

## Il Gruppo Prada ottiene la Certificazione sulla Parità di Genere

**Milano, 14 gennaio 2026** – Nell’ambito del percorso di *diversity, equity & inclusion*, Prada S.p.A. è lieta di annunciare il conseguimento della **Certificazione sulla Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, che testimonia l’impegno dell’azienda verso un ambiente di lavoro sempre più equo e inclusivo.

La certificazione, rilasciata dall’ente certificatore Certiquality Srl, è stata ottenuta al termine di un processo di verifica articolato in più fasi e condotto presso diverse sedi aziendali, che ha previsto la misurazione, rendicontazione e valutazione di parametri qualitativi e quantitativi nelle seguenti **sei aree**: selezione e assunzione, gestione della carriera, equità salariale, genitorialità e cura, conciliazione tempi vita-lavoro, attività di prevenzione di ogni forma di abuso sui luoghi di lavoro.

*“Siamo orgogliosi di questo risultato che rappresenta una tappa fondamentale nel nostro percorso di crescita. Crediamo che pratiche eque e inclusive debbano guidare tutte le organizzazioni e ispirare il modo di lavorare e di esercitare la leadership per creare valore”*, ha dichiarato **Lorenzo Bertelli, Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada**.

*“Questo riconoscimento riflette il nostro impegno costante per la sostenibilità e rafforza una convinzione fondamentale: integrare l’equità nel modo in cui lavoriamo, in cui sosteniamo i talenti e costruiamo la nostra cultura è essenziale per avere organizzazioni solide, responsabili e pronte al futuro. Siamo consapevoli della responsabilità di dare l’esempio, promuovendo un ambiente in cui ogni voce sia ascoltata, riconosciuta e valorizzata”*, ha commentato **Rosa Santamaria, Chief People Officer del Gruppo Prada**.

La certificazione si inserisce come tappa fondamentale nella strategia di sostenibilità del Gruppo, “IMPACT”, che si articola in tre linee d’azioni: Planet, People, Culture. L’impegno per la valorizzazione delle proprie persone prevede iniziative volte a sostenere lo sviluppo delle e dei dipendenti, promuovere l’inclusione sul luogo di lavoro e allineare le pratiche organizzative agli obiettivi di sostenibilità.

L’impegno del Gruppo si è tradotto negli anni in azioni strategiche concrete, tra cui:

- La nuova **Parental Policy globale**, sviluppata per definire un nuovo standard internazionale e garantire un allineamento su un modello evoluto di congedo parentale, a sostegno concreto delle persone e delle loro famiglie.
- **Corsi di formazione** specifici per supportare le persone nell’identificazione di bias e nell’adozione di un linguaggio inclusivo per riconoscere tutte le identità, contribuendo a un ambiente di lavoro più accogliente e consapevole, capace di valorizzare le differenze.
- **Global People Culture Forum**, un appuntamento periodico che riunisce il team di leadership globale per favorire un dialogo aperto sull’agenda People del Gruppo, con l’obiettivo di monitorarne i progressi, condividere idee e best practice, e raggiungere standard sempre più elevati su temi che riguardano le e i dipendenti e il loro benessere.
- **Drivers of Change**, il programma interno di engagement ideato per diffondere i valori fondamentali e i pillar di sostenibilità, che permette alle e ai dipendenti di connettersi, condividere e collaborare tra ruoli e funzioni per proporre progetti e idee, dando loro la possibilità di generare un impatto positivo sull’organizzazione e le comunità vicine.

**Per informazioni aggiuntive:**

[Prada Group Press Office](#)

[corporatepress@prada.com](mailto:corporatepress@prada.com)

[www.pradagroup.com](http://www.pradagroup.com)

**Gruppo PRADA**

Voce autorevole nel settore del lusso e precursore di un dialogo costante con la società contemporanea che attraversa diverse sfere culturali, il Gruppo Prada fonda la sua identità su valori essenziali quali l'indipendenza creativa, la trasformazione e lo sviluppo sostenibile. Sulla base di questi principi, offre ai suoi marchi una visione condivisa per interpretare ed esprimere il loro spirito. Il Gruppo possiede alcuni dei più prestigiosi marchi nel settore del lusso, Prada e Miu Miu, a cui si aggiungono Church's, Car Shoe, Versace, Marchesi 1824 e Luna Rossa e punta ad accrescere il loro valore, aumentandone la visibilità e la desiderabilità nel tempo. Le collezioni di abbigliamento, pelletteria, calzature e gioielleria - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 620 negozi di proprietà il canale e-commerce diretto, nonché selezionati e-tailers e department stores in tutto il mondo. Il Gruppo, che opera anche nel settore dell'eyewear e del beauty attraverso accordi di licenza, conta 25 stabilimenti e 15.529 dipendenti nel mondo (al 30 giugno 2025, escluso Versace).