

可持续发展报告
——二零二一年



I
MP
ACT

PRADA Group



致利益相关者函件 6

1 PRADA集团 9

历史
价值创造
企业管治模式
风险管理
道德守则
税务策略与合规
二零二一年摘要

2 可持续发展 37

可持续发展之路
可持续发展政策
可持续发展策略
利益相关者及重要性分析
可持续发展风险管理
可持续融资

3 负责任管理 57

行业策略
负责任供应链管理
商标保护
产品责任

4 关注地球 68

气候策略
负责任运用天然资源
负责任废物管理
循环概念
保护所在地区
合作关系：《时尚协定》

5 关注人员 91

工作人员
捍卫多元化及平等机会
多元化与包容性咨询委员会
Prada学院及技术发展
吸引及挽留人才
工人健康与安全及尊重人权
合作关系：IMLux

6 关注文化 112

Prada基金会
SEA BEYOND
Prada Mode
合作关系：Bonadonna基金会

7 方法附注 122

范围及报告准则
温室气体计算方法及排放因子
专注重大方面

8 GRI索引 134

PRADA S.p.A.

香港

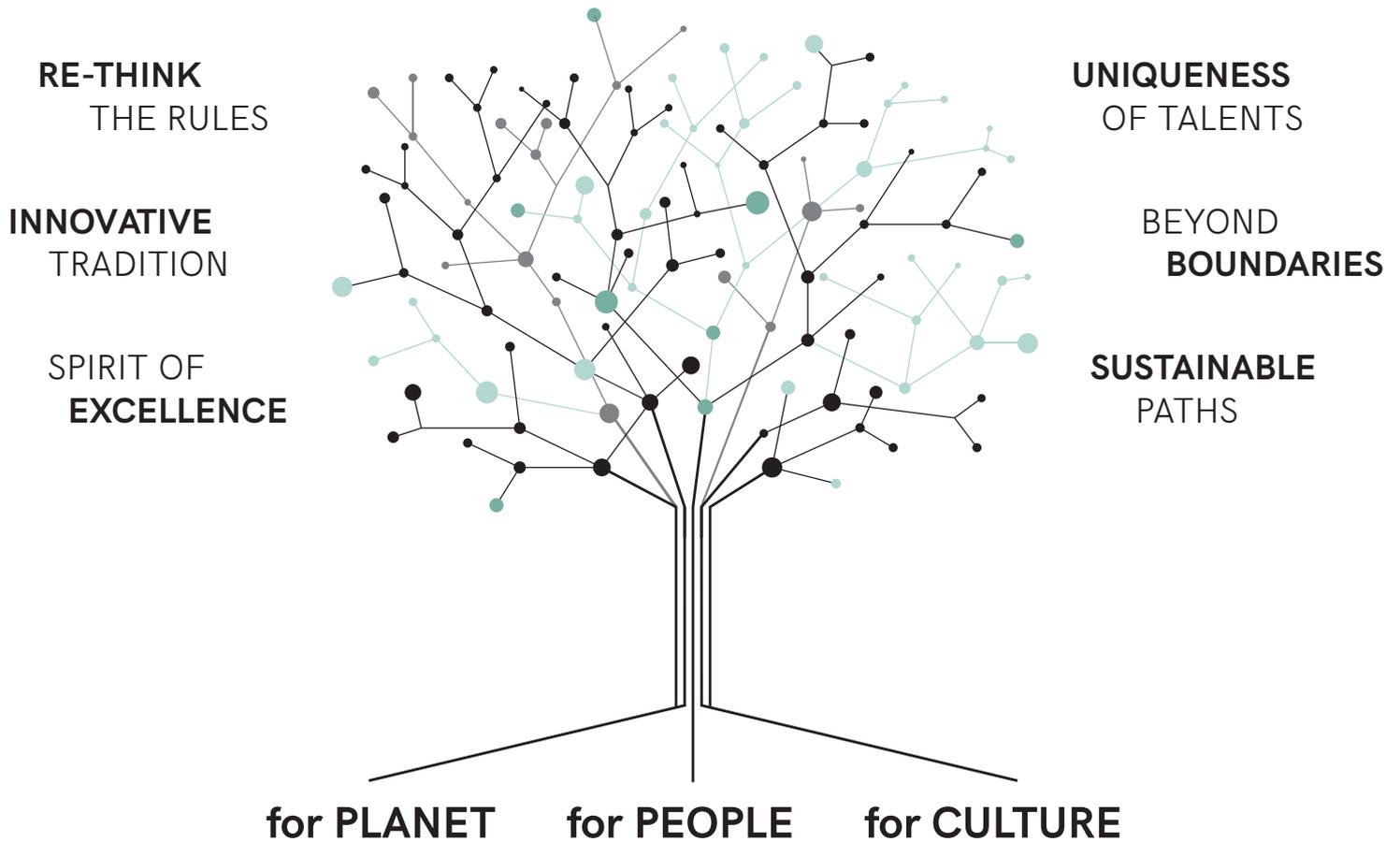
股份代号：1913

MOVING
FOR
WARD
WITH
PUR
POSE

Prada集团目标

Prada集团为全球奢侈品先锋，
秉持思想慎密且具探索精神的愿景。
我们拥有世上其中一些最享负盛名的品牌：
Prada、Miu Miu、Church's、
Car Shoe、Marchesi 1824及Luna Rossa。
透过成为变革的推手，
我们提供非一般的交流及现代演绎，
展示出我们为地球、人员及文化著想的经商模式。

Be DRIVERS OF CHANGE



Prada集团的根本价值深植
于其三大可持续发展支柱：
地球、人员及文化。

一致利益相关者 函件

二零二一年为Prada集团蜕变的一年。我们以果断行动提升业务及在持续变化的奢侈品市场探索，使增长强劲及盈利水平上升。

Prada集团在各个策略优先事项交出成绩：独特身份、优质产品、行业专有知识、直销及可持续发展。

委任两名新董事会成员（均为独立成员，并具构建及推行ESG政策的往绩）印证我们对可持续发展的承诺。

于二零二一年，Prada S.p.A. 董事会批准ESG策略，而我们正全面推行各种尊

重地球、人员及文化辩论的措施。本人衷心相信，Prada将实现大部分目标。

我们确认，一切投资均着眼未来，整个组织均为长远发展而非短期收益而努力。如二零二一年十一月的资本市场日所公布，Prada正朝著中期目标前进，而二零二一年获得的稳健财务业绩为我们打下强心针，有望达成目标。

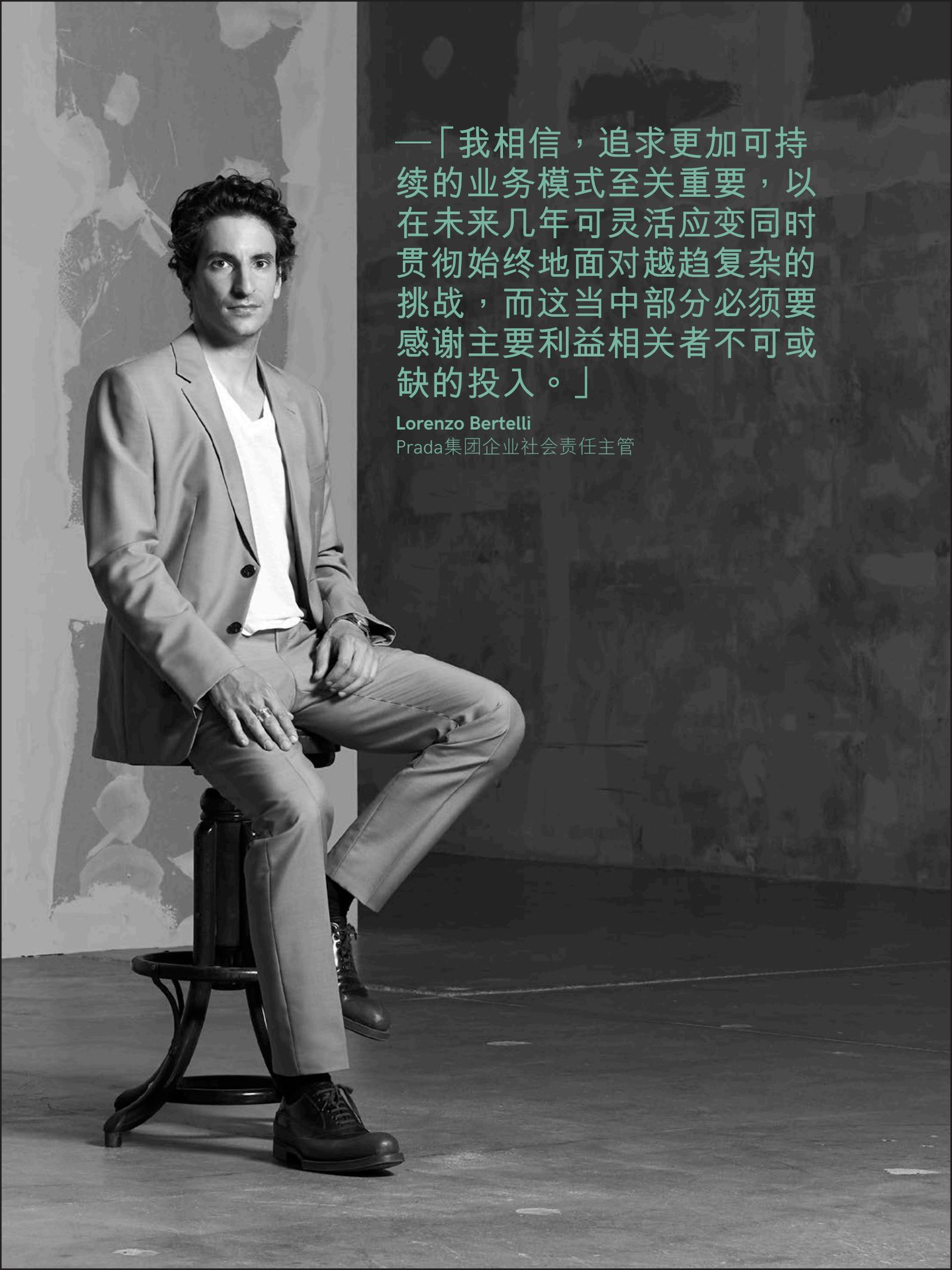
然而，地缘政治紧张局势升级及敌对加剧情况令人极度担忧，我们为战争而受苦的人感到同样悲痛。

Paolo Zannoni

Prada S.p.A. 主席

米兰，二零二二年五月三日





—「我相信，追求更加可持续的业务模式至关重要，在未来几年可灵活应变同时贯彻始终地面对越趋复杂的挑战，而这当中部分必须要感谢主要利益相关者不可或缺的投入。」

Lorenzo Bertelli

Prada集团企业社会责任主管

1 — PRADA集团 二零二一年摘要

34亿欧元

二零二一年收益

13,140名

工作人员

于二零二一年十二月三十一日

635家

直接营运店舖

于二零二一年十二月三十一日

23项

工业设施

于二零二一年十二月三十一日

217百万欧元

于二零二一年的投资

3百万欧元

于二零二一年的捐款





Prada集团是奢侈品行业全球领导者之一，其透过Prada、Miu Miu、Church's及Car Shoe品牌设计、生产及分销名贵手袋、皮具用品、鞋履、服饰及配饰。本集团亦根据与行业领先者订立的特定许可协议在眼镜及香水行业开展经营，及透过收购Pasticceria Marchesi 1824进军食品行业，定位于最高品质水平。最后，于二零二一年，随著收购Luna Rossa Challenge S.r.l.，

Luna Rossa品牌亦成为Prada集团一部分，以全面发展其潜能。

Prada S.p.A.（「本公司」或「母公司」），连同其附属公司（统称「本集团」）于香港联交所上市（香港联交所股份代号：1913）。于二零二一年十二月三十一日，本集团产品通过635间直接营运店舖（直营店）以及经过筛选的奢侈品百货公司、独立零售商及特许经营店网络在全球70个国家销售。



一 历史

一九一三年



Prada品牌的历史可追溯至上世纪初。于一九一三年，Mario Prada在米兰的Galleria Vittorio Emanuele II开设一家奢侈品商店，售卖皮革手袋、旅行衣箱、化妆盒、名贵配饰、珠宝以及贵重品。

一九一九年

凭藉产品的独特设计，加上选用上乘用料及精湛手艺，Prada很快在欧洲广受欢迎，及至一九一九年，Prada成为意大利皇室御用供应商。Prada自此可在其商标上展示萨伏尔家族的盾形纹章徽号及绳结设计。

一九七零年代后期，本集团的发展出现转捩点，当时Mario Prada的孙女

Miuccia Prada与托斯卡纳企业家Patrizio Bertelli展开合作。本次合作集创造力与经营理念于一体，为即将到来的国际化扩张奠定基础。Patrizio Bertelli打破奢侈品行业的常规，为该行业引入新企业模式，通过该模式可直接控制所有过程，确保整个生产周期遵守卓越品质标准。Miuccia Prada的创意天赋及前卫做法吸引了全球时尚界的关注，而其以独到视角观察世界的能力，让其不仅投入潮流，更是时常掀起新潮流。

一九七七年

一九七七年，Patrizio Bertelli整合其过去十年在皮具用品分部建立的生产资源及获Miuccia Prada授予独家特许使用权，生产及分销印有Prada品牌名称的皮具用品。此后数年，两个家族的业务活动逐步汇集为单一集团业务。





一九八三年

一九八三年，Prada家族在米兰的尊尚地段Via della Spiga开设第二家商店，米兰为欧洲其中一个主要购物胜地。该新店展示了全新品牌形象，将传统元素糅合到现代建筑风格中，标志著奢侈品零售行业的变革并从此真正成为业内新标准。



一九八八年

有见Prada的设计愈来愈受欢迎，一九七九年女装系列由皮具拓展至首次推出鞋履系列，而首个女装服饰系列于一九八八年推出。同时，随著在纽约、马德里、伦敦、巴黎及东京等地开设店舖，Prada开始走向国际化。

一九九三年



一九九三年，Prada进军男性市场，首次推出男装服饰及鞋履系列。同年，受灵感启发，Miuccia Prada开创新品牌—Miu Miu—专为时髦、干练以及尤其注重时尚尖端潮流与前卫的女性而设计。Miu Miu目前提供女装成衣、手袋、配饰、鞋履、眼镜及香水。同样于一九九三年，在开展创业活动的同时，Miuccia Prada与Patrizio Bertelli创立「Milano Prada Arte」，及后发展成为「艺术基金会」，以发展彼等在艺术及文化领域的广泛兴趣。

一九九七年



一九九七年，Patrizio Bertelli受其对运动热爱的启发而组建「二零零零年美洲杯Prada Challenge」帆船队。Prada的休闲系列产品亦于一九九七年问世，该系列标有独特的「Linea Rossa」卫号。

一九九九年

一九九九年，享誉盛名的Church's品牌（于一八七三年创立于北安普顿）收归Prada集团旗下；该投资最初与私募股权公司共享，其后Prada于二零零七年完成收购。该品牌专精高级皮鞋，因其优质的英伦传统及练达优雅而享誉世界。



二零零一年

二零零一年，在与雷姆·库哈斯(Rem Koolhaas)的合作设计下，Prada的「超级旗舰店」在纽约百老汇开业。其为「超级旗舰店」项目的首家门店，目的为以全新方式反思购物的涵义，以及尝试与客户作出创意互动。二零零四年，第二家「超级旗舰店」在东京青山开业，紧接其后的第三家则位于比华利山罗迪欧大道。同年，Prada收购历史悠久的意大利品牌Car Shoe控制权，Car Shoe因其独有软皮平底驾驶便鞋而驰名。

二零零三年



二零零三年，Prada与全球领先眼镜企业意大利眼镜生产商Luxottica订立特许协议，其现时以Prada及Miu Miu品牌名义生产及分销眼镜。于二零零三年，本集团亦成立新合夥关系生产香水，并于二零零四年推出首款名为Amber的香水。

二零零六年



二零零六年，Miu Miu在巴黎举行首场时装展以凸显其品牌形象。二零零七年，由LG生产的首款Prada手机面世，是世界上首款触屏手机。二零零八年，延续与LG的成功合作关系，并于二零一一年再度推出两款手机。

二零一一年六月二十四日，Prada S.p.A.成功在香港联交所主板上市。

二零一四年，Prada S.p.A.宣布收购Angelo Marchesi S.r.l.公司的控制权，其为成立于一八二四年历史悠久的米兰糕点店，成为正式进军食品市场的标志。



二零一五年

二零一五年，Prada集团完成收购法国Tannerie Mégisserie Hervy以进一步增强其整条价值链的专有技术。同年，Prada集团与Coty Inc.合作推出首款Miu Miu香水，而随著在米兰蒙特拿破仑大街开设首家糕点店，Marchesi品牌的商业业务发展已开始成形。

二零一六年

二零一六年，全面按照可持续工业发展及尊重环境作出重要制作投资，从而建成新皮革生产基地，以及翻新多家位于



意大利托斯卡纳与翁布里亚之间的工厂。在托斯卡纳，新的制成品物流中心首个建设阶段已完成，并于两年后完成第二阶段。二零一七年，Prada及Miu Miu店铺推行革新形象计划，并推出大型期间限定活动以进一步支持零售活动。此外，于二零一七年，Prada集团获纳入二零一五年意大利第128号法令推出与意大利税务局的合作合规制度。



二零一九年

二零一九年，Prada集团透过收购 Fratelli Prada S.p.A. 取得零售网络的全面控制权，Fratelli Prada S.p.A. 为长期在米兰经营Prada单品牌商店的特许经销商。于十二月，Prada S.p.A. 与 L'Oréal 宣布就Prada品牌旗下奢华化妆产品的构造、开发及经销订定长期特许协议，自二零二一年一月一日起生效。



二零一八年

二零一八年，除了常规米兰及巴黎时装展外，本集团推出两项主要活动以展出展前系列：巴黎Hotel Regina的Miu Miu Croisière及纽约的Prada Resort（二零一九年于上海举行）。同年，Miuccia Prada因其对创意及全球时装界的非凡贡献而获英国时装协会(British Fashion Council)授予「杰出成就奖」(Outstanding Achievement Award)。

二零二零年



二零二零年，是新冠肺炎大流行开始在全球造成破坏的一年，Raf Simons成为Prada联席创意总监，亦有其他重要主管加盟团队，以期促进长期发展，纵使公共医疗紧急事故产生的不明朗因素仍然存在。于同年七月，Prada S.p.A.从意大利海关取得「全面AEO」(认可经济运营商)认证，成为意大利极少数同时取得这项资格及参与意大利税务局的合作合规税制的纳税人之一。

创办人身份与LVMH及Cartier创立Aura Blockchain Consortium，并与Zegna Group共同收购Filati Biagioli Modesto S.p.A.股权；其亦将从事免税店业务的Travel Retail Shop公司余下股权全数收购，且购下Luna Rossa Challenge S.r.l.拥有权以全面发展Luna Rossa品牌的商业价值。此外，与L'Oréal的长期许可协议开始生效，为Prada品牌构建、开发及经销奢侈美容产品。

二零二一年



二零二一年，Prada赞助的第36届美洲杯录得历来最高观看次数，而Luna Rossa帆船队史上第二次胜出Prada杯挑战者选拔赛系列。年内，Prada集团以

— 价值创造

结合成熟工艺与工业制造程序的业务模式为本集团品牌成功的基础。

该一体化模式使得本集团得以将创新时尚理念转化为实际可行的商业生产，同时在专有知识、品质标准及可持续发展以及生产成本方面保持灵活产能和技术掌控力。



创意及创新

创意是Prada集团制作过程的核心。

公认为整个时装界典范的Miuccia Prada匠心独运，能将开拓性构思、对创新、非传统的意念及对社会的关注巧妙结合，具有强烈的时装触角。这能力造就了一套真正的设计文化，而当中自有其方法及规条，指导每位参与创造工作的人员。



「对包围我们世界的敏锐观察和好奇心一直是Prada集团创意和现代观的中心。在社会上，时装某程度上是其中一种表现方式，唯一始终如一的是变革。在任何演变中的核心，转变和革新中的参考，带领我们与不同文化层面互动，有时接近而有时则明显离我们很遥远，使我们能掌握和预测时代的神髓。时至今日，这点已变得不足，我们必须成为变革的推手，具备灵活性将市场和社会的需求转化为有形行动，为我们业务营运方式发挥指引作用。」

Miuccia Prada与Patrizio Bertelli

这套独特的创作方式令Prada总能捕捉并影响潮流，不断实验运用新颖设计、布料及制作工艺。这实验过程和意念交流为本集团设计过程中的不可或缺部分。花在画板及试身室的时间见证著设计研究和风格开发过程，是打造每个系列的重要步骤，从而使每件成衣、鞋履及配饰均能互相完美配搭并营造出一个清晰的品牌形象。

于二零二零年，随著委任Raf Simons携手与Miuccia Prada出任Prada品牌联席创意总监，本集团建立起新的创意作者模式，展现出对话的重要性与力量。这段合作关系可解读为回应这个处处是前所未有的机会，容许对既成的行事方法提出不一样的观点及作风的时代。

事实上，创新是Prada血脉中的固有面向：愿意拓展边界，敢于试验，也积极把握进步的机会。如果合作的概念是一同工作，这段对话的结果可能不仅是产品而已，也可能是一次思想与文化的宣传。它是纯粹的创意视野，以产品为概念的载具。

Prada眼光独到，公司传统及品质标准吸引力巨大，不断吸引世界各地的精英份子与之合作，在多个不同领域擦出创意火花，锻炼出一支非凡团队，照顾到创作领域上每个环节：从时尚设计到制作、从建筑到通讯及摄影以及从商店室内设计到Prada集团所参与的所有独家特别项目。

此外，追溯本公司历史便清晰可见，看似遥不可及的世界，例如电影、建筑、文学、体育及艺术，如何在创意进程上达致共识。无穷无尽的创意连系著特殊项目，随著时光推移，不仅为广告影像、时装表演及店铺装置下定义，亦将天马行空的意念刻划汇集成各个系列。

于二零二一年，美国杂志WWD向Miuccia Prada颁授John B. Fairchild终身成就奖(John B. Fairchild Honor for Lifetime Achievement)，表扬其对时装界的长久影响力，而于二零二零年，英国时装协会(British Fashion Council)向其颁授「二零二零年时尚大奖」创意类别奖项。

原材料采购及工业生产

专有知识是Prada集团的决定性资产，在创意与规范、传统与技术进步、工艺与工业生产之间带出持续性和平衡。

本集团的制作方式大致上基于两大主要原则：保持工匠精神，这既是生产的基本要素，又是每个品牌的特质，以及不断创新，确保持续改进技术及专业技能。

原材料对产品品质而言至关重要，亦是本集团全线品牌的主要关注点。多数情况下，Prada采用独家生产的面料及皮革，严格遵循技术及款式规格，从而确保产品素质上乘。从一开始，不断物色新物料一直是Prada集团DNA的一部分。

Prada集团的产品在23个直接拥有的生产基地(20处在意大利、1处在英国、1处在法国、1处在罗马尼亚)制作，亦会由经过精选及受密切监察的广泛行业制造商网络以所获内部制造原材料、设计及样衣制作。此制度能紧密监控该过程的每个步骤并确保优质工艺，强调各设施的生产卓越性并保证生产组织的显著灵活性。

工业效能是本集团的竞争优势，我们透过持续的物料及制作技巧研究及实验，加上对设施、供应链及人员的投资加强工业效能。

核心制作雇员在Prada集团平均工作约20年，由此可确保极高水平的专业化和深厚的知识，配合本集团品牌独特理念。近年来，Prada透过Prada学院大量投资于整体提升雇员技术，亦积极将本集团价值和制作技术薪火相传至年轻一代。

本集团利用大量资源以确保其原材料及产品加工品质卓越，同时保障雇员及消费者的健康及安全。每个工业部门都雇有技术人员，其职责是通过进出材料进行严格控制及对外部生产基地进行日常视察来确保达到这些目标。产品及流程控制不仅可以确保达到标准，而且有助于持续改进。

工业合规委员会确保其全球产品的生产及分销一直符合适用的法律。委员会亦须符合所有现行法例，并制订通常比法律要求更严格的标准及程序。最终目标是对整体

由雇员、客户、制造商及外部环境组成的整个系统采取积极主动的态度。

Prada集团生产基地

于二零二一年十二月三十一日

23

处生产基地

20

处位于意大利

235,000

平方米的总面积

皮具

Arezzo - Italy

Via Gobetti, 82/86
52100 Arezzo (AR)

Figline - Italy

Via Urbinese, 33 Località Matassino
50063 Figline e Incisa V.no (FI)

Figline - Italy

Via J.F. Kennedy, 21
50063 Figline e Incisa V.no (FI)

Limoges - France

65 Route de Périgueux Lieudit Parpaillat,
87170 Isle

Milan - Italy

Via Ripamonti, 129
20141 Milan (MI)

Piancastagnaio, Siena - Italy

Via Arno, 39
53025 Piancastagnaio (SI)

Scandicci, Florence - Italy

Via Pisana, 463
50018 Scandicci (FI)

Sibiu - Romania

Popa Şapcă, 1
550108 Sibiu, Jud. Sibiu

Terranuova, Arezzo - Italy

Via Poggilupi, 992-998
52028 Arezzo (AR)

Valvigna, Arezzo - Italy

Strada Lungarno, 1213 - 1261
52028 Valvigna (AR)

鞋履

Buresta, Arezzo - Italy

Via Aretina, 552-556
52025 Arezzo (AR)

Civitanova Marche, Macerata - Italy

Via Pertini, 41
63812 Civitanova Marche (MC)

Dolo, Venice - Italy

Via Dell'Industria, 1/A
30031 Dolo (VE)

Levane, Arezzo - Italy

Via Carducci, 6
52023 Levane (AR)

Montegrano, Fermo - Italy

Via Alpi, 97 Loc. Villa Luciani
63812 Montegrano (FM)

Northampton - UK

St. James Road
Northampton NN5 5JB

San Giovanni Valdarno, Arezzo - Italy

Via Pruneto, 6
52017 San Giovanni Valdarno (AR)

成衣

Ancona - Italy

Via Luigi Albertini, 20
60131 Ancona (AN)

Città di Castello, Perugia - Italy

Via C. Treves, 13 Loc. Cerbara
06012 Città di Castello (PG)

Fucecchio, Florence - Italy

Via F. Magellano, 5/7
5005 Fucecchio (FI)

Levanella, Arezzo - Italy

Via Aretina, 403
52025 Levanella (AR)

Montone, Perugia - Italy

Via dell'Industria, 10-12
06014 Montone (PG)

Torgiano, Perugia - Italy

Loc. Ferriera, 46
06089 Torgiano (PG)

分销

历年来，本集团扩大分销网络，在大型国际购物中心最繁华地段的直接营运店舖（直营店）增至635家，配合各品牌的形象、传承及独特性。这一庞大网络是持续研究及翻新的主体，可陈列新系列，故为本集团的实质资产，亦是多渠道策略的支点。本集团自设的电子商务网站完善直营客户流程，配合实体店舖提供不断进化的购物体验。除主要承担的销售功能外，直营店亦是重要的传播方式：担任一贯传播各品牌形象的真正品牌推广大使。直营店与电子商务策略整合，亦可让本集团实时监察各品牌及产品种类在不同市场的销售表现。

批发渠道（百货公司、多品牌商店及特许经营方）凭藉优越位置为我们提供其他精选销售点，并可让我们与竞争对手即时直接比较。本集团在数码领域的重大发展加强了与顶尖网上零售商（电子商务零售商）的重要合作关系。

于二零二一年十二月三十一日，Prada集团综合销售额88%来自零售渠道，而其余12%则来自批发渠道。

以客为本及数码进展

为贯彻Prada集团的长远发展策略，于二零二一年，实行以客为本方式以丰富零售与多渠道策略体验以及加快数码转型流程亦是市场部辖下零售创意及电子商务部门追求的主要策略目标。

专注于以客户为本并善用奢侈品市场典范转移 — 人类主导的接触点在现代数码社会中仍然保持关键功能，有助建立忠诚度并提升品牌形象和定位 — 零售店舖和销售员继续对客户体验发挥重要作用。Prada集团一直在大量投资于「人性化」原则，以加强叙事能力、提供独特体验并与客户建立密切的关系。

此外，销售人员已备有新数码技术以亲自接触客户组合，并培育品牌。为销售人员而设技术亦有营销生态系统协助，以推动旨在透过个人化产品、内容及时间来吸引客户的精心策划活动。

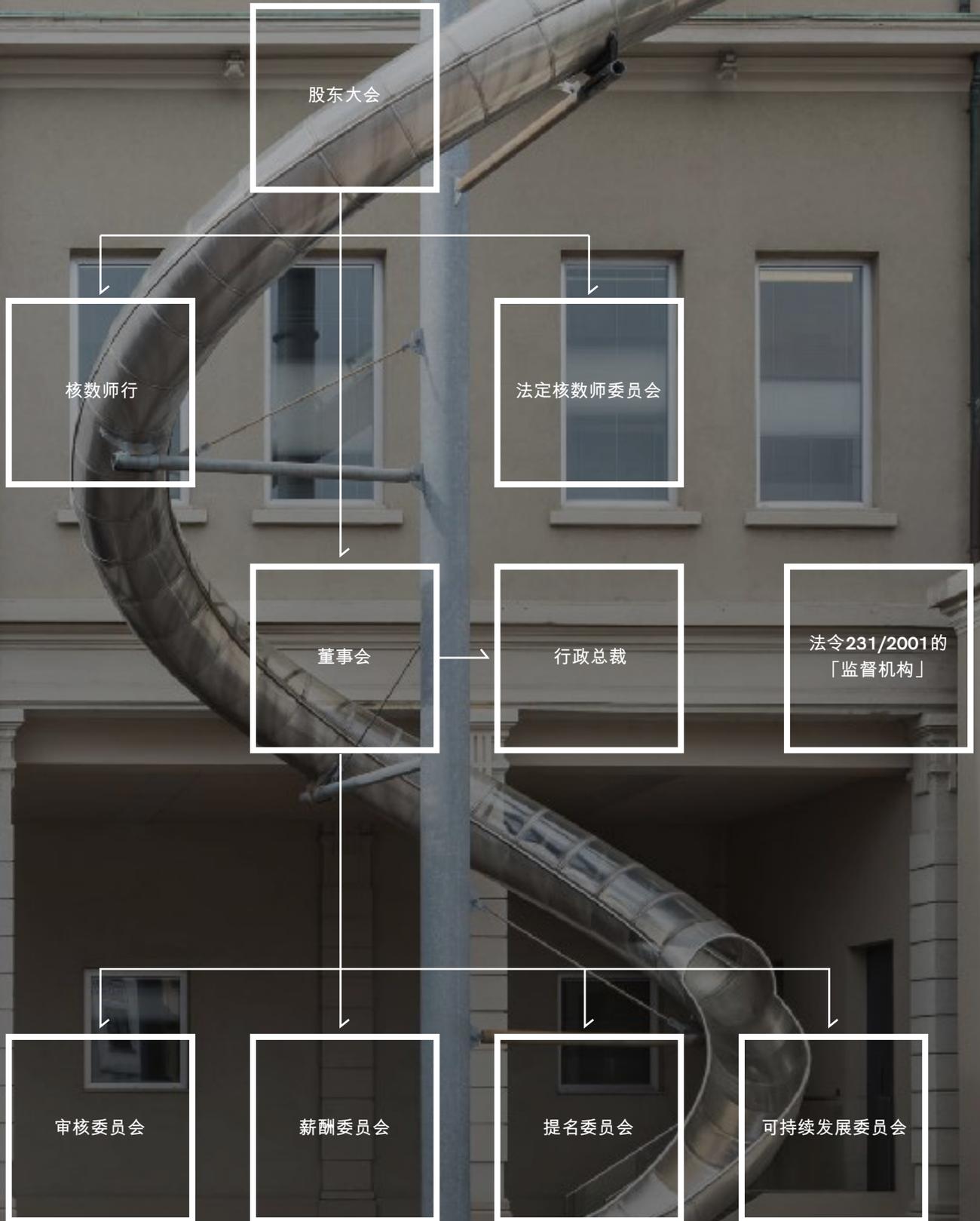
在数码渠道方面，重点专注进一步提升线上渠道的表现及业绩，其逐步增长，于二零二一年的收益及占本集团盈利的比率均稳步上扬。二零二一年推出多项措施，专注改善客户体验并提升经营与数码业绩，带来线上渠道的正面成果。

配合品牌视觉个性重新设计Prada集团网站、增设客户新功能及服务、整体提升营运与技术基建以及实施综合数码传讯策略 — 包括全面使用社交媒体渠道 — 均更进一步推动渠道表现。

展望未来，Prada集团将专注于透过进一步融合传统「渠道观点」及发展无缝统一生态系统以推展传统渠道，为客户提供进阶体验。为此，将透过提供实时个人化体验、善用人工智能与尖端科技应用配合价值主张以及设计并丰富新客户体验以提升Prada集团在实体、数码及平行世界与生态系统的叙事能力与投入，扩大客制化范围。



— 企业管治模式



本公司采纳的企业管治模式包括一套规定及标准，旨在建立本集团内部的有效及具透明度运作，以保障本公司股东权利、提升股东价值并维护本集团的信誉及声誉。本公司因而致力保持最高水平的企业管治标准，以为股东及所有利益相关者创造长期可持续价值。

本公司采纳的相关企业管治模式符合本公司注册成立所在地意大利适用法律及规例以及香港联交所上市规则附录十四所载企业管治守则（「守则」）原则所载的要求。

本公司根据《意大利民法典》采纳「传统管治与监控制度」，包括管理机构、董事会、监事会、法定核数师委员会及作为审核与会计监控机构的核数师行。

董事会为本公司最高决策组织，获授一切普通及特别管理权力。董事会亦可透过藉委派来履行职责；就此而言，本公司采纳委派权制度及授权制度，旨在确保按照本公司自身采纳的程序分隔职责以及高效且规范地开展业务。

为实现可持续及均衡发展，本公司视董事会层面的多元化为达至策略目标及发展的必要元素。所有董事会的任命都是基于用人唯才，而候选人乃根据客观标准且妥善考虑董事会内多元化程度而获提名及挑选。多元化涵盖多项因素，包括但不限于性别、年龄、文化及教育背景、专业经验、技能、知识及国籍。

现届董事会于二零二一年五月二十七日举行的本公司股东大会上获委任，任期为三个财政年度（二零二一年至二零二三年）。董事会起初由九名董事组成，而截至二零二二年一月二十八日，人数随著额外委任两名独立非执行董事而增至十一名。因此，董事会目前由五名执行董事、一名非执行董事及五名独立非执行董事组成。所有董事都在各自的专业领域中成就卓越，并在各自的职能中有效协助董事会。

董事会负责本公司的一般及特别管理工作，并透过进行其认为必须或有用的一切行为履行职责，以实施并达到本公司的企业目的，惟相关法律或公司章程特别指明保留予股东大会权限的行为除外。

具体而言，董事会负责制定本公司及本集团的整体策略，以及审阅经营及财务业绩。因此，董事会审理并决议一切关乎本集团整体策略、本集团策略目标、年度预算、年度及中期业绩、重大交易审批、关连交易的事项

以及任何其他重要的经营及财务事项。此外，董事会全面负责制定及监督本集团的可持续发展策略，并须负责确保设有适当且有效的内部控制及风险管理系统。

董事会

	职位	性别	年龄
执行董事			
Paolo Zannoni	主席	男性	> 50
Miuccia Prada Bianchi	行政总裁	女性	> 50
Patrizio Bertelli	行政总裁	男性	> 50
Alessandra Cozzani	财务总监	女性	> 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50
非执行董事			
Stefano Simontacchi		男性	> 50
独立非执行董事			
Marina Sylvia Caprotti		女性	30 - 50
Maurizio Cereda		男性	> 50
Yoël Zaoui		男性	> 50
Pamela Yvonne Culpepper		女性	> 50
Anna Maria Rugarli		女性	30 - 50

董事会由其设立的委员会（即审核委员会、提名委员会、薪酬委员会及可持续发展委员会）所作出的顾问与咨询活动协助履行职务。各委员会由大多数独立非执行董事担任主席及组成。

审核委员会向董事会就财务报表及报告提供意见及建议，以确保本公司的会计方法适当可信。其亦监察本公司的内部控制及风险管理体系的充足度及成效。其为本公司委聘外部核数师行提供建议并评估其独立性。

审核委员会

	职位	性别	年龄
Yoël Zaoui	主席	男性	> 50
Marina Sylvia Caprotti		女性	30 - 50
Maurizio Cereda		男性	> 50

提名委员会向董事会就其组成及董事任命与继任计划提供意见及建议。其亦根据守则所设标准评估董事的独立性。

提名委员会

	职位	性别	年龄
Maurizio Cereda	主席	男性	> 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50
Marina Sylvia Caprotti		女性	30 - 50

薪酬委员会向董事会就本公司董事及高级行政人员的薪酬政策提供意见及建议。

薪酬委员会

	职位	性别	年龄
Marina Sylvia Caprotti	主席	女性	30 - 50
Paolo Zannoni		男性	> 50
Yoël Zaoui		男性	> 50

可持续发展委员会以其对可持续发展相关议题的评估及决策的建议及谘询功能协助并支持董事会，监督本公司对价值链可持续发展的承诺。

其协助董事会订立策略性可持续发展指引及相关政策，以及草拟及审阅报告及文件，包括每年审阅可持续发展报告及所有呈交董事会审批的可持续发展通讯。

可持续发展委员会

	职位	性别	年龄
Pamela Yvonne Culpepper	主席	女性	> 50
Anna Maria Rugarli		女性	30 - 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50

董事委员会提出的建议定期呈交董事会讨论及采纳。法定核数师委员会为本公司监督机构，监督公司章程及所有适用法律的合规情况以及妥善管理原则的遵守情况。其亦监察本公司组织、行政及会计架构的充足度，

以及其内部控制系统充足度及账目审核成效，还有外部核数师的独立性。

于二零二一年五月二十七日举行的股东大会委任了由三名法定核数师及两名替任法定核数师核数组成的现届法定核数师委员会，任期为三个财政年度（二零二一年至二零二三年）。

法定核数师委员会

	职位	性别	年龄
Antonino Parisi	主席	男性	> 50
Roberto Spada		男性	> 50
David Terracina		男性	> 50

根据意大利二零零一年六月八日第231号法令(「法令」)，本公司设立了「监督机构(Organismo di Vigilanza)」，其主要职责是确保本公司根据该法令采纳

的组织、管理及控制模式的运作、成效及执行。监督机构由合资格及具备经验的人士中挑选并由董事会委任的三名成员组成。

监事会

	职位	性别	年龄
Stefania Chiaruttini	主席	女性	> 50
Yoël Zaoui		男性	> 50
Gianluca Andriani		男性	30 - 50

本公司致力与股东、投资者及股票分析员发展有效的双边沟通，以增加本公司活动的透明度。截至二零二一年十二月三十一日止财政年度，本公司透过多种途径，包括投资者会议、单对单及小组会议、电话会议、本公司的公司网站(www.pradagroup.com)、社交媒体及新闻稿持续促进有效的沟通。

有关企业管治更多详情，载于二零二一年年报所载的企业管治一节。

于二零二一年，(其中包括)委任Lorenzo Bertelli(彼自二零二零年起担任集团企业社会责任主管)担任PRADA S.p.A.董事会成员以及决定成立专责可持续发展事务的内部董事委员会撑起Prada集团的可持续管治。于本报告刊发之时，二零二二年一月二十八日举行的Prada S.p.A.股东大会已委任两名环境、社会及管治(ESG)议题资深专家Pamela Culpepper及Anna Maria Rugarli为新独立非执行董事，联同Lorenzo Bertelli肩负起可持续发展委员会的工作。

委员会的工作是为董事会的环境与社会可持续发展评估及决策提供协助及支援，全力投入本集团三大策略范畴：地球、人员及文化。委员会亦承担相关职能，在集团层面建议及评估为确保持续投入所采纳的政策以及策略与发展指引，并坚持本集团建立业务所依据的个人及共同价值。Prada集团的企业社会责任(CSR)部门将在把可持续发展委员会连结至本公司大部分营运应用中发挥必要作用。

CSR部门向决策及谘询机构提供一切所需工具，以使其作出配合本集团策略的明智决定，以及承担本集团及各品牌实际营运的需求与复杂性；该部门亦负责执行策略决定，为整合长远可持续发展目标的组织部门及管理层提供支援。

CSR部门编制可持续发展报告，透过内部通讯及培训项目在本公司宣扬可持续发展文化。该部门确保与多方利益相关者持续沟通及合作，并连同投资者关系部门展示出对Prada集团可持续发展措施与常规日益关注的金融社区需求。

一 风险管理

由于监管环境复杂，Prada集团指派多个部门及聘请外部专家以紧贴不断变化的法律及规例，以便其适时调整程序及将违规风险降至最低。

本集团整体上已将内部控制系统作为本集团附属公司管治机构、管理层及公司执行的一个流程，以合理确保将达到控制目标。

更具体而言，Prada S.p.A.董事会参照CoSO报告(Treadway委员会赞助组织委员会 - 最佳国际常规)等国际认可模式，参与通过检查其主要组成部分的运作持续完善内部控制及风险管理制度，而这些组成部分包括以下各项：

—— 控制环境；

—— 风险评估；

—— 控制活动；

—— 资讯及沟通；

—— 控制系统。

内部控制系统有助确保公司资产得到保护、其流程的效率及效能、提供予其管治机构及市场的资讯可靠度以及遵守法律及规例及公司章程与内部程序。

参与内部控制及风险管理的机构乃董事会、审核委员会、法定核数师委员会及监事会以及全体管理人员，其主要工作是执行所有必要的流程及程序来实现公司的目标，透过适当控制系统来尽量减少组织风险。

此外，内部审计及风险部门与上述机构密切合作，除一般的保证活动外，亦在(其中包括)风险管理活动方面



协助董事会及审核委员会，以及根据二零零一年六月八日第231号法令在控制活动方面协助监事会。

工业合规委员会特别参考生产及物流事宜，就实施影响原材料及成品进出口的法律及规例制定指引，同时在工业合规方面向制造部门提供各种形式的协助。此外，为提供最佳的供应链沿线控制活动整合，除了制定专门程序外，供应商审核亦由涉及多个公司职能的

内部工作组进行，以确保保障人权、公平的工作条件以及健康与安全。

为符合二零零一年六月八日第231号法令，本公司已成立一个具有自主权和控制权的监事会，其主要职责是确保本公司依据上述法令所采纳的组织、管理及控制模式的运作、成效、执行及更新，以控制风险及防止可行使（依法或事实上）本公司代表、行政或管理职能的人士进行各种形式和不同范畴的断定犯罪行为，包括贿赂及洗黑钱。

上述报告可透过公司内联网上可用的电子内部通讯途径以及透过专用电邮地址传送，以电子方式保证举报人身份保密。

全体雇员可透过专用电邮地址向监事会匿名举报不符合本集团标准的事件或行为。此外，本集团意大利附属公司全体雇员均可透过举报平台以匿名方式向监事会举报任何有关法令231/2001的不法及违规行为、违反组织、管理及控制模式或违反道德原则、内部程序或法律，而相关行为在雇佣关系中浮现。于二零二一年，Prada集团于业务过程中，概无存在任何违反有关贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的适用法律及规例的报告及重大事件纪录。

风险评估包括确定及分析可能影响公司业务正常运作的因素，且必须提供厘定如何避免或降低这些风险的程序分析。经济、监管及经营环境不断变化，使之有需要建立有助确定及应对这些变化带来的具体风险的机制。

对于Prada集团，风险可分为以下几类：

- 与国际奢侈品市场或整体经济状况、知识产权保护、形象及品牌知名度以及预测潮流及应对消费者品味不断转变的能力的相关风险；
- 关于要员重要性、策略实施、外判、法律及监管合规以及数据及资料处理的Prada集团特有风险；
- 关于汇率波动、利率波动、信贷风险及流动资金风险的Prada集团特有财务风险。

其他资料载于二零二一年年报的财务回顾及企业管治章节。

二零二一年年报－附注28「风险及费用拨备」－将载有更多资料，尤其是有关本期内涉及Prada集团与第三方或机关就调查及争议的更新。

— 道德守则

Prada集团认为尊重道德原则是其价值观及成功的根基。本集团相信并按以下方式经营：

- 遵守其经营所在各国的立法及监管规定；
- 合法、忠诚、正确及透明；
- 尊重私隐；
- 尊重人文价值；
- 尊重竞争作为经济体系发展重要工具；
- 尊重环境及具有环境保护意识。

自二零零七年以来，这些原则正式列于Prada集团的道德守则中。守则载有组织的指引原则，作为本集团管治模式的主要支柱之一并与全体雇员、合作方及供应商分享，且在程序的支援下将这些价值观转化成日常行动。

道德守则的采纳及应用对于实现本公司的主要目标至关重要，其中包括为股东、雇员、客户及社区整体创造长远价值。

本集团透过网上发布、直接通讯等多种方式宣传守则的知识，并依照程序作为与大多数合作夥伴订立的供应或商业协议的一部分，因为其被认为是建立所有合约关系的先决条件。

一 税务策略与合规

Prada集团相信，负责任的企业管治要求采取能改善共同价值创造过程而同时平衡商业目标与利益相关者期望的协作行动。

相关方针亦反映于本集团的税务策略，相关策略是基于预防税务风险及「税收稳定」，而这两者乃透过与意大利主要税务机关及海外税务机关持续对话及长期真诚互动而实现。相关策略旨在缓减税务风险、遵守本集团经营所在的所有司法权区法律及规例以及宣扬税务部门参与所有本集团经营及公司流程的重要性。

本集团的税务策略由Prada S.p.A.董事会厘定及定期更新，并由本集团税务部门管理及监察，而税务部门由合格的资深税务专家组成，其拥有管理意大利及国际税务议题及个案相关风险所需的一切知识及技能。税务部门按照一系列内部程序确保所有税务合规及报告存档经过适当审阅且以透明、适时及准时方式编制；透过与本集团其他职能协调，税务部门亦负责确保支援税务策略的政策与程序得到一致执行及管理。最后，本集团税务部门持续与行业协会、政府及其他外部机构（例如经济合作与发展组织(OECD)或欧洲联盟)交流，以事先分享未来税务立法趋势及规则。如有需要，对于存有不明确诠释的特别税务议题，本集团税务部门会由外部顾问协助。

为精准有效推行税务策略，Prada S.p.A.采纳税务控制框架(TCF)，该框架亦根据意大利税务机关定期分享的国际准则列出识别、评估、管理及控制税务风险的工具。TCF为内部控制系统的一部分。该税务风险管理系

统的成效使Prada S.p.A.自二零一六年起获准加入意大利税务机关合作合规体制（如意大利第128/2015号法令所规定）。在该体制内，本集团在相互透明及信任的基础上与意大利税务机关扩大系统性及持续沟通渠道，以尽量降低潜在风险形势的不确定性。

加入该体制后，意大利税务机关邀请本集团部分公司参加由OECD推出的国际合规保证计划(ICAP)。

本集团的参与公司与其驻在国（意大利、美国、英国、加拿大及澳洲等）的税务机关分享大量资料。在评估最后阶段，相关税务机关向该等公司授予「低风险纳税人」地位。

此外，与地方税务机关订立预先定价协议(APA)及基本资产保护协议（「BAPA」）亦可确保与税务机关进行持续的防范性对话，包括事前分享有关转让定价法规的公司间交易的处理及就诠释不确定的监管与常规问题及范畴向各税务机关提出澄清请求。透过内部监控系统（内部审计）及第二级监控职能部门的检查亦可确保对财政相关流程的保证。

Prada集团向税务机关提交「各国报告」，当中载有有关居民公司的收入及活动的重要资料，以符合各国之间强制性自动交换税务资料的责任。

此外，近期亦已制定所需保障措施，以核实是否符合相关税务机关就任何含有欧盟第2018/822号指令(DAC 6)所识别特徵(Hallmark)的跨境交易项下申报责任。

最后，Prada S.p.A.拥有全面经认证经营者（「AEO」）的地位，即具备最高可靠度。该地位由海关部门发出，获授此地位的公司经认证以合资格及道德的方式管理业务流程，而产品亦符合海关规例及安全标准。

— 二零二一年摘要

新冠肺炎疫情大流行于二零二一年继续推动奢侈品市场的变革进程，为市场带来真正蜕变。年轻一代消费者的比例大幅扩张，数码销售渠道及本地消费者的贡献亦然。即使在新实体数码生态系统中，道德产品、品牌社会责任及购买经验中体现的重要人文地位，对行业的价值主张而言仍属极为重要。

于二零二一年，Prada集团在不断变化的环境中专注投入、可持续发展及发挥影响力，成功与市场并肩进化。其独特的创意实力与转型的全渠道策略相结合，提升了品牌及产品的感知价值，为收益增长及使本集团重回创造长期价值而铺路。

增长背后，有赖盈利能力更高的销售组合、取消降价促销及全面精简批发分销渠道的商业策略。本集团自有电子商务网站的增加亦为增长作出贡献，增长主要是来自新客户。

零售空间及流程的投资提高了店舖生产率，这对加强品牌认知度而言实属重要。单独就二零二一年而言，已完成逾120家店舖翻新及已设置80个期间限定装置，促使店舖客流量上升并建立持续优化的零售形象。Prada Outdoor、Prada Holiday、Miu Miu Upcycled及Miu Miu Nuit期间限定店在部分最尊尚的百货公司及商场巡回，引起巨大回响。

在内容、传统及数码传讯渠道的投资获得杰出的成果，特别是网上品牌关注度指标方面。有效的传讯活动促使在成功活动中扩大数码社区的参与度，如Prada二零二一年春夏时装秀（为首个在米兰及上海两个城市同步上演的时装秀）及由Prada赞助的第36届美洲杯（为观看次数最多的一届）。

全渠道增长策略包括新的投资，其将于短时间内进一步提升后端零售业务及使数据运用更为有效，从而使客户关系管理活动更具成效。

最后但同样重要的是，自加入Aura consortium成为创会成员促使本集团进一步丰富客户体验：透过区块链科技，本集团品牌将向客户保证有更高的透明度和可追溯性。另外，年内已获批的数码发展蓝图将为本集团带来工程及技术方面的新资讯系统，造就在所有分销及传讯渠道甚至是整个业务经营而言的另一项竞争优势。

工业领域受惠于重要简化措施以及在垂直生产过程的投资，以加强传统匠人手工制作的专业知识，并进一步提高产品的优质标准。经营能力的运用在Levanella物流中心得以提高，Levanella物流中心是业内技术和可持续发展的先行者，并且为整合制造流程与店舖采购流程的关键地点。透过收购本集团两家附属公司的馀下少数股权，以及收购以意大利著名羊绒生产及其他高级纱线而闻名的Filati Biagioli S.p.A.的股权，制造活动得以加强。

本集团于十一月的资本市场日就可持续增长策略指引进行沟通，并以一直推动Prada集团的原则及优先事项为基础，将其分为三大支柱：环境、人员及文化。本集团的经营业绩较疫情大流行前水平大幅改善，金额及占收益净额的百分比均有所上升。及后产生的现金（扣除投资及恢复利息派付后）使本集团可累积足够现金资产以抱有信心应对重要中短期投资。



— 于二零二一年，Prada集团在不断变化的环境中专注投入、可持续发展及发挥影响力，成功与市场并肩进化。

GRI-201 披露

已产生及已分配的直接经济价值

二零一九年 二零二零年 二零二一年

金额以千欧元为单位

已产生经济价值	3,232,054	2,424,970	3,368,418
已分配经济价值	2,901,673	2,255,583	2,961,880
营运成本	1,968,912	1,545,670	1,941,997
分配予雇员的价值	752,049	657,537	744,554
分配予银行及债券持有人的价值	12,044	12,613	10,994
分配予政府部门的价值	951	22,636	151,210
分配予投资者的价值	154,642	-	91,233
分配予社区的价值	13,075	17,127	21,892
已保留经济价值	330,381	169,387	406,538

二零二一年综合收益表(根据GRI-201披露(GRI标准)界定的已产生及已分配经济价值的模型呈列)显示的已保留经济价值为406.5百万欧元,较二零二零年多一倍以上,甚至较二零一九年疫情大流行前水平为高。相比二零二零年,产生的额外价值被分配予雇员的价值增加(主要因劳动力增加)、分配予公共机构的价值增加(因

直接税增加)及分配予股东的价值增加(因恢复派付股息)所抵销。相比二零一九年,已保留经济价值增加,主要源于产生的价值增加以及分配予股东的价值减少,并扣除因二零一九年特殊情况而将分配予公共机构的价值正规化影响,而Prada集团于二零一九年获得二零一五年至二零一九年年度的专利盒税务优惠认可。

2 — 可持续发展

二零二一年摘要

3大

可持续发展支柱

严谨ESG管治

2项

SBTi认可温室气体减排目标

进取气候策略

4笔

可持续发展挂钩贷款

领先DE&I议程



Prada集团的策略选择是期望透过持续成功惠及所有利益相关者，不论是股东、雇员、客户抑或本集团经营所在的社区。事实上，Prada S.p.A.董事会承诺以负责任的方式经营业务、为全体人员建立包容而安全的工作环境，以保护环境及保障本集团经营所在地区的社区。日渐植根于企业策略之中的可持续发展以及与利益相关者持续进行透明的对话，乃重新确认本集团身份及撑起本公司竞争优势的关键因素，亦是面对转变以及当代与未来的挑战并作出长期可持续发展的关键因素。受到核心价值持续启发，Prada集团加强原本已属高准则的企

业管治，并将承诺植入可持续发展策略，而相关策略围绕著其认为可为创造长远价值而作出最大贡献的影响力范围。

董事会由有份推行可持续发展策略的部门协助下，为本集团非财务范畴(或环境、社会及管治(ESG))的表现提供方向及保持监察。本报告涵盖的主题已纳入组织业务活动的相关影响，并经过审阅并视为相关。

可持续发展表现以及ESG目标最少每年向董事会报告一次，或于发生重要发展时报告。关于重大ESG议题的任何已定目标更新将与各所涉部门讨论。

— Prada集团的策略选择是期望透过持续成功惠及所有利益相关者，不论是股东、雇员、客户抑或本集团经营所在的社区。



— 可持续发展之路

二零一三年

Prada集团早于任何强制规定生效前已在二零一三年刊发首份可持续发展报告，以于单一文件中列出在环境、社会及管治可持续发展范畴采取的措施。



二零一五年

于二零一五年，本集团编制的可持续发展报告首次遵循被视为全球最佳常规的GRI(全球报告倡议组织)标准。

二零一七年



于二零一七年，本集团在米兰举办首次名为「塑造未来(Shaping a Future)」的系列会议，旨在促进关于当代社会最重大变化的辩论。

二零一九年

于二零一九年，Prada集团透过草拟及刊发专门政策正式落实对可持续发展议题的承诺。同年，Prada美国附属公司设立多元化与包容性咨询委员会，由优秀的国际学术及文化机构人员协助，引领集团处理可持续发展等议题。同样于二零一九年，Prada S.p.A. 为首批签署《时尚协定》的订约方，承认唯有透过集体行动方可减轻时装界带来的环境有害影响。本集团亦推出以全再生尼龙制造的首批限量版手袋及配饰，并宣布由二零二零年女装春/夏系列开始，于制作产品时将不再使用动物皮草。此外，Prada S.p.A. 于同年成为首家从Crédit Agricole集团取得可持续发展挂钩贷款的奢侈品行业公司。最后，于2019年，本集团为SEA BEYOND宣传，SEA BEYOND为联合国教科文组织政府间海洋学委员会(IOC)发展的教育项目，旨在致力提高可持续发展及海洋保育的意识。



二零二零年

于二零二零年，Lorenzo Bertelli亦就任Prada集团企业社会责任主管，进一步推进可持续发展与长期企业策略的融合。同年，北美附属公司委任一名多元平等



与包容首席专员，负责确保组织内每个层面均可表达出多元文化及立场。于年底，本集团成为首个加入Valuable 500的时装奢侈品行业公司，Valuable 500为致力倡议从根本上加紧改革公司组织以包容残障人士的国际联盟。最后，于二零二零年，Prada集团计算其碳足印，作为迈进订立气候策略的基本步。

二零二一年

二零二一年为Prada集团多个可持续发展相关范畴的转捩点。加强可持续发展管治为最佳例子，而其源于Lorenzo Bertelli加入Prada S.p.A.董事会并同时担任Prada集团企业社会责任主管，加上决定在董事会层面成立专责环境与社会可持续发展议题的委员会以及挑选两名具备重要专业ESG（环境、社会及管治）经验的Prada S.p.A.董事会新成员。此外，Prada S.p.A.董事会成员已批准本集团的策略性可持续发展指引，而在年内，彼等已接受主要可持续发展议题及行业趋势培训。



同样于二零二一年，本集团订立气候策略，向科学碳目标倡议(SBTi)提交温室气体减排目标，并首次参与碳披露项目(Carbon Disclosure Project)的气候变化问卷调查，于十一月举行的资本市场日呈现此长途旅程的进展。



于同一场合，Lorenzo Bertelli公布本集团的可持续发展策略及为达至SBTi认可的定量目标而将实践的实际行动，并确认在多元化、平等及包容承诺上，内外均有所进展。

本集团于年内新获两笔可持续发展挂钩贷款，并为工业部门组织特定培训计划以持续提供最新工具，用以管理及分析最影响供应链的可持续发展议题。

最后，于二零二一年，Prada集团成功完全转化再生尼龙(Re-Nylon)，并推出与联合国教科文组织政府间海洋学委员会合作的SEA BEYOND第二阶段。

一 可持续发展政策

一如预期，Prada集团于二零一九年开首便正式落实对可持续发展的承诺，并草拟可持续发展政策（Prada S.p.A.董事会已批准，可于网站pradagroup.com查阅）。

颁布相关政策乃重要里程碑，标志著董事肩负起现代企业须承担的更重大责任。

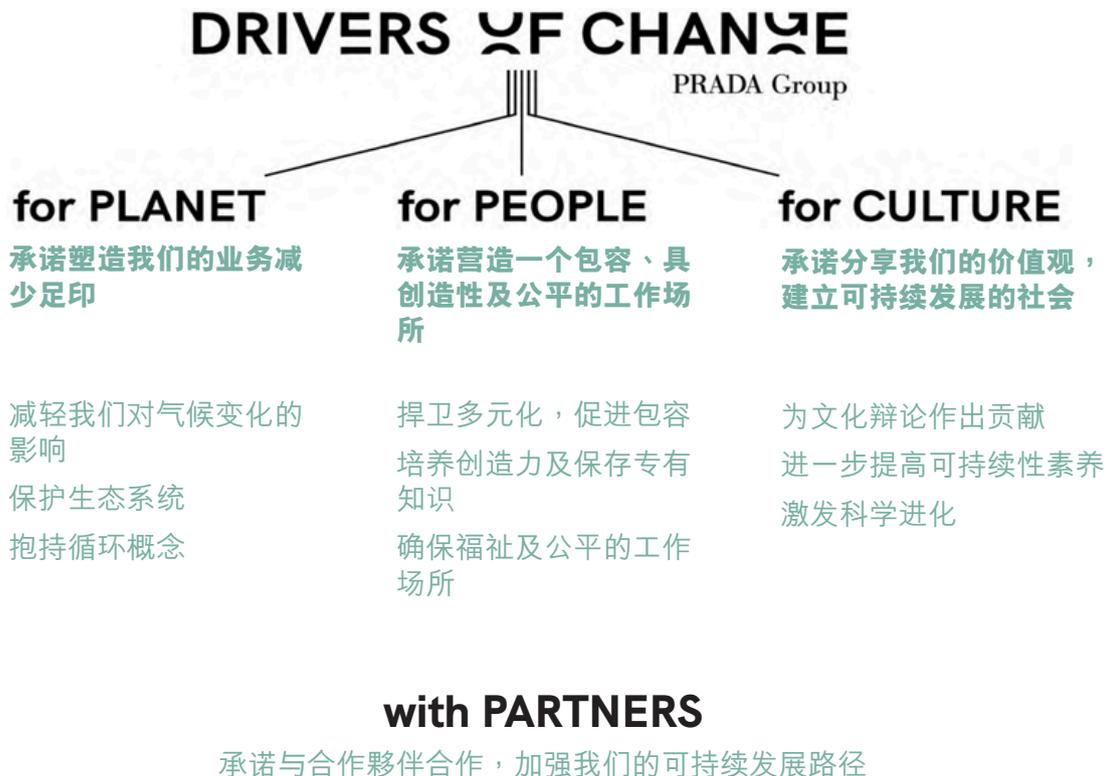
更具体而言，本公司的承诺及可持续发展措施乃基于三大优先行动－环境、人员及文化－从中本公司深信可为自身行业提供最大回报价值，并造福整个社会。

在可持续发展多个范畴的持续工作，例如投资于文化以将其活动裨益推展至公民社会、与利益相关者合作、多

元化及机会平等的重要、抗衡气候变化、可持续发展的新物料研究以及投资于优质的工作环境，仅为本集团在社会及环境可持续发展承诺上的少数实例。

一 可持续发展策略

可持续发展是Prada集团的发展进程的必要关键，且对捍卫其身份及声誉至关重要。近年，本集团推出愈来愈积极的原创措施以配合社会责任政策设定的优先事项。于二零二一年，Prada集团制定并传达可持续发展策略，旨在进一步加强及巩固此承诺，为每项行动（环境、人员及文化）确定中长期目标，并在此基础上正式制定量化目标，以便指导可持续发展领域的未来行动。



Prada集团企业社会责任主管Lorenzo Bertelli于资本市场日发表本集团的可持续发展策略，其为发展兼增值地球、人员及文化的长远蓝图。相关策略已于二零二一年由Prada S.p.A. 董事会批准，乃基于一直以来界定Prada DNA的价值、原则优先事项所厘定，并展示出过去行动与未来计划连贯而完整的延续性。

三大支柱中，「关注地球」策略定下减少环境影响目标，包括由二零二二年起在Prada所有业务中达至碳中和并实现科学碳目标倡议(SBTi)认可的范围1、2及3温室气体减排目标、在成品及包装上广泛使用低影响度的替代物料以及采用更容易循环再用的生产物料与生产废料，使其可再次循环重用。该策略亦关注原材料的可追溯度并于供应链沿线持续改进社会及环境水平，其有赖供应商紧密合作，以减少其环境足迹。

从中亦可预见宣扬并提升多元化、平等及包容的措施，包括基于对组织各层面及整个时装界各人的尊重而

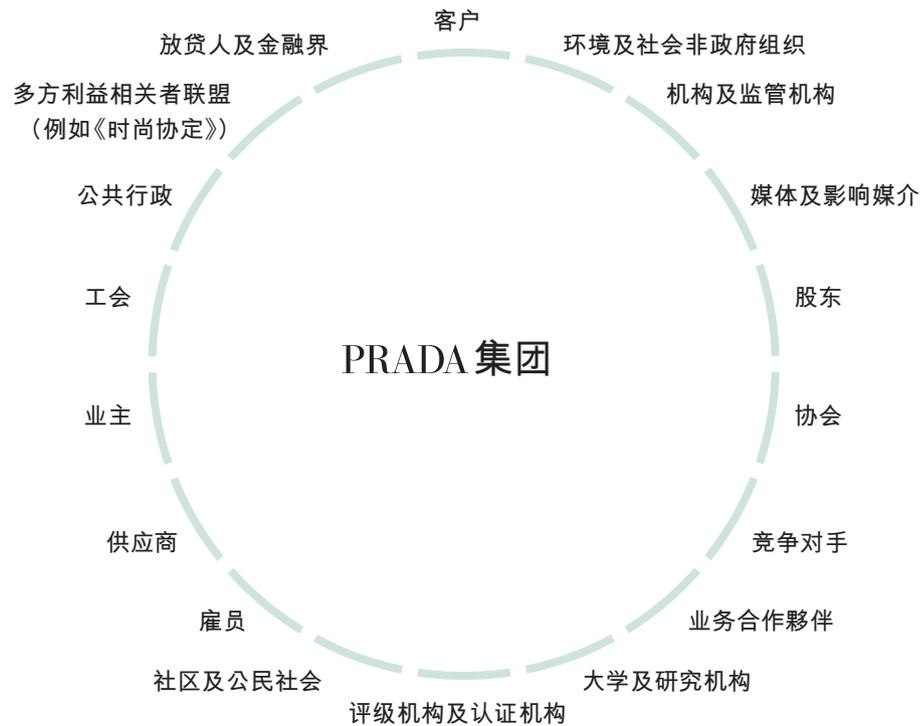
推进包容文化。「关注人员」支柱亦包括保护工艺及培养新人才的长期投资，将Prada定位为新一代的卓越明灯。尊重及保护本集团及业务合作夥伴的工作人员为另一个关键元素，同时更进一步观察雇员投入水平，以提升雇员个人及职业健康。

「关注文化」是第三个、亦是最突出的策略支柱，概述本集团在保育及宣传意大利与国际文化遗产及天然与科学产物的持续投资，强调本集团即使在那些致力于促进可持续发展原则应用的研究范畴，亦积极担当普及推动者及教育者的角色。

Prada集团认为相关策略为其经营所在的社区肩负起更大责任，因此，与供应商及其他合作夥伴在所有主要范畴紧密合作对于达成更远大的目标至关重要。事实上，本集团计划透过实现追踪进展的实质且进取目标、设定关键绩效指标(KPI)及其指派至相关管理层，以达至可持续发展三大支柱所设目标。



一 利益相关者及重要性分析



PRADA集团的利益相关者

Prada集团于动态环境中经营，与众多利益相关者互动，彼等均能直接或间接影响业务目标达成或受其影响，与这些利益相关者公开透明对话对于追求可持续发展及长远价值至关重要。

本集团基于两项条件，为在其价值链沿线经营的主要利益相关者划分类别：

—— 对Prada的影响：影响本公司策略或经营决策的能力；

—— 对Prada的依赖程度：利益相关者受本公司决定、产品及活动影响的程度。

历年来，Prada集团鼓励多聆听主要利益相关者的声音，并与其大量互动，从而可互相聆听与分享，以期识别利益相关者的期望并将之融入本集团业务目标。为追求目标，本集团与利益相关者共同或作为多方联盟的一部分积极投入。

重要性分析

本可持续发展报告内呈列的各个主题深度及细节反映重要性分析的结果，即是识别、评估及对与利益相关者相关且影响Prada于短期、中期及长期创造价值的能力的可持续发展方面排序的过程。

于二零二一年，经由本集团高级管理层（包括董事会成员）直接参与，Prada集团按两项步骤更新重要性分析：

—— 识别可持续发展议题；

—— 就过往已识别的可持续发展议题而言，按其到达至业务目标（内部重要程度）的相关程度以及对符合利益相关者期望（外部重要程度）的相关程度排序。

对Prada而言，重大议题即同时对本集团及利益相关者非常重要的议题，如以下经Prada S.p.A.董事会认证的重要性矩阵所示：





得出下列结果：

- 事实再次证明最重要的方面是产品创意及品质卓越，其证实对本集团及其利益相关者而言，在整个价值链伴随Prada商品的高标准品质及款式的根本重要性。由于财务稳定是追求可持续发展目标不可或缺的一环，因此业务策略及经济表现范畴亦一同纳入；
- 对本集团及其利益相关者同样相关的是气候行动、提升供应链沿线的环境及社会水平、多元化及平等机会以及职业健康与安全相关范畴；
- 尊重人权及劳工权利及采购低环境影响原材料相

关范畴对于利益相关者最为相关，显示出利益相关者对本集团的采购常规构成压力；

- 客户体验、保存专有知识及发展技能以及保育及升级艺术、文化及自然遗产对于本集团而言为最重要议题，因其代表Prada DNA的根本元素。

相比二零二零年重要性分析结果，关于废物管理、水资源管理及循环概念的议题成为重要主题，印证本集团对环境议题的投入不断增加。

下表载列Prada识别出的各重要主题定义，而重要主题与GRI指标之间的关连于第7章「方法附注」披露。

重要主题

环境	气候行动	减少本集团价值链沿线活动相关的温室气体排放不仅可减轻本集团业务带来的影响，亦可减轻在价值链上游及下游运作的活动方产生的影响。
	循环概念	融合本集团履行业务（例如设立期间限定店、组织时装展及产品开发）时的循环经济原则。
	采购低环境影响原材料	考虑到对气候变化的影响，加上在生物多样性及动物权益等其他可持续发展议题方面的影响，提倡采购低环境影响的原材料。
	负责任废物管理	负责任地管理生产过程中产生的废物，以减少整体废物产生量并提高可回收废物的数量。
	可持续的水资源管理	透过提倡节约用水习惯（例如回收／重用水资源）及降低污水排放影响的习惯（例如污水处理厂或在生产过程中减少使用有害化学物质），负责任地在生产过程中使用水资源。
人员	捍卫多元化及平等机会	在公司全体人员之间提倡及保证性别平等及机会平等、不容许歧视行为并确保组织具包容度，同时顾及本集团不同国籍及种族的雇员。
	保存专有知识及发展技能	投资于雇员培训及专业发展以增强其技巧及才艺，并承传企业专有知识。
	职业健康与安全	透过预防及保障措施，减少事故及职业疾病，以向所有工作人员确保工作场所安全与健康。
	尊重人权及劳工权利	确保尊重基本人权，尤其是为本集团业务工作的工人权益。

重要主题

供应链	提升供应链沿线的环境及社会水平	确保负责的供应链管理，以改善供应商的环境及社会水平，透过参与、培训及临时评估将其内部准则划一。
社区	保育及升级艺术、文化及自然遗产	投入意大利及国际文化、艺术及环境遗产的对话，鼓励及支持前卫的文化及艺术。
业务与道德	诚信、透明度及合作	确保企业管治透明，透过保证符合法律的道德商业行为及透明税务方针，保障本集团所有内部及外部利益相关者的利益。
	产品创意及品质卓越	提供高品质且散发可勾画集体想像的创意产品。
	业务策略及经济表现	确保本集团业务模式在经济方面可持续发展，推动经济增长以提升对本集团内部及外部利益相关者的间接经济影响。
	客户体验	透过确保产品安全及提升客户体验（例如利用数码销售渠道），从而提高客户满意度。

一 可持续发展风险管理

为符合香港联交所「ESG报告指引」，Prada集团须为重要范畴界定及评估环境、社会及管治(ESG)风险的性质及程度。

于二零二一年，Prada集团就以下四个风险类别根据对于主要可持续发展挑战的广泛观点，作出首次高层次及定性ESG风险（过往已识别）评估：

—— 策略风险：可对决策过程以及组织在达成使命与

策略目标方面构成不利影响的相关风险：

- 经营风险：可干扰或破坏本公司业务经营表现的相关风险；
- 财务风险：可直接影响本公司财务表现的相关风险；
- 合规风险：不遵循适用国家及国际法律（可使本集团面对法律处罚）或道德守则及内部程序的相关风险。

ESG风险评估

类别

重要主题¹

风险名称

描述

风险类型

降低风险
行动的
参考资料

环境

气候行动²

来自利益相关者及投资者的压力

近年，投资者及外部利益相关者愈来愈关注气候变化。就此，倘无充分披露其影响，并缺乏在价值链上减少温室气体排放的具体行动，Prada集团与竞争对手相比，获得金融资本的机会可能减少且其地位可能削弱。

- 策略风险
- 财务风险

可持续发展策略
气候策略
负责任运用天然资源
保护所在地区

消费者选择转变

时装界愈来愈关注可持续发展议题，意味消费者的选择受此方面影响。尤其是，千禧一代似乎偏好以低排放量原材料制造的产品。倘本公司在此议题上缺乏积极方针，消费者或会选择转向有能力提供较低温室气体排放量产品的品牌，从而导致经济损失。

- 策略风险
- 财务风险

可持续发展策略
气候策略
负责任运用天然资源
保护所在地区

不遵循新兴法律及／或规例

欧洲正迈向于二零二零年或之前实现温室气体净零排放经济。此目标或意味著会推出愈来愈严谨的温室气体排放相关法律及规例。倘Prada未能管理气候议题，可导致本集团应付日后潜在法律或规例时措手不及。

- 合规风险

可持续发展策略
气候策略
负责任运用天然资源
保护所在地区

将现有产品及服务替换成低碳选项

目前尚无技术能够消除因皮革生产的畜牧而产生的温室气体排放，为Prada集团带来风险。此外，另一个风险来自目前无法选择品质及特性与皮革相同且可大规模生产的原材料。

- 策略风险
- 经营风险

可持续发展策略
气候策略
负责任运用天然资源
保护所在地区

原材料供应不足

天然原材料的供应可能会受气候模式潜在变化的影响。就中期而言，本集团采购确保业务连续性所需的原材料时可能会遇到困难，并被迫面对潜在成本上升。

- 策略风险
- 经营风险
- 财务风险

可持续发展策略
气候策略
负责任运用天然资源
保护所在地区

1 - 重要主题「保育及升级艺术、文化及自然遗产」中并无识别出相关风险。

2 - 气候变化相关风险及机会已于二零二一年公布的碳披露项目 - 气候变化问卷调查中披露。

ESG风险评估

类别	重要主题	风险名称	描述	风险类型	降低风险行动的参考资料
环境		极端天气事件频率及严重程度	业务及零售销售网络广泛分布在欧洲、亚洲、北美及拉丁美洲使本集团面对一些与极端天气事件相关的风险。例如，Prada部分工业基地位于河流附近，其中部分具有水浸风险(由于海平面上升)，可能导致工厂本身受损，且员工无法进入工厂。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 经营风险 	可持续发展策略 气候策略 负责任运用天然资源 保护所在地区
	负责任废物管理	不遵循地方环境规例	未能遵守废物管理的环境法律及规例可能会导致Prada集团受到财政处罚。	<ul style="list-style-type: none"> 合规风险 	废物管理
循环概念		不遵循新兴法律及/或规例	《欧洲绿色协议》(European Green Deal)包括部分与循环经济有关的章节。欧洲循环经济计划作为《绿色协议》支柱之一，设想将「生产者延伸责任」概念应用于时装界，并在产品构造中引入生态设计原则。对Prada集团而言，关键在于能够以循环方式将业务调整/转化而不损害本集团的竞争力。	<ul style="list-style-type: none"> 合规风险 经营风险 	循环概念
		消费者选择转变	时装界愈来愈关注可持续发展议题，意味着消费者的选择受此方面影响，尤其是考虑到千禧一代似乎偏好较低环境影响的循环业务模式。倘本公司在此议题上缺乏积极方针，消费者或会转为偏好有能力提供符合循环经济原则(例如使用重用原材料的物料、延长产品生命周期)产品的品牌，从而导致经济损失。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 财务风险 	循环概念

ESG风险评估

类别	重要主题	风险名称	描述	风险类型	降低风险行动的参考资料
环境	可持续的水资源管理	水资源供应不足	倘Prada集团经营所在的地理区域存在与水资源压力相关的问题，则可能会出现严重问题，尤其是对于在生产过程中大量用水的工厂而言。	• 经营风险	负责任运用天然资源
		不遵循地方环境规例	Prada集团在生产过程中使用化学品(例如用于皮革加工)，因此有关排水的环境法律及规例可能意味存在违规风险。同时，考虑到排水管理不力亦可能对Prada经营所在地区产生影响，因此存在重大声誉风险。	• 合规风险	负责任运用天然资源
环境	采购低环境影响原材料	可持续的原材料供应度低	近年来，Prada一直致力于提高产品中所用的可持续原材料比例。然而，大规模采购可持续原材料可能十分困难。因此，当本集团出面宣布采购可持续原材料的定量目标时，如未能实现相关目标，可能会破坏声誉。 此外，在物色可持续原材料时面对的任何困难均可能导致高度依赖少数供应商，从而降低本集团的议价能力并可能增加生产成本。	• 策略风险 • 经营风险 • 财务风险	负责任运用天然资源
		运用可持续发展原材料相关漂绿	Prada集团承诺以可持续的替代原材料取代传统原材料，其可能涉及原材料采购风险，因考虑到环境可持续发展所有方面(例如：气候变化、耗水量、生物多样性等)，相关原材料的有效可持续性或不优于所取代的传统原材料。	• 策略风险	负责任运用天然资源

ESG风险评估

类别	重要主题	风险名称	描述	风险类型	降低风险行动的参考资料
供应链	提升供应链沿线的环境及社会水平	供应链沿线不遵循环境常规及标准	本集团部分供应商(例如制革业供应商)营运所在的行业对环境影响重大。此外,皮革供应链亦有森林砍伐的疑虑。Prada与违反环境规例或被指控推进森林砍伐的公司的联系(即使是间接联系)对本集团而言为重大声誉风险。	• 策略风险	行业策略 负责任供应链管理
		供应链沿线不遵循社会常规及标准并潜在违反人权	Prada集团的供应链非常复杂,通常由多层外判组成。本集团供应链中任何违反人权的个案,包括健康与安全问题,均对本集团构成重大声誉风险。	• 策略风险	行业策略 负责任供应链管理
		供应商不贯彻Prada的可持续发展策略	Prada集团的可持续发展策略及其目标须靠所有供应商合作方能实现。未能与供应商合作可能会阻碍达至本集团制定的可持续发展目标。	• 策略风险	负责任供应链管理
人权	尊重人权及劳工权利	不遵循人权准则	Prada集团在多个国家经营,在其中部分国家,紧守当地法律可能不足以保证尊重工人基本人权。考虑到Prada集团的媒体曝光率,经营之中不尊重人权会构成声誉风险。	• 策略风险	工人健康与安全 及尊重人权
		难以吸引及挽留合格雇员	Prada集团的成功取决于吸引和挽留主要企业职能部门合格人才的能力,无论是管理职位或是数量更多的营运职位方面。离职率高代表Prada集团存在丧失竞争力的风险。	• 策略风险 • 经营风险	吸引及挽留人才

ESG风险评估

类别	重要主题	风险名称	描述	风险类型	降低风险行动的参考资料
人员		流失企业专有知识	发展技能是Prada成功的基本元素，因此，公司「知识」跨代承传乃为根基。未能将工匠技能传授给新一代可能会削弱本集团构造优质产品的能力。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 经营风险 	Prada学院及技能发展
	职业健康与安全	不遵循健康与安全法例	未能遵守有关职业健康与安全管理的法律及规例可能会导致Prada集团受到财政处罚。此外，工作场所发生事故会对本集团构成声誉风险。	<ul style="list-style-type: none"> 合规风险 	工人健康与安全及尊重人权
业务及道德	捍卫多元化及平等机会	发生歧视事件	促进多元化、平等及包容是Prada集团的基本元素。工作场所内外任何歧视事件均可能对Prada集团构成声誉风险。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 	捍卫多元化及平等机会 多元化与包容性咨询委员会
	产品、创意及品质卓越	消费者选择转变	消费者(尤其是新一代)的需求愈来愈挑剔。这意味著Prada集团可能无法预测趋势并回应消费者的品味转变。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 财务风险 	价值创造
		产品健康与安全相关风险	Prada集团的产品必须符合严格的健康与安全标准，并遵守Prada经营所在的所有国家现行相关规例。部分供应商在制造过程中使用危险化学品，可能对消费者构成健康与安全风险，并且违反本集团的监管标准。	<ul style="list-style-type: none"> 合规风险 	产品责任
客户体验	错判消费者期望	难以识别、理解及回应消费者对服务及销售渠道不断变化的期望。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 财务风险 	价值创造	

ESG风险评估

类别	重要主题	风险名称	描述	风险类型	降低风险行动的参考资料
业务及道德	业务策略及经济表现	外部宏观经济风险	奢侈品市场的表现受个人消费倾向及整体经济的影响。Prada集团经营所在的一个或以上主要国家或全球出现不利经济或监管、社会及政治变化，均可产生负面经济后果。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 财务风险 	价值创造
		诚信、透明度及合作	不遵循社会经济、贪腐或税务议题相关法律及规例	与不道德业务行为相关的风险以及不遵守适用于Prada集团的各种规例可能会为本集团带来重大声誉风险，并使其面临潜在财政处罚。	<ul style="list-style-type: none"> 合规风险
	网络安全相关风险	在发生网络攻击和违反欧洲隐私规例(GDPR)的风险时，难以保护敏感的公司数据或消费者个人数据。	<ul style="list-style-type: none"> 策略风险 合规风险 经营风险 	产品责任	

近年，利益相关者对环境、社会及管治可持续发展的期望以及国家及国际立法进展均强烈刺激Prada集团的非财务表现。同时，由于本集团的经营环境复杂，因此仔细的ESG风险评估对于确保长期稳定发展及保障

公司声誉而言均至关重要。

就此，Prada集团承诺将相关风险评估纳入业务策略，对于利益相关者要求增加透明度及问责程度而言，其乃息息相关的必要活动。



一 可持续融资

Prada集团是奢侈品行业中首个签订「可持续发展挂钩贷款」的集团，其为附设机制的金融信贷额度，当中一达到可持续发展范畴的定量目标后，利率将会降低。

Prada集团于二零二一年签订两笔同类贷款，最近一笔于七月与意大利联合圣保罗银行(Banca Intesa Sanpaolo)签订，再早前于二月则与裕信银行(UniCredit)签订。

两笔信贷额度均与以下KPI挂钩：

- 生产废料再生及再转化；
- 自制能源比例上升。

就第一个目标而言，Prada集团最近在工业范畴投资，尤其是在生产过程中最细致的阶段，减少服装、皮具用品及鞋履的生产浪费，同时有效地管理其收集和处置。本集团现致力于将该等废料转移至第三方，供其引入其他生产周期。

就能源范畴而言，根据本集团的气候策略，继续在工业

及企业场所建造光伏系统的投资计划，以确保于二零二一年至二零二五年期间每年增加千瓦时的产量。这些介入措施将大部分将集中在意大利托斯卡纳的生产和物流基地，目的是使该地区的建筑群可在能源方面近乎达至自给自足。

在该两笔信用额度之前，首笔为二零一九年与Crédit Agricole Group的贷款，而第二笔为于二零二零年一月与日本瑞穗银行的贷款。

首批相关贷款与达至以下相关项目类似目标挂钩：

- 获授LEED黄金或白金级认证的店舖数目；
- 雇员培训时数；
- 使用Prada再生尼龙生产产品。

所有营运均在企业策略中完美融入更广泛的可持续发展框架。所有贷款目标的实现均须由独立第三方进行年度审查。

「可持续发展是当今普世认同及共享的价值，对金融界亦然。对我们及所有公司而言，这对实现可持续经济的日渐远大目标产生了重要的刺激作用。我们很自豪能够成为奢侈品行业中首批踏上这条道路的参与者，并于现今被视为业内典范。」

Alessandra Cozzani
Prada S.p.A.财务总监

3 — 负责任管理 二零二一年摘要

强大的
垂直整合业务模式

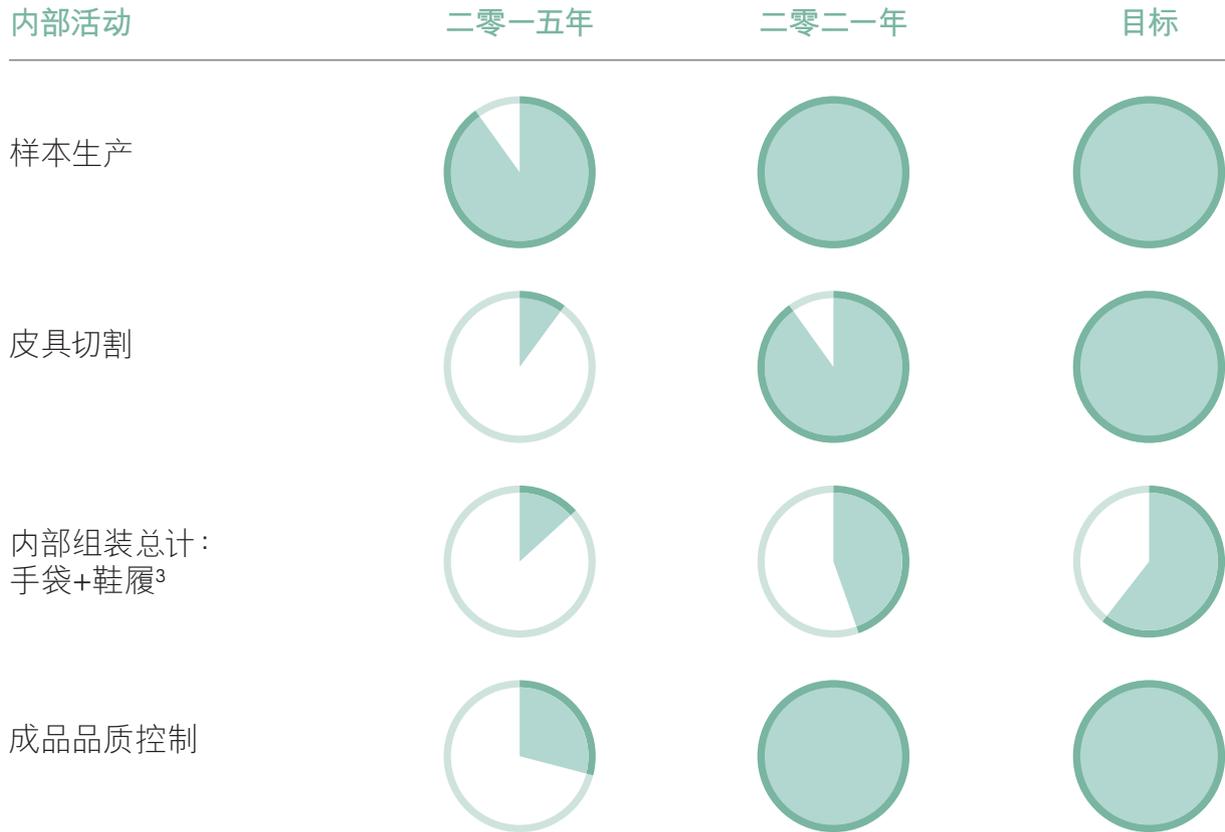
23处
工业设施

严格控制供应链

81%
本集团工业供应商位于意大利

55%
本集团工业供应商已与本集团合作逾10年

内部生产(%)



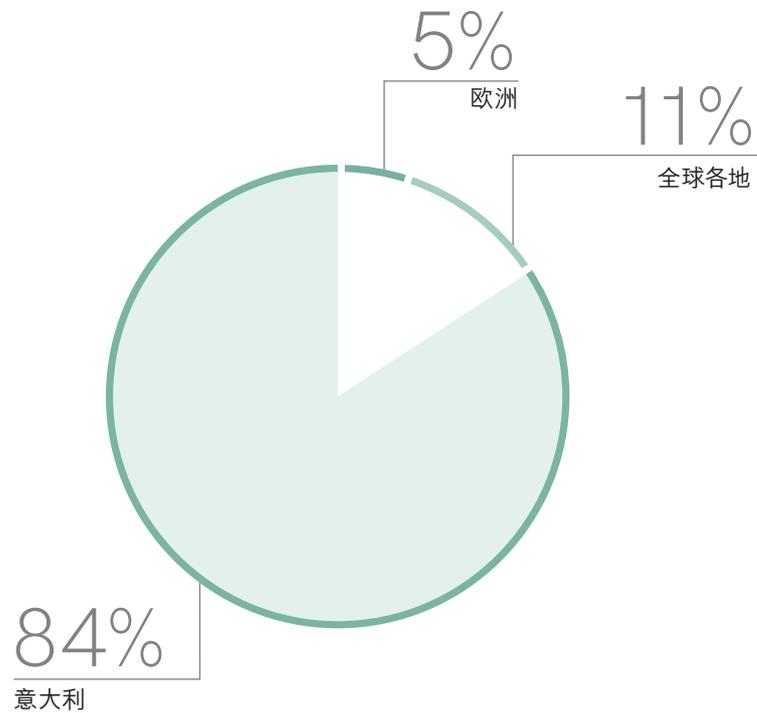
垂直整合及内部化有效确保更进一步控制价值创造，而即使从可持续发展角度来看，其亦是极其重要的一环，不仅对于流程，还有尤其是在负责任供应链管理方面而言。

由于近年来的工业供应链挑选程序加快，本集团与最佳

供应商合作，而其本身在业内为领导者及基准。在大多数情况，这些都是经过严格挑选过程后建立及维持的长期关系，其严格的参数旨在确保最高的技术、经济及道德可靠性标准。Prada集团一直以来重视建立于稳定互动的长期关系，其对共同发展亦至关重要。

3- 不包括RTW及皮具配饰。

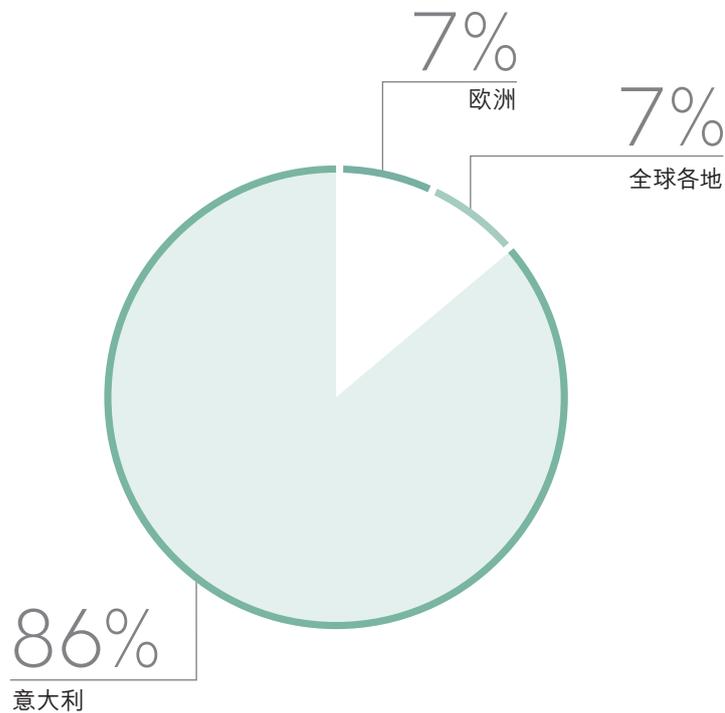
原材料 供应链地点



Prada集团在国际市场上的骄人成就植根于意大利，始于其供应链。于二零二一年，本集团向大约470家供应商⁴购买原材料，其中84%位于意大利，约5%位于其他欧盟国家，余下11%位于其他非欧盟国家。大部分情况

之中，彼等均为长期合作夥伴：其中略高于61%与本集团已合作逾10年，另有约18%与本集团已合作界乎5至10年。

半制成品 供应链地点



⁴ 就此分析而言，仅计及于二零二一年采购额逾30,000欧元的原材料供应商。

在外判方面，Prada集团亦因坚持秉承意大利传统经典手工艺而表现出众；事实上，于二零二一年，本集团与约370家制造供应商⁵合作。约86%制造供应商位于意大利，约7%位于其他欧盟国家，余下7%位于非欧盟国家。在这些制造供应商中，约47%与本集团已合作逾10年，另有约24%与本集团已合作界乎5至10年。本集团每天与供应商一同工作，务求不断改进和学习，关系建立在互信基础上。

整体而言，本集团约81%工业供应商位于意大利，其中约55%与Prada集团合作逾10年；Prada一开始的策略选择已将供应链扎根于制造业所在地区，并一直被认为是竞争优势，获世界各地称许为卓越之举。

一 负责任供应链管理

一如预期，对Prada集团而言，挑选供应商不仅是为达至最高产品品质标准的根基，亦是创造长远价值的基础。事实上，本集团一直透过合作及透明方式与供应商携手在工作场所推行工作、健康、安全及环境标准，并因而传递其高道德标准。

合作有助长远关系并基于定期交易，以共同经历成长及秉持共同策略目标，降低违反本集团道德守则及现行规例的风险。

另一项基本因素为Prada集团供应链的相近度；为控制及管理风险，位置相近有助Prada持续进行监察活动，甚至可每日监察主要供应商。

意大利的供应链位置亦对雇员工作环境属重要，由于其受现行集体谈判协议所规管。意大利集体谈判安排(CCNL)补充法律并由工会及公司代表联盟于国家层面订明。CCNL按薪酬及监管条文规管所有工人权利、保障及义务，例如保证最低工资、工时、假期、资深员工政策、超时工作待遇，假日及夜间工作(相关薪酬增加)、试用期及离职通知期长度、病假、产假、紧急事假以及纪律守则。CCNL每三年协商及更新，因此可使薪金及监管调节与意大利经济及立法改变步伐一致。

过去数年，Prada致力提升对工业供应链更负责任管理采购架构的意识。为此，于二零一七年初，本集团采纳「合资格供应商名单」程序，以重新界定评估供应商道德、技术及经济可靠性所需的责任及营运准则。如采购政策所载，该份名单为开展及维持供应关系所需监控的一部分，要求藉额外查核及问责制减低违规风险。

有关道德问题，供应商资历认可及维持乃透过要求文件、证明及自我声明书确认，以确保供应商遵守有关酬金、社会保障、税项、职业健康及安全、环境、隐私及管治模式的法律。最后，必须签署道德守则以与Prada合作。

有关资料资产进行系统性一级及二级控制，包括中期控制，确保资料为更新、真实及一致。有关控制涉及文件

5 - 就此分析而言，仅计及于二零二一年采购额逾30,000欧元的制造供应商。



— 对Prada集团而言，挑选供应商不仅是为达至最高产品品质标准的根基，亦是创造长远价值的基础。



SHOE

M16164/AU
60MMB

一 商标保护

Prada集团积极保护其无形资产。本集团设有专门负责知识产权的特定内部部门，向主管当局登记其商标、设计、专利及域名，并采纳全球各地预防及维护措施，以保护其于所有线上及线下渠道的知识产权。

Prada集团定期监察第三方办理的注册程序及任何可能对商标、设计及域名(与其本身特色标志及产品相同或可能混淆)作出的挪用行为，并透过主管机关采取适当行动处理任何违反情况。本集团日常与意大利及国际海关机关合作阻截赝品进口市场，并由警方及税务机关充公市场上的伪冒品、重建分销及生产程序，以及将负责人及组织绳之于法。为求达致此目标，本集团将相关资

料与有关机关分享，并参与关于本公司品牌及产品的培训活动，使有关机关可处理各种情况，有效打击伪造活动及犯罪主脑组织。

本集团亦与主要协会合作，如INDICAM、the Italian Association for the Protection of Intellectual Property、the Union des Fabricants及Quality Brands Protection Committee (QBPC)，令各机构、公众人士及消费者关注有关事宜。Prada集团监察知识产权立法的发展，并就打击非法假冒活动建立新立法工具，就此积极向商标拥有人进行谘询。

本集团继续监察《数码服务法案》的监管进程，认为至关重要，欧盟认同数码平台及网上营运商承担更大责任，目的为公司及用户提供一个更安全的环境。

本集团对互联网亦进行更准确监察，以反击在网站、电子商务平台及社交网络上的赝品推广及销售。近年来，Prada集团协助由「Guardia di Finanza」、国际刑警组织及欧洲刑警组织统畴的重大国际行动，将有关非法宣传销售赝品的数以百计网站及数千社交媒体账户的资料分享，有助于识别犯罪网络并移除侵权登记项目。

透过与各机关的紧密合作，单是二零二一年，Prada集团进行的全球打击伪造活动，在线下市场没收超过482,000件赝品、删除220,870个未经授权广告、撤销超过3,200个含有非法内容网站，以及移除100,000个以上的社交媒体帖文。





一 产品责任

产品质素和客户健康与安全是Prada集团制作流程的核心。产品必须达到统一品质标准，并符合产品销售所在的逾70个国家所有现行规例。

为达至目标，本集团雇用具最少十年经验的技术人员，由物料采购至完成阶段严格监控制作过程所用的每项物料。技术人员定期到访原材料供应商及承办商的制作场所，以评估其过程、货品质素及工作场所整体环境。

在这些监控及引导活动范围内，自二零一四年起，Prada集团已编制及更新一份限用物质清单(简称「RSL」)，以限制产品中出现化学物。于二零一六年，Prada再进一步，将RSL所列限制与意大利国家时装商会(「Camera Nazionale della Moda Italiana」(CNMI))所认可、方式更严格及更主动的《服装、皮具、鞋履及配饰生态毒理学要求指引(Guidelines on eco-toxicological requirements for clothing, leather goods, footwear and accessories)》看齐。这些限制属国际惯例中至臻完善的规范，旨在确保达至比全国及国际法律所载最严格化学安全标准更高的水平。Prada集团原材料、包装材料及生产服务供应商均已收到本集团的RSL，并逐步接纳及签署清单：自二零一六年起，72%采购量根据此程序进行，于

二零二一年或之前，有关Prada外部工业供应商采购量100%达RSL「主动」水平，惟100%工序亦于本集团制作场所进行。

扩展RSL范围对改善本集团生产周期可持续性至关重要，正如Prada对CNMI化学品计划所作的持续承诺，为此Prada已深入研究在制作过程及其他事务应用有关指引。于二零二一年继续与CNMI合作，举行了多次会议，旨在落实及颁布化学委员会(Chemicals Commission)于二零二零年开展的活动「良好制造规范－于时尚制造供应链使用化学品的指引(Good Manufacturing Practices－Guidelines on the use of chemicals in the fashion manufacturing supply chain)」，当中Prada积极参与化学委员会。意大利生态转型部倡议了该文件，加入往年披露的产品及产品流程中化学品使用的指引。

为确保遵循RSL，Prada集团不仅要求每名供应商提供认证及测试，亦透过认可实验室抽查所有采购材料，利用额外内部控制程序监督遵循指引的情况及供应商认证。

于二零二一年，并无录得不符健康与安全规例的个案，二零二零年亦无相关个案。同时，于二零二一年及二零二零年，并无录得资料及／或标签不符规定的个案。

— 于二零二一年，并无录得不符健康与安全规例的个案，二零二零年亦无相关个案。

4 — 关注地球 二零二一年摘要

53%

在全球层面购买的
能源属可再生

13座

自有光伏电站

3项

LEED
认证大楼设计及建设

57项

LEED
室内设计及建设

81项

LEED
运作及保养

89%

获认证或循环再用纸张包装

范围1排放乃关于天然气消耗(主要在生产设施运作中使用)、公司车队及空气调节所用制冷剂气体泄漏相关的逸散性排放。范围2排放乃关于为世界各地制作场地、物流中心、办公室及店舖⁹购买电力。

最后，范围3方面，主要来源乃关于购买货品及服务产生的间接排放(71%)、进出物流相关排放(18%)及雇员通勤(5%)。

本报告呈列的数据与呈交至碳披露项目气候变化问卷调查(Prada集团于二零二一年首次呈报，获得B- 评分)的数据一致，以期在报告气候变化相关影响及管理议题方面逐步增加透明度¹⁰。

谨请注意，基准或会于未来几年因部分排放因子更新(尤其是用于计算原材料相关排放的排放因子)而改变。有关温室气体清单计算进一步详情，请参阅第7章「温室气体计算方法及排放因子」一段。

温室气体减排目标及路线图

对Prada集团而言，完成温室气体清单为计算其对温室气体排放影响及找出改善空间的首要有效步骤。

审慎分析Prada可实行以减少温室气体排放的一切可能行动后，本集团于二零二一年九月正式设下科学碳目标倡议(SBTi)¹¹认可的温室气体减排目标。Prada所设有关范围1、2及3的目标符合地球气温较工业化前数值最多上升1.5°C的目标。此外，本集团更为进取地承诺于二零五零年内达至净零排放。

温室气体减排目标于二零二一年十一月的资本市场日正式公布。本集团在场披露以下两项目标：

— 于二零二六年或之前减少范围1及范围2温室气体绝对排放29.4%(以二零一九年为基准)¹²；

— 于二零二九年或之前减少范围3温室气体绝对排放42%(以二零一九年为基准)。

此外，于资本市场日，本集团公布自二零二二年起抵销范围1及2排放的承诺，在自身营运的温室气体排放方面达成碳中和¹³。必须强调，Prada集团将抵销视为额外措施，但此措施不会使公司停止减少碳排放。

下表列出Prada集团气候策略里程碑及就范围1及2排放类别开始推行的行动计划。

9 - 范围2当中纳入Prada集团拥有电费控制权的店舖相关排放，而Prada集团不具电费控制权的其他直营店相关排放列入范围3(第8类：上游租赁资产)。

10 - 相比二零二零年社会责任报告所列数值，二零一九年基准数据经已更新，亦是源于较佳排放类别分类。

11 - SBTi由碳披露项目、联合国全球契约组织、世界资源研究所及世界自然基金会(WWF)之间设立，支援公司设下温室气体减排目标时遵循最新气候科学。

12 - 二零一九年基准纳入按市场方式计算的范围2。

13 - 碳中和乃透过平衡碳排放与抵销而达到，即购买具正面影响项目的碳信用额以减少或中和组织自身活动产生的影响。具体而言，每个信用额(按最重要及最高认受性的国际准则认证)可证明减少或消除一吨二氧化碳当量。



— 于二零二一年十二月三十一日，Prada集团拥有13个光伏系统，涵盖整体工业电力所需9%。



可再生来源电力

Prada集团于二零一七年签订合作关系，开始在意大利境内及在全球层面向具有源头保证(Guarantees of Origin, GoO)的可再生来源购买电力。更深入而言，本集团在意大利、美国、英国、法国、西班牙、奥地利、荷兰及瑞士购买获认证的可再生电力。于二零二一年，所购总共54%电力来自GoO范围内获认证的再生来源，免却产生逾20,000吨二氧化碳¹⁵。Prada往后数年将集中在中国及日本等策略国家全力提高相关比例。

来自自有光伏系统的电力

于二零二一年十二月三十一日，Prada集团拥有13个光伏系统，主要安装在生产基地。于二零二一年，Prada安装两个新光伏系统：一个在纽约总部，另一个在Piancastagnaio生产厂房。整体而言，本集团于二零二一年产出3,585,104千瓦时，当中2,534,187千瓦时由内部消耗，较二零一九年(2,014,207千瓦时)多出26%。在全球层面安装的光伏电站涵盖本集团整体所需电力2.7%，而在工业基地安装的光伏电站涵盖整体工业电力所需9%。

15 - 省却的排放量按市场方式计算法计算。

范围1及范围2排放 (吨二氧化碳当量)	二零一九年	二零二零年	二零二一年
公司车队	3,698	2,042	3,089
天然气	3,243	3,164	3,017
氟化气体泄漏	1,412	1,182	1,639
范围1总量	8,353	6,388	7,744
电力—按地点	38,773	33,429	34,044
电力—按市场	19,506	18,251	20,620
范围1+2总量 (按地点)	47,126	39,817	41,788
范围1+2总量 (按市场)	27,859	24,639	28,364

二零二一年范围3排放

Prada集团于二零二一年报告年度亦计算其间接温室气体排放 (范围3)。本集团碳足印将于每年计算以监察减排目标进展 — 由科学碳目标倡议认证，最终向利益相关者达至更高透明度。

如二零一九年，二零二一年范围3排放主要来源为购买货品及服务(73%)、上游运输及分派(14%)以及上游租赁资产(5%)。相比基准，收购Filati Biagioli Modesto S.p.A.少数股东权益后，投资相关的排放增加；尤其

是，Filati Biagioli购买的电力及燃料所产生的温室气体排放已按比例纳入。由于该公司100%由经认证可再生电力供给，相关排放所占(56二氧化碳当量)非常有限。相比二零一九年(基准)，范围3排放录得大幅收缩(-32%)，主要由于类别1减少(-30%)以及由于二零二一年整体生产量下降及(尤其是)减少购买皮革。本集团透过供应链直接参与，于中短期内致力实践实际行动以减少范围3排放。

范围3排放 (吨二氧化碳当量)	二零二一年
3.1购买货品及服务	206,399
3.3燃料相关活动	8,440
3.4上游运输及分派 ¹⁶	41,206
3.5经营中产生的废物	843
3.6商务旅行	1,045
3.7雇员通勤 ¹⁷	12,190
3.8上游租赁资产	14,025
3.15投资	56
范围3总排放量	284,204

16 - 就此项目而言，数据估计为36%。

17 - 为计算此项目，曾向Prada集团全体雇员发出通勤调查。

一 负责任运用天然资源

水资源管理

Prada集团关注到水资源相关议题日益重要，以及时装界对原材料采购及原材料转化工业流程的耗水量及水污染相关影响。如先前所报告，更新重要性分析后，水资源管理成为重要题目，因此，Prada首次评估制造厂房及货仓于二零二零年及二零二一年的取水量。

本集团耗水量主要有关卫生服务及灌溉绿化地带；处理皮革的法国皮革厂及处理针织品的意大利Torgiano制造

设施是仅有在工业流程中用水的生产基地，因此需要多重洗涤程序。

本集团承诺在工业基地减少耗水量及提升用水效益。例如，在Torgiano工厂安装闭路多用途机以冷却乾洗机。此外，在意大利Torgiano及Valvigna生产基地收集雨水作卫生或灌溉之用。最后，在使用地热供热系统的新物流中心内，会收集所换的水作卫生或灌溉之用。

整体而言，如下表所示，本集团于二零二一年的取水量¹⁸相等于273,958立方米，当中78%来自地下水（例如井水）、19%来自第三方（例如引水道）及3%来自地表水（例如河流）。

取水量 ¹⁹ （立方米）	二零二零年	二零二一年
地下水	44,288	212,704
地表水	10,856	9,136
市政供水	44,191	52,118
总取水量	99,335	273,958

相比二零二零年报告年度（数据涵盖工业基地总平方米75%），Prada集团于二零二一年扩大报告范围，纳入制造设施平方米90%的数据，而下个报告期间的目标为达至100%。若计及与二零二零年相同的范围，二零二一年取水量相等于97,684立方米（减少1.7%）。

排水对于在工业流程中用水的工业基地而言特别重要，例如上述意大利Torgiano及法国的工厂。

尤其是，Torgiano基地设有污水处理厂过滤来自此基地的家用及工业用水（为8,476立方米）。在法国皮革厂，污水（为6,461立方米）排至市政污水处理厂前会先经净化厂房处理，过滤污泥；及后政府实验室会作出每月污水分析以评估铬或其他有害物质含量。

18 - 于二零二一年，根据贯彻世界资源研究所(WRI)的网上资料库「Aqueduct」，本集团工业提取92%发生在缺水地区，而本集团生产基地大部分位于Tuscany及Marche，属于水资源高风险地区。

19 - 表内数据为淡水。



于二零二一年，本集团产生的废物约61%由弃置衍生，较二零二零年(+56%)及二零一九年(+44%)稳步增加。请注意，从弃置中转移的废物不包括交往能源回收(废物转化能源厂)的废物。

— 循环概念

循环原则或循环概念是Prada集团可持续发展策略的一部分。其贯穿整个价值链，从日益增加使用回收及再生原材料到妥善管理在替代价值链中为废料找到新用途并再利用废料。

循环概念可以从多个方面达致，其中一个就是延长产品的使用寿命。即使产品已送到终端消费者手上，Prada集团也一直为其产品提供保养服务。为此，各门店提供明确的产品保养资讯及提供售后维修服务。

提高材料耐用性的承诺不仅限于此方面；本集团已透过各种措施成功实施真正的循环策略。

Prada再生尼龙项目或许最能表达本集团循环概念的象徵：本集团决定在其尼龙产品中仅使用回收及循环再得来的材料，否则这些物品只会被销毁，本集团促进了在工艺各个层面上应用这个概念。在这个情况下，循环概念延伸到生产废料的妥善回收，由于与供应商的密切合作，这些废料可在再生尼龙生产体系中得以重新利用。

「升级再造Upcycled by Miu Miu」项目是针对现有项目进行实验的例子，旨在向客户带来古著新观念。

循环概念亦涉及Prada世界中的其他进程。例如，

Prada集团再出发项目可建立一个真正的系统，以回收用于举办活动及时装展的材料，使其可重复使用。

最后，广泛设定包装所用的物料带出解决方案，以减少工业配送中所用的包装材料数量，并透过采用更加可持续的选择来减轻对环境的影响。

PRADA再生尼龙

尼龙是Prada品牌的标志性材料，也是其体现当代时尚的特色。对Prada集团而言，再生尼龙项目源于对现今社会日益关注环境保护的深刻反思，是针对可持续发展的一项重要措施。Prada再生尼龙系列全部由再生尼龙制成，再生尼龙是通过回收并净化从海洋（如渔网）和垃圾堆填区以及全球纺织纤维废料中收集的塑胶制成。透过新聚合物的解聚、提炼和转化为线的过程，这种材料可以制成新的尼龙织物。

在二零一九年成功推出首个限量版男女装手袋及配饰后，于二零二零年将再生尼龙使用扩展至服装和鞋履。二零二一年，尽管疫情大流行带来困境及全球经济放缓随之而来，但Prada集团仍成功将原生尼龙完全转变成再生尼龙，并将Prada再生尼龙系列扩展至与adidas的合作，于二零二二年初推出，再次印证了Prada致力于寻找与知名合作夥伴共同参与的对环境造成更低影响的解决方案的承诺。



— 于二零二一年达成全面转
化成再生尼龙。

升级再造Upcycled by Miu Miu

「升级再造Upcycled by Miu Miu」系列于二零二零年推出，是经过在全球各地古著店及市场中精心发掘及人手逐件挑选后，由Miu Miu回收并特别改造的首批独家古著服饰系列，并透过与Levi's®的特别联乘，赋予古董牛仔单品新生命，继续培养以可持续发展为基础的文化。

于二零二一年，项目将精心挑选的经典501®牛仔裤及牛仔外套（原为过去八十至九十年代于美国制造）细修及特别改造。经典牛仔布新系列于伦敦及上海两家期间限定专门店登场，透过Miu Miu反传统且浓厚玩味精粹重新演绎。





Prada集团再出发

Prada集团将循环概念付诸实践，除了在产品系列挑选及使用回收或再生原材料外，亦规定了用于举办活动及时装展的材料管理及有效重用。正因本著这种精神，与米兰Spazio Meta、巴黎La Réserve Des Arts以及本集团在活动及时装展附近挑选的全球合作夥伴共同开展新升级回收项目Prada集团再出发，可以避免不必要的运输，将物料交由相关地方合作夥伴妥善重整，并重获新生。

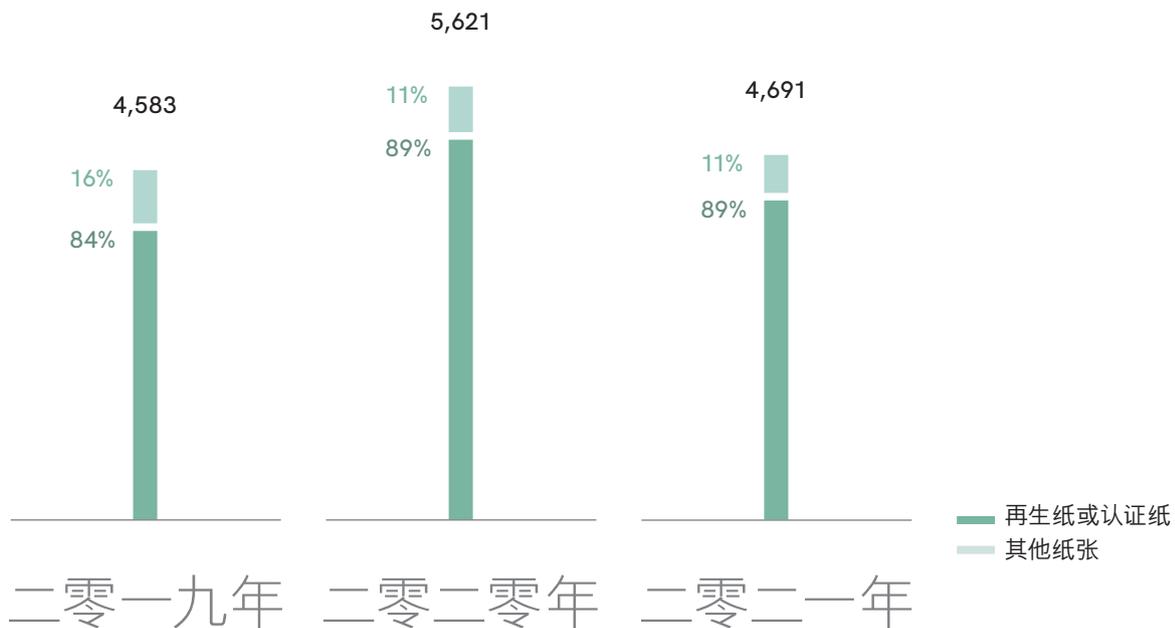
再出发项目于二零二零年随Prada时装展展开，然后扩展至Miu Miu，为专业人士及学生提供可重用于教育、研究或创意装置等不同目的的原材料及半制成品。为二零二二年初开展的再出发而推出的Prada人造皮草(Prada Faux Fur)影片由OMA/AMO担任艺术监

督，影片展示出该项目所有阶段以及与燕豪芬Design Academy和Aia皇家艺术学院学生的合作，彼等将源自Prada二零二一年秋／冬时装展的部分物料重新演绎。自二零二零年起，再出发项目已回收约130公斤中等密度纤维板、1.6吨人造皮草及逾70吨木材。该项目结合Prada集团不同人士作为可持续性策略覆盖的核心层面，如结合循环思考及融入文化及学术世界，同时本集团寻求将这哲学应用于所有活动及探索崭新重新利用机会。

包装：纸及塑胶

于二零二一年，在包装方面，Prada集团在全球使用4,691吨纸，回复至疫情大流行前的消耗水平。森林管理委员会(FSC)认证的纸张及再生纸占包装用纸总量的89%，确认本集团对可持续性包装的承诺。

包装用纸量 (吨)



往年，本集团亦在成衣及皮革制品分部开展一项计划，旨在将若干包装物料由100%原生塑胶转为循环再造或再生塑胶。

下图列示产品包装中使用原生塑胶及循环再造塑胶的百分比；于二零二一年，回收物料的塑胶占500吨总量中的61%。(二零二零年为49%)。

— 快速转为更为
可持续的包装解决方案。

A photograph of a modern architectural courtyard. The structure features a prominent glass and steel framework with multiple levels and walkways. The building's facade is composed of light-colored panels and large glass windows. The courtyard is landscaped with green hedges, trees, and a paved path that curves through the space. The sky is clear and blue.

—「主要策略是将建筑
物融入所在地区。
只有良好工作环境才
能带来优良品质。」

Patrizio Bertelli

5 — 关注人员
二零二一年摘要

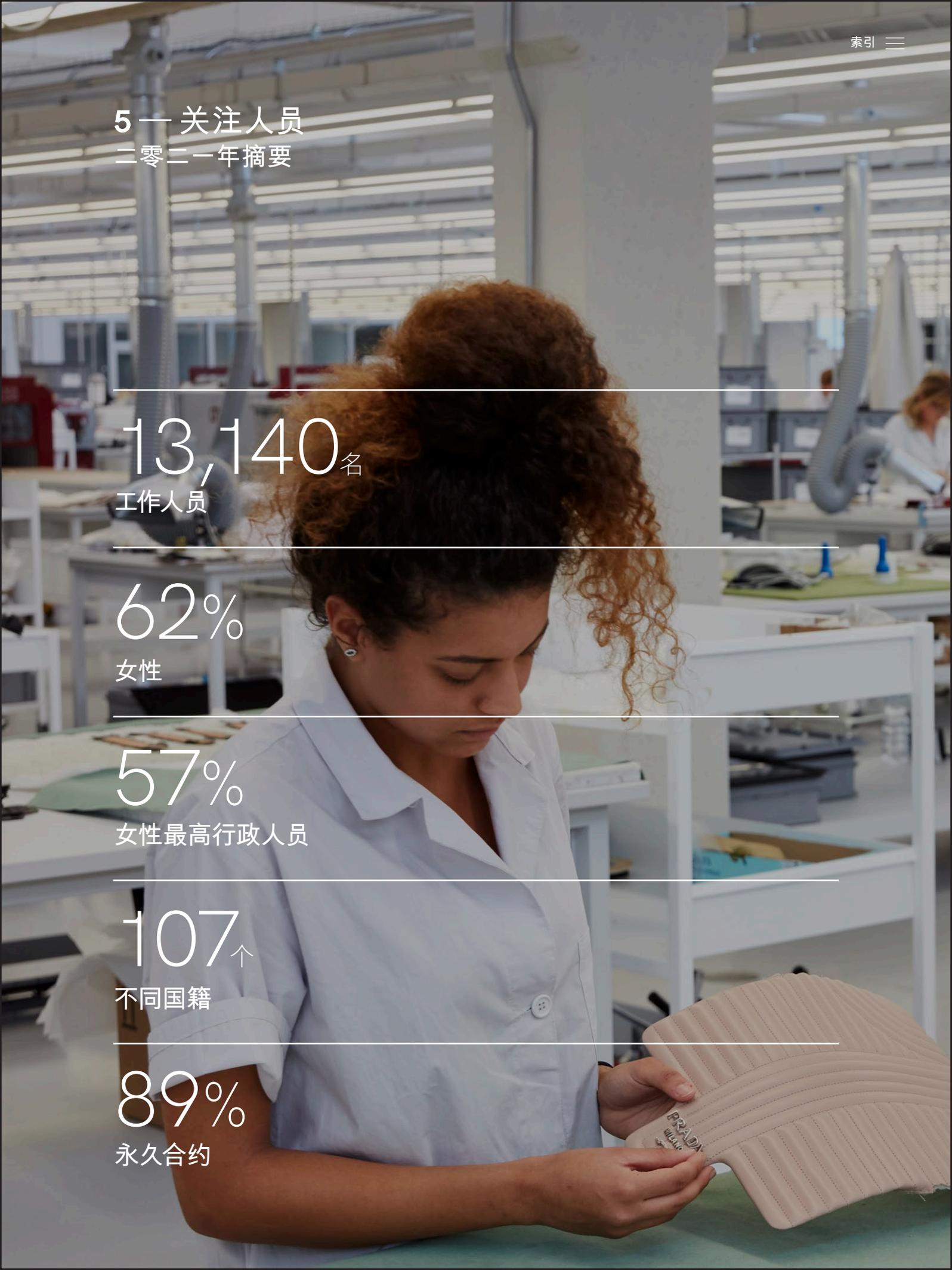
13,140名
工作人员

62%
女性

57%
女性最高行政人员

107[↑]
不同国籍

89%
永久合约



— Prada集团承诺在营运中全面尊重个人价值以及人权及工人权利。

对人权、工人及普罗大众尊重，以及促进多样性、平等及包容，为Prada集团特色的元素，在全球及不断变化环境经营的方式。此方式亦用于本集团供应链工作的人士。

Prada始终将人力资本视为其竞争优势的关键并作出一切努力促进及奖赏人员及专业技能、团队合作及效率。雇员的热诚、技艺以及求知欲是支持本集团产品的创新、创意及质素的要素。

Prada集团承诺在营运中全面尊重个人价值，以及意大利及国际契约及宣言（如联合国世界人权宣言、国际劳工组织(ILO)《关于工作中基本原则和权利宣言》及《经济合作与发展组织(OECD)跨国企业准则》等）内订明的人权及工人权利。

— 工作人员

于二零二一年十二月三十一日，本集团人员有13,140人，由二零二零年（受疫情大流行打乱的一年）录得的收缩大幅恢复。二零二一年为本集团长远发展视野的非常重要管理人物加盟的一年，而不论紧急医疗及经济事件的相关不确定因素仍然持续。

尽管全球公共卫生紧急事故引致的不稳定再次影响二零二一年，国际层面工作人员永久合约百分比为89%，确认本集团对雇员关系及人力资源长期投资稳定性的承诺。回复有利商业环境令永久合约百分比比较二零一九年(88%)（疫情大流行前的年度）高。

雇员人数



按地理区域划分的雇员

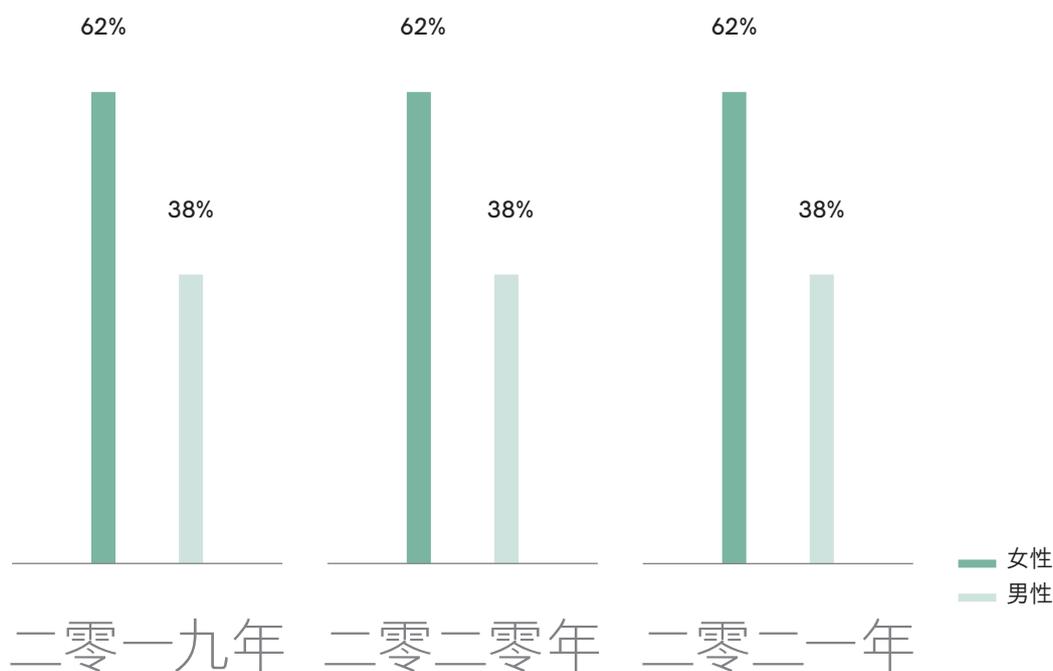


在意大利(39%工作人员位处于此)以外，工作人员最多的部分为亚太地区(23%)，其次为欧洲其他地区(20%)。

在本集团23个生产设施中的20个所在地为意大利，大

部分雇员(63%)在工业部门工作，而在635家直营店中的576个所在的其他国家，84%的雇员在零售业工作。

按性别划分的雇员



女性持续占工作人员一大部分，占工作人员总数62%。

按年龄范围划分的雇员

	< 30	30 - 50	> 50
二零一九年	24%	56%	20%
二零二零年	20%	59%	21%
二零二一年	19%	63%	18%

按年龄划分的工作人员明细显示，于二零二一年十二月三十一日，Prada的19%雇员未满30岁，63%的雇员年龄为30至50岁。进一步的分析显示24%的零售工作

人员年龄未满30岁，在至少十年生产及工艺经验尤为重要的工业部门，52%的工作人员年龄在30至50岁之间，38%则为50岁以上。

操作人员

	女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零一九年	1.4%	5.5%	5.0%	1.8%	4.3%	2.5%
二零二零年	1.4%	5.6%	5.4%	1.7%	4.6%	2.6%
二零二一年	1.1%	5.7%	5.5%	1.3%	4.0%	2.2%

员工及专业人员

	女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零一九年	13.1%	23.8%	6.5%	7.4%	12.9%	3.5%
二零二零年	10.2%	24.7%	7.1%	5.9%	13.8%	3.5%
二零二一年	10.3%	26.3%	5.0%	5.9%	15.5%	2.6%

最高、高级及中级管理层

	女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零一九年	0.3%	5.4%	1.3%	0.2%	4.0%	1.3%
二零二零年	0.2%	5.9%	1.5%	0.1%	4.3%	1.4%
二零二一年	0.2%	6.7%	1.5%	0.1%	4.7%	1.5%

于比较期间，按年龄及性别划分的雇员明细保持相当稳定。于二零二一年十二月三十一日，本集团全球雇员平均年龄为39.6岁。

于员工及专业人士及最高、高级及中级管理人员组别中，30至50岁组别的女性分别占总工作人员的26.3%（男性为15.5%）及6.7%（男性为4.7%）。

最后，固定合约集中度最高再次为30至50岁组别，主要为零售领域。68%的合约为女性订立。

全职雇员占总数的97%。于二零二一年，全职与兼职合约雇员获得的福利上并无差异。





—「Prada集团正采取切实有效的行动，增加时装界有色人种的就业机会。我们早已意识到时装界存在的就业壁垒，因此，我们希望开发一系列计划，为时尚专业人士提供指导并推动其不断发展，同时助力未来多样化人才。」

Malika Savell

Prada北美区多元平等与包容首席专员

的时装专业人士及毕业生奖学金。Prada集团与联合国人口活动基金会(UNFPA)密切合作，开发促进非洲性别平等的教育时尚模组。该模组将首先在加纳和肯尼亚启动。

为提拔更多新晋有色人士设计师，本集团将与多元化和包容性咨询联席主席、艺术家、社会创新者及Rebuild基金会创办人Theaster Gates合作，为位于芝加哥、纽约及洛杉矶的多元设计及艺术家设立设计实验室。

于二零二零年年底，Prada集团为首个加入Valuable 500的奢侈品集团。Valuable 500为致力倡议从根本上

改变商业体系，对残障人士更包容。Prada绝对认同伴随残障而活人士的内在价值，并承诺在其包容性和可持续性议程中为此类人士提供强力支持。于二零二一年，本公司探索界定长期计划的各项选择，于二零二二年在意大利门店招聘残障人士。为此，年内举办了特别培训课程，不仅提供给欢迎新人员加入团队的零售员工，惟亦提供给监察新活动的人力资源部门，从而有效管理新雇员招聘及聘请。

—「这些计划令我们倍感自豪，它们诠释了Prada集团致力于培养、招募和留任多样化人才并创造包容性文化的坚定承诺。这些举措代表著真正的进步，我们将借此势头创造更多机遇，在Prada集团内部及当今和未来的时装界强化多样性和代表性。」

Lorenzo Bertelli

Prada集团企业社会责任主管

— 多元化与包容性咨询委员会

一如预期，本集团坚信多元化价值为活动的灵感之源，一般而言，多元化价值为一种文化遗产，福祉和创造力，可让全球多元化利益相关者建立亲和力的连系。多年来，本集团在美国成立多元化与包容性咨询委员会（下称「D&I委员会」），以在公司内及社会上推广多元化与包容性。

D&I委员会为一个完全独立于本集团任何监管形式的咨询机构，有使命在社会层面上可持续性支持公司发展与

知识，特别是时尚业内的多元化、平等与包容。

D&I委员会由来自世界各地艺术和文化界学者、艺术家、活跃分子及代表组成。委员会有两名联席主席：Theaster Gates及Ava DuVernay，以及其他三名成员：纽约时装技术学院(FIT)院长Joyce Brown，联合国人口基金(UNFPA)人道主义者兼战略合作夥伴关系负责人Marianrosa Cutillo，以及哈佛大学艺术与建筑史及非裔美国人研究副教授Sarah Lewis。

于二零二一年，D&I委员会与Prada集团的领导层（包括多元平等与包容首席专员Malika Savell），确保本集团年内接著推行的长期举措计划（如上述所述）界定及推行。



Theaster Gates
联席主席



Ava Duvernay
联席主席



Joyce F. Brown



Marianrosa Cutillo



Sarah Lewis

培训时数

于二零二一年，为81,268位参与者提供了122,410个培训时数²⁰，当中约42%以网上学习或网络研讨会方式进行。约56%雇员于年内接受最少一小时的培训。以下为按性别及专业类别划分的平均培训时数概要。

年内，医疗紧急事故引起的限制严重影响提供面对面培训的机会；其主要影响工业范畴的雇员培训，原因为难以透过线上培训接触。于二零二一年，每名雇员平均培训时数为9.32，而二零二零年及二零一九年分别为11.94及12.28。

世界性培训二零二一年

	男性	女性	总计
按性别划分的每名雇员平均培训时数	7.85	10.21	9.32
按雇员类别划分的每名雇员平均培训时数			
操作人员	0.60	0.79	0.72
员工及专业人员	10.22	12.80	11.86
最高、高级及中级管理层	7.42	11.14	9.54

一 吸引及挽留人才

在职场上招募最好的专业人才，人们能增值同时完全理解复杂的业务流程，为Prada集团组织的基本策略。利用全新且千变万化的学术课程及学科物色才华洋溢的年青人并与彼等沟通从不间断，对于紧贴时代实属必要。

为此原因，Prada集团定期参与学校及大学举办的活动，以接触学生、于就业辅导日认识学生、与学生于培训研讨会会面，介绍Prada及其历程，并诚邀彼等参加Prada经理举办及协调项目，共同创建富挑战性及相关增长。

此外，多年来，Prada集团与部分学术机构筹办学生到访其生产场所，向彼等介绍工作环境及方法，由于Prada集团认为以这种方式开启对杰出雇主形象实属关键。参观意大利工厂的学生往往会因为工厂所在的独特建筑及风景优美环境而对其工作架构质素产生强烈兴趣。

本集团所进行教育努力的另一项特点为与意大利托斯卡纳一所技术学校产生协同效应，作为行内企业要求的专业迎新教学策略一部分，并包括技术及工艺知识延续所需培训。有关方式亦与Church's集团共享，自二零一九年起一直于英格兰当地学校进行会议以与学生直接接获并呈示公司及其传承。

20 - 培训时数不包括健康与安全的培训时数。

— 尊重灵活性、提供良好工作与生活平衡及清晰中长期职业生涯为吸引人才的关键。

招聘程序政策透明，基于目标技能评估，旨在确保申请者享有平等机会。事实上，在先进的数码平台支持下，我们可在全球收集及处理应徵者档案，协助及简化全球人力资源部的协同效应及整合运作。

本集团关注劳工市场的所有全新趋势：尊重灵活性、提供良好工作与生活平衡及清晰中长期职业生涯为吸引人才的关键，现今为整体劳工市场而非仅年青世代寻求的层面。

Prada集团薪酬及挽留政策乃为奖赏及挽留高度专业的员工及技术熟练的经理、应届毕业生及工人而制定，深信通过雇员持续组织学习以及增加经验及技能，定可于中长期创造价值。

该政策具有固定及可变、直接及递延部分的均衡组合，为职位及专业资格量身定制且符合多个地理区域的需求。

详细而言，本集团的薪酬政策基于以下各项因素：

- 计及与公司职位及内部薪酬公允性有关的整体市场竞争力的定期薪金检讨；
- 将薪酬与本公司盈利及个人表现挂钩的年度奖励计划；

- 盈利能力增长及公司价值挂钩的长期奖励计划（为关键管理人员制订），使个人目标与股东的目标保持一致；

- 为销售团队及专门设计季节性系列的技术人员制订的特定奖励计划；

- 每个国家的特定福利计划，全部或部分补充强制权利（医疗、保险等）及福利，包括社会服务及家庭援助（公共交通、汽车、学校补贴、生活津贴等）。

经考虑获指派的职务及责任，并考虑到按行业、规模及复杂性于可资比较业务的类似职位适用的最具挑战性市场报酬，董事会连同薪酬委员会积极参与决定最高管理层薪酬。

本集团促进组成联盟的自由并肯定集体谈判的权利。事实上，Prada集团与工会合作改善其雇员的工作环境并促进其雇员和周边社区的中期／长期福祉。多年来，本集团尤其已在意大利、英国及法国（本集团在这些国家提供优于当地集体谈判协议所规定的福利）签订许多补充协议。例如，意大利约80%雇员以及法国的100%





险感染影响程度而有别。

在大部分场所(办公室、仓库及店铺)，与本集团营运有关的职业健康及安全风险均被视为有限，此亦有赖培训活动及经更新的安全措施，特别是于工业地区。

下表内，二零一九年及二零二零年的数据代表意大利(Prada集团约39%雇员所在)的工伤，亦有关与法国、英国及罗马尼亚(另占Prada集团约6%雇员)生产基地雇员的工伤。于二零二一年，收集的数据涵盖更广泛周边，因其不但覆盖意大利及海外生产基地，亦包含大部分零售附属公司的资料，包括按雇员人数而言最重要的

附属公司(美国、中国、新加坡、韩国、日本、法国、德国、英国、西班牙等)，从而使涵盖率于二零二一年十二月三十一日达至雇员总人数约90%。

工伤^(*)

	二零一九年	二零二零年	二零二一年
工作时数	9,475,823	7,586,654	17,255,394
工伤人数	53	42	95
严重受伤人数	0	0	1
致命伤害人数	0	0	0
受伤率	5.64	5.54	5.51
重伤率	0	0	0.06

(*) 纳入造成至少一日损失的工伤个案。受伤数据仅与本集团雇员有关，而与外部承包商无关，因该等数据并不重大。

多年来，Prada集团在传统形式的课堂培训中加了数码平台的网上培训，此外，于二零二一年，该平台基本用作触及尽最多雇员人数，并提升宣传安全文化意识。于二零二一年，在意大利为384人(二零二零年合共780人)提供健康与安全培训。此外，于二零二一年，培训受医疗紧急事故而实施的限制而严重影响，而仅部分类别雇员继续进行网上培训。大部分情况下，对于仅可获亲身提供培训的雇员便不可能。

在本集团内部并无设立委员会负责制订及监察职业健康

及安全计划，而Prada所在各国按当地法例规定的职位及内部组织架构确实存在。

整体而言，本集团承诺在组织内的工作场所尊重人权以及遵循国际规则的工人安全及福祉，并将相同理念推展至供应链。

此外，本集团反对任何形式的歧视、强迫及儿童劳工。Prada相信自身机构内的现代劳役、强迫及儿童劳工风险已绝迹，亦认为其发生在工业供应链的风险同样微乎其微。本集团所挑选供应商的地理位置所在以及其深厚知识(基于合作关系已建立长久并具良好本质)，减少

6 — 关注文化

二零二一年摘要

3_处

位于米兰及威尼斯的永久会址

14_项

展览及文化项目

于二零二一年实现

38_场

米兰艺术展及影展

由二零一五年起

13_场

线上神经科学会议

由二零二零年起

27_项

电影项目

由二零零四年起

82_项

出版物

由一九九三年起

社会变化、深层经济危机、机构所历困境亦以及科技进步带来的新模式均导致愈来愈多公司采取更切合方针以提升对公民社会需求的敏感度。据此众所周知原则，一家公司的竞争力与其经营所在社区福祉等息息相关。

Prada集团对文化(可持续发展策略最突出的支柱)的承担乃本集团认为将活动益处推展至社会时，最自然及最接近本集团象征的工具。

— 与艺术及文化的连结乃公司身份不可或缺的部分，亦使Prada集团了解及诠释社会变迁，激发出新增长方式。

— Prada基金会

Miuccia Prada及Patrizio Bertelli的兴致及热诚，激发Prada集团自一九九三年起支持Prada基金会在艺术及文化范畴的活动。

Prada基金会以平台形式于米兰构想并发展艺术展览、建筑、电影、哲学、科学及表演艺术项目。直至二零一零年，基金会在米兰举行了二十四场表演，向举足轻重的国际艺术家致敬，并于意大利及海外举办电影、建筑及哲学的其他活动。

自二零一一年起，基金会在威尼斯十八世纪建筑Ca' Corner della Regina运作，并在该处举行了九场艺术展览及一次电影致敬实验平台。

Prada基金会展览项目的永久场地位于米兰，于二零一五年揭幕，由建筑师事务所大都会建筑事务所(OMA)操刀设计，包括于二零二一年，由一个当代艺术家创

作并致敬一位二十世纪的艺术家的场地特定项目。艺术家藤原西芒(Simon Fujiwara)构思了「Who the Bær」项目，讲述卡通角色的身份难以搜寻，有关展览因而命名。Fujiwara的大型装置揭示出我们日常消费的文化创造与真实双重搜寻的悖论。Germano Celant构思了「Domenico Gnoli」回顾展，在该名意大利艺术家逝世五十年后重现他的艺术生涯及生平。该展览透过超过一百幅画作及大量素描画以及大量挑选的文献，追溯了他简短而精彩的舞台设计师、插画家及画家生涯。

Deposito多功能空间座落于基金会位于米兰的主要场地内，于二零二一年十二月首次举办了Riccardo Muti意大利歌剧学院(Riccardo Muti Italian Opera Academy)。观众可以参与以Giuseppe Verdi的Nabucco为主题的十天彩排及演唱会。音乐大师Muti开展了培训计划，在全球各地招募35岁以下的五名年青指挥家及五名声乐指导。

于二零二一年，在基金会的电影院举办了两个电影节「Multiple Canvases」及「Proof. Incorporated」。首个项目由艺术家藤原西芒、Peter Fischli、Goshka Macuga及Betye Saar挑选了影响其个人及知识形成的电影。于晚上放映时，电影院的移动墙壁完全启动，创造了一个户外放映室。「Proof. Incorporated」调查了影像新闻与电影语言之间的模拟及相应影响，查究新闻传播方式及当代电影叙述典型混融形式的最近期演变。

于二零二一年，威尼斯分馆举办了由艺术家Peter Fischli策展的「Stop Painting」展览，包括了逾80艺术家的超过110件作品。该项目探索了过去两个世纪艺术史的绘画断裂时刻，其永恒回归及这种语言不断自我更新。Ca' Corner della Regina二楼成为创作及展示「AURA | SUL TOCCARE LE COSE」的空间，其为一个由Virgilio Sieni构思并与Fondazione Archivio Luigi Nono联手呈献的舞蹈项目。表演于二零二一年十一月举行，作为在威尼斯不同地方举办的第四届Festival Luigi Nono alla Giudecca的一部分。自二零一六年起专为摄影而设的基金会空间Osservatorio位于米兰埃玛努埃尔二世拱廊其中一幢中心建筑的5楼及6楼。于二零二一年，Prada基金会与苏黎世联邦理工学院(ETH Zurich)辖下gta exhibitions合作展现的「Sturm&Drang」展览项目诞生。「Sturm&Drang」由Luigi Alberto Cippini、Fredi Fischli及Niels Olsen策划，探讨电脑合成影像(CGI)相关应用、历程及环境，以掀开电脑模型的复杂性及分析时下的影像制作。于二零二一年春季，在Prada基金会支持下，于日本东京青山超级旗舰店其中一层举行另一版本「Sturm&Drang Preview Services」展览。由相关技术范畴的艺术家、设计师及创作专家参与探索展览主题的线上授课计划，并载于基金会网页。

二零二一年，Prada基金会进一步推展针对脑部研究的「Human Brains」活动，其为结集展览、科学辩论、公共会议及出版活动的全球项目。项目将运作至二零二二年，旨在引起大众对神经科学的兴趣，并设有论坛以促进科学家、哲学家与学者之间的交流。自二零二一年九月起，展开了涉及国际性人格及与远端观众建立互动的七场线上会谈项目。

最后，位于上海的Prada古宅荣宅项目，由Prada在Prada基金会支持下，接力呈献「多宝阁(China Cabinet)」及「牛皮纸包裹的月亮(A Moon Wrapped in Brown Paper)」展览。前者由Theaster Gates构思，展示他的陶瓷作品，以及他自身多种身份之间的联系，包括陶艺家、视觉艺术家、表演者、学者、城市规划专家和社会活动家。对于多宝阁，Gates设想了与荣宅建筑对话的叙事，将荣宅转化为一个传统工艺坊。Nathalie Djurberg与Hans Berg的个人展览「牛皮纸包裹的月亮」，集结了两位艺术家自二零零零年至二零一九年的精选雕塑及影片。以有机材质的地毯联通Prada荣宅一层多个空间和多层次迷宫，邀请访客步入由童话人物、动物、后人类与怪异生物组成的梦幻宇宙。



SEA BEYOND



unesco
Intergovernmental
Oceanographic
Commission



2021 United Nations Decade
of Ocean Science
2030 for Sustainable Development





—「我们对SEA BEYOND的成功感到非常自豪，而这因为联合国教科文组织辖下海洋学委员会每天不断致力于推动对海洋更负责任的热情及承诺。我们对项目踏入新阶段感到欣慰，新阶段不仅面向世界各地学生，而是更广阔的受众，目的是当地社区及我们全体员工参与。」

Prada集团企业社会责任主管
Lorenzo Bertelli

— Prada Mode

在Prada集团开展的文化计划中，Prada Mode的构思为一个巡回私人俱乐部，为其会员提供当代问题的会议及文化辩论。想像为一个提高并扩大全球不同地方隆重全球文化聚会的地点，Prada Mode专门提供辅以举办活动主题及主旨的独家节目及内容。

于二零一八年首次在迈阿密于迈阿密沙滩巴塞尔艺术展推出，Prada Mode其后于二零一九年移师至香港及伦敦，其后于二零二零年移师到巴黎及上海古色古香的

Prada荣宅。导演、制作人兼作家贾樟柯将该幢建筑物转型为反映中文字「面MIÀN」的特定场域创作，灵感来自他的电影作品。

于第六站，Prada Mode莫斯科于二零二一年十二月在Levenson Mansion举行。艺术家Damien Hirst当时将该历史建筑物变身为装置艺术Pharmacy：他在内部设计家具、建筑细节，例如窗上的巨大分子模型，还有灯箱和设计取自处方药物目录的墙纸。来自世界各地的艺术及文化的杰出人物在上午和下午的对谈环节令活动日息不少，连随派对及现场音乐表演。





— 合作关系： Bonadonna基金会

于二零一八年，Prada集团宣布与Gianni Bonadonna基金会合作，作为Bonadonna基金会构思的肿瘤科治疗及科学研究项目的「支持夥伴(Supporting Partner)」。

该计划的目的是延续Gianni Bonadonna的工作。Gianni Bonadonna是伟大的意大利肿瘤学家，在国际肿瘤医学范畴的主要人物，从各方面创新研究及治疗，在治疗肿瘤形成取得实质性进展及切实的临床成功。他的研究及发现启发并影响意大利及世界各地整个医生世代的癌症治疗方向。

该项目涉及支持由医生及研究人员组成的跨学科团队，为癌症患者研究及开发新疗法，与世界各地的大学、医院及先进的研究中心合作，为年轻肿瘤学家设立奖学金计划，为扩大科学思想交流提供有效途径。

于二零二一年公布了奖学金，该奖学金旨在资助短期海外留学，预留给近两年内入读肿瘤学或血液病学专科研究生课程的医生，或两年内获得学位的新世代专家。

在Prada集团支持下，Gianni Bonadonna基金会与AIRC基金会深切相信新世代肿瘤学研究人员在顶尖国际中心培训为癌症治疗进展的关键，承传了Gianni Bonadonna的创新及教育传统。在此共同观点下，其赞助了海外留学奖学金申请的号召，有助新世代肿瘤学研究人员在研究及治疗癌症做好准备。对于奖学金得主，预计于二零二二年展开入学期。

最终，Prada集团亦透过其代表的承诺，对藉推动Gianni Bonadonna基金会倡议为项目发展作出贡献，并在传讯上提供专业知识确保公众得知未来数年发现的想法、结果及突破。

—「教育及文化为帮助我们的必要工具，不仅理解自我及生活所在世界，惟亦推动我们探索未知的领域。我很开心，Prada能够与Gianni Bonadonna基金会同行，支持新世代优秀研究人员的研究及教育之路。」

Miuccia Prada

7—方法附注



一 范围及报告准则

本文件为Prada集团(第四份根据GRI于二零一六年发布的原则编制的报告)的第九份可持续发展报告及对二零二一财政年度(即二零二一年一月一日至二零二一年十二月三十一日)采取的主要措施以及二零一九年、二零二零至二零二一年三年期间的表现趋势进行说明(如获提供),如往年披露的数据已变,则已于文本内标示(包括重列理由)。如并无环境数据,则使用保守估计,致使选择与本公司环境表现最不正面的相关假设。于报告日期已知的二零二二财政年度特别重要措施及事件亦包含在内。

每年收集绩效指标,报告周期乃根据年度频率设置。报告范围与Prada S.p.A.及其附属公司的二零二一年年报的资料相同,但文中明确指明的部分数据除外。

Prada S.p.A.(连同其附属公司统称「Prada集团」)为一家在意大利注册成立及位于意大利的股份有限公司,总部位于Via Antonio Fogazzaro 28, 20135 Milan,其股本由Prada Holding S.p.A.(一家在意大利注册的公司)拥有80%,其余股份(20%)于香港联交所(HKSE)主板上市。

为符合GRI 101准则:基础的第3段,已依循「GRI准则—核心选项」编制本文件。香港联交所的「环境、社会及管治报告指引」(主板上市规则—附录27)于内容索引²¹列举。

关注环境、人员及文化推广相关题目一直以来乃突显我们企业文化的价值。可持续发展报告旨在呈列本集团对这些议题的观点,让利益相关者能够从环境、社会及管治角度评估Prada的业务活动。本文件乃为报告Prada集团的成功方面及不足之处而编制,并载有对持续改善的意见。所包含资料及指标旨在对本集团可持续发展表现及措施作出均衡描述。

Prada集团涉及所有公司职能,以厘定二零二一年可持续发展报告的内容,数据和资料乃以使利益相关者能够充分比较及理解本文件所包含的资料为最终目的而披露。

就此而言,本集团于二零一九年初采用一套编制可持续发展报告的程序(编制可持续发展年度报告指引),有关指引已获董事会批准,其中列明应遵循的原则(重要性、可量度性、公正性、一致性、贯彻性)及编制文件的责任。

21 - 本报告内并无列举以下「不遵守就解释」条文:KPI B1.2(关于雇佣)、KPI B2.2(关于健康与安全)、KPI B6.4(关于产品责任)及KPI B7.3(关于反贪污)。Prada集团承诺按香港联交所的环境、社会及管治报告指引延伸其ESG报告范围。

一 温室气体计算方法及排放因子

本公司已起草二零一九年及二零二一年的温室气体排放清单(亦称为「碳足印」)，而于二零二零年则仅披露与范围1及2相关的数据。Prada集团起草的温室气体排放清单与温室气体议定书协议一致。

本集团采纳营运控制法整合其温室气体排放。考虑到排放影响低、业务规模及事实上Marchesi的特徵并非为能源密集或排放密集流程而仅拥有糕饼店，故唯一排除的是Marchesi 1824 S.r.l.及其英国附属公司。

此外，由于Luna Rossa Challenge S.r.l.于二零二一年年底方获收购，故并无计入清单范畴内。

本集团于其温室气体排放清单包括以下排放类别：

- **范围1排放**：指Prada的直接温室气体排放，即拥有或控制来源的边界来实际产生者。
- **范围2排放**：指与发电、发热/制冷，或自行消耗所购买的蒸气相关的Prada排放。与电力购买相关的排放分两个不同方法计算：
 - **按地点**：反映国家电网的平均排密度，考虑到可再生及不可再生生产，温室气体排放按指国家电力组合使用的平均排放因子计算：某个特定国家所用可再生能源比例越高，相关排放因子越低。
 - **按市场**：考虑购买自可再生来源的认证电力。视为可再生的购买电力应以能源来源证书(GoO)等合约工具所覆盖。GoO覆盖的购买电力部分被视为零排放，同时馀下部分按称为剩馀组合的因子相乘，而这考虑到国家电网排放密度(仅考虑到不可再生生产)。
- **范围3排放**：指Prada的间接温室气体排放为本公司活动的后果，惟来自非由Prada拥有或控制的来源。

下表概述Prada温室气体排放的所有类别及来源：



营运界线

范围

类别及来源

范围1

(直接温室气体排放)

固定燃烧：与本集团拥有或控制的资产(Prada的总部、代表办事处、制造场所、时装店及折扣店²²)相关的固定设备(例如, 发热系统的天然气)中燃烧的燃料。

流动燃烧：本公司的车队燃料燃烧。

逸散性排放：本集团拥有或控制的资产(Prada的总部、代表办事处、制造场所、时装店及折扣店)的相关空调及制冷剂单位泄漏制冷剂气体(含氟气体)。

范围2

(能源间接温室气体排放)

固定燃烧：与本集团拥有或控制的资产(Prada的总部、代表办事处、制造场所、时装店及折扣店)相关的国家电网购买的电力。

范围3

(其他间接温室气体排放)

购买货品²³及服务(第1类)：

- 生产所用原材料及配件。
- 与本公司外判的生产相关制成品及半制成品供应商的范围1及2温室气体排放：在固定设备燃烧的燃料及向国家电网购买的电力。
- 包装。

燃料及能源相关活动(第3类)：

- 燃料购买的上游排放。
- 电力购买的上游排放。
- 电力购买的相关输电及配电流失。

上游运输及分销(第4类)：

- 运输本公司购买的材料。
- 将原材料/半制成品运输至制成品及半制成品供应商及后勤网络。
- 分销最终产品(成本由本公司支付)。

营运产生的废物(第5类)：处置/回收制造场所产生的废物²⁴。

商务旅行(第6类)：业务相关活动雇员运送(运送包括：飞机、火车、私家车及租车²⁵)。

雇员通勤(第7类)：将本集团雇员每日由家居运送通勤至其工作的Prada集团设施。

上游租赁资产(第8类)：与在直营店进行活动的相关排放，据此，Prada并无直接营运控制资产及其不负责购买能源(百货公司及折扣店)。特别是，在本类别，包括百货公司内电力消耗及含氟气体相关温室气体排放类别。

投资(第15类)：与Prada集团拥有少数权益的公司的耗能有关的排放，按比例基准分配(考虑到所持权益的百分比)。

22 - 仅考虑本集团负责支付能源账单的折扣店。

23 - 考虑到制成品相关排放仅属Prada集团总采购量一小部分，故不纳入计算。

24 - 考虑到零售及办公室产生的废物微不足道，故不纳入计算。

25 - 考虑到已于范围1排放中考虑以部分Prada车队进行的商务旅行，故不纳入该类别。

下表列出各温室气体来源所用排放因子相关详情：

温室气体排放范围1

来源	活动数据	排放因子 (二零一九年至二零二零年 至二零二一年)	GWP-100
就发热及其他目的而购买的天然气	数量[立方米]	DEFRA(环境食品与乡村事务部)，转换因子—全组，二零一九年、二零二零年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
柴油、石油、液化天然气、航空煤、燃料(为车队购买)	升	DEFRA(环境食品与乡村事务部)，转换因子—全组，二零一九年、二零二零年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
制冷剂气体	所填满制冷剂气体[公斤]	-	摘录自IPCC第四份评估报告(IPCC Fourth Assessment Report (AR5))的全球暖化潜势(GWP)

温室气体排放范围2

来源	活动数据	排放因子 (二零一九年至二零二零年 至二零二一年)	GWP-100
从每个国家购买电力(按地点方法)	所购买电力[千瓦时]	Terna国际比较，二零一七年、二零一八年、二零一九年数据	仅考虑到二氧化碳排放
从每个国家购买并无GoOs认证覆盖的电力(按市场方法)	所购买电力[千瓦时]	AIB—欧洲残差组合，二零一八年、二零一九年、二零二零年 美国：Green-e能源残差组合排放因子二零一八年及二零二零年	仅考虑到二氧化碳排放

温室气体排放范围3

来源	活动数据	排放因子 (二零一九年 至二零二一年)	GWP-100
所购买原材料(第1类)	所购买原材料、配件、包装公斤	Ecoinvent，第3.7.1版 DEFRA(环境食品与乡村事务部)，转换因子—全组，二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
所购买皮革(第1类)	所购买原皮革平方米	皮革碳足印—欧盟标准EN 16887:2017审阅 联合国—工业发展组织	考虑到二氧化碳当量排放

温室气体排放范围3

来源	活动数据	排放因子 (二零一九年 至二零二一年)	GWP-100
制成品及半制成品供应商就发热及其他目的而购买的天然气	数量[立方米]	DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
制成品及半制成品供应商购买的柴油及液化天然气	升	DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
制成品及半制成品供应商从每个国家购买并无GoOs认证覆盖的电力	所购买电力[千瓦时]	AIB—欧洲残差组合, 二零一八年、二零一九年、二零二零年	仅考虑到二氧化碳排放
燃料及能源相关活动(第3类)	所购买燃料及电力(立方米、升或千瓦时)	DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
上游物流及分销(第4类)	飞机、火车或轮船覆盖的公里乘以总付运量(吨*公里)	DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
所处置或回收废物(第5类)	所处置或回收废物公斤	Ecoinvent, 第3.7.1版 DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
以飞机、火车的商务旅行(第6类)	每名乘客旅行的公里	DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放
以汽车的商务旅行(第6类)	公里	DEFRA(环境食品与乡村事务部), 转换因子—全组, 二零一九年、二零二一年	考虑到二氧化碳当量排放

一 专注重大方面

重要性分析

本公司根据GRI准则及HKSE的「环境、社会及管治报告指引」的规定编制可持续报告，界定根据重要性原则订立的内容。按GRI所界定，重要性为各方面变得而应予报告的门槛。

事实上，对Prada而言，识别重要议题至关重要，代表必须在报告中解决的关键内容，一般而言，是在可持续性传讯的背景下。

如第二章「利益相关者及重要性分析」一段所述，Prada集团已于二零二一年进行两项重要阶段以更新重要性分析：

- 识别可持续发展事宜：确定哪些事宜是了解Prada业务及策略环境以及描述其主要环境、经济及社会影响的关键；
- 为过往识别的潜在可持续性议题划分等级：根据该等方面对实现业务目标（内部重要性）的相关性以及符合利益相关者预期（外部重要性）对该等方面进行整理。

Prada集团的潜在相关可持续性议题全面清单通过以下步骤识别：

- 标注关键利益相关者并分析其主要关切：

- 对意大利及国际时尚及奢侈品公司进行基准分析，制作业内最常见可持续性事宜的清单；
- 进行有关本集团的媒体分析，以呈列公众舆论及其他利益相关者的看法；
- 对纺织及成衣行业相关的主要可持续发展文件（如全球报告倡议组织—GRI、RobecoSam、SASB）进行分析，以识别行业趋势；
- 对于道琼斯可持续发展指数、世界经济论坛及GRI等主要国际组织所识别的全球主要可持续发展趋势进行分析。

一旦界定可持续性潜在相关议题，则根据对Prada（内部重要性）及其利益相关者（外部重要性）的相关性划分等级。透过「桌面」分析及向Prada集团的主要功能提交问卷（要求就利益相关者对其施加压力的可持续性议题进行排名）识别对利益相关者的相关性。另一方面，透过内部工作坊讨论并评估对Prada的相关性，有关工作坊由最高管理层及董事会主要成员参与。Prada集团的重要方面被界定为对本公司的重要性与对利益相关者的重要性的交点。董事会其后正式批准重要性分析。



重要议题与GRI准则的相关性

重要议题	GRI准则议题	HKSE主要范畴	议题边界	
			组织内	组织外
保存专有知识及发展技能	404— 训练与教育(二零一六年)	层面B3：发展及培训	本集团	-
职业健康与安全	403— 职业安全卫生(二零一八年)	层面B2：健康与安全	本集团	承办商
尊重人权及工人权利	406— 不歧视(二零一六年)	层面B1：雇佣	本集团	-
	412— 人权评估(二零一六年)	层面B4：劳工准则	本集团	-
捍卫多元化及平等机会	405— 员工多元化与平等机会(二零一六年)	层面B1：雇佣	本集团	-
客户体验	416— 顾客健康与安全(二零一六年)	层面B6：产品责任	本集团	-
	417— 行销与标示(二零一六年)	层面B6：产品责任	本集团	-
	418— 客户隐私	层面B6：产品责任	本集团	-
业务策略与经济表现	201— 经济绩效(二零一六年)	-	本集团	-

重要议题与GRI准则的相关性

重要议题	GRI准则议题	HKSE主要范畴	议题边界	
			组织内	组织外
诚信、透明度及合作	205—反贪腐(二零一六年)	层面B7：反贪污	本集团	-
	419—社会经济法规遵循(二零一六年)	层面B1：雇佣 层面B2：健康与安全 层面B6：产品责任	本集团	-
	307—有关环境保护的法规遵循(二零一六年)	层面A1：排放物	本集团	-
产品、创意及品质卓越	非GRI	-	本集团	制成品及半制成品供应商
保护及提升艺术、文化及自然遗产	非GRI	层面B8：社区投资	本集团	社区

8 — GRI索引



一般准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
102-1		组织名称	第123页	
102-2		活动、品牌、产品与服务	第9-22页	
102-3		总部位置	第123页	
102-4		营运活动地点	第10页；第21-22页	
102-5		所有权及法律形式	第123页	
102-6		提供服务的市场	第10页；第22页	
102-7		组织规模	第9-10页；第18-22页； 第34-36页	
102-8	KPI B1.1	雇员及其他工作者的资料	第91-95页	
102-9	KPI B5.1 KPI B5.2 KPI B5.3	供应链	第20-21页；第57-63页	
102-10		组织与其供应链的重大改变	第34-36页；第123页	
102-11		预警原则或方针	第30-32页；第48-54页； 第123页	
102-12		外部倡议	第30页；第33页；第65页； 第67页；第71页；第74页； 第81页；第90页；第92页； 第98-100页；第111页； 第116-118页；第121页； 第124页	
102-13		公协会的会员资格	本集团主要合作夥伴为：Camera Nazionale della Moda Italiana、Assolombarda、Assonime、Confindustria Toscana及《时尚协定》。	
102-14		决策者的声明	第6-8页	

一般准则披露

指标	参照HKEx环境、社会及管治报告指引	描述	参考资料	附注
102-16		价值、原则、标准及行为规范	第4-5页；第30-33页； 第38页；第61-67页； 第69页；第92页； 第96-100页； 第108-111页；第113页	
102-18		治理架构	第24-30页	
102-40		利益相关团体名单	第44页	
102-41		集体谈判协议	第61页；第105-108页	
102-42		鉴别与选择利益相关者	第44页；第129页	
102-43		对利益相关者参与的方针	第44页；第129页	
102-44		提出的关键主题与关注事项	第45-48页；第129-133页	
102-45		综合财务报表所包含的实体	第123页	
102-46		界定报告书内容与主题涵盖范围	第45-48页；第123页； 第131-133页	
102-47		重大主题表列	第45-48页	
102-48		资讯重编	第123页	
102-49		报告改变	第123页	
102-50		报告期间	第123页	
102-51		上一次报告书的日期		二零二零年社会责任报告已于二零二一年五月发布。
102-52		报告周期	第123页	
102-53		可回答报告书相关问题的联络人	第150页	

一般准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
102-54		依循GRI准则报告的宣告	第123页	
102-55		GRI内容索引	第134-137页	
102-56		外部保证		本报告毋须进行外部 保证。

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
经济绩效指标				
GRI 201: 经济绩效—二零一六年				
103-1	G.D. B8	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B8	管理方针及其要素	第34-36页	
103-3	G.D. B8	管理方针的评估	第34-36页	
201-1	KPI B8.2	所产生及分配的直接经济价值	第36页	
GRI 205: 反贪腐—二零一六年				
103-1	G.D. B7	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B7	管理方针及其要素	第30-32页	
103-3	G.D. B7	管理方针的评估	第30-32页	
205-3	KPI B7.1 KPI B7.2	已确认的贪腐事件及采取的行 动	第32页	

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
环境绩效指标				
GRI 301: 物料—二零一六年				
103-1	G.D.A2	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D.A2	管理方针及其要素	第20页; 第58-61页; 第80-81页; 第83-88页	
103-3	G.D.A2	管理方针的评估	第20页; 第58-61页; 第80-81页; 第83-88页	
301-1	KPI A2.5 KPI A3.1	所用物料的重量或体积	第80页	
GRI 302: 能源—二零一六年				
103-1	G.D. A2	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. A2	管理方针及其要素	第69-77页	
103-3	G.D. A2	管理方针的评估	第69-77页	
302-1	KPI A2.1	组织耗能	第69-77页	
302-4	KPI A2.3	能耗减幅	第69-77页	

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 303：水与放流水—二零一八年				
103-1	G.D. A2	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. A2	管理方针及其要素	第78页	
103-3	G.D. A2	管理方针的评估	第78页	
303-1		共享水资源之相互影响	第78页	
303-2		与排水相关冲击的管理	第78页	
303-3	KPI A2.2 KPI A2.4	取水量	第78页	
GRI 305：排放—二零一六年				
103-1	G.D. A1 G.D. A4	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. A1 G.D. A4	管理方针及其要素	第69-77页	
103-3	G.D. A1 G.D. A4	管理方针的评估	第69-77页	
305-1	KPI A1.1 KPI A1.2	直接（范围1） 温室气体排放	第76-77页	
305-2	KPI A1.1 KPI A1.2	能源间接（范围2） 温室气体排放	第76-77页	
305-3	KPI A1.1	其他间接（范围3） 温室气体排放	第77页	
305-5	KPI A1.5 KPI A4.1	温室气体排放减幅	第69-77页	

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 306 : 废弃物—二零二零年				
103-1	G.D. A1 G.D. A3	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页;第129-133页	
103-2	G.D. A1 G.D. A3	管理方针及其要素	第81-83页	
103-3	G.D. A1 G.D. A3	管理方针的评估	第81-83页	
306-1	KPI A3.1	废弃物的产生与废弃物相关显著冲击	第81-83页	
306-2	KPI A1.6 KPI A3.1	废弃物相关显著冲击之管理	第81-83页	
306-3	KPI A1.3 KPI A1.4	废弃物的产生	第81-83页	
GRI 307 : 有关环境保护的法规遵循—二零一六年				
103-1	G.D. A1	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页;第129-133页	
103-2	G.D. A1	管理方针及其要素	第88页	
103-3	G.D. A1	管理方针的评估	第88页	
307-1	G.D. A1	违反环境法律及法规		过往三年（二零一九年至二零二一年）并无发生违反环境保护法规的重大事件。

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
社会绩效指标				
GRI 403: 职业健康与安全—二零一六年				
103-1	G.D. B2	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B2	管理方针及其要素	第108-111页	
103-3	G.D. B2	管理方针的评估	第108-111页	
403-1	G.D. B2 KPI B2.3	正式管理层工人联合健康与安全委员会的工人代表	第108-111页	
403-2	G.D. B2	受伤类型及受伤率、职业病、损失工作日数、旷工，及因工亡故数目	第108-111页	
403-3	KPI B2.3	职业健康服务	第108-111页	
403-4		工人对职业健康与安全的参与、咨询及沟通	第108-111页	
403-5	KPI B2.3	对工人的职业健康与安全培训	第108-111页	
403-6		推广工人健康	第108-111页	
403-7	KPI B2.3	防止并减轻直接与业务关系相关的职业健康与安全影响	第108-111页	
403-9	KPI B2.1	工伤	第108-111页	

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 404: 训练与教育—二零一六年				
103-1	G.D. B3	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B3	管理方针及其要素	第98-100页; 第102-105页; 第110页; 第116-118页	
103-3	G.D. B3	管理方针的评估	第98-100页; 第102-105页; 第110页; 第116-118页	
404-1	KPI B3.1 KPI B3.2	每名雇员每年平均培训时数	第105页	
GRI 405: 员工多元化与平等机会—二零一六年				
103-1	G.D. B1	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B1	管理方针及其要素	第25-30页; 第91页; 第94-101页	
103-3	G.D. B1	管理方针的评估	第25-30页; 第91页; 第94-101页	
405-1	KPI B1.1	公司管治组织及雇员多元化	第25-30页; 第91页; 第94-98页	
405-2	G.D. B1	女性与男性的基本薪资和报酬比率	第98页	
GRI 406: 不歧视—二零一六年				
103-1	G.D. B1	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B1	管理方针及其要素	第96-110页; 第108-111页	
103-3	G.D. B1	管理方针的评估	第96-110页; 第108-111页	
406-1	G.D. B1	歧视事件及组织采取的纠正行动		尽管本集团北美洲的附属公司出现若干歧视个案, 过往三年(二零一九年至二零二一年)并无发生重大歧视事件。

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 408：童工—二零一六年				
103-1	G.D. B4	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. B4	管理方针及其要素	第108-111页	
103-3	G.D. B4	管理方针的评估	第108-111页	
408-1	KPI B4.1 KPI B4.2	营运据点和供应商使用童工之 重大风险	第108-111页	
GRI 409：强迫或强制劳动—二零一六年				
103-1	G.D. B4	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. B4	管理方针及其要素	第108-111页	
103-3	G.D. B4	管理方针的评估	第108-111页	
409-1	KPI B4.1 KPI B4.2	具强迫或强制劳动事件重大 风险的营运据点和供应商	第108-111页	
GRI 412：人权评估—二零一六年				
103-1	G.D. B4	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. B4	管理方针及其要素	第24-30页；第30-32页； 第61-63页；第92页； 第108-111页	
103-3	G.D. B4	管理方针的评估	第24-30页；第30-32页； 第61-63页；第92页； 第108-111页	
412-1	G.D. B4	接受人权检视或影响评估的营 运地点	第61-63页；第108-111页	

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 414: 供应商社会评估—二零一六年				
103-1	G.D. B5	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B5	管理方针及其要素	第58-63页	
103-3	G.D. B5	管理方针的评估	第58-63页	
414-2	KPI B5.2 KPI B5.3	供应链对社会造成的负面影响 及已采取的行动	第61-63页	
GRI 416: 顾客健康与安全—二零一六年				
103-1	G.D. B6	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B6	管理方针及其要素	第67页	
103-3	G.D. B6	管理方针的评估	第67页	
416-2	G.D B6 KPI B6.1 KPI B6.2	有关产品及服务对健康与安全 造成影响的违规事件	第67页	
GRI 417: 行销与标示—二零一六年				
103-1	G.D. B6	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页; 第129-133页	
103-2	G.D. B6	管理方针及其要素	第67页	
103-3	G.D. B6	管理方针的评估	第67页	
417-2	G.D B6 KPI B6.3	有关产品及服务资讯及标示的 违规事件	第67页	

重大议题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 418：客户隐私—二零一六年				
103-1	G.D. B6	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. B6	管理方针及其要素	第22页；第32页	
103-3	G.D. B6	管理方针的评估	第22页；第32页	
418-1	KPI B6.2 KPI B6.5	与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉		过往三年（二零一九年至二零二一年），Prada集团并无发现监管机构或外部各方对侵犯客户隐私的经证实的投诉，亦无发现任何客户数据被盗或丢失的情况。
GRI 419：社会经济法规遵循—二零一六年				
103-1		解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2		管理方针及其要素	第30-32页；第67页	
103-3		管理方针的评估	第30-32页；第67页	
419-1	G.D. B1 G.D. B2 G.D. B4 G.D. B6 G.D. B7	违反社会及经济范畴的法律及法规	第32页	过往三年（二零一九年至二零二一年）并无发生违反社会及经济范畴的法律及法规的重大事件。

额外披露的不重大主题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
经济绩效指标				
GRI 204：采购实务—二零一六年				
103-1		解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2		管理方针及其要素	第20页；第58-61页； 第80-81页	
103-3		管理方针的评估	第20页；第58-61页； 第80-81页	
204-1	KPI B5.1	对当地供应商的支出比例	第58-61页；第80-81页	
社会绩效指标				
GRI 401：劳雇关系—二零一六年				
103-1	G.D. B1	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. B1	管理方针及其要素	第91-100页；第105-108页	
103-3	G.D. B1	管理方针的评估	第91-100页；第105-108页	
401-2		只提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	第95页	

额外披露的不重大主题 - 特定准则披露

指标	参照HKEx环境、 社会及管治报告 指引	描述	参考资料	附注
GRI 413：当地社区—二零一六年				
103-1	G.D. B8	解释重大议题及其涵盖范围	第45-48页；第129-133页	
103-2	G.D. B8	管理方针及其要素	第9页；第36页； 第58-61页；第88-89页； 第98-100页；第112-121页	
103-3	G.D. B8	管理方针的评估	第9页；第36页； 第58-61页；第88-89页； 第98-100页；第112-121页	
413-1	KPI B8.1 KPI B8.2	有当地社区参与、影响评估及 发展计划的营运地点	第58-61页；第98-100页； 第102-104页； 第112-121页	



如欲索取本可持续发展报告的其他资料，可联络：

Prada S.p.A
Via Antonio Fogazzaro, 28
20135 Milan
Italy
电邮：csr@pradagroup.com