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

II Gruppo Prada

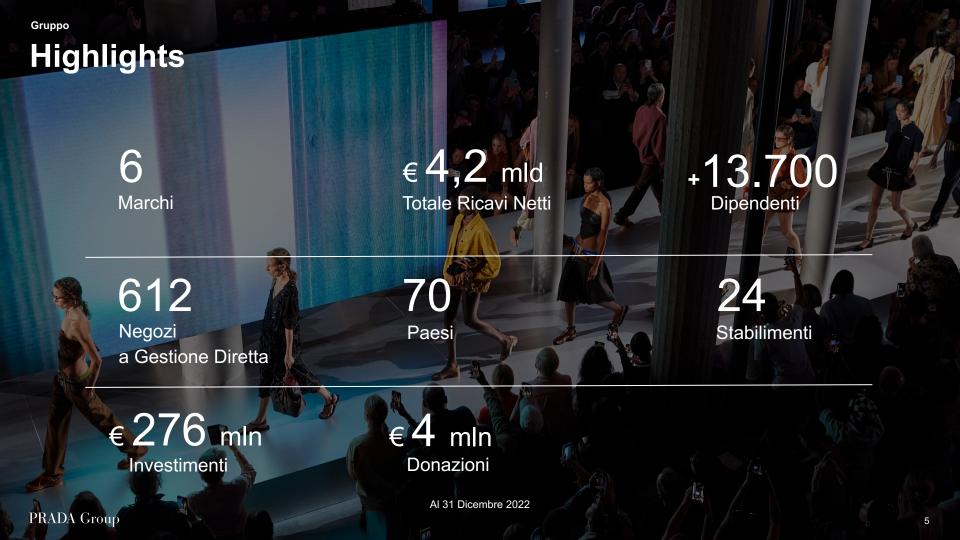
Voce autorevole nel settore del lusso e precursore di un dialogo costante con la società contemporanea che attraversa diverse sfere culturali, il Gruppo Prada fonda la sua identità su valori essenziali quali l'indipendenza creativa, la trasformazione e lo sviluppo sostenibile.

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.



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.

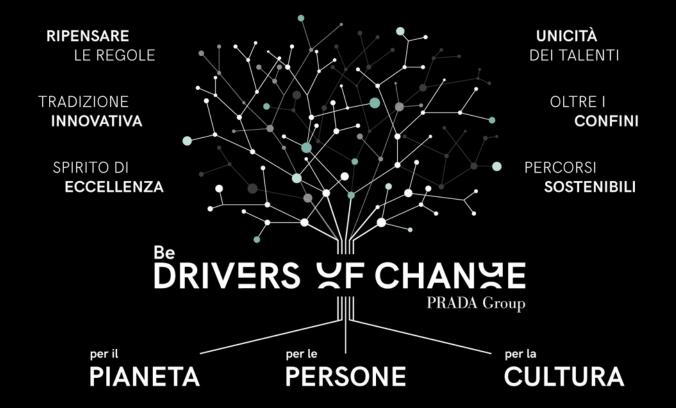
Offriamo un dialogo e un'interpretazione distintiva del contemporaneo per essere protagonisti del cambiamento:

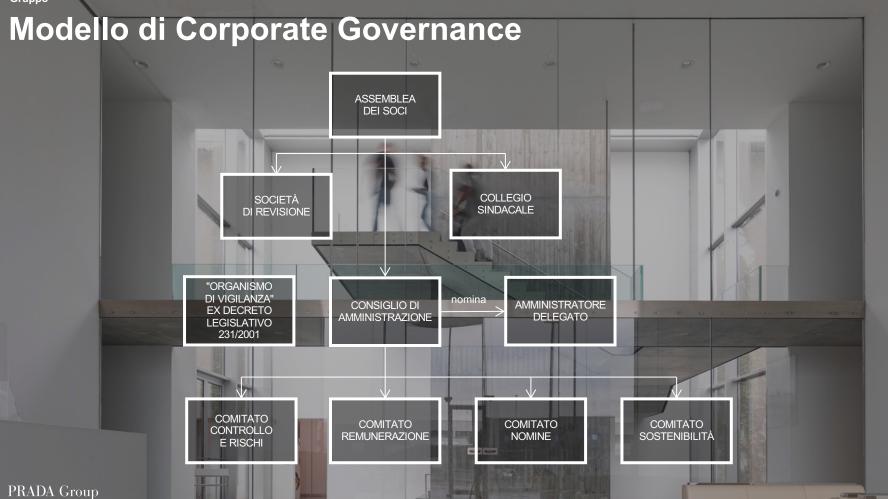
DRIVERS YF CHANYE

è il nostro modo di fare impresa:

per il **PIANETA**, le **PERSONE** e la **CULTURA**.

Valori





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



GUERRA

Amministratore

Delegato

e Amministratore

Esecutivo

ANDREA



ZANNONI
Vice Presidente Vicario
del Consiglio
di Amministrazione
e Direttore Esecutivo

PAOLO



LORENZO

BERTELLI Amministratore Esecutivo



ANDREA BONINI Amministratore Esecutivo



MARINA SYLVIA
CAPROTTI
Amministratore
Non Esecutivo

Indipendente



CEREDA

Amministratore

Non Esecutivo

Indipendente

MAURIZIO



PAMELA
CULPEPPER
Amministratore
Non Esecutivo
Indipendente



ANNA MARIA
RUGARLI
Amministratore
Non Esecutivo
Indipendente



YOËL
ZAOUI
Lead Indipendent
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.

PRESENTAZIONE
E SVILUPPO
PRODOTTO

Presentazioni in Showroom
Campagna Vendita
Sfilate

APPROVVIGIONAMENTO

Controllo qualità
Tutela dei lavoratori

Distribuzione indiretta 9%

PRODUZIONE

DISTRIBUZIONE

Presenza Globale

AMERICA

104 Negozi

4 Sedi

EUROPA

209 Negozi

24 Siti Industriali

8 Sedi

MEDIO ORIENTE

E AFRICA

23 Negozi

1 Sede

GIAPPONE

86 Negozi

1 Sede

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.

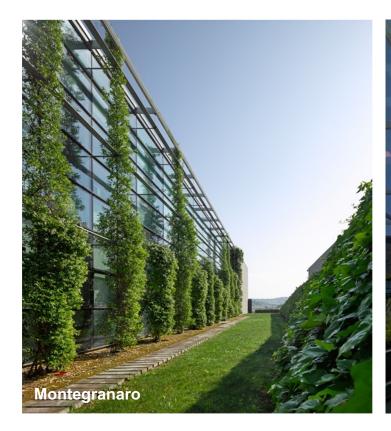
A partire dal 2015 è stato avviato un piano di investimenti volto a riqualificare e riorganizzare la struttura manifatturiera del Gruppo al fine di preservare il know-how artigianale, supportare lo sviluppo tecnologico dei processi produttivi e migliorare la qualità degli ambienti di lavoro.

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





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

NUMERO DI NEGOZI PER MARCHIO

	DOS	Franchising		DOS	Franchising
Europa	209	-	Prada	422	21
America	104	-	Miu Miu	145	5
Asia Pacifico	190	21	Church's	37	-
Giappone	86	-	Car Shoe	2	-
Medio Oriente e Africa	26	5	Marchesi 1824 e altri	6	-
Totale	612	26	Totale	612	26

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.









Sezione 2

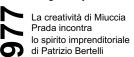
STORIA

Un viaggio nella nostra storia

Un viaggio nella nostra Storia



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





Apertura del primo Miuccia Prada entra nell'azienda di in Galleria Vittorio famiglia



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



Nasce il Team Luna Rossa



L'ispirazione creativa di Miuccia Prada porta alla creazione del marchio Miu Miu

Prima collezione di abbigliamento e calzature Prada Uomo



Apertura degli epicentri di Tokyo, New York e Los Angeles



Nasce la prima «fabbrica giardino» del Gruppo Prada

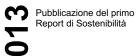
Acquisizione di Car Shoe



Fondazione Prada inaugura la sua sede permanente a Milano



Il Gruppo Prada acquisisce Pasticceria Marchesi



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

2023

Nuovo assetto di Corporate Governance per il Gruppo Prada

N il p

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

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



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

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

PRADA Group

Emanuele II

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^ 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.

Prada



Miu Miu

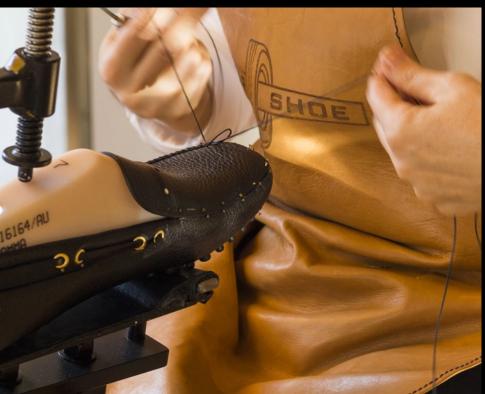


Church's



Car Shoe





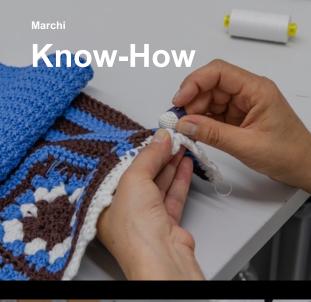
Marchesi 1824





Luna Rossa



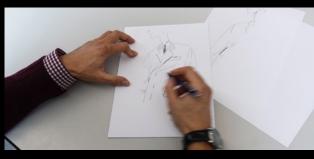














Licenze



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 Pilastri 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, annunciate 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.

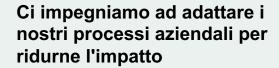
LORENZO BERTELLI

Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada



I Pilastri





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



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

Al 31 dicembre 2022



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

CULTURA 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[^] 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