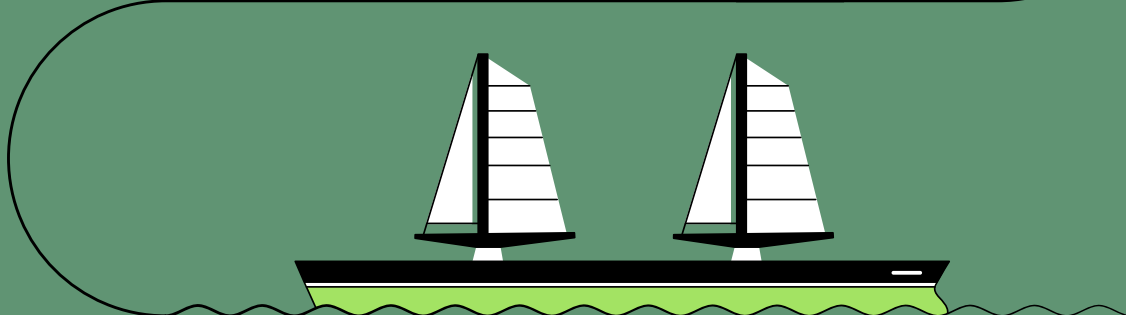




RELATÓRIO DE RSE 2025



LONGCHAMP
PARIS

ÍNDICE

I . A MAISON LONGCHAMP 4

Os valores da Longchamp 5

O nosso compromisso para com a sustentabilidade
em 10 datas importantes 6

Estratégia e objetivos de RSE 7

A Longchamp em números 9

II. GOVERNAÇÃO DE RSE 11

Certificação B Corp: Um marco importante 12

Governança de RSE 13

O ecossistema dos stakeholders 14

Matriz de materialidade dupla 15

Riscos e questões relacionados com RSE 16

III. A FAMÍLIA LONGCHAMP 18

EQUIPAS 19

Capacitação através da formação e
do desenvolvimento 21

Assegurar a igualdade de oportunidades 22

Cuidar dos outros 24

PAPEL NA SOCIEDADE 25

Apoiar as nossas comunidades 27

Apoiar a criatividade 31

Apoiar os artistas e promover a criatividade 32

IV. MADE BY LONGCHAMP 33

SAVOIR-FAIRE 34

Transmitir e enriquecer a perícia artesanal
nos nossos ateliers 36

Promover o design ecológico dos nossos produtos .. 38

Melhorar a transparência da nossa cadeia
de abastecimento 40

PLANETA 42

Medir e consciencializar para as questões climáticas .. 44

Reduzir a nossa pegada ecológica física 46

Promover a circularidade 49

EDITORIAL

UMA MENSAGEM DA FAMÍLIA

Juliette Poupard,
Hector Cassegrain
e Adrien Cassegrain

Enquanto empresa familiar independente, temos a sorte de dispor da liberdade para tomar decisões rapidamente, mantendo-nos sempre fiéis aos nossos valores. Durante mais de 78 anos, a nossa Maison tem sido movida por um espírito de inovação e tradição, e tem-se mantido dedicada em moldar o futuro com integridade e sentido de responsabilidade.

Os nossos avós criaram um ambiente de profundo cuidado e promoveram o estreitamento dos laços com os funcionários. É este legado que continua a guiar o nosso trabalho no presente, cultivando relações duradouras com os nossos parceiros e fornecedores, alguns dos quais estão ao nosso lado há várias gerações. Estas relações de longa data são um elemento fundamental do nosso ADN.

Movida pela curiosidade criativa e pelo espírito ousado dos nossos fundadores, a Maison tem concebido produtos intemporais, criados para durar e melhorar a vida de quem os usa. A qualidade e a integridade estão na base de todas as decisões que temos tomado há mais de quatro gerações.

Em 2026, a Maison alcançou um novo marco com a atribuição da certificação

B Corp, um fator de reconhecimento rigoroso que estrutura e reforça os nossos compromissos de longa data. Esta certificação não é um fim por si só, mas uma estrutura adicional para medir o nosso progresso, aprofundar o nosso impacto positivo e incorporar o nosso modelo numa estrutura de sustentabilidade global.

Fiéis a estes compromissos, acolhemos a transformação da RSE enquanto evolução natural da nossa visão fundadora, assegurando o bem-estar das nossas equipas, apoiando a criatividade e adotando medidas para apoiar a nossa perícia artesanal e promover um futuro mais sustentável. O nosso atelier de reparação em Segré, que está em funcionamento contínuo desde o final da década de 1950, continua a ser um símbolo tangível do nosso compromisso de prolongar a vida das nossas criações e preservar o nosso savoir-faire único.

Neste documento, destacamos as várias facetas da nossa abordagem à responsabilidade social da empresa. Partilhamos práticas estabelecidas há muito tempo, bem como conquistas estruturais do ano passado. Os compromissos e esforços de cada membro da Maison ajudam a garantir a coerência da nossa trajetória global.

I. A MAISON LONGCHAMP



OS VALORES DA LONGCHAMP

INDEPENDENTE E FAMILIAR, a Longchamp é uma Maison parisiense com uma visão global. A nossa missão consiste em criar peças com significado e beleza que se tornem companheiras sempre presentes ao longo do tempo.

Desde a fundação da Maison, em 1948, enquanto negócio artesanal, a Longchamp dedica-se a fabricar produtos para durar. O principal objetivo da Maison é criar peças de que os clientes possam usufruir durante muito tempo, cuidar e eventualmente transmitir. A nossa perícia artesanal de trabalhar o couro assenta na busca da excelência e da

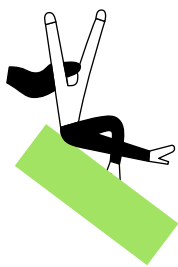
qualidade, estabelecendo uma visão partilhada por cada um dos nossos 4395 funcionários. Dos nossos ateliers parisienses às nossas lojas em todo o mundo, todos personificam os valores orientadores da Maison de longevidade, sinceridade, curiosidade criativa e otimismo. Há mais de 78 anos que a Longchamp mantém viva a sua arte excecional, através da

defesa do respeito pelo trabalho de todos os envolvidos e da celebração de materiais autênticos que resistem ao tempo, promovendo simultaneamente um espírito de criatividade e inovação, essencial para enfrentar os desafios inerentes ao nosso planeta em mudança.

HÁ MAIS DE 78 ANOS, a Longchamp tem vindo a inovar e a transcender as tendências, com o icónico logótipo do cavaleiro a cavalo como símbolo de elegância em movimento. Ao incorporar e defender os seus valores únicos, a Longchamp pode reinventar-se e manter-se fiel à sua notável perícia artesanal.

AUTENTICIDADE Honrar as nossas raízes familiares, a nossa perícia artesanal e a nossa palavra.

ENERGIA A vitalidade coletiva que alimenta o nosso impulso criativo e espírito empreendedor.



DINAMISMO

O gosto pela ação e inovação.

SINCERIDADE

O desejo genuíno de adotar medidas com propósito.

LONGEVIDADE

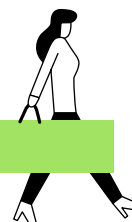
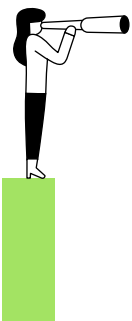
Uma empresa e produtos que resistem ao tempo.

OTIMISMO

Acreditar com entusiasmo em nós próprios e nos outros.

CURIOSIDADE CRIATIVA

A inspiração que se obtém de vivenciar o mundo com a mente aberta.



O NOSSO COMPROMISSO PARA COM A SUSTENTABILIDADE EM 10 DATAS IMPORTANTES

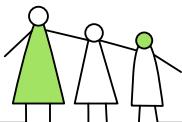


1948 FUNDAÇÃO

Jean Cassegrain criou a empresa ao revestir em couro cachimbos não vendidos, transformando-os em objetos de luxo. O lema adotado foi "nada se perde, tudo se transforma", em harmonia com o savoir-faire artesanal da Maison.

1959 ANTECIPAÇÃO

Abertura do primeiro atelier em Segré, França. A Longchamp optou por integrar a produção diretamente na sua estratégia de negócio para monitorizar melhor a qualidade e a perícia artesanal, elementos cruciais de uma linha de produtos autêntica e sustentável.



1972 COLABORAÇÃO

Primeira colaboração com um artista, Serge Mendjiski. Este encontro assinala o ponto de partida de um compromisso duradouro para com a criatividade.

1993 ENGENHO

O Le Pliage® nasceu do engenho de Philippe Cassegrain. Graças à sua abordagem visionária, o número de peças necessárias para o fabrico é reduzido ao mínimo, e o tamanho da carteira é otimizado para minimizar o desperdício. O resultado é um produto de design ecológico, criado para durar.



2012 TRANSMISSÃO

A Longchamp iniciou uma nova fase de transmissão de competências através da abertura de ateliers de formação em Segré, com vista a transmitir conhecimentos. Ao longo de oito anos, estes ateliers formaram mais de 100 artesãos dedicados ao couro, muitos dos quais estavam a mudar de carreira. Atualmente, a formação está diretamente integrada nos nossos ateliers.

2014 LONGEVIDADE

A Longchamp foi designada "Entreprise du Patrimoine Vivant" (Empresa de Património Vivo), uma distinção que reconhece as empresas francesas pela sua experiência industrial e excelência artesanal. Recebemos novamente o título de EPV em 2023.

2019 INOVAÇÃO

Pela primeira vez, a Longchamp usou poliéster reciclado de garrafas de plástico e lançou a My Pliage Signature. Esta ação esteve na génese de um processo de inovação contínua, que conduziu à transição de Le Pliage® para Le Pliage Green, produzido a partir de nylon reciclado.

2022 INICIATIVA RE-PLAY

Outras iniciativas, como a coleção Re-Play, refletem o firme compromisso da marca em reduzir o desperdício.



2024 ESTRATÉGIA CLIMÁTICA

A Longchamp lançou a sua Estratégia Climática para 2033, com vista a reduzir em 30% a nossa pegada de carbono global até 2033.

2026 CERTIFICAÇÃO B CORP

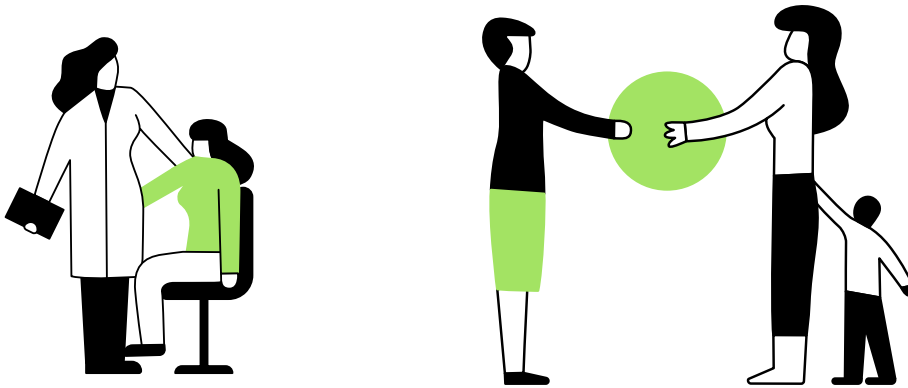
A Longchamp obteve a certificação B Corp, um rigoroso reconhecimento internacional que atesta o desempenho social, societal e ambiental da Maison, reforçando o nosso compromisso para com a melhoria contínua.



ESTRATÉGIA E OBJETIVOS DE RSE

CUIDAR DO PLANETA E DAS COMUNIDADES

sempre fez parte do ADN da Longchamp. Tentamos melhorar continuamente as nossas práticas, estruturando a nossa estratégia de RSE em torno de iniciativas novas e estabelecidas. Acreditamos profundamente em usar a nossa criatividade para ajudar a construir um futuro mais sustentável.



GOVERNAÇÃO

Uma governação robusta garante que as questões sociais, societárias e ambientais sejam consideradas no âmbito das decisões estratégicas e dos processos de gestão da Maison. Esta governação baseia-se numa estrutura formalizada e numa organização estruturada que combina gestão estratégica, implementação operacional e coordenação com os representantes locais. Além disso, incorpora também um compromisso para com o diálogo e a transparência com os stakeholders externos, incluindo clientes, fornecedores, parceiros e comunidades locais, para partilhar compromissos, relatar o progresso e promover uma cultura de melhoria contínua. O objetivo é fortalecer o impacto, a consistência e a credibilidade das iniciativas de RSE a longo prazo, garantindo o alinhamento interno e a transparência externa.

EQUIPAS

A Maison promove um ambiente de trabalho seguro, saudável e positivo como base para o desenvolvimento do capital humano da Longchamp. De acordo com os nossos compromissos para com a diversidade e a inclusão, a Maison procura apoiar uma boa qualidade de vida no local de trabalho. Consideramos os desafios coletivos e individuais para melhorar as condições de trabalho e o bem-estar pessoal, tendo em conta os nossos valores comuns.

- Formar e promover autonomia
- Assegurar a igualdade de oportunidades
- Apresentar consideração pelos outros

PAPEL NA SOCIEDADE

A Longchamp desempenha um papel ativo na sociedade, trabalhando a par com os stakeholders para realizar mudanças concretas. No contexto da perícia artesanal, da arte, do design e da moda, apoiamos a criatividade em todas as suas formas, apresentando talentos emergentes. Apoiar as comunidades locais e incentivar a próxima geração de artistas e designers constituem o próximo pilar do compromisso de RSE. A certificação B Corp, obtida em 2026, reforça estes objetivos, colocando o desempenho não financeiro no centro do planeamento estratégico da empresa.

- Apoiar as nossas comunidades
- Apoiar a criatividade
- Apoiar os artistas e oferecer uma plataforma criativa



SAVOIR-FAIRE

A nossa experiência única, graças às equipas extraordinárias dos nossos ateliers, oferece uma garantia de qualidade a todos os nossos clientes. Esta experiência também incorpora considerações de sustentabilidade, prestando uma atenção considerável à qualidade e rastreabilidade das matérias-primas, bem como ao desenvolvimento de novos processos técnicos e tecnológicos.

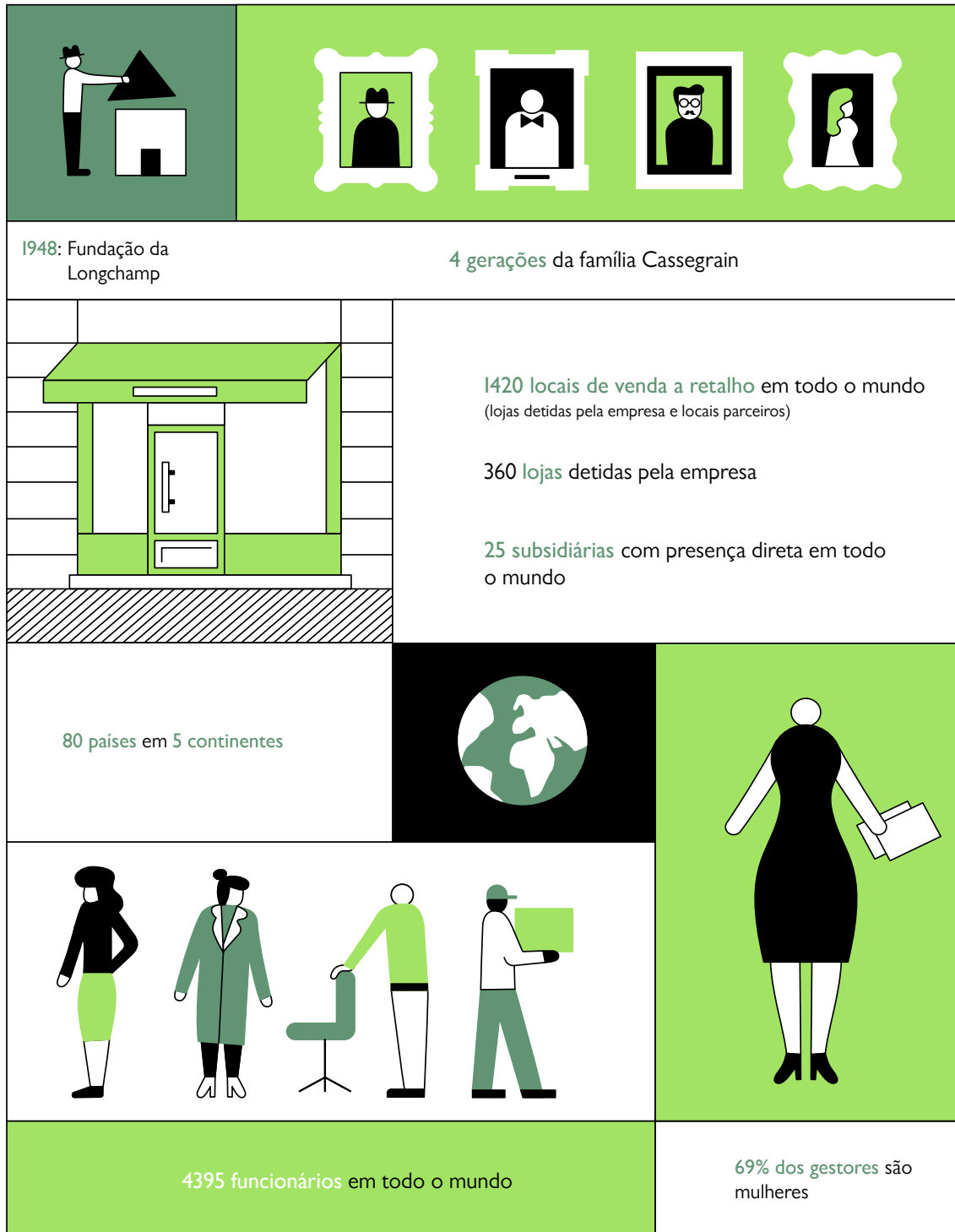
- Preservar e desenvolver a perícia artesanal nos nossos ateliers
- Promover uma abordagem ecológica ao design de produtos
- Melhorar a transparência da nossa cadeia de abastecimento

PLANETA

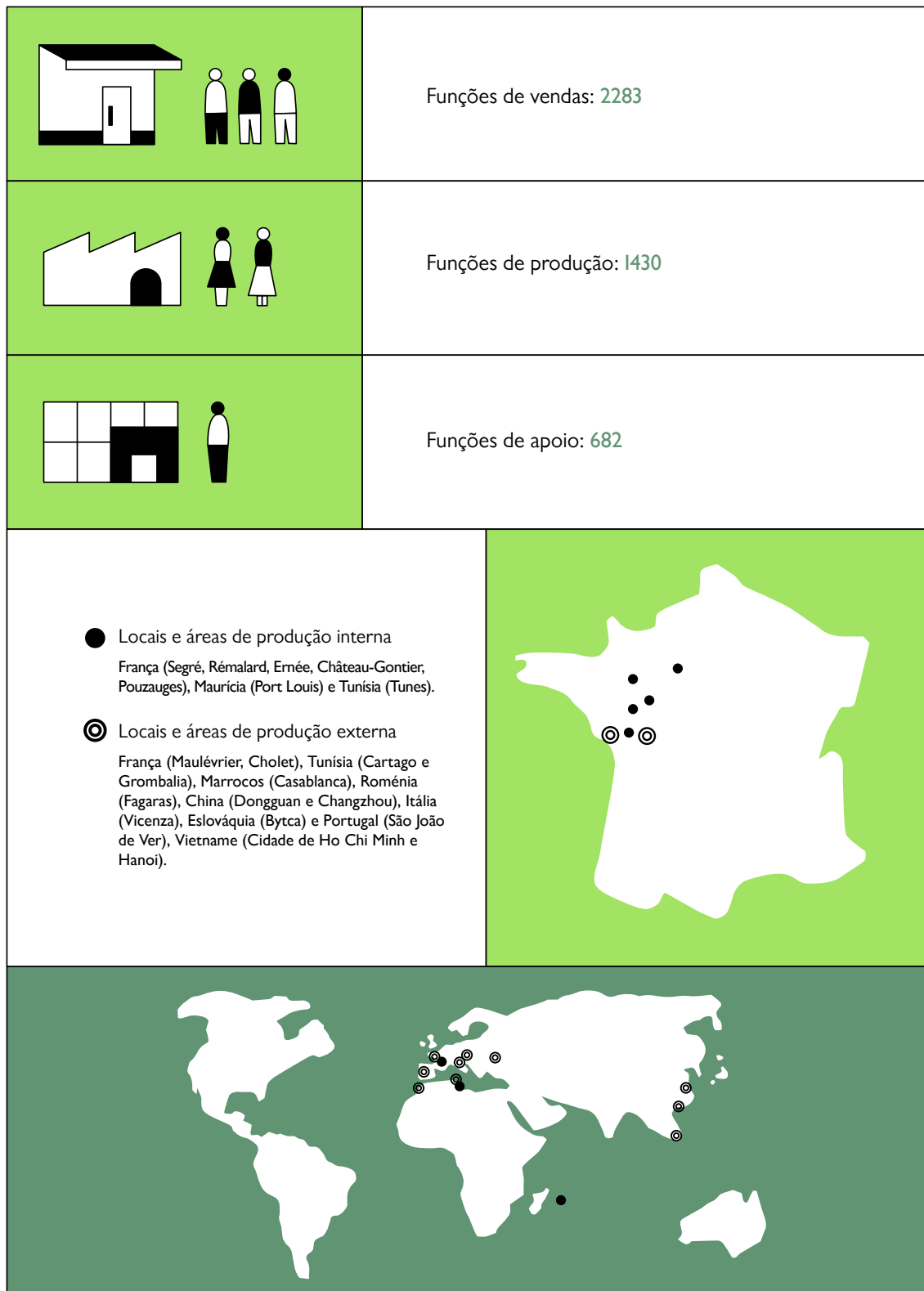
A proteção ambiental está no centro da nossa estratégia de RSE como prioridade fundamental. Todos os anos, a Longchamp realiza uma avaliação da pegada de carbono para destacar áreas de melhoria e reduzir as emissões de gases com efeito de estufa. Empenhados em reduzir a nossa pegada de carbono, pretendemos limitar o nosso impacto nos recursos mundiais através da adoção de um modelo circular mais sustentável.

- Avaliar os desafios climáticos e reforçar a consciencialização
- Reduzir a nossa pegada ambiental
- Promover a circularidade

A LONGCHAMP EM NÚMEROS



I. A MAISON LONGCHAMP



II. GOVERNAÇÃO DE RSE



CERTIFICAÇÃO B CORP: UM MARCO IMPORTANTE

Em 2026, Longchamp tornou-se uma empresa com certificação B Corp, integrando uma comunidade internacional de empresas comprometidas em conciliar o desempenho económico com um impacto positivo. Emitida pela ONG independente B Lab, a certificação reconhece as

Iniciado em 2022, o processo foi realizado em etapas: avaliação inicial, planos de ação, melhoria da prática, recolha de provas e auditoria final. A Longchamp concluiu cinco avaliações separadas, correspondentes às nossas principais regiões (Europa, Ásia, América do Norte, Instalações

A obtenção da certificação B Corp assinala um marco crucial na jornada de RSE da Longchamp. A classificação reflete uma base operacional consolidada e o reconhecimento de modelos de negócios com um impacto positivo. Para além do reconhecimento externo, a certificação B Corp funciona agora como ferramenta de gestão estratégica, estruturando prioridades e mobilizando todas as equipas numa abordagem interfuncional e mensurável.

A certificação reforça a credibilidade da marca ao fornecer uma avaliação independente das nossas práticas. Oferece uma estrutura clara para dar prioridade a questões, estruturar estratégias e impulsionar o progresso contínuo. Além disso, reforça a atratividade da Longchamp para o talento e reforça o nosso posicionamento internacional enquanto marca sustentável.



empresas que cumprem padrões rigorosos e verificados relativamente à responsabilidade social, ambiental e de governação, bem como à transparência. A Longchamp obteve uma classificação de 91 pontos, significativamente acima do limite exigido de 80 pontos e do nosso objetivo interno de 90 pontos.

A certificação baseia-se na Avaliação de Impacto B (BIA), uma ferramenta internacional composta por mais de 300 questões que abrangem cinco áreas: Governação, Funcionários, Comunidade, Ambiente e Clientes. Esta abordagem oferece uma visão de 360° quanto ao modelo de negócios e aos seus impactos.

industriais em França e Sede, Tunísia e Maurícia).

Cada avaliação foi apoiada por provas tangíveis: políticas, contratos, relatórios, procedimentos e dados financeiros. A preparação durou três anos, seguida de uma auditoria aprofundada, realizada pelo B Lab, com a duração aproximada de quatro meses.

Neste contexto, a Maison alterou os seus estatutos para incorporar formalmente a consideração dos impactos sociais, societários e ambientais nas suas decisões estratégicas. Esta evolução coloca a busca de um impacto positivo ao mesmo nível que o desempenho económico e garante a sustentabilidade dos seus compromissos a longo prazo.



GOVERNAÇÃO DE RSE

A iniciativa B Corp funcionou como verdadeiro catalisador para a mudança no seio da organização. Mais de 100 funcionários estiveram diretamente envolvidos no projeto, reunindo todas as unidades de negócios e regiões geográficas. Cada país teve oportunidade de contar com embaixadores de RSE, que contribuíram para a recolha de dados, a implementação de novos projetos e a melhoria das práticas para corresponder aos padrões da estrutura de certificação. Este esforço coletivo permitiu-nos estabelecer uma estrutura permanente de governação de RSE e lançar numerosos projetos que se estendem para além da certificação propriamente dita.

UM QUADRO DE GOVERNAÇÃO ESTRUTURADO E EM EVOLUÇÃO

A governação de RSE da Longchamp baseia-se numa combinação de direção estratégica e implementação operacional, tendo evoluído recentemente para se tornar mais consistente e interfuncional. Historicamente, a Maison contou com uma Comissão de Impacto, um organismo responsável pelo acompanhamento operacional dos projetos de RSE, que foi agora substituída por dois novos organismos descritos abaixo. A Maison também continua a contar com uma rede de embaixadores de RSE em subsidiárias

e instalações de fabrico, bem como com os líderes do programa Ride 4 Good, a nossa iniciativa de voluntariado e doação, que se reúnem em grupos especialmente dedicados. Estas estruturas ajudaram a incorporar a abordagem em todas as funções e regiões de negócios.

Como parte da certificação B Corp e da estratégia Elevate, esta organização foi reformulada para simplificar a comunicação e fortalecer a coordenação geral. A estratégia Elevate representa o plano estratégico da Longchamp para o período de 2023-2028. O seu objetivo é acelerar o crescimento da Maison através de uma oferta abrangente em todos os aspetos da marca: produtos, rede de distribuição, ofertas de serviços, comunicação, etc.

A Comissão Executiva de RSE (CODIR RSE), liderada pelo nosso Presidente Jean Cassegrain, continua a ser o organismo central para a governação estratégica. Valida prioridades anuais, define direções estratégicas gerais e monitoriza o desempenho não financeiro, integrando questões sociais, societárias e ambientais na estratégia global da empresa.

Em simultâneo, foram estabelecidos dois novos organismos. O primeiro reúne-se de dois em dois meses e congrega os stakeholders operacionais de RSE (embaixadores, colaboradores do projeto, líderes do programa Ride 4 Good). Promovem a colaboração interfuncional, a

partilha das melhores práticas e a coordenação de iniciativas à escala internacional.

O segundo está aberto a todos os funcionários e reúne-se trimestralmente para apresentar o progresso dos projetos de RSE, explicar prioridades estratégicas e responder a perguntas. Este formato visa reforçar a transparência e promover a propriedade coletiva destas questões no seio da empresa. Esta iniciativa é acompanhada por uma newsletter regular sobre RSE, concebida para aumentar a transparência e o envolvimento interno.

Ao mesmo tempo, existem organismos específicos que continuam a dirigir projetos essenciais, como a comissão de design ecológico, uma reunião anual dedicada à Estratégia climática, juntamente com outras comissões focadas na recolha e na exatidão dos dados não financeiros.

Esta evolução visa substituir estruturas paralelas por uma abordagem integrada que melhora o fluxo de informação, assegura a consistência, envolve todas as equipas e posiciona a governação de RSE como motor interfuncional e de longo prazo para além da certificação. A equipa de RSE na sede de Paris desempenha um papel de coordenação central, garantindo a consistência global da abordagem e monitorizando os principais indicadores de desempenho.

O ECOSSISTEMA DOS STAKEHOLDERS

A estrutura e a evolução da governação de RSE na Longchamp facilitam o diálogo entre os stakeholders, assegurando que as respetivas expectativas e contributos estão totalmente integradas na abordagem da empresa relativamente à responsabilidade da empresa.

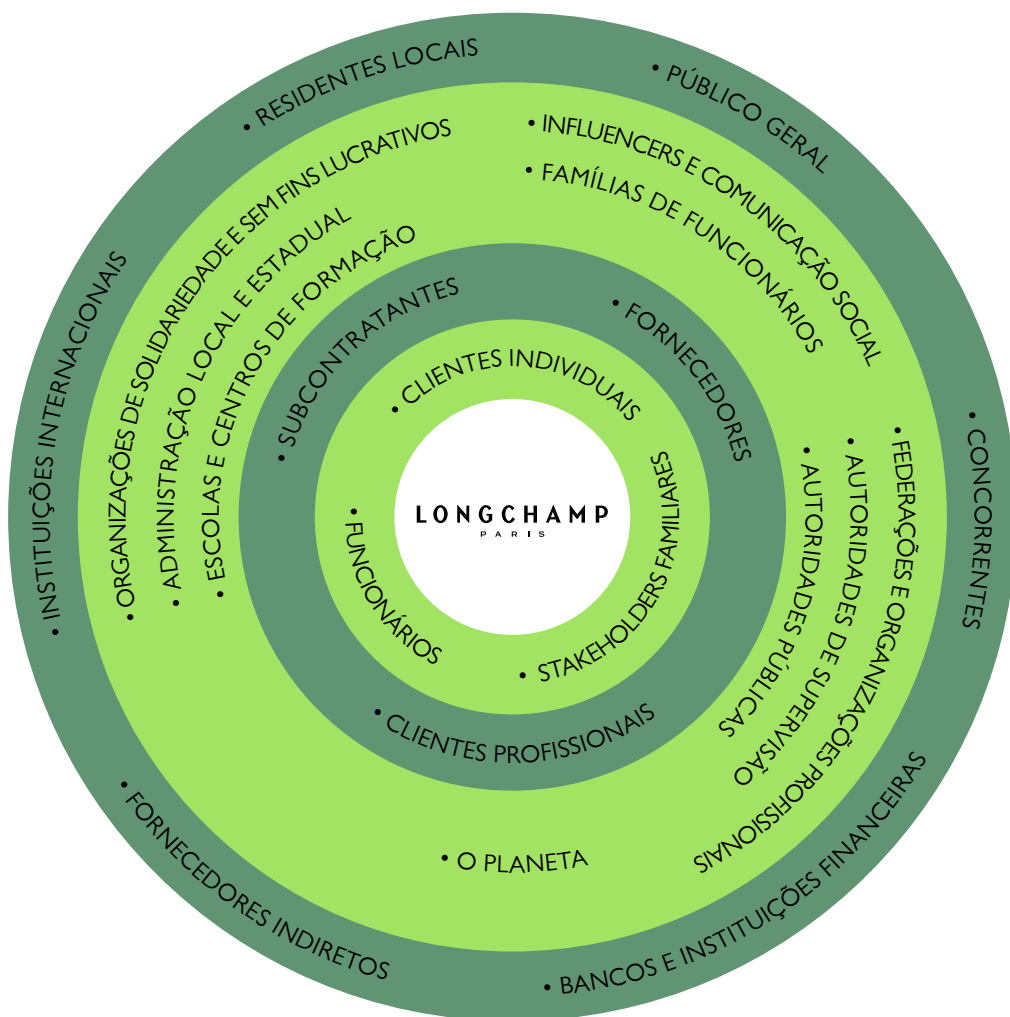
A Longchamp presta especial atenção aos grupos de pessoas diretamente afetadas pelas suas ações, conhecidas como stakeholders. Incorporamos as necessidades e ideias dessas pessoas para melhorar a estratégia de RSE e garantir continuamente a sua satisfação. Esta abordagem permite à empresa

tomar decisões informadas e reafirmar o seu compromisso de ser uma entidade responsável do ponto de vista social e ambiental. Entre estes stakeholders, os nossos funcionários e clientes são os mais afetados diretamente. Estes stakeholders estão representados abaixo pela sua proximidade com a empresa: os mais próximos estão no centro do círculo, enquanto os mais afastados estão no exterior. Cada um desses stakeholders incentiva a Longchamp a manter e fortalecer os esforços de RSE.

Metodologia

Primeiro, a Longchamp identificou todos os stakeholders da empresa. Depois, foram designados gestores para avaliar o impacto dos mesmos na empresa e vice-versa, quer seja financeiro ou relacionado com a imagem da marca. Os resultados desta análise foram revistos por um grupo de trabalho interno e posteriormente aprovados pela Comissão Executiva de RSE.

Esta análise serve como ponto de partida para a análise de materialidade dupla, que traduz estas expectativas e impactos em prioridades de RSE estruturadas.



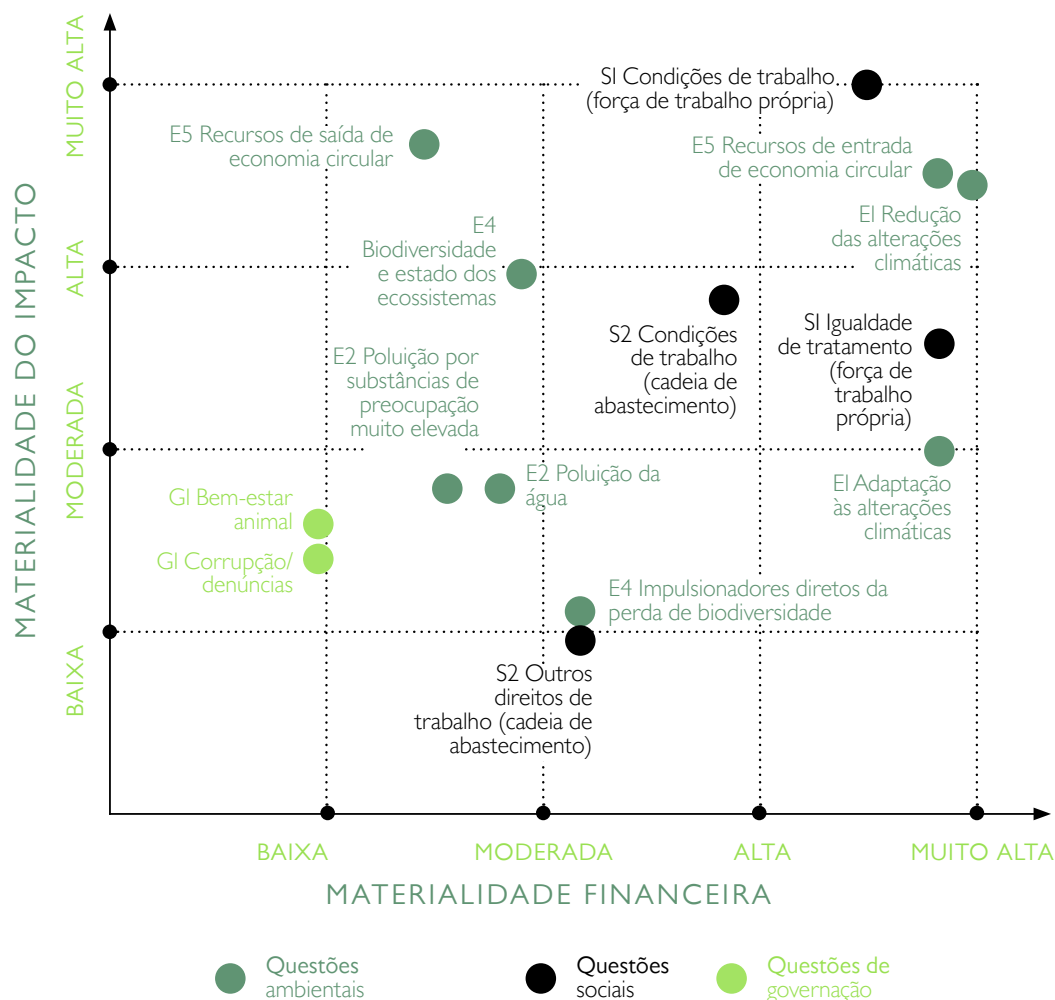
MATRIZ DE MATERIALIDADE DUPLA

Ter em conta as expectativas dos stakeholders é um fator essencial para identificar, antecipar e dar prioridade aos riscos e desafios de RSE com que a Longchamp se depara, garantindo assim a relevância e a eficácia da nossa estratégia de RSE.

Esta abordagem baseia-se numa matriz de materialidade dupla, uma ferramenta central de análise e priorização. Em 2025, à luz da

implementação da Diretiva Relato de Sustentabilidade das Empresas (CSRD), a Maison atualizou esta matriz para alinhar melhor a sua análise com os novos requisitos regulamentares. A CSRD baseia-se no princípio da materialidade dupla, que envolve avaliar os impactos da empresa na sociedade e no meio ambiente, assim como os riscos e oportunidades que estas questões

representam para a empresa. A Longchamp continuou assim a mapear as respetivas preocupações com a RSE em relação às normas europeias ESRS para integrar estas análises no nosso planeamento estratégico. Esta abordagem assegura uma visão clara das prioridades e fortalece a integração de questões ambientais, sociais e de governação no processo de tomada de decisões da Maison.



Questões não materiais: EI Energia, E2 Poluição do ar, E2 Poluição por microplásticos, E3 Recursos aquáticos e marinhos, E5 Economia circular - desperdício, SI Outros direitos de trabalho (força de trabalho própria), S2 Igualdade de tratamento (cadeia de abastecimento), S4 Informação do consumidor, GI Cultura da empresa, GI Gestão da relação com os fornecedores

As questões e os riscos descritos abaixo correspondem às áreas identificadas como sendo mais relevantes na conclusão deste exercício.

RISCOS E QUESTÕES RELACIONADOS COM RSE

Os riscos e as questões apresentados nesta secção derivam diretamente dos resultados da matriz de materialidade dupla. Estes refletem as áreas em que as atividades da Longchamp podem ter impactos mais significativos no meio ambiente e na sociedade e/ou expor a empresa a grandes riscos e oportunidades.

Além disso, formam a base das prioridades de RSE da Longchamp e orientam as ações, os compromissos e os indicadores apresentados nas várias secções deste relatório.

QUESTÕES AMBIENTAIS

MITIGAÇÃO E ADAPTAÇÃO ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

As operações da Longchamp geram a emissão de gases com efeito de estufa em várias fases da cadeia de abastecimento, particularmente durante o fornecimento, fabrico e transporte. Estes impactos contribuem para as alterações climáticas e destacam a necessidade de reduzir a nossa pegada de carbono e adaptar as nossas práticas de forma sustentável.

Por sua vez, as alterações climáticas podem perturbar a cadeia de abastecimento, dificultando o acesso a determinados materiais e causando atrasos na produção. Além disso, o aumento da frequência de eventos climáticos extremos aumenta os riscos para a saúde e segurança dos funcionários.

ECONOMIA CIRCULAR

O setor do couro e do luxo no qual a Longchamp opera depende bastante dos recursos naturais, gerando impactos ambientais durante

a extração de matérias-primas e a gestão de resíduos. Confrontada com os desafios das alterações climáticas, escassez de recursos e perda de biodiversidade, a economia circular emerge como solução essencial para garantir a sustentabilidade operacional, repensando o design, o uso e a reciclagem dos produtos.

POLUIÇÃO

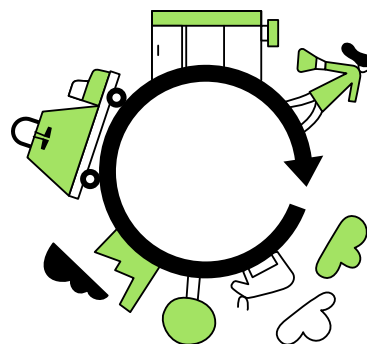
As atividades industriais e logísticas da Longchamp geram várias formas de poluição, nomeadamente através do uso de produtos químicos, consumo de água, resíduos de produção e transporte. Esta poluição degrada os ambientes naturais e afeta a qualidade da água e os ecossistemas.

Além disso, a poluição também pode ter efeitos indiretos na empresa, exacerbando o stress hídrico, contribuindo para as alterações climáticas e aumentando o risco de acidentes ou doenças profissionais para os funcionários expostos.

BIODIVERSIDADE

O risco de biodiversidade está sobretudo relacionado com as alterações climáticas e a perda de biodiversidade.

As atividades da Longchamp podem ter impacto direto nos ecossistemas, particularmente através do uso de matérias-primas derivadas de animais. A desflorestação e a degradação dos habitats naturais também são preocupações importantes. Estes riscos podem implicar uma perda de biodiversidade, afetando não só o meio ambiente, mas também os recursos naturais necessários para as operações da empresa.



QUESTÕES SOCIAIS

CONDIÇÕES DE TRABALHO, SAÚDE, SEGURANÇA, BEM-ESTAR E IGUALDADE DE TRATAMENTO PARA AS NOSSAS EQUIPAS

As atividades comerciais da Longchamp implicam uma responsabilidade direta para com os nossos funcionários. Medidas inadequadas para garantir a saúde, a segurança, o bem-estar ou a igualdade podem ter consequências graves para os funcionários, como acidentes de trabalho, doenças profissionais e violações dos direitos fundamentais.

Estes riscos podem estender-se à própria Maison, incluindo dificuldades de recrutamento e retenção, conflitos laborais e deterioração do ambiente de trabalho, que têm impacto no desempenho e na reputação da Maison.

CONDIÇÕES DE TRABALHO E IGUALDADE DE TRATAMENTO NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

As atividades da Longchamp podem afetar indiretamente as condições de

trabalho entre parceiros e fornecedores. Sem práticas responsáveis e mecanismos de monitorização, podem surgir riscos relacionados com saúde, segurança, direitos humanos ou igualdade de tratamento na cadeia de abastecimento, expondo a empresa a conflitos laborais, incumprimento de regulamentos e ruturas na cadeia de abastecimento.

QUESTÕES DE GOVERNAÇÃO

BEM-ESTAR ANIMAL

O uso de matérias-primas de origem animal pela Longchamp implica responsabilidade quanto ao bem-estar animal. As práticas não conformes podem prejudicar os animais e suscitar preocupações significativas entre clientes, ONG e autoridades.

É essencial garantir práticas éticas para manter a confiança, limitar os

impactos negativos e evitar grandes riscos para a reputação ou regulamentação da empresa.

ÉTICA EMPRESARIAL, ANTICORRUPÇÃO E MECANISMOS DE DENÚNCIA

As atividades da Longchamp, em vários contextos, expõem a empresa a riscos relacionados com ética

empresarial, anticorrupção e práticas comerciais. A falta de supervisão ou de mecanismos de denúncia pode limitar a capacidade de identificar e resolver situações de risco, afetar a confiança dos intervenientes, infringir os direitos das pessoas e prejudicar a reputação da empresa. Estas questões são essenciais para garantir práticas responsáveis, assegurar relações comerciais e reforçar a confiança.

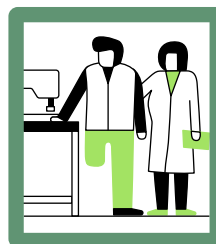
PRINCIPAIS QUESTÕES ABORDADAS NO RELATÓRIO

As questões sociais e societais na matriz de materialidade dupla estão integradas na visão da "Família Longchamp" e são descritas em detalhe nos pilares de Equipas e Sociedade.

As questões ambientais, como as alterações climáticas, a gestão de recursos, a poluição, a biodiversidade e a economia circular, enquadram-se na visão "Made by Longchamp" e são descritas em detalhe nos pilares de Planeta e Experiência.

Questões de governação, como ética e gestão de riscos, estão agora cobertas pelo pilar de Governação, refletindo a sua integração estratégica na Maison.

III. A FAMÍLIA LONGCHAMP



EQUIPAS



DESDE O INÍCIO, A LONGCHAMP tem sido orientada por valores familiares e tem prestado mais atenção aos funcionários. Para nós, é um motivo de orgulho proporcionar um ambiente de trabalho respeitoso e estimulante que promova o desenvolvimento de talentos. Assim, a transmissão do savoir-faire, o envolvimento da equipa e a igualdade profissional, sobretudo a promoção de mulheres gestoras, estão no centro da nossa política de RH. Estes princípios, apoiados por métricas concretas, refletem o nosso compromisso em promover o crescimento a longo prazo das nossas equipas, com base na confiança mútua e na partilha de responsabilidade.



CAPACITAÇÃO ATRAVÉS DA FORMAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO

Enquanto empregadora responsável, a Longchamp dedica-se a promover o crescimento pessoal e profissional dos seus funcionários. Esforçamo-nos por reforçar as suas competências e o desenvolvimento de carreiras, contribuindo para o seu bem-estar geral, um fator essencial no envolvimento da equipa.

APOIAR A INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA ATRAVÉS DE POLÍTICAS SALARIAIS

Em 2025, a Longchamp realizou uma análise aprofundada dos salários médios por país, com vista a garantir que os níveis de remuneração estão alinhados com a realidade do mercado local e as responsabilidades de cada função. Esta revisão garante a competitividade salarial, mantendo a consistência interna nas escalas de remuneração. Além da remuneração, o compromisso da empresa assenta em perceções de justiça e reconhecimento. Clarificar os critérios de promoção e assegurar uma progressão consistente na carreira são alavancas essenciais para

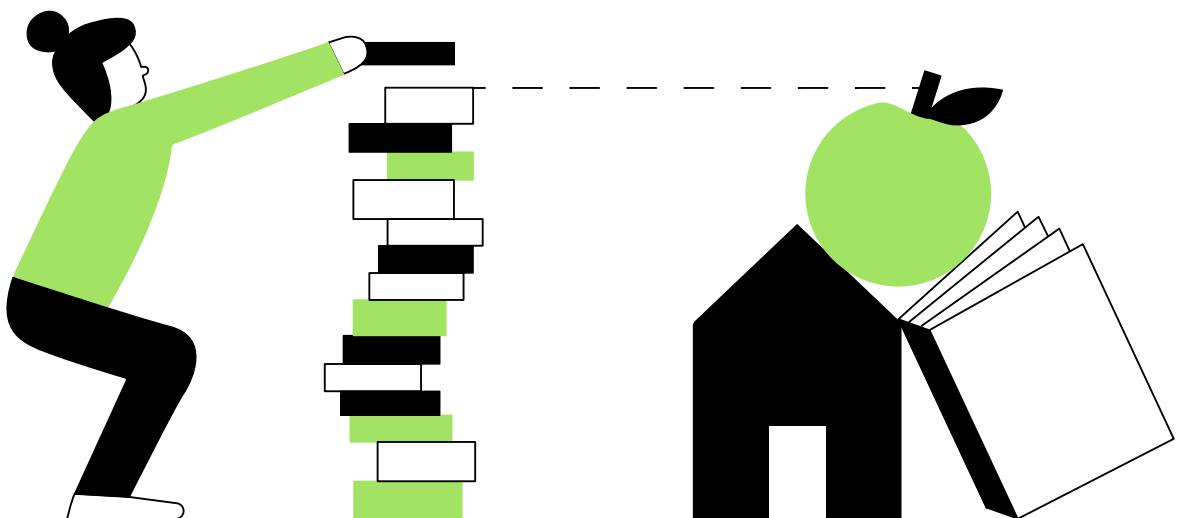
reforçar a confiança e a capacitação das equipas.

COMBATER A DISCRIMINAÇÃO ATRAVÉS DA FORMAÇÃO

Tendo em conta a nossa presença em 27 países, a Longchamp atua em diversos ambientes culturais, sociais e regulamentares. A diversidade é um motor de desempenho coletivo e inovação, desde que as práticas de inclusão e equidade o acompanhem. Em 2025, a Maison continuou a implementar programas de formação dedicados à Diversidade, Equidade e Inclusão (DEI). Estas sessões visam melhorar a compreensão

de preconceitos inconscientes, prevenir situações discriminatórias e promover práticas inclusivas, particularmente entre os gestores.

A política de Diversidade, Equidade e Inclusão baseia-se em quatro pilares fundamentais: assegurar a igualdade de oportunidades, prevenir a discriminação, valorizar a diversidade cultural, geracional e de género, e apoiar os gestores na adoção de práticas inclusivas. O objetivo é estabelecer permanentemente uma cultura partilhada, assente no respeito, na equidade e na responsabilidade.



ASSEGURAR A IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

Impulsionada por um compromisso para com a inclusão, a Longchamp valoriza a diversidade e combate todas as formas de discriminação. Esforçamo-nos por apoiar o crescimento pessoal e a capacitação dos nossos funcionários através do trabalho que realizamos em conjunto e do respeito que temos pela integridade e a liberdade de todos.

APOIAR AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

A Longchamp implementa uma abordagem estruturada para promover a inclusão de pessoas com deficiência, tanto internamente como através de parcerias com organizações especializadas. Em 2025, foram realizadas várias iniciativas concretas. Um exemplo é a nossa participação renovada no DuoDay, em que 7 funcionários são associados a uma pessoa com deficiência para a ajudar a explorar carreiras e criar oportunidades para o desenvolvimento profissional.



Além disso, a Longchamp colabora regularmente com os ESAT (Établissements et Services d'Aide par le Travail) e outras empresas inclusivas, como a Cap Anjou Bleu em Noyant-la-Gravoyère. Foi organizado um workshop de inclusão de quatro semanas com a equipa da loja online, com foco em tarefas como embrulhar presentes antes da época festiva e promover a integração gradual nas equipas, reforçando simultaneamente a consciencialização entre os funcionários internos. Além disso, foram confiadas outras tarefas a organizações inclusivas, como o arquivo de documentos ou a rotulagem.

Desde 2025, está em vigor uma nova parceria com a empresa inclusiva AMIPI, com sede em Cholet (França). Esta colaboração começou com a

produção de porta-chaves e outros acessórios em couro para carteiras. Desde então, temos trabalhado numa estreita colaboração com as equipas da AMIPI para expandir gradualmente o conjunto de competências e a especialização, oferecendo apoio no desenvolvimento de uma linha de carteiras de rede. Este desenvolvimento de competências insere-se num processo gradual que nos permite formar as equipas e construir uma parceria sólida e duradoura.

Estas colaborações ajudam a manter e transmitir conhecimentos, contribuindo também para a inclusão profissional. O recurso a empresas inclusivas está agora totalmente integrado nas práticas organizacionais da Maison, quando relevante para as necessidades operacionais.

Na nossa sede em Paris, esta iniciativa despertou a consciencialização e desencadeou ações adicionais para promover uma cultura inclusiva e solidária: foram organizados seis workshops de sensibilização para a deficiência, complementados por uma conferência de duas horas sobre segurança psicológica e um curso de formação em primeiros socorros de saúde mental com a duração de 14 horas.

PROMOVER A IGUALDADE DE GÉNERO

A igualdade de género é um compromisso fundamental para a Longchamp, de acordo com os nossos valores de responsabilidade e justiça. Garantimos que a remuneração, o avanço na carreira e o acesso a funções de liderança se baseiam nas competências e no desempenho, usando indicadores específicos e monitorizando regularmente as disparidades.

Em França, o índice de igualdade de género mede as lacunas salariais, as diferenças nos aumentos individuais, as disparidades nas promoções, a situação das funcionárias ao regressarem após a licença de maternidade e a proporção de mulheres nas funções com maior nível de remuneração.

Em 2025, a Longchamp manteve padrões elevados em relação à igualdade de género. A nossa sede em Paris obteve uma classificação de 92/100 neste índice, refletindo um sólido desempenho em muitos indicadores-chave, particularmente em aumentos individuais, regresso após a licença de maternidade e proporção de mulheres nas funções com maior nível de remuneração. Após uma redução temporária no indicador de promoção, é algo que está agora a ser monitorizado com atenção para garantir um desenvolvimento das carreiras razoavelmente equilibrado.

As nossas lojas em França alcançaram uma classificação de 89/100 no mesmo índice, o que corresponde a um aumento de 10 pontos em relação a 2024. Esta melhoria deve-se, em grande medida, à recuperação do indicador de promoção, que está agora ao nível mais elevado. Os resultados também confirmam a igualdade em relação aos aumentos individuais e ao regresso da licença de maternidade. A classificação alcançada em 2025 reflete várias ações corretivas que foram implementadas e o foco na equidade nas carreiras. Prosseguimos com os nossos esforços para manter padrões elevados e aumentar a representação feminina em todos os níveis da organização.

III. A FAMÍLIA LONGCHAMP

Para além das questões de remuneração e acesso a funções de liderança, estamos a adotar medidas concretas para promover a igualdade profissional e capacitar as mulheres a todos os níveis da empresa. Esta abordagem é implementada através de iniciativas locais que desenvolvem percursos de carreira individuais, incentivam uma maior responsabilidade e realçam o contributo das mulheres.

Em 2025, a Longchamp recebeu o Troféu de Ouro nos prémios *Victoires du Capital Humain* pelo nosso Programa "WOMEN", uma iniciativa lançada pelas equipas de RH nas nossas instalações industriais em Segré.

Bérénice Aubert, Gestora de Desenvolvimento de RH da Divisão Industrial, fala-nos sobre esta conquista.

O que significa este Troféu de Ouro para si e para a sua equipa?

Acima de tudo, este prémio representa o reconhecimento pelos esforços que levámos a cabo e pelo sólido compromisso da Longchamp para com estas questões importantes. O programa WOMEN durou um ano e meio e contou com o apoio de muitos intervenientes. Estamos orgulhosos pelo facto de este trabalho estar a ser reconhecido para além da nossa organização. Este prémio concede-nos maior visibilidade e incentiva-nos a continuar. Além disso,

esperamos que inspire outras empresas a progredir nestas questões essenciais.

Pode explicar resumidamente o programa WOMEN?

Lançado em 2023 nas operações industriais da Longchamp em França, o programa WOMEN reflete o sólido compromisso da Longchamp para com a igualdade e o bem-estar das funcionárias. O programa está estruturado em torno de quatro áreas principais: parentalidade, luta contra o cancro da mama, prevenção do comportamento sexista e apoio às vítimas de violência doméstica. Este programa mobiliza todas as equipas de forma inclusiva e sustentável através de ações concretas e significativas.

Que ações concretas foram implementadas?

O programa inclui formação sobre comportamento sexista e violência sexual, campanhas de sensibilização para o cancro da mama, workshops sobre parentalidade e estabelecimento de salas de amamentação, um sistema de apoio às vítimas de violência doméstica, incluindo habitação de emergência, apoio psicológico e assistência jurídica, entre outros.

Que impactos ou resultados visíveis observou desde a implementação do programa?

Este programa teve um impacto tangível e mudou vidas na nossa organização.

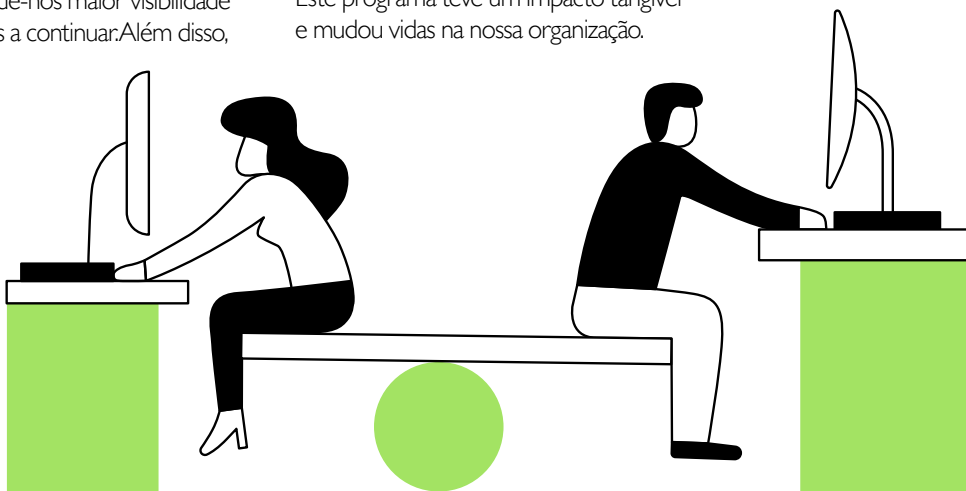
Isto é particularmente verdade nas áreas da prevenção do cancro da mama e da luta contra a violência doméstica, sendo que temos prestado apoio prático às pessoas que dele necessitam.

Além disso, também ajuda a mudar atitudes e a derrubar tabus em torno de tópicos essenciais no local de trabalho. Observamos um forte compromisso por parte dos gestores e dos funcionários: todos promovem o programa e tornam-se agentes de mudança.

Quais são os próximos passos?

Prosseguiremos com as nossas iniciativas nas quatro áreas principais definidas para as nossas operações industriais em França, enquanto promovemos a implementação na Maurícia e na Tunísia. As iniciativas relacionadas com o cancro da mama já estão bem estabelecidas, sendo que pretendemos fortalecer os momentos-chave todos os anos para os outros três temas.

A nossa ambição consiste em expandir este programa em todos os países onde a Longchamp exerce atividades para fornecer apoio tangível às funcionárias em questões que afetam as mulheres em todo o mundo.



CUIDAR DOS OUTROS

ESCUTA ATIVA QUE REFORÇA A CONFIANÇA

Em 2025, o inquérito sobre envolvimento global "Inside Longchamp" alcançou 90% dos funcionários (3351 inquiridos), demonstrando um forte apoio à abordagem da Maison em relação ao feedback e ao diálogo. O índice de envolvimento correspondeu a 78%, um aumento significativo desde 2023 e acima dos padrões da indústria, refletindo a força do vínculo entre as nossas equipas e a empresa.

Cerca de 8 em cada 10 funcionários declaram que estão satisfeitos com o trabalho que realizam na Longchamp, recomendam a empresa como entidade empregadora e expressam orgulho em pertencer à mesma. A maioria das equipas compreende a direção estratégica da empresa, alinhando-se com os seus objetivos e sente que contribui para o seu sucesso coletivo.

Além disso, 88% dos funcionários não pretendem sair da empresa nos próximos 12 meses, revelando um elevado nível de confiança e lealdade, essencial para preservar os conhecimentos e a excelência.

A análise destaca os fatores que motivam o envolvimento, como oportunidades de desenvolvimento, reconhecimento e remuneração justa, que informam o nosso plano de ação. Determinadas disparidades exigem uma abordagem diferenciada, adaptada às realidades locais.

Assim, a Longchamp definiu um plano de ação global a implementar localmente nos nossos 26 países para corresponder às expectativas da equipa de forma direcionada.

Estes resultados ilustram uma dinâmica coletiva, compromisso para com os valores e a coesão, verdadeiros impulsionadores de um desempenho sustentável.

UMA ESTRUTURA DE CONFIANÇA PARA COMUNICAÇÃO E PROTEÇÃO

No âmbito dos esforços desenvolvidos para garantir um ambiente de trabalho seguro e respeitoso, a Longchamp estabeleceu uma linha de ética acessível a todos os funcionários e stakeholders. Este sistema ajuda a prevenir comportamentos que violem os valores e a integridade da Longchamp, enquanto protege os direitos fundamentais.

Este canal está disponível desde janeiro de 2025, destinando-se a relatar situações sensíveis ou delicadas para ajudar a proteger os envolvidos e reduzir o risco de causar danos à Maison.

O sistema baseia-se numa plataforma segura que garante o anonimato, a confidencialidade das comunicações e a proteção das vítimas e dos denunciantes. O uso de uma ferramenta externa reforça a confiança e incentiva as pessoas a expressar as suas preocupações num ambiente imparcial.

As denúncias são tratadas por uma comissão de ética composta por oito funcionários de vários departamentos, com vista a garantir uma análise coletiva, independente e objetiva. Os casos são investigados em colaboração com as equipas locais para garantir uma aplicação consistente dos princípios éticos.

Para além da conformidade, este mecanismo atua como verdadeira ferramenta de prevenção, uma vez que permite a deteção precoce, ações corretivas e adaptação de práticas internas. A Maison reafirma que a proteção dos funcionários, a escuta do feedback e o respeito estão no centro da nossa cultura empresarial.

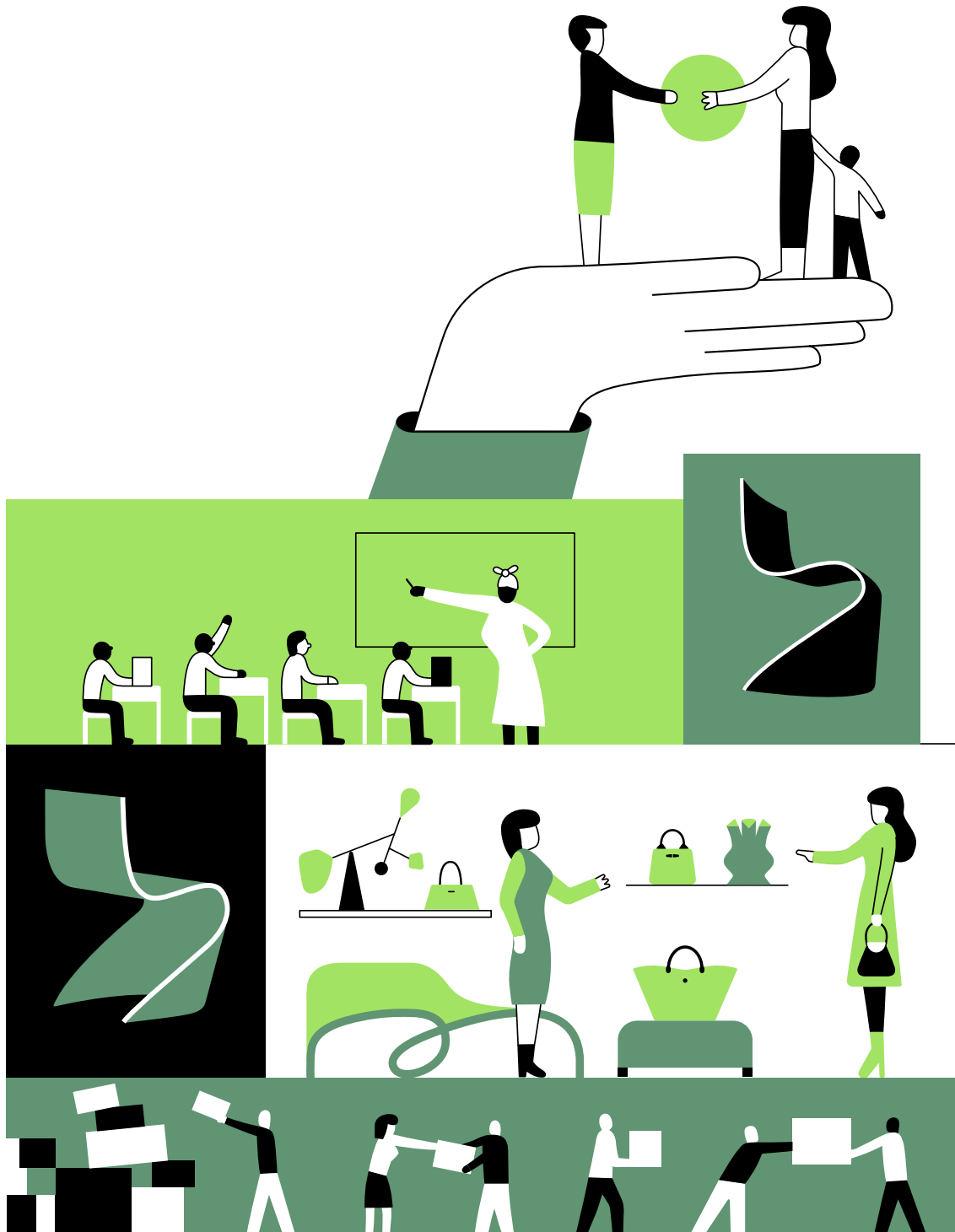
MESES DE SENSIBILIZAÇÃO PARA O CANCRO: UM ESFORÇO COLETIVO PARA APOIAR A PREVENÇÃO

Em outubro de 2025, a Longchamp e as respetivas subsidiárias focaram-se na prevenção do cancro da mama através de iniciativas adaptadas aos contextos locais, mas baseadas nos princípios partilhados de prevenção, informação e solidariedade.

As iniciativas, implementadas na maioria dos países, concentraram-se no acesso à informação e na sensibilização para o tema através de conferências lideradas por profissionais de saúde, webinários, workshops de autoexame e programas de rastreio no local. Além de ser informativo, o mês foi marcado por uma notável mobilização coletiva, com desafios de caminhada para promover a solidariedade e o espírito de equipa.

Aproveitando o impulso, a empresa continuou a desenvolver esforços em novembro de 2025 através de iniciativas dedicadas à saúde masculina, com vista a derrubar tabus relativamente ao cancro da próstata e dos testículos, e a promover a deteção precoce. Foram realizadas sessões de sensibilização presenciais em instalações industriais, apoiadas por comunicações dedicadas. Estas iniciativas demonstram o compromisso da Longchamp em tornar a saúde uma prioridade coletiva e sustentável ao serviço do bem-estar de todos.

PAPEL NA SOCIEDADE



O SENTIDO DE COMPROMISSO SOCIAL DA LONGCHAMP é uma extensão natural da nossa história e dos nossos valores: apoiar as comunidades, incentivar a criatividade e promover a cultura em todas as suas formas. Através de iniciativas de solidariedade, parcerias de longo prazo e projetos artísticos socialmente conscientes, a Maison adota medidas concretas para promover um impacto humano e cultural positivo.

Em 2025, esse compromisso refletiu-se no envolvimento dos funcionários, no apoio a iniciativas de solidariedade e no estímulo ao talento criativo, reafirmando a dedicação da Longchamp em ter um impacto social duradouro.



APOIAR AS NOSSAS COMUNIDADES

O compromisso social da Longchamp revela-se tanto através do envolvimento dos funcionários como do apoio a iniciativas de solidariedade externas. Com o programa Ride 4 Good, a Maison oferece a todos a oportunidade de dar um contributo tangível às organizações locais, incentivando o trabalho voluntário e igualando donativos. Ao mesmo tempo, a Longchamp continua a apoiar organizações dedicadas ao empoderamento feminino, como a ANAKA, cujo trabalho está totalmente alinhado com os valores da empresa. Estas duas abordagens complementares refletem uma ambição partilhada: contribuir positivamente para as comunidades que nos rodeiam.

APOIAR AS COMUNIDADES LOCAIS: O PROGRAMA RIDE 4 GOOD

Lançado oficialmente em janeiro de 2025, o programa Ride 4 Good é um pilar central do compromisso social da Longchamp. Concebido como iniciativa para oferecer estrutura, permite aos colaboradores apoiar uma ou mais organizações à escolha.

De acordo com os valores da Maison, o programa Ride 4 Good promove o envolvimento social de duas formas: através de contribuições financeiras, sendo que a Longchamp iguala os donativos efetuados na plataforma, e através de iniciativas de voluntariado, apoiadas por um dia de folga adicional pago para os funcionários que desejem doar o seu tempo.

Além do impacto social, o programa Ride 4 Good aborda objetivos humanos fortes: oferecer aos funcionários oportunidades significativas de envolvimento, promover a abertura a experiências diferentes das suas e fortalecer os laços de solidariedade no seio das equipas.

Helena Damasse, Gestora de Projeto RSE, explica-nos este programa

Qual foi a intenção inicial para a criação do programa Ride 4 Good?

O programa Ride 4 Good nasceu de um desejo duplo. Por um lado, apoiar organizações que trabalham diariamente com desafios sociais,

ambientais ou sociais, muitas vezes com recursos limitados, mas com extrema dedicação. Por outro lado, é necessário permitir que os funcionários se envolvam, adquiram novas experiências de vida e encontrem significado no seu compromisso profissional.

A ideia foi apoiar as iniciativas existentes lideradas por intervenientes no terreno que compreendem as necessidades e realidades locais. O objetivo era criar um programa que lhes proporcionasse tanto o financiamento essencial para as respetivas operações como os recursos humanos, o tempo e a energia humana. O programa Ride 4 Good foi concebido como estrutura facilitadora, que serve tanto as organizações como as equipas.

Este programa integra o nosso compromisso de retribuir às comunidades locais onde a Longchamp exerce atividades através de ações concretas e alinhadas com o nosso propósito, valores e compromissos de RSE.

O que é que o programa Ride 4 Good realmente oferece às organizações e equipas parceiras da Longchamp?

O programa oferece apoio adicional às organizações. Por um lado, apoio financeiro, graças aos donativos dos funcionários igualados pela Longchamp, que ajuda a desenvolver projetos comunitários. Por outro lado, o apoio humano através de iniciativas

de voluntariado que abordam necessidades concretas: presença no terreno, assistência pontual e apoio logístico ou operacional.

O objetivo é permitir que os colaboradores que assim pretendam dediquem o seu tempo e a sua energia a causas que considerem válidas. Em 2025, mais de 570 organizações tinham sido apoiadas em todo o mundo, cada uma à sua escala e de acordo com as respetivas necessidades específicas.

O programa Ride 4 Good permite que os funcionários se envolvam em conformidade com os seus interesses, as suas convicções e a sua disponibilidade. Este compromisso é também uma oportunidade de aprendizagem, permitindo que os funcionários descubram outras realidades sociais, desenvolvam competências interfuncionais e trabalhem de forma diferente, por vezes fora da estrutura habitual. Assim, o programa ajuda a enriquecer a experiência dos funcionários e a fortalecer o sentido de propósito e pertença.

De que forma é que o Ride 4 Good é um programa interfuncional no seio da empresa?

O programa Ride 4 Good é profundamente coletivo e interfuncional. Reúne uma grande variedade de perfis e conhecimentos em toda a empresa: RSE, RH, comunicações, finanças, TI e equipas de vendas, bem

III. A FAMÍLIA LONGCHAMP

como funcionários comprometidos de linhas de negócio muito diferentes.

Esta diversidade é um verdadeiro ponto forte. Permite que pessoas que nem sempre têm a oportunidade de trabalhar juntas diariamente colaborem num projeto partilhado com significado. Estas pessoas desempenham um papel fundamental nesta dinâmica: asseguram as raízes locais do programa, promovem iniciativas, apoiam os funcionários e adaptam o programa às realidades culturais e operacionais de cada região. Muitas vezes, são pessoas já ativamente envolvidas de outras formas, sendo que essas responsabilidades servem como "recompensa"

pelo compromisso, permitindo-lhes colocá-lo em prática na estrutura da empresa. O seu compromisso ajuda a preencher a lacuna entre a visão global do programa e as necessidades das comunidades locais de forma relevante e sustentável.

Que conclusões se podem tirar do ano de 2025?

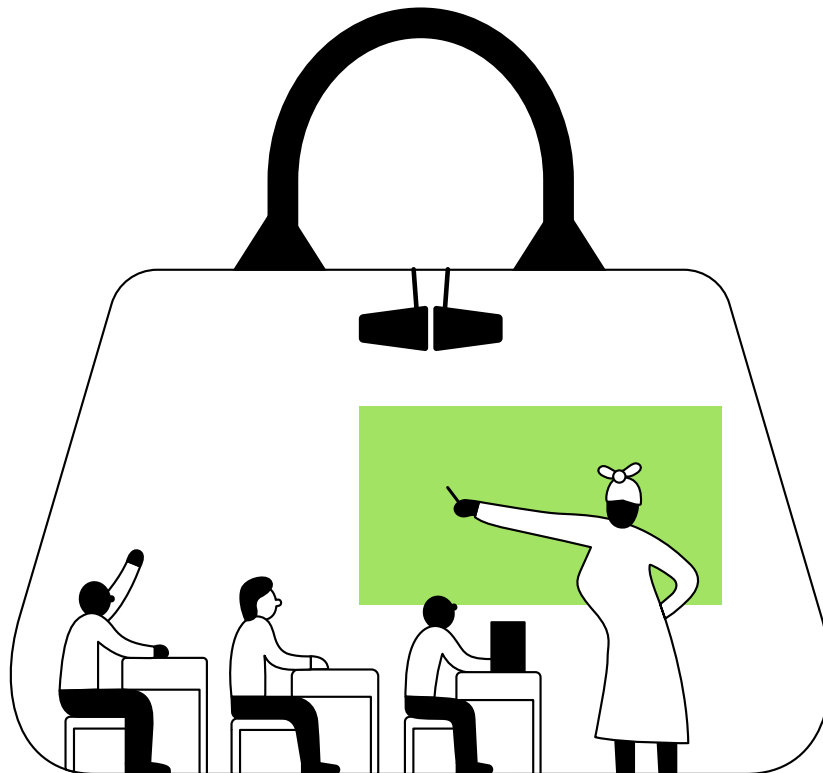
O ano de 2025 confirmou a importância do programa. Inscreveram-se cerca de 1900 funcionários e mais de 60% participaram ativamente através de um donativo ou de voluntariado.

Para além dos números, este primeiro ano mostrou, acima de tudo, o desejo sincero de envolvimento,

desde que a oportunidade esteja disponível.

Quais são as prioridades para o futuro?

Os próximos passos têm como objetivo fortalecer e sustentar a dinâmica que construímos. Tal inclui facilitar o acesso a oportunidades de voluntariado, aumentar o impacto para as organizações e continuar a ancorar o programa localmente. A ambição é aumentar o ritmo e alargar a escala para tornar o programa Ride 4 Good um programa sincero, coletivo e significativo, que sirva as comunidades locais e promova o envolvimento da equipa.



APOIAR AS COMUNIDADES LOCAIS: PARCERIA COM A ANAKA EM MADAGÁSCAR

No âmbito do seu compromisso social, a Longchamp apoia iniciativas que contribuem de forma sustentável para o desenvolvimento das comunidades locais onde exercemos atividades. Este apoio assume várias formas, nomeadamente através de parcerias com organizações que trabalham para capacitar as mulheres, transmitir competências tradicionais e criar oportunidades económicas sustentáveis.

Em Madagáscar, este compromisso ganha forma através de uma parceria estabelecida em 2023 com a LANA L'ATELIER, um atelier artesanal socialmente responsável cuja atividade apoia a ONG Anaka. Baseada numa relação de longo prazo, esta parceria permite à Longchamp apoiar o desenvolvimento do projeto de forma duradoura.

Entrevista com Narindra Robin, fundadora e diretora da LANA e da ANAKA

"Sempre tive esta convicção: o talento está em todo o lado, mas as oportunidades não. Em Madagáscar, tanto as mulheres como os homens possuem uma força, uma destreza manual e um coração extraordinários. O que lhes falta não é força de vontade, mas sim o acesso.

Quando fundei a LANA L'ATELIER, não estava à procura de currículos, diplomas ou formações perfeitas. Eu procurava outra coisa: pessoas que

O apoio da Maison manifesta-se através de encomendas feitas diretamente aos ateliers da ANAKA, garantindo um trabalho regular e um rendimento estável aos artesãos. Graças a esta colaboração, mais de 94 mulheres beneficiam regularmente de um emprego significativo nos ateliers da ANAKA, e mais de 60 crianças estão agora matriculadas na escola, e são alimentadas e cuidadas.

"O talento está em todo o lado, mas as oportunidades não"

Fundada por Narindra Robin, a LANA L'ATELIER desenvolveu um modelo único baseado na formação artesanal avançada, na criatividade e no impacto social a longo prazo. O programa de formação é gratuito, de longo prazo e exigente, tendo sido concebido para mulheres e

quisessem lutar, mulheres e homens prontos para aprender, para se desafiar, para construir algo para si e para as suas famílias.

A formação que oferecemos aqui é única. É gratuita, a longo prazo e exigente, abrangendo o trabalho com couro, fibras naturais e técnicas artesanais de alto nível que não se encontram em nenhum outro lugar em Madagáscar, e muitas vezes nem mesmo na Europa, sem pagar um preço elevado.

Durante dois anos, partilhámos tudo: os meus conhecimentos e os dos

homens de meios desfavorecidos. O objetivo é transmitir competências sólidas e transferíveis, que tenham valor a longo prazo, promovendo simultaneamente a independência económica, a autoconfiança e a integração profissional.

As encomendas da Longchamp dão origem à criação de peças específicas que destacam o artesanato local e os materiais naturais. Em 2024, nomeadamente, esta colaboração originou a criação de sacos Le Pliage Filet produzidos com ráfia e um chapéu de palha de fabrico totalmente manual a partir de fibras naturais derivadas de uma palmeira endémica de Madagáscar. Integralmente produzidas nos ateliers da ANAKA, estas criações ilustram a estreita ligação entre o artesanato tradicional, o compromisso social e a abordagem de sustentabilidade defendida pela Longchamp.

consultores europeus que visitam regularmente o atelier, assim como os seus métodos, normas e requisitos internacionais. Sem segredos. Sem limites. Na LANA, o conhecimento não é algo para simplesmente acumular, é para partilhar.

Por convenção, estas pessoas não estavam destinadas a ter estas profissões. Mas elas tinham algo mais forte: coragem, perseverança e carácter. O nosso papel era reconhecê-las, confiar nelas e ajudá-las a alcançar todo o seu potencial."

III. A FAMÍLIA LONGCHAMP

Oportunidades que se tornaram possíveis através da formação e orientação

As mulheres que trabalham atualmente na LANA L'ATELIER incorporam este modelo, construído com base no acesso, na formação

e na confiança. As suas histórias demonstram o que um ambiente exigente, mas de apoio, pode alcançar, sendo que todos podem crescer ao seu próprio ritmo e de acordo com o seu potencial.

Olivia Fleurette Raharinirina – Gestora do atelier

Órfã desde muito jovem e responsável por uma meia-irmã, Olivia integrou a LANA como assistente. Reconhecida pela sua diligência e determinação, avançou rapidamente. Três anos depois, tornou-se gestora do atelier.

"Nunca poderia ter atingido este nível sem a LANA L'ATELIER. São sempre os estrangeiros que conseguem estes empregos. Mas foi-me dada uma oportunidade."

Herifitahina Raharimino – Gestora de produção

Com um diploma do ensino secundário, mas sem acesso às grandes empresas, Herifitahina integrou a LANA como crocheta. Gradualmente, formou-se em todos os ofícios do atelier e acabou por desempenhar as suas funções atuais como gestora de produção.

"Graças à minha motivação, consegui alcançar um cargo que nunca teria imaginado."

Pierrette Rahanitriniaina – Gestora de produção

Antes da LANA, Pierrette nunca tinha trabalhado. Uma dona de casa sem experiência manual nem confiança nas suas capacidades, descobriu o artesanato no atelier. Atualmente, domina todas as técnicas de croché e ocupa o cargo de gerente de produção.

"Apesar da minha idade, aprendi tudo aqui."

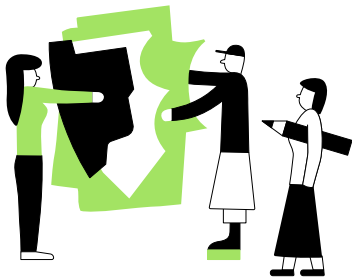


APOIAR A CRIATIVIDADE

O compromisso social da Longchamp vai além das iniciativas de solidariedade, estendendo-se ao apoio ativo à criatividade. Convicta de que a moda, o design e a arte são fatores culturais e económicos essenciais, a Maison apoia talentos emergentes e estabelecidos, promove o acesso a recursos e contribui para a influência da criatividade contemporânea. Apoiar a criatividade significa contribuir para a vitalidade das artes, incentivar a inovação e transmitir um património cultural vivo.

RE-PLAY – UM PROGRAMA DE APOIO À CRIATIVIDADE EMERGENTE

Lançado em 2019, o programa Re-Play incorpora o compromisso da Longchamp para com uma criatividade mais responsável e circular. O seu objetivo consiste em abrir o acesso ao stock não utilizado da Maison, quer seja de couro, nylon e outros materiais, permitindo que o talento crescente crie peças únicas ou edições limitadas.



Concebido como ferramenta para apoiar os designers emergentes, o programa Re-Play combina perícia artesanal, criatividade e impacto ambiental reduzido. Os projetos são desenvolvidos com base na disponibilidade dos materiais, tornando cada criação única e profundamente

enraizada numa filosofia de maximização dos recursos existentes. Desde a sua criação, foram mais de 30 os talentos emergentes que beneficiaram desta iniciativa, recebendo maior apoio e maior visibilidade para o seu trabalho.

ANDAM – APOIAR OS TALENTOS DA MODA DO FUTURO

O programa Re-Play faz parte do apoio de longa data da Longchamp à ANDAM (Association Nationale pour le Développement des Arts de la Mode), sendo que a Maison tem integrado o respetivo júri desde 2004. Através deste programa, a Longchamp afirma uma visão de design assente na inovação, orientação e responsabilidade. É uma das iniciativas mais reconhecidas do mundo para incentivar e apoiar jovens designers de moda. Em 2025, Sarah Levy venceu o Fashion Accessories Prize. Recebeu uma bolsa de 100 000 euros, bem como mentoria de Sophie Delafontaine, Diretora Artística da marca, que lhe deu apoio dedicado e orientação personalizada durante todo o ano.

LA MAISON UNIQUE, UMA LOJA EMBLEMÁTICA DEDICADA À CRIATIVIDADE

De acordo com o seu compromisso para com a criatividade, a Longchamp concebe as suas boutiques como espaços de expressão artística e diálogo cultural. La Maison Unique, a loja de referência localizada no SoHo, Nova Iorque, foi redesenhada em 2025 por Thomas Heatherwick, que também criou a primeira boutique Longchamp neste local há mais de vinte anos.

A loja incorpora esta visão, reunindo arquitetura e artesanato para criar uma experiência imersiva. O projeto destaca os materiais e o savoir-faire através de instalações de arte e mobiliário à medida, para garantir que cada visita seja uma novidade.

La Maison Unique torna-se assim um espaço onde as disciplinas se cruzam, um local onde os artistas e criadores se podem expressar e um veículo para o intercâmbio cultural no coração da cidade.

APOIAR OS ARTISTAS E PROMOVER A CRIATIVIDADE

O compromisso social da Longchamp também é expresso através de colaborações artísticas, que funcionam como pontes entre artesanato, criação contemporânea e disseminação cultural. Os artistas em destaque em 2025 refletem diferentes aspectos deste compromisso: apoiar os talentos emergentes, promover o diálogo entre artesanato e design, e preservar o património artístico. Com Constantin Riant, a Maison apoia artistas emergentes e promove o seu alcance internacional, com Pierre Renart, explora a interseção dos ofícios tradicionais com o design contemporâneo e, por fim, ao prestar homenagem a Geneviève Claisse, a Longchamp afirma o seu papel de embaixadora cultural, contribuindo para a transmissão de uma grande obra de abstração francesa.

PROMOVER UMA NOVA GERAÇÃO DE ARTISTAS PARISIENSES COM CONSTANTIN RIAINT

Em 2025, a Longchamp homenageou Constantin Riant, um jovem artista parisiense, com uma campanha internacional e uma coleção cápsula exclusiva. O seu trabalho, inspirado na vida cultural e artesanal de Paris, é expresso numa paleta de azul-cobalto e branco-porcelana, refletindo a arquitetura da capital e os ofícios tradicionais. Para a coleção de Outono 2025, o artista desenhou uma linha cápsula para celebrar a criatividade e a arte do artesanato.



Esta colaboração permitiu ao artista apresentar a sua visão em grande escala, preservando a singularidade do seu estilo. Assim, a Longchamp apoia

o surgimento de novos talentos e promove a disseminação da criação contemporânea para um público internacional, demonstrando uma visão de compromisso para que a arte se torne um veículo de diálogo e transmissão.

A CRIAÇÃO CONTEMPORÂNEA NA INTERSEÇÃO ENTRE ARTE E MOBILIÁRIO COM PIERRE RENART

Para o Salone del Mobile Milano 2025, a Longchamp estabeleceu uma parceria com Pierre Renart, um famoso designer e fabricante de armários, para criar uma coleção exclusiva composta por um banco e oito cadeiras. Concebidas como obras de arte funcionais, estas peças destacam a interação entre madeira e pele, dois materiais emblemáticos do artesanato. As suas linhas fluidas e orgânicas refletem uma exploração profunda da forma e um domínio técnico notável. Esta colaboração ilustra o compromisso da Longchamp em explorar novas fronteiras na interseção entre design, arte e artesanato, apoiando criadores estabelecidos e renovando as formas como a arte, o design e o artesanato se unem.

PARTILHAR O PATRIMÓNIO ARTÍSTICO DE GENEVIÈVE CLAISSE

Em 2025, a Longchamp prestou homenagem a Geneviève Claisse, uma figura de referência na abstração geométrica francesa, através do seu cartão de boas-festas 2026. O trabalho de Geneviève Claisse, assente na precisão, na cor e no equilíbrio formal, foi destacado através de um website dedicado e de uma exposição marcada para o início de janeiro de 2026 na loja de referência da Rue Saint-Honoré em Paris. Embora a artista já não esteja entre nós, esta iniciativa reflete o compromisso da Longchamp em promover a criação artística e preservar o património cultural. A Maison reafirma o seu papel de mediadora cultural, tornando o trabalho de artistas influentes acessível ao público.

IV. MADE BY LONGCHAMP

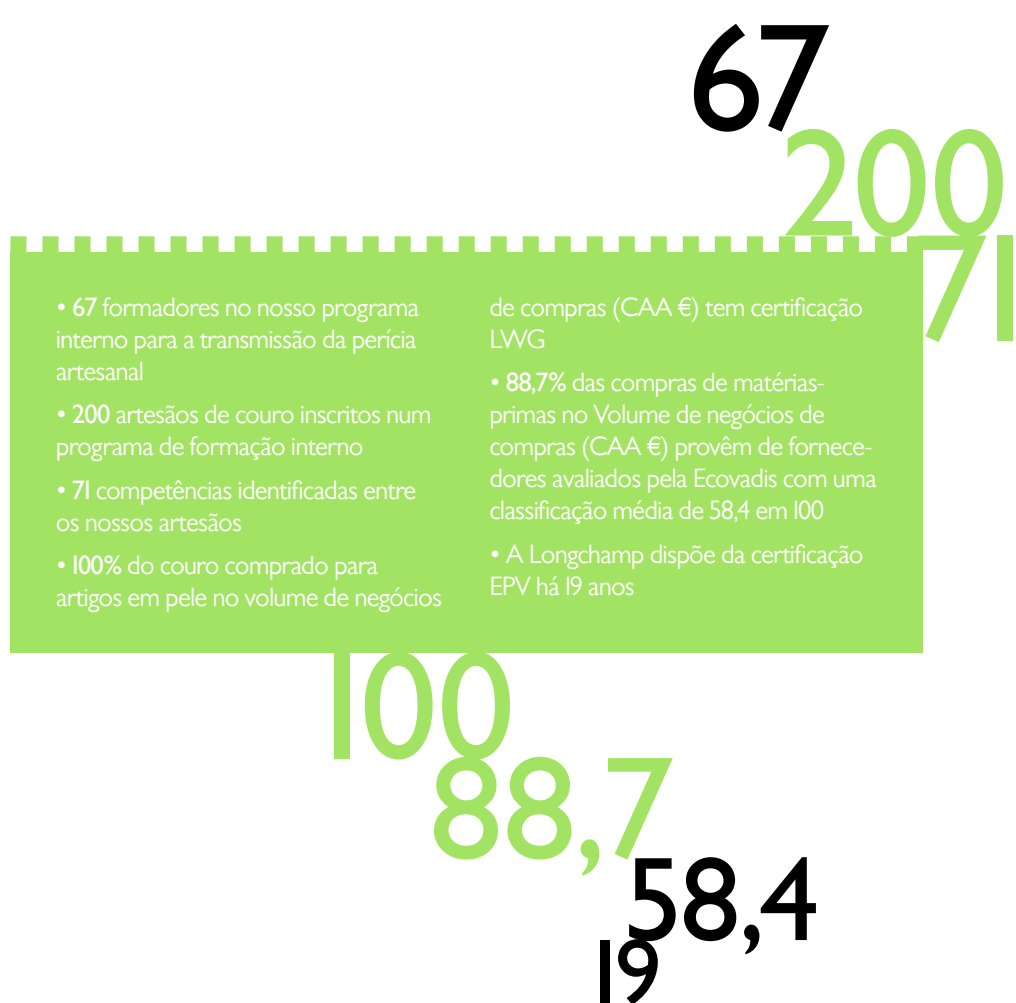


SAVOIR-FAIRE



O **SAVOIR-FAIRE ARTESANAL** tem sido um pilar fundamental da Maison Longchamp. Transmitido de geração em geração, o savoir-faire é agora enriquecido com novas ferramentas, práticas responsáveis e inovações tecnológicas que equilibram a qualidade do produto e o desempenho industrial, reduzindo os impactos ambientais.

Em 2025, a Longchamp continuou a transformar os nossos ateliers e as cadeias de abastecimento para dar prioridade a três objetivos: transmitir e promover os ofícios tradicionais, integrar o design ecológico em cada passo e reforçar a transparência da cadeia de abastecimento.



TRANSMITIR E ENRIQUECER A PERÍCIA ARTESANAL NOS NOSSOS ATELIERS

A transmissão de competências e de savoir-faire está no centro da cultura da Longchamp. É incorporada através do reconhecimento dos ofícios artesanais, da promoção de carreiras internas e do destaque das equipas.

TRANSMISSÃO DO SAVOIR-FAIRE

A Maison está empenhada em preservar e transmitir conhecimentos artesanais, particularmente no que diz respeito aos artigos em couro, através da gestão de uma parte significativa da produção interna. Ao contrário de muitas empresas do setor, mantemos os nossos próprios ateliers de fabrico, nomeadamente em França, para garantir a qualidade, a rastreabilidade e a preservação das técnicas artesanais a longo prazo.

Este compromisso é reconhecido pela distinção *Entreprise du Patrimoine Vivant* (EPV), atribuída pelo governo francês a empresas que possuem uma experiência excepcional do ponto de vista artesanal ou industrial. A Maison detém o título de EPV desde 2007, uma distinção que celebra o domínio de técnicas específicas, a sua transmissão ao longo do tempo e as suas raízes profundas no património do fabrico francês.

A preservação desta experiência baseia-se em programas estruturados de formação e transferência de conhecimentos, incluindo percursos de aprendizagem internos, formação no local de trabalho e esquemas de mentoria liderados por artesãos experientes. Estas iniciativas ajudam a integrar novos funcionários, que muitas vezes não têm formação

inicial em artesanato com couro, e garantem a continuidade das competências perante a escassez de mão-de-obra nos ofícios artesanais.

Esta organização industrial e centrada no ser humano também ajuda a garantir a durabilidade e a possibilidade de reparação dos produtos ao longo do tempo, baseando-se numa cultura técnica partilhada, em padrões de fabrico consistentes e num compromisso constante para com a qualidade. Através destes compromissos, a Maison ajuda a manter empregos sustentáveis nas comunidades locais, promove o artesanato francês e eleva o estatuto dos ofícios tradicionais, de acordo com a nossa estratégia de RSE.

Um bom exemplo de transmissão intergeracional

A transmissão da perícia artesanal é um pilar da cultura artesanal da Longchamp.

Perante o fluxo constante de novos talentos, frequentemente sem formação nas competências e técnicas de produção artesanal de artigos em couro de alta qualidade, a Maison implementou uma política de formação ativa para garantir a continuidade dos nossos padrões de qualidade.

A Longchamp oferece, nomeadamente, formação no local de trabalho (AFEST): os novos funcionários são

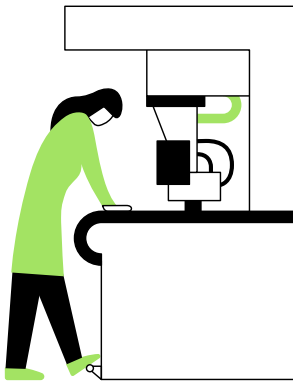
formados diretamente nos ateliers, adquirindo experiência prática com o ofício. Esta abordagem promove a aprendizagem de carácter prático e a aquisição de padrões de excelência. Estende-se a todos os ofícios de produção – corte, preparação, montagem, controlo de qualidade – e faz parte de uma estratégia abrangente para manter as competências, essencial para preservar a qualidade da Longchamp.

Determinados percursos de carreira refletem esta cultura de transmissão de conhecimento. Bruno Poirier, que integrou a empresa em 1985 como responsável do gabinete de design, é um bom exemplo. Depois de quarenta anos na Longchamp, a sua história, que evoca a da sua mãe, a primeira funcionária da empresa na década de 1950, testemunha o compromisso duradouro das equipas e a continuidade da perícia artesanal. Na véspera da sua reforma, em 2025, decidiu capturar este legado familiar e profissional em *La maroquinerie dans la peau*, escrito com um biógrafo, que traça a história dos ateliers, das mulheres e dos homens que dão vida à Longchamp.

Este testemunho ilustra o compromisso da Maison para com a transmissão intergeracional, uma dedicação estruturada à preservação da perícia e da excelência artesanal.

APOIAR OS NOSSOS SUBCONTRATADOS COM UMA ABORDAGEM RESPONSÁVEL

A Longchamp estrutura a abordagem de RSE com os parceiros industriais em torno de uma filosofia de melhoria contínua. Todos os subcontratados são submetidos a uma avaliação anual da EcoVadis, com uma classificação mínima necessária de 60 e uma meta de melhoria de 10 pontos por ano. Este requisito baseia-se num conjunto comum de 21 critérios de RSE que incluem questões sociais, ambientais e éticas.



Além da avaliação, a empresa dá prioridade a uma abordagem de apoio baseada no diálogo e no desenvolvimento conjunto de planos de ação. Esta dinâmica permite que os parceiros amadureçam gradualmente, com melhorias concretas observadas em várias métricas ao longo do ano.

Através desta abordagem, a Longchamp fortalece de forma sustentável a responsabilidade da nossa cadeia de abastecimento, apoiando simultaneamente a transferência de conhecimentos no nosso ecossistema industrial. As relações

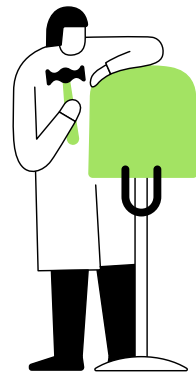
com os nossos parceiros também envolvem interações operacionais regulares entre as equipas. Em 2025, foram realizadas 12 missões durante as quais um artesão de couro das instalações industriais de Longchamp fez uma visita ao terreno para apoiar e formar subcontratados. Esta presença prática permite a partilha de competências técnicas, a harmonização dos padrões de qualidade e o reforço das competências no seio da cadeia de produção. Para além do controlo de qualidade, esta abordagem demonstra um compromisso de apoio e desenvolvimento colaborativo, contribuindo para a sustentabilidade da experiência e excelência artesanal que definem a Maison.

LES DEUX MAINS DU LUXE: OS OFÍCIOS DE FABRICO DE ARTIGOS EM COURO



A Longchamp participou no evento Les Deux Mains du Luxe, organizado pelo Comité Colbert, que celebra a excelência do artesanato francês e a sua transmissão às gerações mais jovens. Em 2025, o evento foi realizado no Grand Palais em Paris, reunindo mais de 30 Maisons para uma experiência imersiva nas artes e ofícios. Para a Longchamp, cuja identidade está enraizada na arte de

trabalhar o couro, esta participação estava totalmente alinhada com a nossa estratégia de transmissão do património. Através de demonstrações e workshops liderados pelos nossos artesãos, a Maison destacou técnicas icónicas, como escovar os rebordos, ilustrando a precisão e os elevados padrões característicos dos nossos ateliers.



O evento acolheu numerosos estudantes que vieram descobrir o ofício dos artigos em couro e interagir com as equipas. Estes encontros contribuem ativamente para os esforços de divulgação da Maison, com vista a promover a nossa perícia artesanal entre jovens talentos e inspirar vocações, incluindo através de transições de carreira, acessíveis sem experiência prévia, mas baseados na motivação e na competência.

O evento Les Deux Mains du Luxe faz parte de uma iniciativa mais ampla para participar em feiras e eventos dedicados às artes e ofícios, em colaboração com as equipas de RH dos ateliers, para apresentar a perícia artesanal da Longchamp e garantir a transmissão duradoura do nosso património.

PROMOVER O DESIGN ECOLÓGICO DOS NOSSOS PRODUTOS

O design ecológico implica tomar medidas desde o início do processo de design para criar produtos que sejam responsáveis e sustentáveis. Na Longchamp, isso significa escolher os materiais certos, usá-los com sabedoria e otimizar a sua aplicação. Os nossos produtos são criados para durar: a qualidade, a construção resistente e a possibilidade de reparação são integradas desde as primeiras fases do desenvolvimento. Esta abordagem baseia-se na seleção de materiais mais responsáveis e na melhoria contínua das técnicas de corte e montagem. Além disso, é impulsionada por uma cultura de inovação e I&D, que nos permite integrar progressivamente o desempenho ambiental no centro do processo criativo.

UMA ESTRUTURA COMUM PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO DESIGN ECOLÓGICO

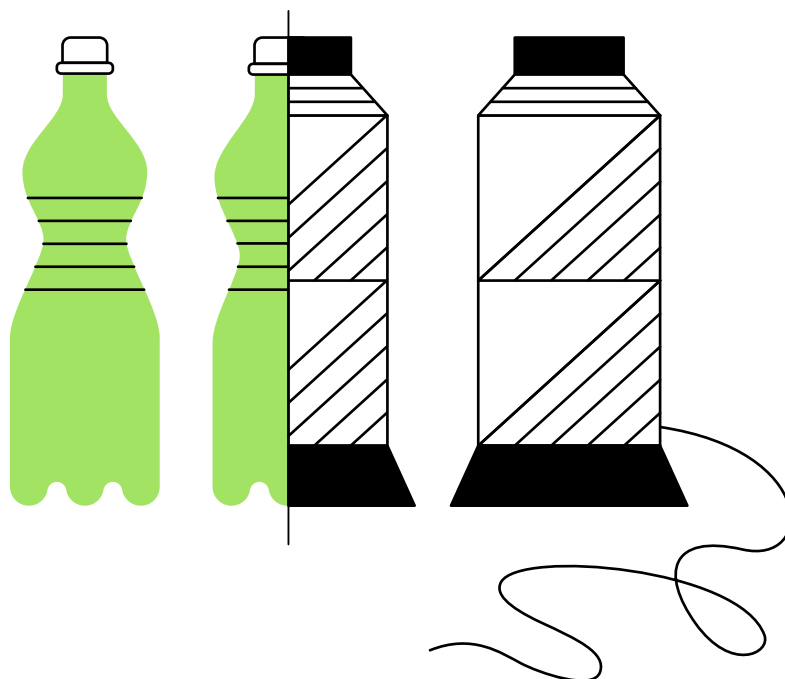
Em 2025, a Longchamp acelerou a integração do design ecológico nos nossos processos de criação e desenvolvimento. Foi criada uma comissão dedicada composta pelas equipas de estilo, design, compra, qualidade e merchandising para implementar uma abordagem interfuncional e integrar considerações ambientais a partir da fase de design do produto.

Esta iniciativa é acompanhada por sessões de sensibilização e desen-

volvimento de uma estrutura comum destinada a harmonizar práticas, indicadores e terminologia relacionada com o design ecológico. Esta estrutura partilhada permite a integração de critérios relacionados com materiais, durabilidade, reparabilidade e impacto ambiental ao longo do ciclo de desenvolvimento do produto. Faz parte de um processo de melhoria contínua baseado na medição do impacto.

Ao mesmo tempo, a Longchamp estabeleceu indicadores para acompanhar o uso de materiais de

design ecológico e certificados, bem como o número de fornecedores envolvidos. Estes dados, consolidados por valor e peso, constituem uma base essencial para orientar o progresso do design ecológico no seio das coleções. Em 2025, 63,20% dos componentes comprados (couro, tela, acessórios, consumíveis, embalagens e transações (ready-to-wear, lenços de seda, sapatos) no CAA € terão uma característica ambiental superior.



DESEMPENHO DOS MATERIAIS

O desempenho dos materiais é um dos principais impulsionadores do design ecológico da Longchamp. Reúne todos os departamentos para otimizar o uso de couro e têxteis durante a produção para reduzir o impacto ambiental.

Na Longchamp, esta abordagem baseia-se em quatro pilares complementares: qualidade (garantir que os materiais se adequam ao propósito), design (design ecológico, rendimento técnico), operações (ocultar seleção, otimização de ficheiros a montante, considerações sobre a mistura de produtos, métodos de corte) e gestão (formação de equipas, revisões do desempenho estruturadas).

A gestão desempenha um papel central em promover a eficiência dos materiais. Em 2025, as rotinas de desempenho foram padronizadas, reunindo as equipas diariamente, semanalmente e mensalmente para abordar tópicos-chave, analisar lacunas, definir planos de ação e lançar novas iniciativas de melhoria.

Entre os grandes projetos desta iniciativa está a digitalização do corte do couro, um dos principais impulsionadores da transformação industrial da Longchamp em França. Implementada gradualmente nos ateliers, otimiza o uso de peles e reduz o desperdício, reforçando o desempenho ambiental do corte do couro no país.

Em 2025 foram realizados outros projetos de melhoria contínua, incluindo a padronização de materiais, otimização de ficheiros de corte e grupos de trabalho focados em materiais, e gestão de anomalias. Coletivamente, esses projetos têm um impacto positivo no desempenho dos materiais na Longchamp.

Estes esforços originaram uma redução de aproximadamente 8% nas taxas de abate em 2025. Esta

melhoria demonstra a eficácia das iniciativas implementadas e o compromisso das equipas em otimizar o uso das matérias-primas.

Em 2026, a Longchamp pretende tirar partido do impulso prosseguindo com as iniciativas e os projetos lançados em 2025, e introduzindo novas iniciativas focadas na eficiência dos materiais.

MATERIAIS CERTIFICADOS, DO COURO AOS TÊXTEIS

Ao mesmo tempo, a Longchamp continua a integrar materiais sustentáveis nas suas coleções.

Primeiro, a Longchamp é um membro do Leather Working Group desde 2018. O Leather Working Group estabelece normas LWG relativamente aos critérios ambientais em relação aos quais os fabricantes de couro são auditados e certificados de forma independente. A Longchamp obtém 100% do couro através de fabricantes certificados segundo as normas LWG, 98% dos quais possuem a certificação GOLD.



Além disso, a Longchamp continua a certificar produtos segundo a Global Organic Textile Standard (GOTS), uma norma global que garante rigorosos critérios ecológicos e sociais para as fibras orgânicas. Baseia-se numa certificação independente que abrange toda a cadeia de abastecimento de têxteis. Em 2025, 100% dos lenços de seda e fitas para o cabelo tiveram a certificação GOTS. Além disso, novos produtos receberam a certificação GOTS, incluindo T-shirts, camisolas e calças.



Certified by Ecocert Greenlife
Certification Number 12118

Por fim, desde janeiro de 2025, a Longchamp recebeu a certificação GRS através da Ecocert Greenlife. Os produtos certificados segundo a norma GRS contêm materiais reciclados que foram verificados independentemente em todas as fases da cadeia de abastecimento, da entidade recicladora até ao produto final.



Certified by Ecocert Greenlife
TE-00298381

Além disso, todas as instalações, da entidade recicladora ao produto final, cumpriram os requisitos sociais, ambientais e químicos. Estas certificações fazem parte de uma iniciativa mais ampla para estruturar materiais responsáveis. Foram estabelecidos indicadores dedicados para acompanhar o uso de materiais certificados ou reciclados, com resultados consolidados tanto pelo valor como pelo peso. Esta monitorização permite-nos avaliar o progresso registado e orientar as decisões de desenvolvimento de produtos objetivamente.

Apenas os produtos com uma etiqueta GOTS ou GRS são certificados.

MELHORAR A TRANSPARÊNCIA DA NOSSA CADEIA DE ABASTECIMENTO

Através de inúmeras iniciativas, a Longchamp afirma o compromisso em construir cadeias de abastecimento cada vez mais transparentes, responsáveis e resilientes, ao serviço do luxo sustentável assente na excelência da perícia artesanal.

UNFOLD: MELHORAR A RASTREABILIDADE ATRAVÉS DE ARTIGOS EM COURO

A transparência é um dos principais impulsionadores da estratégia de RSE da Longchamp. Através do programa de rastreabilidade Unfold, a Maison está a aumentar progressivamente a transparência em relação à origem dos nossos produtos, indo além dos requisitos regulamentares. Esta abordagem não se destina apenas a destacar os nossos parceiros ou demonstrar a qualidade dos produtos, mas cumpre principalmente o objetivo operacional de melhorar a compreensão e o controlo de toda a cadeia de abastecimento.

A rastreabilidade permite um acompanhamento rápido a montante em caso de problema ou não conformidade, permitindo que o elo afetado seja identificado e tratado com precisão. Assim, ir além do quadro legal não é apenas uma questão de antecipar as mudanças regulamentares. Deriva do desejo de fortalecer a capacidade de ação da Maison, proteger as nossas práticas e assegurar a natureza dos nossos compromissos a longo prazo.

Louise Deshayes, Gestora de Projeto RSE, debate este tema connosco.

Poderia explicar brevemente o que é o programa Unfold?

O Unfold é o programa de rastreabilidade da Maison, que visa assegurar a transparência em toda a cadeia de abastecimento de produtos, começando pela conformidade regulamentar e indo além da mesma através de uma abordagem voluntária, particularmente para artigos em couro.

Poderia descrever os principais marcos já alcançados nos esforços de rastreabilidade do projeto Unfold relativamente aos artigos em couro?

O projeto começou com o cumprimento da lei AGEC, envolvendo a implementação da rastreabilidade dos produtos (ready-to wear; sapatos, echarpes, lenços de seda). Em seguida, foi lançada uma iniciativa voluntária de transparência para artigos em couro, começando por um piloto de um produto específico (Daylong), seguido de um lançamento em todas as carteiras de couro e têxtil (excluindo cintos e pequenos artigos em couro).

A implementação completa para o ready-to-wear ocorreu em novembro de 2023, o projeto-piloto de artigos em couro continuou até julho de 2024 e a implementação completa para artigos em couro ocorreu em julho de 2025.

Que ferramentas ou métodos foram implementados para assegurar a rastreabilidade em todas as fases do processo?

A rastreabilidade depende da integração de fornecedores, com métodos de recolha de dados que variam por categoria.

Para artigos em couro, os dados são recolhidos principalmente através de ficheiros de rastreabilidade que são atualizados diariamente e automaticamente integrados em sistemas internos, permitindo que cada lote de couro seja rastreado até às fases de curtimento, matadouro e quinta.

Que benefícios já observou graças à rastreabilidade no projeto Unfold?

Este projeto oferece uma maior transparência aos clientes, que podem aceder à cadeia de rastreabilidade dos seus produtos na loja e no website.

O projeto também permite uma melhor compreensão das cadeias de abastecimento e, em última análise, uma melhor gestão dos riscos.

Facilita a conformidade regulamentar (por exemplo, AGEC) e demonstra o compromisso da Longchamp para com a transparência, enquanto apoia outras iniciativas de RSE, como a estratégia climática.

Quais são os próximos passos planeados?

Os próximos passos envolvem implementar a rastreabilidade de pequenos artigos e cintos em couro, que deve cobrir aproximadamente 90% dos SKU dos produtos.

Isso deixará apenas os SKU mais complexos para rastrear, que representam uma pequena parte, com a ativação programada para o início de 2026.

Com que desafios se deparou?

O volume de dados foi o nosso principal desafio: em todos os níveis da cadeia de abastecimento, o número de stakeholders aumenta significativamente, tornando a gestão complexa. Alguns fornecedores não conseguem lidar com quantidades tão elevadas de dados.

Além disso, a sazonalidade exige que iniciemos o processo em cada estação, especialmente para produtos de ready-to-wear, sapatos, lenços e echarpes.

Por fim, a complexidade da cadeia de abastecimento e a falta de disponibilidade ou capacidade entre certos stakeholders (particularmente os matadouros) para partilhar informações complica a rastreabilidade.

AVALIAR E MELHORAR O DESEMPENHO DE RSE DOS NOSSOS FORNECEDORES

Além de apoiar subcontratados industriais, a Longchamp está a implementar uma abordagem de RSE dedicada a todos os nossos fornecedores, baseada na avaliação, no diálogo e na melhoria contínua.

Esta abordagem baseia-se na análise do desempenho de RSE com a ferramenta EcoVadis, na implementação de planos de ação específicos e na partilha de um anexo comum de RSE que formaliza os requisitos sociais, ambientais e éticos da empresa. As avaliações dos fornecedores baseiam-se em critérios rigorosos, e os fornecedores também são



convidados a fornecer documentação que demonstre as suas próprias práticas responsáveis (relatórios de RSE, certificações, compromissos). Em 2025, 88,7% das compras de matérias-primas, em termos de volume de negócios de compras (CAA €), foram provenientes de fornecedores avaliados pela EcoVadis

com uma classificação média de 58,4 em 100, em comparação com 55,4 em 2024. O âmbito da EcoVadis será alargado a todas as categorias de abastecimento a partir de 2026 para reforçar a responsabilidade em toda a cadeia de abastecimento.

Por fim, a Maison está comprometida com parcerias a longo prazo com os nossos fornecedores estratégicos: a duração média das relações com os fornecedores no âmbito do volume de negócios de compras de 80/20 é de 16 anos, refletindo uma colaboração construída ao longo do tempo e baseada na confiança, em padrões elevados e na melhoria contínua.

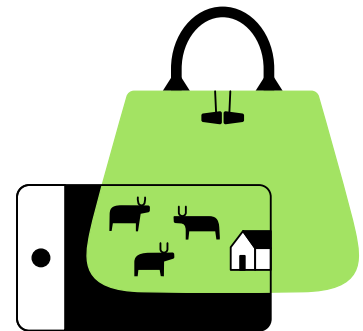
VISÃO GERAL DAS PRÁTICAS DE BEM-ESTAR ANIMAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

Por fim, a Longchamp está a reforçar os compromissos para com o bem-estar dos animais como parte da nossa responsabilidade social e ambiental. Esta iniciativa faz parte de uma abordagem abrangente que visa melhorar a rastreabilidade do couro e promover práticas respeitosas em toda a cadeia de abastecimento.

Em 2025, a Maison mapeou 31 matadouros parceiros e implementou um sistema interno de classificação para identificar os níveis de risco. Entre eles, 14 estão listados na base de dados do ICEC (Institute

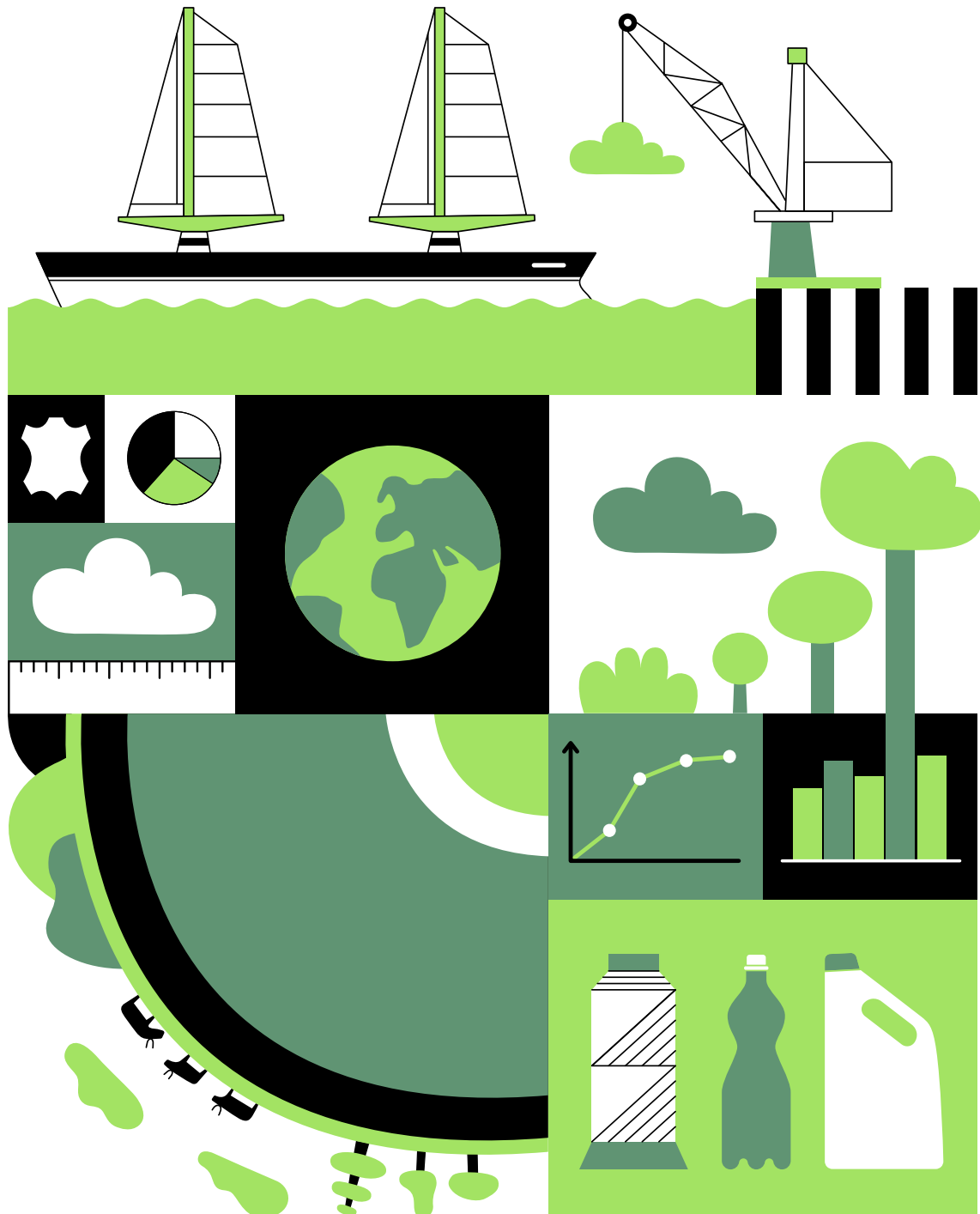
of Quality Certification for the Leather Sector), uma organização reconhecida pelos seus padrões em relação à rastreabilidade, qualidade e sustentabilidade do couro. Além disso, 13 possuem certificações específicas de bem-estar animal, atestando as suas práticas de exploração e abate, bem como a rastreabilidade até às instalações.

Para instalações que ainda não possuem certificações, a Longchamp planeia implementar medidas de apoio para incentivar a adoção gradual de práticas mais responsáveis, em colaboração com os nossos parceiros e as cadeias de abastecimento relevantes.



Através desta iniciativa, a Maison continua a fortalecer os padrões relativos ao couro, combinando padrões, certificações e transparência para contribuir para uma cadeia de abastecimento mais responsável.

PLANETA



IN THE FACE OF CLIMATE CHANGE, Longchamp continues to build an environmental strategy with a clear goal: sustainably reducing our environmental footprint while transforming practices at every step of the supply chain. In 2025, we accelerated the implementation of our Climate Strategy, strengthened our management tools, and rolled out new concrete actions to reduce our climate impact, particularly through our material choices. This initiative is based on three complementary pillars: measuring to understand, acting to reduce, and mobilizing all teams to ensure these transformations are lasting.

1610
-95
-16

- 1610 funcionários informados sobre questões climáticas (40% da força de trabalho)
- Meta de redução absoluta para as nossas emissões de Âmbito 1 e 2 de -95% até 2033 em comparação com 2023
- Redução de -16% da pegada de carbono em 2025

- Objetivo de reduzir a intensidade das emissões do Âmbito 3 em -50% até 2033
- 80 000 serviços de reparação realizados em 2025, um aumento de 5000 em relação a 2024
- Foram recicladas aproximadamente 20 toneladas de restos de pele

-50
80 000
20

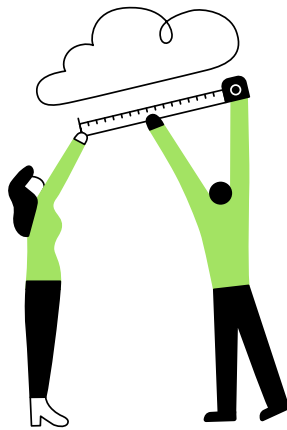
MEDIR E SENSIBILIZAR PARA AS QUESTÕES CLIMÁTICAS

IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA CLIMÁTICA

Lançada para estruturar a trajetória de descarbonização da Maison, a Estratégia Climática atua como estrutura de referência para as ações ambientais da Longchamp. Com a sua implementação, a Maison visa a redução absoluta de -95% nas emissões de Âmbito 1 e 2 até 2033, em comparação com os níveis de 2023. Em relação ao Âmbito 3, a meta de redução da intensidade económica é de -50% até 2033, em comparação com os níveis de 2023.

A estratégia é construída com os principais impulsionadores da otimização dos transportes, regionalização das cadeias de abastecimento, eliminação progressiva de combustíveis fósseis em instalações industriais, redução de resíduos, otimização do corte de materiais e desenvolvimento de soluções de reparação e circularidade. Este ano, fortalecemos a monitorização do nosso roteiro para melhorar as capacidades de gestão e harmonizar as práticas no seio da empresa. Emergiram duas áreas prioritárias desta abordagem. Primeiro, a redução do desperdício de material foi identificada como alavanca fundamental para limitar a pegada de carbono. Em segundo lugar, a seleção das explorações pecuárias foi identificada como questão complexa e estruturante a longo prazo que merece atenção. Entre 2024 e 2025, foram lançados 20 projetos, sendo que os restantes 13 projetos serão lançados entre 2026 e 2029.

Entre os maiores avanços operacionais do ano, esteve a implementação de um sistema de gestão de transportes (TMS), a redução da quota de transporte aéreo nos envios internacionais e o lançamento do Asia Hub, que, com base nos volumes de 2025, eliminará o tráfego desnecessário de 1,4 milhões de produtos.

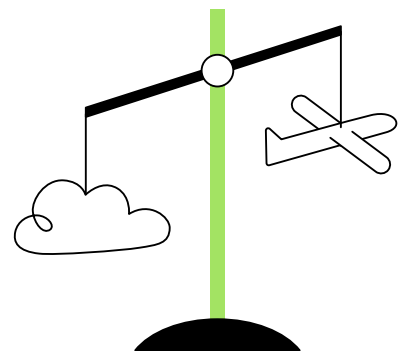


Estes esforços foram complementados por iniciativas contínuas de eficiência energética em todas as instalações industriais, incluindo a conclusão de projetos em Rémalard (iluminação LED, isolamento e bombas de calor) e trabalhos em curso em Segré.

Além disso, foram aprovados novos projetos de eficiência energética durante o verão para as instalações industriais. Em 2025, o trabalho em Rémalard foi concluído, enquanto as instalações de Segré continuaram o seu programa com a instalação de painéis solares e uma bomba de

calor para o edifício de logística. Em 2026, os próximos passos envolverão as instalações de Château-Gontier (iluminação LED, isolamento da fachada) e a conclusão da bomba de calor para o edifício de logística em Segré. Nas cinco instalações industriais, 63% do trabalho de melhoria da eficiência energética já foi concluído, refletindo um percurso estruturado e progressivo para reduzir a pegada energética das operações industriais.

Finalmente, o envolvimento da equipa continua a ser um pilar central desta transformação: 1610 funcionários receberam formação no atelier Fresque du Climat em 2025, representando 40% da força de trabalho, e foram realizadas cinco apresentações internas ao longo do ano para apoiar a adoção da Estratégia Climática.



RESULTADOS DA PEGADA DE CARBONO 2025

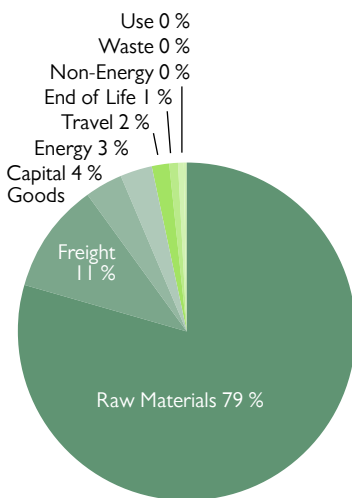
Em 2025, a Maison Longchamp confirmou a trajetória descendente da sua pegada de carbono, com uma redução de 16% em relação ao ano anterior, atingindo 199 733 tCO₂e. Este desempenho baseia-se na diminuição já observada no ano anterior e acompanha o crescimento contínuo das receitas nos últimos dois anos, ilustrando a capacidade de a Maison conciliar o desempenho económico com a redução da sua pegada de carbono. Em 2025, esta tendência descendente é impulsionada por um terço das reduções reais de emissões, apoiadas por esforços relativos a carga, matérias-primas e energia, e por atualizações metodológicas que melhoraram a contabilização de determinadas fontes de emissões.

A redução da pegada de carbono explica-se principalmente pela continuação e pelo fortalecimento das ações sobre o transporte de mercadorias, particularmente através da otimização dos fluxos logísticos e do aumento do uso de modos de transporte de menor emissão. Estes esforços resultaram numa redução

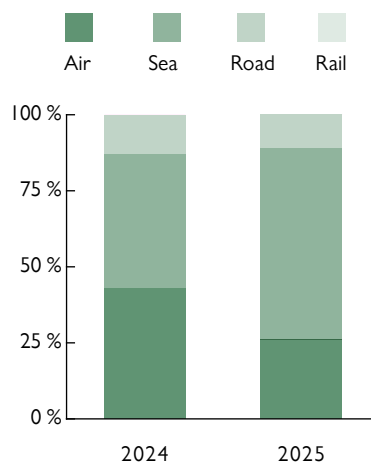
de -30% nas emissões relacionadas com o transporte de mercadorias, contribuindo para aproximadamente um quarto da redução global de -16%. As matérias-primas representam outra alavanca fundamental. Em 2025, as emissões associadas a esta categoria diminuíram -1%, apoiando simultaneamente o aumento contínuo das receitas. Tal reflete o impacto tangível das iniciativas nos materiais, nomeadamente através de taxas de rendimento melhoradas e de uma gestão de inventário mais eficiente. Além disso, as reduções das emissões foram apoiadas por iniciativas relacionadas com a energia, incluindo o uso de contratos de eletricidade verde.

Para além destas reduções reais, várias mudanças metodológicas também contribuíram para a redução da pegada de carbono em 2025. A atualização dos fatores de emissão monetária pela ADEME teve um impacto significativo em determinadas categorias do Âmbito 3, em particular bens de capital e bens e serviços adquiridos, cujas emissões foram reduzidas para metade na sequência desta revisão. Estes ajustes melhoram a robustez e a consistência do cálculo da pegada de carbono, ao mesmo tempo que garantem uma melhor comparabilidade ao longo do tempo.

PEGADA DE CARBONO 2025



PARTE DE T.KM TRANSPORTADAS POR MODO DE TRANSPORTE EM 2024 E 2025



FORMAÇÃO SOBRE QUESTÕES CLIMÁTICAS EM 2025

Com base na sua implementação em 2024, a Longchamp incorporou os workshops da *Fresque du Climat* na integração de funcionários a partir de 2025, para garantir uma base partilhada de compreensão das questões climáticas a partir do momento em que os funcionários entram na empresa. Esta abordagem alinha todas as equipas com os

compromissos da empresa, enquanto promove o diálogo interfuncional e as ligações entre os funcionários para além dos seus âmbitos de trabalho habituais.

O envolvimento da equipa continuou ao longo do ano, demonstrando um forte compromisso coletivo para reforçar a consciencialização e adotar medidas do ponto de vista climático. No total, 1610 funcionários participaram nos workshops, o que representa 40% da força de trabalho,

incluindo 240 na sede, 280 nas instalações industriais e 1090 na nossa rede de distribuição.

Essas oportunidades de discussão ajudam a incorporar a Estratégia Climática nas práticas diárias e a fortalecer a capacidade de todos agirem no próprio nível, tornando a compreensão dos desafios ambientais um motor de transformação partilhado.

REDUZIR A PEGADA FÍSICA

NEOLINE – EXPLORAR NOVAS SOLUÇÕES DE TRANSPORTE COM BAIXAS EMISSÕES DE CARBONO

Em 2025, a Longchamp atingiu um marco importante na descarbonização dos fluxos de logística, embarcando num cargueiro à vela no âmbito do projeto Neoline. Esta iniciativa permite o transporte de mercadorias, especialmente para os Estados Unidos, com tempos de trânsito comparáveis aos transportes marítimos convencionais, reduzindo significativamente a pegada de carbono.

Jérémie Nountchongoue,
Responsável de Transportes e Importação-Exportação, explica-nos este projeto.

O que é o projeto Neoline e porque é que é estratégico para a Longchamp?

Neoline é um projeto de transporte marítimo à vela usado pela Longchamp para a expedição de mercadorias, principalmente para os Estados Unidos, com vista a demonstrar a viabilidade do transporte à vela em escala industrial. Este projeto é estratégico porque permite à Longchamp ser pioneira na descar-

bonização do transporte marítimo sem demora e destacar o nosso compromisso de RSE. Há cinco anos que trabalhamos neste projeto com o nosso parceiro.

Quais são as principais inovações ou características únicas deste lançamento?

A característica única deste lançamento é o uso de um cargueiro à vela moderno, uma grande inovação na indústria naval.

O projeto prova que o transporte marítimo à vela funciona para fluxos de carga industriais, com tempos de trânsito comparáveis aos transportes marítimos convencionais, sendo que o setor representa uma promessa para o futuro.

A Longchamp está entre os primeiros expedidores a usar este tipo de navio, sublinhando a natureza inovadora do projeto.

Que benefícios são esperados para a empresa, particularmente em termos de RSE e transporte sustentável?

O principal benefício consiste na redução da pegada de carbono da propulsão à vela, contribuindo para os objetivos da Estratégia Climática da Longchamp.

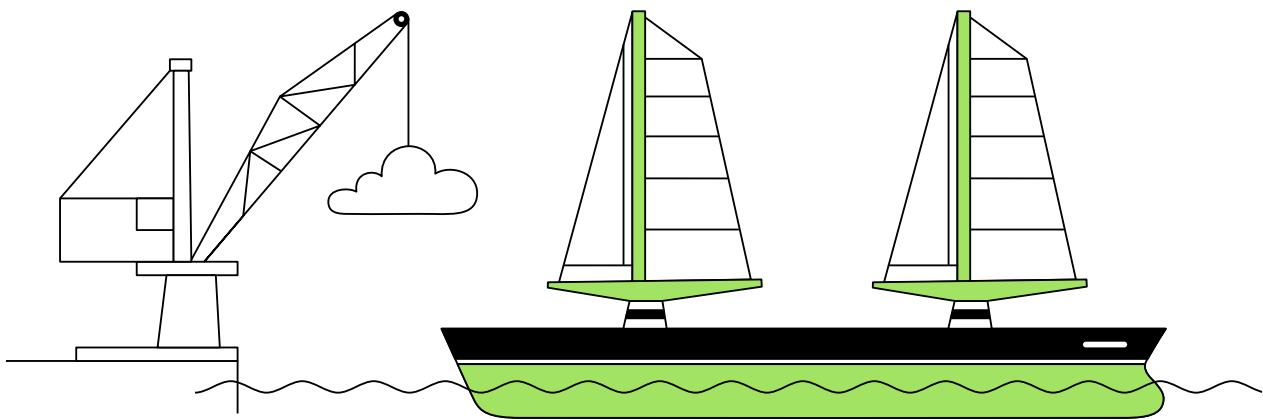
Além disso, também mantemos prazos de entrega equivalentes aos do transporte marítimo convencional, por isso não há um impacto negativo no desempenho logístico.

Por fim, o custo adicional para a Longchamp é insignificante, tornando a solução acessível sem comprometer a rentabilidade.

Quais são os próximos passos para o Neoline, e como vê o seu impacto a longo prazo?

Atualmente, o Neoline oferece apenas uma viagem de ida e volta por mês, o que limita o volume transportado pela Longchamp, mas está a ser construído um segundo navio para aumentar a frequência para uma viagem de ida e volta a cada duas semanas.

Estamos a trabalhar para expandir este meio de transporte para outras expedições, como a nossa parceria com a WINDCOOP para expedições para Madagáscar (atendendo à nossa parceria com a LANA). O navio, atualmente em construção, irá melhorar a fiabilidade da entrega com este fornecedor, enquanto reduz a nossa dependência relativamente aos combustíveis fósseis.

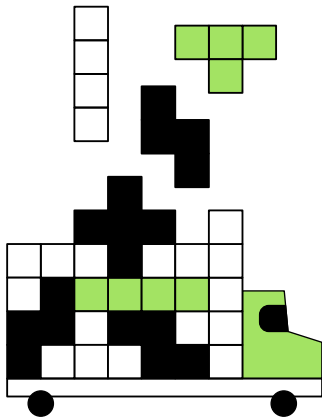


RUMO A UMA VISÃO CONSOLIDADA DOS RESÍDUOS

Em 2025, a Longchamp deu um novo passo na estruturação da gestão de resíduos através da implementação de relatórios abrangentes em toda a empresa, incluindo 25 países. Este sistema permite uma melhor quantificação e rastreabilidade dos fluxos de resíduos, proporcionando uma visão consolidada dos volumes gerados em instalações industriais e no seio da rede de retalho.

Esta abordagem é uma base essencial para a identificação mais precisa das principais fontes de resíduos e para orientar ações direcionadas para a redução, triagem e recuperação. Além disso, marca também o início de uma harmonização gradual das práticas em diferentes regiões geográficas.

Ao mesmo tempo, a Longchamp está a levar a cabo iniciativas específicas em matéria de triagem e reciclagem nas lojas. Indicadores dedicados, nomeadamente a percentagem de lojas que praticam a triagem e reciclagem, estão a ser consolidados e irão melhorar a gestão ambiental a partir de 2026, para apoiar a implementação global de normas comuns.



COMPREENDER OS IMPACTOS HÍDRICOS DA NOSSA CADEIA DE VALOR

Em 2025, a Longchamp realizou uma análise aprofundada da nossa pegada hídrica para identificar os nossos impactos e dependências. O estudo distingue entre a água extraída e a água consumida, demonstrando que a maior parte do impacto ocorre a montante, durante a produção de matérias-primas. O couro representa entre 50% e 60% da pegada, principalmente durante a fase de criação de gado, que representa 70% da água consumida e 80% da água extraída. As culturas naturais, como o algodão e a seda, também requerem volumes significativos de água, ao passo que os materiais sintéticos a usam principalmente durante os processos de acabamento.

O estudo destaca as questões de qualidade relacionadas com as emissões de azoto e fósforo dos fertilizantes agrícolas, bem como com a produção de materiais sintéticos e processos de acabamento. Para limitar os nossos impactos, a Longchamp está a reforçar a rastreabilidade, a estabelecer requisitos para os nossos parceiros, a explorar práticas alternativas de curtimento e a confiar em materiais reciclados para reduzir a nossa pegada hídrica.

Através destas ações, a Maison está a proceder à transformação gradual das nossas cadeias de abastecimento para preservar melhor os recursos e limitar os nossos impactos ambientais.

REGIONALIZAÇÃO DOS FLUXOS DE LOGÍSTICA: DESEMPENHO E REDUÇÃO DO IMPACTO

A regionalização dos fluxos de logística na Longchamp visa limitar o impacto ambiental. A abertura do Asia Hub em Hong Kong aproxima a produção dos mercados finais, eliminando a necessidade de transitar por França devido aos 1,4 milhões de itens destinados à região da Ásia-Pacífico. Este sistema otimiza os prazos de entrega, reforça a resiliência da cadeia de abastecimento e reduz a dependência quanto ao transporte aéreo, mantendo o desempenho logístico. Foram implementados ajustes técnicos e de IT para separar fluxos e eliminar rotas desnecessárias.

Além disso, em janeiro de 2025, a direção da empresa decidiu expandir o uso do frete marítimo para matérias-primas e produtos acabados, especialmente entre a Europa e a Ásia. Esta estratégia reduziu a quota de transporte aéreo, assegurando simultaneamente a qualidade do serviço e permitindo um melhor planeamento do inventário. Em última análise, a Longchamp planeia aumentar ainda mais a quota de transporte marítimo para amplificar os benefícios ambientais desta regionalização.

"Ao aproximar a produção dos mercados finais, eliminámos fluxos desnecessários, mantendo os prazos logísticos", explicou Jérémie Nountchongoue, Responsável pelos Transportes e Importação-Exportação.

RELATÓRIO DE ESTADO SOBRE A NOSSA PEGADA DE BIODIVERSIDADE

Em 2025, a Longchamp realizou uma análise abrangente do respetivo impacto na biodiversidade, usando a estrutura de impacto ENCORE (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure) para mapear as pressões que as nossas atividades exercem sobre os ecossistemas. Esta abordagem estruturada permitiu avaliar toda a cadeia de abastecimento a montante, particularmente as fases mais sensíveis, como a criação de gado para produção de couro e o cultivo de algodão.

O estudo identificou as principais pressões descritas pelo IPBES, incluindo a destruição dos habitats naturais, a sobre-exploração de recursos, a poluição e as alterações climáticas. Os impactos mais significativos ocorrem a montante, durante

a extração e o processamento de matérias-primas.

Foram criados cinco mapas para detalhar os impactos da Longchamp, incluindo o apresentado abaixo, que se concentra na pressão relacionada com a destruição dos habitats naturais. Este resume a intensidade dos impactos por categoria de atividade e as principais ações adotadas para limitar esta pressão.

Usando estes mapas, a Longchamp tem dado prioridade aos principais desafios: criação de gado para a produção de couro, cultivo de algodão, extração de metal e desflorestação.

Embora o impacto direto das instalações da Longchamp se mantenha moderado, a Maison atua localmente através da gestão responsável da água e de desenvolvimentos que promovem a biodiversidade. Já estão em curso várias ações concretas: maior rastreabilidade do couro,

requisitos rigorosos relativamente aos efluentes (certificações), seleção de materiais responsáveis (algodão certificado, materiais reciclados), monitorização de resíduos liderados por parceiros e melhorias ecológicas nas instalações.

Os próximos passos incluem reforçar a rastreabilidade até às explorações pecuárias e aumentar a proporção de materiais certificados ou reciclados.

Ao mesmo tempo, a Longchamp participa em iniciativas coletivas, como a "Deforestation-Free Call to Action for Leather", liderada pela Textile Exchange e pelo Leather Working Group, que visa alcançar o abastecimento de couro sem desflorestação até 2030. As ações incluem melhorar a rastreabilidade, realizar avaliações de risco por região de abastecimento e manter um diálogo com fornecedores para definir padrões comuns da indústria.

AÇÕES PARA MITIGAR OS IMPACTOS NA ALTERAÇÃO DO USO DA TERRA

CAPACITY TO INFLUENCE		VOLUME PURCHASED IN 2024 (TONNES)	LEATHER 37 %		TEXTILE (SYNTHETIC) 48 %		ACCESSORIES (METAL) 15 %		TEXTILE (NATURAL) 8 %		WOOD PACKAGING 2 %	
			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	Tannery 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

PROMOVER A CIRCULARIDADE

DA REPARAÇÃO À SEGUNDA MÃO: UMA ABORDAGEM CIRCULAR

A reparação é um pilar fundamental do ADN da Longchamp. Em 2025, quase 80 000 produtos foram reparados, o que corresponde a 50% mais do que em 2024 e confirma a importância desta experiência no prolongamento da vida útil dos produtos. Para incentivar os clientes a optar pela reparação em vez da substituição, a Longchamp lançou um programa de reparação gratuito na região do Benelux em Janeiro de 2025. Esta iniciativa visa simplificar a experiência do cliente, reduzir o transporte desnecessário e promover o hábito de reparar em vez de substituir. No final de Setembro de 2025, as reparações tinham aumentado 58% na Bélgica, 30% no Luxemburgo e 105% nos Países Baixos, o que representa 1600 reparações adicionais. A implementação do serviço gratuito está a decorrer gradualmente para garantir a qualidade do serviço e a capacidade do atelier. Ao mesmo tempo, a Longchamp está a expandir a rede de centros de reparação, com novas localizações em Londres e Xangai,

para reforçar a proximidade com os mercados e apoiar o crescimento da procura local. Esta expansão contribui para a construção de um modelo circular sustentável.

A Longchamp também lançou um serviço de segunda mão em França, em parceria com a FAUME. A plataforma permite que os clientes comprem ou revendam carteiras Longchamp verificadas e autenticadas, prolongando assim o ciclo de vida dos produtos e reforçando a economia circular. Para formar o inventário inicial, foram reparados quase 800 itens. Totalmente online, o serviço oferece a opção de revender carteiras, comprar um modelo recondicionado e receber crédito sob a forma de cartão de presente. A FAUME inspeciona os produtos para garantir a sua autenticidade e conformidade.

Através destas iniciativas complementares de reparação e venda em segunda mão, a Longchamp afirma o compromisso de adotar um modelo circular, colocando a sustentabilidade dos produtos no centro do nosso compromisso ambiental.

DAR UMA SEGUNDA VIDA AOS MATERIAIS

Por fim, a Longchamp está a desenvolver soluções para reutilizar as sobras de couro dos nossos ateliers. Em 2025, a Longchamp reciclou aproximadamente 20 toneladas de resíduos de couro através da parceria com a Recycuir, reaproveitando estes materiais para novas utilizações e apoiando o setor económico social e de solidariedade. Além disso, outros resíduos de couro estão a ser incorporados nas nossas novas coleções, nomeadamente na linha de sacos Le Pliage Filet, para promover a circularidade.

Para além do couro, o uso crescente de materiais reciclados é um grande motor para a redução do impacto ambiental. Em particular, reduz a pegada hídrica dos materiais sintéticos num fator de cinco e a do algodão num fator de dez, em comparação com os respetivos equivalentes virgens. Através destas iniciativas, a Longchamp continua a transformar as cadeias de abastecimento, colocando a inovação e a circularidade dos materiais no centro da estratégia ambiental.



AGRADECIMENTOS E CRÉDITOS

A Longchamp gostaria de agradecer a todos os colaboradores que ajudaram a produzir este relatório, assim como aqueles que compartilharam as suas experiências e compromissos na Maison: Juliette Poupard, Hector Cassegrain, Adrien

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

A Maison agradece especialmente a Bruno Bernard, diretor artístico deste relatório, e a Vincent Godeau, criador das ilustrações que lhe dão vida.

