

PRADA Group

---

**CHI  
SIAMO**

---

# INDICE

|                     |    |
|---------------------|----|
| 1. Gruppo           | 03 |
| 2. Storia           | 18 |
| 3. Marchi           | 20 |
| 4. ESG              | 31 |
| 5. Fondazione Prada | 41 |
| 6. Luna Rossa       | 43 |

Sezione 1

---

# GRUPPO

Il Gruppo Prada

Highlights

Vision

Purpose

Valori

Modello di Corporate Governance

Consiglio di Amministrazione

Modello di Business

Presenza Globale

Siti Produttivi

Le «fabbriche giardino» del Gruppo Prada

Retail Network del Gruppo

Epicentri

# Il 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, Miu Miu, Church's, Car Shoe, 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 e calzature - disegnate, prodotte e distribuite dal Gruppo - sono disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 612 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 dei profumi attraverso accordi di licenza, conta 24 stabilimenti e circa tredicimila settecento dipendenti nel mondo.

Prada S.p.A. è quotata alla Borsa a Hong Kong come 1913.HK.

# Highlights

6

Marchi

€4,2 mld  
Totale Ricavi Netti

+13.700  
Dipendenti

612

Negozi  
a Gestione Diretta

70

Paesi

24

Stabilimenti

€276 mln  
Investimenti

€4 mln  
Donazioni

Al 31 Dicembre 2022

# Vision



L'attenta **osservazione** e la **curiosità** nei confronti del mondo che ci circonda sono sempre state alla base della **creatività** e della modernità del Gruppo Prada.

Nella società - e quindi nella moda, che ne è in qualche modo il riflesso - l'unica costante è il **cambiamento**.

La **trasformazione** e l'**innovazione** dei codici di riferimento, alla base di ogni evoluzione, ci spinge a interagire con **diverse sfere culturali**, anche apparentemente lontane, portandoci a cogliere in maniera naturale e ad anticipare, lo **spirito dei tempi**.

Oggi, però, questo non è più sufficiente:  
**occorre essere Attori del Cambiamento**,  
con la flessibilità necessaria per tradurre le richieste del mercato e della società in azioni concrete, che guidano il nostro modo di fare azienda”.

**MIUCCIA PRADA  
& PATRIZIO BERTELLI**



# Purpose

Con una prospettiva concettuale e all'avanguardia,  
il Gruppo Prada è leader nel panorama globale del lusso.

Offriamo un dialogo e un'interpretazione distintiva  
del contemporaneo per essere protagonisti del cambiamento:

Be  
**DRIVERS OF CHANGE**

è il nostro modo di fare impresa:  
per il **PIANETA**, le **PERSONE** e la **CULTURA**.

# Valori



# Modello di Corporate Governance



# Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo centrale nel sistema di governo societario ed è investito dei più ampi poteri per l'amministrazione.

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge, dello Statuto, nonché sul rispetto dei principi di corretta amministrazione nello svolgimento delle attività sociali.

La revisione legale dei conti della Società e dell'intero Gruppo Prada è affidata ad una società di revisione indipendente.

L'attuale composizione del Consiglio di Amministrazione è in vigore dal 11 maggio 2023.



**MIUCCIA PRADA  
BIANCHI**

Amministratore  
Esecutivo



**PATRIZIO  
BERTELLI**

Presidente



**ANDREA  
GUERRA**

Amministratore  
Delegato  
e Amministratore  
Esecutivo



**PAOLO  
ZANNONI**

Vice Presidente Vicario  
del Consiglio  
di Amministrazione  
e Direttore Esecutivo



**LORENZO  
BERTELLI**

Amministratore  
Esecutivo



**ANDREA  
BONINI**

Amministratore  
Esecutivo



**MARINA SYLVIA  
CAPROTTI**

Amministratore  
Non Esecutivo  
Indipendente



**MAURIZIO  
CEREDA**

Amministratore  
Non Esecutivo  
Indipendente



**PAMELA  
CULPEPPER**

Amministratore  
Non Esecutivo  
Indipendente



**ANNA MARIA  
RUGARLI**

Amministratore  
Non Esecutivo  
Indipendente



**YOËL  
ZAOÛI**

Lead Independent  
Director  
e Amministratore  
Non Esecutivo  
Indipendente

# Modello di Business

Alla base del successo dei marchi del Gruppo risiede l'originale modello di business che coniuga le competenze artigianali con l'industrializzazione dei processi produttivi.

Questa integrazione consente al Gruppo di tradurre i suoi concetti innovativi di moda in prodotti commerciali, mantenendo al contempo flessibilità produttiva e un controllo sul know-how, sugli standard qualitativi e di sostenibilità.

CREAZIONE  
E SVILUPPO  
PRODOTTO

PRESENTAZIONE  
ORDINI

Presentazioni in Showroom  
Campagna Vendita  
Sfilate

APPROVVIGIONAMENTO

Controllo qualità  
Tutela dei lavoratori

Distribuzione diretta 91%

Distribuzione indiretta 9%

PRODUZIONE

DISTRIBUZIONE

# Presenza Globale

## AMERICA

**104** Negozi

**4** Sedi

## MEDIO ORIENTE E AFRICA

**23** Negozi

**1** Sede

## GIAPPONE

**86** Negozi

**1** Sede

## EUROPA

**209** Negozi

**24** Siti Industriali

**8** Sedi

## ASIA PACIFICO

**190** Negozi

**9** Sedi



# Siti Produttivi

Il Gruppo detiene 24 siti industriali di proprietà, di cui 21 in Italia, per un totale di 183.952 metri quadrati.

A partire dal 2015 è stato avviato un piano di investimenti volto a **riqualificare e riorganizzare** la struttura manifatturiera del Gruppo al fine di **preservare il *know-how* artigianale**, supportare lo **sviluppo tecnologico** dei processi produttivi e migliorare la **qualità degli ambienti di lavoro**.

Quattro di questi siti sono stati definiti “fabbriche giardino”, edifici ideati da Guido Canali in equilibrio tra architettura e natura per realizzare la visione di Patrizio Bertelli sull'importanza della qualità dell'ambiente di lavoro e su come questa influisca sul benessere dei lavoratori.

“

Fare impresa è un **atto sociale** che implica una vera e propria **responsabilità** nei confronti del **territorio**.

PATRIZIO BERTELLI

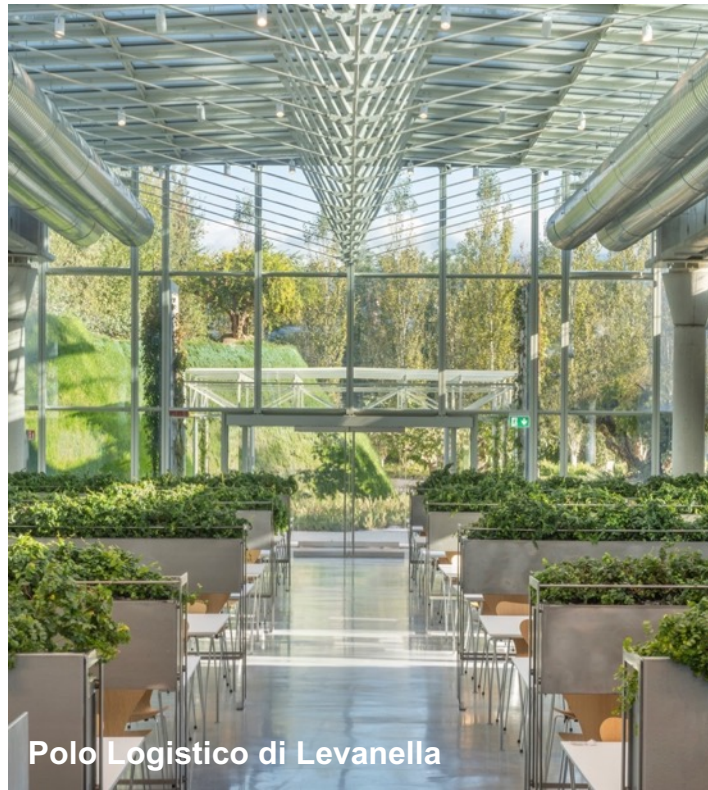
# Le «fabbriche giardino» del Gruppo Prada



# Le «fabbriche giardino» del Gruppo Prada



Valvigna



Polo Logistico di Levanella

“ Le fabbriche giardino del Gruppo Prada sono state sviluppate seguendo **due temi principali**, che sono profondamente interconnessi: il **benessere dei lavoratori** e il rapporto tra gli spazi **interni** e il **paesaggio circostante**.

**GUIDO CANALI**  
Architetto

# Retail Network del Gruppo

## NUMERO DI NEGOZI PER AREA GEOGRAFICA

|                        | <i>DOS</i> | Franchising |
|------------------------|------------|-------------|
| Europa                 | 209        | -           |
| America                | 104        | -           |
| Asia Pacifico          | 190        | 21          |
| Giappone               | 86         | -           |
| Medio Oriente e Africa | 26         | 5           |
| <b>Totale</b>          | <b>612</b> | <b>26</b>   |

## NUMERO DI NEGOZI PER MARCHIO

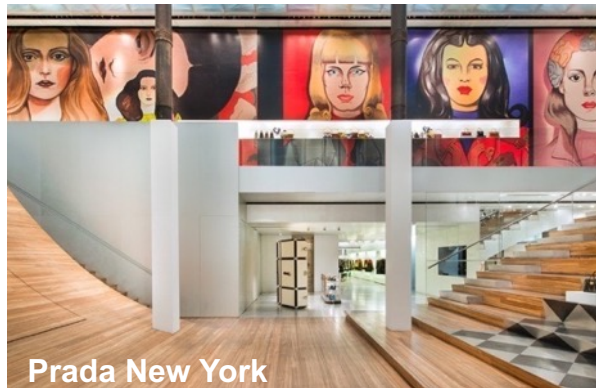
|                       | <i>DOS</i> | Franchising |
|-----------------------|------------|-------------|
| Prada                 | 422        | 21          |
| Miu Miu               | 145        | 5           |
| Church's              | 37         | -           |
| Car Shoe              | 2          | -           |
| Marchesi 1824 e altri | 6          | -           |
| <b>Totale</b>         | <b>612</b> | <b>26</b>   |

Al 31 dicembre 2022

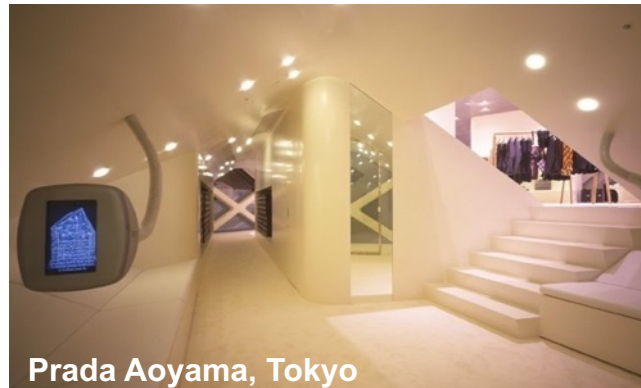
# Epicentri

Il Gruppo Prada ha sviluppato negli anni soluzioni innovative per reinventare l'esperienza d'acquisto.

A partire dagli anni 2000, sono nati gli epicentri **Prada di New York, Los Angeles, e Tokyo** – dove sorge anche l'epicentro di **Miu Miu** – offrendo spazi in cui si svolgono conversazioni sulla cultura contemporanea e si favoriscono opportunità di dialogo con le comunità locali.



Prada New York



Prada Aoyama, Tokyo



Prada Los Angeles



Miu Miu Aoyama, Tokyo

Sezione 2

---

# STORIA

Un viaggio nella nostra storia

# Un viaggio nella nostra Storia



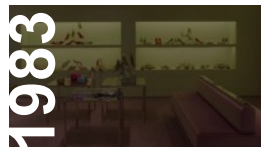
Apertura del primo negozio Prada a Milano in Galleria Vittorio Emanuele II



Miuccia Prada entra nell'azienda di famiglia

1977

La creatività di Miuccia Prada incontra lo spirito imprenditoriale di Patrizio Bertelli



Apertura del primo "Green Store" di Prada a Milano in Via della Spiga, seguito dalle boutique di New York, Madrid, Londra, Parigi e Tokyo



L'ispirazione creativa di Miuccia Prada porta alla creazione del marchio Miu Miu  
Prima collezione di abbigliamento e calzature Prada Uomo



Nasce il Team Luna Rossa



Il Gruppo Prada acquisisce Church's, lo storico marchio inglese di calzature



Nasce la prima «fabbrica giardino» del Gruppo Prada

Acquisizione di Car Shoe



Apertura degli epicentri di Tokyo, New York e Los Angeles

2011 2013

Pubblicazione del primo Report di Sostenibilità

Prada S.p.A. colloca il 20% delle proprie azioni alla Borsa di Hong Kong



Il Gruppo Prada acquisisce Pasticceria Marchesi



Fondazione Prada inaugura la sua sede permanente a Milano



Raf Simons assume la direzione creativa del marchio Prada con Miuccia Prada

Il Gruppo Prada e UNESCO-IOC lanciano SEA BEYOND, un programma educativo dedicato alla preservazione degli oceani

2021

Prada converte l'intera produzione di nylon in Re-Nylon

2022

Il Gruppo Prada rafforza il proprio impegno in materia di sostenibilità, introducendo il Comitato di Sostenibilità

2023

Nuovo assetto di Corporate Governance per il Gruppo Prada

Sezione 3

---

# MARCHI

I Sei Marchi  
Know-How  
Licenze

# I Sei Marchi



Dal 1913 Prada è sinonimo di stile all'avanguardia. Il suo universo intellettuale unisce concetto, struttura e immagine, attraverso codici che oltrepassano le tendenze. La sua moda trascende il prodotto: è la traduzione del concettuale in un universo che diventa punto di riferimento per chi ama sperimentare, sfidando le convenzioni.



Miu Miu è la rappresentazione più libera della creatività di Miuccia Prada. Volutamente lontano dall'immaginario estetico tradizionale, il marchio si fa portavoce di una donna emancipata e consapevole. La forza diretta di Miu Miu oscilla tra spirito naif e iridescente sovversione, e racconta l'anima più ribelle e seducente della femminilità contemporanea.



La storia di Church's risale al 1617, ma è nel 1873 che viene fondato il marchio Church & Co., che ancora oggi produce calzature artigianali "English-style" nella storica sede di Northampton. Le collezioni di Church's, icone di lusso contemporaneo, si distinguono per un'estetica senza tempo e una qualità eccezionale.

# I Sei Marchi



I piccoli gommini montati su una suola destrutturata identificano dal 1963 l'iconico mocassino Car Shoe. L'iconico mocassino ha rappresentato il punto di partenza per la personale interpretazione di Car Shoe dello stile casual attraverso una vasta gamma di prodotti.



Dal 1824 Pasticceria Marchesi è simbolo dello stile milanese. Con le sue preparazioni eccellenti, ambienti eleganti, e il servizio impeccabile, accompagna i momenti di convivialità tra gusto artigianale e creatività raffinata.



Luna Rossa, il team italiano che rappresenta il Circolo della Vela Sicilia nella sfida alla 37<sup>a</sup> edizione dell'America's Cup, è l'espressione più alta dello spirito sportivo e dell'innovazione tecnologica. Il progetto, animato da visione, competenza e passione, è entrato nel cuore degli italiani e di tutti gli appassionati di vela del mondo.

Marchi

# Prada



Marchi

# Miu Miu



Marchi

# Church's



# Car Shoe



Marchi

# Marchesi 1824

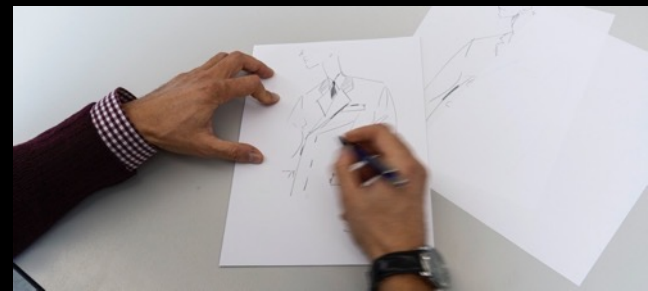


# Luna Rossa



Marchi

# Know-How



# Licenze



## PROFUMI

Nel 2003 Prada ha avviato la produzione e la commercializzazione di profumi. Nel 2021, il marchio ha firmato un accordo di licenza a lungo termine con il Gruppo L'Oréal per la creazione, lo sviluppo e la distribuzione di prodotti *luxury beauty*.



## EYEWEAR

Il Gruppo Prada ha introdotto il concetto di *eyewear* come accessorio di moda nel 2000, inserendolo nelle collezioni Prada e Miu Miu.

Nel 2003 il Gruppo stipula un accordo di licenza con Luxottica e inizia a produrre anche modelli da vista.

Sezione 4

---

# ESG

Strategia di Sostenibilità

Pilastrì

Per il PIANETA

Per le PERSONE

Per la CULTURA

# Strategia di Sostenibilità

Le linee strategiche di sostenibilità del Gruppo Prada sono la formalizzazione di un lungo percorso di crescita ed evoluzione per l'ambiente, per le persone e per la cultura e sono volte a rafforzare e consolidare ulteriormente questo impegno, anche attraverso l'individuazione di target ambiziosi.

## Highlights

Solida Governance ESG attraverso la nomina del Comitato Sostenibilità a febbraio 2022

Il progetto di *internal engagement* Drivers of Change coinvolge i dipendenti sui valori del Gruppo tra cui la sostenibilità

## 2

obiettivi di riduzione delle emissioni GHG (SBTi), sostenuti da iniziative e investimenti solidi, annunciati a novembre 2021

Impegno per la tutela della biodiversità formalizzato a dicembre 2022

Nuovo codice di condotta per i fornitori del Gruppo per rafforzare il controllo sulla catena del valore, in vigore dall'inizio del 2023

**87%**  
dei fornitori industriali del Gruppo si trova in Italia

“

Continueremo ad investire in programmi di formazione e **istruzione** che ci aiuteranno a tutelare e valorizzare la **diversità** e l'**inclusione** nel lungo periodo, a costruire un **dialogo aperto** e a raccogliere punti di vista diversi direttamente dalle persone sulla **diversità**, sull'**equità** e sull'**inclusione**.

**LORENZO BERTELLI**

Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada



# I Pilastri



**Ci impegniamo ad adattare i nostri processi aziendali per ridurre l'impatto**

Mitigare il nostro impatto sul clima

---

Preservare gli ecosistemi

---

Adottare il pensiero circolare



**Ci impegniamo per un ambiente di lavoro inclusivo, creativo ed equo**

Sostenere la diversità e promuovere l'inclusione

---

Stimolare la creatività e supportare la preservazione del know-how artigianale

---

Garantire il benessere ed eque condizioni lavorative



**Ci impegniamo a condividere i nostri valori e a costruire una società sostenibile**

Contribuire al dibattito culturale

---

Promuovere una cultura di sostenibilità

---

Ispirare l'evoluzione scientifica

## Per il **PIANETA**

**Ci impegniamo ad adattare  
i nostri processi aziendali  
per ridurre l'impatto**

Mitigare il nostro impatto sul clima

Preservare gli ecosistemi

Adottare il pensiero circolare

# Highlights del Gruppo Prada per il Pianeta

>65%

dell'elettricità acquistata su scala globale proviene da fonti rinnovabili

16

Impianti fotovoltaici di proprietà

+52%

di elettricità autoprodotta dal 2019

3 LEED

Certificazioni per Building Design & Construction

70 LEED

Interior Design & Construction

171 LEED

Operations & Maintenance

97%

Carta per il packaging certificata o riciclata

2

Obiettivi SBT allineati alla Business Ambition for 1.5°C

# Pillars

## Per le **PERSONE**

**Ci impegniamo a creare un ambiente  
di lavoro inclusivo, creativo ed equo**

Sostenere la diversità e promuovere l'inclusione

Stimolare la creatività e supportare la preservazione del know-how artigianale

Garantire il benessere ed eque condizioni lavorative

# Highlights del Gruppo Prada per le Persone

Il Gruppo Prada è rappresentato in tutto il mondo da un universo di culture, competenze e nazionalità.

Il Gruppo favorisce l'interazione delle conoscenze pratiche e teoriche dei suoi talenti, nel rispetto dei valori di ciascuno.

113

Diverse Nazionalità

+13.700

Dipendenti  
nel mondo

63%

Dipendenti  
donna

59%

Donne in posizioni  
manageriali

89%

Contratti a tempo  
indeterminato

17

ore medie di formazione  
per dipendente

# Diversity, Equity & Inclusion

La **diversità**, elemento essenziale della **sostenibilità sociale**, è un principio fondamentale per il Gruppo Prada.

La **valorizzazione delle qualità** di ognuno è la premessa per la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo che favorisca l'espressione del potenziale di ciascuno.

Oggi, in una società sempre più integrata e globalizzata, uno dei nostri obiettivi primari

è **comprendere e supportare** ogni persona.

Nel febbraio 2019, il Gruppo Prada ha costituito il Diversity and Inclusion Advisory Council, organo composto da personalità illustri come:

## **Theaster Gates**

Artista, innovatore sociale e fondatore di Rebuild Foundation

## **Joyce F. Brown**

Presidente del Fashion Institute of Technology

## **Mariarosa Cutillo**

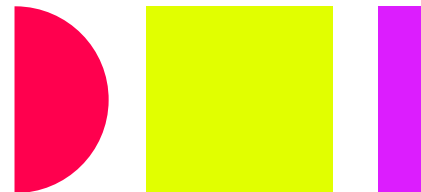
Chief of Strategic Partnership  
United Nations Population Fund (UNFPA)

## **Sarah Lewis**

Associate Professor di Storia dell'Arte e dell'Architettura e di Studi africani e afroamericani all'Università di Harvard

Nell'ottobre 2021 Malika Savell è stata nominata Chief Diversity, Equity & Inclusion Officer Prada Group, The Americas.

PRADA Group



DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

# Pillars

## Per la **CULTURA**

**Ci impegniamo a condividere i nostri valori  
e a costruire una società sostenibile**

Contribuire al dibattito culturale  
Promuovere una cultura di sostenibilità  
Ispirare l'evoluzione scientifica

# Highlights del Gruppo Prada per la Cultura

3

Sedi permanenti tra Milano e Venezia

17

Mostre e progetti culturali realizzati in Fondazione Prada

2

Fellowship assegnate con Fondazione Gianni Bonadonna

300

Studenti della scuola secondaria coinvolti dal progetto Sea Beyond



Sezione 5

---

# Fondazione Prada



# Fondazione Prada

Creata nel 1993 da Miuccia Prada e Patrizio Bertelli, Fondazione Prada nasce con l'idea che la cultura sia profondamente utile e necessaria oltre che attraente e coinvolgente.

Indaga il presente attraverso un programma sperimentale e multidisciplinare che comprende mostre d'arte e fotografia, progetti cinematografici, convegni e attività scientifiche, iniziative musicali e performative.

Fondazione Prada è attiva nelle sue sedi milanesi, nella zona Sud di Milano e nell'Osservatorio in Galleria Vittorio Emanuele II nel centro di Milano, e presso lo storico edificio di Ca' Corner della Regina a Venezia. Inoltre realizza regolarmente progetti espositivi in due sedi esterne, Prada Aoyama a Tokyo e Prada Rong Zhai a Shanghai.

Sezione 6

---

# Luna Rossa



## LUNA ROSSA

Luna Rossa Prada Pirelli è il team italiano che rappresenta il Circolo della Vela Sicilia nella sfida alla 37<sup>a</sup> edizione dell'America's Cup.

Il team è animato da visione, competenza e passione che guidano la squadra nella sua determinazione per la conquista del prestigioso trofeo.

Luna Rossa rappresenta l'espressione più alta dello spirito sportivo e dell'innovazione tecnologica. Un progetto che negli anni è entrato nel cuore degli italiani e di tutti gli appassionati di vela del mondo.

PRADA Group

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