

PRADA Group

**CHI
SIAMO**

INDICE

1. Gruppo	03
2. Storia	18
3. Marchi	21
4. ESG	32
5. Fondazione Prada	43
6. Luna Rossa	45

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

Il Gruppo Prada è leader nel panorama globale del lusso e precursore di un dialogo non convenzionale con la società contemporanea che attraversa diverse sfere culturali.

Il Gruppo possiede alcuni dei più prestigiosi marchi nel settore: Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa e punta costantemente ad accrescere il loro valore, aumentandone la visibilità e la desiderabilità nel tempo.

Fonda, inoltre, la sua identità su creatività e crescita sostenibile, offrendo ai suoi marchi una visione condivisa per interpretare ed esprimere il loro spirito.

Con 26 stabilimenti e oltre quattordicimila ottocento dipendenti nel mondo, il Gruppo disegna e produce collezioni di abbigliamento, pelletteria, gioielleria e calzature, disponibili in oltre 70 paesi attraverso una rete di 606 negozi di proprietà, il canale *e-commerce* diretto, nonché selezionati *e-tailers* e *department stores* in tutto il mondo. Il Gruppo opera anche nel settore dell'*eyewear* e del *beauty* attraverso accordi di licenza.

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

Highlights

6

Marchi

€ 4,7 mld

Totale Ricavi Netti

14.876

Dipendenti

606

Negozi
a Gestione Diretta

70

Paesi

26

Siti Industriali

€ 752,7 mln

Investimenti nel 2023

€ 6,3 mln

Donazioni nel 2023

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

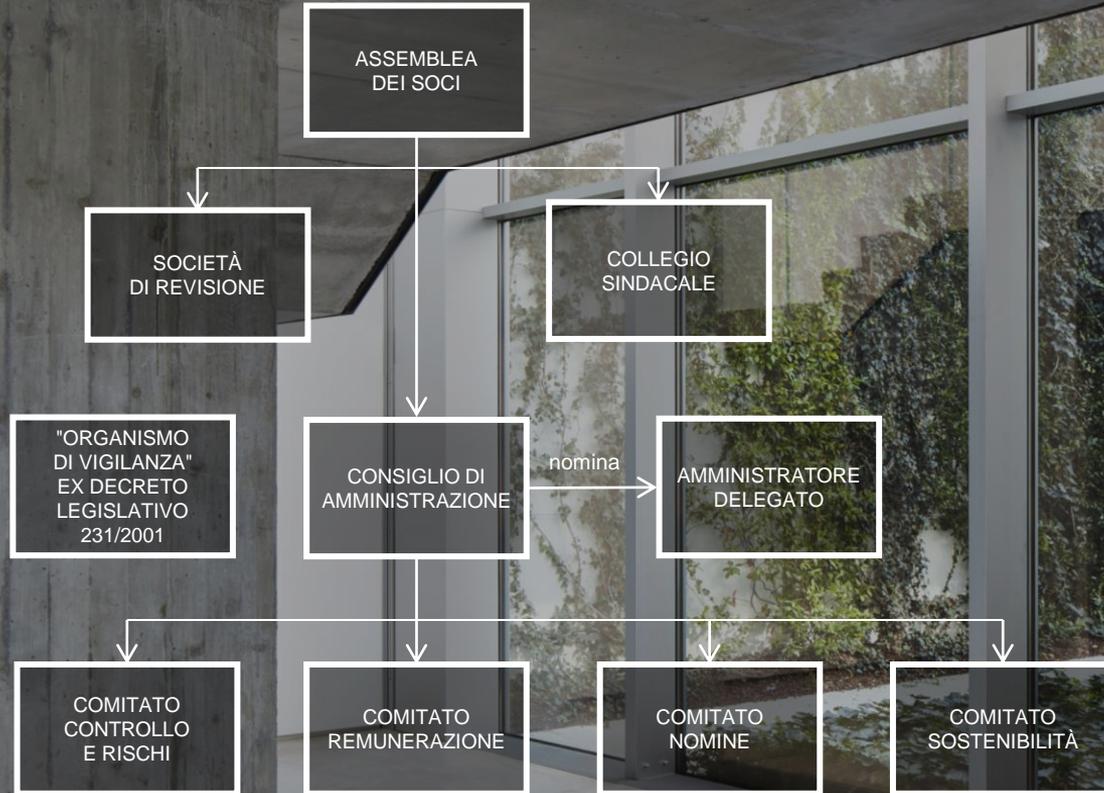
è il nostro modo di fare impresa:

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 del
Consiglio di
Amministrazione
e Amministratore
Esecutivo



**ANDREA
GUERRA**
Amministratore
Delegato
e Amministratore
Esecutivo



**PAOLO
ZANNONI**
Vicepresidente
Vicario del Consiglio
di Amministrazione
e Amministratore
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

102 Negozi

4 Sedi

EUROPA

200 Negozi

26 Siti Industriali

8 Sedi

MEDIO ORIENTE

23 Negozi

1 Sede

ASIA PACIFICO

196 Negozi

9 Sedi

GIAPPONE

85 Negozi

1 Sede



Siti Industriali

Il Gruppo detiene 26 siti industriali di proprietà, di cui 23 in Italia.

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

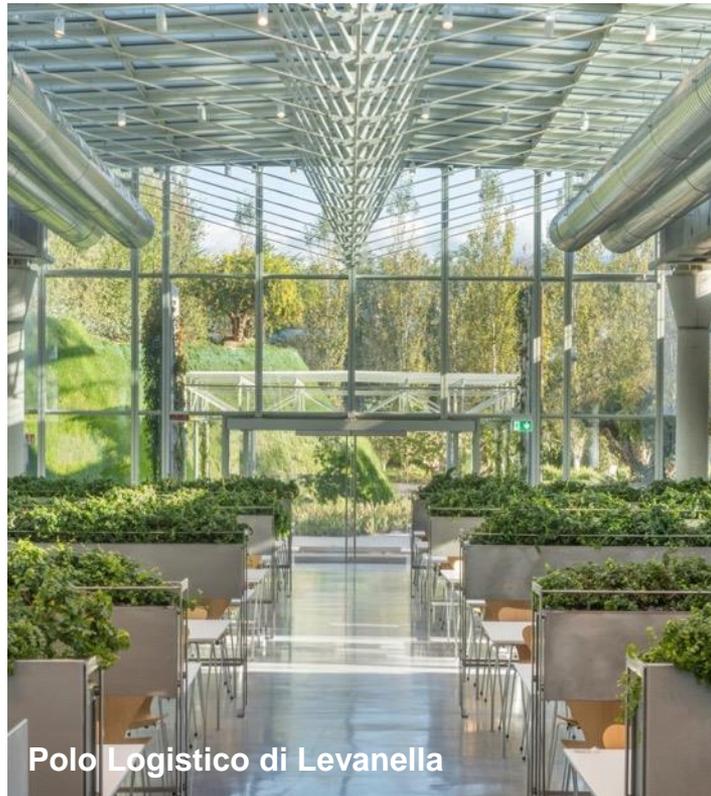
Le «fabbriche giardino» del Gruppo Prada



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	200	-
Asia Pacifico	196	23
America	102	-
Giappone	85	-
Medio Oriente	23	2
Totale	606	25

NUMERO DI NEGOZI PER MARCHIO

	<i>DOS</i>	Franchising
Prada	428	20
Miu Miu	141	5
Church's	28	-
Car Shoe	2	-
Marchesi 1824	7	-
Totale	606	25

Al 31 dicembre 2023

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

1913

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



1919

Prada ottiene il titolo di Fornitore Ufficiale della famiglia reale italiana. Il riconoscimento consente a Prada di fregiare il proprio marchio con lo stemma e i nodi di Casa Savoia.



1975

Miuccia Prada, nipote di Mario Prada, dà avvio alla collaborazione con l'imprenditore Patrizio Bertelli, fondatore di un'azienda di pelletteria.



1977

Patrizio Bertelli fonda IPI S.p.A. per concentrare le risorse produttive acquisite nei precedenti anni di attività nell'industria della pelletteria. Nello stesso anno, Miuccia Prada dà a IPI S.p.A. la licenza di produrre e distribuire in esclusiva la pelletteria del marchio Prada. Negli anni che seguono, le due famiglie si fondono gradualmente in un unico Gruppo.

1979

Per soddisfare la domanda crescente, la gamma dei prodotti in pelle di Prada viene ampliata fino a includere la prima collezione di calzature femminili.



1983

Prada apre il suo secondo negozio a Milano, rinnovando la propria immagine con una tonalità di verde chiaro che diventa nota come il «verde Prada». Nel giro di poco tempo seguono altri Green Store: a New York, Madrid, Londra, Parigi e Tokyo.



1988

Viene presentata a Milano la prima collezione di abbigliamento femminile Prada.



1993

Oltre a debuttare nella moda maschile, Prada fonda un nuovo marchio femminile, Miu Miu, caratterizzato da un'identità forte e provocatoria. Nello stesso anno Miuccia Prada e Patrizio Bertelli fondano «Fondazione Prada».

1997

Viene fondato il team velico Prada Challenge con l'obiettivo di partecipare all'America's Cup del 2000 e Prada lancia la sua linea di abbigliamento sportivo Linea Rossa.



1999

Il Gruppo Prada acquisisce Church's, lo storico marchio inglese di calzature fondato nel 1873, espressione della tradizione artigianale e della raffinata eleganza inglesi.



2001

A New York viene inaugurato il primo Epicentro di Prada, progettato da Rem Koolhaas. Il secondo Epicentro nascerà ad Aoyama, Tokyo, seguito da un terzo a Rodeo Drive, Beverly Hills. Prada acquisisce anche Car Shoe, marchio italiano di calzature fondato nel 1963 e noto per i suoi iconici mocassini da guida.



2003

Prada avvia la collaborazione con Luxottica, azienda *leader* mondiale nel settore dell'ottica, che attualmente produce e distribuisce le linee di occhiali Prada e Miu Miu.



2007

LG lancia il telefono cellulare Prada, il primo al mondo dotato di *touch screen*. La *partnership* tra Prada e LG continua a ottenere successo con i modelli del 2008 e 2011.

2011

Prada S.p.A. viene quotata con successo alla Borsa di Hong Kong.

2015

Il Gruppo presenta la prima fragranza Miu Miu in collaborazione con la multinazionale cosmetica Coty e apre la seconda *location* di Marchesi 1824, a Milano, dopo aver acquisito la storica pasticceria l'anno precedente.



2006

Miu Miu trasferisce la sede delle sue sfilate a Parigi, per riflettere la sua estetica dallo spirito libero.



2017

Prada S.p.A. è ammessa al regime di "Cooperative Compliance" con l'Agenzia delle Entrate secondo quanto previsto dal D. Lgs. 128/2015.

2018

Prada inaugura ufficialmente lo stabilimento di Valvigna, progettato da Guido Canali, architetto ideatore delle avveniristiche fabbriche giardino del Gruppo, ed estende la stagione della moda con la presentazione delle pre-collezioni a Parigi e New York.



2019

Il Gruppo Prada annuncia l'adozione di una politica Fur Free per tutti i suoi marchi, sottoscrive il Fashion Pact e istituisce il Diversity & Inclusion Advisory Council. Inoltre, lancia Prada Re-Nylon, la prima collezione realizzata con *nylon* riciclato.



2020

Raf Simons affianca Miuccia Prada come co-direttore creativo di Prada e l'Agenzia delle Dogane italiana riconosce a Prada S.p.A. il titolo di Operatore economico autorizzato ("AEO full").



2021

Il team velico di Prada, Luna Rossa, vince la Prada Cup Challenger Selection Series per la seconda volta. Il Gruppo, insieme a LVMH e Cartier, fonda Aura Blockchain Consortium.

2022

Arriva l'annuncio di Andrea Guerra come nuovo Amministratore Delegato del Gruppo Prada. Vengono introdotti e adottati ad ogni livello del Gruppo un nuovo Codice Etico e una Politica dei Diritti Umani. Prada lancia Eternal Gold, la prima collezione di gioielli realizzata con il 100% di oro riciclato certificato.



2023

Prada entra nell'industria cosmetica lanciando le proprie linee di make-up e skincare.



I *pop-up* Prada Caffè aprono a Londra e Shanghai. Con lo sguardo rivolto al futuro, il Gruppo annuncia la *partnership* strategica con Axiom Space per la realizzazione delle nuove tute della NASA destinate alla missione lunare Artemis III.

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 sfidare le convenzioni.

Oggi Prada con le sue collezioni rappresenta e diffonde la visione e la curiosità intellettuale dei due co-direttori creativi Miuccia Prada e Raf Simons.



Miu Miu nasce nel 1993 dallo spirito indipendente e anticonformista di Miuccia Prada, che esprime nel marchio la rappresentazione più libera della propria creatività. La forza motrice di Miu Miu è la visione di Miuccia Prada, che interpreta e decodifica il mondo creando un universo fatto di esplorazione e innovazione. Il suo carattere impulsivo e radicale affiora nelle collezioni e nella natura in eterna evoluzione del marchio, immediato, istintivo, irriverente. Con un tocco leggero ma sempre sofisticato, il brand guida le tendenze e rappresenta il coraggio di correre rischi, l'istinto di reagire ai mutamenti, sia nella moda, sia nella cultura contemporanea.



Le calzature Church's sono emblema di eleganza senza tempo e qualità artigianale. Church's, la cui storia inizia nel 1617, unisce pellami pregiati a un'eccellente lavorazione e all'impeccabile stile inglese, reinterpretando il lusso contemporaneo sulla base di una tradizione pluricentenaria.

I Sei Marchi



Sin dal 1963, Car Shoe è noto per gli iconici mocassini dalla suola destrutturata, montata su tasselli in gomma. Nato dalla passione per le auto sportive e per le calzature realizzate a mano, questo accessorio senza tempo è diventato parte dell'immaginario collettivo legato ai viaggi e ai motori.



Sin dal 1824 la pasticceria Marchesi è un'icona della città di Milano, rinomata per l'atmosfera elegante, il servizio impeccabile e gli eccezionali prodotti dolciari. Alla storica sede di Via Santa Maria alla Porta, si affiancano gli spazi di via Monte Napoleone e Galleria Vittorio Emanuele II a Milano, e il recente negozio nel cuore di Londra, nel prestigioso quartiere Mayfair.



Luna Rossa è il team velico italiano in gara nella trentasettesima edizione dell'America's Cup. Luna Rossa rappresenta la massima espressione dello spirito sportivo e dell'innovazione tecnologica del Gruppo; nel corso degli anni il suo progetto ha conquistato il cuore degli italiani e degli appassionati di vela in tutto il mondo.

Marchi

Prada



Marchi

Miu Miu



Marchi

Church's



Car Shoe



Marchi

Marchesi 1824



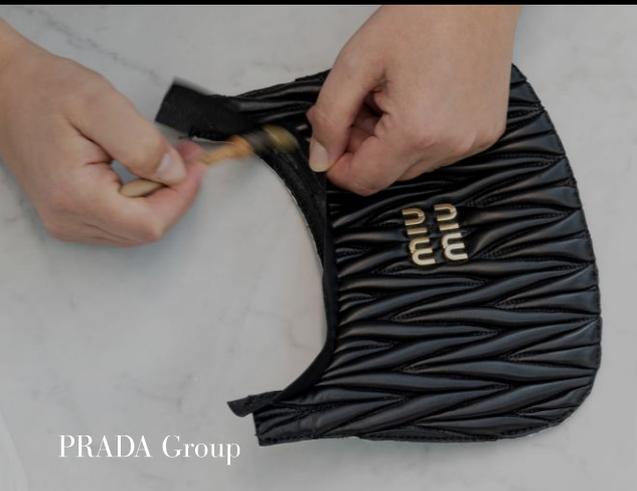
Marchi

Luna Rossa



Marchi

Know-How



PRADA Group

Licenze



BEAUTY

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 2023

Governance ESG efficace grazie all'attività del Comitato Sostenibilità

Formalizzazione di un piano d'azione triennale per la decarbonizzazione delle attività e la transizione verso materiali a minor impatto

Firma del Collective Virtual Power Purchase Agreement (CVPPA) con altri membri del The Fashion Pact

Nomina di un nuovo Chief People Officer di Gruppo

44%
Donne nel Top management

Aumento dei fondi a sostegno del programma educativo SEA BEYOND, ampliato con progetti di natura scientifica e umanitaria



Continuerò a impegnarmi per promuovere la **cooperazione** tra il settore privato e le istituzioni, che ritengo essere uno strumento essenziale per **raggiungere obiettivi** che riguardano tutta la collettività. Azioni sinergiche e collaborative sono infatti in grado di generare un **maggiore impatto** rispetto a quello delle singole azioni individuali.”

LORENZO BERTELLI
Head of Corporate Social
Responsibility del Gruppo Prada



Pilastrì



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

Mitigare il nostro impatto sul clima

Preservare gli ecosistemi

Adottare il pensiero circolare



Ci impegnamo 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 impegnamo 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 impegnamo 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 2023

4 target

Per la transizione delle materie prime chiave verso soluzioni a minore impatto

>85%

Energia elettrica rinnovabile acquistata a livello globale

18

Impianti fotovoltaici di proprietà (+67% energia elettrica auto prodotta vs 2019)

-42%

Consumo di gas naturale vs 2019

~100%

Rifiuti tessili avviati a recupero

<10%

Plastica sul totale del packaging acquistato

Pilastri

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 2023

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.

14.876

Dipendenti (+8% vs 2022)

116

Diverse nazionalità

63%

Donne

44%

Donne nel
Top management

90%

Contratti a tempo
indeterminato

~150

Giovani formati nell'ambito
della Prada Group Academy

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

Chairman
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

Dal 2020, **Malika Savell** è Chief Diversity, Equity & Inclusion Officer Prada Group, The Americas.

PRADA Group



DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

Pilastrri

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 2023

3

Sedi permanenti di Fondazione Prada tra Milano e Venezia

14

Mostre e progetti culturali realizzati dalla Fondazione Prada

2

Fellowship assegnate con la Fondazione Gianni Bonadonna

200

Bambini in età prescolare coinvolti in attività di outdoor education con SEA BEYOND



SEA BEYOND

SEA BEYOND è il **programma educativo** promosso dal **Gruppo Prada** e dalla **Commissione Oceanografica Intergovernativa (COI) dell'UNESCO**, per sensibilizzare sui temi della **sostenibilità** e della **preservazione dell'oceano**.

Il progetto ha contribuito in modo significativo al progresso dell'educazione all'oceano a livello globale attraverso numerose iniziative formative dedicate ai giovani.

Da luglio 2023, SEA BEYOND ha ampliato le proprie aree di intervento: alle attività educative sono stati affiancati il supporto alla disseminazione della **ricerca scientifica** e lo sviluppo di **progetti umanitari**, entrambi connessi alla tutela del mare.

A partire da luglio 2023, l'1% dei proventi della collezione Prada Re-Nylon supporta SEA BEYOND.

A novembre 2023 Lorenzo Bertelli, Prada S.p.A. Executive Director & Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada, è stato nominato "Patron of the Ocean Decade Alliance" a riconoscimento dell'impegno nella protezione degli oceani.

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 è il team velico italiano in gara nella trentasettesima edizione dell'America's Cup.

Luna Rossa rappresenta **la massima espressione dello spirito sportivo e dell'innovazione tecnologica** del Gruppo; nel corso degli anni il suo progetto ha conquistato il cuore degli italiani e degli appassionati di vela in tutto il mondo.

PRADA Group

pradagroup.com