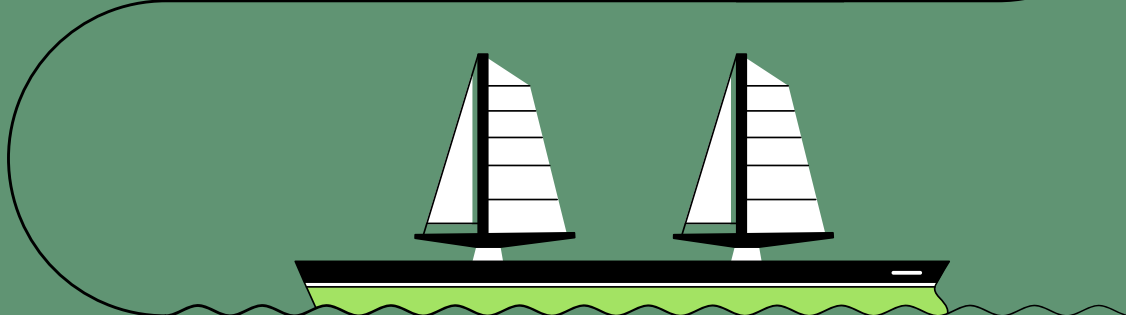




INFORME DE RSC 2025



LONGCHAMP
PARIS

ÍNDICE

I . LA MAISON LONGCHAMP 4

Valores Longchamp 5

Nuestro compromiso con la sostenibilidad
en 10 fechas clave 6

Estrategia y objetivos de RSC..... 7

Longchamp en cifras 9

II. GOBERNANZA DE RSC 11

Certificación B Corp: un hito clave 12

Gobernanza de RSC 13

El ecosistema de partes interesadas 14

Matriz de Doble Materialidad 15

Riesgos y problemáticas de RSC 16

III. LONGCHAMP FAMILY 18

EQUIPOS..... 19

Capacitar a través de la formación y el desarrollo 21

Garantizar la igualdad de oportunidades 22

Cuidar de los demás 24

PAPEL EN LA SOCIEDAD..... 25

Apoyar a nuestras comunidades 37

Apoyar la creatividad 31

Apoyar a los artistas y fomentar la creatividad ... 32

IV. MADE BY LONGCHAMP 33

SAVOIR-FAIRE..... 34

Transmitir y enriquecer la artesanía
en nuestros talleres..... 36

Promover el diseño ecológico de nuestros
productos 38

Mejorar la transparencia de nuestra cadena de
suministro 40

PLANETA..... 42

Evaluar y concienciar sobre
las cuestiones climáticas..... 44

Reducir nuestra huella física 46

Fomentar la circularidad 49

EDITORIAL

UN MENSAJE DE LA FAMILIA

Juliette Poupard,
Hector Cassegrain
y Adrien Cassegrain

Como empresa familiar independiente, tenemos la suerte de contar con la libertad de tomar decisiones con rapidez sin dejar de lado nuestros valores. Durante más de 78 años, nuestra *Maison* se ha guiado por un espíritu de innovación y tradición, dedicada a forjar el futuro con integridad y sentido de la responsabilidad.

Nuestros abuelos crearon un entorno arraigado en la solidaridad y fomentaron vínculos estrechos con sus empleados. Este legado sigue guiando nuestro trabajo hoy en día, al cultivar relaciones duraderas con nuestros socios y proveedores, algunos de los cuales llevan varias generaciones con nosotros. Estas relaciones a largo plazo son una parte fundamental de nuestro ADN.

Impulsada por la curiosidad creativa y el espíritu audaz de nuestros fundadores, la *Maison* ha diseñado productos atemporales, creados para perdurar y mejorar la vida de quienes los llevan. La calidad y la integridad han guiado cada decisión que tomamos desde hace más de cuatro generaciones.

En 2026, la *Maison* alcanzó un nuevo hito con la obtención de nuestra certificación B Corp, un reconocimiento riguroso que estructura

y refuerza nuestros compromisos duraderos. Esta certificación no es un fin en sí misma, sino un marco adicional para medir nuestro progreso, reforzar nuestro impacto positivo e integrar nuestro modelo en un marco global de sostenibilidad.

Fieles a estos compromisos, acogemos la transformación de la RSC como una evolución natural de nuestra visión fundacional, al garantizar el bienestar de nuestros equipos, apoyar la creatividad y tomar medidas para conservar nuestra artesanía y fomentar un futuro más sostenible. Nuestro taller de reparación de Segré, que lleva en funcionamiento ininterrumpido desde finales de la década de 1950, sigue siendo un símbolo tangible de nuestro compromiso por prolongar la vida de nuestras creaciones y preservar un *savoir-faire* excepcional.

En este documento, destacamos las diversas facetas de nuestro enfoque en materia de responsabilidad social corporativa. Compartimos prácticas arraigadas, así como los logros estructurales del último año. Los compromisos y esfuerzos de cada miembro de la *Maison* ayudan a garantizar que nuestra trayectoria general mantenga la coherencia.

I. LA MAISON LONGCHAMP



VALORES LONGCHAMP

INDEPENDIENTE Y FAMILIAR, Longchamp es una *Maison* parisina con una perspectiva global. Nuestra misión es crear piezas significativas y excepcionales que se conviertan en compañeras duraderas a lo largo del tiempo.

Desde nuestra fundación en 1948 como negocio artesanal, Longchamp se ha dedicado a crear productos que perduran. El objetivo principal de la *Maison* es crear piezas que los clientes puedan disfrutar durante mucho tiempo, cuidar y, con el tiempo, transmitir a futuras generaciones. Nuestra artesanía en marroquinería se basa en

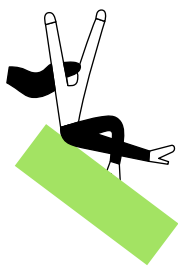
la búsqueda de la excelencia y la calidad, una mentalidad compartida por cada uno de nuestros 4395 empleados. Desde nuestros talleres parisinos hasta nuestras tiendas en todo el mundo, todos encarnan los valores que guían a la *Maison*: longevidad, sinceridad, curiosidad creativa y optimismo. Longchamp ha mantenido viva su excepcional

artesanía durante más de 78 años, defendiendo el respeto por el trabajo de todas las personas involucradas y valorando los materiales auténticos que resisten el paso del tiempo, todo ello mientras fomentamos un espíritu de creatividad e innovación esencial para hacer frente a los desafíos de nuestro planeta en constante cambio.

DESDE HACE MÁS DE 78 AÑOS, Longchamp ha innovado y trascendido las tendencias, con nuestro icónico logotipo del jinete como símbolo de la elegancia en movimiento. Al encarnar y defender nuestros propios valores únicos, Longchamp puede reinventarse sin dejar de ser fiel a su reconocida tradición artesanal.

AUTENTICIDAD El respeto por nuestras raíces familiares, nuestra artesanía y nuestra palabra.

ENERGÍA La vitalidad colectiva que alimenta nuestro impulso creativo y nuestro espíritu emprendedor.



DINAMISMO

La vocación por la acción y la innovación

SINCERIDAD

El deseo genuino de emprender acciones significativas

LONGEVIDAD

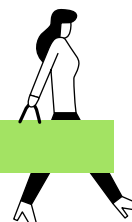
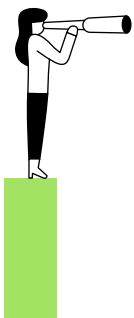
Una empresa y unos productos que resisten el paso del tiempo

OPTIMISMO

La firme convicción en nosotros mismos y en los demás

CURIOSIDAD CREATIVA

La inspiración fruto de explorar el mundo con una mentalidad abierta



NUESTRO COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD EN 10 FECHAS CLAVE

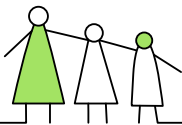


1948 FUNDACIÓN

Jean Cassegrain funda la empresa, reutilizando pipas de fumar que no se habían vendido y forrándolas de cuero para convertirlas en objetos de lujo. Adopta el lema «nada se pierde, todo se transforma», que encaja a la perfección con el *savoir-faire* artesanal de la Maison.

1959 VISIÓN DE FUTURO

Apertura del primer taller en Segré, Francia. Longchamp opta por integrar la producción directamente en su estrategia empresarial para controlar mejor la calidad y la artesanía, elementos cruciales de una línea de productos auténtica y sostenible.

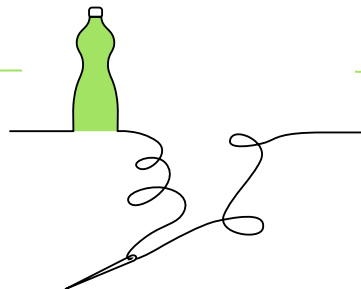


1972 COLABORACIÓN

Primera colaboración con el artista, Serge Mendjiski. Este encuentro marca el punto de partida de un compromiso duradero con la creatividad.

1993 INGENIO

Le Pliage® nace del ingenio de Philippe Cassegrain. Gracias a su enfoque visionario, el número de piezas necesarias para la fabricación se reduce al mínimo y el tamaño del bolso se optimiza para minimizar los residuos. El resultado es un producto de diseño ecológico, creado para durar.



2012 TRANSMISIÓN

Longchamp inicia una nueva fase de transmisión de competencias, con la apertura de talleres de formación en Segré para compartir su *savoir-faire*. A lo largo de ocho años, estos talleres formaron a más de 100 artesanos de marroquinería, muchos de los cuales querían cambiar de profesión. Hoy en día, la formación está directamente integrada en nuestros talleres.

2014 LONGEVIDAD

Longchamp recibe la calificación «Entreprise du Patrimoine Vivant» (Empresa del Patrimonio Vivo), una distinción que reconoce a las empresas francesas por su experiencia industrial y su excelencia artesanal. Recibimos de nuevo la etiqueta EPV en 2023.

2019 INNOVACIÓN

Por primera vez, Longchamp utiliza poliéster reciclado a partir de botellas de plástico y lanza My Pliage Signature. Esto abre la puerta a un proceso de innovación continuo, que conduce a la transición de Le Pliage® a Le Pliage Green, confeccionado con nailon reciclado.

2022 INICIATIVA RE-PLAY

Otras iniciativas, como la colección Re-Play, reflejan el firme compromiso de la marca con la reducción de residuos.



2024 ESTRATEGIA CLIMÁTICA

Longchamp lanza su Estrategia Climática 2033 para reducir nuestra huella de carbono global en un 30 % para 2033.

2026 CERTIFICACIÓN B CORP

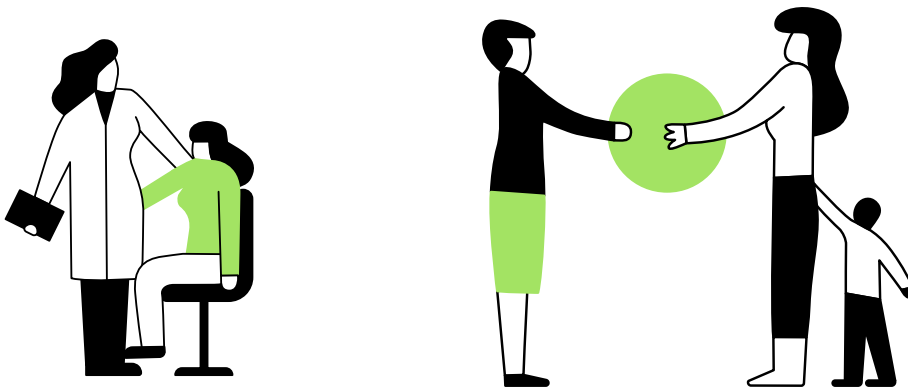
Longchamp obtiene la certificación B Corp, un riguroso reconocimiento internacional que avala el desempeño ambiental, social y de gobernanza de la Maison, reforzando nuestro compromiso con la mejora continua.



ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DE RSC

CUIDAR DEL PLANETA Y DE SUS COMUNIDADES

siempre ha formado parte del ADN de Longchamp. Nos esforzamos continuamente por mejorar nuestras prácticas, al estructurar nuestra estrategia de RSC en torno a iniciativas tanto nuevas como ya consolidadas. Creemos genuinamente en el uso de nuestra creatividad para ayudar a construir un futuro más sostenible.



GOBERNANZA

Una gobernanza sólida garantiza que las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza se tengan en cuenta en las decisiones estratégicas y los procesos de gestión de la *Maison*. Esta gobernanza se basa en un marco formalizado y una organización estructurada que combina la gestión estratégica, la implementación operativa y la coordinación con los representantes locales. También incorpora un compromiso con el diálogo y la transparencia con las partes interesadas externas, incluidos clientes, proveedores, socios, inversores y comunidades locales, para compartir compromisos, informar sobre los avances y fomentar una cultura de mejora continua. El objetivo es reforzar el impacto, la coherencia y la credibilidad de las iniciativas de RSC a largo plazo, al garantizar tanto la alineación interna como la transparencia externa.

EQUIPOS

La *Maison* fomenta un entorno de trabajo seguro, sano y positivo como base para el desarrollo del capital humano de Longchamp. En consonancia con nuestros compromisos con la diversidad y la inclusión, la *Maison* busca promover una calidad de vida óptima en el lugar de trabajo. Tenemos en cuenta tanto los retos colectivos como los individuales para mejorar las condiciones de trabajo y el bienestar personal, siempre en línea con nuestros valores comunes.

- Ofrecer formación y fomentar la autonomía
- Garantizar la igualdad de oportunidades
- Prestar atención a los demás

PAPEL EN LA SOCIEDAD

Longchamp desempeña un papel activo en la sociedad, al colaborar con las partes interesadas para lograr cambios concretos. En los ámbitos de la artesanía, el arte, el diseño y la moda, apoyamos la creatividad en todas sus formas dando visibilidad al talento emergente. El apoyo a las comunidades locales y el fomento de oportunidades para la próxima generación de artistas y diseñadores constituyen el siguiente pilar del compromiso de RSC. La certificación B Corp obtenida en 2026 refuerza estos objetivos al situar el rendimiento no financiero en el centro de la planificación estratégica de la empresa.

- Apoyar a nuestras comunidades
- Apoyar la creatividad
- Apoyar a los artistas y proporcionar una plataforma creativa



SAVOIR-FAIRE

Nuestra experiencia única, gracias a nuestros extraordinarios equipos de talleres, sirve como garantía de calidad para todos nuestros clientes. Esta experiencia integra también consideraciones de sostenibilidad, con especial atención a la calidad y trazabilidad de las materias primas, así como al desarrollo de nuevos procesos técnicos y tecnológicos.

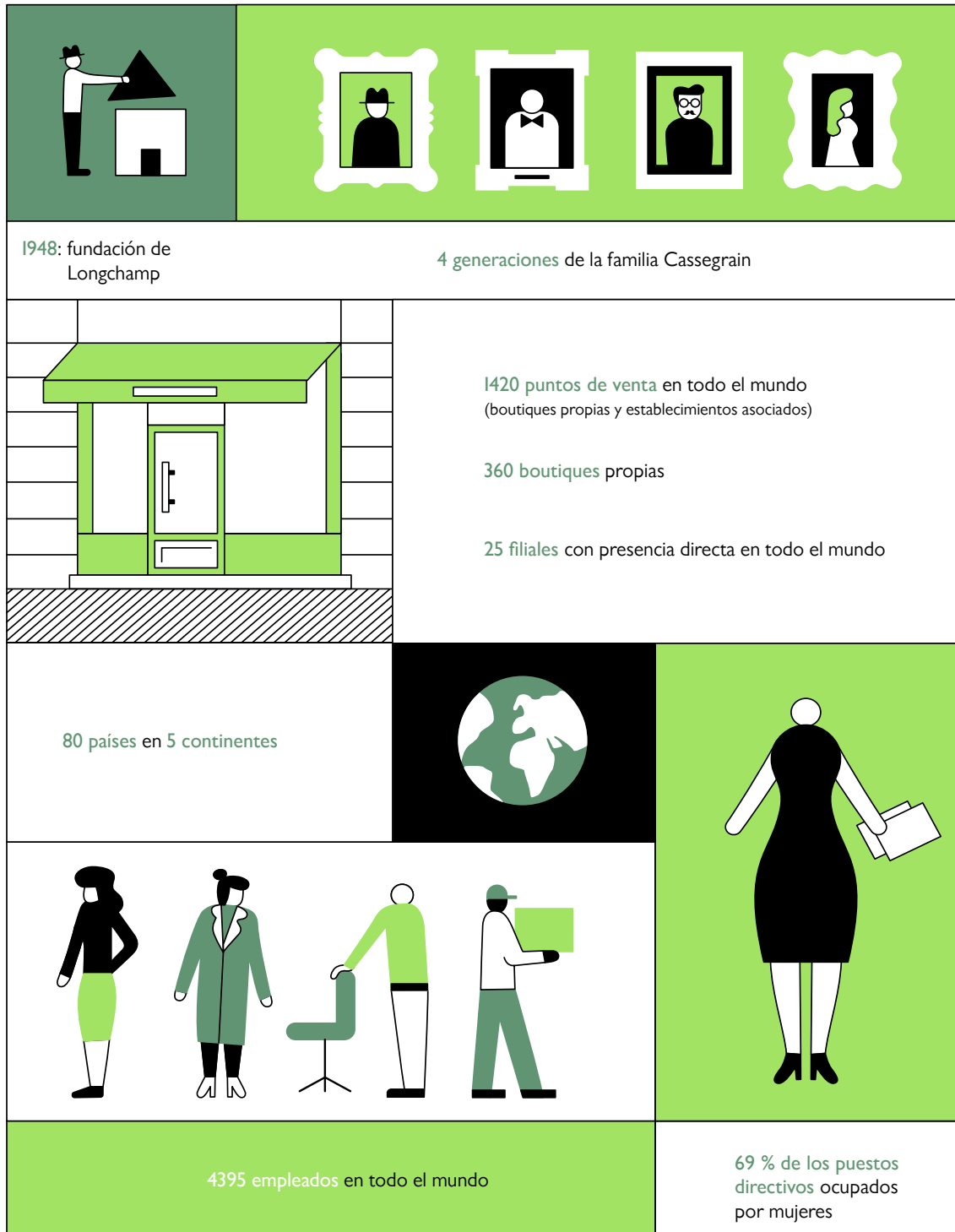
- Preservar y desarrollar la artesanía en nuestros talleres
- Promover un enfoque ecológico en el diseño de los productos
- Mejorar la transparencia de nuestra cadena de suministro

PLANETA

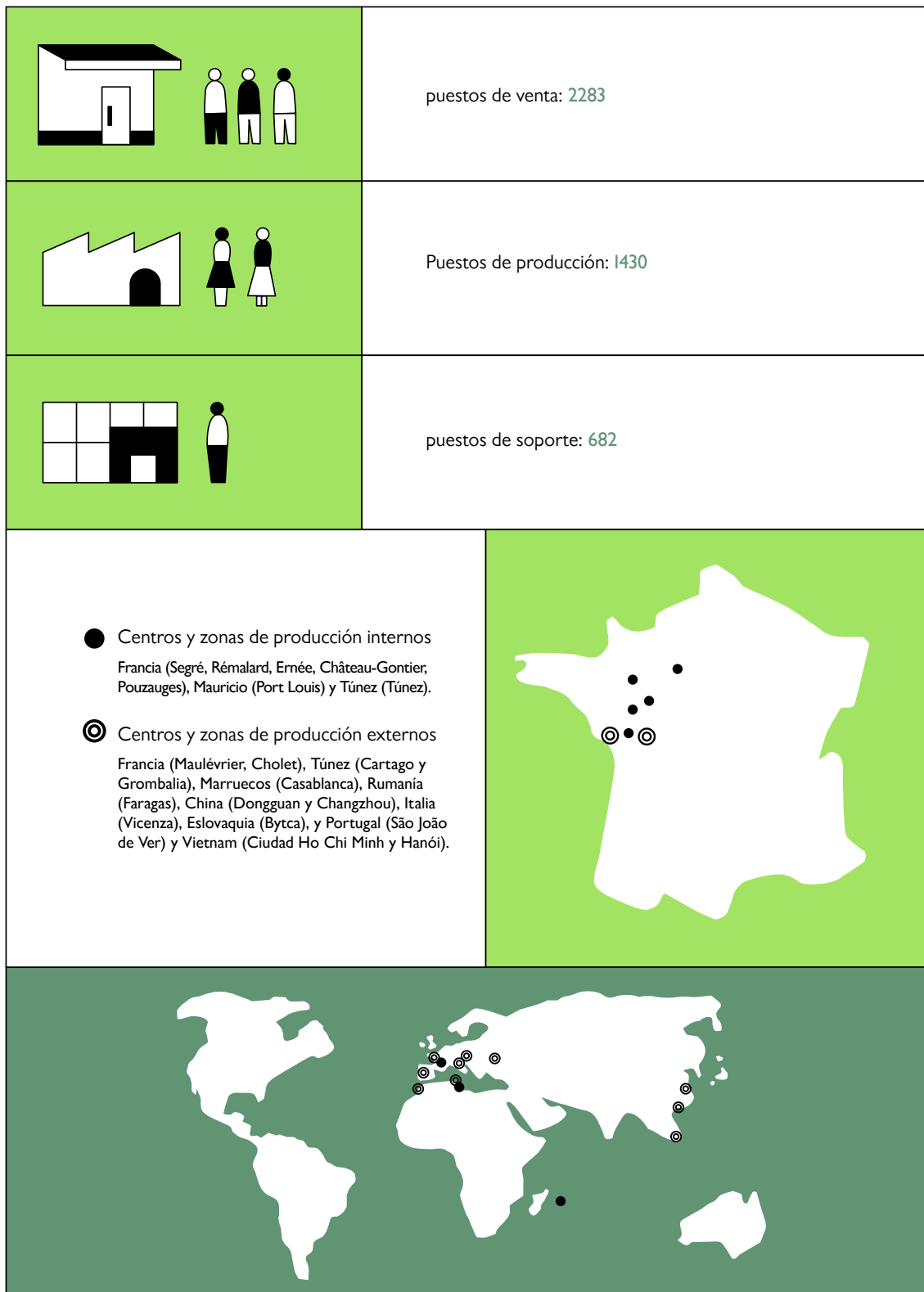
La protección del medioambiente ocupa un lugar central en nuestra estrategia de RSC como prioridad fundamental. Cada año, Longchamp lleva a cabo una evaluación de la huella de carbono para identificar puntos de mejora y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Comprometidos con la reducción de la huella de carbono, nuestro objetivo es limitar nuestro impacto sobre los recursos del planeta mediante la adopción de un modelo más sostenible y circular.

- Evaluar los retos climáticos y concienciar a la población
- Reducir nuestra huella medioambiental
- Promover la circularidad

LONGCHAMP EN CIFRAS



I. LA MAISON LONGCHAMP



II. GOBERNANZA DE RSC



CERTIFICACIÓN B CORP: UN HITO CLAVE

En 2026, Longchamp obtuvo la certificación B Corp, incorporándose así a una comunidad internacional de empresas comprometidas con conciliar el rendimiento económico con un impacto positivo. Otorgada por la ONG independiente B Lab, la certificación otorga un reconocimiento a las

Inicio en 2022, el proceso se llevó a cabo por etapas: evaluación inicial, planes de acción, mejora de las prácticas, recopilación de pruebas y auditoría final. Longchamp llevó a cabo cinco evaluaciones independientes correspondientes a nuestras regiones principales (Europa, Asia, América del

que el rendimiento económico y garantiza la sostenibilidad a largo plazo de sus compromisos.

La obtención de la certificación B Corp marca un hito fundamental en el recorrido de Longchamp en materia de RSC. La puntuación refleja una base operativa consolidada y el reconocimiento de modelos de negocio con un impacto positivo. Más allá del reconocimiento externo, la certificación B Corp se ha convertido en una herramienta de gestión estratégica, que estructura las prioridades y moviliza a todos los equipos mediante un enfoque transversal y medible.

La certificación refuerza la credibilidad de la marca al proporcionar una evaluación independiente de nuestras prácticas. Ofrece un marco claro para priorizar cuestiones, estructurar la estrategia e impulsar el progreso continuo. Asimismo, refuerza el atractivo de Longchamp para el talento y afianza nuestro posicionamiento internacional como marca sostenible.



empresas que cumplen con estándares rigurosos y verificados en materia de responsabilidad ambiental, social y de gobernanza, así como de transparencia. Longchamp obtuvo una puntuación de 91 puntos, muy por encima del umbral requerido de 80 puntos y de nuestro objetivo interno de 90 puntos.

La certificación se basa en el B Impact Assessment (BIA), un marco internacional compuesto por más de 300 preguntas que abarcan cinco materias: Gobernanza, Empleados, Comunidad, Medioambiente y Clientes. Este enfoque ofrece una visión de 360 ° del modelo de negocio y su impacto.

Norte, centros industriales en Francia y sede central, Túnez y Mauricio).

Cada evaluación se respaldó con pruebas tangibles; políticas, contratos, informes, procedimientos y datos financieros. El proceso de preparación se prolongó durante tres años, seguidos de una auditoría exhaustiva realizada por B Lab que duró aproximadamente cuatro meses.

En este marco, la *Maison* modificó sus estatutos para incorporar formalmente la consideración de los impactos ambientales, sociales y de gobernanza en sus decisiones estratégicas. Esta evolución sitúa la búsqueda de un impacto positivo al mismo nivel



GOBERNANZA DE RSC

La iniciativa B Corp sirvió como un auténtico catalizador del cambio dentro de la organización. Más de 100 empleados participaron directamente en el proyecto, implicando a todas las unidades de negocio y regiones geográficas. Cada país pudo contar con embajadores de RSC, que contribuyeron a la recopilación de datos, la implementación de nuevos proyectos y la mejora de las prácticas para cumplir con los estándares del marco de certificación. Este esfuerzo colectivo nos ha permitido establecer una estructura de gobernanza de RSC permanente y poner en marcha numerosos proyectos que van más allá de la propia certificación.

UN MARCO DE GOBERNANZA ESTRUCTURADO Y EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

La gobernanza de RSC de Longchamp se basa en una combinación de dirección estratégica e implementación operativa, y ha evolucionado recientemente hacia un enfoque más coherente y transversal. Históricamente, la *Maison* contaba con un Comité de impacto, un órgano encargado del seguimiento operativo de los proyectos de RSC, que ahora se ha sustituido por dos nuevos órganos que se describen más adelante. La *Maison* también sigue contando con una red de embajadores de RSC en todas las filiales y centros de fabricación, así como con los líderes del programa

Ride 4 Good (nuestra iniciativa de voluntariado y donaciones) que se organizan en grupos específicos. Estas estructuras han contribuido a integrar el enfoque en todas las funciones empresariales y regiones.

Como parte de la certificación B Corp y de la estrategia Elevate, esta organización se ha rediseñado para agilizar la comunicación y reforzar la coordinación general. La estrategia Elevate representa el plan estratégico de Longchamp para el periodo 2023-2028. Su objetivo es acelerar el crecimiento de la *Maison* mediante una oferta integral que abarca todos los aspectos de la marca: productos, red de distribución, servicios, comunicación, etc.

El Comité ejecutivo de RSC (CODIR RSC), liderado por nuestro presidente Jean Cassegrain, sigue siendo el órgano central de gobernanza estratégica. Valida las prioridades anuales, define las orientaciones estratégicas generales y supervisa el rendimiento no financiero al integrar las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza en la estrategia global de la empresa.

Al mismo tiempo, se han creado dos nuevos órganos. El primero se reúne cada dos meses y agrupa a las partes interesadas operativas en materia de RSC (embajadores, colaboradores de proyectos, responsables de Ride 4 Good). Fomentan la colaboración transversal, el intercambio de prácticas recomendadas y la

coordinación de iniciativas a escala internacional.

El segundo está abierto a todos los empleados y se reúne trimestralmente para presentar las ventajas de los proyectos de RSC, explicar las prioridades estratégicas y responder a preguntas. Este formato tiene como objetivo mejorar la transparencia y fomentar la implicación colectiva en estas cuestiones dentro de la empresa. Esta iniciativa va acompañada de una newsletter periódica en materia de RSC diseñada para mejorar la transparencia y el compromiso interno.

Al mismo tiempo, distintos órganos continúan pilotando proyectos clave, como el comité de diseño ecológico, una reunión anual dedicada a la estrategia climática, y otros comités enfocados en la recopilación y la fiabilidad de los datos no financieros.

Esta evolución tiene como objetivo sustituir las estructuras paralelas por un enfoque integrado que mejore el flujo de información, garantice la coherencia, implique a todos los equipos y posicione la gobernanza de RSC como un motor transversal y a largo plazo, más allá de la certificación. El equipo de RSC de la sede central de París mantiene una función de coordinación central, para garantizar la coherencia general del enfoque y supervisar los indicadores clave de rendimiento.

EL ECOSISTEMA DE PARTES INTERESADAS

La estructura y la evolución de la gobernanza de RSC en Longchamp facilitan el diálogo entre las partes interesadas, ya que se garantiza que sus expectativas y aportaciones se integren plenamente en el enfoque de responsabilidad corporativa de la empresa.

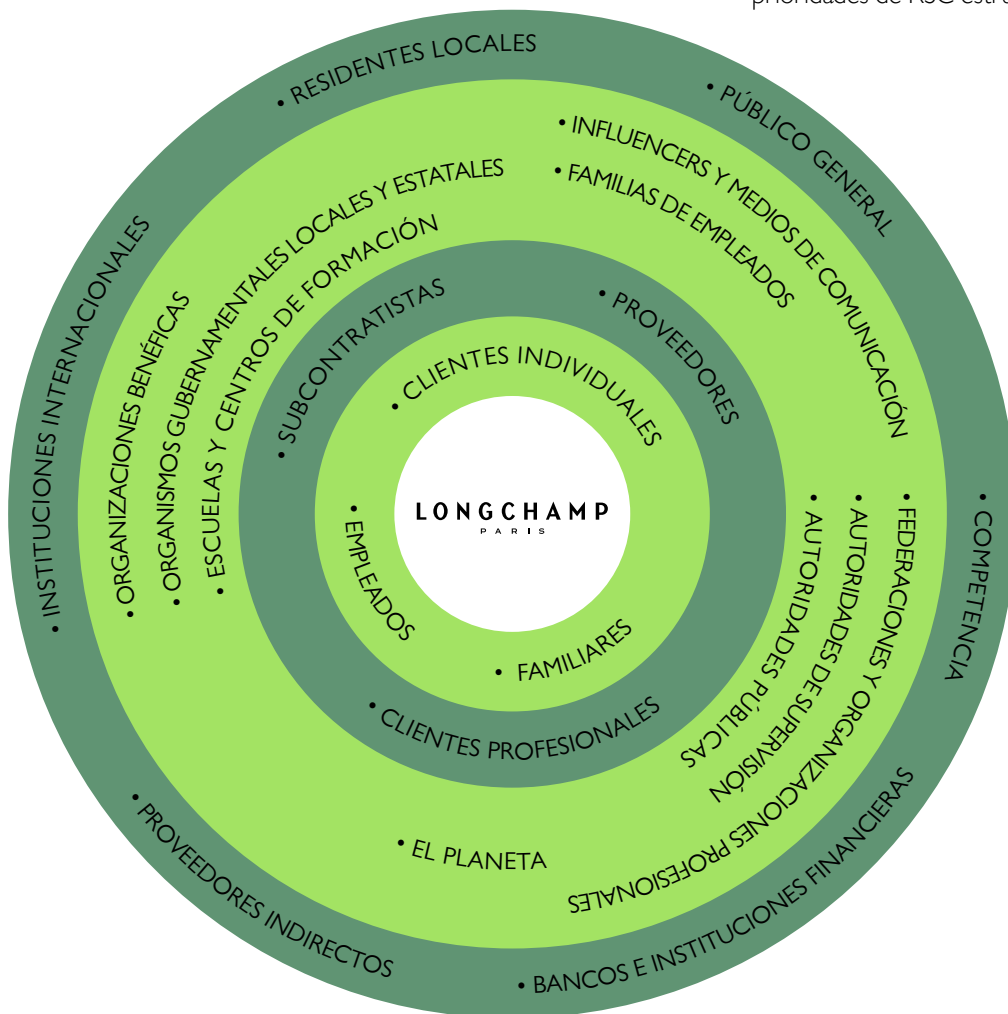
Longchamp presta especial atención a los grupos directamente afectados por sus acciones, conocidos como partes interesadas. Incorporamos sus necesidades e ideas para mejorar nuestra estrategia de RSC y garantizar su satisfacción continua. Este enfoque permite a la empresa tomar decisiones fundamentadas y reafirmar su compromiso de actuar

como una empresa responsable en materia social y medioambiental. Entre estas partes interesadas, nuestros empleados y clientes son los que reciben el impacto más directo. Estos grupos de interés se representan a continuación según su proximidad a la empresa: los más cercanos se encuentran en el centro del círculo, mientras que los más alejados están en el exterior. Cada una de estas partes interesadas anima a Longchamp a continuar y reforzar nuestro compromiso en materia de RSC.

Metodología

En primer lugar, Longchamp identificó a todas las partes interesadas de la empresa. A continuación, nombramos a responsables para evaluar el impacto de las partes interesadas en la empresa y viceversa, ya fuera financiero o relacionado con la imagen de marca. Los resultados de este análisis pasaron por una fase de revisión por parte de un grupo de trabajo interno y posteriormente los aprobó el Comité ejecutivo de RSC.

Este análisis sirve como punto de partida para la evaluación de doble materialidad, que traduce estas expectativas e impactos en prioridades de RSC estructuradas.



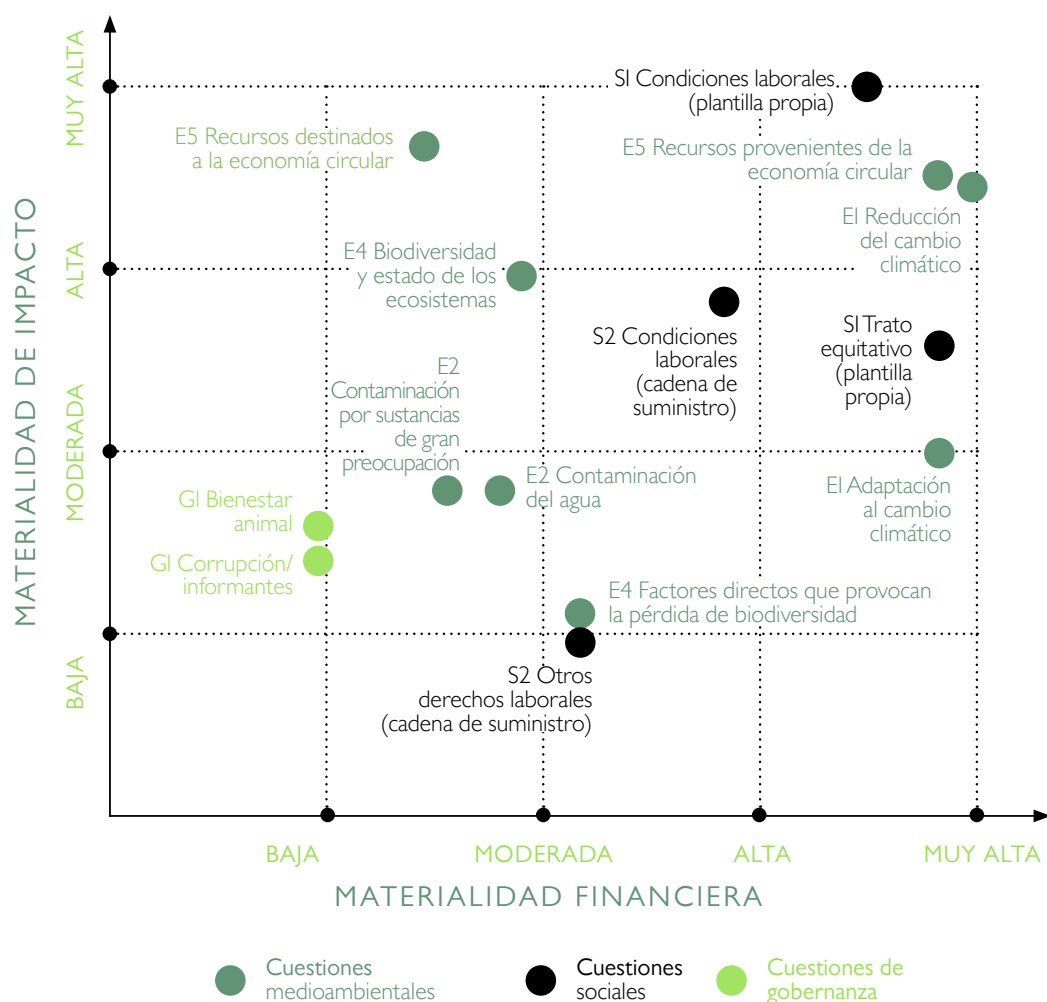
MATRIZ DE DOBLE MATERIALIDAD

Tener en cuenta las expectativas de las partes interesadas es un factor clave para identificar, anticipar y priorizar los riesgos y retos de RSC a los que se enfrenta Longchamp, garantizando así la pertinencia y la eficacia de nuestra estrategia de RSC.

Este enfoque se basa en una matriz de doble materialidad, una herramienta fundamental para el análisis y la priorización. En 2025, a la luz de

la implementación de la Directiva europea CSRD, la *Maison* actualizó esta matriz para alinear mejor su análisis con los nuevos requisitos normativos. La CSRD se basa en el principio de doble materialidad, que implica evaluar tanto los impactos de la empresa en la sociedad y el medioambiente como los riesgos y oportunidades que estas cuestiones plantean para la empresa. De este

modo, Longchamp ha seguido alineando sus cuestiones de RSC con las normas europeas NEIS para integrar estos análisis en su planificación estratégica. Este enfoque garantiza una visión clara de las prioridades y refuerza la integración de las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza en el proceso de toma de decisiones de la *Maison*.



Cuestiones no materiales: E1 Energía, E2 Contaminación atmosférica, E2 Contaminación por microplásticos, E3 Recursos acuáticos y marinos, E5 Economía circular - residuos, S1 Otros derechos laborales (plantilla propia), S2 Igualdad de trato (cadena de suministro), S4 Información al consumidor, GI Cultura empresarial, GI Gestión de las relaciones con los proveedores

Las cuestiones y los riesgos que se describen a continuación corresponden a las áreas identificadas como más relevantes al término de este ejercicio.

RIESGOS Y PROBLEMÁTICAS DE RSC

Los riesgos y cuestiones presentados en esta sección se derivan directamente de los resultados de la matriz de doble materialidad. Reflejan las áreas en las que las actividades de Longchamp pueden tener los impactos más significativos para el medioambiente y la sociedad, y/o exponer a la empresa a riesgos y oportunidades relevantes.

Constituyen la base de las prioridades de RSC de Longchamp y orientan las acciones, los compromisos y los indicadores presentados en las distintas secciones de este informe.

CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

MITIGACIÓN Y ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

Las actividades de Longchamp generan emisiones de gases de efecto invernadero en diversas etapas de la cadena de suministro, especialmente durante las fases de abastecimiento, fabricación y transporte. Estos impactos contribuyen al cambio climático y ponen de relieve la necesidad de reducir nuestra huella de carbono y adaptar nuestras prácticas de forma sostenible.

A su vez, el cambio climático puede alterar la cadena de suministro, lo que dificulta el acceso a determinados materiales y provoca retrasos en la producción. Además, el aumento de la frecuencia de fenómenos meteorológicos extremos agrava los riesgos para la salud y la seguridad de los empleados.

ECONOMÍA CIRCULAR

El sector de la marroquinería y el lujo en el que opera Longchamp depende en gran medida de los recursos naturales, lo que genera impactos ambientales durante el

proceso de extracción de materias primas y la gestión de residuos. Ante los desafíos que presenta el cambio climático, la escasez de recursos y la pérdida de biodiversidad, la economía circular se perfila como una solución clave para garantizar la sostenibilidad operativa mediante un replanteamiento del diseño, el uso y el reciclaje de los productos.

CONTAMINACIÓN

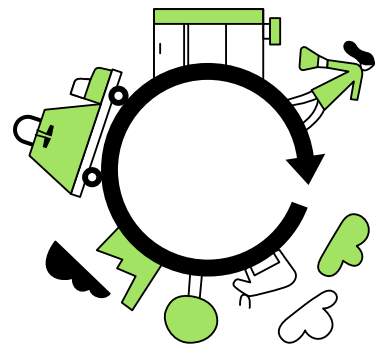
Las actividades industriales y logísticas de Longchamp generan diversas formas de contaminación, en particular a través del uso de productos químicos, el consumo de agua, los residuos de fabricación y el transporte. Esta contaminación deteriora los entornos naturales y afecta a la calidad del agua y a los ecosistemas.

Además, la contaminación también puede tener efectos indirectos en la empresa al agravar el estrés hídrico, contribuir al cambio climático y aumentar el riesgo de accidentes o enfermedades profesionales para los empleados expuestos.

BIODIVERSIDAD

El riesgo para la biodiversidad está vinculado principalmente al cambio climático y a la pérdida de biodiversidad.

Las actividades de Longchamp pueden afectar directamente a los ecosistemas, especialmente a través del uso de materias primas de origen animal. La deforestación y la degradación de los hábitats naturales también son motivos de gran preocupación. Estos riesgos pueden provocar una pérdida de biodiversidad, lo que afecta no solo al medioambiente, sino también a los recursos naturales necesarios para las operaciones corporativas.



CUESTIONES SOCIALES

CONDICIONES DE TRABAJO, SALUD, SEGURIDAD, BIENESTAR E IGUALDAD DE TRATO PARA NUESTROS EQUIPOS

Las actividades comerciales de Longchamp conllevan una responsabilidad directa hacia nuestros empleados. Las medidas inadecuadas para garantizar la salud, la seguridad, el bienestar o la igualdad pueden tener graves consecuencias para los empleados, como accidentes laborales, enfermedades profesionales y violaciones de los derechos fundamentales. Estos

riesgos pueden extenderse a la propia *Maison*, incluyendo dificultades en la contratación y la retención de personal, conflictos laborales y un deterioro del entorno de trabajo, lo que repercute en el rendimiento y la reputación de la *Maison*.

CONDICIONES DE TRABAJO E IGUALDAD DE TRATO EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Las actividades de Longchamp pueden afectar indirectamente a las

condiciones de trabajo de socios y proveedores. Sin prácticas responsables y mecanismos de supervisión, pueden surgir riesgos relacionados con la salud, la seguridad, los derechos humanos o la igualdad de trato en la cadena de suministro, lo que expone a la empresa a conflictos laborales, infracciones normativas e interrupciones en la cadena de suministro.

CUESTIONES DE GOBERNANZA

BIENESTAR ANIMAL

El uso que hace Longchamp de las materias primas de origen animal conlleva una responsabilidad en el ámbito del bienestar animal. Las prácticas que incumplan las normativas pueden causar daño a los animales y suscitar gran preocupación entre los clientes, las ONG y las autoridades.

Garantizar las prácticas éticas es esencial para mantener la confianza, limitar el impacto negativo y evitar

riesgos reputacionales o regulatorios relevantes para la empresa.

ÉTICA EMPRESARIAL, LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y MECANISMOS DE DENUNCIA

Las actividades de Longchamp, en diversos contextos, exponen a la empresa a riesgos relacionados con la ética empresarial, la lucha contra la

corrupción y las prácticas comerciales. La falta de mecanismos de supervisión o de denuncia interna puede limitar la capacidad de identificar y abordar situaciones de riesgo, socavar la confianza de las partes interesadas, infringir los derechos de las personas y hacer mella en la reputación de la empresa. Estas cuestiones son esenciales para garantizar prácticas responsables, afianzar las relaciones comerciales y reforzar la confianza.

CUESTIONES CLAVE DEL INFORME

Las cuestiones sociales y corporativas de la matriz de doble materialidad se integran en la visión «Longchamp Family» y se describen en detalle en los pilares Equipos y Sociedad.

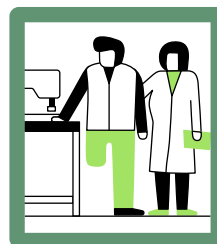
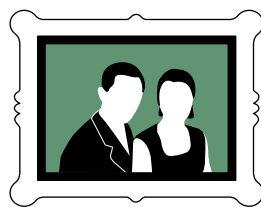
Las cuestiones medioambientales, como el cambio climático, la gestión

de recursos, la contaminación, la biodiversidad y la economía circular, encajan en el enfoque «Made by Longchamp» y se describen en detalle en los pilares Planeta y Experiencia.

Las cuestiones de gobernanza, como la ética y la gestión de

riesgos, se abordan ahora en el pilar «Gobernanza», lo que refleja su integración estratégica dentro de la *Maison*.

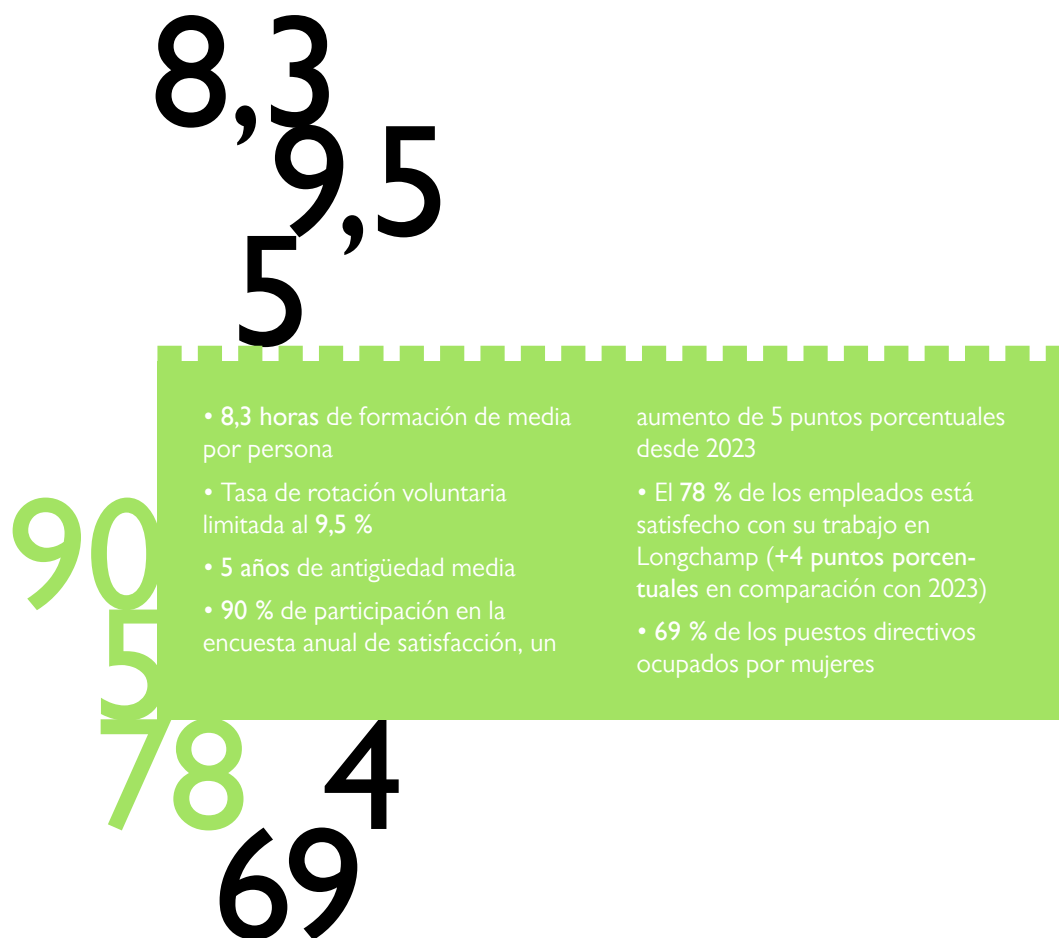
III. LONGCHAMP FAMILY



EQUIPOS



DESDE SUS INICIOS, LONGCHAMP se ha guiado por los valores familiares y ha prestado especial atención a sus empleados. Para nosotros es un motivo de orgullo ofrecer un entorno de trabajo respetuoso y estimulante que fomente el desarrollo del talento. Por ello, la transmisión del *savoir-faire*, el compromiso del equipo y la igualdad laboral (en particular, el ascenso de las mujeres hacia puestos directivos) constituyen el núcleo de nuestra política de recursos humanos. Estos principios, respaldados por indicadores concretos, reflejan nuestro compromiso con el fomento del crecimiento a largo plazo de nuestros equipos, basado en la confianza mutua y la responsabilidad compartida.



CAPACITAR A TRAVÉS DE LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO

Como empleador responsable, Longchamp se dedica a fomentar el crecimiento personal y profesional de sus empleados. Nos esforzamos por reforzar sus competencias y su desarrollo profesional, al tiempo que contribuimos a su bienestar general, un factor clave para el compromiso del equipo.

RESPALDAR LA INDEPENDENCIA ECONÓMICA MEDIANTE POLÍTICAS SALARIALES

En 2025, Longchamp llevó a cabo un análisis exhaustivo de los salarios medianos por país para garantizar que los niveles de remuneración se ajustaran a las realidades del mercado local y a las responsabilidades de cada puesto. Esta revisión garantiza la competitividad de la remuneración, al tiempo que mantiene la coherencia interna en las escalas salariales. Más allá de la remuneración, el compromiso de la empresa se basa en la percepción de equidad y reconocimiento. Aclarar los criterios de ascenso y garantizar una

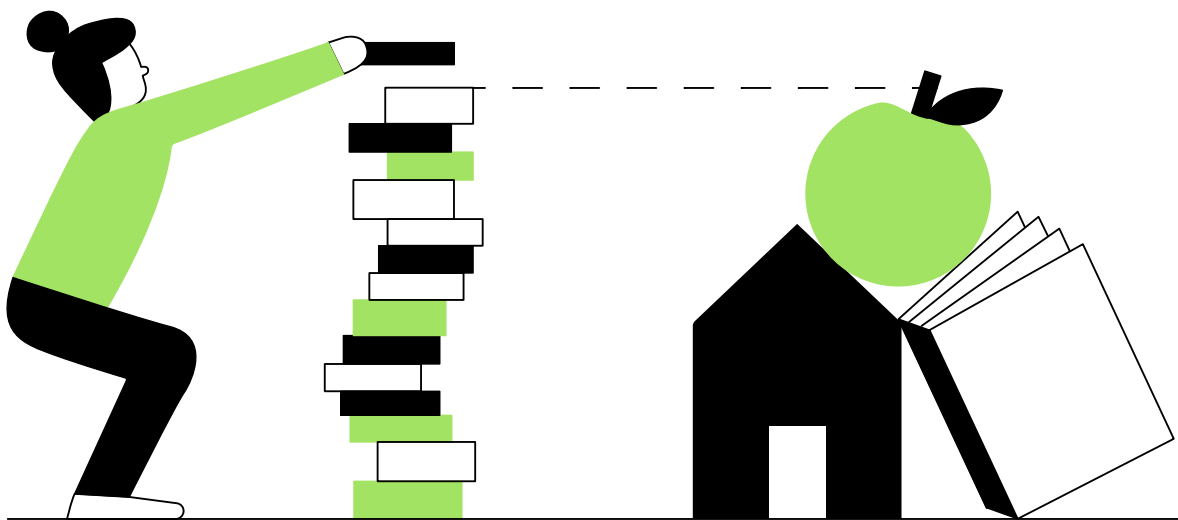
progresión profesional coherente son motores esenciales para reforzar la confianza y la capacitación de los equipos.

LUCHAR CONTRA LA DISCRIMINACIÓN MEDIANTE LA FORMACIÓN

Con presencia en 26 países, Longchamp opera en entornos culturales, sociales y normativos muy diversos. La diversidad es un motor del rendimiento colectivo y la innovación, siempre que vaya acompañada de prácticas inclusivas y equitativas. En 2025, la *Maison* siguió implantando programas de formación dedicados a la Diversidad,

la Equidad y la Inclusión (DEI). Estas sesiones tienen como objetivo mejorar la comprensión de los sesgos inconscientes, prevenir situaciones de discriminación y promover prácticas inclusivas, especialmente entre los puestos de responsabilidad.

La política de Diversidad, Equidad e Inclusión se basa en cuatro pilares fundamentales: garantizar la igualdad de oportunidades, prevenir la discriminación, valorar la diversidad cultural, generacional y de género, y apoyar a los responsables en la adopción de prácticas inclusivas. El objetivo es establecer de forma permanente una cultura compartida basada en el respeto, la equidad y la responsabilidad.



GARANTIZAR LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Impulsado por el compromiso con la inclusión, Longchamp valora la diversidad y lucha contra todas las formas de discriminación. Nos esforzamos por apoyar el crecimiento personal y el empoderamiento de nuestros empleados a través del trabajo que realizamos juntos y del respeto que tenemos por la integridad y la libertad de todos y todas.

APOYO A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Longchamp aplica un enfoque estructurado para promover la inclusión de las personas con discapacidad, tanto a nivel interno como a través de colaboraciones con organizaciones especializadas. En 2025 se llevaron a cabo varias iniciativas concretas. Un ejemplo es nuestra renovada participación en DuoDay, en la que 7 empleados se emparejaron con una persona con discapacidad para explorar trayectorias profesionales y generar oportunidades de desarrollo profesional.



Además, Longchamp colabora con frecuencia con ESAT (establecimientos y servicios de apoyo al trabajo) y otras empresas inclusivas, como Cap Anjou Bleu en Noyant-la-Gravoyère. Se organizó un taller de inclusión de cuatro semanas con el equipo de la boutique online, centrado en tareas de envoltura de regalos antes de la temporada navideña y en promover la integración progresiva en los equipos, al tiempo que se concienciaba a los empleados internos. Además, se encomendaron otras tareas a organizaciones inclusivas, como el archivo de documentos o el etiquetado.

Desde 2025, se ha establecido una nueva colaboración con la empresa inclusiva AMIPI, con sede en Cholet (Francia). Esta colaboración comenzó con la producción

de llaveros y otros accesorios de cuero para bolsos. Desde entonces, hemos trabajado en estrecha colaboración con los equipos de AMIPI para ampliar gradualmente sus competencias y conocimientos, con el fin de apoyarles en el desarrollo de una línea de bolsos de malla. Este desarrollo de competencias forma parte de un proceso gradual que nos permite formar a los equipos y construir una colaboración sólida y duradera.

Estas colaboraciones ayudan a mantener y transmitir conocimientos especializados, al tiempo que contribuyen a la inclusión laboral. La colaboración con empresas inclusivas está plenamente integrada en las prácticas organizativas de la *Maison* cuando resulta pertinente para las necesidades operativas.

En nuestra sede de París, esta iniciativa ha servido para concienciar a la plantilla y ha dado lugar a medidas adicionales para fomentar una cultura inclusiva y solidaria: se organizaron seis talleres de concienciación sobre discapacidad, complementados con una conferencia de dos horas sobre seguridad psicológica y un curso de formación de 14 horas sobre primeros auxilios en salud mental.

FOMENTAR LA IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género es un compromiso fundamental para Longchamp, en consonancia con nuestros valores de responsabilidad y equidad. Nos aseguramos de que la remuneración, la promoción profesional y el acceso a puestos de liderazgo se basen en las competencias y el rendimiento, utilizando indicadores específicos y supervisando periódicamente las disparidades.

En Francia, el índice de igualdad de género mide las diferencias salariales, las diferencias en los aumentos salariales individuales, las disparidades en los ascensos, la situación de las empleadas al reincorporarse tras la baja de maternidad y la proporción de mujeres entre las personas con mayores ingresos.

En 2025, Longchamp mantuvo unos elevados estándares en materia de igualdad de género. Nuestra sede central de París obtuvo una puntuación de 92/100 en este índice, lo que refleja un sólido rendimiento en numerosos indicadores clave, especialmente en los aumentos salariales individuales, la reincorporación tras la baja de maternidad y la proporción de mujeres entre los empleados con mayores ingresos. Tras un descenso temporal en el indicador de ascensos, ahora se está supervisando de cerca para garantizar un desarrollo profesional equitativo y equilibrado.

Nuestras boutiques de Francia obtuvieron una puntuación de 89/100 en el mismo índice, lo que supone un aumento de 10 puntos con respecto a 2024. Esta mejora se debe en gran medida a la recuperación del indicador de ascensos, que se encuentra ahora en su nivel más alto. Los resultados también confirman la igualdad en lo que respecta a los aumentos salariales individuales y a la reincorporación tras la baja de maternidad. La puntuación obtenida en 2025 refleja las múltiples medidas correctivas que se han implementado y el énfasis en la equidad en las trayectorias profesionales. Seguimos trabajando para mantener estos estándares elevados y aumentar la representación femenina en todos los niveles de la organización.

Más allá de las cuestiones de remuneración y acceso a puestos de liderazgo, estamos tomando medidas concretas para promover la igualdad laboral y empoderar a las mujeres en todos los niveles de la empresa. Este enfoque se lleva a cabo a través de iniciativas locales que desarrollan trayectorias laborales individuales, fomentan una mayor responsabilidad y ponen de relieve las contribuciones de las mujeres.

En 2025, Longchamp recibió el Trofeo de Oro en los premios *Victoires du Capital Humain* por nuestro programa «WOMEN», una iniciativa puesta en marcha por los equipos de RR. HH. de nuestra planta industrial de Segré.

Bérénice Aubert, directora de Desarrollo de RR. HH. de la División industrial, nos habla de este logro.

¿Qué significa este Trofeo de Oro para usted y su equipo?

Por encima de todo, este premio representa un reconocimiento a los esfuerzos que hemos realizado y al firme compromiso de Longchamp con estas cuestiones fundamentales. El programa WOMEN se prolongó durante un año y medio y requirió el apoyo de muchos actores. Estamos orgullosos de que este trabajo sea reconocido más allá de nuestra organización. Este premio nos da mayor visibilidad y nos anima a seguir adelante. También esperamos que inspire

a otras empresas a avanzar en estas cuestiones esenciales.

¿Podría explicarnos brevemente en qué consiste el programa WOMEN?

Lanzado en 2023 para todas las operaciones industriales de Longchamp en Francia, el programa WOMEN refleja el firme compromiso de Longchamp con la igualdad y el bienestar de las empleadas. Se estructura en torno a cuatro áreas clave: la maternidad, la lucha contra el cáncer de mama, la prevención de comportamientos sexistas y el apoyo a las víctimas de violencia de género. Este programa moviliza a todos los equipos de forma inclusiva y sostenible a través de acciones concretas y significativas.

¿Qué acciones concretas se han puesto en marcha?

El programa incluye formación sobre comportamientos sexistas y violencia sexual, campañas de concienciación sobre el cáncer de mama, talleres sobre maternidad y la creación de salas de lactancia, así como un sistema de apoyo a las víctimas de violencia de género que incluye, entre otras cosas, alojamiento de emergencia, apoyo psicológico y asistencia jurídica.

¿Qué impactos o resultados visibles se han observado desde la puesta en marcha del programa?

Este programa ha tenido un impacto tangible y ha cambiado vidas en nuestra organización. Esto es especialmente

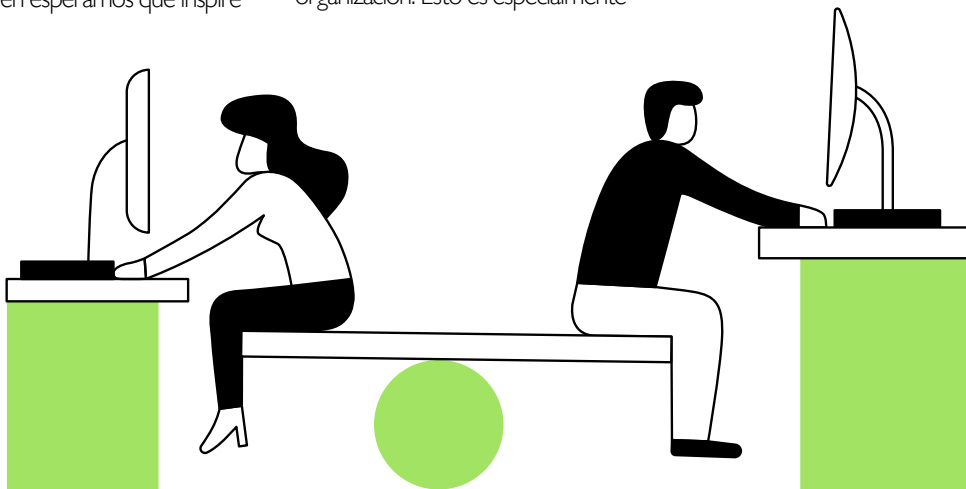
relevante en los ámbitos de la prevención del cáncer de mama y la lucha contra la violencia de género, donde hemos ofrecido apoyo práctico a personas en situación de vulnerabilidad.

También contribuye a cambiar comportamientos y a romper tabúes en torno a temas esenciales en el lugar de trabajo. Observamos un fuerte compromiso por parte de los directivos y los empleados: todos defienden el programa y se convierten en agentes del cambio.

¿Cuáles son los próximos pasos?

Continuaremos con nuestras iniciativas en las cuatro áreas clave definidas para nuestras operaciones industriales en Francia, al tiempo que impulsamos su implantación en Mauricio y Túnez. Las iniciativas relacionadas con el cáncer de mama ya están ampliamente consolidadas, y nuestro objetivo es reforzar los momentos clave de cada año para los otros tres ámbitos.

Nuestra ambición es ampliar este programa a todos los países en los que opera Longchamp para ofrecer apoyo tangible a las empleadas en cuestiones que afectan a las mujeres de todo el mundo.



CUIDAR DE LOS DEMÁS

ESCUCHA ACTIVA QUE GENERA CONFIANZA

En 2025, la encuesta global de compromiso «Inside Longchamp» llegó al 90 % de los empleados (3351 encuestados), lo que demuestra un sólido apoyo al enfoque de la *Maison* en materia de opiniones y diálogo. La puntuación de compromiso se situó en el 78 %, lo que supone un aumento significativo desde 2023 y supera los estándares del sector; lo que refleja la solidez del vínculo entre nuestros equipos y la empresa.

Casi 8 de cada 10 empleados afirman estar satisfechos con su trabajo en Longchamp, recomiendan la empresa como empleador y expresan su orgullo por pertenecer a la misma. La mayoría de los equipos comprenden la dirección estratégica de la empresa, se sienten alineados con sus objetivos y consideran que contribuyen a su éxito colectivo.

Además, el 88 % de los empleados no tiene previsto abandonar la empresa en los próximos 12 meses, lo que revela un alto nivel de confianza y lealtad, esencial para preservar la experiencia y la excelencia.

El análisis destaca factores que impulsan el compromiso, como las oportunidades de desarrollo, el reconocimiento y una remuneración justa, que sirven de base para nuestro plan de acción. Determinadas disparidades requieren un enfoque diferenciado, adaptado a las realidades locales.

Por ello, Longchamp ha definido un plan de acción global que se implementará a nivel local en nuestros 26 países para abordar las expectativas de los equipos de forma específica.

Estos resultados ilustran una dinámica colectiva, un compromiso con los valores y la cohesión: motores reales del rendimiento sostenible.

UN MARCO DE CONFIANZA PARA LA DENUNCIA DE INCIDENCIAS Y LA PROTECCIÓN

Como parte de las iniciativas para garantizar un entorno de trabajo seguro y respetuoso, Longchamp ha creado una línea directa de ética accesible para todos los empleados y partes interesadas. Este sistema contribuye a prevenir comportamientos que vulneren los valores y la integridad de Longchamp, al tiempo que protege los derechos fundamentales.

Desde enero de 2025, este canal está disponible para denunciar situaciones vulnerables o delicadas, lo que contribuye a proteger a las personas implicadas y a reducir el riesgo de perjuicio para la *Maison*.

El sistema se basa en una plataforma segura que garantiza el anonimato, la confidencialidad de la comunicación y la protección tanto de las víctimas como de los denunciantes. El uso de una herramienta externa fomenta la confianza y anima a las personas a expresar sus inquietudes en un entorno imparcial.

Las denuncias pasan a gestionarse por un comité de ética compuesto por ocho empleados de diversos departamentos, lo que garantiza una evaluación colectiva, independiente y objetiva. Los casos se investigan en colaboración con los equipos locales para garantizar la aplicación coherente de los principios éticos.

Más allá del cumplimiento normativo, este mecanismo sirve como una potente herramienta de prevención, al permitir la detección temprana, la adopción de medidas correctivas y la adaptación de las prácticas internas. La *Maison* reafirma que la protección de los empleados, la atención a sus opiniones y el respeto son el núcleo de nuestra cultura corporativa.

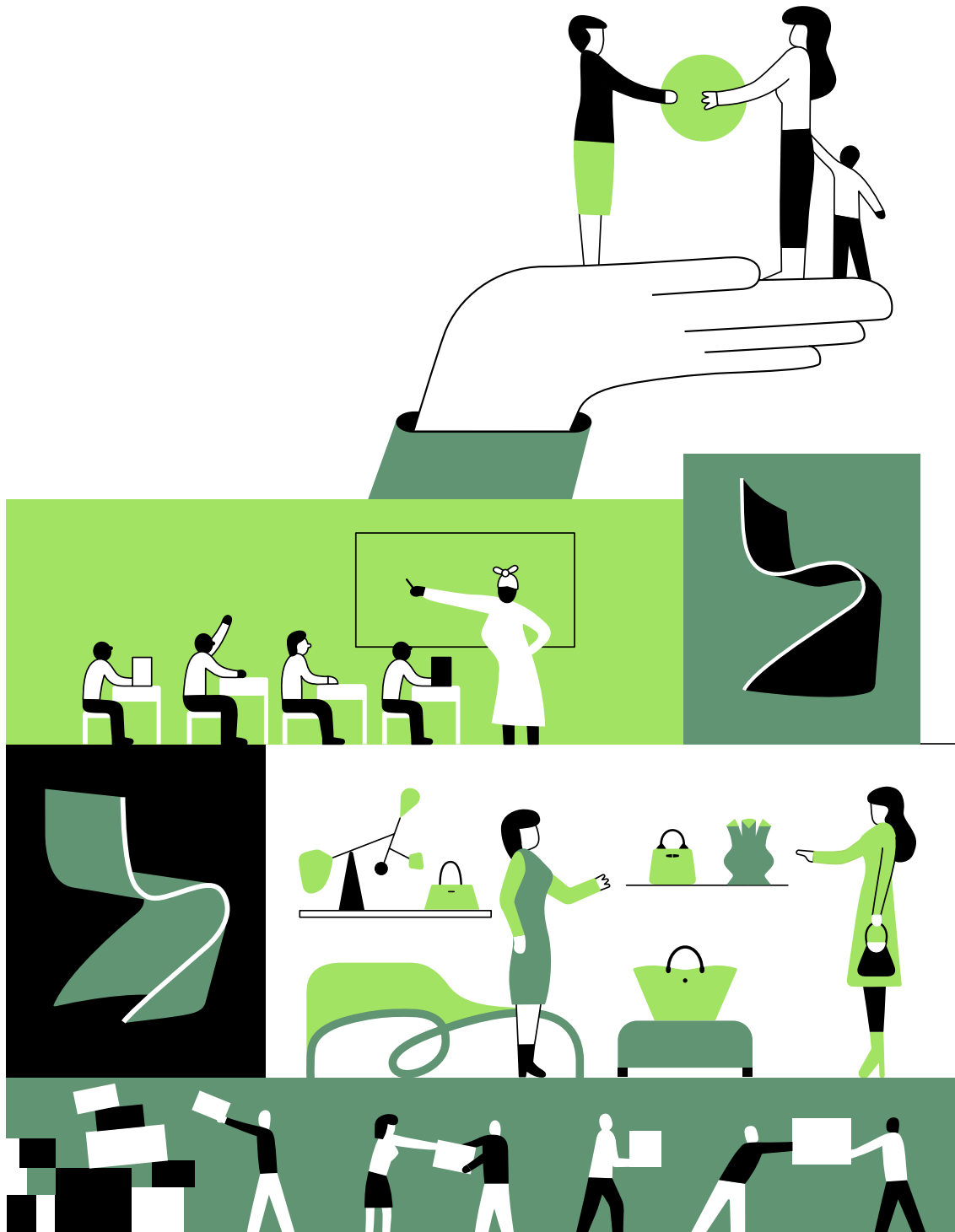
MESES DE CONCIENCIACIÓN SOBRE EL CÁNCER: UN ESFUERZO COLECTIVO EN APOYO A LA PREVENCIÓN

En octubre de 2025, Longchamp y nuestras filiales se movilizaron en torno a la prevención del cáncer de mama a través de iniciativas adaptadas a los contextos locales, pero basadas en principios compartidos de prevención, información y solidaridad.

Las iniciativas, puestas en marcha en la mayoría de los países, se centraron en el acceso a la información y la concienciación a través de conferencias dirigidas por profesionales sanitarios, seminarios web, talleres de autoexploración y programas de detección *in situ*. Más allá de su carácter informativo, el mes se caracterizó por una fuerte movilización colectiva y rutas colaborativas que fomentaron la solidaridad y el espíritu de equipo.

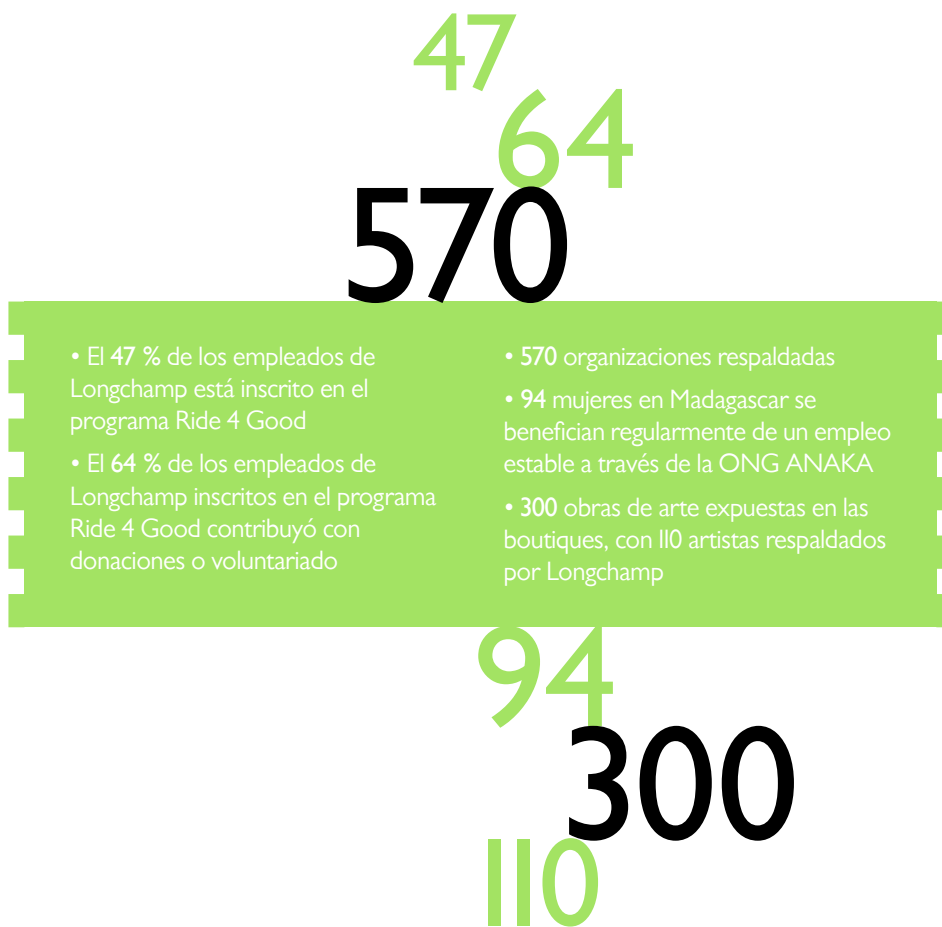
Aprovechando este impulso, la empresa continuó con estas acciones en noviembre de 2025 con iniciativas dedicadas a la salud masculina, destinadas a romper los tabúes en torno al cáncer testicular y de próstata y a promover la detección precoz. Se celebraron sesiones de concienciación presenciales en plantas industriales, respaldadas por campañas de comunicación específicas. Estas iniciativas ilustran el compromiso de Longchamp de hacer de la salud una prioridad colectiva y sostenible al servicio del bienestar de todos y todas.

PAPEL EN LA SOCIEDAD



EL COMPROMISO SOCIAL DE LONGCHAMP es una extensión natural de nuestra historia y nuestros valores: apoyar a las comunidades, fomentar la creatividad y promover la cultura en todas sus formas. A través de iniciativas benéficas, colaboraciones a largo plazo y proyectos artísticos con conciencia social, la *Maison* emprende acciones concretas para generar un impacto humano y cultural positivo.

En 2025, este compromiso se reflejó en la implicación de los empleados, el apoyo a iniciativas benéficas y el fomento del talento creativo, reafirmando la dedicación de Longchamp a generar un impacto social duradero.



APOYO A NUESTRAS COMUNIDADES

El compromiso social de Longchamp se manifiesta tanto a través de la implicación de los empleados como del apoyo a iniciativas benéficas externas. Con el programa Ride 4 Good, la *Maison* ofrece la oportunidad de realizar una contribución tangible a las organizaciones locales fomentando el voluntariado y las donaciones equiparadas. Al mismo tiempo, Longchamp sigue apoyando a organizaciones dedicadas al empoderamiento de las mujeres, como ANAKA, cuya labor está plenamente en consonancia con los valores de la marca. Estos dos enfoques complementarios reflejan una ambición compartida: aportar una contribución positiva a las comunidades que nos rodean.

APOYAR A LAS COMUNIDADES LOCALES: EL PROGRAMA RIDE 4 GOOD

Lanzado oficialmente en enero de 2025, el programa Ride 4 Good es un pilar fundamental del compromiso social de Longchamp. Diseñado como una iniciativa para proporcionar un sistema estructurado, permite a los empleados apoyar a una o más organizaciones de su elección.

En consonancia con los valores de la *Maison*, Ride 4 Good promueve el compromiso social de dos maneras: a través de contribuciones económicas, en las que Longchamp iguala las donaciones realizadas a través de la plataforma, y mediante iniciativas de voluntariado, respaldadas por un día libre remunerado adicional para los empleados que deseen dedicar su tiempo.

Más allá de su impacto social, Ride 4 Good aborda importantes objetivos humanos: ofrecer a los empleados oportunidades significativas de compromiso, fomentar la disposición a experiencias diferentes y fortalecer los lazos de solidaridad dentro de los equipos.

Helena Damasse, responsable de proyectos de RSC, nos explica este programa

¿Cuál fue la intención inicial que llevó a crear el programa Ride 4 Good?

Ride 4 Good surgió de un doble deseo. Por un lado, apoyar a las

organizaciones que trabajan a diario para abordar retos sociales, medioambientales o comunitarios, a menudo con recursos limitados pero con gran dedicación. Por otro lado, es necesario permitir que los empleados se impliquen, adquieran nuevas experiencias vitales y encuentren sentido a su compromiso profesional.

La idea era apoyar iniciativas existentes lideradas por actores sobre el terreno que comprenden las necesidades y realidades locales. El objetivo era crear un programa que les proporcionara tanto la financiación esencial para sus operaciones como la mano de obra, el tiempo y la energía humana. Ride 4 Good se diseñó como un marco facilitador al servicio tanto de las organizaciones como de los equipos.

Este programa encarna nuestro compromiso de contribuir a las comunidades locales en las que opera Longchamp mediante acciones concretas alineadas con nuestro propósito, nuestros valores y nuestros compromisos de RSC.

¿Qué ofrece realmente Ride 4 Good a las organizaciones asociadas y a los equipos de Longchamp?

El programa proporciona apoyo adicional a las organizaciones. Por un lado, apoyo financiero, gracias a las donaciones de los empleados, a las que Longchamp aporta una cantidad equivalente, lo que ayuda a desarrollar proyectos comunitarios.

Por otro lado, apoyo humano a través de iniciativas de voluntariado que abordan necesidades concretas: presencia sobre el terreno, asistencia ad hoc y apoyo logístico u operativo.

El objetivo es permitir que los empleados que lo deseen dediquen su tiempo y energía a causas que les interesan. En 2025, se ha prestado apoyo a más de 570 organizaciones en todo el mundo, cada una a su propia escala y de acuerdo con sus necesidades específicas.

Ride 4 Good permite a los empleados implicarse de formas que se ajustan a sus intereses, creencias y disponibilidad. Este compromiso es también una oportunidad de aprendizaje, que permite a los empleados descubrir otras realidades sociales, desarrollar competencias transversales y trabajar de forma diferente, a veces fuera de su marco habitual. El programa contribuye así a enriquecer la experiencia de los empleados y a reforzar el sentido de propósito y pertenencia.

¿Cómo se materializa el carácter transversal de Ride 4 Good dentro de la empresa?

Ride 4 Good es un programa profundamente colectivo e interseccional transversal. Reúne una amplia variedad de perfiles y conocimientos especializados de toda la empresa: equipos de RSC, RR. HH., comunicación, finanzas, TI y ventas, así como empleados comprometidos de líneas de negocio muy diferentes.

Esta diversidad es una gran fortaleza. Permite que personas que no siempre tienen la oportunidad de trabajar juntas a diario colaboren en un proyecto compartido significativo. Estas personas desempeñan un papel clave en esta dinámica: garantizan el arraigo local del programa, promueven iniciativas, apoyan a los empleados y adaptan el programa a las realidades culturales y operativas de cada región. A menudo se trata de personas que ya participan activamente de otras formas, y estas responsabilidades sirven como «recompensa» por ese compromiso, al permitirles ponerlo en práctica dentro del marco de la empresa.

Su compromiso ayuda a tender un puente entre el enfoque global del programa y las necesidades de las comunidades locales de una manera relevante y sostenible.

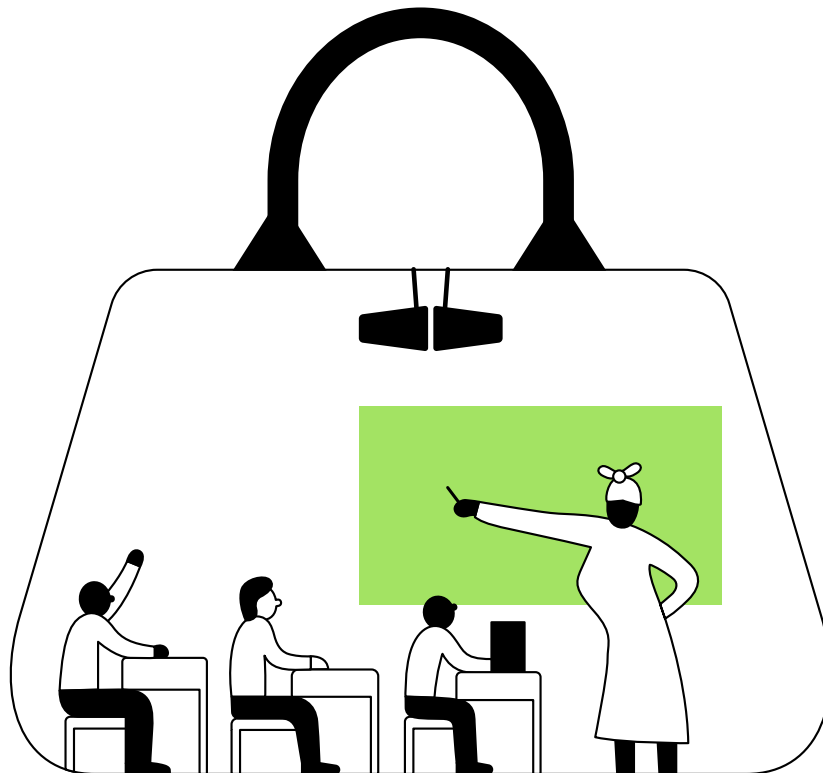
¿Cuáles son las principales conclusiones del año 2025?

El año 2025 confirmó la importancia del programa. Casi 1900 empleados se inscribieron y más del 60 % participó activamente mediante una donación o trabajo voluntario.

Más allá de las cifras, este primer año ha puesto de manifiesto, sobre todo, un deseo sincero de implicación, siempre que se presente la oportunidad.

¿Cuáles son las prioridades de cara al futuro?

Los próximos pasos tienen como objetivo reforzar y mantener el impulso que hemos generado. Esto incluye facilitar el acceso a las oportunidades de voluntariado, aumentar el impacto para las organizaciones y seguir afianzando el programa a nivel local. La meta es subir de nivel y ampliar el programa para hacer de Ride 4 Good una iniciativa sincera, colectiva y significativa que sirva a las comunidades locales y fomente el compromiso del equipo.



APOYAR A LAS COMUNIDADES LOCALES: LA COLABORACIÓN CON ANAKA EN MADAGASCAR

Como parte de su compromiso social, Longchamp apoya iniciativas que contribuyen de forma sostenible al desarrollo de las comunidades locales en las que opera. Este apoyo adopta diversas formas, en particular a través de colaboraciones con organizaciones que trabajan para empoderar a las mujeres, transmitir conocimientos tradicionales y crear oportunidades económicas sostenibles.

En Madagascar, este compromiso se materializa a través de una colaboración establecida en 2023 con LANA L'ATELIER, un taller artesanal con valores de responsabilidad social cuya actividad apoya a la ONG Anaka. Basada en una relación a largo plazo, esta colaboración permite a Longchamp apoyar el desarrollo del proyecto de forma duradera.

Entrevista con Narindra Robin, fundadora y directora de LANA y ANAKA

«Siempre he estado convencida de una cosa: el talento está en todas partes, pero las oportunidades no. En Madagascar, las mujeres y los hombres poseen una fuerza, una destreza manual y un corazón extraordinarios. Lo que les falta no es voluntad, sino accesibilidad.

Cuando fundé LANA L'ATELIER, no buscaba currículums, títulos ni trayectorias perfectas. Buscaba otra cosa: personas con ganas de luchar,

El apoyo de la *Maison* se materializa a través de pedidos realizados directamente a los talleres de ANAKA, lo que garantiza un trabajo continuo y unos ingresos estables para las artesanas. Gracias a esta colaboración, más de 94 mujeres se benefician regularmente de un empleo significativo en los talleres de ANAKA, y más de 60 niños están ahora escolarizados, alimentados y cuidados.

«El talento está en todas partes, pero las oportunidades no»

Fundada por Narindra Robin, LANA L'ATELIER ha desarrollado un modelo único basado en la formación artesanal avanzada, la creatividad y el impacto social a largo plazo. El programa de formación es gratuito, de larga duración y exigente, y está diseñado para mujeres y hombres

mujeres y hombres dispuestos a aprender, a ponerse a prueba, a construir algo para sí mismos y sus familias.

La formación que ofrecemos aquí es única. Es gratuita, a largo plazo y exigente: abarca el cuero, las fibras naturales y técnicas artesanales de alto nivel que no se encuentran en ningún otro lugar de Madagascar y, a menudo, ni siquiera en Europa sin pagar un precio elevado.

Durante dos años, lo hemos compartido todo: mis conocimientos y los de los consultores europeos

de entornos desfavorecidos. El objetivo es impartir habilidades sólidas y transferibles que mantengan su valor a largo plazo, al tiempo que se promueve la independencia económica, la confianza personal y la integración laboral.

Los pedidos de Longchamp dan lugar a la creación de piezas específicas que destacan la artesanía local y los materiales naturales. En 2024, esta colaboración dio lugar, en particular, a la creación de los bolsos Le Pliage Filet, confeccionados en rafia, y de un sombrero de paja totalmente tejido a mano con fibras naturales procedentes de una palmera endémica de Madagascar. Producidas íntegramente en los talleres de ANAKA, estas creaciones ilustran el estrecho vínculo entre la artesanía tradicional, el compromiso social y el enfoque de sostenibilidad impulsado por Longchamp.

que visitan regularmente el taller, así como sus métodos, estándares y requisitos internacionales. Sin secretos. Sin límites. En LANA, el conocimiento no es algo que se acapare; se comparte.

Estas personas no estaban destinadas a estas profesiones según los estándares convencionales. Pero tenían algo más importante: coraje, perseverancia y carácter. Nuestro papel fue tenerlas en cuenta, confiar en ellas y ayudarlas a alcanzar su máximo potencial».

Oportunidades que se hacen realidad gracias a la formación y la mentoría

Las mujeres que trabajan hoy en LANA L'ATELIER encarnan este modelo, basado en la accesibilidad,

la formación y la confianza. Sus historias demuestran lo que se puede lograr en un entorno exigente pero solidario, donde cada una puede crecer a su propio ritmo y según su potencial.

Olivia Fleurette Raharinirina, responsable de taller

Huérfana desde muy pequeña y a cargo de una hermanastra, Olivia se incorporó a LANA como asistente. Reconocida por su diligencia y determinación, ascendió rápidamente. Tres años después, se convirtió en responsable de taller.

«Nunca habría podido llegar a este nivel sin LANA L'ATELIER. Siempre son los extranjeros los que consiguen estos puestos. Pero a mí me dieron una oportunidad».

Herifitahina Raharimino, responsable de producción

Con un título de secundaria pero sin acceso a las grandes empresas, Herifitahina se incorporó a LANA como tejedora. Poco a poco se formó en todos los oficios del taller, hasta llegar a su puesto actual como responsable de producción.

«Gracias a mi motivación, he podido alcanzar un puesto que nunca hubiera imaginado».

Pierrette Rahanitriniaina, responsable de producción

Antes de LANA, Pierrette nunca había trabajado. Ama de casa sin experiencia manual ni confianza en sus habilidades, descubrió la artesanía en el taller. Hoy en día, domina todas las técnicas de ganchillo y ocupa el puesto de responsable de producción.

«A pesar de mi edad, lo he aprendido todo aquí.»

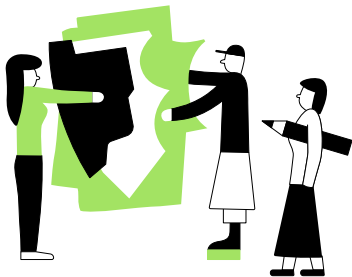


APOYO A LA CREATIVIDAD

El compromiso social de Longchamp va más allá de las iniciativas benéficas y se extiende al apoyo activo a la creatividad. Convencidos de que la moda, el diseño y el arte son motores culturales y económicos esenciales, la *Maison* apoya a talentos emergentes y consagrados, promueve el acceso a los recursos y contribuye a la influencia de la creatividad moderna. Apoyar la creatividad significa contribuir a la vitalidad de las artes, fomentar la innovación y transmitir un patrimonio cultural vivo.

RE-PLAY: UN PROGRAMA DE APOYO A LA CREATIVIDAD EMERGENTE

Lanzado en 2019, el programa Re-Play encarna el compromiso de Longchamp con una creatividad más responsable y circular. Su objetivo consiste en abrir el acceso a los excedentes de la *Maison* (cuero, nailon y otros materiales), permitiendo a talentos emergentes crear piezas únicas o ediciones limitadas.



Concebido como una herramienta para apoyar el diseño emergente, Re-Play combina la experiencia artesanal, la creatividad y un impacto medioambiental reducido. Los diseños se desarrollan en función de la disponibilidad de materiales, lo que hace que cada creación sea única y esté profundamente arraigada en una filosofía de aprovechamiento

de los recursos existentes. Desde su creación, más de 30 talentos emergentes se han beneficiado de esta iniciativa, recibiendo apoyo y una mayor visibilidad para su trabajo.

ANDAM: APOYO A LOS TALENTOS DE LA MODA DEL MAÑANA

Re-Play forma parte del apoyo que Longchamp presta desde hace tiempo a ANDAM (Asociación nacional para el desarrollo de las artes de la moda), donde la *Maison* participa como miembro del jurado desde 2004. A través de este programa, Longchamp reafirma una visión del diseño basada en la innovación, la mentoría y la responsabilidad. Se trata de una de las iniciativas más reconocidas a nivel mundial para fomentar y apoyar a los jóvenes diseñadores de moda. En 2025, Sarah Levy ganó el Premio de Accesorios de moda. Recibió una beca de 100.000 euros, así como la mentoría de Sophie Delafontaine, directora artística de la marca, quien le brindó un apoyo dedicado y una orientación personalizada a lo largo de todo el año.

LA MAISON UNIQUE, UNA BOUTIQUE INSIGNIA DEDICADA A LA CREATIVIDAD

En consonancia con su compromiso con la creatividad, Longchamp concibe sus boutiques como espacios de expresión artística y diálogo cultural. La Maison Unique, la boutique insignia situada en el SoHo de Nueva York, se rediseñó en 2025 de la mano de Thomas Heatherwick, quien también creó la primera boutique de Longchamp en este emplazamiento hace más de veinte años.

Encarna esta visión, a través de la unión de arquitectura, diseño y artesanía para crear una experiencia inmersiva. El proyecto destaca los materiales y el *savoir-faire* a través de instalaciones artísticas y mobiliario hecho a medida, garantizando que cada visita sea novedosa.

La Maison Unique se convierte así en un espacio donde se mezclan las disciplinas, un lugar para que artistas y creadores se expresen, y un vehículo para el intercambio cultural en el corazón de la ciudad.

APOYAR A LOS ARTISTAS Y FOMENTAR LA CREATIVIDAD

El compromiso social de Longchamp se plasma también a través de colaboraciones artísticas, que sirven de puente entre la artesanía, la creación contemporánea y la difusión cultural. Los artistas destacados en 2025 reflejan diferentes aspectos de este compromiso: el apoyo al talento emergente, el fomento del diálogo entre la artesanía y el diseño, y la preservación del patrimonio artístico. Con Constantin Riant, la *Maison* apoya a artistas emergentes y promueve su proyección internacional; con Pierre Renart, explora la intersección entre la artesanía tradicional y el diseño contemporáneo; por último, al rendir homenaje a Geneviève Claisse, Longchamp reafirma su papel como embajador cultural, contribuyendo a la transmisión de una importante obra del arte abstracto francés.

UNA NUEVA GENERACIÓN DE ARTISTAS PARISINOS CON CONSTANTIN RIA NT

En 2025, Longchamp rindió homenaje a Constantin Riant, un joven artista parisino, con una campaña internacional y una colección cápsula exclusiva. Su obra, inspirada en la vida cultural y artesanal de París, se expresa en una paleta de tonos azul cobalto y blanco porcelana, que refleja la arquitectura y la artesanía tradicional de la capital. Para la colección Otoño 2025, diseñó una colección cápsula que celebra la creatividad y el arte de la artesanía.



Esta colaboración permitió al artista mostrar su visión a gran escala, conservando al mismo tiempo la singularidad de su estilo. Longchamp apoya así el desarrollo de nuevos talentos y promueve la difusión de la creación contemporánea ante un público internacional, a través de un enfoque comprometido en el que el arte se convierte en un vehículo para el diálogo y la transmisión.

CREACIÓN CONTEMPORÁNEA EN LA INTERSECCIÓN DEL ARTE Y EL MOBILIARIO CON PIERRE RENART

Para la Semana del Diseño de Milán 2025, Longchamp colaboró con Pierre Renart, un reconocido diseñador y ebanista, para crear una colección exclusiva compuesta por un banco y ocho sillas. Concebidas como obras de arte funcionales, estas piezas resaltan la interacción entre la madera y el cuero, dos materiales emblemáticos de la artesanía. Sus líneas fluidas y orgánicas reflejan una profunda exploración de la forma y una notable destreza técnica. Esta colaboración

ilustra el compromiso de Longchamp con la exploración de nuevas fronteras en la intersección entre el diseño, el arte y la artesanía, al tiempo que apoya a creadores consagrados y renueva las formas en que el arte, el diseño y la artesanía se interconectan.

COMPARTIR EL LEGADO ARTÍSTICO DE GENEVIEVE CLAISSE

En 2025, Longchamp rindió homenaje a Geneviève Claisse, figura destacada de la abstracción geométrica francesa, mediante su tarjeta de felicitación para 2026. La obra de Claisse, basada en la precisión, el color y el equilibrio formal, se puso en valor a través de un sitio web dedicado y una exposición prevista para principios de enero de 2026 en la boutique insignia de París en la Rue Saint-Honoré. Esta iniciativa refleja el compromiso de Longchamp con el fomento de la creación artística y la conservación del patrimonio cultural. La *Maison* reafirma su papel como mediadora cultural al poner al alcance del público la obra de artistas influyentes.

IV. MADE BY LONGCHAMP

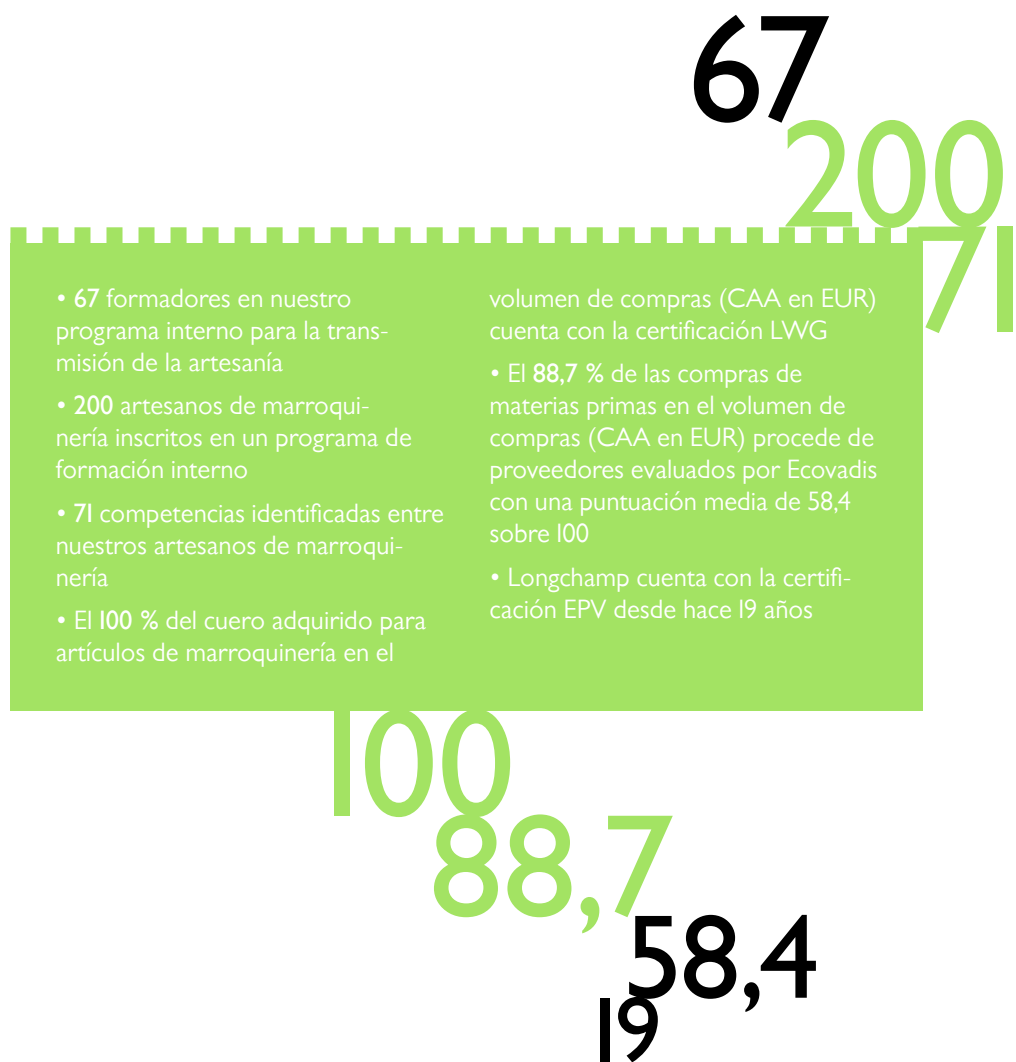


SAVOIR-FAIRE



EN LONGCHAMP, EL SAVOIR-FAIRE ARTESANAL ha sido durante mucho tiempo una piedra angular de la *Maison*. Transmitido de generación en generación, ahora se ve enriquecido por nuevas herramientas, prácticas responsables e innovaciones tecnológicas que equilibran la calidad del producto y el rendimiento industrial, al tiempo que reducen el impacto medioambiental.

En 2025, Longchamp continuó transformando nuestros talleres y cadenas de suministro para dar prioridad a tres objetivos: transmitir y promover la artesanía tradicional, integrar el diseño ecológico en cada etapa y mejorar la transparencia de la cadena de suministro.



TRANSMITIR Y ENRIQUECER LA ARTESANÍA EN NUESTROS TALLERES

La transmisión de las habilidades y el *savoir-faire* es el núcleo de la cultura de Longchamp. Se plasma a través del reconocimiento de la artesanía, la promoción de trayectorias profesionales internas y la puesta en valor de los equipos.

TRANSMISIÓN DEL SAVOIR-FAIRE

La *Maison* se compromete a preservar y transmitir la experiencia artesanal, especialmente en artículos de marroquinería, al gestionar una parte significativa de la producción de forma interna. A diferencia de muchas empresas del sector, mantenemos nuestros propios talleres de fabricación, especialmente en Francia, para garantizar la calidad, la trazabilidad y la preservación a largo plazo de las técnicas artesanales.

Este compromiso está reconocido por el sello *Entreprise du Patrimoine Vivant* (EPV), otorgado por el Gobierno francés a las empresas que poseen una experiencia artesanal o industrial excepcional. La *Maison* cuenta con el sello EPV desde 2007, una distinción que celebra el dominio de técnicas específicas, su transmisión a lo largo del tiempo y sus profundas raíces en la tradición manufacturera de Francia.

La conservación de esta experiencia se basa en programas estructurados de formación y transferencia de conocimientos, que incluyen itinerarios de aprendizaje internos, formación en el puesto de trabajo y programas de mentoría dirigidos por artesanos expertos. Estas iniciativas ayudan a integrar a los nuevos empleados (que a menudo carecen de formación inicial en la

artesanía de artículos de marroquinería) y garantizan la continuidad de las competencias en un contexto de escasez de mano de obra en los oficios artesanales.

Esta organización centrada en las personas y en el sector también contribuye a garantizar la durabilidad y la reparabilidad de los productos a lo largo del tiempo, basándose en una cultura técnica compartida, normas de fabricación coherentes y un compromiso constante con la calidad. A través de estos compromisos, la *Maison* contribuye a mantener puestos de trabajo sostenibles en las comunidades locales, promueve la artesanía francesa y eleva el estatus de los oficios tradicionales, en consonancia con nuestra estrategia de RSC.

Un excelente ejemplo de transmisión intergeneracional

La transmisión de la artesanía es un pilar de la cultura artesanal de Longchamp.

Ante la constante llegada de nuevos talentos, a menudo sin formación en las habilidades y técnicas de la artesanía de artículos de marroquinería, la *Maison* ha implementado una política de formación activa para garantizar la continuidad de nuestros estándares de calidad.

Longchamp ofrece, en particular, formación en el puesto de trabajo (AFEST): los nuevos empleados se

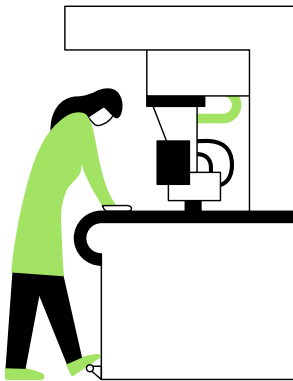
forman directamente en los talleres, para adquirir experiencia práctica en el oficio. Este enfoque fomenta el aprendizaje a través de la práctica y la adquisición de estándares de excelencia. Se extiende a todos los oficios de la cadena de producción (corte, preparación, ensamblaje, control de calidad) y forma parte de una estrategia integral para mantener las competencias, esencial para preservar la calidad de Longchamp.

Ciertas trayectorias profesionales encarnan esta cultura de transmisión del conocimiento. Bruno Poirier, que se incorporó en 1985 como jefe del departamento de diseño, es un ejemplo de ello. Tras cuarenta años en Longchamp, su historia (que se hace eco de la de su madre, la primera trabajadora de la empresa en la década de 1950) materializa el compromiso duradero de los equipos y la continuidad de la artesanía. En vísperas de su jubilación en 2025, decidió plasmar este legado familiar y profesional en *La maroquinerie dans la peau*, escrito junto a un biógrafo, que recorre la historia de los talleres y de las mujeres y hombres que dan vida a Longchamp.

Este relato ilustra el compromiso de la *Maison* con la transmisión intergeneracional, una dedicación estructurada a la preservación de la artesanía y la excelencia artesanal.

APOYO A NUESTROS SUBCONTRATISTAS CON UN ENFOQUE RESPONSABLE

Longchamp estructura su enfoque de RSC con sus socios industriales en torno a una filosofía de mejora continua. Todos los subcontratistas se someten a una evaluación anual de EcoVadis, con una puntuación mínima exigida de 60 y un objetivo de mejora de 10 puntos al año. Este requisito se basa en un conjunto común de 21 criterios de RSC que abarcan cuestiones sociales, medioambientales y éticas.



Más allá de la evaluación, la empresa da prioridad a un enfoque de apoyo basado en el diálogo y el desarrollo conjunto de planes de acción. Esta dinámica permite a los socios madurar de forma gradual, con mejoras concretas en varios indicadores a lo largo del año.

Mediante este enfoque, Longchamp refuerza de forma sostenible la responsabilidad de nuestra cadena de suministro, al tiempo que apoya la transferencia de conocimientos especializados dentro de nuestro ecosistema industrial. Las relaciones

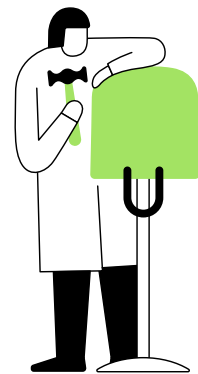
con nuestros socios también implican intercambios operativos frecuentes entre equipos. En 2025 se llevaron a cabo 12 misiones durante las cuales un artesano de marroquinería de los centros industriales de Longchamp se desplazó al terreno para apoyar y formar a los subcontratistas. Esta presencia sobre el terreno permite compartir conocimientos técnicos, armonizar los estándares de calidad y reforzar las competencias dentro de la cadena de producción. Más allá del control de calidad, este enfoque demuestra un compromiso con el apoyo y el desarrollo colaborativo, lo que contribuye a la sostenibilidad de la experiencia y la excelencia artesanal que definen a la *Maison*.

LES DEUX MAINS DU LUXE: PRESENTACIÓN DE LOS OFICIOS DE LA MARROQUINERÍA



Longchamp participó en el evento Les Deux Mains du Luxe, impulsado por el Comité Colbert, que celebra la excelencia de la artesanía francesa y su transmisión a las generaciones más jóvenes. En 2025, el evento se celebró en el Grand Palais de París, reuniendo a más de 30 *Maisons* con una experiencia inmersiva en las artes y oficios. Para Longchamp,

cuya identidad se basa en el arte de la marroquinería, esta participación se alineó a la perfección con nuestra estrategia para transmitir este legado. Con demostraciones y talleres dirigidos por nuestros artesanos, la *Maison* destacó técnicas icónicas, como el cepillado a mano de los bordes, lo que ilustra la precisión y los elevados estándares característicos de nuestros talleres.



El evento acogió a numerosos estudiantes que acudieron para descubrir el oficio de la marroquinería e interactuar con los equipos. Estos encuentros contribuyen activamente a los esfuerzos de divulgación de la *Maison* para promover nuestra artesanía entre los jóvenes talentos e inspirar vocación, incluso a través de transiciones profesionales, accesibles sin experiencia previa, pero basadas en la motivación y las aptitudes.

Les Deux Mains du Luxe forma parte, por tanto, de una iniciativa más amplia de participación en ferias y eventos dedicados a las artes y oficios, en colaboración con los equipos de RR. HH. de los talleres, con el fin de mostrar la artesanía de Longchamp y garantizar la transmisión duradera de nuestro legado.

PROMOVER EL DISEÑO ECOLÓGICO DE NUESTROS PRODUCTOS

El diseño ecológico consiste en tomar medidas desde el inicio del proceso de diseño para crear productos que sean a la vez responsables y sostenibles. En Longchamp, esto se traduce en elegir los materiales adecuados, utilizarlos de forma inteligente y optimizar su aplicación. Nuestros productos están diseñados para durar: la calidad, la solidez de la fabricación y la posibilidad de reparación se integran desde las primeras fases del desarrollo. Este enfoque se basa tanto en la selección de materiales más responsables como en la mejora continua de las técnicas de corte y ensamblaje. También está impulsado por una cultura de innovación e I+D, que nos permite integrar progresivamente el rendimiento medioambiental en el corazón del proceso creativo.

UN MARCO COMÚN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO ECOLÓGICO

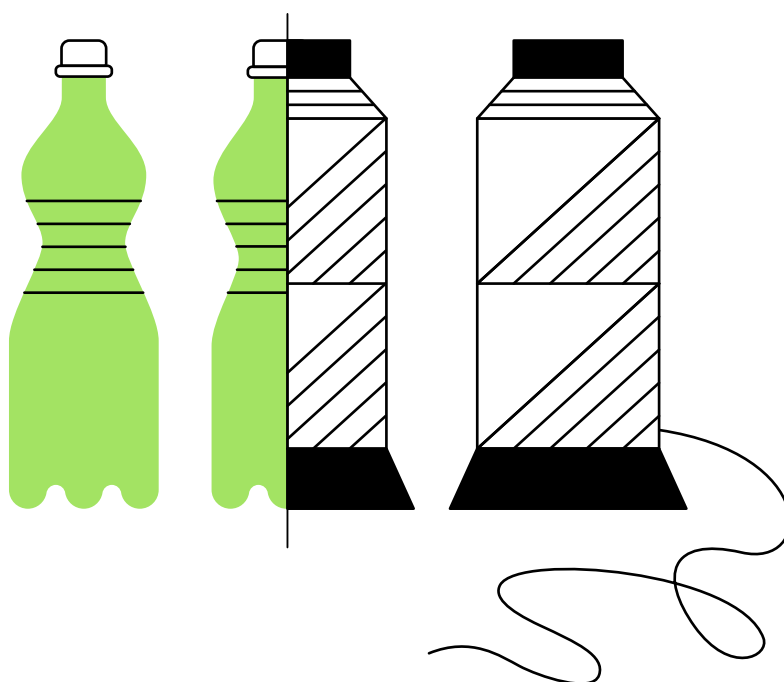
En 2025, Longchamp aceleró la integración del diseño ecológico en nuestros procesos de creación y desarrollo. Se creó un comité específico, integrado por los equipos de estilo, diseño, compras, calidad y comercialización, para aplicar un enfoque transversal e integrar las consideraciones medioambientales desde la fase de diseño de producto.

Esta iniciativa va acompañada de sesiones de concienciación y del

desarrollo de un marco común diseñado para armonizar las prácticas, los indicadores y la terminología relacionados con el diseño ecológico. Este marco compartido permite integrar criterios relacionados con los materiales, la durabilidad, la reparabilidad y el impacto medioambiental a lo largo de todo el ciclo de desarrollo del producto. Forma parte de un proceso de mejora continua basado en la medición del impacto.

Al mismo tiempo, Longchamp ha establecido indicadores para realizar un seguimiento del uso de materiales

certificados y de diseño ecológico, así como del número de proveedores implicados. Estos datos, consolidados por valor y peso, constituyen una base esencial para orientar el progreso del diseño ecológico dentro de las colecciones. En 2025, el 63,20 % de los componentes adquiridos: cuero, lona, accesorios, consumibles, embalajes y productos de comercialización (RTW, pañuelos de seda y calzado), CAA en EUR, presentarán una característica medioambiental superior.



RENDIMIENTO DE LOS MATERIALES

El rendimiento de los materiales es un factor clave del diseño ecológico para Longchamp. Se aplica a todos los departamentos para optimizar el uso del cuero y los tejidos durante la producción con el fin de reducir el impacto medioambiental.

En Longchamp, este enfoque se basa en cuatro pilares complementarios: calidad (garantizar que los materiales sean adecuados para su finalidad); diseño (diseño ecológico, rendimiento técnico); operaciones (selección de cueros, optimización de patrones en las fases iniciales, consideraciones sobre la gama de productos, métodos de corte) y gestión (formación del equipo, evaluaciones estructuradas del rendimiento).

La gestión desempeña un papel central en la mejora de la eficiencia de los materiales. En 2025 se estandarizaron las rutinas de seguimiento del rendimiento, reuniendo a los equipos a diario, semanal y mensualmente para abordar temas clave, analizar desviaciones, definir planes de acción e impulsar nuevas iniciativas de mejora.

Entre los principales proyectos de esta iniciativa se encuentra la digitalización del corte de cuero, un motor clave de la transformación industrial de Longchamp en Francia. Implantada de forma gradual en los talleres, optimiza el uso de los cueros y reduce los residuos, mejorando el rendimiento medioambiental del corte de cuero en el país.

En 2025 se llevaron a cabo otros proyectos de mejora continua, entre los que se incluyen la estandarización de materiales, la optimización de los patrones de corte y grupos de trabajo centrados en la gestión de materiales y anomalías. En conjunto, estos proyectos tienen un impacto positivo en el rendimiento de los materiales en Longchamp.

Estas iniciativas llevaron a una reducción de aproximadamente el 8 % en las tasas de desperdicio

en 2025. Esta mejora demuestra la eficacia de las iniciativas implementadas y el compromiso de los equipos con la optimización del uso de las materias primas.

En 2026, Longchamp pretende aprovechar este impulso continuando con las iniciativas y proyectos puestos en marcha en 2025, al tiempo que introduce nuevas iniciativas centradas en la eficiencia de los materiales.

MATERIALES CERTIFICADOS, DESDE EL CUERO HASTA LOS TEJIDOS

Al mismo tiempo, Longchamp sigue incorporando materiales sostenibles a sus colecciones.

En primer lugar, Longchamp es miembro de Leather Working Group desde 2018. Leather Working Group establece las normativas LWG relativas a criterios medioambientales, según los cuales los fabricantes de cuero se someten a auditorías y certificaciones independientes. Longchamp se abastece al 100 % de cuero procedente de fabricantes certificados según la normativa LWG, de los cuales el 98 % cuenta con la certificación GOLD.



Además, Longchamp sigue certificando sus productos según la Norma textil orgánica global (GOTS), una normativa mundial que garantiza el cumplimiento de estrictos criterios ecológicos y sociales para las fibras orgánicas. Se basa en una certificación independiente que abarca toda la cadena de suministro textil. En 2025, el 100 % de los pañuelos y cintas de seda contaron con la certificación GOTS. Además, se han certificado nuevos

productos según la normativa GOTS, entre los que se incluyen camisetas, sudaderas y pantalones.



Certified by Ecocert Greenlife
Certification Number 12118

Por último, desde enero de 2025, Longchamp cuenta con la certificación GRS de Ecocert Greenlife. Los productos certificados según la normativa GRS contienen materiales reciclados que se han verificado de forma independiente en todas las etapas de la cadena de suministro, desde la empresa de reciclaje hasta el producto final.



Certified by Ecocert Greenlife
TE-00298381

Además, todas las instalaciones (desde la empresa de reciclaje hasta el producto final) han cumplido con los requisitos sociales, medioambientales y químicos. Estas certificaciones forman parte de una iniciativa más amplia para estructurar el uso responsable de los materiales. Se han establecido indicadores específicos para realizar un seguimiento del uso de materiales certificados o reciclados, con resultados consolidados tanto por valor como por peso. Este seguimiento nos permite evaluar los progresos realizados y orientar las decisiones de desarrollo de productos de forma objetiva.

Solo los productos que llevan la etiqueta GOTS o GRS están certificados.

MEJORAR LA TRANSPARENCIA DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

Mediante numerosas iniciativas, Longchamp reafirma su compromiso con la construcción de cadenas de suministro cada vez más transparentes, responsables y resilientes, al servicio de un lujo sostenible basado en la excelencia artesanal.

UNFOLD: MEJORAR LA TRAZABILIDAD EN LA MARROQUINERÍA

La transparencia es un motor clave de la estrategia de RSC de Longchamp. A través de nuestro programa de trazabilidad Unfold, la Maison está aumentando progresivamente la transparencia en cuanto al origen de nuestros productos, más allá de los requisitos normativos. Este enfoque no solo pretende destacar a nuestros socios o demostrar la calidad de los productos, sino que sirve principalmente al objetivo operativo de comprender y controlar mejor toda la cadena de suministro.

La trazabilidad permite un rápido seguimiento vertical en caso de que surja un problema o un incumplimiento, lo que permite identificar y abordar con precisión el eslabón afectado. Ir más allá del marco jurídico no es, por lo tanto, una mera cuestión de anticiparse a los cambios normativos, sino que surge del deseo de reforzar la capacidad de acción de la Maison, afianzar nuestras prácticas y garantizar el carácter duradero de nuestros compromisos.

Louise Deshayes, directora de proyectos de RSC, nos habla de este tema

¿Podría explicarnos brevemente qué es Unfold?

Unfold es el programa de trazabilidad de la Maison, cuyo objetivo es garantizar la transparencia a lo largo de toda la cadena de suministro de los productos, partiendo del cumplimiento normativo y yendo más allá mediante un enfoque voluntario, especialmente en el caso de los artículos de marroquinería.

¿Podría describir los principales logros ya alcanzados en materia de trazabilidad

en el proyecto Unfold para artículos de marroquinería?

El proyecto comenzó con el cumplimiento de la normativa AGECE, lo que implicó la implementación de la trazabilidad para los artículos de comercialización (prêt-à-porter; calzado, estolas, pañuelos de seda). A continuación, se puso en marcha una iniciativa de transparencia voluntaria para los artículos de marroquinería, comenzando con una prueba piloto en un producto específico (Daylong), seguida de una implantación en todos los bolsos de cuero y textiles (excluyendo cinturones y artículos de pequeña marroquinería).

La implantación completa en el prêt-à-porter tuvo lugar en noviembre de 2023; la prueba piloto de los artículos de marroquinería continuó hasta julio de 2024; y la implantación completa para los artículos de marroquinería tuvo lugar en julio de 2025.

¿Qué herramientas o métodos se han implementado para garantizar la trazabilidad en cada etapa del proceso?

La trazabilidad se basa en la incorporación de los proveedores, y los métodos de recopilación de datos varían según la categoría.

En el caso de los artículos de marroquinería, los datos se recopilan principalmente a través de fichas de trazabilidad que se actualizan a diario y se integran automáticamente en los sistemas internos, lo que permite hacer un seguimiento cada lote de cuero hasta las etapas de curtido, matadero y granja.

¿Qué beneficios se han observado ya gracias a la trazabilidad en el proyecto Unfold?

Este proyecto ofrece una mayor transparencia a los clientes, que pueden acceder a la cadena de trazabilidad de

sus productos tanto en la boutique como en la página web.

El proyecto también permite comprender mejor las cadenas de suministro y, en última instancia, mejorar la gestión de riesgos.

Facilita el cumplimiento normativo (por ejemplo, AGECE) y demuestra el compromiso de Longchamp con la transparencia, al tiempo que respalda otras iniciativas de RSC, como la estrategia climática.

¿Cuáles son los próximos pasos previstos?

Los próximos pasos consisten en implantar la trazabilidad para los artículos de pequeña marroquinería y los cinturones, lo que debería abarcar aproximadamente el 90 % de las referencias de productos.

Esto dejará únicamente las referencias de producto más complejas por rastrear (que representan una pequeña parte), cuya activación está prevista para principios de 2026.

¿Qué retos se han encontrado?

El volumen de datos fue nuestro principal reto: en cada nivel de la cadena de suministro, el número de partes interesadas aumenta significativamente, lo que complica la gestión. Ciertos proveedores no pueden gestionar cantidades tan grandes de datos.

Además, la estacionalidad nos obliga a reiniciar el proceso cada temporada, especialmente en el caso de los productos de prêt-à-porter; el calzado, las bufandas y los chales.

Por último, la complejidad de la cadena de suministro y la falta de voluntad o capacidad de algunas partes interesadas (en particular, los mataderos) para compartir información complican la trazabilidad.

EVALUAR Y MEJORAR EL RENDIMIENTO DE RSC DE NUESTROS PROVEEDORES

Además de apoyar a los subcontratistas industriales, Longchamp está implementando un enfoque de RSC dedicado a todos nuestros proveedores, basado en la evaluación, el diálogo y la mejora continua.

Este enfoque se basa en el análisis del rendimiento en materia de RSC con la herramienta EcoVadis, la implementación de planes de acción específicos y el uso de un anexo común de RSC que formaliza los requisitos sociales, medioambientales y éticos de la empresa. Las evaluaciones de los proveedores se



basan en criterios rigurosos, y se les pide además que aporten documentación que demuestre sus propias prácticas responsables (informes de RSC, certificaciones, compromisos). En 2025, el 88,7 % de las compras de materias primas, en términos de volumen de compras (PTO en EUR),

procedió de proveedores evaluados por EcoVadis con una puntuación media de 58,4 sobre 100, frente a los 55,4 de 2024. El alcance de EcoVadis se ampliará a todas las categorías de compras a partir de 2026 para reforzar la responsabilidad en toda la cadena de suministro.

Por último, la *Maison* apuesta por colaboraciones a largo plazo con nuestros proveedores estratégicos: la duración media de las relaciones con los proveedores dentro del 80/20 del volumen de compras es de 16 años, lo que refleja una colaboración construida a lo largo del tiempo y basada en la confianza, unos estándares elevados y la mejora continua.

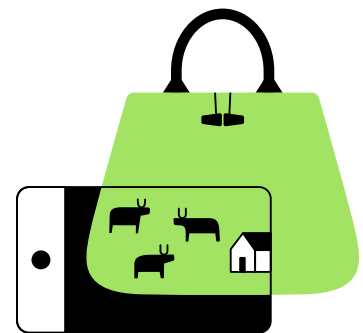
RESUMEN DE LAS PRÁCTICAS DE BIENESTAR ANIMAL EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

Por último, Longchamp refuerza sus compromisos con el bienestar animal como parte de su responsabilidad social y medioambiental. Esta iniciativa forma parte de un enfoque integral destinado a mejorar la trazabilidad del cuero y a promover prácticas respetuosas a lo largo de toda la cadena de suministro.

En 2025, la *Maison* identificó 31 mataderos asociados e implementó un sistema de puntuación interno para determinar los niveles de riesgo. Entre ellos, 14 figuran en la base de datos del ICEC (Instituto de Certificación de la Calidad para

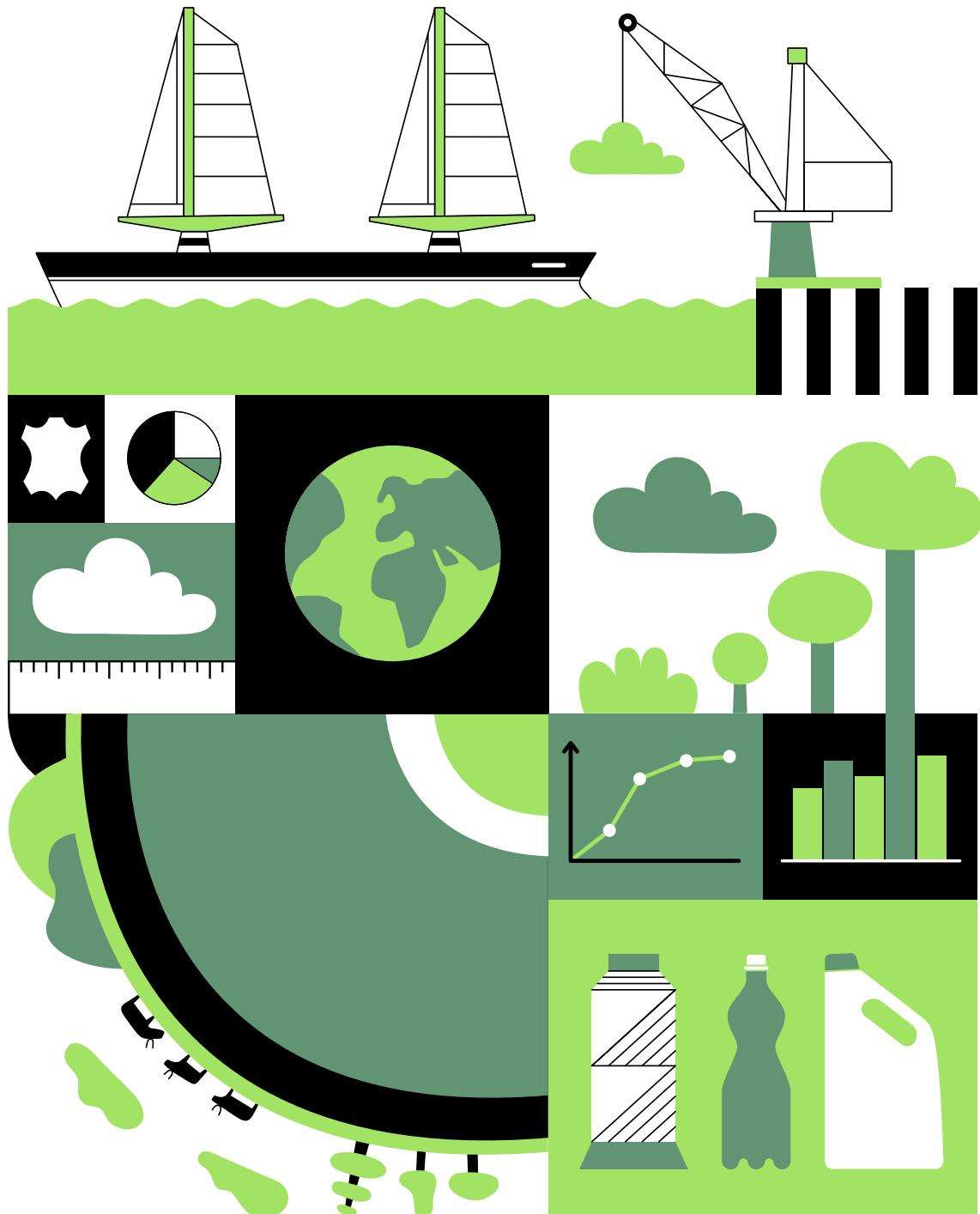
la Industria Curtidora), una organización reconocida por sus normas en materia de trazabilidad, calidad y sostenibilidad de las pieles. Además, 13 de ellos cuentan con certificaciones específicas de bienestar animal, que avalan sus prácticas de cría y sacrificio, así como la trazabilidad hasta el propio centro.

En el caso de los centros que aún no cuentan con certificaciones, Longchamp tiene previsto implementar medidas de apoyo para fomentar la adopción gradual de prácticas más responsables, en colaboración con nuestros socios y las cadenas de suministro pertinentes.



Con esta iniciativa, la *Maison* sigue reforzando nuestros estándares en materia de marroquinería mediante la combinación de normas, certificaciones y transparencia, contribuyendo así a una cadena de suministro más responsable.

PLANETA



ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO, Longchamp sigue desarrollando una estrategia medioambiental con un objetivo claro: reducir de forma sostenible nuestra huella medioambiental al tiempo que transformamos las prácticas en cada etapa de la cadena de suministro. En 2025, aceleramos la implementación de nuestra Estrategia climática, reforzamos nuestras herramientas de gestión y pusimos en marcha nuevas acciones concretas para reducir nuestro impacto climático, especialmente a través de la elección de materiales. Esta iniciativa se basa en tres pilares complementarios: medir para comprender, actuar para reducir y movilizar a todos los equipos para garantizar que estas transformaciones sean duraderas.



EVALUAR Y CONCIENCIAR SOBRE LAS CUESTIONES CLIMÁTICAS

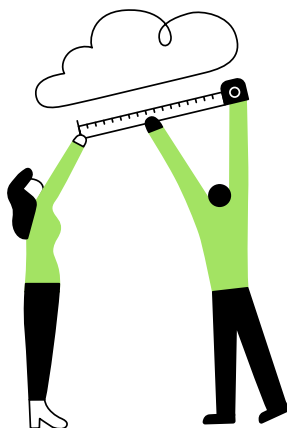
APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA CLIMÁTICA

Lanzada para estructurar la trayectoria de descarbonización de la *Maison*, la Estrategia climática sirve de marco de referencia para las acciones medioambientales de Longchamp. Con su aplicación, la *Maison* se propone alcanzar una reducción absoluta del -95 % en las emisiones de alcance 1 y 2 para 2033, en comparación con los niveles de 2023. En cuanto al alcance 3, el objetivo de reducción de la intensidad económica es del 50 % para 2033, en comparación con los niveles de 2023.

La estrategia se basa en factores clave como la optimización del transporte, la regionalización de las cadenas de suministro, la eliminación gradual de los combustibles fósiles en las instalaciones industriales, la reducción de residuos, la optimización del corte de materiales y el desarrollo de soluciones de reparación y circularidad. Este año, hemos reforzado el seguimiento de nuestra hoja de ruta para mejorar las capacidades de gestión y armonizar las prácticas dentro de la empresa. De este enfoque han surgido dos ámbitos prioritarios. En primer lugar, se identificó la reducción del desperdicio de material como un factor clave para limitar nuestra huella de carbono. En segundo lugar, se identificó la selección de las explotaciones ganaderas como una cuestión estructural compleja a largo plazo en la que centrarse. Se pusieron en marcha un total de 20 proyectos

entre 2024 y 2025; los 13 proyectos restantes se pondrán en marcha entre 2026 y 2029.

Entre los principales avances operativos del año se encuentran la implantación de un sistema de gestión del transporte (TMS), la reducción de la proporción de transporte aéreo en los envíos al extranjero y la puesta en marcha del centro logístico de Asia, que (según los volúmenes previstos para 2025) eliminará el tránsito innecesario de 1,4 millones de productos.

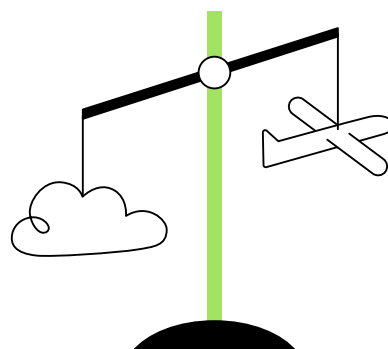


Estas medidas se complementaron con iniciativas continuadas de eficiencia energética en los centros industriales, incluida la finalización de proyectos en Rémalard (iluminación LED, aislamiento y bombas térmicas) y las obras en curso en Segré.

Durante el verano también se aprobaron nuevos proyectos de eficiencia energética para las plantas industriales. En 2025, se completaron las obras en Rémalard, mientras

que la planta de Segré continuó su programa con la instalación de paneles solares y una bomba térmica para el edificio de logística. Para 2026, los siguientes pasos incluirán la planta de Château-Gontier (iluminación LED, aislamiento de fachadas) y la finalización de la bomba térmica para el edificio de logística de Segré. En las cinco plantas industriales, ya se ha completado el 63 % de las obras de mejora de la eficiencia energética, lo que refleja un camino estructurado y progresivo hacia la reducción de la huella energética de las operaciones industriales.

Por último, el compromiso del equipo sigue siendo un pilar fundamental de esta transformación: 1610 empleados recibieron formación en La Fresque du Climat en 2025 (lo que representa el 40 % de la plantilla) y se llevaron a cabo cinco presentaciones internas a lo largo del año para respaldar la adopción de la Estrategia climática.



RESULTADOS DE LA HUELLA DE CARBONO EN 2025

En 2025, la Maison Longchamp confirmó la trayectoria descendente de su huella de carbono, con una reducción del 16 % respecto al año anterior, hasta alcanzar las 199,733 tCO₂e. Este resultado se suma a la disminución ya observada el año anterior y se produce en paralelo al crecimiento continuo de los ingresos durante los dos últimos años, lo que ilustra la capacidad de la Maison para conciliar el rendimiento económico con la reducción de la

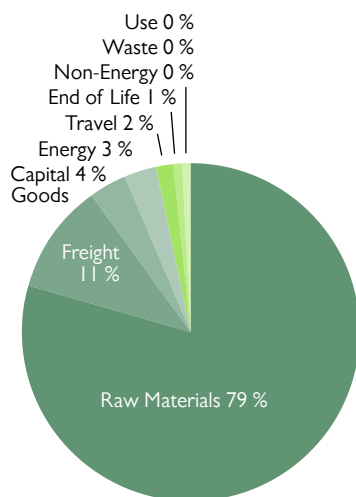
huella de carbono. En 2025, un tercio de esta tendencia a la baja se debió a reducciones reales de las emisiones, respaldadas por esfuerzos en materia de transporte de mercancías, materias primas y energía, así como por mejoras metodológicas que facilitaron la identificación de determinadas fuentes de emisiones.

La reducción de la huella de carbono se debe principalmente a la continuidad y el refuerzo de las acciones sobre el transporte de mercancías, especialmente mediante la optimización de los flujos logísticos y el mayor uso de medios de transporte de bajas

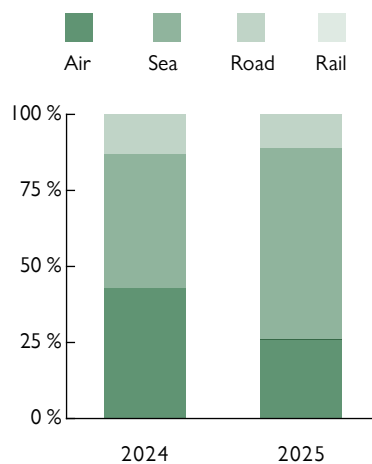
emisiones. Estos esfuerzos dieron lugar a una disminución del -30 % en las emisiones relacionadas con el transporte de mercancías, lo que contribuyó aproximadamente a una cuarta parte de la reducción global del -16 %. Las materias primas representan otro factor clave. En 2025, las emisiones asociadas a esta categoría disminuyeron un -1 %, al tiempo que se mantenía el crecimiento de los ingresos. Esto refleja el impacto tangible de las iniciativas relativas a los materiales, en particular a través de la mejora de los índices de rendimiento y una gestión más eficiente de las existencias. Además, la reducción de las emisiones se vio respaldada por iniciativas relacionadas con la energía, incluido el uso de contratos de electricidad verde.

Más allá de estas reducciones reales, ciertos cambios metodológicos también contribuyeron a la disminución de la huella de carbono en 2025. La actualización de los factores de emisión monetarios por parte de ADEME tuvo un impacto significativo en determinadas categorías del alcance 3, especialmente en los bienes de capital y en los bienes y servicios adquiridos, cuyas emisiones se redujeron en un 50 % tras esta revisión. Estos ajustes mejoran la solidez y la coherencia del cálculo de la huella de carbono, al tiempo que garantizan una mejor capacidad comparativa a lo largo del tiempo.

LA HUELLA DE CARBONO EN 2025



DISTRIBUCIÓN DE LOS T KM TRANSPORTADOS POR MEDIO DE TRANSPORTE EN 2024 Y 2025



FORMACIÓN EN CUESTIONES CLIMÁTICAS EN 2025

Gracias a la experiencia adquirida en 2024, Longchamp ha integrado los talleres de *La Fresque du Climat* en el proceso de incorporación de los empleados a partir de 2025, con el fin de garantizar una base común de conocimiento de las cuestiones climáticas desde el momento en que los empleados se incorporan a la empresa. Este enfoque alinea a todos

los equipos con los compromisos de la empresa, al tiempo que fomenta el diálogo transversal y las conexiones entre los empleados más allá de sus ámbitos de trabajo habituales.

La implicación de los equipos se mantuvo a lo largo de todo el año, lo que demostró un firme compromiso colectivo con la concienciación y la adopción de medidas climáticas. En total, 1610 empleados participaron en los talleres (lo que representa el 40 % de la plantilla), incluidos 240

en la sede central, 280 en las plantas industriales y 1090 en nuestra red de distribución.

Estas oportunidades de debate ayudan a integrar la Estrategia climática en las prácticas diarias y refuerzan la capacidad colectiva para actuar en cada nivel. Así, la comprensión de los retos medioambientales en un motor compartido de transformación.

REDUCIR NUESTRA HUELLA FÍSICA

NEOLINE: NUEVAS SOLUCIONES DE TRANSPORTE CON BAJAS EMISIONES DE CARBONO

En 2025, Longchamp alcanzó un hito importante en la descarbonización de sus flujos logísticos al embarcarse en un buque de propulsión eólica en el marco del proyecto Neoline. Esta iniciativa permite el transporte de mercancías (especialmente a Estados Unidos) con tiempos de tránsito comparables a los del transporte marítimo convencional, al tiempo que reduce significativamente la huella de carbono.

Jérémie Nountchongoue, responsable de Transporte e Importación y Exportación, nos explica este proyecto.

¿En qué consiste el proyecto Neoline y por qué es estratégico para Longchamp?

Neoline es un proyecto de transporte marítimo de propulsión eólica que Longchamp utiliza para enviar mercancías, principalmente a Estados Unidos, con el fin de demostrar la viabilidad del transporte a vela a escala industrial. Es estratégico porque permite a Longchamp ser pionera en la descarboni-

zación del transporte marítimo sin demora y poner de relieve nuestro compromiso en materia de RSC. Llevamos cinco años trabajando en este proyecto con nuestro socio.

¿Cuáles son las principales innovaciones o características únicas de este lanzamiento?

La característica única de este lanzamiento es el uso de un moderno buque de contenedores de propulsión eólica, una importante innovación en el sector del transporte marítimo.

El proyecto demuestra que el transporte marítimo a vela funciona para los flujos de carga industrial, con tiempos de tránsito comparables a los del transporte convencional, y que el sector es prometedor de cara al futuro.

Longchamp es una de las primeras empresas que utiliza este tipo de buque, lo que subraya el carácter innovador del proyecto.

¿Qué beneficios se esperan para la empresa, especialmente en términos de RSC y transporte sostenible?

La principal ventaja es la reducción de la huella de carbono gracias a la propulsión eólica, lo que contribuye

a los objetivos de la Estrategia Climática de Longchamp.

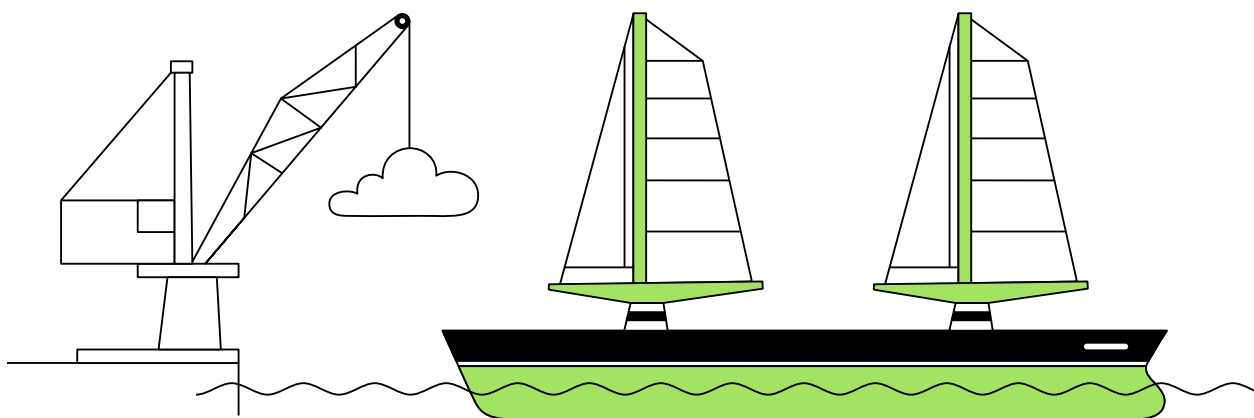
Además, mantenemos unos plazos de entrega equivalentes a los del transporte marítimo convencional, por lo que no hay ningún impacto negativo en el rendimiento logístico.

Por último, el coste adicional para Longchamp es insignificante, lo que hace que la solución sea accesible sin comprometer la rentabilidad.

¿Cuáles son los próximos pasos para Neoline y cómo se proyecta su impacto a largo plazo?

Actualmente, Neoline ofrece solo un viaje de ida y vuelta al mes, lo que limita el volumen transportado por Longchamp, pero se está preparando un segundo buque para aumentar la frecuencia a un viaje de ida y vuelta cada dos semanas.

Estamos trabajando para ampliar este modo de transporte a otros envíos, como nuestra colaboración con WINDCOOP para envíos a Madagascar (en el marco de nuestra colaboración con LANA). Su buque, actualmente en construcción, mejorará la fiabilidad de las entregas con este proveedor, al tiempo que reducirá nuestra dependencia de los combustibles fósiles.

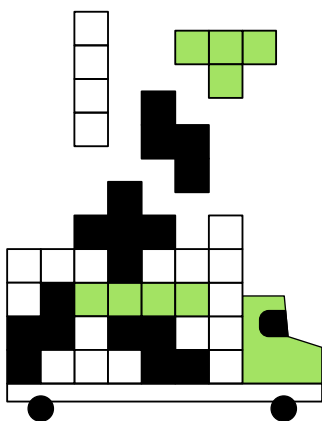


HACIA UNA VISIÓN CONSOLIDADA DE NUESTROS RESIDUOS

En 2025, Longchamp dio un nuevo paso en la estructuración de nuestra gestión de residuos con la implantación de un sistema de información integral en toda la empresa, que abarca 25 países. Este sistema permite una mejor cuantificación y trazabilidad de los flujos de residuos, lo que proporciona una visión consolidada de los volúmenes generados en las plantas industriales y dentro de la red de comercio minorista.

Este enfoque sirve de base fundamental para identificar con mayor precisión las principales fuentes de residuos y para consolidar medidas específicas de reducción, clasificación y recuperación. También marca el inicio de una armonización gradual de las prácticas en las diferentes regiones geográficas.

Al mismo tiempo, Longchamp está llevando a cabo iniciativas específicas en materia de clasificación y reciclaje en las boutiques. Actualmente se están consolidando indicadores específicos, en particular el porcentaje de boutiques que practican la clasificación y el reciclaje, lo que mejorará la gestión medioambiental a partir de 2026, con el fin de apoyar la implantación global de marcos normativos comunes.



COMPRENDER EL IMPACTO HÍDRICO DE NUESTRA CADENA DE VALOR

En 2025, Longchamp llevó a cabo un análisis exhaustivo de nuestra huella hídrica para identificar nuestros puntos de impacto y dependencia. El estudio distingue entre el agua extraída y el agua consumida, y muestra que la mayor parte del impacto se produce en las fases iniciales, durante la producción de materias primas. El cuero representa entre el 50 % y el 60 % de la huella, principalmente durante la fase de cría del ganado, que supone el 70 % del agua consumida y el 80 % del agua extraída. Los cultivos naturales, como el algodón y la seda, también requieren volúmenes significativos de agua, mientras que los materiales sintéticos la utilizan principalmente durante los procesos de acabado.

El estudio destaca problemas de calidad relacionados con las emisiones de nitrógeno y fósforo procedentes de los fertilizantes agrícolas, así como con la producción de materiales sintéticos y los procesos de acabado. Para limitar nuestro impacto, Longchamp está reforzando la trazabilidad, mediante la implantación de requisitos para nuestros socios, la exploración de prácticas de curtido alternativas y el uso de materiales reciclados para reducir nuestra huella hídrica.

Con estas medidas, la *Maison* se embarca en una transformación gradual de nuestras cadenas de suministro para preservar mejor los recursos y limitar nuestro impacto medioambiental.

REGIONALIZACIÓN DE LAS CADENAS LOGÍSTICAS: RENDIMIENTO Y REDUCCIÓN DEL IMPACTO

La regionalización de las cadenas logísticas en Longchamp tiene como objetivo limitar nuestro impacto medioambiental. La apertura del centro logístico de Asia en Hong Kong acerca la producción a los mercados finales, al eliminar la necesidad de pasar por Francia para 1,4 millones de artículos destinados a la región de Asia-Pacífico. Este sistema optimiza los plazos de entrega, refuerza la resiliencia de la cadena de suministro y reduce la dependencia del transporte aéreo, al tiempo que mantiene el rendimiento logístico. Se han implementado ajustes técnicos y de TI para separar los flujos y eliminar rutas innecesarias.

Además, en enero de 2025, la dirección de la empresa decidió ampliar el uso del transporte marítimo para materias primas y productos acabados, especialmente entre Europa y Asia. Esta estrategia ha reducido la proporción del transporte aéreo, al tiempo que garantiza la calidad del servicio y permite una mejor planificación de las existencias. En última instancia, Longchamp tiene previsto aumentar aún más la proporción del transporte marítimo para potenciar los beneficios medioambientales de esta estrategia de regionalización.

«Al acercar la producción a los mercados finales, hemos eliminado flujos innecesarios al tiempo que mantenemos nuestros plazos logísticos», explica Jérémie Nountchongoue, responsable de Transporte e Importación y Exportación.

INFORME DE SITUACIÓN SOBRE NUESTRA HUELLA DE BIODIVERSIDAD

En 2025, Longchamp llevó a cabo un análisis exhaustivo de nuestro impacto en materia de biodiversidad, mediante el marco de impacto ENCORE (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure) para identificar las presiones que nuestras actividades ejercen sobre los ecosistemas. Este enfoque estructurado permitió evaluar toda la cadena de suministro ascendente, en particular las etapas más sensibles, como la ganadería para la producción de cuero y el cultivo de algodón.

El estudio identificó los principales puntos de tensión descritos por la IPBES, entre ellas la destrucción de hábitats naturales, la sobreexplotación de recursos, la contaminación y el cambio climático. El impacto más significativo se produce en las fases iniciales, durante la extracción y el procesamiento de las materias primas.

Se crearon cinco mapas para detallar el impacto de Longchamp, incluido el que se presenta a continuación, que se centra en los puntos de tensión relacionados con la destrucción de hábitats naturales. En este mapa se resume la intensidad de los impactos por categoría de actividad y las principales medidas adoptadas para limitar esta tensión.

A partir de estos mapas, Longchamp ha priorizado los retos clave: la ganadería para la producción de cuero, el cultivo de algodón, la extracción de metales y la deforestación.

Aunque el impacto directo de las instalaciones de Longchamp sigue siendo moderado, la *Maison* actúa a nivel local mediante una gestión responsable del agua e iniciativas que promueven la protección de la biodiversidad. Ya se han puesto en marcha varias medidas concretas: mejora de la trazabilidad de los cueros, requisitos estrictos para los efluentes (certificaciones), selección de materiales

responsables (algodón certificado, materiales reciclados), seguimiento de los residuos por parte de los socios y mejoras ecológicas en las instalaciones.

Los próximos pasos incluyen mejorar la trazabilidad hasta las explotaciones ganaderas y aumentar la proporción de materiales certificados o reciclados.

Al mismo tiempo, Longchamp participa en iniciativas colectivas, como «Deforestation-Free Call to Action for Leather», liderada por Textile Exchange y Leather Working Group, cuyo objetivo es lograr un abastecimiento de cuero sin deforestación para 2030. Las acciones incluyen mejorar la trazabilidad, realizar evaluaciones de riesgo por región de abastecimiento y entablar un diálogo con los proveedores para definir estándares comunes para el sector.

ACCIONES PARA MITIGAR IMPACTOS DEL CAMBIO DEL USO DEL SUELO

VOLUME PURCHASED IN 2024 (TONNES)			LEATHER 37 %		TEXTILE (SYNTHETIC) 48 %		ACCESSORIES (METAL) 15 %		TEXTILE (NATURAL) 8 %		WOOD PACKAGING 2 %	
CAPACITY TO INFLUENCE			Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate	Impact rating	Actions to mitigate
-	U P S T R E A M	TIER 4 (Raw material origin)	VH	0 Deforestation pilot project & commitments	M	No extraction if recycling	VH	No mining or extraction if recycling	VH	Organic crops farm certified GOTS	VH	FSC/PEFC sustainable managed forest
		TIER 3 (Processing)	M	100% hides traceable until slaughterhouse	M	Waste recycling: recycled fiber	M	Re-melting	M	Fiber producer certified GOTS	M	Pulp mill certified FSC/PEFC
		TIER 2 (Processing)	M	100% LWG certified tanneries	M	Recycled yarn	M	Re-alloying	M	Tarn producer certified GOTS		
		TIER 1 (Direct suppliers*)	M	100% LWG certified tanneries	M	Use of recycled fabrics whenever possible	M	Use of recycled whenever possible	M	12% cotton & silk certified GOTS**	M	90% certified or recycled packaging***
	D I R E C T	TIER 0 (Manufacturing)	L		L		L		Industrial sites actions to mitigate impacts on biodiversity procedure			
+		TIER 0 (Retail)	L		L		L					

* 90% direct suppliers assessed with Ecovadis ** volumes in tonnes. TARGET: conversion to GOTS as soon as possible *** FSC, PEFC, Imprim vert certified or from recycled source

VH : very high M : medium L : low

FOMENTAR LA CIRCULARIDAD

DE LA REPARACIÓN A LA VENTA DE SEGUNDA MANO: UN ENFOQUE CIRCULAR

La reparación es un pilar fundamental del ADN de Longchamp. En 2025, se repararon cerca de 80.000 productos (un 50 % más que en 2024), lo que confirma la importancia de esta experiencia a la hora de prolongar la vida útil de los productos. Para animar a los clientes a optar por la reparación en lugar de la sustitución, Longchamp lanzó un programa de reparación gratuito en la región del Benelux en enero de 2025. Esta iniciativa tiene como objetivo optimizar la experiencia del cliente, reducir los envíos innecesarios y fomentar el hábito de reparar en lugar de sustituir. A finales de septiembre de 2025, las reparaciones habían aumentado un 58 % en Bélgica, un 30 % en Luxemburgo y un 105 % en los Países Bajos, lo que supone 1600 reparaciones adicionales. La implantación del servicio gratuito se está llevando a cabo de forma gradual para garantizar la calidad del servicio y la capacidad de los talleres. Al mismo tiempo, Longchamp está ampliando su red de centros de reparación, con nuevas ubicaciones en Londres

y Shanghái, con el fin de reforzar su proximidad a los mercados y responder a la creciente demanda local. Esta expansión contribuye a la construcción de un modelo circular sostenible.

Longchamp también ha lanzado un servicio de segunda mano en Francia, gestionado en colaboración con FAUME. Esta plataforma permite a los clientes comprar o revender bolsos Longchamp verificados y autenticados, lo que prolonga el ciclo de vida de los productos y refuerza la economía circular. Se repararon cerca de 800 artículos para conformar el inventario inicial. El servicio, totalmente online, ofrece la opción de revender el propio bolso, adquirir un modelo reacondicionado y recibir un crédito en forma de tarjeta regalo. FAUME examina los productos para garantizar su autenticidad y conformidad.

Mediante estas iniciativas complementarias (reparación y venta de segunda mano), Longchamp reafirma su compromiso con la adopción de un modelo circular, que sitúa la sostenibilidad de los productos en el centro de su compromiso medioambiental.

UNA SEGUNDA VIDA PARA NUESTROS MATERIALES

Por último, Longchamp está desarrollando soluciones para reutilizar los restos de cuero de nuestros talleres. En 2025, Longchamp recicló aproximadamente 20 toneladas de residuos de cuero a través de nuestra colaboración con Recycuir; reutilizando estos materiales para nuevos usos y apoyando al sector de la economía social y solidaria. Además, otros residuos de cuero se incorporan a nuestras nuevas colecciones, especialmente en nuestra línea de bolsos Filet, para promover la circularidad.

Más allá del cuero, el aumento del uso de materiales reciclados es un factor clave para reducir el impacto medioambiental. En concreto, permite disminuir la huella hídrica de los materiales sintéticos hasta cinco veces y la del algodón hasta diez veces, en comparación con sus equivalentes vírgenes. A través de estas iniciativas, Longchamp continúa transformando nuestras cadenas de suministro, al situar la innovación en los materiales y la circularidad en el centro de nuestra estrategia medioambiental.



AGRADECIMIENTOS Y CRÉDITOS

Longchamp quiere agradecer a todos los colaboradores que han contribuido a la elaboración de este informe, así como a quienes han compartido sus experiencias y su compromiso dentro de la *Maison*: Juliette Poupard, Hector Cassegrain,

Adrien Cassegrain, Bérénice Aubert, Helena Damasse, Louise Deshayes, Jérémie Nountchongoue, Narindra Robin, Olivia Fleurette Raharinirina, Herifitahina Raharimino y Pierrette Rahanitriniaina.

La *Maison* quiere expresar un agradecimiento especial a Bruno Bernard, director artístico de este informe, y a Vincent Godeau, creador de las ilustraciones que le dan vida.

