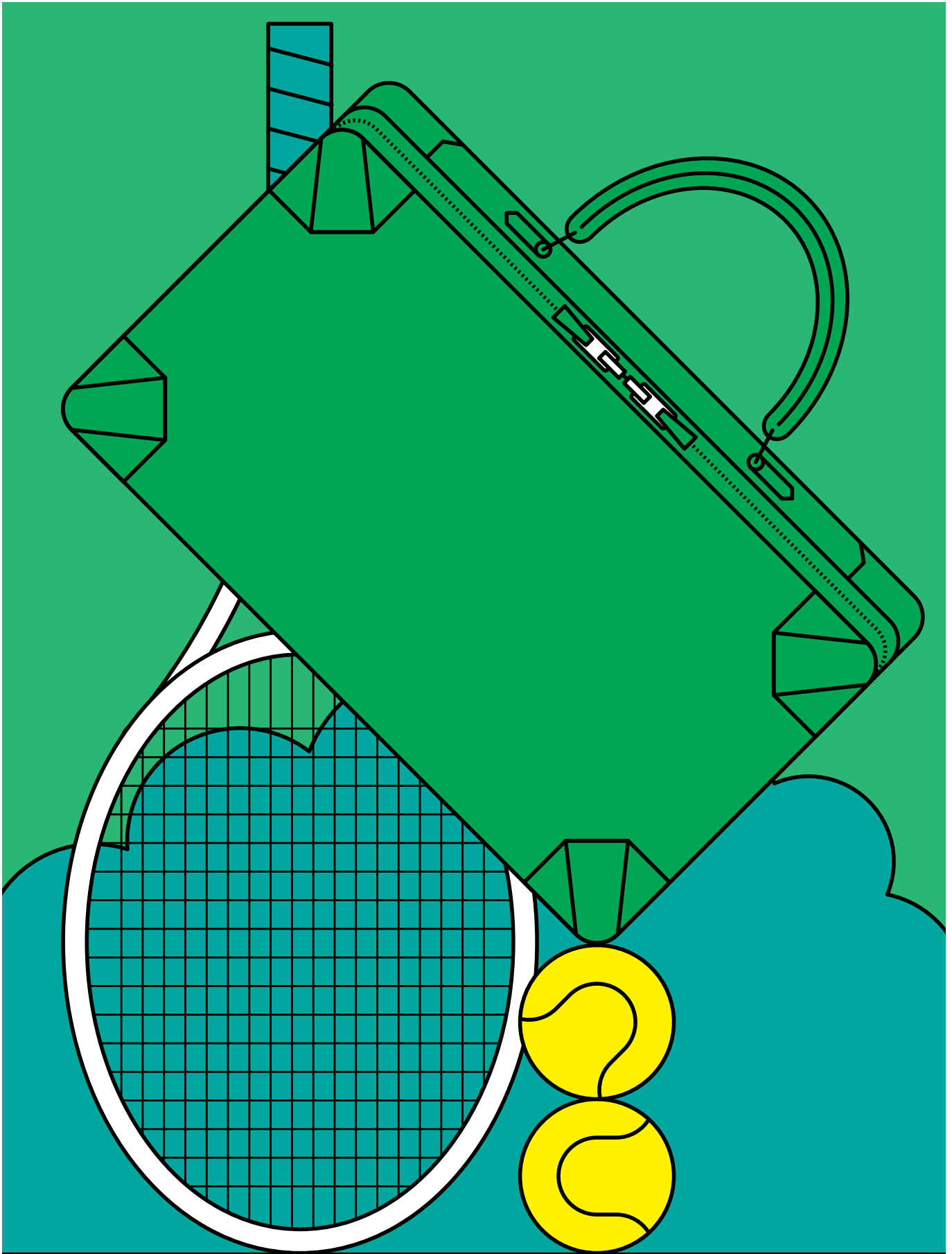
Hermès poursuivra sa stratégie à long terme fondée sur la créativité, la maîtrise des savoir-faire, le développement de son réseau de distribution, le renforcement de ses capacités de production et la sécurisation de ses approvisionnements.

En 2014, c'est sous le thème de la métamorphose que notre maison sera placée, celle des matières précieuses devenues objets plus précieux encore sous la main habile des artisans. C'est la volonté de notre maison de se réinventer pour repousser les limites de l'excellence.

PROPOSITION DE DIVIDENDE

Lors de l'Assemblée générale du 3 juin 2014, il sera proposé de fixer le dividende à 2,70 € par action. L'acompte de 1,50 € versé le 28 février 2014 viendra en déduction du dividende qui sera décidé par l'Assemblée générale.

Les comptes consolidés complets seront disponibles au plus tard le 30 avril 2014 à l'adresse www.hermes-international.com, ainsi que sur le site de l'AMF (www.amf-france.org).



ACTIVITÉ PAR MÉTIER

	2013 (CA en M€)	2013 (Mix en %)	2012 (CA en M€)	2012 (Mix en %)	Évolutions à taux de change courants	Évolutions à taux de change constants
Maroquinerie-Sellerie	1 634	44 %	1 597	46 %	2,3%	8,8%
Vêtement et Accessoires	843	22 %	746	21 %	13,1%	17,9%
Soie et Textiles	454	12 %	425	12 %	6,9%	11,5%
Autres métiers Hermès	216	6 %	165	5 %	31,0%	36,5%
Parfums	210	6 %	184	5 %	13,9%	14,8%
Horlogerie	167	4 %	173	5 %	(3,2) %	1,0%
Arts de la table	61	2 %	60	2 %	1,2%	4,4%
Autres produits	170	4 %	135	4 %	25,7%	29,0%
Chiffre d'affaires consolidé	3 755	100 %	3 484	100 %	7,8 %	13,0 %

Les métiers Hermès mettent en œuvre des savoir-faire multiples, au service d'une création ambitieuse. Portés par une dynamique permanente d'innovation et une culture approfondie de l'excellence, ils enrichissent année après année des collections comptant plus de 50 000 références.

En 2013, de nombreuses nouveautés sont venues agrandir les familles de produits et nourrir la croissance du groupe.

MAROQUINERIE-SELLERIE

Métier d'origine de la maison Hermès, la Maroquinerie-Sellerie s'exprime à travers des collections de sacs et de pochettes, de porte-documents, de bagages, d'agendas et de produits d'écriture, de petite maroquinerie, de selles, d'objets et de

vêtements d'équitation pour le cheval comme pour le cavalier.

En 2013, son chiffre d'affaires, qui représente 44 % des ventes du groupe, a atteint 1 634 M€, en hausse de 9 % à taux de change constants.

La maroquinerie Hermès cultive et renouvelle sans cesse son savoir-faire historique de sellier, établi sur la maîtrise de la transformation de matières nobles. Pour y parvenir, Hermès emploie plus de 2 000 artisans, répartis dans 14 sites manufacturiers sur le territoire français, qui façonnent des objets nomades et intemporels dans une exigence permanente de qualité.

Afin de s'adapter à une demande toujours plus forte, la maroquinerie doit associer disponibilité des matières et augmentation des capacités de production.

Ceci passe par le renforcement des partenariats initiés souvent de longue date avec les fournisseurs, le recrutement de nouveaux artisans et la décision de créer en 2013 deux nouvelles manufactures en Franche-Comté, en complément des deux sites ouverts en 2012 en Charente et en Isère. Expertises uniques, apprentissage permanent et transmission des savoir-faire enrichissent la maîtrise des gestes et la pérennité de ces métiers.

Les collections de sacs et bagages, petite maroquinerie et produits d'équitation ont encore une fois rencontré un vif succès en 2013.

En maroquinerie, de nombreux modèles de sacs ont confirmé leur statut de pilier : du *Lindy* au *Jypsière*, du *Toolbox* au *Constance*, du *Bolide* au *Victoria*, du *Plume* au *Berline...*, sans oublier les *Kelly* et *Birkin* qui continuent de se renouveler dans d'autres couleurs, d'autres cuirs et d'autres finitions.

Enfin, de multiples nouveautés sont venues créer la surprise et inviter au rêve tout au long de l'année.

LES SACS ET LES BAGAGES

Portée par le thème « Chic, le sport ! », la maroquinerie a saisi la balle au bond et choisi d'interpréter le thème sur tous les terrains, de la mer à la montagne.

C'est ainsi que le traditionnel sac à linge, emblème des marins, a été réinventé pour devenir *Babord*, un sac contemporain de caractère pour les hommes, astucieux et pratique, et *Soie Cool*, un baluchon de moussaillon en soie imprimée pour les femmes.

Puisant son inspiration dans les voyages transatlantiques des années 1930, où les voyageurs ornaient leurs bagages de signes de reconnaissance colorés, le motif *Flag*, bandeau de couleur en galon ou en cuir, est apparu sur les sacs *Haut à courroies*, *Kelly* et *Birkin*.

Deux grands classiques se sont amusés à jouer les sportifs : *Kelly Golf*, dont la languette frangée-perforée rappelle les chaussures des golfeurs, et *Birkin Sailor*, qui adopte le jeu de laçage-coutures caractéristique des chaussures bateau.

1. Sac *Kelly Golf* en Box et bavette frangée en veau Swift.

2. Sac *Haut à courroies Flag 50* en toile H surteinte et veau Barénia.

3. Sac *Berline mini* en veau Swift.

4. Sac *Convoyeur* en veau Barénia.

5. Sac besace *Bourlingue* en toile H et veau Barénia.

6. Sac à dos *Paris-Verbier 22* en veau Volupto.

7. Porte-valeurs en veau Sikkim.

8. Sacs à dépêches 2 soufflets 38 cm en veau Togo.



1.



2.



3.

Enfin, les amateurs de nature et de grand air ont pu apprécier le sac à dos et la pochette ceinture *Paris-Verbier*, mettant en œuvre les savoir-faire les plus exigeants.

D'autres créations ont marqué cette année :

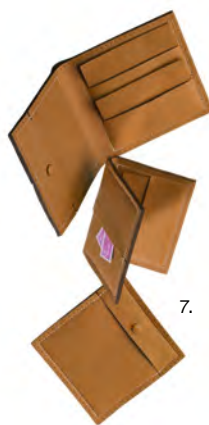
- deux nouveaux modèles majeurs : le *Maxibox*, sac qui adopte l'identité forte des malles de voyage, avec ses coins rapportés et sa poignée à couture sellier, et le *Convoyeur*, dont le grand volume en hauteur, inspiré des sacs des convoyeurs de fonds, concentre tous les savoir-faire maroquiniers de la maison ;
- la besace *Bourlingue*, réinterprétation fonctionnelle du compagnon de vie au quotidien ;
- le sac-pochette *Sillage*, au système de fermeture sobre et efficace ;
- de nouvelles pochettes contemporaines et fonctionnelles, notamment la pochette du soir *Pliplat* ;
- le petit cabas *Malletina*, pièce d'exception dont les poignées inspirées des malles de la maison expriment toute la créativité et la maîtrise des artisans ;

- le sac du soir *Fil d'argent*, sommet de raffinement avec sa cote de mailles, véritable travail d'orfèvre entourant un délicat pochon en agneau.

Des variations autour de sacs existants sont apparues : le sac *Berline* dans une nouvelle taille mini, façon coupé sport, deux nouvelles versions créatives et colorées du sac *Plume*, une nouvelle taille pour le *Jypsière*.

La maroquinerie homme a revisité plusieurs modèles de sacs : *Plume Fourre-tout 40*, *Étrivière Meeting*, ainsi qu'un inédit *Plume 12H* encore plus fonctionnel avec son format étroit adapté à un usage professionnel, son étui ordinateur moussé amovible et ses poches intérieures. Quant au très apprécié *Sac à dépêches*, il se pare de nouvelles couleurs offrant des jeux de contraste entre intérieur et extérieur.

Enfin, un nouveau format *Fourre-tout* est venu agrandir la ligne de bagages roulants : *Calèche-Express*, modèle mixte et parfait compagnon de voyage.



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

En 2013, de nombreuses nouveautés mettant toujours en avant les aspects fonctionnels et adaptés à la vie quotidienne ont vu le jour. Ainsi la ligne *MC² piqué*, pratique avec sa poche extérieure, adopte d'élégantes piqûres et une doublure intérieure contrastée. La panoplie digitale s'étoffe en proposant un *E-zip* pour Ipad^{®1} mini. La pochette *Zip Computer*, désormais équipée d'une mousse de protection, est déclinée dans une version précieuse en crocodile mat doublé de chèvre.

La ligne masculine *Citizen twill*, en cuir doublé de twill de soie, a confirmé son succès, tandis qu'une petite maroquinerie originale par son design et sa construction a vu le jour : la ligne *Flex*.

1 Ipad[®] est une marque appartenant à la société Apple Inc.

L'ÉQUITATION

Hermès a renforcé son implication dans le monde du cheval et accueilli de nouveaux cavaliers professionnels partenaires.

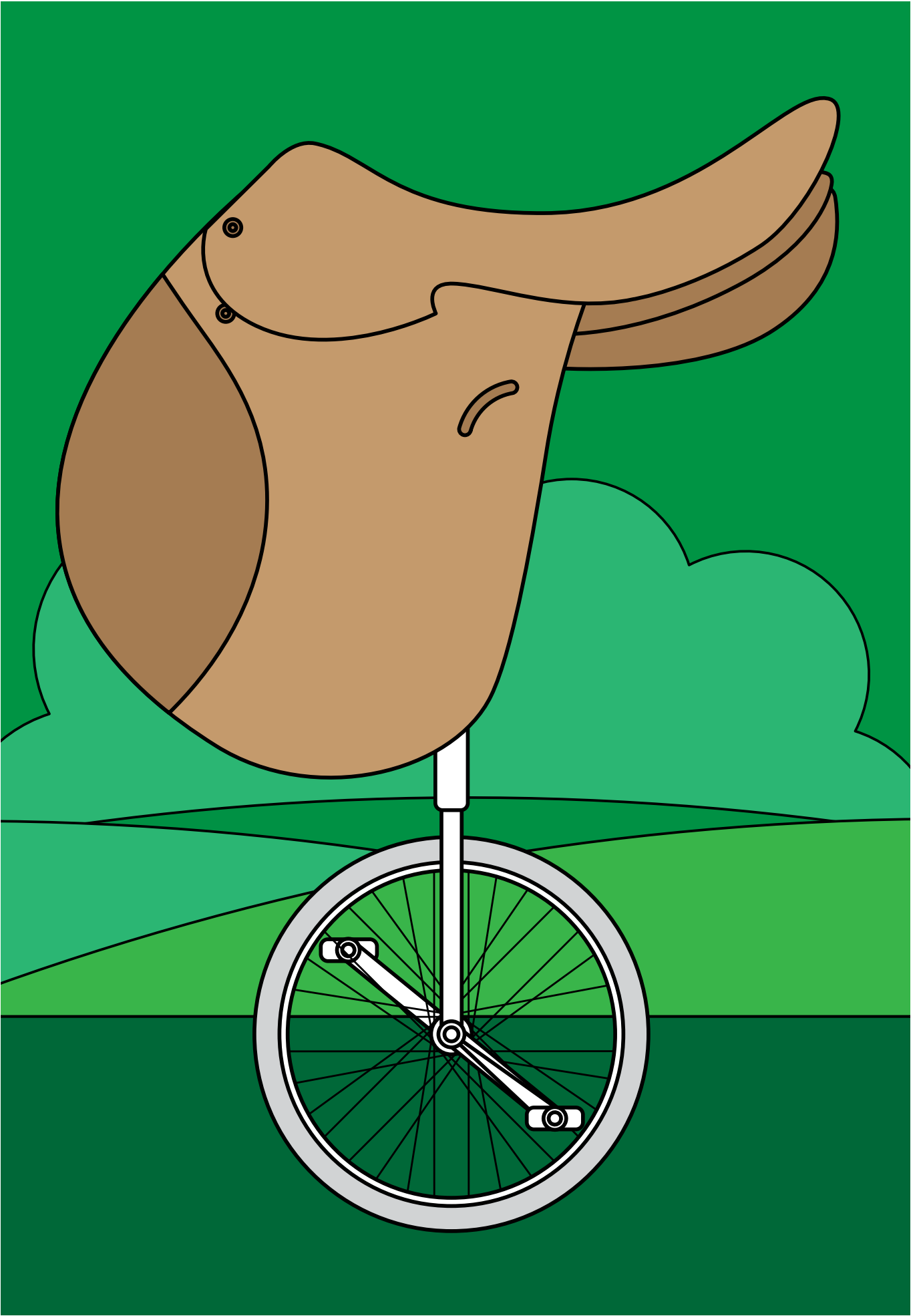
Présentée en avril 2013 à l'occasion du *Saut Hermès*, la selle *Hermès Cavale* s'est imposée comme une selle de référence. Pour la mettre au point, Hermès s'est appuyé sur l'expertise de Simon Delestre, cavalier partenaire de la maison et classé parmi les

meilleurs mondiaux. Il a défini les exigences du cavalier de saut d'obstacles de haut niveau, puis participé à l'élaboration et aux essais de cette selle dont il accompagne le développement depuis plus de deux ans. Philippe Benoit, vétérinaire de renommée internationale, y a également contribué en analysant les exigences liées à la morphologie des chevaux, pour que la selle s'adapte parfaitement à leur dos.

Le résultat est à la hauteur des ambitions : une équitation au plus proche du cheval. Cette selle procure au cavalier une sensation parfaite à l'obstacle et un grand confort, grâce notamment au siège sans couture, et respecte le dos du cheval dans l'effort, grâce à l'écartement et à la souplesse des panneaux.

De nombreux cavaliers professionnels de haut niveau l'ont déjà adoptée et contribuent à leur tour à la faire progresser vers encore plus d'efficacité à l'obstacle.

Enfin, l'écurie Hermès, qui rassemble les cavaliers professionnels partenaires de la maison, s'est élargie dans les trois disciplines du saut d'obstacles, du dressage et du concours complet. Le champion olympique et champion du monde Rodrigo Pessoa est venu rejoindre cette équipe comptant désormais douze cavaliers émérites, qui portent haut les couleurs de l'équitation Hermès.



VÊTEMENT ET ACCESSOIRES

Le métier Vêtement et Accessoires est la deuxième activité du groupe Hermès, avec 22 % des ventes consolidées. En 2013, il a généré un chiffre d'affaires de 843 M€, en hausse de 18 % à taux de change constants.

LE PRÊT-À-PORTER FEMME

Christophe Lemaire, directeur artistique du prêt-à-porter femme, poursuit la construction du vestiaire Hermès : une suite de vêtements aux formes génériques et raffinées, mettant en avant la qualité des matières et la précision des coupes.

La collection printemps-été 2013, chic et décontractée, propose une inspiration garçonne avec des costumes d'été aux matières douces, fraîches et confortables. Les silhouettes s'habillent d'imprimés exclusifs : *Fleur de Tahiti*, *Aloha*, *Échec au roi*... ou adoptent un esprit « casaque », dans des cuirs et soies exceptionnels qui révèlent des couleurs vives et éclatantes.

L'univers du bain confirme sa présence au cœur de la collection,

avec une ligne complète de maillots de bain, de paréos et de vêtements de plage.

Présentée lors d'un défilé particulièrement salué par la presse, la collection femme de l'hiver 2013 cultive une élégance réfléchie, avec des silhouettes graciles et tenues, dans un mouvement de lignes d'uniforme : manteaux peignoirs, tailleurs masculins, longues jupes crayons et blouses blanches.

Porté par le thème « Chic, le sport ! », Hermès a lancé cette année une collection sports d'hiver. La maison renoue ainsi avec son patrimoine et son histoire, puisqu'elle avait déjà goûté aux plaisirs de la montagne dans les années 1930, proposant alors ses premiers vêtements de sport et de ski. Imaginée par Christophe Lemaire, cette nouvelle ligne conjugue la même exigence de confort, d'élégance et de performance, grâce à des matières et doublures techniques qui combinent respiration du vêtement et isolation thermique : feutre de laine et d'angora déperlant, parka en veau imperméable doublé de twill de soie, pull seconde peau en soie imprimée. Chic, le sport d'hiver !





2.

1. Prêt-à-porter femme, collection automne-hiver 2013.
2. Prêt-à-porter homme, collection automne-hiver 2013.

LE PRÊT-À-PORTER HOMME

Véronique Nichanian, directrice artistique du prêt-à-porter homme, a construit ses collections 2013 autour de vêtements hybrides aux multiples lectures, pour proposer un vestiaire chic à l'allure sportive, en écho au thème « Chic, le sport! ».

Télescopant le casual chic et le soir, la collection printemps-été invente des vêtements pluriels, dans un subtil mélange de matières naturelles et techniques dont les formes et les détails s'inspirent du monde du sport. La gamme de couleurs croise les tons neutres (blanc, calcaire, chanvre, pierre, indigo et noir) avec les notes vibrantes (cobalt, bleu de Prusse, lime, absinthe, piment). L'allure est dynamique, la silhouette dessinée. La fonction des vêtements est détournée pour allier de manière inattendue la ville et le sport : effets réversibles, manches raglan, imprimés intérieur / extérieur...

La collection inclut de nombreuses nouveautés : modèle *Rive Gauche* pour vestes et costumes, chemise baseball en nubuck ciré bicolore, ou encore pantalons et bermudas à ceinture résille. Autant de pièces qui viennent compléter la silhouette d'un été résolument composite.

Pour l'automne-hiver, la collection propose une rencontre entre le sport-chic, l'après-sport et la ville : un vestiaire contemporain et fonctionnel articulé autour de variations de manteaux. Les tonalités hivernales (marine, écorce, rouge brique) répondent aux accents vibrants (jaune d'or et rose indien), et la tension des lignes donne aux silhouettes une allure dynamique. Le mélange des matières naturelles et techniques, tout en raffinement, s'accompagne d'effets de matelassage, de détails rayures ou de couleurs vives, dans un esprit tonique. Cette recherche caractérise les nouveaux modèles de la saison : manteau *24 James* boutons *Ex-Libris* argent, blouson en agneau nubuck côtelé, blousons en astrakan réversible nappa et pantalons matelassés...

À travers ces deux collections, Véronique Nichanian propose aux hommes Hermès une nouvelle définition du sportswear.

LES ACCESSOIRES

Le département Accessoires regroupe les bijoux en émail, en corne, en bois laqué et en cuir, les ceintures, les chaussures, les gants et les chapeaux.

LES ACCESSOIRES BIJOUX

La collection Accessoires bijoux illustre l'univers sportif avec des déclinaisons nautiques et équestres : l'aventure et le plein air revisitent l'esprit classique, lui apportant une touche de fantaisie et une grande diversité de colorations, où se côtoient teintes subtiles et couleurs denses.

La collection cuir femme s'anime d'une ligne de micro-bracelets, tels *Micro Kelly*, *Micro Rivale*, *Micro Étrivière*, qui réinterprètent plusieurs modèles à une échelle réduite, pour un porté multiple, discret et délicat.

La ligne cuir homme fait écho au prêt-à-porter homme avec deux bracelets phares : *Goliath*, tressé fin aux couleurs gaies, et *Harlem*, à double porté, manchette ou bracelet-montre.

Les collections corne et bois se dynamisent à travers de nouveaux effets comme la laque Fusion, où deux couleurs se rencontrent et fusionnent, créant la vibration d'une troisième teinte.

L'émail imprimé continue d'explorer les motifs, les couleurs et les portés : maroquin garni de damiers, clous pyramide et anneau métallique, cuir incrusté de petits clous, piqués sellier, versions monochromes, bicolores ou bigarrées... Le modèle *Collier de chien*, trompe-l'œil dessiné par Valérie Jamin, a été décliné dans toutes les largeurs disponibles et sur l'ensemble des coloris de la saison, en particulier le « monorange ». Cette teinte monochrome a également offert ses multiples nuances de rouge à d'autres motifs issus de carrés.



1.



3.

2.

4.

LES GANTS

La collection de gants présente des modèles adaptés à tous les usages et à toutes les saisons : colorés ou imprimés, conçus pour la conduite ou pour les grands froids, tous mettent en valeur le savoir-faire d'Hermès.

Associé à la nouvelle ligne sports d'hiver du prêt-à-porter femme, le gant *Helsinki* conjugue la chaleur du polaire de cachemire et l'élégance sportive du veau ski traité déperlant et anti-UV. Il est fermé par une patte en cuir rehaussée d'un clou de selle.

Pour l'été, le modèle *Grand Prix* incarne une version féminine du gant de conduite, avec son passepoil en chevreau velours cognac.

L'homme, quant à lui, bénéficie pour l'hiver d'un confort irréprochable grâce à la moufle *Hippolyte*, en mérinos nappa grainé et bord côtes, développée avec le prêt-à-porter homme.

LES CHAPEAUX

Le thème annuel de 2013 a inspiré la création de modèles féminins introduisant de nouveaux portés.

Ainsi le bandeau *Happy* en vison et cachemire, emprunté au monde sportif, a été pensé pour protéger les oreilles des skieuses.

Issu des archives Hermès, le foulard de conduite *Hypnotique* est transposé en agneau doublé de soie imprimée, et adopte de longs pans qui le féminisent et permettent de le porter en écharpe.

Le sport au féminin s'exprime également à travers la casquette *Golf*, dont la forme ronde est soulignée d'une garniture de cuir fixée par deux clous de selle.

1. Bracelets en veau Swift.
2. Bracelets en bois laqué et bracelets en émail.
3. Bracelet en émail.
4. Bracelet en bois laqué.
5. Chapeaux en seersucker.
6. Casquettes en seersucker et agneau.
7. Gants femme en agneau glacé et chevreau.



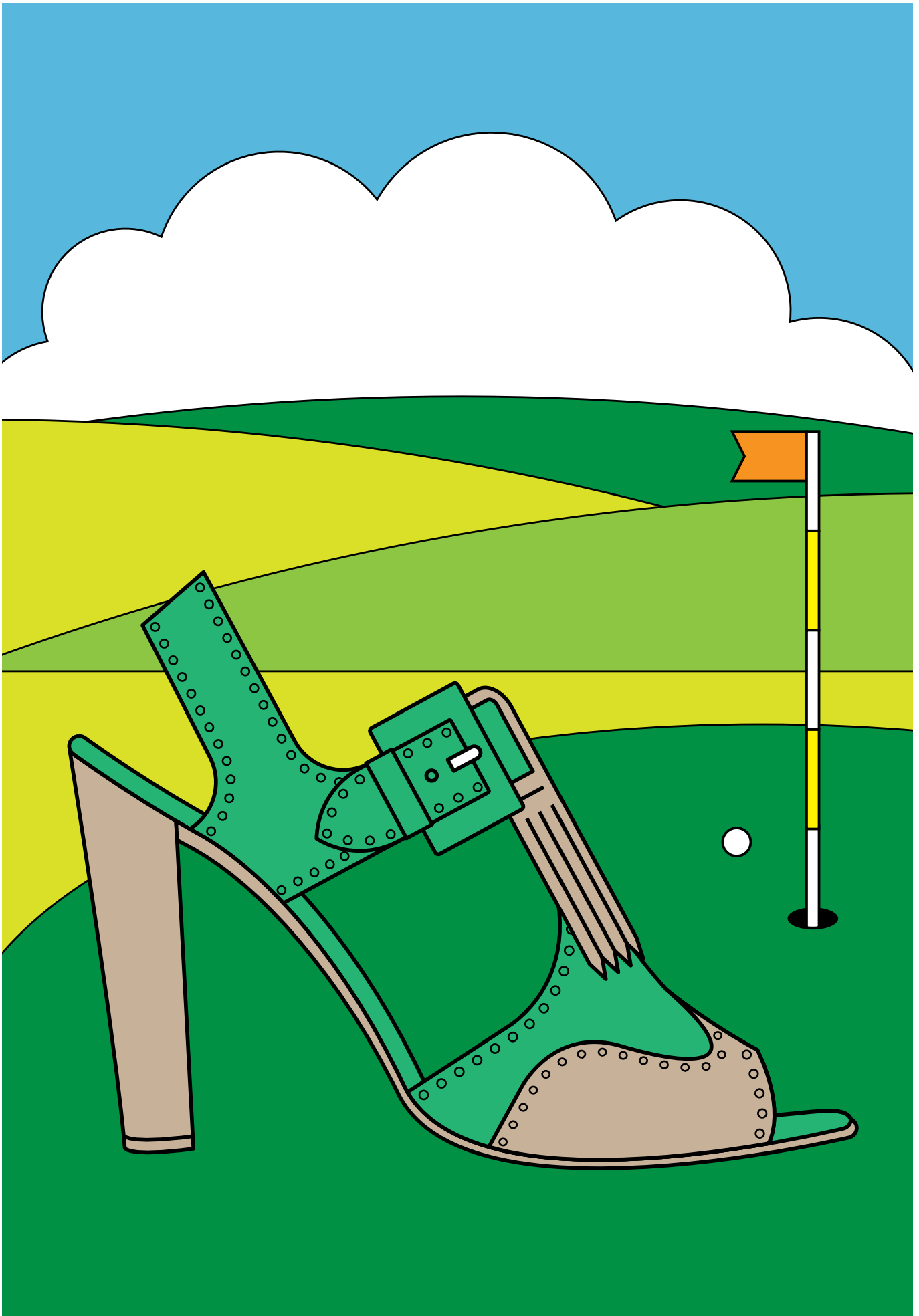
5.



6.



7.



LES CEINTURES

En 2013, la ceinture poursuit l'expression de ses savoir-faire selliers et orfèvres.

Le modèle *Haras*, créé par le studio femme, reprend le savoir-faire sellier des licols et des selles. Sa forme arrondie, son clou de selle et ses surpiqûres font aussi référence au sac *Passe-Guide*.

Pour l'homme, la ceinture *Gentle* présente un montage au fini citadin et astucieux avec une boucle permettant deux portés.

Les ceintures à composer s'enrichissent avec l'arrivée d'une nouvelle boucle masculine : la *H au carré*, association d'un H brossé satiné et d'un H brillant en argenté palladié.

LES CHAUSSURES

En réponse au thème de l'année « Chic, le sport ! », Pierre Hardy, directeur de la création, propose des collections dynamiques, offrant à tous les moments de vie de multiples contrastes de matières et de couleurs.

L'évocation sportive est très présente dans les collections féminines. La sandale *Golfeuse* s'empare des codes des chaussures de golf : patte frangée, tons bicolores et associations de cuirs. Et la botte espadrille *Galop*, dont la toile est barrée d'une diagonale de

veau nappa inspirée des casaques de jockeys, renforce l'idée de mouvement et de vitesse.

Pour l'hiver, la collection invente une nouvelle allure équestre avec le thème « Riding » et la botte *Hippique* en veau noir ou vert forêt. En complément de la ligne sports d'hiver du prêt-à-porter femme, la bottine *Hiver* à semelle épaisse et tige en veau velours souple ou les boots *Hiking* en veau gras associent sensation de protection et élégance sportive. Les spectatrices, elles, adoptent des sandales ultra-féminines comme le modèle *Heaven* en chèvre velours métallisé champagne.

La collection printemps-été des chaussures homme mêle décontraction et élégance, avec des modèles à porter nu-pieds, souples et légers, comme le derby *Gate* ou le mocassin d'esprit slipper *Gaspard*, à semelle très fine et bout arrondi. Le mocassin *Gabiano* en toile de coton sur semelle gomme et la basket *Giocco* en toile H et veau viennent compléter cette collection tout en légèreté.

La collection homme de l'automne-hiver offre une variété d'usages et met en avant différents savoir-faire chausseurs, en plus des traditionnels cousu Blake et cousu sur forme : le cousu Goodyear avec le lancement de la ligne Club anglaise représentée par le richelieu *Hector*, et le cousu-main norvégien avec les boots *Hiking*.

1. Escarpin en chevreau.
2. Botte en Box.
3. Derby en veau Toscan.
4. Ceinture en Box.



SOIE ET TEXTILES

La Soie et les Textiles représentent la troisième activité du groupe, avec 12 % de ses ventes. En 2013, les carrés, cravates et écharpes ont réalisé un chiffre d'affaires de 454 M€, en hausse de 12 % à taux de change constants.

LA SOIE FÉMININE

En 2013, les collections de soie féminine se sont mises à l'heure sportive. Le carré *Les Trophées*, dessiné par Pierre Marie, représente une collection imaginaire de récompenses, où se mêlent portraits de champions, rubans, médailles et coupes diverses.

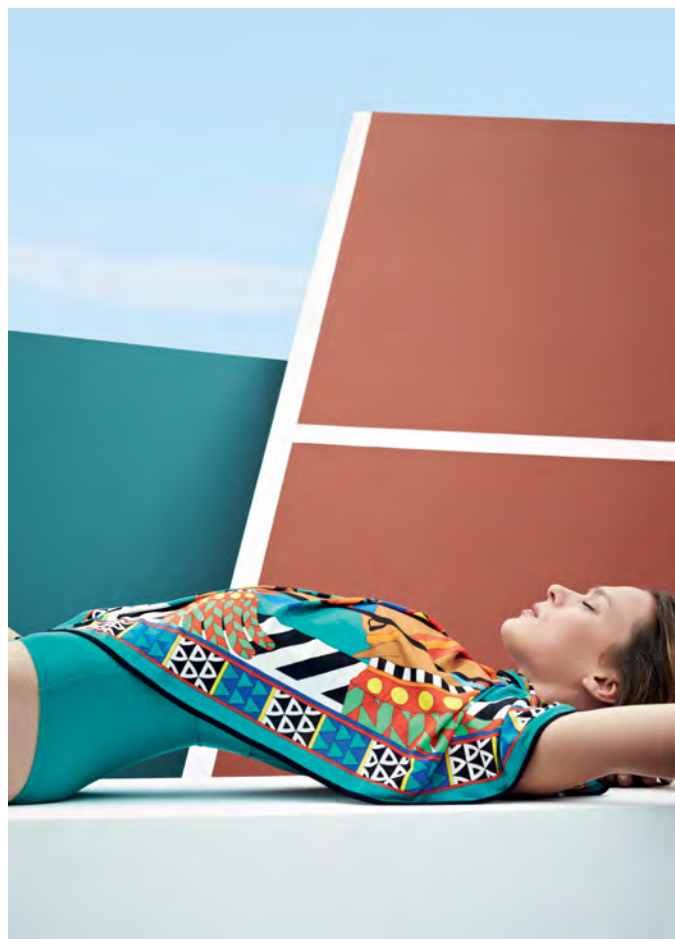
De son côté, le carré *Hermès Sport*, créé par Anamorphée, joue avec le graphisme des terrains de sport : cernés par un circuit de course à pied, de multiples fragments de lignes issues des terrains de tennis, basket, hockey sur gazon... suggèrent un jeu de patience multicolore.

Contemporain, ludique et généreux, un nouveau format, le maxi-twill, a vu le jour. Ce foulard-écharpe ultralong propose une infinité de nouages et de portés, du plus naturel au plus sophistiqué. Profondément ancré au cœur du savoir-faire d'Hermès, le maxi-twill associe une matière et des dessins issus du patrimoine de la maison : le twill de soie, imprimé des motifs *Cavalcadour*, d'Henri d'Origny, ou *Brazil*, de Laurence Bouthoumieux.

Pour l'hiver, la collection de produits chauds fait toujours la part belle aux formats généreux et aux matières d'exception. Elle a accueilli en 2013 l'étoile *Toit du monde* : en laine de yak tissée sur les hauts plateaux tibétains, elle offre chaleur et extrême douceur.

Enfin, la maison a rendu hommage à des savoir-faire rares, avec la collection des *Carrés Couture*. *Pégase de nacre*, *Quadriga surréaliste*, *Tigre royal saphir*... au total, huit carrés en mousseline de soie changeante qui célèbrent l'excellence des maîtres brodeurs indiens et la richesse des matières précieuses : diamants, perles d'or et de cristal.

1.



2.

3.

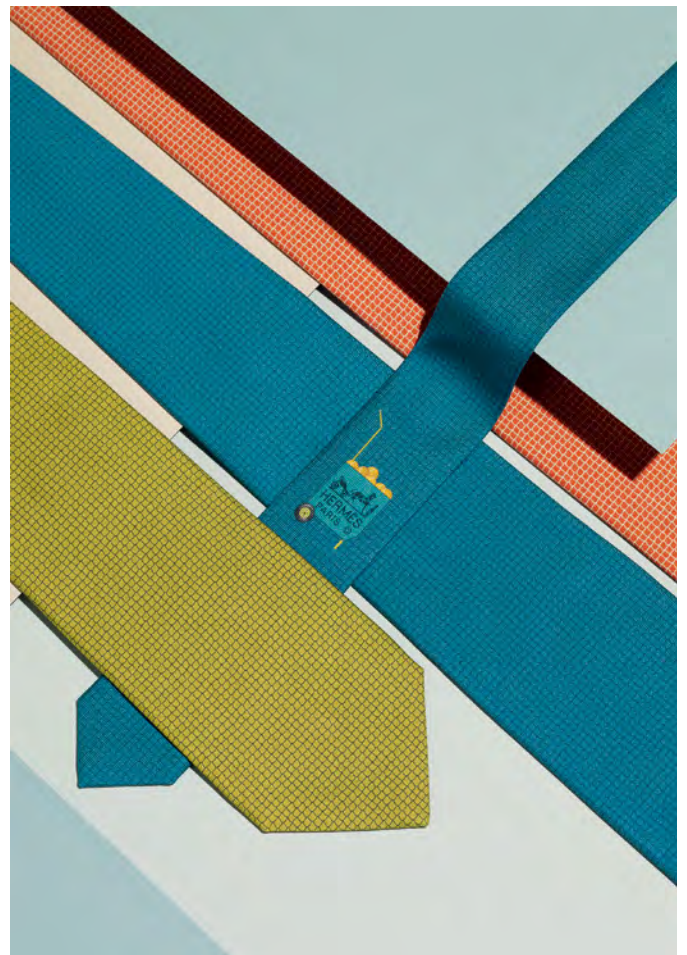
LA SOIE MASCULINE

Connue des amateurs pour le regard décalé et ludique qu'elle pose sur le monde contemporain, la cravate en heavy twill de soie a rendu hommage à l'année du sport à travers de nouveaux motifs géométriques. Voiles de kitesurf, snowboards, gradins à perte de vue ou encore barres d'obstacle bicolores composent autant de clins d'œil au monde sportif, qui dévoilent leur sens caché grâce au cartouche situé sur le petit pan, visible uniquement par son propriétaire.

Une nouvelle cravate chevron 7 cm, tout en sobriété, élégance et douceur, a élargi l'expression de la cravate unie.

Le carré pour homme adopte un nouveau format, il devient « maître carré » : un carré d'un mètre carré, qui autorise des nouages faciles et des portés décontractés. Élégant en toutes circonstances, frais l'été et chaud l'hiver, il adopte des colorations variées et des dessins ludiques et graphiques inspirés de motifs chers à la maison. Les rayures colorées de *Missing Horses* racontent une version de *Couvertures et Tenues de jour* dont les chevaux seraient partis se promener, tandis que, sur le carré *Tampon graphique*, une silhouette de cheval s'applique au tampon encreur, à l'infini.

La collection d'écharpes, toujours guidée par les savoir-faire d'impression et la recherche de belles matières, s'enrichit également de plusieurs nouveautés : *Jamais deux sans pois*, en cachemire et soie, offre une grande générosité de formats et plusieurs possibilités de portés grâce à son double dessin. Et l'écharpe *Slalom* procure le confort de son mélange de cachemire et de zibeline.



4.

1. Carré fluide en jersey de soie *Chevaux de Karnak*.
2. Carré en twill de soie *Les Trophées*.
3. Carré en twill de soie *Hermès Sport*.
4. Cravates 8 cm en heavy twill de soie.

AUTRES MÉTIERS HERMÈS

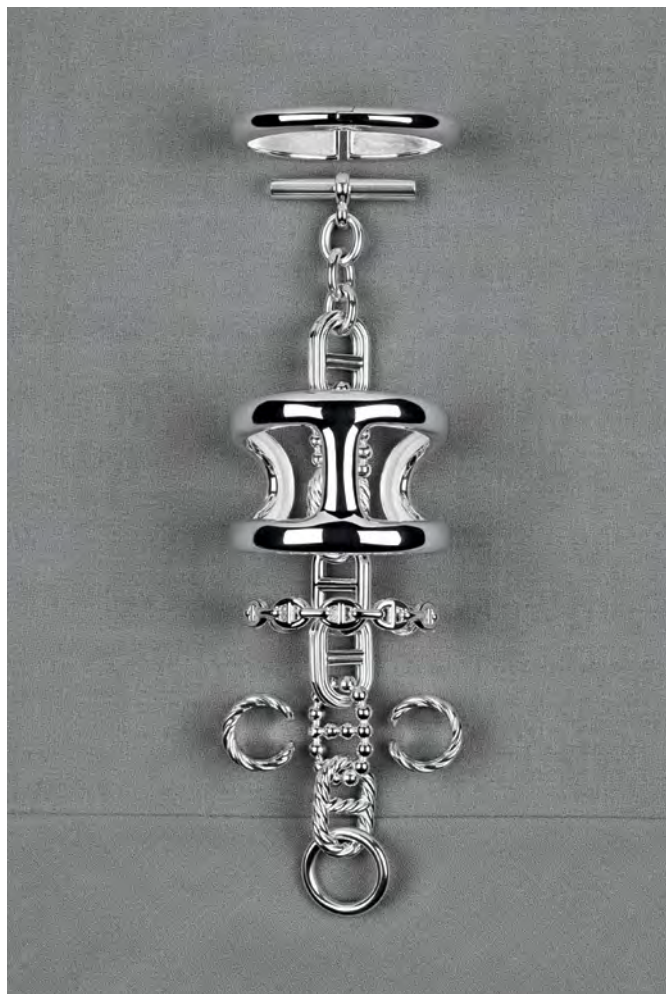
Les Autres métiers Hermès regroupent la Bijouterie et l'Art de vivre. En 2013, ils ont réalisé un chiffre d'affaires de 216 M€, soit une hausse de 37 % à taux de change constants, contribuant à hauteur de 6 % au chiffre d'affaires total du groupe.

LA BIJOUTERIE

Cette année, la Bijouterie a confirmé son dynamisme à travers de nombreuses créations, le développement de collections et des événements.

Sous l'impulsion de Pierre Hardy, directeur de création des collections, les pièces exceptionnelles continuent de magnifier les savoir-faire bijoutiers d'Hermès. La nouvelle collection *Niloticus* a suscité l'événement : par une secrète alchimie, l'or rose se mue en une peau de crocodile saisissante de réalisme, dont les écailles, articulées grâce à un procédé innovant, s'animent au moindre mouvement. Chaque pièce de la collection – plastron, bracelet, bague et boutons d'oreilles – est rehaussée d'une barrette de diamants et pierres fines. Cette parure d'exception a été présentée en juin, au magasin du faubourg Saint-Honoré, aux côtés des collections *Kelly*, *Collier de chien* et *Chaîne d'ancre*.

Autre fait marquant de l'année 2013 : l'emblématique *Chaîne d'ancre* a célébré ses 75 ans, multipliant à cette occasion les métamorphoses. Son maillon prend du volume et devient *Initiale*, une ligne de bracelets et de bagues, véritables sculptures d'argent au sommet desquelles se devine l'empreinte d'un sabot. Il se décline en une alternance rythmée de torsades, perles et fils pour former le bracelet *Parade*, faisant tinter l'argent au gré des mouvements. Ou encore, il s'inspire du dessin du service en porcelaine *Rallye 24* pour donner naissance à une nouvelle ligne tout en volume, *Chaîne d'ancre 24*, dont les pièces majeures sont un bracelet doté d'un fermoir à boucle déployante et une bague double offrant un nouveau porté.



1.

La maison Hermès est depuis le 11 juin 2013 certifiée RJC. Cette certification est le résultat d'un travail d'amélioration constant de ses pratiques, effectué sur les produits issus de la filière or et diamants.

1. Bracelets et bagues *Chaîne d'ancre* en argent.
2. Carrés d'assise, collection *Les Nécessaires d'Hermès*, en taurillon Essentiel et tissu à motifs *Circuit 24* et *Ottoman*.
3. Papier peint *Dune*.

L'ART DE VIVRE

Porté par sa vision singulière de l'art de vivre, Hermès signe désormais un univers complet pour la maison. Des collections nouvelles de mobiliers, de tissus d'ameublement, de papiers peints et de tapis prolongent les collections existantes d'objets de décoration, d'arts de la table et de textiles. L'unicité du style, la noblesse des matières et une vision poétique de l'espace sont les vecteurs d'une ambition qui fait de la maison contemporaine l'expression d'un art au quotidien.

En 2013, l'activité Art de vivre affiche une belle dynamique, portée aussi bien par les collections historiques que par de nouvelles créations de mobilier : *Les Nécessaires d'Hermès*, une ligne de meubles d'usage, astucieux et confortables, aux multiples fonctions, dessinée par le designer français Philippe Nigro. Présentée dans le cadre du Salon du meuble de Milan, cette collection légère et élégante est fabriquée dans la tradition de la haute ébénisterie, du gainage et de la tapisserie. Elle marie les savoir-faire les plus exigeants aux matériaux les plus nobles : noyer Canaletto aux teintes chaudes, acier brossé, cuir et tissu.

La nouvelle collection de tissus et papiers peints puise son inspiration dans trois thèmes : *Bord de mer* évoque la régates et les évasions balnéaires. Lins adoucis, jacquards et twills de coton imprimés de motifs marins composent un univers propice à la détente et invitent au voyage. *Précieux* se décline quant à lui sur des soieries,



des satins lourds ou des jacquards de soie et lin. Enfin, les motifs d'*Équestre*, imprimés sur toile chevron et jacquards chaleureux, évoquent des casaques et des éperons.

L'Art de vivre met également son savoir-faire et sa créativité au service du rêve, à travers la réalisation d'intérieurs personnalisés et de pièces uniques d'exception. Ainsi, deux pièces de haute facture ont été dévoilées pour la première fois dans le cadre du Salon du meuble de Milan : le dressing, vestiaire dissimulé derrière trois grands panneaux pivotants recouverts de cuir de taurillon piqué sellier, et le vaisselier, destiné au rangement d'un service de table, trésor de savoir-faire avec ses portes, poignées et étagères gainées de taurillon.

Enfin, les collections d'objets et de textiles pour la maison ont contribué aux bons résultats de l'année. Les matières nobles comme le cachemire, filé et tissé main, paré de fines broderies, ont conquis connaisseurs et collectionneurs : plaid brodé *Équateur* et plaid *Feuillage*. Les savoir-faire en artisanat d'art, comme la maîtrise de la laque ou la rencontre de la marqueterie de cuir et de la tableterie de cuir et bois précieux, ont donné naissance à de nombreux objets de décoration, écrans, coupes et coffrets d'exception, sources de créativité et de croissance.



3.

2.

PARFUMS

Avec un chiffre d'affaires de 210 M€ et en hausse de 15 % à taux de change constants, les Parfums Hermès ont poursuivi en 2013 leur dynamique de forte croissance, soutenue notamment par quatre créations marquantes.

Jour d'Hermès, premier parfum féminin lancé par Hermès depuis 2007, et qui porte les couleurs de la « belle parfumerie » à la française, a reçu un excellent accueil et de nombreuses récompenses. Imaginé par Jean-Claude Ellena, parfumeur de la maison depuis 2004, pour « exprimer par les fleurs, et rien que les fleurs, l'essence de la féminité », *Jour d'Hermès* raconte la naissance, chaque jour renouvelée, de la femme et de sa beauté, à la lumière d'Hermès.

Il s'habille du premier flacon signé par Pierre Hardy : ancrées sur un carré d'assise inspiré par le flacon historique Hermès, quatre lignes tendues s'épanouissent et se rejoignent en une courbe sensuelle. La grâce jaillie de la solidité, à l'image de ce parfum dont le nom suggère toutes les promesses de l'aube et de l'éternelle renaissance.

La collection des *Colognes* s'est enrichie de deux nouvelles créations, célébrant l'art de vivre cher à la maison et le thème « Chic, le sport ! » à travers deux expressions inédites de l'hédonisme et de la fraîcheur. *Eau de mandarine ambrée* révèle un classicisme réinventé par Jean-Claude Ellena, qui avoue ne pas connaître « d'odeur

plus joyeuse que la mandarine, plus veloutée que l'ambre ». Pour *Eau de narcisse bleu*, interprétation contemporaine et inattendue, il a cherché à restituer « l'aspect tactile d'une matière ».

Lancée en exclusivité dans les magasins Hermès en fin d'année 2013, la collection des *Classiques* présente le patrimoine olfactif de la maison sous un jour nouveau. Huit parfums - *Eau d'Hermès*, *Calèche*, *Équipage*, *Amazone*, *Bel Ami*, *Rocabar*, *Hiris* et *Rouge Hermès* - y racontent cinquante ans d'histoires parfumées et repartent à la conquête du présent. Complice de ce renouveau, Jean-Claude Ellena a revisité l'un d'entre eux, *Bel Ami*, pour créer *Bel Ami Vétiver*, ravageur et distingué.

Épice Marine, onzième fragrance de la collection *Hermessence*, est née de la rencontre entre le parfumeur et le « cuisinier corsaire » Olivier Roellinger. De l'odeur au goût, du nez au palais, leurs échanges ont nourri la démarche créative de ces deux passionnés d'épices. Inspiré par ces échanges, Jean-Claude Ellena offre avec *Épice Marine* une vague d'épices en mer du Nord.

Enfin, *Terre d'Hermès* poursuit son chemin et progresse sur tous les marchés, s'affirmant année après année comme un grand classique de la parfumerie masculine.



HORLOGERIE

L'Horlogerie représente 4 % de l'activité totale du groupe, avec un chiffre d'affaires de 167 M€ en 2013, en légère hausse de 1 % à taux de change constants.

Lors du Salon mondial de l'horlogerie et de la joaillerie Baselworld, Hermès a inauguré un nouveau pavillon, dessiné par l'architecte japonais Toyo Ito qui partage les valeurs de la maison : l'artisanat, l'attachement aux matières naturelles, la maîtrise du temps, la précision et l'innovation.

Cet espace ouvert et chaleureux a accueilli les nouveautés et permis d'exprimer le territoire du « temps de l'imaginaire ». Un positionnement renforcé notamment avec le lancement d'un nouveau modèle de la collection *Arceau Le Temps suspendu*, doté d'un boîtier revisité et d'un mouvement de base entièrement développé et réalisé avec le concours de Vaucher Manufacture Fleurier.

Cette année encore, les savoir-faire d'exception ont été mis en évidence à travers la présentation de deux montres de poche uniques, *Arceau Pocket Voilier* et *Arceau Pocket Volutes*. La première allie la technique de la gravure et l'émaillage en « plique-à-jour », la seconde fait la part belle à la marqueterie d'or et au modelé. Ces modèles exceptionnels sont équipés de mouvements de manufacture Hermès, de même que la montre *Dressage Chronographe* qui vient renforcer le segment des montres à mouvement de manufacture.

Cette année 2013 fut également marquée par la présentation du modèle *Arceau Lift*, première montre à tourbillon volant, dont le motif s'inspire du double H en ferronnerie d'art qui orne la porte de l'ascenseur historique du magasin du 24, faubourg Saint-Honoré, à Paris.

Enfin, le métier a poursuivi son intégration, avec l'acquisition totale du fabricant de boîtiers Joseph Erard SA et la modernisation des processus de fabrication.

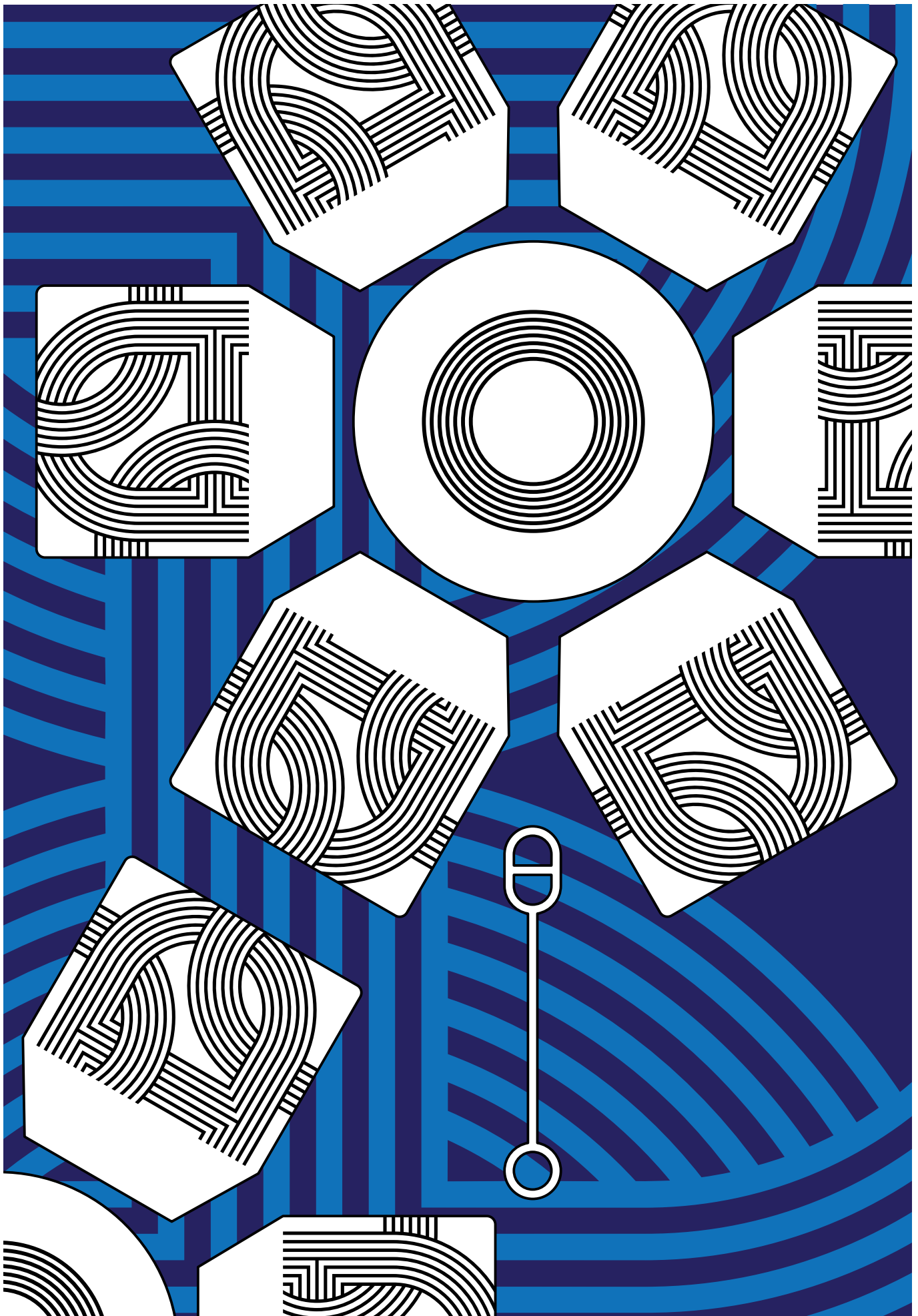


2.



3.

1. Collection *Les Classiques*.
2. Montre *Arceau Le Temps suspendu*, en or rose serti et bracelet en alligator mat havane.
3. Nouveau pavillon Hermès à Baselworld.



ARTS DE LA TABLE

Le métier des Arts de la table réunit les activités de La Table Hermès, des Cristalleries de Saint-Louis et de la maison d'orfèvrerie Puiforcat. Son chiffre d'affaires a atteint 61 M€ en 2013, en hausse de 4 % à taux de change constants.

LA TABLE HERMÈS

Sur un marché mature en régression, les ventes d'arts de la table sont restées stables. Au sein du réseau des magasins Hermès, les ventes ont fait preuve d'une bonne dynamique en Europe, en Asie et aux États-Unis, tandis que les ventes aux distributeurs externes enregistraient une baisse.

L'année 2013 a été marquée par la création d'un service de table en porcelaine : *Rallye 24*, inspiré de l'historique dessin *Chaîne d'ancre*, joue les circuits automobiles, dans une nouvelle échappée belle. Ses 49 pièces, totalisant 17 formes résolument contemporaines, ovales, oblongues ou carrées, sont proposées dans des coloris inspirés des écuries automobiles : gris, jaune, vert, rouge, bleu, noir, dans un jeu de brillance et de nuances métalliques. Parfaitement coordonnées, elles autorisent des centaines de possibilités d'assemblage, pour composer au gré des envies et des occasions des tables multicolores, bicolores ou monochromes !

Véritable prouesse technique, *Rallye 24* a été lancé au mois de mars.



LES CRISTALLERIES DE SAINT-LOUIS

Malgré un contexte de marché difficile en 2013, Saint-Louis a réussi à maintenir ses positions, grâce notamment au bon accueil des nouveautés dans les luminaires, et à la montée en puissance de l'activité carafes et flacons.

Cette année, Saint-Louis a transcendé l'art de la lumière en conjuguant savoir-faire ancestraux et modernité du bel objet, pour proposer de nouvelles définitions du lustre et créer des lignes de luminaires révolutionnaires.

Ainsi le nouveau trio *Apollo*, signé Godefroy de Virieu et Stefania Di Petrillo, rompt avec les codes classiques : composé de deux lustres et d'une lampe à poser, il offre un bouquet lumineux, ultra-contemporain, aérien et poétique, tandis que la lampe à poser, par un jeu subtil de proportions, dessine un soleil de lumière.

Trois femmes designers ont répondu à l'invitation de la manufacture : Paola Navone, avec sa ligne *Hulotte*, rend hommage aux techniques du chaud et du froid, et joue la carte de la couleur avec du cristal doublé, triplé, taillé de ses motifs de prédilection – pois et croix. Ionna Vautrin, fascinée par les branches de lustre, les transforme en corolles pour donner naissance à la ligne *Saule*. Et Kiki van Eijk met les gestes du métier à l'honneur en créant *Matrice*, une lampe en forme de moule dont l'ouverture progressive libère la lumière.

1. Collection Cristalleries de Saint-Louis : lampadaire *Saule*.
2. Collection Puiforcat : *Zermatt autour de l'eau*.

La manufacture continue de s'ancrer avec brio dans son époque, revisitant des pièces exceptionnelles de son patrimoine et étoffant ses lignes signatures.

Symboles d'un dépassement dans le travail du cristal, les vases *Les Trois Cycles* reprennent un savoir-faire unique développé il y a plus d'un siècle, pour composer un ensemble contemporain de vases d'exception qui provoque l'émerveillement.

Les presse-papiers, désormais complices de la création contemporaine, ont accueilli une nouvelle trilogie narrative, entre air et eau – *Boréal*, *Cyclades* et *Notus* –, imaginée par Claire Le Sage.

La ligne emblématique *Excess* s'est enrichie de deux propositions inédites : un lustre horizontal et un plafonnier, se mettant ainsi au

diapason des nouveaux styles de vie. Quant aux lustres *Classique*, *Classique Grand Siècle* et *Classique Renversant*, ils se drapent dorénavant dans une couleur phare de Saint-Louis, le cristal flanelle, aux nuances chaudes et cendrées.

Enfin, la famille *Thistle* a célébré son centenaire en accueillant deux membres supplémentaires : un vase et un presse-papiers en édition limitée.

Lumière, couleur et savoir-faire ont été les maîtres mots de la communication chez Saint-Louis en 2013.

Après avoir présenté la collection *Apollo* à Maison & Objet, Saint-Louis a participé pour la seconde fois au Salon international du luminaire EuroLuce de Milan, en avril. Ce fut l'occasion de dévoiler les trois collections innovantes *Matrice*, *Hulotte* et *Saule*, également présentées à New York en mai lors de l'exposition *WantedDesign*, à laquelle Saint-Louis participait pour la première fois. Toutes ces créations, ainsi que les vases *Les Trois Cycles*, ont recueilli de larges échos dans la presse internationale.

L'année 2013 a également été marquée par l'introduction du nouveau concept architectural Saint-Louis, mis en place sur un corner chez Harrods, à Londres, et au Printemps Haussmann, à Paris.





2.

PUIFORCAT

Puiforcet, expert de l'orfèvrerie contemporaine, poursuit son déploiement vers un art de vivre global alliant les arts de la table et les objets d'usage et de décoration. La maison affirme son positionnement de marque d'exception et confirme le retour d'une belle croissance.

La réédition de pièces de haute orfèvrerie en argent massif – le shaker et le service thé-café *Sphère* dessinés par Jean Puiforcet et réalisés entièrement à la main – a mis en valeur le patrimoine de la maison et son savoir-faire unique en matière d'orfèvrerie d'art. Le lancement de la collection *Magnificat Puiforcet*, une ligne d'objets de décoration monumentaux en laiton nickelé, créée en collaboration avec les orfèvres designers madrilènes Juan et Paloma Garrido, est venu confirmer l'engagement de Puiforcet dans l'univers de la décoration.

Puiforcet a également écrit la suite de l'histoire du couvert *Zermatt*, en éditant la collection *Zermatt autour de l'eau*. Dessinée par Patrick Jouin et composée d'un broc à eau, d'une timbale, d'un vase et d'une vasque, cette collection en métal argenté arbore des lignes tendues et puissantes, à l'image du couvert original.

Enfin, Puiforcet a adopté une nouvelle identité visuelle institutionnelle et lancé son site e-commerce en Europe.

AUTRES PRODUITS ET MARQUES DU GROUPE

LE BOTTIER JOHN LOBB

Après une année 2012 de forte expansion, John Lobb a poursuivi sa croissance en 2013, tant sur l'activité sur-mesure que sur le prêt-à-porter. Le bottier a réaffirmé son attachement à son cœur de métier avec deux collections fortes, de nombreuses commandes spéciales réalisées dans le cadre de l'offre *By Request* et le lancement d'un audacieux derby en série limitée pour la traditionnelle Saint-Crépin. John Lobb a par ailleurs étendu son offre d'accessoires masculins, fidèles à l'esprit et aux codes de la marque, avec une ligne originale de gants en veau, ainsi que des cravates en soie lourde tissées en Angleterre.

Les ventes ont progressé sur tous les marchés, particulièrement au Japon où John Lobb a intensifié sa présence en ouvrant une cinquième succursale située dans l'enceinte du complexe immobilier de Tokyo Midtown, à proximité du quartier de Roppongi. En Asie, le déploiement de deux nouvelles filiales, à Hong Kong et Shanghai, atteste l'ambition d'une implantation durable de John Lobb dans la région.

Au Proche-Orient, une nouvelle concession exclusive a ouvert à Beyrouth dans le courant de l'été.

L'Europe a vu le démarrage prometteur de ses ventes en ligne, déjà engagées aux États-Unis et en Grande-Bretagne. John Lobb illustre là sa volonté de déployer une stratégie digitale dynamique autour d'un site Internet unique et d'une présence affirmée sur les différents réseaux sociaux.

1.



L'année 2013 a également été marquée par l'extension du site de fabrication des chaussures en prêt-à-porter à Northampton. Tout en permettant une augmentation significative des capacités de production et de stockage, ces investissements traduisent la volonté du groupe Hermès d'ancrer durablement l'activité manufacturière de John Lobb en Angleterre.

LES ACTIVITÉS TEXTILES

La Holding Textile Hermès regroupe au sein d'une même structure l'ensemble des savoir-faire relatifs aux activités de production textile : de la création à la confection, en passant par le tissage, la gravure et l'impression.

L'année 2013 a confirmé le fort dynamisme des commandes internes des divisions Hermès, tant sur les produits historiques que sur les nouveautés comme le maxi-twilly. L'intégration d'un atelier de teinture et apprêts a également participé à ces bons résultats, qui illustrent la complémentarité des métiers réunis en un même pôle.

Les investissements réalisés ont permis de mener à bien plusieurs chantiers :

- la montée en puissance d'un outil d'impression en grande largeur inauguré fin 2012 ;
- la mise en service d'un outil capacitaire dédié au carré ;
- la création d'un atelier d'impression spécifique pour les petites séries ;
- l'inauguration d'une nouvelle technologie de gravure.

Au mois de juillet, la filière textile a participé à l'opération Métiers d'art, à l'occasion des défilés haute couture organisés au musée des Arts décoratifs Nissim-de-Camondo, à Paris. Elle a pu ainsi mettre en avant ses savoir-faire d'exception tels que le velours au sabre, la photogravure ou la confection main.

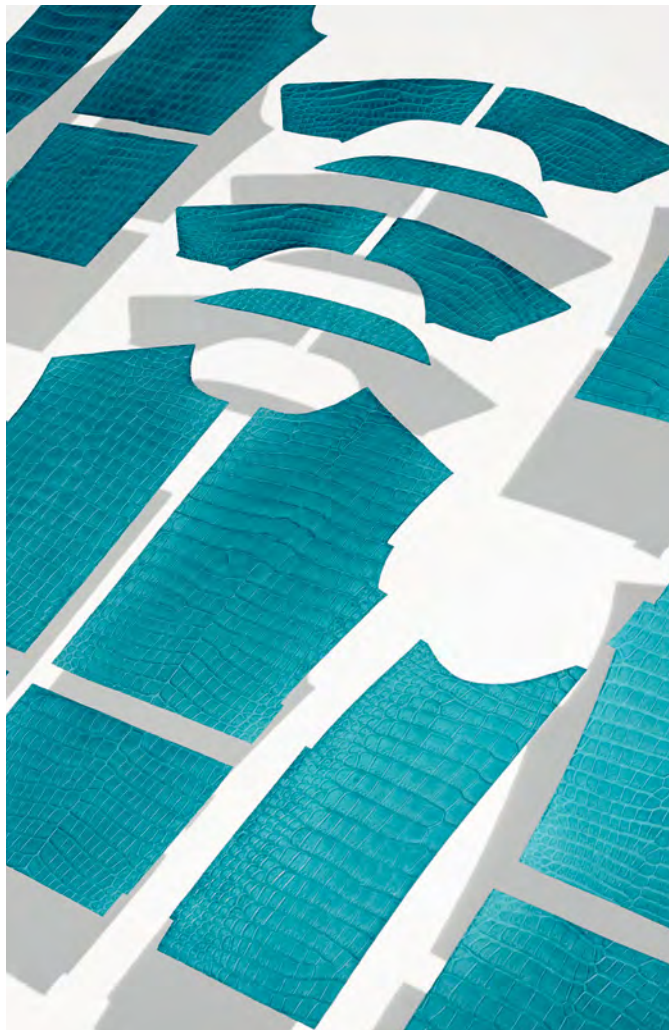
La filière textile poursuit son développement, en veillant particulièrement au maintien des savoir-faire et à leur transmission, grâce à la pépinière d'ingénieurs textiles et aux nombreuses promotions d'apprentis mises en place.

1. Derbys John Lobb.
2. Pièces d'un blouson en crocodile Porosus light bleu cobalt.

LES ACTIVITÉS DE TANNERIES ET DE CUIRS PRÉCIEUX

Le pôle Tanneries assure l'achat, le tannage, la teinture et la finition des peaux précieuses destinées aux marques et fabrication de haute qualité, pour la mode et la maroquinerie (sacs, petite maroquinerie, chaussures, ceintures, vêtements...), ainsi que pour l'industrie horlogère haut de gamme (bracelets de montres).

Le pôle a bénéficié de la bonne tenue du marché des peaux précieuses au plan mondial, particulièrement dans les secteurs de la mode et de la maroquinerie. L'intégration de la production de peaux de veau au travers de la Tannerie d'Annonay a également contribué à ce résultat.



Le pôle a poursuivi sa démarche de recherche de matières de qualité en approfondissant ses relations avec ses partenaires de longue date.

D'importants investissements sont venus soutenir l'intégration, la mise aux normes et la sécurisation des entités acquises en 2012, ainsi que l'amélioration de la qualité et le développement des savoir-faire tout au long de la chaîne de production et de diffusion.

Le pôle se donne ainsi les moyens de réaliser ses objectifs : affirmer sa position d'excellence sur le marché des cuirs précieux, au service de fabrications de haute qualité, par la fiabilisation de ses approvisionnements, l'optimisation de ses capacités de production, l'innovation et la créativité, tout en maintenant son exemplarité en termes de respect des normes éthiques et environnementales.

HERMÈS HORIZONS

Depuis 2011, Hermès Horizons étend ses activités de gainage à l'univers de la mobilité. Le savoir-faire traditionnel artisanal, la force de la création et le sens de l'innovation d'Hermès sont mis au service des clients dans une démarche de sur-mesure.


Témoin de cette activité en 2013, la réalisation d'un jet privé dont l'intérieur a été entièrement repensé, tant dans l'organisation de l'espace que dans le dessin des différents éléments d'aménagement intérieur (sièges, tables, parois et cloisons). Plusieurs mois de travail ont été nécessaires pour mener à bien l'étude du design, puis la réalisation du gainage intégral au sein de l'atelier de Pantin.

Dans le secteur automobile, un collectionneur a confié aux ateliers d'Hermès Horizons l'habillage intérieur d'un magnifique et rarissime modèle français du début du XX^e siècle. Pour l'habiller de vache naturelle, il a fallu reconstituer les formes originelles de la garniture à partir de dessins et de photographies d'époque.

L'année 2013 a aussi marqué un tournant important dans l'activité d'Hermès Horizons, avec le lancement d'une gamme de vélos comptant déjà deux modèles développés totalement en interne. Ultralégers grâce à une structure en fibre de carbone, maniables, confortables et efficaces, ils adoptent les technologies utilisées sur les vélos de compétition et disposent d'équipements facilitant l'usage, au service du plaisir au quotidien.

Comme les années précédentes, Hermès Horizons a accompagné d'autres entités de la maison en leur apportant son expertise de gainage.

PETIT H

Atelier imaginé et animé par Pascale Mussard,  (à prononcer « petit h ») regroupe dans un même lieu des matières et savoir-faire de la maison, et les met à la disposition d'artistes pour une démarche de re-création. Ainsi, les chutes de matières nobles non utilisées par les ateliers de fabrication – cuir, soie, crin, morceaux de porcelaine ou de cristal... –, véritables « pépites », sont appelées à renaître entre les mains d'artisans maroquiniers-selliers, orfèvres, couturières, maîtres verriers et porcelainiers, avec la complicité des créateurs.

Ce dialogue en direct des idées et des mains, avec la matière comme source d'inspiration, conduit à l'invention et à la réalisation d'objets insolites.



En 2013, petit h est parti à la rencontre des clients Hermès à travers le monde, pour deux ventes éphémères. Les magasins Hermès de Singapour, en juillet, et de Londres, en novembre, ont ainsi été métamorphosés durant trois semaines, selon une scénographie à chaque fois unique.

Nomade par essence, petit h a cependant décidé de jeter l'ancre en juin à l'entrée du magasin Hermès de la rue de Sèvres, à Paris. Ce port d'attache, unique dans le monde, lui permet de présenter tout au long de l'année une sélection de créations provenant de son atelier.

Ainsi, petit h grandit et affirme son identité, tout en restant fidèle à son manifeste : « Quand je serai grand, je veux rester petit ! »

1.

1. Le lapin *Origami* en veau Togo orange.
2. Magasin Shang Xia à Paris, rue de Sèvres.

SHANG XIA

La marque d'artisanat chinois contemporain, dont le premier magasin a été inauguré à Shanghai en 2010, a franchi une nouvelle étape en 2013.

En effet, Shang Xia a ouvert en septembre sa première boutique hors de Chine, rue de Sèvres, en plein cœur de Paris. Dans une atmosphère poétique et raffinée, le public a pu découvrir les savoir-faire particuliers tels que le tressage du bambou ou la fabrication du feutre de cachemire, portés par les produits emblématiques de la marque.

Par ailleurs, un nouveau magasin Shang Xia, situé dans l'aéroport d'Hongqiao, à Shanghai, a vu le jour en décembre.

Tout au long de l'année, la création de nouveaux objets au sein des collections et l'exploration de nouvelles techniques ont permis à Shang Xia d'enrichir sa proposition d'art de vivre contemporain chinois.

Ainsi, s'inspirant des techniques ancestrales des nomades de Mongolie, le feutre de cachemire est « sculpté » pour se transformer en manteau ou en veste d'un seul tenant.

Symboles d'un artisanat de qualité, les étagères en bois de noyer de la collection *Da tian Di*, dont les lignes extérieures tendues contrastent avec les courbes intérieures, évoquent en filigrane le logo de Shang Xia. Ces « étagères aux trésors » modernes et stylisées se composent de pièces modulaires disposées séparément ou encastrées.

Quant aux vases *Wu Fu* - « Cinq Joies », en français -, ils résultent de la réinterprétation de techniques anciennes. Leur texture satinée comme la porcelaine et leur aspect craquelé sont obtenus par un laquage incrusté de coquille d'œuf : un travail d'une précision extrême, réservé aux maîtres artisans les plus expérimentés.

LES AUTRES ACTIVITÉS DU GROUPE

Ces activités sont réalisées dans les sites de production du groupe pour le compte de marques externes, notamment le conditionnement de parfums sur le site du Vaudreuil, en Normandie.



PARTENARIATS DU GROUPE

FAUBOURG ITALIA

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

J3L

En 2013, Compagnie Hermès de Participations 2 a pris une participation de 30 % du capital de la société J3L, fournisseur français historique du groupe, spécialisé dans les pièces métalliques dédiées principalement à la maroquinerie et aux accessoires de mode.

PERRIN & FILS

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

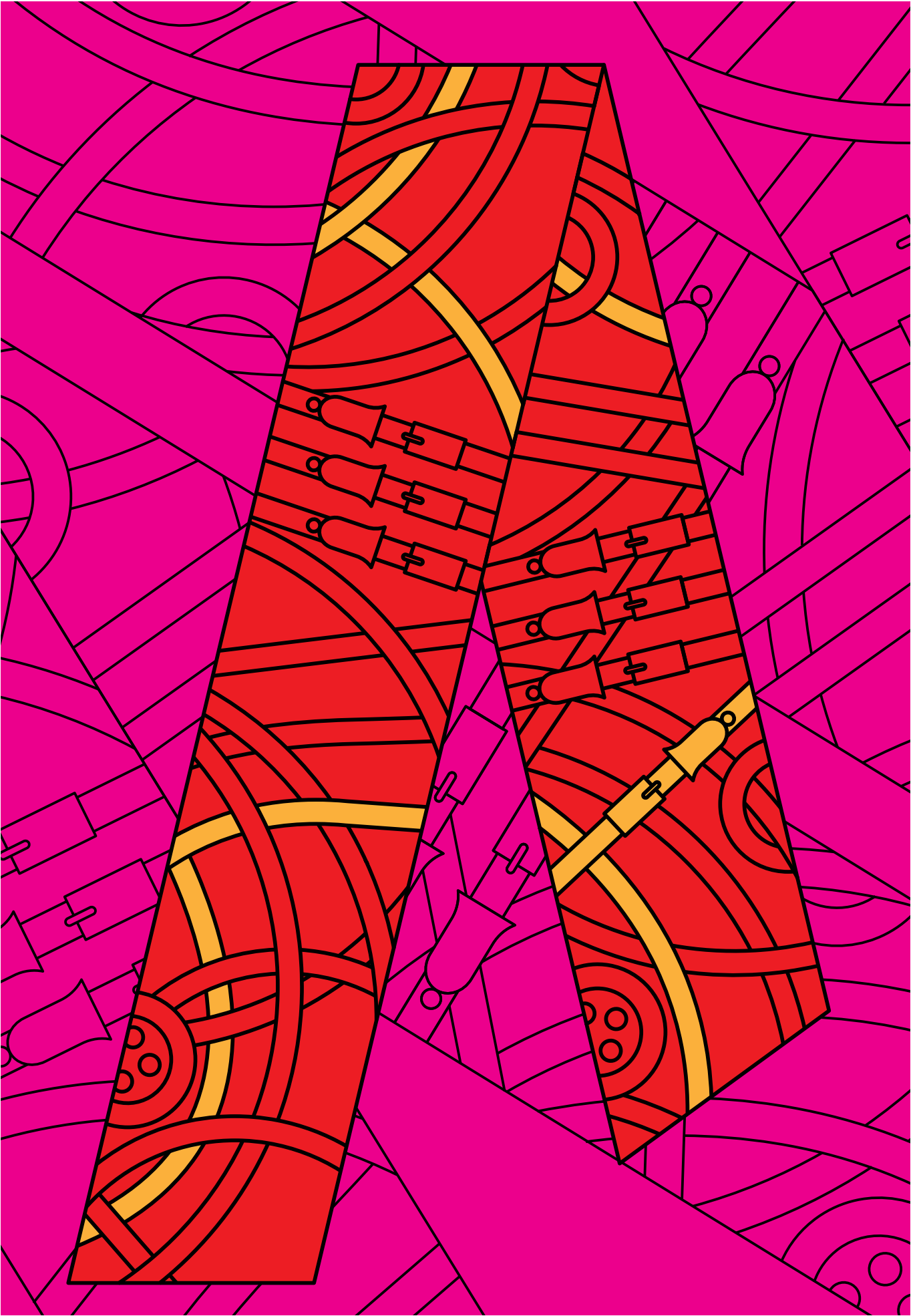
VAUCHER MANUFACTURE FLEURIER

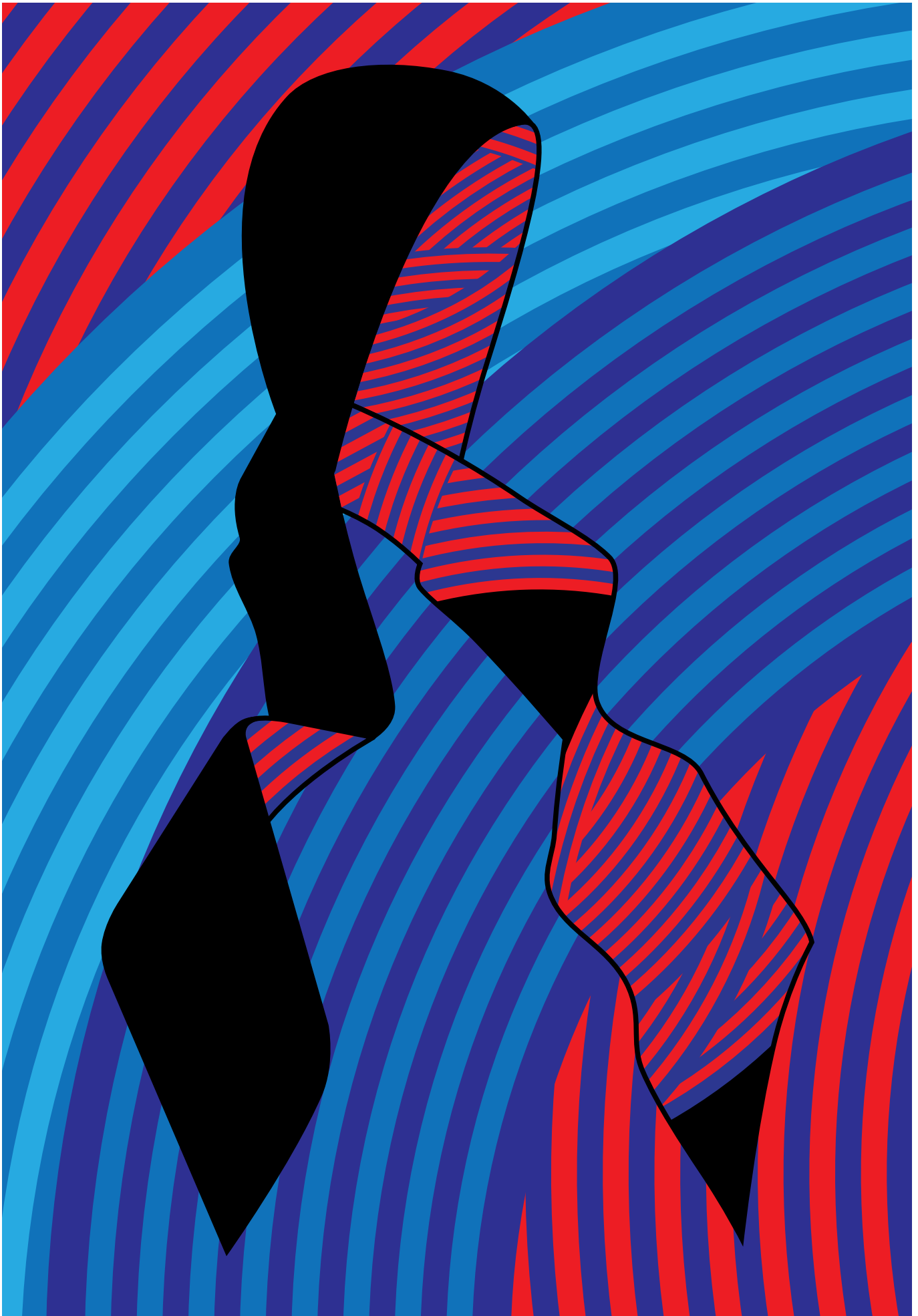
La Montre Hermès détient une participation de 25 % dans le capital de la manufacture horlogère Vaucher. Située au cœur de la région horlogère traditionnelle, entre Neuchâtel, en Suisse, et la frontière française, la manufacture Vaucher détient des savoir-faire d'exception et réalise des mouvements horlogers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



Collection de tissus d'ameublement et papiers peints.

Maxi-twillly *Cavalcadour* en twill de soie.





ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

	2013 (CA en M€)	2013 (Mix en %)	2012 (CA en M€)	2012 (Mix en %)	Évolutions à taux de change courants	Évolutions à taux de change constants
Europe	1 350	36 %	1 217	35 %	10,9 %	11,7 %
France	613	16 %	556	16 %	10,4 %	10,4 %
Europe (hors France)	737	20 %	662	19 %	11,4 %	12,9 %
Amériques	627	17 %	569	16 %	10,3 %	14,2 %
Asie-Pacifique	1 711	45 %	1 645	48 %	4,0 %	13,1 %
Japon	463	12 %	545	16 %	(15,0) %	6,5 %
Asie-Pacifique (hors Japon)	1 248	33 %	1 100	32 %	13,4 %	16,4 %
Autres	66	2 %	53	1 %	25,8 %	26,0 %
Chiffre d'affaires consolidé	3 755	100 %	3 484	100 %	7,8 %	13,0 %

Le chiffre d'affaires du groupe Hermès s'élève à 3 755 M€ en 2013. Il progresse de 13 % à taux de change constants et de 8 % à taux de change courants.

EUROPE

En 2013, le groupe Hermès a réalisé 36 % de ses ventes sur la zone Europe. Le chiffre d'affaires a atteint 1 350 M€, en hausse de 12 % à taux de change constants. Les ventes ont progressé de 10 % en France et de 13 % dans les autres pays d'Europe.

Trois événements ont marqué le réseau de distribution

français. Début juin, petit h a pris place de façon permanente au sein du magasin de la rue de Sèvres, à Paris. Grâce à cet espace de vente unique au monde, l'atelier de re-création peut désormais présenter ses objets au public tout au long de l'année, tout en poursuivant son itinérance à travers le monde. En décembre, c'est le magasin de Deauville qui a créé l'événement, en réintégrant après plusieurs mois de travaux le site qu'il occupe depuis les années 1930, entièrement rénové : une maison normande typique de la région, au cœur du centre historique de la cité balnéaire. Enfin, Shang Xia a ouvert en septembre sa première boutique hors de Chine, rue de Sèvres, en plein cœur de Paris.

De gauche à droite : Vitrines des magasins Hermès de Milan, de la rue du Faubourg-Saint-Honoré à Paris et de Beverly Hills à Los Angeles.

À Londres, le magasin situé chez Harrods a bénéficié d'un vif succès après la rénovation et l'agrandissement opérés en 2012, et a accueilli un nouvel espace bijouterie-horlogerie. Autre événement d'importance, le magasin de Milan, établi depuis vingt-six ans via Sant'Andrea, a déménagé en octobre sur la célèbre via Montenapoleone. Ce nouveau navire amiral d'Hermès en Italie s'étend sur 600 m² répartis sur deux étages. À l'occasion de son ouverture, le duo italien Analogia Project a réalisé des vitrines créatives et poétiques particulièrement remarquées. En Suisse, le magasin de Bâle a changé de décor : son espace de vente s'est agrandi pour atteindre 200 m², dans une ambiance aérée et lumineuse.



AMÉRIQUES

En 2013, la zone Amériques a représenté 17 % des ventes du groupe avec un chiffre d'affaires de 627 M€, en hausse de 14 % à taux de change constants.

Aux États-Unis, le magasin de Beverly Hills, sur Rodeo Drive, en Californie, a été entièrement repensé. Désormais déployé sur plus de 900 m², le magasin comporte notamment un nouvel espace dédié à l'univers de la maison réunissant meubles, objets d'art de vivre et d'arts de la table. Au mois de mai, non loin du magasin temporaire de Miami logé dans le Design District, a eu lieu un événement dédié à l'univers masculin, *A Man's World, Miami*, inspiré par

la collection sportive et ludique de prêt-à-porter homme printemps-été 2013. En mai également, la filiale américaine a repris la concession de Greenwich dans le Connecticut.

Le Canada a consolidé sa croissance grâce à la bonne performance du magasin de Toronto, ainsi qu'aux nombreuses ventes réalisées via le site Internet lancé en 2012.

En Amérique latine, le Mexique a confirmé le succès de son cinquième magasin, ouvert fin 2012 au sein du Palacio de Hierro, à Monterrey. La boutique de Mexico Perisur, présente depuis 2002 dans le sud de Mexico City, a quant à elle été rénovée. En Argentine, le magasin de Buenos Aires a déménagé sur l'avenue Alvear, célèbre artère classée monument historique.

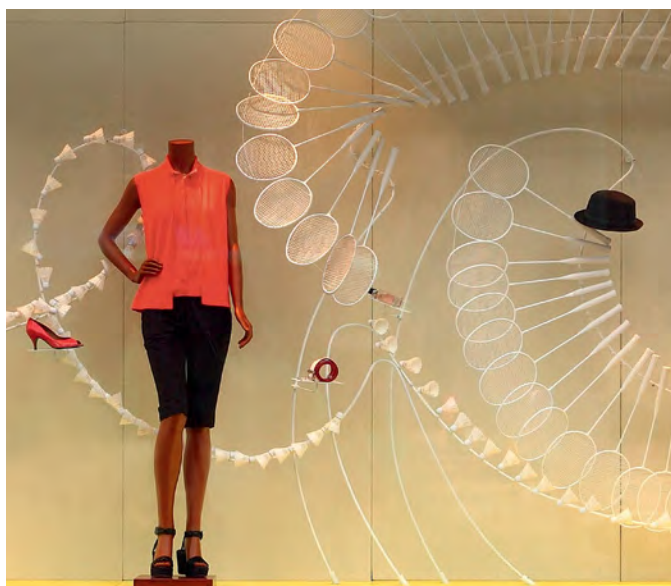


ASIE-PACIFIQUE

En 2013, la zone Asie-Pacifique a représenté 45 % des ventes du groupe Hermès. Elle a généré un chiffre d'affaires de 1 711 M€, en croissance de 13 % à taux de change constants.

La progression du chiffre d'affaires se monte à taux de change constants à 7 % au Japon et à 16 % sur le reste de la zone. 2013 a vu l'inauguration de deux nouveaux magasins. Au Japon, le magasin de Nagoya Mitsukoshi a ouvert en septembre sur près de 700 m². En Chine, c'est à Ningbo, ville portuaire de la province du Zhejiang, qu'un magasin de 400 m² a vu le jour. À Singapour, la reprise des deux concessions de l'aéroport de Singapour Changi a contribué au dynamisme de la zone.

Par ailleurs, cinq magasins ont été rénovés ou relocalisés à travers l'Asie. Au Japon, le magasin de Kobe a quitté le centre commercial Daimaru pour s'installer dans un superbe bâtiment au cœur du très élégant quartier Kyukyoryuchi. En Chine, le magasin du centre commercial China World, à Beijing, a été agrandi, de même que celui d'Hangzhou Hubin. Ce dernier offre maintenant près de 650 m² d'espace de vente sur deux étages, dans un cadre unique et confortable. En Corée, le magasin de Hyundai Coex, principal quartier commercial et centre d'affaires de Séoul, a rouvert en février 2013 sur une surface de vente de 250 m². Enfin, à Hong Kong, le magasin du centre commercial Lee Gardens a été complètement réorganisé pour offrir une expérience inédite d'un art de vivre à la française. Dans un cadre où la lumière naturelle est



De gauche à droite : Vitrines des magasins Hermès de Beijing Park Life, de Plaza 66 à Shanghai, de Ginza à Tokyo, et de Sydney.

désormais plus présente, le sous-sol accueille la Maison, le rez-de-chaussée est consacré à l'univers masculin, tandis que le premier étage est dédié à la femme.

Enfin, le projet de la future Maison Hermès en Chine donne lieu à d'importants travaux de rénovation d'un bâtiment datant de l'époque de la concession française de Shanghai. La restructuration de ce bâtiment historique classé, dont l'ouverture est prévue au second semestre 2014, permettra d'accueillir la cinquième Maison Hermès du groupe.

Au cours des prochaines années, Hermès poursuivra le développement qualitatif de son réseau de distribution en Chine pour répondre à une demande toujours croissante, avec l'objectif de préserver son image singulière et une offre sélective.



64. ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



HERMÈS DANS LE MONDE

Les produits Hermès sont distribués dans le monde à travers 315 magasins exclusifs.

La marque est également présente avec ses montres, ses parfums et ses arts de la table dans des réseaux de magasins spécialisés et dans les boutiques d'aéroports.

315 POINTS DE VENTE

EUROPE

Allemagne: 19

10 magasins (succursales):

Baden-Baden
Berlin KaDeWe
Berlin West
Cologne

Düsseldorf

Francfort

Hambourg

Hanovre

Munich

Nuremberg

9 magasins (concessionnaires)

Autriche: 2

2 magasins (concessionnaires)

Belgique: 3

3 magasins (succursales):

Anvers

Bruxelles

Knokke-le-Zoute

Danemark: 2

2 magasins (concessionnaires)

Espagne: 6

6 magasins (succursales):

Barcelone Diagonal

Barcelone Paseo de Gracia

Madrid Castellana

Madrid Ortega y Gasset

Marbella

Valence

France: 34

15 magasins (succursales):

Aix-en-Provence

Biarritz

Bordeaux

Cannes

Deauville

Lille

Lyon

Marseille

Paris Faubourg Saint-Honoré

Paris George-V

Paris Sèvres

Rennes

Rouen

Saint-Tropez

Strasbourg

19 magasins (concessionnaires)

Grande-Bretagne: 9

8 magasins (succursales):

Glasgow

Londres Bond Street

Londres Harrods

Londres Royal Exchange

Londres Selfridges

Londres Sloane Street

Manchester

Manchester Selfridges

1 magasin (concessionnaire)

Grèce: 2

1 magasin (succursale):

Athènes

1 magasin (concessionnaire)

Irlande: 1

1 magasin (succursale):

Dublin

Italie: 19

11 magasins (succursales):

Bologne

Capri

Florence

Milan

Naples

Padoue

Palerme

Rome

Rome Campo Marzio

Turin

Venise

8 magasins (concessionnaires)

Luxembourg: 1

1 magasin (concessionnaire)

Norvège: 1

1 magasin (concessionnaire)

Pays-Bas: 4

2 magasins (succursales):

Amsterdam De Bijenkorf

Amsterdam PC Hoofstraat

2 magasins (concessionnaires)

Portugal: 1

1 magasin (succursale):

Lisbonne

Principauté de Monaco: 1

1 magasin (succursale):

Monte-Carlo

République tchèque: 1

1 magasin (succursale):

Prague

Russie: 2

2 magasins (succursales):

Moscou GUM

Moscou Stoleshnikov

Suède: 1

1 magasin (concessionnaire)

Suisse: 12

9 magasins (succursales):

Bâle

Berne

Crans

Genève

Gstaad

Lausanne

Lugano

Saint-Moritz

Zurich

3 magasins (concessionnaires)

Turquie: 3

2 magasins (succursales):

Istanbul

Istanbul Istinye

1 magasin (concessionnaire)



1.



AMÉRIQUES

Argentine : 1

1 magasin (succursale):
Buenos Aires

Brésil : 1

1 magasin (cessionnaire)

Canada : 5

4 magasins (succursales):

Calgary

Montréal

Toronto

Vancouver

1 magasin (cessionnaire)

Caribes : 1

1 magasin (succursale):

Saint-Barthélemy

Chili : 1

1 magasin (cessionnaire)

États-Unis : 36

27 magasins (succursales):

Atlanta

Bergen County

Beverly Hills

Boston

Charlotte

Chicago

Dallas

Denver

Greenwich

Hawaï Ala Moana

Hawaï Duty Paid Waikiki

Houston

King of Prussia

Las Vegas Bellagio

Las Vegas City Center

Las Vegas Wynn

Miami

New York Madison

New York Madison Homme

New York Wall Street

Palm Beach

San Diego

San Francisco

Seattle

Short Hills

South Coast Plaza

Washington Fairfax

9 magasins (cessionnaires)

Mexique : 5

3 magasins (succursales):

Mexico Masaryk

Mexico Palacio Perisur

Mexico Santa Fe

2 magasins (cessionnaires)

Panamá : 1

1 magasin (cessionnaire)

2.



1. Page précédente: Vitrine du magasin Hermès à Barcelone.
2. Vitrines des magasins Hermès de Madison à New York.





Kazakhstan 1

Chine 21

Corée du Sud 17

Liban 2

Japon 45

Koweït 1

Bahreïn 1

Qatar 1

Taiwan 9

Émirats arabes unis 4

Hong Kong 8

Inde 2

Macao 3

Thaïlande 3

Vietnam 2

Philippines 1

Malaisie 2

Saipan 1
Guam 1

Singapour 7

Indonésie 2

Nouvelle-Calédonie 1

Australie 5

ASIE

Chine : 21

20 magasins (succursales):
 Beijing China World
 Beijing Park Life
 Beijing Peninsula Palace Hotel
 Chengdu Maison Mode
 Dalian Furama Hotel
 Guangzhou La Perle
 Guangzhou Taikoo Hui
 Hangzhou Hubin Store
 Hangzhou Tower
 Harbin Mykal
 Kunming Golden Eagle
 Nanjing Deji
 Ningbo Heyi Avenue
 Qingdao Hisense Plaza
 Shanghai IFC
 Shanghai Plaza 66
 Shenyang Mixc
 Shenzhen City Crossing
 Suzhou Matro
 Wuhan International Plaza
 1 magasin (cessionnaire)

Corée du Sud : 17

9 magasins (succursales):
 Busan Shinsegae
 Daegu Hyundai
 Séoul Dosan Park
 Séoul Galleria
 Séoul Hyundai
 Séoul Hyundai Coex
 Séoul Shilla
 Séoul Shinsegae
 Séoul Shinsegae Gangnam
 8 magasins (cessionnaires)

Hong Kong : 8

8 magasins (succursales):
 Galleria
 Hong Kong International Airport

Kowloon Elements

Lee Gardens

Ocean Center

Pacific Place

Peninsula Hotel

Sogo

Inde : 2

2 magasins (succursales):

Bombay

New Delhi

Indonésie : 2

2 magasins (cessionnaires)

Japon : 45

30 magasins (succursales):

Chiba Sogo

Fukuoka Hakata Hankyu

Kobe Daimaru

Kyoto Takashimaya

Matsuyama Iyotetsu Takashimaya

Nagoya JR Takashimaya

Nagoya Matsuzakaya

Nagoya Mitsukoshi

Okayama Takashimaya

Osaka Hilton

Osaka Midosuji

Osaka Pisa Royal

Osaka Takashimaya

Osaka Umeda Hankyu

Sapporo Daimaru

Sendai Fujisaki

Tachikawa Isetan

Tokyo Ginza

Tokyo Ikebukuro Seibu

Tokyo Marunouchi

Tokyo Nihombashi Mitsukoshi

Tokyo Nihombashi Takashimaya

Tokyo Shibuya Seibu

Tokyo Shibuya Tokyu

Tokyo Shinjuku Isetan

Tokyo Shinjuku Takashimaya

Tokyo Tamagawa Takashimaya

Urawa Isetan

Yokohama Sogo

Yokohama Takashimaya

15 magasins (cessionnaires)

Macao : 3

3 magasins (succursales):

Four Seasons

One Central

Wynn

Malaisie : 2

1 magasin (succursale):

Kuala Lumpur Pavilion

1 magasin (cessionnaire)

Philippines : 1

1 magasin (cessionnaire)

Singapour : 7

6 magasins (succursales):

Liat Tower

Marina Bay Sands

Scotts Square

Singapore Changi Airport T1

Singapore Changi Airport T2

Takashimaya

1 magasin (cessionnaire)

Taiwan : 9

6 magasins (succursales):

Kaohsiung Hanshin

Taichung FE21

Tainan Mitsukoshi

Taipei Bellavita

Taipei Regent

Taipei Sogo Fuxing

3 magasins (cessionnaires)

Thaïlande : 3

2 magasins (succursales):

Bangkok Emporium

Bangkok Siam Paragon

1 magasin (cessionnaire)

Vietnam : 2

2 magasins (cessionnaires)

MOYEN-ORIENT ET AUTRES

Bahreïn : 1

1 magasin (cessionnaire)

Émirats arabes unis : 4

4 magasins (cessionnaires)

Kazakhstan : 1

1 magasin (cessionnaire)

Koweït : 1

1 magasin (cessionnaire)

Liban : 2

2 magasins (cessionnaires)

Qatar : 1

1 magasin (cessionnaire)

OCÉANIE

Australie : 5

5 magasins (succursales):

Brisbane

Marina Mirage, Gold Coast

Melbourne

Surfers Paradise, Gold Coast

Sydney

Guam : 1

1 magasin (succursale)

Nouvelle-Calédonie : 1

1 magasin (cessionnaire)

Saïpan : 1

1 magasin (succursale)



Vitrine du magasin Hermès
de Dosan Park à Séoul.



1.



2.



3.



4.

- 1 et 2. Événement *Saut Hermès* au *Grand Palais*, à Paris.
 3. Événement *A Man's World*, Miami.
 4. Pavillon Hermès lors du Salon international du meuble de Milan.
 5. Événement *Mouvement féminin* à l'École militaire, à Paris.
 6. Exposition *Esencia del cuero*, à Madrid.

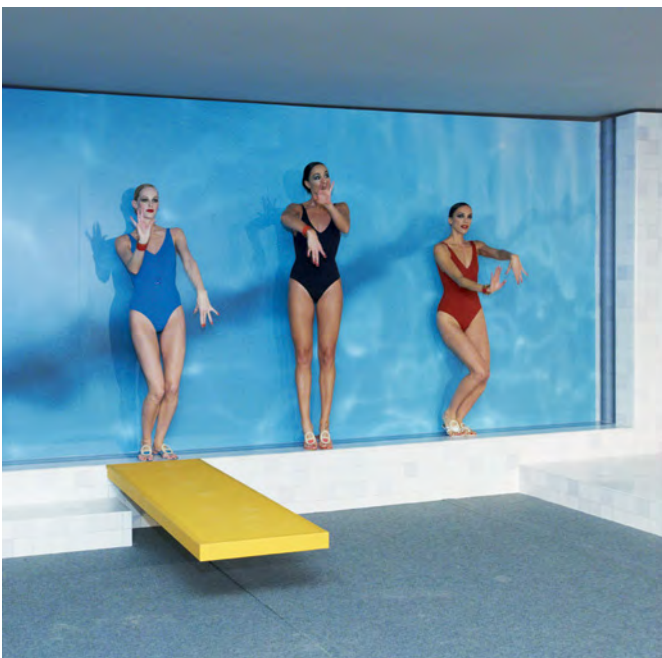
COMMUNICATION

Avec son thème annuel « Chic, le sport ! », Hermès a mis le cap sur l'énergie et l'optimisme en 2013. Depuis ses origines, la maison puise dans l'univers du sport sa passion pour le mouvement, l'élégance décontractée et les valeurs d'excellence. Bien loin d'une quête de performance, le sport chez Hermès est esprit, style et plaisir avant tout.

La quatrième édition du *Saut Hermès au Grand Palais* a trouvé ainsi une place particulièrement signifiante, illustrant à merveille la fidélité de la maison à ses racines équestres et son engagement aux côtés des cavaliers. Ce concours de saut d'obstacles parmi les plus prestigieux au monde attire année après année l'élite internationale des cavaliers sous la verrière majestueuse qui couronne les lieux. Associant épreuves sportives et animations thématiques, ces journées sont l'incarnation même de l'esprit qui a régné sur la communication pendant toute l'année.

Parallèlement, de nombreuses manifestations se sont attachées à révéler l'étendue insoupçonnée des collections et des univers qui les réunissent.

5.



L'événement *Mouvement féminin*, présenté en novembre à l'École militaire, à Paris, a permis aux nombreux invités d'explorer la richesse de l'univers dédié à la femme. Conclu par le défilé de la collection printemps-été 2014 signée par le créateur Christophe Lemaire, *Mouvement féminin* présentait, dans une scénographie pleine de fantaisie, les collections de sacs, de soie, de chaussures, de bijouterie... On a pu voir ce soir-là des jeunes filles chaussées de derbys sauter à la corde, d'autres danser en faisant tourner leurs sacs, ou encore des nageuses synchronisées se produire en maillots colorés... sur la terre ferme.

De même, l'univers masculin a été mis à l'honneur à Miami lors de la soirée *A Man's World, Miami*, dans une mise en scène imaginée par l'artiste Leandro Erlich et Véronique Nichanian, directrice artistique de l'univers masculin : au travers d'installations interactives et digitales, pleines de surprises et de légèreté, les invités découvraient le prêt-à-porter, la cravate, la maroquinerie, les montres, les chaussures..., tous les objets pensés par Hermès pour l'homme.

Depuis trois ans, le Salon international du meuble de Milan s'affirme comme un moment important dans l'univers de la maison d'Hermès. En 2013, *Les Nécessaires d'Hermès*, une nouvelle collection de meubles d'appoint, ont été présentés dans un décor insolite de cabanes superposées. L'initiative a été saluée par la presse, et par les décorateurs et architectes présents lors de son inauguration.

6.



Tout au long de l'année, la soie a été à l'honneur à l'occasion des nombreux « Jeux d'Hermès », invitations à un moment de fantaisie autour du sport réinventé, détourné en jeux légers et parfois loufoques, décors en clin d'œil autour de la soie et de ses innombrables couleurs et dessins. L'esprit Hermès était partout, associant beauté et gaieté. Au cours de ces Jeux, le public a découvert l'application mobile Silk Knots, qui permet de jouer avec les mille façons de nouer un carré Hermès.

Le Festival des métiers, commencé en 2011, a poursuivi son itinérance en allant à la rencontre des publics du monde entier. De Beijing à Toronto en passant par Londres, le Festival continue d'émerveiller les visiteurs qui découvrent la variété et la vitalité des savoir-faire artisanaux chez Hermès. Séduits par la virtuosité et la passion des artisans, touchés par l'authenticité de l'échange, ils viennent et reviennent, conscients de vivre un moment rare.

En septembre, l'exposition *Leather Forever*, déjà présentée à Shanghai, Milan et Londres, a choisi l'Espagne comme nouvelle étape. Installée en plein centre de Madrid et intitulée ici *Esencia del cuero*, elle a accueilli en 20 jours plus de 20 000 visiteurs qui ont découvert la dimension intemporelle des collections de cuir chez Hermès.

Aux États-Unis, le magasin de Beverly Hills, agrandi et renoué avec audace, a rouvert début septembre avec d'étonnantes vitrines du duo d'artistes Zim & Zou sur le thème de l'Atlantide. Une fête rendant hommage aux grandes heures de Hollywood a été l'occasion de célébrer plus de dix ans de complicité avec la clientèle californienne, pour qui Hermès incarne la qualité et le raffinement à la française.

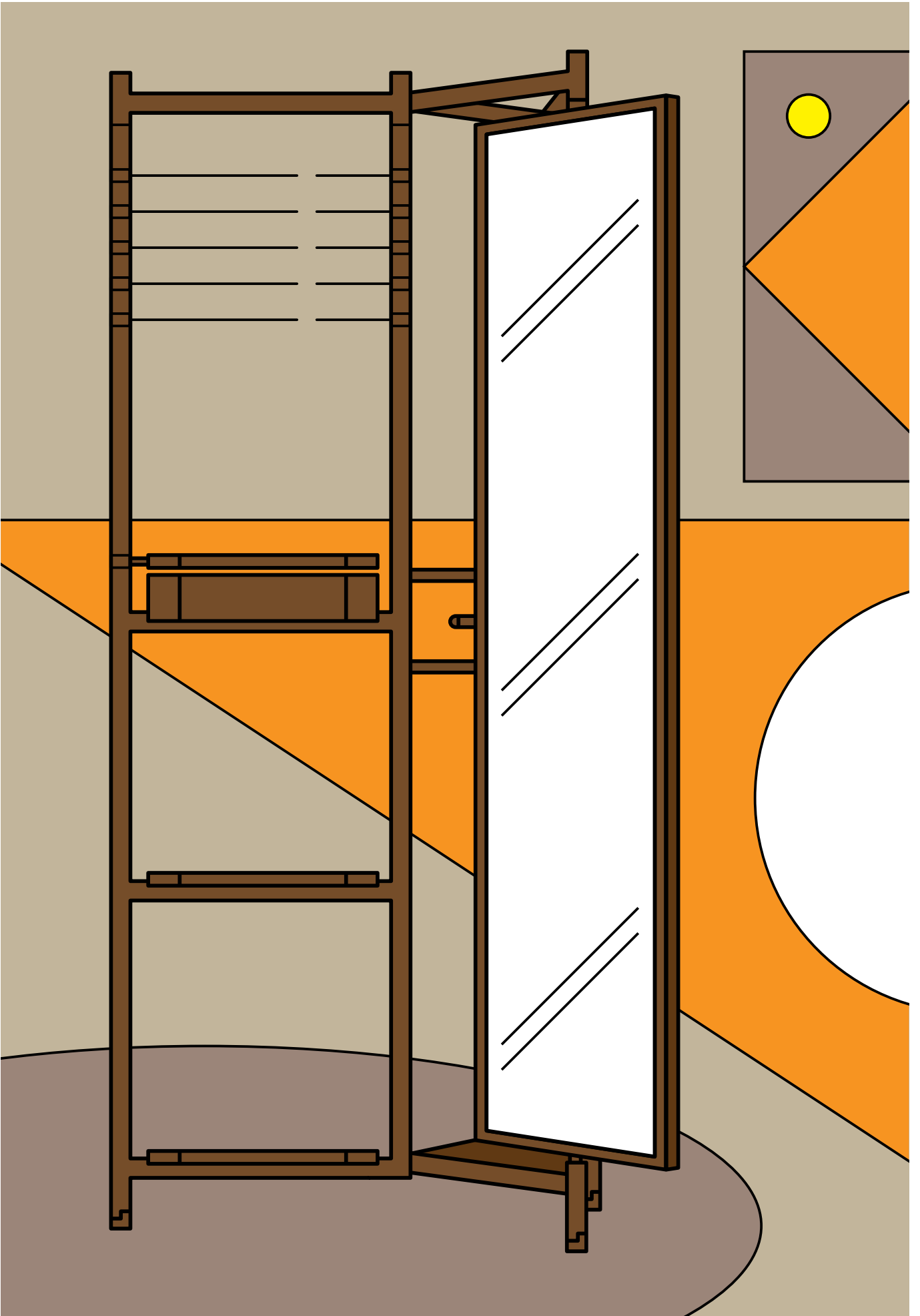
L'Horlogerie a marqué une nouvelle étape à Baselworld avec l'inauguration du pavillon imaginé par l'architecte japonais Toyo Ito, lauréat du Pritzker Prize 2013. Et pour savourer le temps, celui de l'imaginaire, du rêve et de l'émotion, le spectacle *Time in Motion*, qui convoque la musique, la danse et la vidéo, a continué son échappée belle, faisant escale à New York, Moscou et Tokyo. Pour laisser une trace encore plus durable de cette année sportive, un livre intitulé lui aussi *Chic, le Sport!*, réunissant les photos de sport de Jacques Henri Lartigue, a été publié en coédition avec Actes Sud. Ce pan de l'œuvre du photographe est une illustration de la mutation du sport, du paraître social vers l'esthétique du corps en mouvement.

La communication publicitaire, nourrie du thème annuel, a continué de s'appuyer sur les valeurs fondatrices d'Hermès. Des deux campagnes pour la presse, la première, photographiée sur le lac de Côme, a été récompensée par le Grand Prix Stratégies du Luxe 2013, de même que la série de petites vidéos conçues pour la publicité digitale. Intitulées « Chic, le sport ! » et proposant quatre scénarios mettant en scène avec humour les objets des collections comme des personnages pratiquant des sports, elles ont constitué le cœur du dispositif publicitaire digital et reçu un très bon accueil, créant un courant de sympathie.

Autre volet marquant, la campagne de Noël, avec son traitement ludique et poétique, a confirmé une écriture digitale singulière et propre à Hermès.

Enfin, en Corée, dans la Maison de Dosan Park, Hermès a fêté avec ses amis et clients la première édition en coréen du magazine *Le Monde d'Hermès*.

Au cours de cette année « Chic, le Sport ! », la communication d'Hermès s'est une fois encore efforcée d'affirmer haut et fort la singularité de la maison dans la fidélité à ses racines et avec la légèreté que porte la passion de bien faire.



FONDATION D'ENTREPRISE HERMÈS





Patrick Messina,
Bern 1, 2012
(exposition à la galerie
TH13, Berne).

En 2013, la Fondation d'entreprise Hermès a affirmé son positionnement de mécène engagé en confirmant et en développant ses grands programmes : résidences d'artistes dans les manufactures Hermès, production d'expositions d'art contemporain et de photographie dans des espaces dédiés, production et présentation au public de spectacles dans le cadre de New Settings, soutien à la prospective avec le Prix Émile Hermès pour le design. En avril, au moment d'entamer son deuxième mandat quinquennal, elle a annoncé ses nouveaux engagements, en particulier une Académie des savoir-faire et H3, un appel à projets international via les équipes d'Hermès à travers le monde, dans le but d'identifier et de soutenir des associations qui œuvrent dans le domaine de la solidarité.

POSITIONNEMENT

La Fondation d'entreprise Hermès accompagne celles et ceux qui apprennent, maîtrisent, transmettent et explorent les gestes créateurs pour construire le monde d'aujourd'hui et inventer celui de demain. Guidée par le fil rouge des savoir-faire et par la recherche de nouveaux usages, la Fondation agit suivant deux axes complémentaires : savoir-faire et création, savoir-faire et transmission.

La Fondation développe ses propres programmes d'expositions, de résidences d'artistes et de soutien de projets, dans les domaines des arts plastiques, des arts de la scène, du design, des savoir-faire et de la biodiversité. Elle soutient également, sur les cinq continents, des organismes qui agissent dans ces différents domaines. Toutes les actions de la Fondation d'entreprise Hermès, dans leur diversité, sont dictées par une seule et même conviction : *Nos gestes nous créent.*

CONFIRMATION ET DÉVELOPPEMENT DES GRANDS PROGRAMMES

En 2013, la Fondation d'entreprise Hermès, fidèle au fonctionnement établi depuis sa création en 2008, a développé et confirmé ses grands programmes, en y associant des soutiens à des porteurs de projets œuvrant dans les mêmes champs d'activité.

Ainsi, au cours de cette année, le programme des résidences d'artistes de la Fondation dans les manufactures Hermès a achevé son premier cycle avec sa quatrième édition et, en point d'orgue, l'exposition de l'ensemble de ses œuvres au palais de Tokyo, à Paris.

Sous la houlette des parrains du programme, les artistes Richard Deacon, Susanna Fritscher, Giuseppe Penone et Emmanuel Saulnier, quatre jeunes plasticiens avaient carte blanche pour imaginer et produire une œuvre dans l'une des manufactures de la maison, ce qui leur donnait la possibilité de s'appuyer sur des matières et des savoir-faire habituellement difficiles d'accès. Il s'agit de Gabriele Chiari à la Holding Textile Hermès, Marcos Avila Forero à la Maroquinerie nontronnaise, Marie-Anne Franqueville au sein des Cristalleries de Saint-Louis et Anne-Charlotte Yver à l'atelier John Lobb.

Une exposition, imaginée par le commissaire Gaël Charbau, a réuni pour la première fois les seize œuvres ainsi produites durant les quatre années du programme. Sous le titre de *Condensation*, elle s'inscrivait dans le cadre de la saison Nouvelles Vagues du palais de Tokyo (21 juin - 9 septembre) et valorisait l'aventure créative et humaine de ces artistes avec les artisans. Une itinérance en Asie est prévue en 2014 pour cette exposition.

Ces résidences s'accompagnent également de publications disponibles en librairie, réalisées en coédition avec Actes Sud : la collection des « Cahiers de résidences » de la Fondation.

À l'étranger, la Fondation a poursuivi sa programmation culturelle,

1. Exposition *Condensation* au palais de Tokyo, à Paris.
2. Dans le cadre du programme « Savoir locaux et biodiversité », soutien au projet de l'UMR 208 - Paloc (Patrimoines locaux) - IRD, pour l'étude et la valorisation du patrimoine agricole du Rio Negro (Brésil).

avec l'aide de commissaires d'exposition spécialisés, produisant dix-huit événements dans les espaces mis à disposition par Hermès à Bruxelles (La Verrière), Tokyo (Le Forum), Séoul (Atelier Hermès), Singapour (Third Floor), New York (The Gallery at Hermès) et Berne (TH13).

Pour La Verrière, Guillaume Désanges - son nouveau commissaire - a imaginé un cycle d'expositions en totale résonance avec la philosophie de la Fondation. *Des Gestes de la pensée* décline ainsi depuis avril 2013 des expositions qui s'articulent autour d'une problématique centrale : comment des artistes contemporains, qui peuvent être des conceptuels dans la lignée de Marcel Duchamp, sont aussi les artisans minutieux de leurs propres œuvres.

Ce programme s'accompagne bien souvent d'aides à la production de nouvelles pièces, présentées ensuite dans ce cadre par les artistes. Dans le domaine des arts de la scène, 2013 a été marquée par la troisième édition du programme New Settings, qui vise à soutenir la production de spectacles nés de la rencontre entre des artistes de scène et des plasticiens. Là encore, une aide à la production a permis à cinq projets d'être développés puis présentés au Théâtre de la Cité internationale (Paris), en novembre : *Systema Occam*, de Xavier Veilhan et Éliane Radigue, *Quantum*, de Gilles Jobin et Julius von Bismarck, *Urban Renewal*, de Kyle deCamp et Joshua Thorson, *Lives*, de Ali Moini et Georges Apostolakos, et *Qu'est-ce qui nous arrive !?!*, de Mathilde Monnier et François Olislaeger.

Pour la première fois, afin d'accroître la visibilité des œuvres, des artistes et du programme, un partenariat a été établi avec le French Institute Alliance Française (FIAF) pour présenter une sélection de spectacles de New Settings à New York en septembre, dans le cadre du festival Crossing the Line.

Le public français et étranger a ainsi pu percevoir les différents modes de collaboration et mesurer la diversité des œuvres engendrées par ces rencontres entre plusieurs disciplines artistiques.

En avril, le nouvel appel à projets du Prix Émile Hermès pour le design a été lancé, dans la perspective d'accompagner l'évolution de nos sociétés. La thématique de cette troisième édition, proposée à la communauté internationale des designers, architectes et ingénieurs, était « Un temps pour soi » : proposer un objet ou un mobilier innovant, susceptible d'autoriser un temps calme, une pause, une interruption momentanée, de se ménager la possibilité d'une suspension des flux dans un monde rapide, soumis au continuum ininterrompu des actes, des pensées et des obligations. Le prix sera remis en mai 2014 après le développement des prototypes des douze finalistes.

En mai, le deuxième appel à projets « Savoir locaux et biodiversité » a été diffusé. Ce programme de recherche-action a pour vocation l'étude du devenir des savoir-faire comme outils de valorisation de la biodiversité dans le contexte des marchés mondialisés, qui poussent à la standardisation des pratiques, aux économies d'échelles et à l'homogénéisation. L'enjeu est de comprendre l'impact des normes et standards sur les productions locales, et valoriser les mécanismes qui permettent à ces dernières de conserver leurs spécificités, nécessaires à la protection de la biodiversité et des écosystèmes. Trois organisations ont ainsi été retenues : SWISSAID, pour un projet lié aux semences paysannes en Colombie, UMR 208 - Paloc (Patrimoines locaux) - IRD (Institut de recherche pour le développement), pour l'étude et la valorisation du patrimoine agricole du Rio Negro (Brésil), et l'université de Lausanne - Institut de géographie et de durabilité, pour la reconnaissance des savoir-faire des cueilleurs de plantes sauvages en France face aux marchés.

En contrepoint de ce programme, une conférence réunissant des chercheurs internationaux a été organisée avec l'Iddri (Institut du développement durable et des relations internationales), partenaire de la Fondation depuis sa création. Elle a permis de réunir en juin, à la Bibliothèque nationale de France (au sein de laquelle la Fondation soutient la création d'un Centre de ressources sur le développement durable), des chercheurs internationaux autour du thème « Biodiversité et savoirs traditionnels : comment les protéger ? ». À cette occasion, le résultat des travaux des bénéficiaires du premier appel à projets « Savoir locaux et biodiversité » a été présenté.

ANNONCE ET MISE EN PLACE DE NOUVEAUX PROGRAMMES

L'année 2013 a été marquée par la reconduction de la Fondation d'entreprise Hermès pour un deuxième mandat de cinq ans (conformément à la loi française sur le mécénat et les fondations). Les nouveaux moyens qui lui sont accordés par Hermès International et Hermès Sellier lui permettront de poursuivre sa mission d'intérêt général en faveur des individus et des organismes qui mettent leurs savoir-faire et leur créativité au service d'un monde meilleur.

À ce titre, en complément de l'activité déjà en place, deux nouveaux programmes ont été amorcés.

Dans le domaine de la formation et de la découverte des métiers, une Académie des savoir-faire a été imaginée et mise en place. Ce rendez-vous bisannuel est dédié à la transmission des savoirs et pratiques liés à l'artisanat et à leur interaction avec d'autres secteurs, dont le design et l'ingénierie. Laboratoire des savoir-faire, ce programme valorise l'intelligence collective au service de la prospection, de la création et de la durabilité. Son premier appel à candidatures national a permis de recruter 21 participants (artisans, designers et ingénieurs) qui suivront le programme « Xylomanie ! Explorez les savoir-faire du bois » durant neuf mois. Ce programme pédagogique, élaboré avec le designer invité Patrick Jouin, prend la forme de conférences, de *masterclasses* et d'un *workshop*. Certains rendez-vous sont accessibles au public sur inscription.



1.

Enfin, pour donner la possibilité aux collaborateurs de la maison Hermès de s'impliquer dans son action solidaire, la Fondation a lancé un appel à projets interne, baptisé « H3 » (Heart - Head - Hand). Son but est d'identifier et de soutenir des associations qui œuvrent sur les territoires d'implantation d'Hermès, dans les domaines de l'insertion professionnelle des jeunes en difficulté et/ou de la préservation des biens naturels. Ce programme, porteur de valeurs humanistes comme la curiosité et l'entraide, a permis de sélectionner dix-neuf projets à travers le monde grâce aux liens de proximité entretenus par les salariés. Il s'agit de : Centre équestre de la Haute Ehn (France), CAPC musée d'Art contemporain (France), Association Liger (France), Australia Children's Music Foundation (Australie), Les enfants du soleil (France), Études et chantiers (France), Cometa (Inde), Jardin d'Astrée (France), Entrepreneurs du Monde (France), Philadelphia Mural Arts Program (États-Unis), Project Dignity (Asie du Sud), Autism Society of Korea (Corée), Canova (Italie), School of Yes (États-Unis), Solibu (France), Association du Docteur Fatiha (France), Le Mas joyeux (France), Khamir (Inde), Estia Cooperativa sociale onlus (Italie).

L'année 2013 a donc été pour la Fondation d'entreprise Hermès une année de continuité et de transition, avec le renouvellement de son engagement. La capitalisation du travail accompli lors du premier mandat ainsi que les nouveaux moyens financiers et humains disponibles pour le deuxième permettent à la Fondation d'affirmer ses valeurs et ses spécificités afin de donner plus d'ampleur encore à sa mission d'intérêt général.

Retrouvez tous les programmes, les projets soutenus et les rapports d'activité sur le site www.fondationdentreprisehermes.org



2.

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ENVIRONNEMENT

La mission d’Hermès en matière de développement durable est de nourrir le projet d’entreprise autour de l’authenticité de l’objet et de l’éthique de la maison dans toutes ses composantes.

L’authenticité de l’objet se traduit notamment par le respect des matières premières naturelles, le développement des savoir-faire artisanaux, essentiellement en France, et en s’accordant le temps de bien faire. L’éthique de la maison, formalisée dans une charte, irrigue les relations d’Hermès avec ses collaborateurs, ses fournisseurs, ses clients, ses actionnaires.

Hermès est un acteur attentif, concerné et engagé pour exercer ses activités dans le respect de son environnement écologique, social, économique et culturel. Le groupe s’engage aussi auprès des meilleurs fournisseurs dans leur domaine, références en termes de qualité des produits et des services, mais également dans les domaines sociaux et environnementaux.

Depuis plusieurs années, les actions de la maison dans ce domaine sont coordonnées par un Comité développement durable auquel des membres du comité exécutif participent activement. Il a notamment publié une charte éthique, mis en place un site intranet dédié destiné à informer les collaborateurs et partager les bonnes pratiques. En 2011, le groupe a renforcé son engagement par la création d’une Direction du développement durable, ainsi qu’un Comité opérationnel groupe. En 2012, un référentiel interne a été élaboré, contribuant à la cohérence des missions de chacun. En 2013, des Comités développement durable locaux ont été constitués, un code de conduite des affaires a été diffusé auprès de tous les collaborateurs et des outils de suivi ont commencé à être déployés.

Dans le cadre de sa stratégie volontaire de compensation carbone, Hermès a également rejoint, en juin 2012, le fonds *Livelihoods*, un groupement d’entreprises finançant des projets de compensation carbone à haute valeur sociale et environnementale. *Livelihoods* soutient des projets en Afrique, en Inde et en Indonésie, avec pour objectif de replanter plus de 100 millions d’arbres et d’assurer aux populations locales un développement économique pérenne.

Enfin, les valeurs fondatrices d’Hermès s’expriment aussi au travers de la Fondation d’entreprise Hermès. Créée en 2008, elle soutient des projets de mécénat valorisant les savoir-faire, la transmission et la biodiversité.

De nombreuses actions sont mises en place au sein des différentes entités de la maison dans les domaines du développement durable. Celles-ci, qu’elles soient en matière sociale, environnementale et sociétale, sont détaillées dans les parties correspondantes de ce rapport. Une table de correspondance, à la fin du tome 2, récapitule, selon les préconisations de la loi, l’ensemble des actions de la maison. Elles donnent lieu à un rapport spécifique émis par un organisme tiers indépendant en page 283 du tome 2. Par ailleurs, Hermès International est intégré dans l’indice FTSE4Good¹.

1 FTSE4Good est un indice boursier qui regroupe des sociétés ayant les meilleures pratiques en matière de responsabilité sociale des entreprises, et évaluées de manière indépendante par FTSE, partenaire d’Euronext et du London Stock Exchange.

ACTIVITÉ INDUSTRIELLE DU GROUPE

UN PÉRIMÈTRE EN ÉVOLUTION

En 2013, la stratégie de consolidation et de renforcement des capacités de fabrication de la maison, établie depuis de nombreuses années, s’est poursuivie et intensifiée dans deux métiers :

- conformément à sa stratégie de sécurisation des approvisionnements, Hermès Maison a élargi son périmètre avec la prise de contrôle de Beyrand, imprimeur de chromolithographies destinées aux produits en porcelaine et en émail ;
- le pôle Horloger, poursuivant sa démarche de maîtrise des savoir-faire horlogers, a acquis 100 % du capital de Joseph Erard, fabricant de boîtiers.

Hermès exploite dorénavant 46 unités de production, dont 35 en France, réparties sur 39 sites géographiques (28 en France, 3 en Suisse, 2 aux États-Unis, 4 en Australie, 1 en Grande-Bretagne et 1 en Italie), auxquels s’ajoute la plateforme logistique de Bobigny. L’accroissement régulier du nombre d’entités de production a été

conduit en relation harmonieuse avec les autorités locales et les différentes parties prenantes. L'emploi industriel s'établit fin 2013 à 4 954 personnes, en progression par rapport à 2012 de 407 personnes en France et 501 dans le monde (389 à périmètre constant).

MÉTHODOLOGIE

Le périmètre de ce rapport environnemental inclut toutes les entités de production et de logistique contrôlées par la maison. Les consolidations des consommations d'eau et d'énergie sont présentées ci-dessous, tandis que les données quantitatives de chaque activité, les volumes de déchets ainsi que les informations qualitatives en rapport avec les enjeux spécifiques de chaque métier sont présentés de la page 125 à la page 150 du tome 2.

Un logiciel de reporting est déployé au sein de l'ensemble du groupe depuis 2012 pour collecter les données relatives aux consommations de chaque site. Cette plateforme permet également de mettre à disposition la documentation expliquant l'organisation et la définition des indicateurs de la collecte. Un contrôle de cohérence est réalisé en automatique à la saisie des chiffres, puis lors de la consolidation globale par la Direction industrielle. Les quantités publiées incluent les données de Joseph Erard depuis le 1^{er} janvier 2013 et de Beyrand à compter du 1^{er} mai 2013, mais pas encore celles des nouvelles entités australiennes et américaine du pôle Tanneries et Cuir Précieux. Elles seront progressivement intégrées dans la mesure et le suivi des données environnementales, au rythme que permettront leurs particularités techniques et les contraintes locales. Les consommations de certains sites en location ne sont pas disponibles (eau pour les maroquinerie de Montbron et de Saint-Antoine, eau et énergies pour l'atelier de John Lobb Mogador à Paris); elles représentent toutefois une part négligeable du total consolidé compte tenu de la taille des ateliers et de l'absence d'utilisation industrielle de l'eau.

NOS OBJECTIFS

La Direction industrielle poursuit avec les métiers et tous les acteurs des entités de production un programme environnemental dont les objectifs restent inchangés depuis 2003 :

- respecter les obligations réglementaires en matière d'environnement, d'hygiène et de sécurité des conditions de travail (EHS), en anticipant leur évolution chaque fois que possible ;
- respecter les ressources naturelles, notamment l'eau, et maîtriser les ressources énergétiques ;
- améliorer les processus de production en privilégiant les technologies les plus propres et les substances les plus respectueuses de l'environnement ;
- contrôler les déchets en réduisant au maximum leur production et en les valorisant chaque fois que possible ;
- limiter l'impact « carbone » des activités.

La réalisation de ces objectifs repose sur l'implication des acteurs

de chaque site. Un réseau environnement, hygiène et sécurité est constitué depuis 2003. Animé par la Direction industrielle, il coordonne les actions de la maison dans ces domaines. Les membres du réseau, au nombre d'une vingtaine, se réunissent plusieurs fois par an pour partager les résultats et les meilleures pratiques, mais aussi pour se former – en 2013, l'accent a été mis, par exemple, sur la gestion énergétique des bâtiments – et pour préparer ensemble les plans d'actions pour le futur.

En 2011, un cabinet extérieur a été retenu pour effectuer le troisième cycle d'audits de conformité EHS des différentes unités, étalé sur trois ans. Trente-trois audits ont ainsi été réalisés entre juin 2011 et décembre 2013. Des audits sont également menés lors des constructions ou acquisitions des nouveaux sites, permettant de couvrir la totalité du périmètre industriel de la maison sur la période de trois ans. Le système d'information déployé sur les sites pour effectuer le reporting environnemental du groupe permet également de piloter le suivi de ces audits et d'assurer la veille réglementaire dans les domaines de l'environnement, de la santé et de la sécurité.

L'animation du site intranet consacré à la sensibilisation du personnel d'Hermès en France comme à l'étranger sur les différentes problématiques du développement durable s'est poursuivie. Les thèmes choisis par la maison, en matière d'environnement comme d'hygiène et de sécurité, y sont abordés : le site se fait ainsi régulièrement l'écho de la vie du réseau EHS et d'initiatives locales sur la biodiversité, les économies d'énergie, les animations pour la semaine du développement durable, etc.

Les investissements réalisés pour la prévention des risques environnementaux sont détaillés dans le tome 2. De nombreux équipements sont renouvelés chaque année pour améliorer les dispositifs de traitement des rejets dans l'eau et l'air, afin de respecter toutes les réglementations applicables. De la même manière, des mesures de bruit sont réalisées régulièrement autour des sites pour vérifier qu'ils respectent bien les normes auxquelles ils sont soumis.

NOS RÉALISATIONS

Bien qu'aucune de ses sources d'approvisionnement ne soit située en zone de stress hydrique, Hermès a lancé début 2002 un programme de réduction des consommations d'eau. Il s'est poursuivi en 2013, permettant une limitation de la hausse de consommation à 8 % à périmètre constant par rapport à 2012, tandis que le chiffre d'affaires du groupe progresse de 13 %.

Cette performance repose sur de multiples actions qui touchent pratiquement tous les sites de production. Ainsi les tanneries ont-elles poursuivi les actions engagées tout en améliorant leur suivi des consommations aux différentes étapes du process, réussissant, à périmètre constant par rapport à 2012, à diminuer de 2,8 % le ratio moyen de consommation d'eau par produit. Dans la filière Textile, les systèmes de recyclage de l'eau des Ateliers A.S. et de la

SIEGL ont été entièrement révisés, de nouvelles machines de lavage plus performantes ont été installées aux Ateliers A.S., à la SIEGL, chez Atelier d'Ennoblement d'Irigny (AEI) et Établissements Marcel Gandit (Gandit), permettant de limiter la hausse de consommation à 13 % alors que l'activité a augmenté de 18 %.

En incluant les nouvelles activités de la Tannerie d'Annonay, de Beyrand et de Joseph Erard, la consommation globale de la maison progresse de 35 % d'un exercice à l'autre. Toutefois, de 2002 à 2013, l'activité de production a grandi comme le chiffre d'affaires d'un facteur 3, tandis que la consommation d'eau a baissé de 11 %.

MAÎTRISER NOS CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE

Malgré la forte augmentation des volumes de production, la hausse de la consommation globale de l'énergie se limite à 3 % à périmètre constant (+ 12 % en intégrant les consommations de la Tannerie d'Annonay, de Beyrand et de Joseph Erard).

Les importants travaux de rénovation et d'isolation des toitures et façades réalisés à Bobigny et au Vaudreuil en 2012 ont permis des économies significatives : la baisse a atteint 18 % sur le site du Vaudreuil. L'amélioration du réseau interne du gaz au CIA, à Pantin, explique les diminutions de consommation observées à l'atelier de coupe du cuir et dans celui de Puiforcat.

De nombreux projets d'amélioration de l'éclairage, à Sayat, Bobigny et dans plusieurs sites du Textile et des Tanneries, ont contribué à limiter l'augmentation de la consommation d'électricité à 3 % à périmètre constant (+ 12 % en intégrant les consommations de la Tannerie d'Annonay, de Beyrand et de Joseph Erard).

UTILISATION DES SOLS

L'activité industrielle du groupe ne participe pas à l'artificialisation

des sols, compte tenu de la faible surface occupée par ses sites et du taux négligeable de changement d'affectation des sols que peuvent occasionner les élevages de bovins et ovins en Europe, où sont situées les sources d'approvisionnement en peaux brutes de nos cuirs. Pour toute nouvelle implantation de site industriel, une étude d'impact est réalisée, intégrant les enjeux liés à la faune, la flore et la préservation des milieux naturels.

CONSOMMATION DE MATIÈRES PREMIÈRES

La sélection des matières premières utilisées pour la fabrication des produits Hermès fait l'objet d'un processus de choix rigoureux, afin d'identifier celles qui répondent aux fortes exigences de qualité et de durabilité. Chaque métier travaille à améliorer sans cesse l'utilisation de ces matériaux rares et précieux.

ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

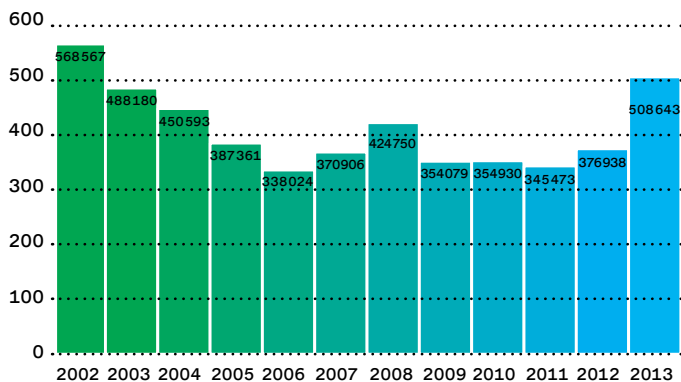
Conformément aux exigences de la réglementation (article 75 de la loi 2010-788 du 12 juillet 2010), Hermès a publié le 27 décembre 2012 son Bilan Carbone®, selon les modalités et le périmètre retenus par le texte de loi (émissions directes, produites par les sources fixes et mobiles, et émissions indirectes, associées à la consommation d'électricité, de chaleur ou de vapeur).

En 2013, le groupe s'est doté d'outils permettant d'effectuer à une fréquence annuelle la mise à jour du bilan global des émissions de gaz à effet de serre de ses sites de production et de distribution. Ce travail est réalisé avec l'aide de deux spécialistes extérieurs indépendants selon la méthode Bilan Carbone®.

Les résultats de cette étude permettent d'alimenter de façon plus précise les réflexions sur les impacts et d'élaborer les plans d'actions dans le cadre du plan Eau-Énergie-Carbone-Déchets, en

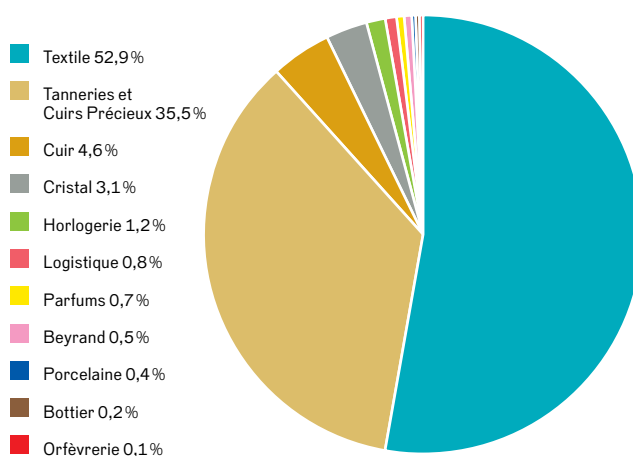
ÉVOLUTION DES CONSOMMATIONS D'EAU

en milliers de m³



NB: Avec intégration d'Hermès Cuirs Précieux à partir de 2008, Natéber, Immobilière Textile Honoré (ITH) et Atelier d'Ennoblement d'Irigny (AEI) à partir de 2012, Tannerie d'Annonay, Beyrand et Joseph Erard à partir de 2013.

LES CONSOMMATIONS D'EAU PAR MÉTIER



place depuis 2010. Du fait de la grande diversité des activités du groupe, les postes d'émissions les plus contributeurs sont très différents d'une activité à l'autre, conduisant les métiers à construire des plans spécifiques à leurs enjeux propres.

Ainsi, dans le pôle Cuir, par exemple, l'attention portée à la consommation des matières premières utilisées, nobles, rares et d'une qualité exceptionnelle, est une préoccupation majeure des maroquineriers. Elle est optimisée par la mise en commun des meilleures pratiques et par des actions pour diminuer les rebuts et pour valoriser les chutes.

Pour le pôle Tanneries et Cuirs Précieux, substituer le transport maritime des peaux brutes au transport aérien, qui était de tradition, est un axe majeur de progrès. Après une étude soignée et des essais approfondis, qui ont démarré dès 2009, la part de transport maritime est passée de 30 % en 2011 à 43 % en 2013.

L'ensemble des mesures prises dans le cadre du programme Eau-Énergie-Carbone-Déchets vise à réduire l'impact d'Hermès sur le changement climatique. La vigilance particulière portée aux filières d'approvisionnement de matières premières permet de limiter les risques d'être mis en danger par les conséquences de ce phénomène.

BIODIVERSITÉ

La préservation de la biodiversité est prise en compte à l'échelle du groupe, mais également au niveau de chaque métier en fonction de ses problématiques spécifiques. Hermès respecte, par exemple, les dispositions législatives permettant de lutter contre l'exploitation forestière illégale, comme la loi Lacey en vigueur aux États-Unis ou le RBUE (Règlement sur le bois de l'Union européenne), ainsi que celles de la Convention de Washington (CITES)

protégeant les espèces de faune et flore menacées d'extinction dans le monde entier. Par ailleurs, les cuirs d'ovins et de bovins proviennent exclusivement de pays européens, et des partenariats sont engagés avec les tanneurs.

RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES

La majeure partie de la production du groupe est intégrée. Les sous-traitants et fournisseurs sont, pour la majorité, des partenaires depuis de nombreuses années, et cette stabilité des relations permet d'inscrire dans le temps une collaboration étroite sur de nombreux sujets.

Ils s'engagent tous à respecter les chartes de loyauté commerciale et de bonne conduite sociale et environnementale du groupe, dont les exigences vont au-delà des réglementations applicables localement. Des audits internes et externes sont menés dans le cadre des pré-références et de contrôles réguliers. Ils font l'objet de plans d'amélioration qui s'inscrivent dans une démarche de partenariat et de progrès.

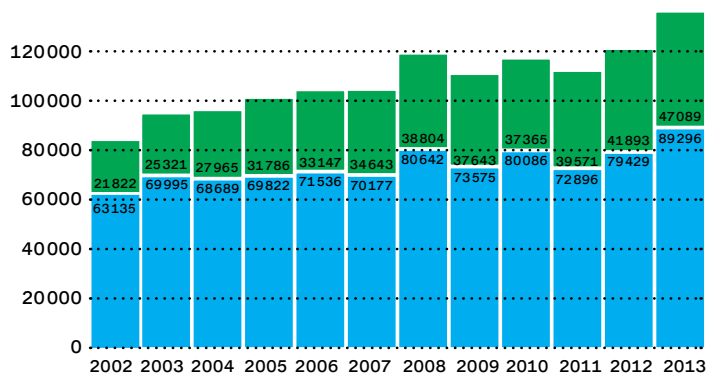
Tous les sites de production et de distribution de la maison entretiennent un dialogue constant avec les autorités locales et les parties prenantes, dans l'objectif d'une bonne insertion dans le tissu local et de rapports basés sur la confiance responsable et le bon voisinage.

PROVISIONS ET GARANTIES POUR RISQUES EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT

Aucune provision n'a été constituée pour risque en matière d'environnement dans les comptes de l'exercice 2013. Aucune société du groupe n'a eu à verser, au titre de 2013, d'indemnités en exécution d'une décision de justice en matière d'environnement.

ÉVOLUTION DES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE (en MWh)

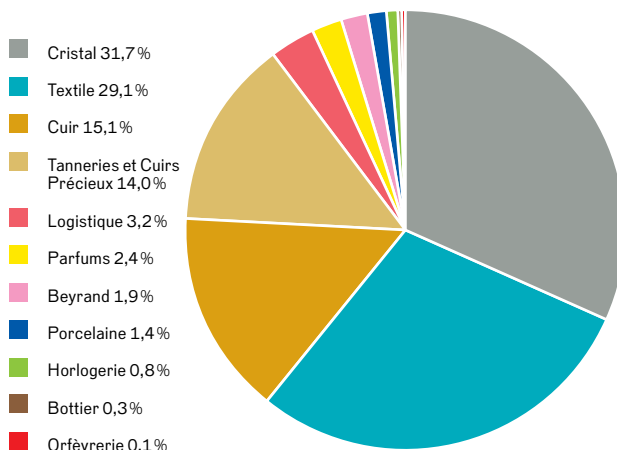
■ Électricité ■ Gaz



NB: Avec intégration d'Hermès Cuirs Précieux à partir de 2008, Natéber, Immobilière Textile Honoré (ITH) et Atelier d'Ennoblement d'Irigny (AEI) à partir de 2012, Tannerie d'Annonay, Beyrand et Joseph Erard à partir de 2013.

LES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIE PAR MÉTIER

(gaz et électricité)



ACTIVITÉ IMMOBILIÈRE DU GROUPE

POLITIQUE GÉNÉRALE

ORGANISATION DE LA SOCIÉTÉ POUR LES QUESTIONS D'ENVIRONNEMENT DANS LE DOMAINE IMMOBILIER

Depuis 2008, la Direction du développement immobilier du groupe a défini une politique environnementale qui s'appuie sur les principes suivants :

- intégrer systématiquement une démarche environnementale lors de la construction ;
- contribuer à la préservation de l'environnement en intégrant les ouvrages dans le paysage et l'architecture locale tout en préservant l'écosystème ;
- recourir aux énergies renouvelables chaque fois que possible ;
- mettre en œuvre des dispositifs favorisant les économies d'énergie ;
- privilégier la qualité du bâti : architecturale, fonctionnelle et durable, dans le souci permanent d'assurer le bien-être des utilisateurs ;
- rechercher la flexibilité et l'adaptabilité des constructions en prévision des évolutions futures, mais aussi en intégrant en amont du projet les coûts d'exploitation ;
- anticiper, chaque fois que possible, les évolutions réglementaires et techniques en les intégrant au projet ;
- assurer la sécurité des personnes sur les chantiers majeurs en recourant systématiquement à un coordonnateur SPS (Sécurité protection de la santé) indépendant de la maîtrise d'œuvre et en organisant des audits de chantiers.

Cette politique s'applique à tous les projets de site tertiaire ou de production. Elle est mise en œuvre en collaboration entre les maîtres d'ouvrage de la maison et les partenaires extérieurs (architectes, constructeurs, prestataires et fournisseurs) sélectionnés par la Direction du développement immobilier.

Le reporting environnemental 2013 repose sur des données collectées directement depuis la France pour l'intégralité des magasins à travers le monde.

Pour les consommations d'énergie, seul l'indicateur des consommations d'électricité est publié, la publication des consommations d'autres énergies, très résiduelles, ayant été écartée.

La publication des consommations d'eau a également été écartée en raison du manque de remontée d'informations pour les magasins et de leur part très peu significative, s'agissant principalement de l'eau des sanitaires, dans la consommation d'eau globale du groupe.

Les consommations d'électricité concernent les 203 succursales Hermès dans le monde, les succursales de John Lobb, ainsi que les succursales des Cristalleries Saint-Louis et de Puiforcat. Ne sont pas incluses les consommations des 112 magasins exclusifs en concession.

Pour le faubourg Saint-Honoré, la part estimée de la consommation du magasin est de 50 % de la consommation totale de cet ensemble

immobilier qui comprend également des bureaux et des ateliers. Les données du reste des magasins (succursales) en France sont incluses dans le reporting. Il en va de même de toutes les succursales françaises de John Lobb, de Saint-Louis et de Puiforcat.

En Europe, hors France, plus de 90 % des magasins sont couverts. En Asie, 71 % des magasins sont couverts dont 100 % des magasins de la Grande Chine (Chine continentale, Hong Kong et Macao), de Thaïlande, de Malaisie et d'Australie. Au Japon, les quatre principaux magasins sont également inclus. S'agissant de la zone Amériques, 70 % des magasins sont couverts dont 93 % des magasins américains.

Les consommations de certaines succursales ne sont pas intégrées à ce reporting, principalement en raison de leur situation dans des centres commerciaux, ce qui complique l'accès aux informations sources. En effet, en l'absence de sous-comptages individuels dans les magasins, les données de consommations d'énergie ne sont pas disponibles.

Par ailleurs, en 2013, le périmètre du reporting a été élargi à l'ensemble des bureaux et locaux de stockage des succursales à travers le monde.

FORMATION / INFORMATION DES SALARIÉS

Dans le domaine immobilier, le suivi des évolutions réglementaires est effectué en lien avec les différents intervenants (des architectes aux corps de métiers).

UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES

MESURES POUR AMÉLIORER L'EFFICACITÉ DE L'UTILISATION DES MATÉRIAUX

Depuis 2011, l'épaisseur de la pierre des sols a été optimisée pour tous les nouveaux magasins. Le laiton et le corian ont été remplacés par des matériaux plus respectueux de l'environnement, permettant de diminuer de façon très significative le poids des équipements concernés.

En 2012, un concept de magasin provisoire, avec réutilisation du mobilier, a été développé et appliqué sur la zone Europe et les États-Unis. L'application de ce concept aux autres zones s'est poursuivie en 2013.

Enfin, en partenariat avec les fournisseurs, un sourcing local de matériau est systématiquement recherché et, chaque fois que possible, privilégié. À titre d'exemple, en 2012, la façade d'un magasin rénové en Chine a été entièrement réalisée en utilisant une pierre locale.

CONSOMMATION D'ÉNERGIE

Les magasins inclus dans le périmètre décrit ci-dessus ont consommé 31 779 MWh d'électricité en 2013, dont 29 953 MWh pour les magasins et 1 826 MWh pour les locaux annexes (bureaux et stockage). Ces chiffres représentent une augmentation d'environ 6 % par rapport à l'année 2012 pour les magasins, entiè-

rement corrélée à l'augmentation des surfaces de vente, principalement en Asie par agrandissements ou ouvertures de magasins, et à l'amélioration du périmètre et du reporting des filiales. Les locaux de type bureaux et stockage sont également inclus pour la majorité des zones.

Il faut relever la poursuite de la baisse des consommations électriques des zones France et Amériques qui s'explique principalement par le recours à l'éclairage LED, qui a continué de progresser en 2013. Pour les magasins, améliorer l'efficacité énergétique passe par une optimisation des principaux postes de consommation d'énergie que sont l'éclairage et la climatisation. Les choix des matériaux, la diminution des poids, la recherche d'approvisionnements locaux améliorent également le Bilan Carbone® des chantiers de construction ou de rénovation.

En 2013, aux États-Unis, une dizaine de magasins ont changé de fournisseur d'électricité au profit d'un fournisseur d'électricité « verte ».

Éclairage :

Depuis 2010, des LED équipent les vitrines horlogerie / bijouterie et les étagères de tous les nouveaux magasins ou magasins rénovés. Près de la moitié des magasins est ainsi équipée fin 2013. En 2013, une solution d'éclairage « tout LED » (y compris l'éclairage

du plafond) a été généralisée à tout nouveau projet de magasin après des essais concluants menés dans trois magasins pilotes en Europe entre 2011 et 2012.

D'autres actions (installation de sous-comptages et de dispositifs de détection de présence dans les salons d'essayage, sanitaires et back-office, scénarios d'éclairage adaptés à l'utilisation du magasin) ont également intégré les nouveaux projets de magasin en 2013. De nouvelles solutions techniques toujours plus performantes sont en évaluation constante, pour une intégration progressive dans les magasins existants.

Climatisation :

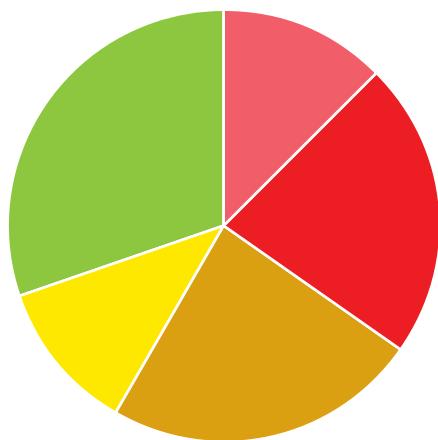
La diminution de la consommation électrique et la forte baisse des calories générées par l'éclairage avec la technologie LED, comparativement à un éclairage traditionnel, permettent d'étudier le redimensionnement à la baisse des appareils de climatisation des magasins. Cette action a été lancée pour les chantiers à venir.

MESURES POUR AMÉLIORER LE RECOURS AUX ÉNERGIES RENOUVELABLES

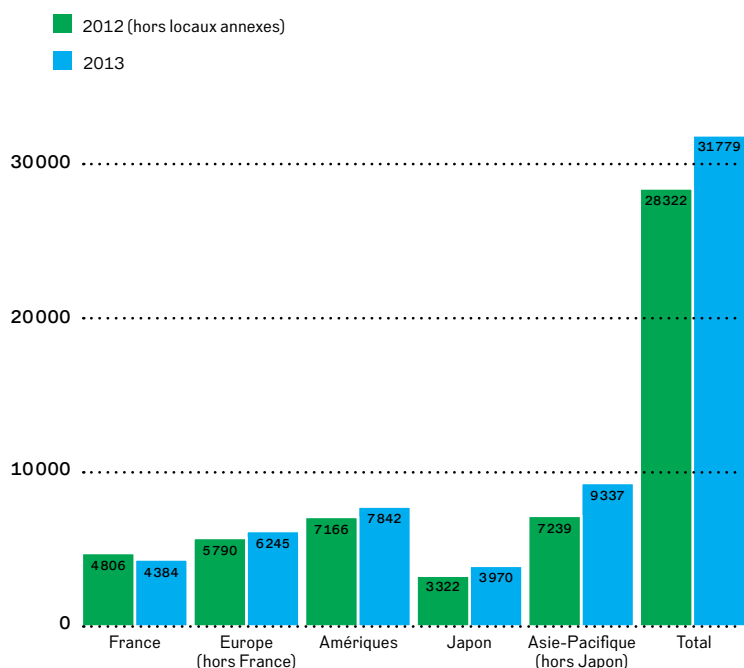
En 2013, la toiture du magasin de Beverly Hills, aux États-Unis, a été équipée de panneaux solaires afin d'alimenter en électricité l'éclairage de la toiture-terrasse.

RÉPARTITION DES CONSOMMATIONS ÉLECTRIQUES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

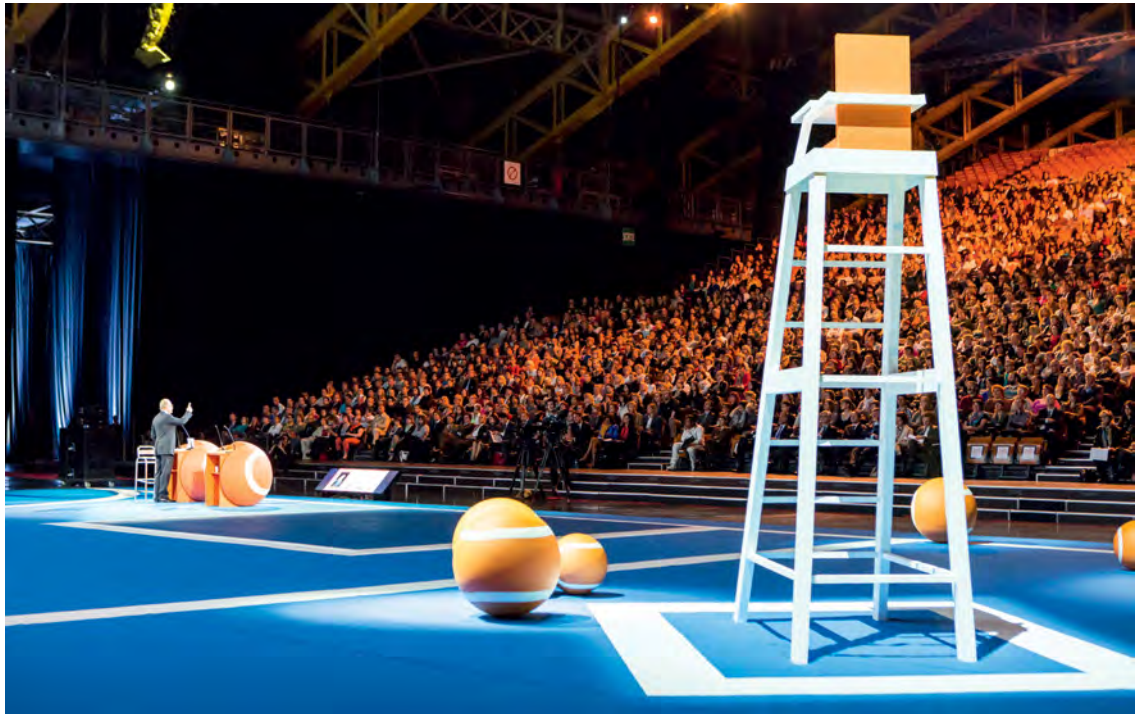
- France 13,7 %
- Europe (hors France) 19,7 %
- Amériques 24,7 %
- Japon 12,5 %
- Asie-Pacifique (hors Japon) 29,4 %



CONSOMMATIONS ÉLECTRIQUES DES SUCCURSALES ET LOCAUX ANNEXES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE (en MWh)



HERMÈS EMPLOYEUR DE QUALITÉ ET RESPONSABLE



HERMÈS CONTINUE DE GRANDIR TOUT EN PRÉSERVANT SON ESPRIT D'APPARTENANCE

Dans un contexte de croissance soutenue, les équipes ont continué à se renforcer pour faire face au développement des activités et à la nécessaire avancée des compétences. L'embauche de nombreux collaborateurs s'accompagne d'une conscience accrue de la nécessité de transmettre pour préserver et faire progresser le partage de la culture, des savoir-faire et des savoirs.

L'effectif a été porté de 10 118 personnes fin 2012 à 11 037 au 31 décembre 2013. Cette croissance inclut un effet périmètre de 126 collaborateurs lié à l'acquisition des sociétés Beyrand (fabricant de supports pour la porcelaine) et Joseph Erard (manufacture suisse de mouvements horlogers).

En 2013, a été annoncée l'ouverture prochaine de deux nouveaux sites en Franche-Comté, dans le but de créer d'ici 2018, avec le site de Seloncourt, un pôle régional Franche-Comté totalisant à terme près de 400 emplois créés. Cette nouvelle activité franc-comtoise a démarré en décembre sur un site provisoire à Étupes, avec une dizaine d'artisans venus de Seloncourt.

Le dispositif Attelage, mis en place dans toutes les filiales, dote chaque nouveau collaborateur d'un « parrain » chargé de le guider dans ses premiers pas chez Hermès. Cet accompagnement de proximité facilite l'intégration de la culture singulière de la maison.

L'UNIVERSITÉ D'HERMÈS : TRANSMETTRE LA CULTURE ET DÉVELOPPER LE LEADERSHIP

Créée en 2012, l'Université d'Hermès Ex-Libris soutient le développement des hommes et de leur compréhension de la culture et de la vision de l'entreprise. Cette année, elle a poursuivi le déploiement de ses programmes dans quatre domaines : le management des équipes, la diffusion de la culture, les expertises et la formation au produit.

Plus de 900 collaborateurs ont pu ainsi vivre en 2013 une expérience collective d'apprentissage, guidée par des principes d'ouverture au monde, d'efficacité opérationnelle, de transversalité et de haute qualité.

Le développement du leadership constitue un axe majeur des actions pédagogiques, à travers cinq programmes de formation des managers. Plus de 240 responsables d'équipe ont enrichi leurs compétences managériales, en s'appuyant sur le modèle Hermès LeADER épicier poète pour faire progresser leurs pratiques et comportements dans une recherche d'équilibre entre exigence et bienveillance.

Des ateliers de codéveloppement permettent aux managers de partager en groupe leurs problématiques d'animation d'équipes et d'identifier ensemble des pistes d'amélioration concrètes.

Les dispositifs d'intégration et de diffusion de la culture ont contribué à favoriser la compréhension du projet d'entreprise et à renforcer le sentiment d'appartenance. Les deux principaux, Mosaïque, dédié à l'intégration des nouveaux collaborateurs en Europe, et l'IFH, programme de partage de la vision et du projet offert aux managers, ont bénéficié en 2013 à plus de 400 collaborateurs.

En parallèle, une action spécifique a été menée à destination des nouveaux directeurs généraux du pôle Distribution, afin de les ancrer dans le monde d'Hermès et faciliter leur prise de fonctions. En Asie du Nord, 125 collaborateurs ont participé aux sessions d'intégration H Tree, essentielles pour préserver, prolonger et nourrir l'héritage culturel d'Hermès.

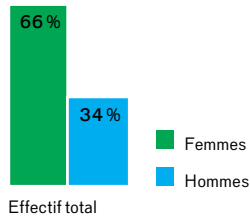
Les actions de formation Produit se sont renforcées dans toutes les régions, par le déploiement local de programmes d'acquisition et d'entretien des connaissances. Ces actions, dont le but est d'aider les vendeurs à devenir des experts de la vente, capables d'incarner la maison et de transmettre ses savoir-faire et ses histoires, ont bénéficié à plus de 360 vendeurs en Europe.

L'Asie a également mis en place des programmes dédiés à la connaissance généraliste des produits, en réponse à une haute ambition de qualité de service.

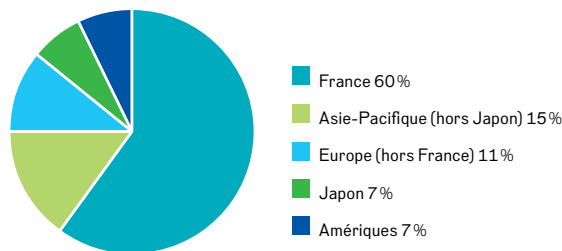
Les actions de formation marchande déployées à travers le monde par l'École des Marchands Hermès ont été dispensées à plus de 170 collaborateurs, soutenues par un programme d'e-learning et complétées par des dispositifs locaux.

En France, un programme Osons vendre, animé par les managers, a été délivré à plus de 250 employés des magasins parisiens.

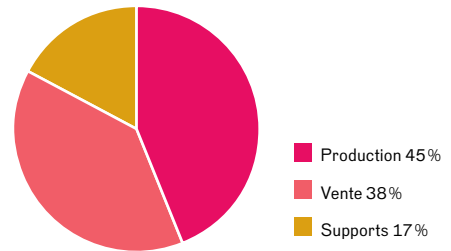
RÉPARTITION FEMMES/HOMMES



RÉPARTITION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



RÉPARTITION PAR FILIÈRE



LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES LOCALES : RÉPONDRE AUX BESOINS DES MÉTIERS

L'ÉCOLE DU PÔLE TEXTILE DE LA RÉGION RHÔNE-ALPES

Cette école a été créée en 2013, dans le but de préserver et diffuser les savoir-faire de la filière, contribuer au rayonnement interne et externe du pôle et renforcer son ancrage régional. Le programme d'intégration Au fil d'HTH a bénéficié à 80 collaborateurs, leur donnant une vue complète des métiers de la filière Textile et les associant aux enjeux d'évolution du pôle.

Des ateliers de codéveloppement permettent aux responsables d'équipe d'échanger autour de leurs préoccupations quotidiennes et de l'amélioration de leurs pratiques de management.

L'ÉCOLE DU CUIR

Elle poursuit sa mission de développement et de transmission des savoir-faire de maroquinerie, avec plus de 550 collaborateurs formés en 2013.

Ses efforts ont porté en particulier sur l'agrandissement et le renforcement des compétences pédagogiques et techniques du réseau de formateurs internes. Un partage avec les partenaires de l'école sur les besoins et évolutions du métier a permis d'optimiser la cohérence entre formation initiale et continue. Enfin, des modules de formation spécifiques ont été déployés auprès des coupeurs et des mécaniciennes.

LA VALIDATION DES ACQUIS PAR L'EXPÉRIENCE

Quatre artisans de la Maroquinerie de Seloncourt ont participé à une session pilote de validation des acquis par l'expérience (VAE).

Après la réalisation d'un dossier technique, d'une épreuve pratique et d'une soutenance devant un jury, tous ont réussi leur examen et obtenu le titre convoité de sellier-maroquinier d'art de l'école Boudard.

LE PROGRAMME JEUNES TANNEURS

Au sein du pôle Tanneries, ce programme offre à de jeunes ingénieurs un parcours de 24 mois d'initiation à quatre métiers, au cœur de quatre tanneries et dans au moins deux pays. Ce long temps d'apprentissage des peaux exotiques et des procédés de transformation fait d'eux des experts en tannerie. En parallèle, un réseau de formateurs internes, chargés de perpétuer l'ensemble des savoir-faire avec passion et efficacité, a été constitué.

LE PRIX DE L'ADRESSE, UN PRIX D'EXCELLENCE ARTISANALE INTERNE TRÈS ATTENDU

L'édition 2013 du Prix de l'Adresse a vu 28 équipes d'artisans, soit 120 participants volontaires, concourir à la réalisation en équipe d'une pièce d'exception dans l'un des métiers du cuir, du textile, de la porcelaine, de l'orfèvrerie, de l'horlogerie, de la botterie et du prêt-à-porter. Le défi est double : technique et humain, à travers la mise en commun de tous les talents. Huit équipes ont reçu le Prix de l'Adresse et deux équipes ont été récompensées par le Prix de l'Audace.

Ce prix d'excellence artisanale témoigne de l'investissement passionné des artisans d'Hermès dans leur métier et de leur volonté de se dépasser au service de la haute qualité de l'objet, dans un esprit d'aventure collective.

LES DISPOSITIFS DE MAILLAGE : S'OUVRIR À LA RÉALITÉ D'UN AUTRE MÉTIER

Le dispositif Tandem met en lien un artisan maroquinier et un vendeur qui s'accueillent tour à tour durant une semaine, en manufacture et en magasin, pour s'initier mutuellement à leur métier et rapprocher leurs univers complémentaires. Ces rencontres entre artisans et marchands, toujours très fécondes, ont bénéficié à 50 collaborateurs en 2013.

Les Parcours d'Adresse, créés en 2011, proposent à des groupes d'artisans de découvrir une filière métier en profondeur, à travers un parcours initiatique d'une semaine en plusieurs étapes, de la matière première à l'objet fini. En 2013, ces parcours se sont déroulés pendant 17 semaines et ont profité à 166 artisans issus de la maroquinerie, du textile, du prêt-à-porter, de la porcelaine, du cristal, du parfum et de l'horlogerie. En découvrant les spécificités et réalités d'un autre métier, ils apprennent à partager leur culture commune et identifier des parentés d'esprit et de pratiques.

À Singapour, le séminaire Chic S'pore a réuni 175 collaborateurs de la zone Asie-Pacifique durant trois jours. Le partage du projet d'entreprise, illustré par les réalisations de 2012 et les projets pour 2013 et à plus long terme, a été le point de départ de réflexions collectives sur les thèmes de l'offre produit, du service client, de la vie des magasins... Ce moment d'échanges et de convivialité marque la reconnaissance d'Hermès pour la vitalité de ses activités dans cette région, portée par des équipes engagées et passionnées.

L'INFORMATION PARTAGÉE : MOBILISER AUTOUR DU PROJET D'ENTREPRISE

Forum H, la séance annuelle d'information des collaborateurs, s'est tenu à Lyon devant une audience de 1 400 collaborateurs, venant pour la plupart des pôles maroquiniers et textiles de la région lyonnaise. Les temps forts de bilan sur les actions 2012 et de partage sur les projets 2013 ont été ponctués d'interludes artistiques et d'interventions de témoins des programmes menés sur cette période.

En septembre, un autre Forum H a réuni tous les collaborateurs du territoire suisse, soit environ 200 employés d'Hermès Suisse et de La Montre Hermès, dans un même esprit de rencontre conviviale autour du projet, des valeurs et des perspectives.

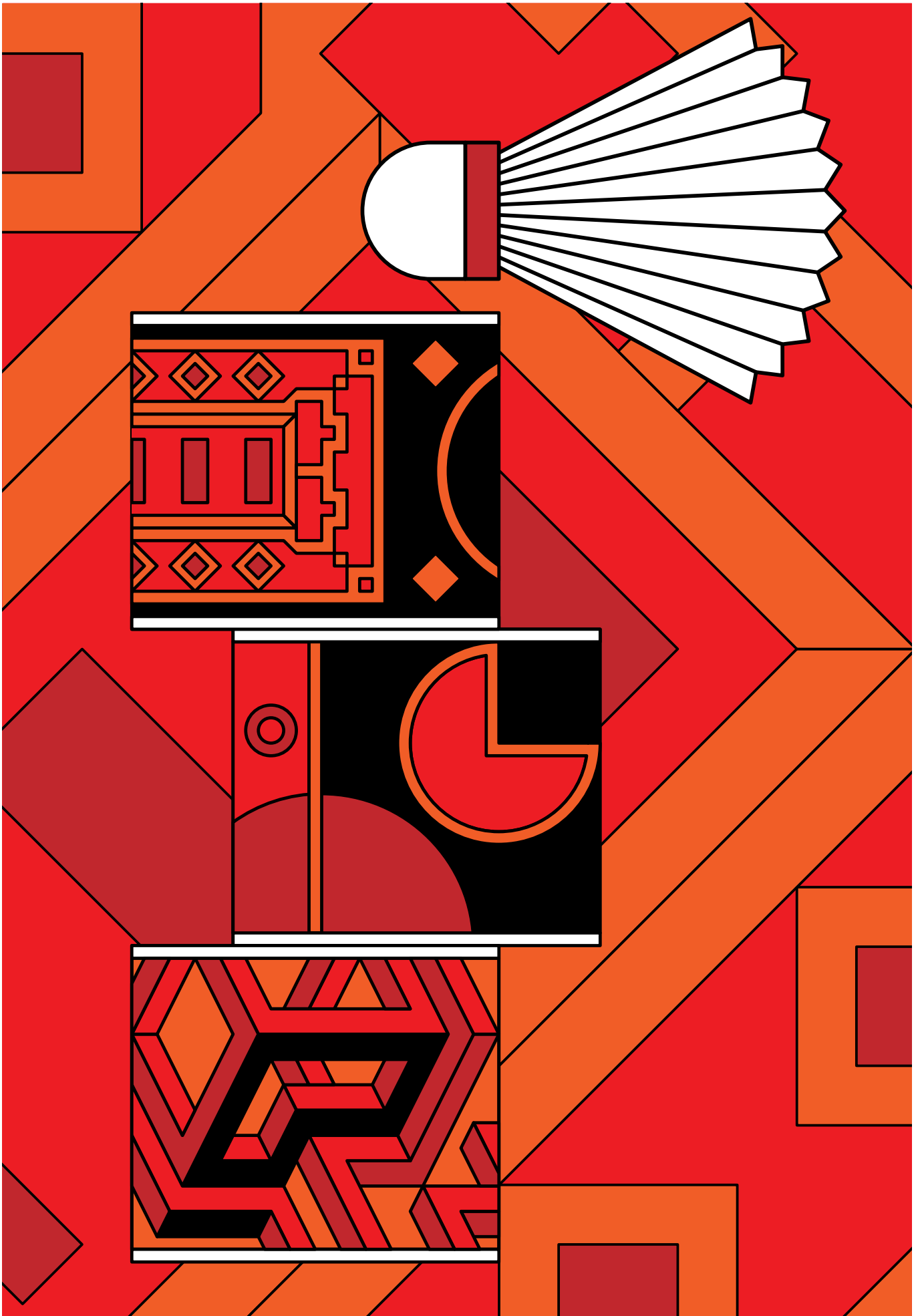
Enfin Hermès China, qui compte désormais plus de 300 collaborateurs, a également accueilli pour la première fois un Forum H, organisé en décembre dans la ville de Hangzhou. Particulièrement appréciée, cette action de communication interne vient renforcer la cohésion des équipes dans un pays où les distances demandent à être comblées par des rencontres.

LA DIVERSITÉ : HANDICAP HTH, UN PROJET DE LONG TERME EN CONSTRUCTION QUOTIDIENNE

En 2013, la filière Textile emploie 37 personnes en situation de handicap déclaré, contre 31 en 2010, et le budget de sous-traitance auprès d'établissements spécialisés a été multiplié par quatre depuis 2010, passant de 10 K€ à 40 K€.

Ainsi la société Établissements Marcel Gandit fait recycler ses cadres d'impression (tri des cadres, arrachage de la gaze, élimination des imperfections, effacement du marquage) par l'ESAT Léon Fontaine. Cette action solidaire contribue également au développement durable. Dans le cadre de ce partenariat, les collaborateurs de l'ESAT ont été accueillis par Établissements Marcel Gandit pour mieux visualiser les étapes nécessaires à la réalisation des produits, situer leur rôle et apprécier l'importance de leur contribution.

Des actions d'ouverture telles que la participation aux Mondiaux d'Handisport à Lyon, la rencontre avec l'École de chiens guides d'aveugles de Lyon et du Centre-Est, ou la rencontre avec le chantier naval d'insertion Voil'Avenir, permettent de modifier progressivement le regard des collaborateurs du pôle Textile et faire de la situation de handicap une véritable source d'enrichissement.



GESTION DES RISQUES

POURSUIVRE UNE DÉMARCHE ACTIVE DE GESTION DES RISQUES

La Direction de l'audit et des risques (DA&R) exerce un double rôle : identifier les risques et assister les opérationnels dans l'élaboration de plans d'actions visant à renforcer le contrôle interne. En collaboration avec les départements concernés, elle contribue au pilotage des risques majeurs et participe aux différents comités de suivi.

Une cartographie des risques groupe est élaborée à partir notamment de l'analyse des risques menée sur les principales entités d'Hermès. Cette hiérarchisation au plus haut niveau est ensuite prise en compte pour réaliser les cartographies des risques de toutes les entités.

Comme décrit dans le Rapport du président du Conseil de surveillance sur le dispositif de contrôle interne et de gestion des risques, en page 32 du tome 2, la DA&R contribue par ses audits internes à éclairer la vision du groupe sur la maîtrise de ses risques clés. Par de nombreuses actions de proximité (coordination et animation du réseau de responsables de contrôle interne, dispositifs d'autoévaluation...), elle agit en synergie avec les autres départements, afin de diffuser une « culture du risque » alliant prudence et esprit d'entreprise.

Les principaux facteurs de risque auxquels le groupe est exposé compte tenu de son modèle économique sont décrits au présent chapitre.

LIMITER NOS RISQUES INDUSTRIELS ET RESPECTER L'ENVIRONNEMENT

La Direction des affaires industrielles met en place et coordonne les actions visant à protéger le patrimoine industriel, les collaborateurs et l'environnement dans tous les sites industriels de la maison. Elle s'appuie sur les directions industrielles des métiers et sur les directeurs de sites pour réaliser des diagnostics internes, des audits menés par des spécialistes externes et établir des plans d'amélioration opérationnels. Les recommandations issues de ces analyses en matière d'organisation, de procédures, de dépenses ou d'investissements font l'objet d'un suivi régulier. Les dépenses et investissements consacrés à la sécurité sont considérés comme prioritaires lors des arbitrages budgétaires. Les actions et réalisations d'Hermès en matière d'environnement sont détaillées dans la section Développement durable et Environnement (page 78 du tome 1) de ce rapport.

MINIMISER LES RISQUES SUR NOS BIENS IMMOBILIERS

Les opérations de nature immobilière du groupe sont centralisées au sein de la Direction du développement immobilier. Cela contribue à une bonne maîtrise d'enjeux cruciaux comme :

- la recherche et la validation qualitative et technique d'emplacements pour la distribution, la production et les établissements administratifs ;
- la maîtrise d'ouvrage (directe ou par délégation) des principales opérations de construction afin d'en sécuriser la bonne réalisation ;
- la supervision du plan d'inspection des principaux sites du groupe, qui contrôle le respect des règles en matière de structure et d'incendie. Ces inspections sont complétées par des visites de prévention réalisées par les assureurs du groupe.

En complément, le Comité de sécurité immobilière assure une veille sur les risques éventuels, vérifie la bonne application des règles du groupe dans ce domaine et procède à un suivi systématique des plans d'actions engagés.

GARANTIR NOS ACTIFS PAR UNE COUVERTURE D'ASSURANCE PRUDENTE

Le groupe est couvert auprès d'assureurs de premier plan par des programmes d'assurance portant principalement sur les dommages matériels, les pertes d'exploitation et la responsabilité civile, tels que décrits dans la section Assurances en page 121 du tome 2.

Cette couverture s'accompagne d'une démarche active de prévention et d'un suivi rigoureux des recommandations émises par les assureurs.

RESPECTER LA LÉGISLATION EN VIGUEUR DANS TOUS LES DOMAINES

Le groupe assure une veille juridique constante dans tous les domaines du droit pour tenir compte des évolutions législatives et jurisprudentielles et se mettre en conformité avec la réglementation en vigueur tant en France qu'à l'étranger. Cette veille est effectuée par des ressources internes et externes.

En interne, compte tenu de la complexité croissante de chaque matière juridique, la Direction juridique est organisée en pôles de compétences dédiés aux spécialités des grandes branches du droit : droit de la propriété intellectuelle, droit des sociétés / droit boursier, droit immobilier, droit des affaires (contrats de toute nature, concurrence, distribution, consommation).

Les dossiers de droit social et de droit fiscal sont respectivement traités par la Direction des ressources humaines et par la Direction fiscale du groupe, en lien avec la Direction juridique.

En externe, sur chacun des territoires où le groupe développe son activité, Hermès est conseillé par des cabinets d'avocats implantés localement, spécialisés et reconnus pour chacune des nombreuses matières traitées.

Si le groupe continue d'être engagé dans des procédures judiciaires, le règlement de ces situations ne devrait pas avoir d'incidences significatives sur son activité et ses résultats financiers.

Il n'existe pas d'autre procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont la société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la société et/ou du groupe.

PROTÉGER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS

Nos produits sont régulièrement testés par des laboratoires en Europe, en Asie et aux États-Unis, pour vérifier leur conformité par rapport à la réglementation en vigueur la plus exigeante dans le monde, ainsi que leur innocuité. Une veille est en place pour analyser l'évolution permanente des réglementations avant d'intégrer nos cahiers des charges produits.

PROTÉGER ET DÉFENDRE NOS DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le groupe est très attaché à la protection et à la défense de ses droits de propriété intellectuelle. Il possède un portefeuille de marques et de noms de domaine particulièrement complet, qui est étendu régulièrement à de nouveaux signes, à de nouvelles classes de produits et services et à de nouvelles zones géographiques. C'est pourquoi une équipe spécifique est dédiée à ces problématiques au sein de la Direction juridique.

Le groupe veille également à ce que l'ensemble de ses créations nouvelles ou anciennes soit protégé de manière efficace, avec notamment de nombreux dépôts de modèles tant en France qu'à l'étranger. L'obtention de marques tridimensionnelles dans plusieurs pays lui permet de protéger certains de ses produits tels que les sacs *Kelly* et *Birkin*.

Enfin, le groupe s'assure que ses droits sont respectés et mène dans ce cadre une politique de lutte anti-contrefaçon active qui comprend à la fois des mesures préventives (formations et lobbying) et des mesures coercitives (actions administratives, civiles ou pénales) dans le monde entier et notamment sur Internet.

Ces actions sont menées par la Direction juridique du groupe avec l'appui de conseils externes et en collaboration avec les autorités locales compétentes en matière de propriété intellectuelle et de lutte contre la contrefaçon.

Elles permettent de saisir et de détruire chaque année plusieurs centaines de milliers de produits de contrefaçon et d'obtenir la reconnaissance de ses droits et le versement de dommages-intérêts qui viennent réparer le préjudice subi.

ÉQUILIBRER ET PROTÉGER NOTRE DISTRIBUTION

Hermès se positionne de manière singulière sur le marché du luxe, dont il représente une part faible (environ 1,7 % de ce marché évalué à 217 Md€ pour l'année 2013). Le groupe est donc relativement peu exposé aux variations générales du secteur. Son large portefeuille de produits réduit le risque de dépendance à une gamme particulière, et sa distribution est géographiquement équilibrée. Présent dans plus de 315 points de vente, dont 203 succursales (qui représentent un peu plus de 80 % du chiffre d'affaires), Hermès s'appuie sur une structure de distribution qui favorise une dilution importante du risque client. La liste des magasins dont le groupe est propriétaire est détaillée en page 120 du tome 2.

Les ventes sont par ailleurs faiblement exposées aux phénomènes de saisonnalité, le second semestre 2013 ayant représenté 53 % du total des ventes (54 % en 2012 et 2011, 55 % en 2010).

En conformité avec la législation applicable dans chacun des pays où le groupe est présent, la distribution des produits s'opère par le biais d'un réseau de distribution sélective propre à chacune des maisons concernées. Hermès met en place différentes actions afin d'en assurer le respect.



GÉRER NOTRE TRÉSORERIE ET LES DEVICES AVEC PRUDENCE

Compte tenu de sa situation de trésorerie positive, le groupe n'est pas exposé au risque de liquidité et mène une politique prudente de gestion des risques de marché (change, taux, contrepartie). L'essentiel de ses productions étant situé dans la zone euro, alors qu'une part significative de ses ventes s'effectue en US dollars, en yens japonais et en autres devises asiatiques, le groupe est naturellement exposé au risque de change.

À ce titre, la gestion de la trésorerie et des devises est centralisée par la Direction de la trésorerie du groupe et encadrée par des règles de gestion et de contrôle précises. La gestion administrative et le contrôle des opérations sont assurés par la Direction du Middle & Back-Office, notamment par le biais d'un logiciel de trésorerie intégré. Par ailleurs, la DA&R veille au bon respect du contrôle des risques et des procédures de gestion. Le Comité de sécurité trésorerie vérifie mensuellement le respect de ces procédures et le traitement des éventuels risques identifiés.

Le groupe suit une politique de placement prudente, qui vise à éviter tout risque de perte sur le capital et à privilégier la liquidité afin de pouvoir mettre en place des évolutions stratégiques indépendantes et réactives.

Le groupe ne traite qu'avec des banques et établissements financiers de premier rang. Par ailleurs, les risques de contrepartie sur les opérations financières sont suivis de façon continue par le service Trésorerie d'Hermès International.

La trésorerie disponible est principalement investie en OPCVM monétaires de grandes sociétés de gestion et en certificats de dépôts émis par des banques de premier rang, ayant une faible sensibilité et des durées de placement courtes.

L'exposition au risque de change d'exploitation est systématiquement couverte sur une base annuelle, fondée sur les flux d'exploitation futurs. Parallèlement, l'exposition au risque de change hors exploitation est couverte dès que son engagement est ferme et définitif.

La Direction de la trésorerie effectue une veille constante sur les évolutions des réglementations juridiques en matière d'opérations de dérivés et de placements, afin de se mettre en conformité avec les réglementations en vigueur.

Par ailleurs, la Direction financière veille à faire évoluer ses procédures et ses outils de manière à s'adapter en permanence à l'évolution de son environnement.

SURVEILLER ET PRÉVENIR NOS RISQUES INFORMATIQUES

Les dépenses effectuées par Hermès dans le domaine informatique (budget d'investissement et de fonctionnement) se situent dans la moyenne des sociétés du secteur. Elles ont pour objectif d'assurer une bonne performance opérationnelle, de maintenir sous contrôle les risques informatiques et de faire évoluer les systèmes d'information pour le futur.

La Direction des systèmes d'information du groupe travaille dans le cadre d'une charte de gouvernance informatique et a mis en place un corps de procédures applicables à l'ensemble des sociétés du groupe. Des audits de sécurité informatique et de conformité aux procédures groupe ont été réalisés au sein des filiales majeures.

En 2013, la sécurisation des systèmes d'information s'est concrétisée par des travaux d'harmonisation des systèmes utilisés autour d'un ERP standard, et par la finalisation du déploiement d'un nouvel outil moderne de gestion des magasins et des filiales de distribution.

En matière de prévention des risques informatiques, les travaux réalisés en 2013 concernent notamment le renforcement de la sécurité des systèmes centraux, la sécurisation des accès externes, la sécurisation des postes de travail, la prévention de la fuite de données confidentielles, et l'amélioration des dispositifs de secours et de tolérance de panne des systèmes critiques pour garantir la continuité de fonctionnement en cas d'incident.

Comme chaque année, des tests d'intrusion via les réseaux et des simulations de crashes informatiques ont été réalisés.

MAÎTRISER NOS FLUX

Hermès conserve la maîtrise de ses fabrications, plus de deux tiers de ses produits étant fabriqués en interne. Avec ses partenaires et fournisseurs, Hermès développe des relations de long terme qui lui permettent de mieux sécuriser ses approvisionnements et de protéger les savoir-faire critiques. Des audits fournisseurs ciblés permettent de s'assurer de la conformité de leurs opérations par rapport aux attentes du groupe. Le cas échéant, des prises de participation permettent de sécuriser ces relations. Des efforts significatifs sont également apportés pour optimiser et sécuriser la *supply chain*.

Enfin, le groupe renforce la sécurisation de ses approvisionnements, met en œuvre une politique de diversification et de limitation de la dépendance vis-à-vis des fournisseurs et constitue des stocks stratégiques.



RÉSULTATS CONSOLIDÉS

RÉSULTATS CONSOLIDÉS

En 2013, le chiffre d'affaires consolidé du groupe Hermès s'élève à 3 754,8 M€, en croissance de 7,8 % à taux de change courants (13,0 % à taux de change constants).

Le taux de marge brute atteint 68,8 %, en hausse de 0,7 point par rapport à l'année 2012, en raison notamment de l'impact favorable des devises.

Les frais administratifs et commerciaux, qui représentent 1 215,2 M€ contre 1 130,8 M€ en 2012, incluent notamment 211,2 M€ de dépenses de communication, soit 5,6 % des ventes contre 5,2 % en 2012.

Les autres produits et charges s'élèvent à 151,1 M€. Ils intègrent 115,2 M€ de dotations aux amortissements qui reflètent le rythme soutenu des investissements, notamment dans l'extension et la rénovation du réseau de distribution.

Le résultat opérationnel progresse sensiblement (+8,9 %) pour atteindre 1 218,0 M€ contre 1 118,6 M€ en 2012. La rentabilité opérationnelle gagne 0,3 point et représente 32,4 % des ventes contre 32,1 % en 2012, meilleure performance enregistrée par le groupe.

Le résultat financier affiche une charge de 23,5 M€ contre 18,6 M€ enregistrée en 2012.

La charge d'impôt, qui atteint 397,6 M€ en 2013 contre 349,1 M€ en 2012, augmente de 13,9 %, en raison notamment de la taxe de 3 % sur la distribution de dividendes instaurée par la seconde loi de finances rectificative pour 2012 et de la hausse du taux d'impôt en France.

La part revenant aux intérêts minoritaires représente 8,6 M€ contre 10,6 M€ l'année précédente.

Le résultat net consolidé du groupe, en hausse de 6,8 %, s'élève à 790,3 M€ contre 739,9 M€ en 2012.

INVESTISSEMENTS

Hermès a poursuivi en 2013 le développement qualitatif de son réseau de distribution et la sécurisation de ses approvisionnements avec 232,4 M€ d'investissements (hors placements financiers), incluant notamment l'ouverture ou la rénovation de treize succursales.

Pour mémoire, les investissements 2012 incluaient l'achat des murs du magasin Hermès de Beverly Hills.

SITUATION FINANCIÈRE

La capacité d'autofinancement atteint 1 015,9 M€, en croissance de 14,8 %. Cette hausse plus rapide que celle du résultat net provient

DÉTAIL DES INVESTISSEMENTS

(en millions d'euros)	2013	2012	2011
Investissements opérationnels	211,3	263,1	185,2
Investissements financiers	21,1	106,9	29,2
<i>Sous-total investissements (hors placements financiers)</i>	<i>232,4</i>	<i>370,0</i>	<i>214,4</i>
Placements financiers ¹	50,5	27,7	19,6
Total investissements	282,9	397,7	234,0

¹ Les placements financiers correspondent à des placements dont la sensibilité et la maturité imposent un classement en immobilisations financières en application des normes IFRS.

du poids plus important en 2013 des charges sans incidence sur la trésorerie (mise à la juste valeur des instruments de couverture et comptabilisation des plans d'action gratuites). Elle a permis de financer l'ensemble des investissements (232,4 M€), le besoin en fonds de roulement (119,1 M€) et le dividende (260,3 M€).

La trésorerie s'élève à 1 022,0 M€ au 31 décembre 2013 contre 686,1 M€ au 31 décembre 2012, en hausse de 49 %.

La trésorerie nette retraitée (après prise en compte des placements financiers non liquides et des emprunts financiers) atteint 1 091 M€ au 31 décembre 2013 contre 721 M€ au 31 décembre 2012. Grâce à la progression des résultats, les fonds propres se renforcent et atteignent 2 825,6 M€ (part du groupe) au 31 décembre 2013 contre 2 344,4 M€ au 31 décembre 2012.

CRÉATION DE VALEUR

La valeur économique créée et le rendement des capitaux employés sont utilisés depuis plusieurs années dans le groupe Hermès comme indicateurs de performance des investissements.

La valeur économique créée de l'année est calculée selon la méthode du cabinet Stern Stewart & Co. Elle représente la différence entre le résultat opérationnel ajusté (hors résultat financier

et éléments exceptionnels) net d'impôt opérationnel ¹, et le montant des capitaux moyens employés au cours de l'année ² multiplié par le coût moyen pondéré des capitaux du groupe ³.

Le rendement des capitaux employés correspond au résultat opérationnel ajusté net d'impôt opérationnel ¹, rapporté au montant des capitaux moyens employés au cours de l'année ².

La valeur économique créée (679 M€ en 2013 contre 629 M€ en 2012) progresse de 8 % grâce à la hausse des résultats. Le rendement des capitaux employés reste très élevé et atteint 41 % en 2013.

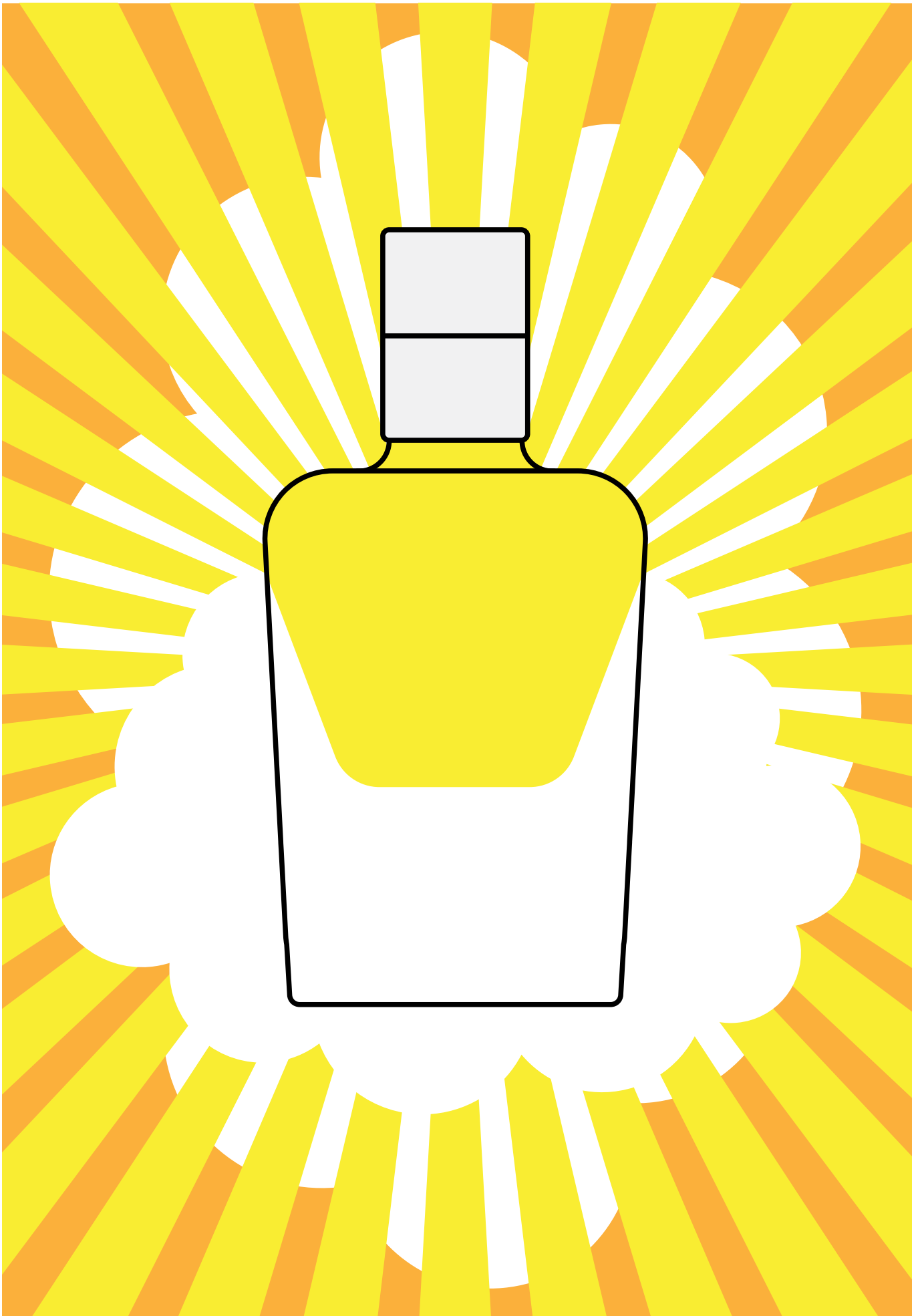
ÉVÉNEMENTS EXCEPTIONNELS

Aucun événement de cette nature n'est intervenu en 2013.

1. 859 M€ en 2013 contre 809 M€ en 2012.

2. 2 083 M€ en 2013 contre 1 779 M€ en 2012.

3. 8,66 % en 2013 contre 10,14 % en 2012.



PERSPECTIVES

Conforme à la vision qui la guide depuis 1837, la maison Hermès poursuivra sa stratégie à long terme fondée sur la créativité, la maîtrise des savoir-faire, le développement de son réseau de distribution, le renforcement de ses capacités de production et la sécurisation de ses approvisionnements.

En 2014, c'est sous le thème de la métamorphose que la maison sera placée. Celle des matières précieuses devenues objets sous la main habile des artisans. Mais, plus encore, c'est la volonté de la maison de se réinventer sans cesse pour repousser les limites de l'excellence.

Le développement du réseau de magasins se poursuivra. L'ouverture de nouveaux magasins sera limitée. La priorité sera donnée aux agrandissements et aux rénovations des succursales. L'événement phare dans ce domaine sera l'inauguration en septembre d'une Maison à Shanghai, dans un bâtiment historique et classé de l'ancien quartier français. Cette nouvelle maison consacrera l'ancrage d'Hermès dans un pays qui l'a accueilli avec enthousiasme.

Pour faire face à la croissance particulièrement accélérée que connaît la maison depuis cinq ans, les

efforts de développement des capacités de production se poursuivront, sans compromis sur la formation des artisans. Deux maroquineries ouvertes en 2012, en Isère et en Charente, poursuivent leur montée en puissance, et deux nouvelles manufactures en Franche-Comté ont été mises en chantier et seront opérationnelles en 2016. Ce déploiement est également nécessaire dans le domaine de la soie, où la demande est soutenue et la variété des formats proposés dans les collections exige une grande flexibilité de l'outil industriel.

En communication, les activités digitales s'intensifieront, notamment dans la communication publicitaire et les médias sociaux. La stratégie événementielle restera très active avec le *Saut Hermès au Grand Palais*, les événements « Univers » (homme, femme et maison), l'exposition itinérante *Leather Forever* et le Festival des métiers.

Plus que jamais, l'accent sera mis sur l'accompagnement et le développement des femmes et des hommes qui constituent la maison Hermès et lui confèrent sa singularité.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

ÉTATS FINANCIERS ABRÉGÉS

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ 2013

(en millions d'euros)	2013	2012
Produits des activités ordinaires (note 3)	3 754,8	3 484,1
Coût des ventes (note 4)	(1 170,3)	(1 110,8)
Marge brute	2 584,4	2 373,3
Frais administratifs et commerciaux (note 5)	(1 215,2)	(1 130,8)
Autres produits et charges (note 6)	(151,1)	(123,8)
Résultat opérationnel courant (note 3)	1 218,0	1 118,6
Autres produits et charges non courants	-	-
Résultat opérationnel	1 218,0	1 118,6
Résultat financier (note 7)	(23,5)	(18,6)
Résultat avant impôt	1 194,6	1 100,0
Impôt sur les résultats (note 8)	(397,6)	(349,1)
Part dans le résultat des entreprises associées (note 15)	2,0	(0,4)
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	798,9	750,5
Part revenant aux intérêts non contrôlés (note 21)	(8,6)	(10,6)
RÉSULTAT NET - PART DU GROUPE (note 3)	790,3	739,9
Résultat net par action (en euros) (note 9)	7,59	7,11
Résultat net dilué par action (en euros) (note 9)	7,54	7,07

ÉTAT DU RÉSULTAT NET ET DES GAINS ET PERTES COMPTABILISÉS DIRECTEMENT EN CAPITAUX PROPRES

(en millions d'euros)	2013	2012
Résultat net de l'ensemble consolidé	798,9	750,5
Variation des écarts de conversion (note 20.3)	(80,6)	(20,8)
Couvertures des flux de trésorerie ¹ (note 20.3)	4,5	55,1
- variation de juste valeur	30,5	26,0
- recyclage en résultat	(26,0)	29,1
Actifs disponibles à la vente ¹	-	-
- variation de juste valeur	-	-
- recyclage en résultat	-	-
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres transférables en résultat	(76,1)	34,3
Plus ou moins-values sur cessions d'actions propres ¹ (note 20.3)	0,3	0,8
Engagements envers le personnel: variation de valeur liée aux écarts actuariels ¹ (note 20.3)	(8,3)	(19,5)
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres non transférables en résultat	(8,0)	(18,7)
Résultat global net	714,9	766,1
dont part du groupe	707,4	755,3
dont part revenant aux intérêts non contrôlés	7,5	10,8

¹ Net d'impôts.

Les numéros de notes renvoient à l'annexe aux comptes consolidés 2013 en tome 2 du rapport annuel.

NB: Les valeurs figurant dans les tableaux sont généralement exprimées en millions d'euros. Le jeu des arrondis peut dans certains cas conduire à un léger écart au niveau des totaux ou variations.

BILAN CONSOLIDÉ AU 31 DÉCEMBRE 2013**ACTIF**

(en millions d'euros)	31/12/2013	31/12/2012
Actifs non courants	1 688,4	1 603,0
<i>Goodwill</i> (note 10)	51,4	79,3
Immobilisations incorporelles (note 11)	108,9	101,6
Immobilisations corporelles (note 12)	1 025,1	1 007,5
Immeubles de placement (note 13)	94,1	98,3
Immobilisations financières (note 14)	59,1	28,5
Participation dans les entreprises associées (note 15)	44,5	25,8
Prêts et dépôts (note 16)	41,8	42,9
Actifs d'impôts différés (note 8.3)	242,5	217,8
Autres débiteurs non courants (note 18)	21,1	1,3
Actifs courants	2 249,2	1 802,8
Stocks et en-cours (note 17)	813,4	726,9
Créances clients et comptes rattachés (note 18)	193,6	207,1
Créances d'impôts exigibles (note 18)	5,8	0,8
Autres débiteurs (note 18)	115,7	116,6
Instruments financiers dérivés (note 22.2.3)	67,0	54,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie (note 19.1)	1 053,7	697,0
TOTAL ACTIF	3 937,6	3 405,8

Les numéros de notes renvoient à l'annexe aux comptes consolidés 2013 en tome 2 du rapport annuel.

PASSIF (AVANT RÉPARTITION)

(en millions d'euros)	31/12/2013	31/12/2012
Capitaux propres	2 841,2	2 358,3
Capital social (note 20)	53,8	53,8
Primes	49,6	49,6
Actions d'autocontrôle (note 20)	(313,9)	(313,3)
Réserves	2 248,7	1 742,2
Différence de conversion (note 20.1)	(33,4)	46,0
Instruments financiers - part capitaux propres (note 20.2)	30,5	26,0
Résultat de l'exercice - part du groupe (note 3)	790,3	739,9
Intérêts non contrôlés (note 21)	15,6	13,9
Passifs non courants	216,4	183,6
Emprunts et dettes financières (notes 22.3 et 22.4)	24,6	23,7
Provisions (note 23)	14,7	16,4
Engagements de retraites et autres avantages au personnel (note 25.1.2)	83,2	66,5
Passifs d'impôts différés (note 8.3)	25,7	23,0
Autres créditeurs non courants (note 26)	68,2	54,0
Passifs courants	880,0	863,9
Emprunts et dettes financières (notes 22.3 et 22.4)	32,0	14,7
Provisions (note 23)	26,6	33,2
Engagements de retraites et autres avantages au personnel (note 25.1.2)	5,3	3,7
Fournisseurs et comptes rattachés (note 26)	362,1	345,5
Instruments financiers dérivés (note 22.2.3)	15,6	19,3
Dettes d'impôts exigibles (note 26)	94,8	124,1
Autres créditeurs courants (note 26)	343,6	323,4
TOTAL PASSIF	3 937,6	3 405,8

Les numéros de notes renvoient à l'annexe aux comptes consolidés 2013 en tome 2 du rapport annuel.

**TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS 2013
AVANT RÉPARTITION**

(en millions d'euros)	2013	2012
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		
Résultat net - part du groupe (note 3)	790,3	739,9
Dotations aux amortissements (notes 11, 12 et 13)	135,3	117,1
Pertes de valeur (notes 10 et 12)	23,6	28,0
<i>Mark-to-Market</i> instruments financiers	5,4	1,4
Gains / (pertes) de change sur variations de juste valeur	21,6	1,4
Mouvements des provisions	(0,2)	(20,2)
Part dans le résultat des entreprises associées (note 15)	(2,0)	0,4
Part revenant aux intérêts non contrôlés (note 21)	8,6	10,6
Plus- ou moins-values de cession	0,6	1,4
Charge d'impôts différés	(9,5)	(23,2)
Charges et produits cumulés liés au paiement en actions (note 30.2.2)	42,5	28,4
Autres	(0,3)	(0,4)
Capacité d'autofinancement	1 015,9	884,8
Coût de l'endettement financier net	(3,5)	16,2
Charge d'impôt courante	429,6	398,1
Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier et de la charge d'impôt	1 442,0	1 299,1
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité (note 19.2)	(73,8)	(152,3)
Coût de l'endettement financier net	3,5	(16,2)
Impôt sur le résultat payé	(474,9)	(359,3)
Variation de la trésorerie liée aux activités opérationnelles	896,9	771,2
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisitions d'immobilisations incorporelles (note 11)	(26,0)	(22,7)
Acquisitions d'immobilisations corporelles (notes 12 et 13)	(185,2)	(240,3)
Acquisitions de titres de participation	(21,1)	(106,9)
Acquisitions d'autres immobilisations financières (note 14)	(50,5)	(27,7)
Dettes sur immobilisations	2,3	13,0
Cessions d'immobilisations opérationnelles	0,7	-
Cessions d'autres immobilisations financières (note 14)	19,3	25,8
Variation de la trésorerie liée aux activités d'investissement	(260,6)	(358,9)
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Distribution mise en paiement	(273,3)	(742,3)
Rachats d'actions propres nets de cessions	(0,6)	(9,1)
Souscriptions d'emprunts	0,1	34,3
Remboursements d'emprunts	(9,9)	(45,5)
Autres augmentations / (diminutions) des capitaux propres	3,1	0,1
Variation de la trésorerie liée aux activités de financement	(280,7)	(762,6)
Variation de périmètre (note 19.1)	0,1	(0,1)
Variation de change sur opérations intragroupe	(9,7)	3,0
Variation de change (note 19.1)	(10,1)	(4,8)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE (note 19.1)	335,9	(352,2)
Trésorerie nette à l'ouverture (note 19.1)	686,1	1 038,3
Trésorerie nette à la clôture (note 19.1)	1 022,0	686,1
VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE (note 19.1)	335,9	(352,2)



LE MONDE DE L'ACTIONNAIRE HERMÈS

INFORMATION FINANCIÈRE

Le site financier de la société, accessible à l'adresse <http://finance.hermes.com/>, a été complètement réorganisé en 2013. Sur ce site, sont mises à la disposition des actionnaires et des investisseurs les informations suivantes, disponibles en français et en anglais, sur les cinq derniers exercices :

Présentation générale du groupe

- > Présentation du groupe
- > Les métiers Hermès
- > Les magasins et manufactures
- > Chiffres clés

Gouvernement d'entreprise

- > Direction du groupe
 - > La Gérance
 - > Le Comité exécutif
- > Organes sociaux
 - > Le Conseil de surveillance
 - Composition
 - Règlement intérieur
 - Charte de déontologie
 - > Les Comités spécialisés du Conseil de surveillance
 - Le Comité d'audit
 - > Composition
 - > Règlement intérieur
 - Le Comité des rémunérations, des nominations et de la gouvernance
 - > Composition
 - > Règlement intérieur
 - > L'Associé commandité

Communiqués

- > Tous les communiqués
- > Chiffres d'affaires
- > Résultats
- > Autres communiqués

Rapports et Présentations

- > Rapports semestriels
- > Rapports annuels / Documents de référence
- > Présentations
- > Autres rapports

Le monde de l'actionnaire

- > L'actionnaire Hermès
- > Agenda financier
- > L'action Hermès
- > Dividendes
- > Assemblées générales

Le cours de l'action en direct

Information réglementée

Autres informations juridiques

- > Rachat d'actions
- > Information mensuelle relative au nombre total de droits de vote et d'actions composant le capital social
- > Contrat de liquidité
- > Statuts
- > Autres

AGENDA 2014 (À TITRE INDICATIF)

Publication du chiffre d'affaires consolidé du 1 ^{er} trimestre 2014	29/04/2014
Assemblée générale mixte des actionnaires	03/06/2014
Publication du chiffre d'affaires consolidé du 2 ^e trimestre 2014	18/07/2014
Publication du résultat consolidé du 1 ^{er} semestre 2014	29/08/2014
Publication du chiffre d'affaires consolidé du 3 ^e trimestre 2014	06/11/2014

INFORMATION DES ACTIONNAIRES

Tous les renseignements concernant le groupe Hermès peuvent être obtenus par les actionnaires et les investisseurs auprès de :

M. Lionel Martin-Guinard

Directeur des opérations financières

Hermès International

24, rue du Faubourg-Saint-Honoré - 75008 Paris

Tél. : 01 40 17 49 26 / Fax : 01 40 17 49 54

Courriel : lionel.martin.guinard@hermes.com

COMMENT DEVENIR ACTIONNAIRE D'HERMÈS INTERNATIONAL ?

AU NOMINATIF

Les actions sont inscrites dans les comptes de titres tenus par :
BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES

Services aux Émetteurs

LES GRANDS MOULINS DE PANTIN

9, rue du Débarcadère

93761 Pantin Cedex

Tél. : 08 26 10 91 19

Les actionnaires ayant choisi ce mode de gestion reçoivent automatiquement la convocation à l'assemblée générale et un formulaire leur permettant de demander l'envoi du rapport annuel. Ils peuvent bénéficier, sous certaines conditions, d'un service d'achat-vente auprès de BNP Paribas Securities Services, après signature d'une convention d'ouverture de compte.

Les actions au nominatif pur sont gérées directement par BNP Paribas Securities Services. L'ouverture d'un compte de titres au nominatif pur suppose la signature d'une convention qui prévoit notamment les conditions du service d'achat-vente auprès de BNP Paribas Securities Services. Les droits de garde sont pris en charge par la société.

Les actions au nominatif administré sont gérées par un autre établissement financier, au choix de l'actionnaire, susceptible d'appliquer des droits de garde.

AU PORTEUR

Les actions revêtent la forme au porteur et sont gérées par un établissement financier susceptible d'appliquer des droits de garde. Les actionnaires ayant choisi ce mode de gestion ne sont pas connus de la société, ils doivent donc se faire connaître pour obtenir la communication de documents et participer à l'assemblée générale.

MODALITÉS DE PARTICIPATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DES ACTIONNAIRES

Tout actionnaire ou représentant d'actionnaire a le droit d'assister à l'assemblée et de prendre part aux délibérations, quel que soit le nombre de ses actions. Toutefois, seront seuls admis à assister à cette assemblée, à s'y faire représenter ou à voter par correspondance, les actionnaires qui auront au préalable justifié de cette qualité par l'enregistrement comptable de leurs titres à leur nom (ou à celui de l'intermédiaire inscrit pour leur compte s'ils n'ont pas leur domicile sur le territoire français) au troisième jour ouvré précédant l'assemblée générale à zéro heure (heure de Paris) :

- dans les comptes de titres nominatifs tenus pour la société par son mandataire BNP Paribas Securities Services ;
- ou dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire financier chez lequel leurs titres sont inscrits en compte.

Les actionnaires peuvent choisir entre l'une des trois formules suivantes pour participer à l'assemblée générale :

- assister personnellement à l'assemblée ;
- par correspondance : voter ou être représenté en donnant pouvoir au président de l'assemblée ou à un mandataire ;
- par Internet : voter ou être représenté en donnant pouvoir au président de l'assemblée ou à un mandataire.

SI VOUS SOUHAITEZ ASSISTER À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE D'HERMÈS INTERNATIONAL

Pour faciliter l'accès des actionnaires à l'assemblée générale, il leur est demandé de se munir, préalablement à la réunion, d'une carte d'admission qu'ils recevront par courrier ou qu'ils pourront télécharger, en procédant de la manière suivante :

- s'ils n'ont pas choisi la e-convocation, les actionnaires *au nominatif* reçoivent automatiquement le formulaire de participation

par courrier, joint à l'avis de convocation, à compléter puis à renvoyer à l'aide de l'enveloppe T jointe. Tout actionnaire au nominatif peut aussi désormais obtenir sa carte d'admission en ligne. Il lui suffit pour cela de se rendre sur le site Planetshares-My Proxy en utilisant son code d'accès, comme expliqué au paragraphe « Vote par Internet » ci-après ;

- l'actionnaire *au porteur* devra demander à son intermédiaire financier une attestation justifiant de sa qualité d'actionnaire à la date de la demande. L'intermédiaire se chargera alors de transmettre cette attestation à BNP Paribas Securities Services qui fera parvenir à l'actionnaire une carte d'admission.

Si l'actionnaire n'a pas reçu sa carte d'admission le troisième jour ouvré précédant l'assemblée générale, il lui suffira de demander une attestation de participation auprès de son établissement teneur de compte pour les actionnaires au porteur, ou de se présenter directement à l'assemblée générale pour les actionnaires au nominatif.

Le jour de l'assemblée, tout actionnaire devra justifier de sa qualité et de son identité lors des formalités d'enregistrement.

SI VOUS NE POUVEZ PAS ASSISTER À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE D'HERMÈS INTERNATIONAL

L'actionnaire ne pouvant être présent à l'assemblée générale peut voter par correspondance ou par Internet, soit en exprimant son vote, soit en donnant pouvoir au président de l'assemblée ou à toute autre personne mandatée à cet effet.

Vote par correspondance :

Pour les actionnaires *au nominatif*, le formulaire de participation à compléter est joint automatiquement à l'avis de convocation. Pour les actionnaires *au porteur*, toute demande doit être adressée à leur établissement teneur de compte qui se charge de transmettre le formulaire de participation accompagné d'une attestation de

participation à BNP Paribas Securities Services. Toute demande de formulaire de participation devra, pour être honorée, avoir été reçue au plus tard le mercredi 28 mai 2014. Pour être pris en compte, ce formulaire dûment rempli devra ensuite parvenir à BNP Paribas Securities Services au plus tard le vendredi 30 mai 2014 à zéro heure (heure de Paris).

Vote par Internet :

Les actionnaires ont désormais la possibilité de voter par Internet préalablement à l'assemblée générale, sur un site sécurisé dédié, dans les conditions ci-après :

Actionnaires au nominatif :

Les actionnaires au nominatif pur qui souhaitent voter par Internet, avant l'assemblée, devront se connecter à l'adresse du site Internet indiquée ci-dessous, en utilisant le numéro d'identifiant et le mot de passe qui leur ont été communiqués.

Les actionnaires au nominatif administré pourront demander à recevoir leur mot de passe par courrier sur le site Planetshares-My Proxy, en utilisant l'identifiant qui se trouve en haut à droite du formulaire de participation adressé avec la convocation.

Actionnaires au porteur :

Les titulaires d'actions au porteur qui souhaitent voter par Internet, avant l'assemblée, devront contacter leur établissement teneur de compte afin de demander une attestation de participation et lui indiquer leur adresse électronique. L'établissement teneur de compte transmettra l'attestation de participation, en y mentionnant

l'adresse électronique, à BNP Paribas Securities Services, gestionnaire du site de vote par Internet. Cette adresse électronique sera utilisée par BNP Paribas Securities Services pour communiquer à l'actionnaire un identifiant et un mot de passe lui permettant de se connecter au site dont l'adresse figure ci-dessous.

Dans les deux cas, l'actionnaire devra suivre les indications données à l'écran.

Le site sécurisé dédié au vote préalable à l'assemblée sera ouvert à partir du mardi 13 mai 2014. Les possibilités de voter par Internet avant l'assemblée seront interrompues la veille de l'assemblée, soit le lundi 2 juin 2014 à 15 heures (heure de Paris).

Afin d'éviter tout encombrement éventuel du site Internet sécurisé dédié, il est recommandé aux actionnaires de ne pas attendre la veille de l'assemblée pour voter.

Adresse du site sécurisé dédié :

<https://gisproxy.bnpparibas.com/hermesinternational.pg>

Il est précisé que :

Tout actionnaire ayant déjà exprimé son vote, demandé sa carte d'admission ou sollicité une attestation de participation (article R.225-85 du code de commerce) :

- ne peut plus choisir un autre mode de participation ;
- a la possibilité de céder tout ou partie de ses actions.

Cependant, si la cession intervient avant le jeudi 29 mai 2014 à zéro heure (heure de Paris), la société invalide ou modifie en conséquence, selon le cas, le vote exprimé à distance, le pouvoir, la carte

d'admission ou l'attestation de participation. À cette fin, l'intermédiaire habilité teneur de compte notifie la cession à la société ou à son mandataire et lui transmet les informations nécessaires. Aucune cession ni aucune opération réalisée après le jeudi 29 mai 2014 à zéro heure (heure de Paris), quel que soit le moyen utilisé, ne sera notifiée par l'intermédiaire habilité ou prise en considération par la société, nonobstant toute convention contraire.

Mandats :

Conformément aux dispositions de l'article R.225-79 du code de commerce, la notification de la désignation et de la révocation d'un mandataire peut tout d'abord être faite par voie postale dans les mêmes formes que celle requise pour la nomination et doit être communiquée au service Assemblées Générales de BNP Paribas Securities Services.

Elle peut également être effectuée plus rapidement par voie électronique, selon les modalités suivantes :

Actionnaire au nominatif pur :

- L'actionnaire pourra faire sa demande sur Planetshares-MyProxy, rubrique My Shares, en se connectant avec ses identifiants habituels et en allant sur la page « Mon espace actionnaire - Mes assemblées générales », puis en cliquant sur le bouton « Désigner ou révoquer un mandat ».

Actionnaires au porteur ou au nominatif administré :

- L'actionnaire devra envoyer un courriel à l'adresse paris.bp2s.france.cts.mandats@bnpparibas.com.

Ce courriel devra obligatoirement contenir les informations suivantes : nom de la société et date d'assemblée, nom, prénom, adresse, références bancaires du mandant ainsi que les nom, prénom et, si possible, adresse du mandataire.

- L'actionnaire devra obligatoirement demander à son intermédiaire financier qui assure la gestion de son compte titre d'envoyer une confirmation écrite au service Assemblées Générales de BNP Paribas Securities Services - CTS Assemblées Générales - Les Grands Moulins de Pantin, 9, rue du Débarcadère, 93761 Pantin Cedex.

Seules les notifications de désignation ou de révocation de mandats pourront être adressées à l'adresse électronique susvisée, toute autre demande ou notification portant sur un autre objet ne pourra être prise en compte et/ou traitée.

Afin que les désignations ou révocations de mandats exprimées par voie électronique puissent être valablement prises en compte, les confirmations devront être réceptionnées au plus tard la veille de l'assemblée, à 15 heures (heure de Paris). Les désignations ou révocations de mandats exprimées par voie papier devront être réceptionnées au plus tard trois jours calendaires avant la date de l'assemblée.

OBLIGATIONS DE DÉCLARATION DES FRANCHISSEMENTS DE SEUILS

SEUILS LÉGAUX

(SE REPORTER AUX ARTICLES L.233-7 ET SUIVANTS DU CODE DE COMMERCE, ET AUX ARTICLES L.433-3 ET SUIVANTS DU CODE MONÉTAIRE ET FINANCIER)

Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à posséder un nombre d'actions d'Hermès International représentant plus de 5 % du capital ou des droits de vote (voir tableau ci-contre) doit informer Hermès International du nombre total d'actions ou de droits de vote qu'elle possède.

L'information doit être également donnée lorsque la participation en capital ou en droits de vote devient inférieure à l'un des seuils mentionnés ci-contre.

La personne sur laquelle pèse cette obligation doit également en informer l'AMF.

Du fait de l'existence de droits de vote double, il convient en pratique de surveiller vingt-deux seuils.

Les seuils peuvent être franchis non seulement à la suite d'une acquisition ou d'une cession d'actions quelle qu'en soit la forme (achat, apport, absorption, partage, paiement du dividende en actions...), mais également à la suite d'une modification de la répartition des droits de vote (perte ou acquisition du droit de vote double...); il y a lieu de prendre en compte non seulement les actions nouvellement détenues, mais encore celles que l'actionnaire est en droit d'acquérir de sa seule initiative en vertu d'un accord (promesse de vente, option...), ainsi que celles qu'il peut acquérir de sa seule initiative, immédiatement ou à terme, en vertu d'un instrument financier (obligation échangeable, *equity swap*, *warrant*, etc.). Les déclarations de franchissement de seuils doivent être effectuées au plus tard avant la clôture des négociations du quatrième jour de Bourse suivant le franchissement.

La société publie chaque mois avant le 15 du mois suivant, sur son site Internet www.hermes-international.com, le nombre total

d'actions, le nombre total de droits de vote théoriques (y compris les actions privées de droit de vote) et le nombre total de droits de vote réels (sans les actions privées de droit de vote) composant le capital le dernier jour du mois précédent.

SEUILS STATUTAIRES, OBLIGATION DE MISE AU NOMINATIF

Toute personne physique ou morale, agissant seule et/ou de concert, qui vient à posséder, de quelque manière que ce soit, au sens des articles L.233-7 et suivants du code de commerce, un nombre de titres représentant une fraction égale à 0,5 % du capital social et/ou des droits de vote aux assemblées (ou tout multiple de ce pourcentage), à tout moment même après franchissement d'un quelconque des seuils légaux visés à l'article L.233-7 et suivants du code de commerce, doit, dans les cinq jours de Bourse à compter du franchissement de ce seuil, demander l'inscription de ses actions sous la forme nominative, cette obligation de mise au nominatif s'appliquant à toutes les actions déjà possédées ainsi qu'à celles qui viendraient à être possédées au-delà de ce seuil. La copie de la demande de mise au nominatif, envoyée par lettre recommandée avec avis de réception adressée au siège social dans les dix jours de Bourse à compter du franchissement de seuil, vaut déclaration de franchissement du seuil statutaire concerné. L'obligation de mise au nominatif des titres s'applique également à toute personne physique ou morale, agissant seule et/ou de concert, possédant, de quelque manière que ce soit, au sens des articles L.233-7 et suivants du code de commerce, un nombre de titres représentant une fraction égale à 0,5 % du capital social et/ou des droits de vote aux assemblées.

En cas de non-respect des stipulations ci-dessus, les actions excédant le seuil donnant lieu, ou ayant donné lieu, à déclaration sont privées de droits de vote.

En cas de régularisation, les droits de vote correspondants ne peuvent être exercés jusqu'à l'expiration du délai prévu par la loi et la réglementation en vigueur.

SEUIL	ÉQUIVALENT EN %	OBLIGATIONS ANNEXES
1/20	5,00%	
1/10	10,00%	Préciser les objectifs poursuivis
3/20	15,00%	Préciser les objectifs poursuivis
1/5	20,00%	Préciser les objectifs poursuivis
1/4	25,00%	Préciser les objectifs poursuivis
3/10	30,00%	Déposer une offre publique d'achat ou d'échange
1/3	33,33%	
1/2	50,00%	
2/3	66,66%	
18/20	90,00%	
19/20	95,00%	

CRÉDITS ICONOGRAPHIQUES

- Illustrations Anthony Burrill : couverture et p. 4-5, 6, 8-9, 14, 25, 26-27, 30, 35, 40, 48, 57, 58, 64, 66, 68, 73, 88, 93, 96, 98, 103, 104.
- P. 7, 10 : Valérie Archeno.
- P. 11 : Michel Labelle.
- P. 12 : Quentin Bertoux.
- P. 17 : Illustration (1) Georges Lepape, 1926, publicité Hermès imprimée par Draeger en 1929 © Adapp, Paris 2014. Mise en couleur Jean Henry, 1995. Studio des Fleurs (2).
- P. 19 : Gravor SA (3), Patrick Burban (4), Quentin Bertoux (5), Studio des Fleurs (6).
- P. 32 : Studio des Fleurs (1), Vicente Sahuc (2, 3).
- P. 33 : Vicente Sahuc (4, 5, 6, 8), Quentin Bertoux (7).
- P. 36 : Serge Leblon.
- P. 37 : Todd Cole.
- P. 38 : Vicente Sahuc (1), Vicente Sahuc et Studio des Fleurs (2), Studio des Fleurs (3, 4).
- P. 39 : Vicente Sahuc (5, 7), Vicente Sahuc et Studio des Fleurs (6).
- P. 41 : Vicente Sahuc.
- P. 42 : Nathaniel Goldberg (1), Studio des Fleurs (2, 3).
- P. 43 : Franck Hulsbomer.
- P. 44 : Maurice Scheltens & Liesbeth Abbenes.
- P. 45 : Philippe Lacombe (2), ArtofCol (3).
- P. 46 : Publicis EtNous.
- P. 47 : Vicente Sahuc (2), Iwan Baan (3).
- P. 49 : Studio des Fleurs.
- P. 50 : Inès Dieleman.
- P. 51 : Jérôme Hue.
- P. 52 : Thomas Dhellemmes.
- P. 53 : Marton Perlaki.
- P. 54, 56 : Philippe Garcia.
- P. 55 : Lise Renaud.

- P. 60-61 : de gauche à droite Andrea Pisapia, Jean-Daniel Lorieux, Frank Oudeman.
- P. 62-63 : de gauche à droite Long Cheng Guan, Guo Ya Jia, Satoshi Asakawa, Chris Warnes.
- P. 65 : Enrique Zamora.
- P. 67 : Skot Yobbagy.
- P. 69 : Tae Yoon Hahm.
- P. 70 : Alfredo Piola (1), Frédéric Chehu (2), World Red Eye (3), François Lacour (4).
- P. 71 : Studio des Fleurs (5), Alvaro Tome Soria (6).
- P. 74 : Patrick Messina.
- P. 77 : Marc Damage (1), © L. Empereire - IRD/Pacta (2).
- P. 84 : Stéphane Remael.
- P. 91 : Alfredo Piola.

Une publication des Éditions Hermès®.
Conception graphique et mise en page
Rachel Cazadamont (H5).

Imprimé en France avec des encres à base végétale par l'imprimerie Ti Median - Comelli, entreprise imprim'Vert (marque collective pour une amélioration de l'environnement, fondée sur trois critères : la bonne gestion des déchets dangereux, la sécurisation de stockage des liquides dangereux et la non-utilisation des produits toxiques, respectant ainsi le protocole de Kyoto) sur du papier Arctic White, certifié FSC garantissant la gestion durable des forêts.

