

PRADA S.p.A.

普拉達股份有限公司

(香港股份代號：1913)

2016年社會責任報告





致持份者函件	3
1 PRADA 集團	4
1.1 歷史	4
1.2 二零一六年摘要	9
1.3 價值鏈	9
1.4 道德、管治、合規及風險管理	13
2 追求卓越	16
2.1 知識	16
2.2 客戶體驗	28
3 工作場所道德	32
3.1 工作人員	32
3.2 僱員關係	33
3.3 多元化及機會均等	34
3.4 貫穿整個供應鏈的工人安全	35
4 PRADA 宇宙	37
4.1 Prada 基金會	37
4.2 Prada 集團與 FAI	39
4.3 其他特別項目	40
5 與社區一起	41
5.1 環境保護	41
5.2 保護所在地區	43
6 方法附註	46
6.1 重大方面識別	46
6.2 報告程序	49
7 為「符合」核心方案的 GRI 內容索引	50

致持份者函件



當代社會發現自身面對世界各地的深刻及快速的變化，曾經構成保護屏障的國家及文化邊界已被新技術推倒。

正如歷史上所有偉大的革命一樣，上述轉變突出了現今世界的矛盾，上個世紀的社會經濟模式受到動搖，不平等現象有所擴大，削弱不斷被扭曲的價值，進而引發暴力衝突。

每一個人，特別是那些負責帶領大型機構(當中亦包括Prada集團)者，都有責任質疑一個人在目標及前景方面的工作價值。同樣重要的是，我們進步的積極成果是對可持續發展的廣泛及共同認知，包括社會的各個方面：經濟、政治及倫理。

所有人都應該盡可能地作出貢獻：Prada集團對這一責任的理解是旨在繼續發展其工作，提高合作精神，人盡其才：創造力，被理解為美、質量、創新及全體工作人員貫注的熱情背後所展現的和諧以及勞動成果的表達。

二零一六年，Prada集團開展了許多商業計劃，在質量、加強對價值鏈的控制及減少對環境的影響方面作出了重大投資。

本集團投資其資源的增長潛力，而這是創新及卓越的根本來源，同時制訂了培養專業技能的新方法。

傳統上對藝術的愛好仍然是靈感的主要源泉；與此同時，本集團認為有必要為促進各種藝術表現作出貢獻，在此方面作出承擔並投入資源。其恢復對Prada基金會的支持，該機構利用獲提供的資源在米蘭及威尼斯開展具國際意義的新計劃。重要的文化項目均獲得資助，最重要的是完成喬治·瓦薩里(Giorgio Vasari)的作品「最後的晚餐」的修復工作，恢復其原先的光彩供佛羅倫斯的公眾觀賞。

整體而言，Prada集團有意繼續沿著其發展道路讓員工能在工作場所實現他們的願望，為客戶提供品質卓越的產品，並且以至少等同於Prada從民間社會的所得回饋社會。

PRADA S.p.A. 主席
Carlo Mazzi

米蘭，二零一七年六月二十九日

1. PRADA 集團



Prada 集團是奢侈品行業全球領先公司之一，其透過 Prada、Miu Miu、Church's 及 Car Shoe 品牌設計、生產及分銷名貴手袋、皮具用品、鞋履、服飾及配飾。本集團亦根據與行業領先者訂立的特定許可協議在眼鏡及香水行業開展經營，及近期透過收購(二零一四年)Pasticceria Marchesi 1824 進軍食品行業，定位於最高質量水平。

於二零一七年一月三十一日，產品通過 620 間直接營運店舖(直營店)以及經過篩選的奢侈品百貨公司、獨立零售商及特許經營店網絡在全球 70 個國家銷售。

1.1 歷史

品牌的歷史可追溯至上世紀初。在一九一三年，Mario Prada 在米蘭的 Galleria Vittorio Emanuele II 開設一家奢侈品商店，售賣皮手袋、旅行衣箱、化妝盒、精緻名貴配飾、珠寶以及貴重物品。憑藉產品的專門設計，加上選用上乘用料及精湛的手藝，Prada 很快成為了歐洲貴族及高級資產階級尊貴份子的購物勝地。

一九一九年，Prada 成為意大利皇室御用供應商。Prada 一直能夠在其商標上展示薩伏爾家族的盾形紋章徽號及結繩設計。

經歷多年，Prada 的名氣及聲譽與日俱增。

一九七零年代後期，本集團的發展出現轉捩點，當時 Mario Prada 的孫女 Miuccia Prada 與塔斯卡尼商人 Patrizio Bertelli 展開合作。本次合作集創造力與經營理念於一體，為即將到來的國際化擴張奠定基礎。Patrizio Bertelli 打破奢侈品行業的常規，為該行業引入新企業模式，通過該模式，彼可直接對所有過程實施內部控制，確保整個生產週期遵守卓越質量標準。Miuccia Prada 的創造天賦及前衛做法吸引了全球時尚界的關注，而其以獨到視角觀察世界的的能力，讓其不僅參與潮流，而是時常掀起領潮流。

一九七七年，Patrizio Bertelli 整合其過去十年在皮具用品分部方面建立的生產資源及獲 Miuccia Prada 授予獨家特許使用權，以生產及分銷印有 Prada 品牌名稱的皮具用品。此後數年，兩個家族的業務活動逐步匯集由單一集團進行。

一九八三年，Prada 家族在米蘭的尊貴地段 Via della Spiga 開設第二家商店，米蘭為歐洲其中一個主要購物勝地。該新店展示了全新品牌形象，將傳統元素糅合到現代建築風格中，標誌著奢侈品零售行業的變革並從此真正成為業內新標準。





自一九八六年開始，先後在紐約、馬德里、倫敦、巴黎及東京等地開設新店舖。

為響應Prada產品的受歡迎程度不斷提升，一九七九年女性系列由皮具拓展至首次推出鞋履系列，首個服飾系列於一九八八年在米蘭推出。

一九九三年，Prada進軍男性市場，並首次推出男性服飾及鞋履系列。同年，受靈感啟發，Miuccia Prada創建新品牌—Miu Miu—專為專注潮流及精緻，尤其時尚前沿及注重前衛的女性而設計。Miu Miu目前提供女裝服飾、手袋、配飾、鞋履、眼鏡及香氛，其佔本集團銷售額的主要部份。

同樣在一九九三年，在開展創業活動的同時，Miuccia Prada與Patrizio Bertelli創立「Milano Prada Arte」，及後發展成為「Prada基金會」，以追求彼等對藝術及文化領域的興趣。

一九九七年，在其對運動酷愛的啟迪下，Patrizio Bertelli組建「二零零零年美洲盃Prada Challenge」帆船隊。Prada的休閒系列產品亦於一九九七年問世，該系列標有獨特的「Linea Rossa」(「紅條」)。

一九九九年，享譽盛名的Church's品牌(於一八七三年創立於北安普頓)收歸Prada集團旗下。該投資最初與私募投資公司分享，然後Prada於二零零七年完成收購。



該品牌專注於手工製高端鞋履，因其優質英倫傳統及練達優雅而享譽世界。

二零零一年，在與雷姆·庫哈斯(Rem Koolhaas)的合作設計下，Prada的「超級旗艦店」在紐約百老匯開業。這是「超級旗艦店」項目的首家門店，其設計目的為以全新的方式反思購物的涵義，以及與客戶進行新型互動試驗。二零零四年，第二家「超級旗艦店」在東京青山開業，緊接其後的第三家則位於比華利山羅迪歐街。

同年，Prada取得歷史悠久的意大利品牌Car Shoe的控制權，Car Shoe因其獨有軟皮平底駕駛便鞋而馳名。





二零零三年，Prada與意大利眼鏡生產商Luxottica訂立特許協議並於二零一二年將其續新，Luxottica為世界領先眼鏡企業。Luxottica Group現時為Prada及Miu Miu品牌生產及分銷眼鏡。同年，本集團亦開始與西班牙化妝品生產商Puig Beauty & Fashion Group合作，並於二零零四年年底推出首款名為Amber的香水。

二零零六年，為凸顯其品牌形象，Miu Miu在巴黎舉行了首個時裝秀。

二零零七年三月，由LG生產的首款Prada手機面世，這是世界上首款觸屏手機。二零零八年，與LG的成功合作關係續期，二零一一年，再度推出兩款手機。

二零一零年，Prada首度推出網上商店，Miu Miu則於二零一一年推出。

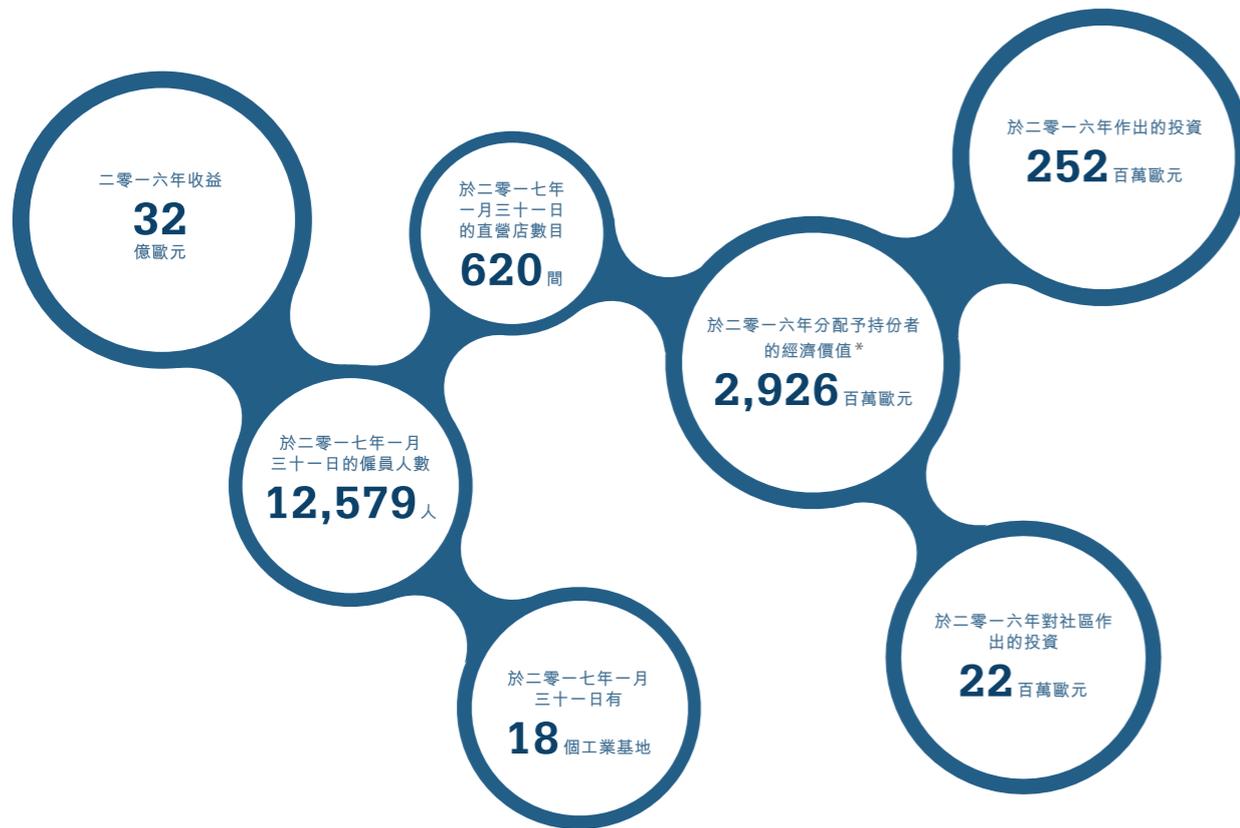
二零一一年六月二十四日，普拉達股份有限公司成功在香港聯交所主板上市。

二零一四年三月，普拉達股份有限公司宣佈取得Angelo Marchesi Srl公司的控制權，該公司擁有成立於一八二四年歷史悠久的米蘭糕點店的所有權，成為正式進軍食品市場的標誌。

二零一五年，PRADA集團完成收購法國Tannerie Megisserie Hervy以進一步增強其綜合生產專有技術。同年，PRADA集團與Coty Inc.合作推出首款Miu Miu香氛。隨著於九月在米蘭蒙特拿破崙大街開設首家糕點店，Marchesi品牌的商業業務發展已開始成形。

二零一六年對製造業作出了廣泛的投資，從而完成了Scandicci皮革生產基地，以及翻新了意大利托斯卡納與翁布里亞之間的多家工廠。新的成品物流中心的首個建設階段在托斯卡納完成。零售方面，Prada及Miu Miu商店推出了新概念。

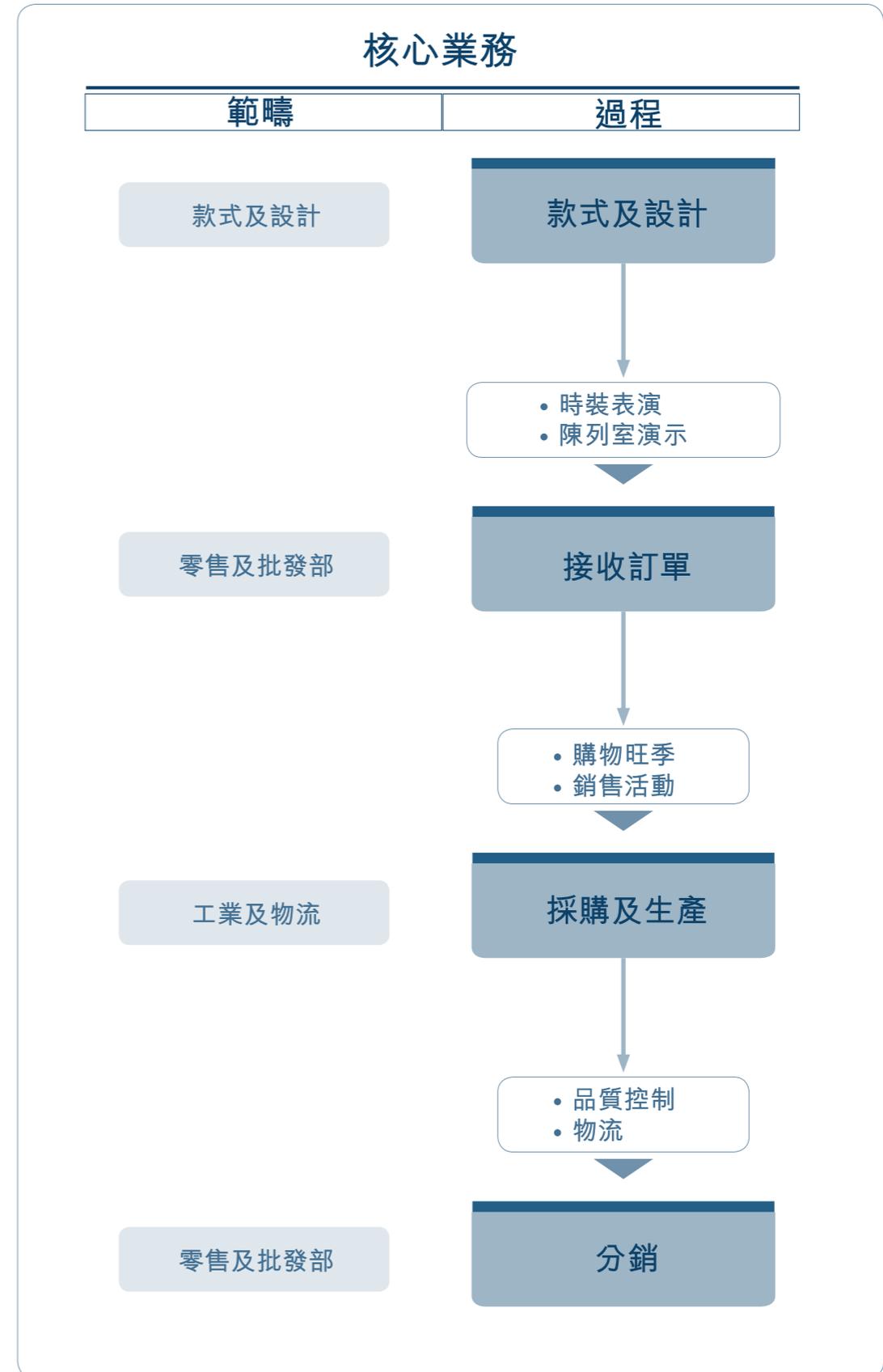
1.2 二零一六年摘要



*「分配予持份者的經濟價值」符合 GRI-G4 指標 EC1 – 參照第 12 頁。

1.3 價值鏈

本集團的業務模式是基於將生產工藝技術與手工技能相結合的價值創造鏈。由於這一整合，本集團利用其風格技巧，能夠將前衛概念轉化成創新的高級產品，將產能與質量標準的嚴格控制相結合；同時，Prada 特別致力於沿整個供應鏈開發專有技術及保護道德價值。目標一直是為客戶提供體現 Prada 世界誠信及聲譽的精緻、高級及優質產品。



款式及設計

創意是價值創造過程的首個步驟。

Miuccia Prada 與勝任的設計師團隊一起擁有將求知慾、對新意及非一般意念的追求、文化及社會利益與強烈的時尚感相結合的能力。這使得在 Prada 建立真正的「內部」設計文化成為可能，這亦是基於方法及紀律，引領在創作過程中工作的各人。

此獨特方式使 Prada 一直能夠預測並經常能夠影響潮流，不斷嘗試新的設計、面料、皮革及生產技術。這種嘗試及意見交換是於集團各項產品中發現的設計內容的重要組成部分。在「製圖板」及「試衣室」花於研究及品牌風格發展方面的時間對確定每個系列至關重要，其中服裝、鞋履及配飾相輔相成，確定了品牌的一致及代表性形象。

Prada 的創意以及傳統及公司標準所展現的強大吸引力持續吸引來自世界各地的人才，他們希望在眾多不同創意領域分享 Prada 的經驗。這導致在創作過程的各個環節建立了團隊：從時裝設計到製造、從建築到通訊及攝影、從店舖的室內設計到 Prada 集團參與的所有獨特及特殊的項目。

時裝表演及系列

系列的靈感來自時裝表演，這些表演總有豐富的內容，且過程一絲不苟，將創新時尚概念轉化成商業產品。

接收訂單

新系列在集團旗下的特定品牌陳列室展示，並與來自世界各地的內部及獨立買手及買家進行多次演示及分析。通過分享導致創造及通過地方市場產生變化的過程，每名消費者都可以獲得屬本集團商品特點的創新、獨特性及品質。

採購

選擇合適的供應商對達到最高質量標準至關重要。過往，本集團一直與最好的原材料供應商合作，其供應商本身在其行業為領導者及基準。在大多數情況下，這些都是長期關係，

乃經過嚴格的挑選過程後建立，其嚴格的參數旨在確保最高的技術、經濟及道德可靠性標準。Prada 集團一直以來重視建立於日常互動之上的長期關係：這些合作關係不僅對參與者的增長及改善至關重要，而且對共享一個由質量、卓越及中長期價值創造而定的單一策略目標亦至關重要。

生產

除了廣泛的供應商網絡外，Prada 集團的產品在 18 個直接擁有的生產基地(意大利 15 個¹，英國 1 個，法國 1 個及羅馬尼亞 1 個)生產。本集團的大部分合作夥伴都是具有豐富經驗及十分傳統的工藝手工坊。這些作坊會獲提供經精心挑選的材料及所需的一切技術規格—從製圖到數據表—首先生產樣品，然後生產商品。本集團經驗豐富的技師會在整個生產過程中不斷提供支援。

生產基地代表了 Prada 集團製造傳統的最佳表達，將傳統手工技能的保存與最先進的技術工藝結合起來，旨在於精益求精、品質及做工方面達到及保持無與倫比的標準。

在本集團的產業發展策略框架下，旨在維持及提升公司內部最具技巧性及最獨特的生產流程，二零一六年的特點是進行了一項很大型的活動，導致完成了多項產業再確認項目，特別是年內在意大利，旨在加強對生產週期的控制及改善環境績效。此外，本集團新的成品物流中心首期施工階段已經完成。

控制

本集團利用大量資源以確保原材料及其產品加工材料質量卓越，同時保障最終消費者的健康及安全。每個工業部門都僱有技術人員，其工作是通過對進出材料進行嚴格檢查及對外部生產基地進行日常視察來確保達到這些目標。產品及流程控制不僅可以確保達到標準，而且有助於持續改進。

¹ 15 個工業基地不包括統籌及配合生產的 3 座設施。

Prada已成立工業合規委員會，以確保其全球產品的生產及分銷一直符合適用的法律。委員會的工作不僅是尊重當地的法例，還要制訂比法律要求更嚴格的標準及程序。最終目標是對整體由消費者、製造商及外部環境組成的整個系統採取積極主動的態度。

分銷

Prada集團成功的秘訣在於其沿價值鏈每一步進行創新的能力，包括分銷。

多年來，本集團已將分銷網絡擴展至620間直營店(「直營店」—直接營運店舖)，這些直營店位處主要國際購物勝地中最負盛名的地點，與各品牌的形象、傳統及獨特性保持一致。此龐大的網絡是本集團的真正資產，從而為推出系列提供了重要的展示平台及與客戶接觸不可或缺的工具。這些商店已超越其銷售的主要功能，且亦是溝通的重要工具；品牌的真正代言人，以一貫及獨特的方式傳達各品牌的形象。直接營運店舖亦讓本集團可實時監控各品牌及各單一產品的各個市場的銷售表現進度。

批發渠道(百貨公司、多品牌商店、特許經銷商及電子零售商)提供多間根據不同市場地點聲望挑選的額外商店，並可與競爭對手進行直接及即時的比較。近年來，此渠道一直被仔細研究，旨在進一步挑選商店網絡，將數目大幅減少，以與零售網絡的擴張更加一致，並符合正確的定位及國際品牌影像。與此同時，本集團在數碼世界的發展已令其與主要網上銷售經營商(電子零售商)建立新的合作關係。

商標保護

知識產權部致力於保護商標以及打擊假冒及侵犯知識產權。其已在全球範圍內制訂有系統的預防及防禦措施，並不斷監察第三方對與Prada集團的區別性標記相同或可能混淆的商標、圖樣或設計的註冊。任何侵犯Prada知識產權的行為都將因本集團向主管當局反對註冊或呈請註銷而受到抗辯。

本集團時刻提防其商標、圖樣或設計被非法佔用，並監察傳統及網上零售及批發渠道。Prada每天與國家及國際海關機構以及意大利金融警察Guardia di Finanza及警方合作，以便其可攔截及充公非法商品並評估在打擊假冒行動方面取得的進展。我們亦與包括世界知識產權組織、國際反假冒聯盟、法國的製造商聯盟Union des Fabricants及Istituto di Centromarca per la Lotta alla Contraffazione在內的組織合作。

隨著時間的推移，這些控制活動使本集團能夠為應對童工、強迫勞動、逃稅及洗錢等許多時與假冒案件有關的各種犯罪活動作出重要貢獻。

通過與當局的密切合作，過去三年，Prada的反假冒措施在全球範圍內搜到1.2百萬件假冒貨品被扣押，逾360,000條電子商務廣告(其中327,000條已被移除)受抗辯，以及從逾4,845個網站刪除非法內容。

特別項目

由於確信有需要結合多種多樣的創意體驗以確保其風格、形象及傳訊活動不斷延續及更新，Prada集團一直與其他領域(特別是藝術及文化)有著密切的聯繫。與這些顯然遙遠的環境的互動使建築、藝術及文化項目得以實現以及體育賽事獲得贊助。所有這些舉措多年來有助於確定Prada宇宙的許多方面。

1.3.1 經濟表現及業務策略

二零一六年對Prada集團來說是充滿挑戰的一年，因為其制訂了品牌發展的具體計劃，並對其主要運營流程開展徹底改革。

這個過渡階段正值完成其零售網絡地域擴張的長期計劃，以及開始精簡業務並實現與數碼世界一體化的創新形式。由於影響全球的持續地緣政治緊張局勢及突然改變全球經濟平衡的新事件，商業環境被不確定性所籠罩。

同時，一些貨幣走勢趨於穩定為國內消費復甦鋪平了道路(正如在中國及俄羅斯)，惟這些市場的增長還沒有彌補跨境旅遊業的下滑。

在這樣的背景下，本集團從多方面主動出擊，一如既往以開發憑藉創新風格及優秀品質脫穎而出的新產品為出發點。各類別均會為Prada及Miu Miu設計新產品，特別是皮革製品，並創建新的、標誌性的手提包設計以及特殊版本。憑藉相同的敬業精神，本集團亦注重店面裝修，以增強購物體驗。年內開展的大規模修復計劃已開始營造更親和、獨特的環境，並經更新以符合Prada及Miu Miu的新美學指南，其中提供了各種地方文化的特徵。

本集團最近重新確定其數碼化策略，並成立一支高素質團隊，是品牌將能夠發揮其全部潛力的新全球視野的基礎。這些努力將在產品質量、強大的創新以及因應新一代消費者的習慣而一直演變的分銷／溝通渠道的基礎上帶來內部增長。

此外，於二零一六年，本集團根據於二零一五年開展的三年計劃作出了一些工業變動，旨在通過內包一些技巧性最強的階段加強對生產流程的控制。這些投資將有助於保存處於本集團業務模式核心的工藝，同時加強其與特別是意大利社區的聯繫及負責任地控制其製造週期的意願。

最後，精簡設施及簡化流程的工作以新橫向項目的形式進行，涉及每個單位及部門，同時堅定了於二零一五年確定的成本削減目標。

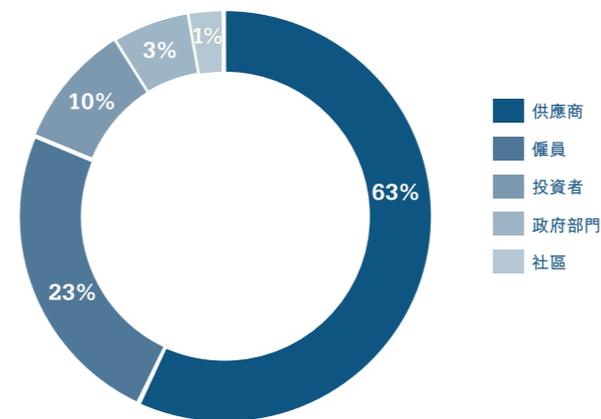
業績方面，削減成本計劃成功令盈利不會因零售額下降而被進一步攤薄。年末的EBIT(息稅前盈利)為431.2百萬歐元，佔淨收益的13.5%，而本集團的應佔淨收入為278.3百萬歐元(佔淨收益的8.7%)。

本集團設定的財務目標有助於優化營運資金管理；由此導致的經營性現金流量增加於年底將淨財務狀況調整為正。

EC1 指標－已產生及已分配直接經濟價值	二零一四年 千歐元	二零一五年 千歐元	二零一六年 千歐元
已產生經濟價值	3,555,465	3,553,898	3,190,896
已分配經濟價值	3,157,435	3,207,289	2,925,740
經營成本	1,941,045	2,014,073	1,831,423
分配予僱員的價值	638,947	702,543	677,144
分配予銀行及債券持有人的價值	16,427	19,420	17,293
分配予政府部門的價值	254,468	159,367	95,647
分配予投資者的價值	290,849	284,699	282,180
分配予社區的價值	15,699	27,187	22,053
已保留經濟價值	398,030	346,609	265,155

二零一六年合併利潤表(根據GRI有關已產生及已分配經濟價值的模型呈列)顯示的已保留經濟價值為265.2百萬歐元，比二零一五年下降了81.5百萬歐元。已產生經濟價值縮減(-10.2%)乃主要由於零售額縮減，導致已分配經濟價值略為減少(-8.8%)，而在應課稅收入縮減後，在政府部門方面錄得最大跌幅。

下表列出了分配予持份者的經濟價值：



1.4 道德、管治、合規及風險管理

1.4.1 道德守則

PRADA 集團認為尊重道德原則是其價值觀及成功的基本支柱。本集團相信並在以下方面採取行動：

- 遵守其經營所在各國的立法及監管規定；
- 合法、忠誠、正確及透明；
- 尊重私隱；
- 尊重個人及人力資源價值；
- 尊重競爭，作為經濟體系發展的一項重要工具；
- 尊重環境及提高保護環境的意識。

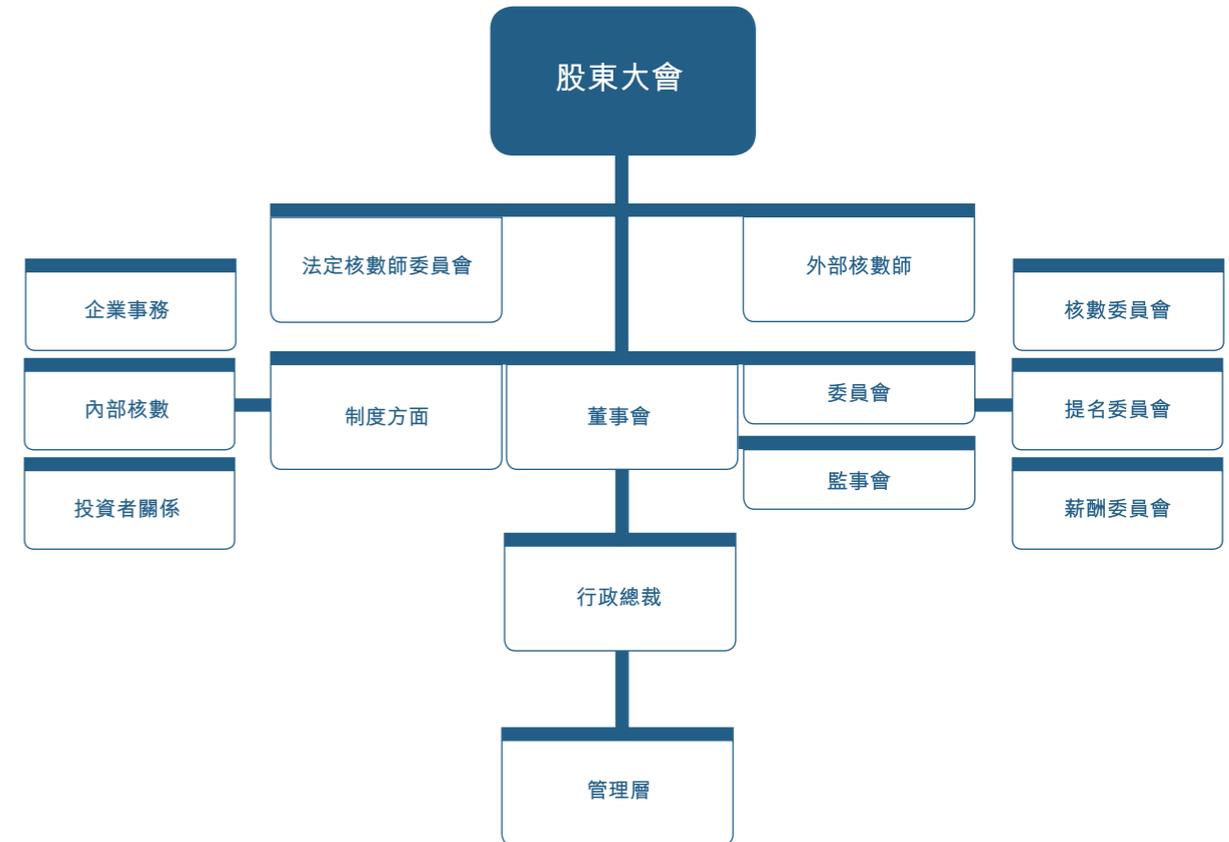
自二零零七年以來，這些原則已在 Prada 集團的道德守則中得到了正式的表達。守則載列了組織的指導原則，作為本集團管治模式的主要支柱之一，亦得到一套程序的支持，以便將這些價值觀轉化成日常行動。

道德守則的採納及應用對於實現本公司的主要目標至關重要，其中包括為股東、僱員、客戶及整個社區創造價值。

所有支持開發、製造、推廣、分銷及銷售組織的組合中品牌產品的僱員及各方均須遵守守則。本集團通過網上出版物、直接通訊等多種方式提升其意識，並作為與大多數合作夥伴訂立的供應合約的一部分，因為其被認為是建立合約關係的先決條件。

1.4.2 管治模式

本公司採用的公司管治模式包括一套旨在在本集團內部建立高效透明業務的規則、規定、慣例及程序，以保障本公司股東的權利及提高股東價值。本公司採用的公司管治模式符合適用規定，特別是符合香港聯交所上市規則附錄十四所載的企業管治守則的原則。



本公司已根據意大利民法典採納一套「傳統」管治制度，除上述委員會外，包括管理機構、董事會、內部監督機構、法定核數師委員會、外部審計事務所，以及代表及權力制度，按問責層次安排及指定，確保業務按照本公司規定的業務程序經營。

為了實現可持續及均衡的發展，本公司視董事會層面的多元化為支持其實現策略目標及發展的關鍵因素。所有董事會的任命都是基於用人唯才，而候選人乃根據客觀標準建議及選出，並充分考慮董事會內部多元化的好處。董事會多元化政策自二零一三年以來已獲董事會審議通過，涵蓋多項因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識及國籍。

在於二零一五年五月二十六日舉行的股東大會上，由九名成員組成的董事會任期為三個財政年度(二零一五年至二零一七年)。在兩名董事於二零一六年首幾個月辭任後，於二零一六年五月二十四日舉行的股東大會任命了兩名新董事，任期相當於其他現任董事的任期。

具體來說，董事會由四名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事組成。所有董事都在各自的專業領域中成就卓越，並在各自的職能中協助董事會。

董事會負責本公司的日常及特殊管理工作。董事會有權進行其認為適當的一切行為，以實施並達到公司的企業目的，惟法律或公司章程規定保留在股東大會上作出決議的行為除外。

特別是，董事會負責制定本集團的整體策略，以及批准年度預算、非經常交易、與關連方的交易以及所有其他具有重大財務影響的舉措。董事會亦負責不斷檢討本公司及本集團的經營及財務表現。

董事會主席為本公司法律代表。主席統籌董事會的活動，並核實企業管治常規及程序的適當應用。行政總裁負責管理本公司的業務，包括執行董事會採納的主要策略及其他舉措。

下表列示有關董事會組成的數據。

董事會			
執行董事	職位	性別	年齡
Carlo Mazzi	主席	男性	> 50
Miuccia Prada Bianchi	行政總裁	女性	> 50
Patrizio Bertelli	行政總裁	男性	> 50
Alessandra Cozzani ⁽¹⁾	財務總監	女性	> 50
Donatello Galli ⁽²⁾		男性	> 50
非執行董事	職位	性別	年齡
Stefano Simontacchi ⁽³⁾		男性	30 - 50
Maurizio Cereda ⁽⁴⁾		男性	> 50
Gaetano Micchichè ⁽⁵⁾		男性	> 50
獨立非執行董事	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei		男性	> 50
Giancarlo Forestieri		男性	> 50
廖勝昌		男性	> 50

(1) 於二零一六年二月十九日獲委任為財務總監；(2) 於二零一六年二月十九日辭任；(3) 於二零一六年四月八日獲委任及於二零一六年五月二十四日連任；(4) 於二零一六年五月二十四日獲委任；(5) 於二零一六年四月十五日辭任；

董事會由其所設委員會，特別是審核委員會、薪酬委員會及提名委員會進行的主要諮詢活動得到協助。每個委員會由獨立非執行董事擔任主席。

審核委員會的主要職責是協助董事會對本公司的財務報告流程以及其內部控制及風險管理系統的有效性提供獨立意見。

審核委員會	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei	主席	男性	> 50
Giancarlo Forestieri		男性	> 50
廖勝昌		男性	> 50

薪酬委員會的主要職責是就本公司董事及高級管理層的薪酬政策向董事會提出建議。

薪酬委員會	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei	主席	男性	> 50
Giancarlo Forestieri		男性	> 50
Carlo Mazzi		男性	> 50

提名委員會的主要職責是制訂及修改提名董事的政策，每年評估獨立非執行董事的獨立性，並就董事會本身的架構、規模及組成向董事會提出建議。

提名委員會	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei	主席	男性	> 50
廖勝昌		男性	> 50
Carlo Mazzi		男性	> 50

諮詢委員會提出的建議定期提交董事會討論及考慮通過。

法定核數師委員會負責核實對適用法律、法規及公司章程的遵守，以及對完善管理原則的遵守，特別是本公司採納的組織、行政及會計架構的適切性及其正常運作。

於二零一五年五月二十六日舉行的股東大會任命了由三名法定核數師及兩名替任法定核數師組成的現任法定核數師委員會，任期為三個財政年度(二零一五年至二零一七年)。

法定核數師委員會	職位	性別	年齡
Antonino Parisi	主席	男性	> 50
Roberto Spada		男性	> 50
David Terracina		男性	30 - 50

根據意大利二零零一年六月八日第 231 號法令，本公司設立了監督機構，其主要職責是確保本公司根據該法令採納的組織模式的運作、有效性及執行。監督機構是由合資格及具備經驗的人士中挑選及由董事會提名的三名成員組成。

監督機構	職位	性別	年齡
David Terracina	主席	男性	30 - 50
Paolo De Paoli		男性	30 - 50
Gian Franco Oliviero Mattei		男性	> 50

二零一六年，企業社會責任委員會成立，旨在推動社會責任領域的計劃及項目，並與高級管理層分享實施方針。委員會於二零一六年舉行了兩次會議，並就被認為對本集團更具策略性的社會責任事項與各部門開展系統對話。

有關企業管治的更多詳盡資料載於二零一六年年報所載的企業管治一節。

1.4.3 合規及風險管理

鑑於複雜的監管環境，Prada 集團指派多個部門及聘請外部專家以了解不斷變化的法律及法規的最新情況，以便其能適時修改其程序及將違規風險降至可接受水平。

本集團總體上已將內部控制制度作為本集團附屬公司管治機構、管理層及公司執行的一個流程，以就控制目標將會達到提供合理確定。

更具體地說，普拉達股份有限公司董事會參照 CoSO 報告 (Treadway 委員會贊助組織委員會 – 最佳的國際常規) 等國際認可模式，參與通過驗證其主要組成部分的運作持續完善內部控制制度及風險管理，而這些組成部分包括以下各項：

- 控制環境；
- 風險評估；
- 控制活動；
- 資訊及溝通；
- 控制制度。

內部控制制度有助於確保公司資產的保護、其流程的效率及效益、提供予其管治機構及市場的資訊的可靠性以及對法律法規及公司章程與內部程序的遵守。

參與內部控制及風險管理的機構乃董事會、審核委員會、監督機構及法定核數師委員會以及所有管理人員，其主要工作是執行所有必要的流程及程序來實現公司的目標，以通過適當控制制度來減少組織風險。

此外，內部審核部門與上述機構密切合作，除一般的保證活動外，目前亦在風險管理活動方面協助董事會及內部審核委員會。此外，工業合規委員會就實施影響原材料及成品進出口的法律及法規制訂指引，同時在工業合規方面向製造部門提供各種形式的協助。

風險評估包括確定及分析可能使業務目標難以達到的因素，並藉著確定如何避免、接受、降低或分擔這些風險的過程而完成。經濟、監管及經營環境不斷變化的事實，使之有需要建立有助確定及應對這些變化帶來的具體風險的機制。

對於 Prada 集團，風險可分為以下幾類：

1. 與國際奢侈品市場或整體經濟狀況、知識產權保護、形象及品牌知名度以及預測潮流及應對消費者不斷轉變的品味的能力有關的風險；
2. Prada 集團特有的與要員重要性、策略實施、外判、法律及監管合規以及數據及資料處理有關的風險；
3. Prada 集團特有的與匯率波動、利率波動、信貸風險及流動資金風險有關的財務風險因素。

其他資料載於二零一六年年報的財務回顧及企業管治章節。

除二零一六年年報呈列的資料外，尤其是有關稅務審核及爭議的附註 26 (「風險及費用撥備」)，Prada 集團於年內並無遭受大額罰款或非金錢處罰。

2. 追求卓越



2.1 知識

Prada印證了品質上乘，工藝技術超凡可在創造力與規範、傳統和技術進步、工藝與工業生產之間創造永續性和平衡。

所有的產品製造工序仍保留了注重產品每一個細節的質量的手工藝精神，在一個由18個專利廠房組成的工業團體內進行(意大利15個²，英國1個、法國1個及羅馬尼亞1個)，以及經嚴格挑選和監控的外部供應商網絡。

設計、產品開發、直接生產與外判生產共存，讓Prada能夠對品牌的工藝技術、整個製作工程中的品質標準以及生產活動規劃進行嚴密監控。

絕大多數原型及樣版以及一部分製成品都是本集團本身的設施生產製造。

2.1.1 原材料的採購及使用

原材料的質量是Prada產品的基礎所在，亦是本集團優先考慮的事項。這正是本集團的服飾、鞋履及皮具用品生產部門直接挑選其供應商、直至製成品完成為止一直協調和監督製造過程的原因。從一開始，這種方法便是Prada工業策略的一個決定性要素，並確保全面控制價值鏈中的關鍵環節。

製造過程中使用的主要原材料是皮革、布料及紗線。百分之百的皮革都附有原產地證書、為其質量和符合標準提供保證的數據表，以及關於本集團限用物質清單(簡稱RSL)上規定的參數的檢定。

本集團嚴格遵守有關原材料採購、進口、使用和出口的地區及國際規例，例如《瀕危野生動植物物種國際貿易公約》(簡稱CITES)。

對於Prada而言，可持續原材料管理等同於採用旨在消除浪費並從而將皮革及布料消耗量減至最低的方法，實現資源利用優化。近年實現的工業發展投資促使不同生產階段能夠內

²15處工業場所不包括統籌及配合生產的3處設施。

部化，目的是保持最高水平的出眾質量，同時改善對原材料消耗的控制(進一步詳情請參閱第5章)。

Prada在製造過程中使用的材料可細分為主要材料，如皮革、布料及紗線，以及輔助材料，如鞋底、鞋跟、拉鏈、鈕扣、紗線及絲帶。利用上述材料製作成皮具用品、服飾及鞋履的過程中，亦需要使用由第三方提供的半成品，包括搭扣、夾扣、帶子及品牌名稱飾牌等等。

以下列出二零一四年至二零一六年期間與材料相關的最為相關資料，各項材料按其典型計量單位列示。

原材料	單位	數目		
		二零一四年	二零一五年	二零一六年
皮革	呎	56,218,606	36,245,611	20,319,996
布料	米	3,866,650	2,862,145	2,427,903
紗線	公斤	98,059	90,984	91,995
鞋底	對	1,104,471	940,641	941,903

本年度採取減少製成品庫存量的策量導致原材料消耗量下降，尤其是皮具用品生產的原材料。總體而言，上述原材料的採購佔二零一六年所有原材料及半成品採購的經濟價值約60%。

2.1.2 製造過程中與社區的聯繫

Prada集團在國際市場上的驕人成就深深紮根於意大利，亦有賴於其供應鏈。二零一六年，本集團向大約500家供應商³購買材料，其中約81%位於意大利，另外10%位於其他歐盟國家，餘下9%位於其他非歐盟國家。在許多情況下，這些材料均是由已建立長久合作關係的合作夥伴按依照嚴格的技術及設計規格，特意为Prada製造的材料，其中57%已經與本集團合作10年以上，另外有19%已經與本集團合作5至10年。

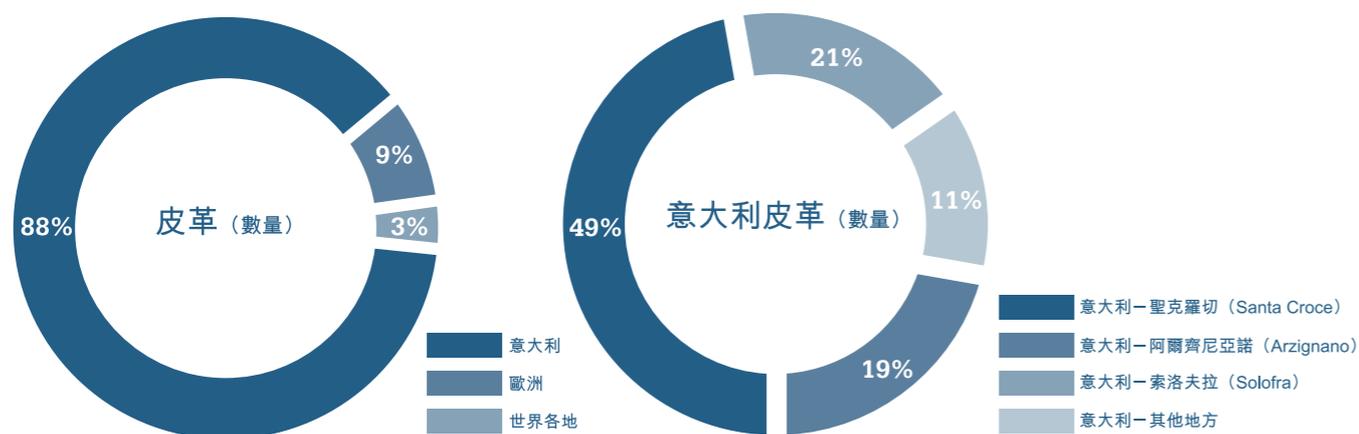
鞋履及服飾用皮革的採購數據證明了有關原材料來源集中的說法。

³ 為了進行分析，已將二零一六年採購額3萬歐元以上的原材料供應商列入考慮因素之列。總體而言，這些供應商佔本集團原材料採購總額的98%以上。





以數量計，於二零一六年，88%的皮革來自以品質和悠久傳統聞名的意大利皮革廠。另外9%來自歐洲供應商，其餘3%來自歐洲以外地區的供應商。



位於聖克羅切(托斯卡納)及阿爾齊尼亞諾(威尼托)的產業集群分別佔Prada集團在意大利採購的所有皮革的49%及19%。這些地方是專門出產皮革的地區，成為世界各地設定優質皮革生產標準的參考指標。特別是聖克羅切是一處組織完善的產業集群，聚集了以精湛

凡工藝見稱的傳統中小型皮革公司，由於鞣製過程(尤其是在水消耗量及排放方面)對環保造成嚴重影響，該處的其共同價值觀包括環境可持續性在內。

在生產工序外判方面，Prada集團因堅持傳承意大利傳統經典手工藝經驗而與眾不同。二零一六年，本集團與大約400家供應商⁴合作，由上述的500名原材料供應商聯合起來。79%的製造供應商為意大利供應商、10%為來自歐盟國家的供應商，餘下10%為來自其他非歐盟國家的供應商。在這些供應商中，38%的供應商已經與本集團合作10年以上，另有25%供應商已經與本集團合作5至10年。本集團與供應商每天一起工作，務求不斷改進和學習，兩者之間的長久合作關係建立在相互信任的基礎上。

2.1.3 本集團的合格供應商名單程序

於二零一六年，本集團開始更新「本集團的合格供應商名單」程序，重新界定評估道德、技術及經濟可靠性所需的責任及行為規範。此外，採購政策亦制定了對開展及繼續維持供應關係的進一步監控，原因是通過額外檢查及責任承擔假設可減低違規情況的風險。

專門針對道德事項、供應商資質的認定和續領而進行的工作是以收集文件、證明及自我聲明書為基礎，以確保遵守有關酬金、社會保障、稅項、健康和 safety、環境、隱私及管治模式的法律。最後，與Prada合作的基本先決條件是訂閱道德守則。

此項資料會定期更新並進行系統性檢查，以確保真實性及一致性。有關監控透過採購架構或業務範疇操作，集中於不同主題，是以抽樣為基礎或在遇到問題時進行。在並無遵守勞工、工作場所安全及社會保障繳費法律的自我聲明書的情況下，該程序可能包括進一步查詢。這種類型的監控加上工業部門到訪供應商(對於最重要的供應商幾乎每天到訪)，除了可確保遵守技術及商業協議外，亦會令到工作環境更加舒適。

如違規情況可予糾正，供應商可能需暫時停工，而對於涉及道德、技術及經濟要求等方面的較嚴重違規情況，可能會被即時解除合約。

⁴ 為了進行分析，已將二零一六年採購額3萬歐元以上的製造供應商列入考慮因素之列。總體而言，這些供應商佔本集團半成品採購總額的99%以上。

2.1.4 產品責任

產品質量與客戶的健康和安全是Prada集團製造流程的核心關鍵。產品必須達到統一質量標準，並符合Prada集團在當地進行銷售的70多個國家的所有現行規例。

為實現這些目標，本集團聘用了大約290名技術人員，每名技術人員具有至少十年經驗，在由採購到最後工作的整個生產過程中所使用的每一種材料進行嚴格質量監控。技術人員會定期到訪原材料供應商及分包商的製造場所，以評估其生產進度、其貨品質量及整體工作場所環境。

二零一零年，本集團成立了一個委員會，在遵守法律相關事宜方面為製造部門提供協助。委員會由工業領域的管理職級人員組成，就遵守關於原材料成份本質及原產地證明、製造品設計創造，以及消費者整體健康與安全等事宜的國家及國際法例的各方面制定指引。

在這些監控及指導活動的背景下，自二零一四年以來，Prada集團已編製了一份限用物質清單(簡稱RSL)，乃為限制其產品中不得使用的化學品類別而設的程序。二零一六年，Prada採取額外步驟，使其RSL中列明的限制與意大利國家時裝商會(Camera Nazionale della Moda Italiana)(簡稱「CNMI」)認可的「服裝、皮革製品、鞋履及配件生態毒理學要求指引」(Guidelines on ecotoxicological requirements for clothing, leather goods, footwear and accessories)中概述的更嚴格和更積極方法一致。

這些限制屬於國際慣例中最有道德的規範，旨在確保定出比最嚴格國家及國際法律規定的化學品安全標準更高的安全標準。Prada的大約1,000家原材料、包裝材料及製造服務供應商代表Prada的生產鏈，均已收到本集團的RSL，而截至二零一七年一月三十一日為止已正式接受並簽署有關程序的供應商數目佔採購額(按數量計)的72%。Prada集團打算通過旨在鼓勵其他供應商簽署文件的延伸活動來增提高這百分比。擴大RSL的覆蓋範圍對於提高本集團生產週期的可持續性至關重要，正如Prada對CNMI化學品計劃作出的持續承諾，據此Prada已開始深入研究在製造過程及其他事項上採用有關指引。

為確保遵循RSL，除了要求每名供應商進行認證及測試外，Prada集團亦會通過認可實驗室對所有採購材料進行抽查，從而對這些標準進行內部驗證。



於二零一六年，在中國出現兩宗(二零一五年：三宗)所出售產品不符合健康及安全規定的違規個案，導致被罰款總共約7,000歐元。

另外，在中國亦出現兩宗不符合信息及／或標籤規定的違規個案，導致被罰款約3,500歐元。



2.1.5 創意及卓越產品質素

「對於Prada來說，時尚、奢華及風格一直是廣闊項目的核心，而非純粹大量生產衣服、鞋履及手袋產品。

對世界、社會及文化的細心觀察和興趣是Prada創造力和時代氣息的核心，令Prada突破時裝店和展示廳的實際限制，帶領我們與多元且看似遙遠的世界互動，同時很自然地為創造時尚引入一道新的方式。」Miuccia Prada與Patrizio Bertelli一同表示。

秉持著對品牌百年曆史的尊重，追求質量出眾和創新，以及精湛工藝恆久留存的寶貴價值，是Prada集團價值鏈，以及隨著時間推移令家族企業搖身一變成為世界領先的奢華品牌之一的成就的基礎所在：從設計革新意念、製造、經銷及溝通等方面得以印證。Prada是及將永遠是一個充滿無限探索和實驗的世界。

以舉世公認為時裝業界先驅的Miuccia Prada的風格靈感引領品牌向前發展，設計師及工匠團隊不但令本集團的價值觀和品牌特徵存續，而且不斷地以不拋棄其獨特理念的方式以現代角度將其重新演繹。

以下是最新系列中最具代表性的產品，印證了產品設計靈感源自超越簡單美學目的的價值觀的精神。



PRADA ESPLANADE

Esplanade 系列手袋是由經典 Galleria 系列順理成章演變而成，部分外觀沿用 Galleria 系列的設計並加以進化。經典設計採用拉鏈緊固設計、雙手挽及肩帶，引人注目的是在扇形部分上的皮革拼色，產品特色在於兩種質材並列，並提供四種尺寸及多種顏色和配搭。

PRADA CAHIER

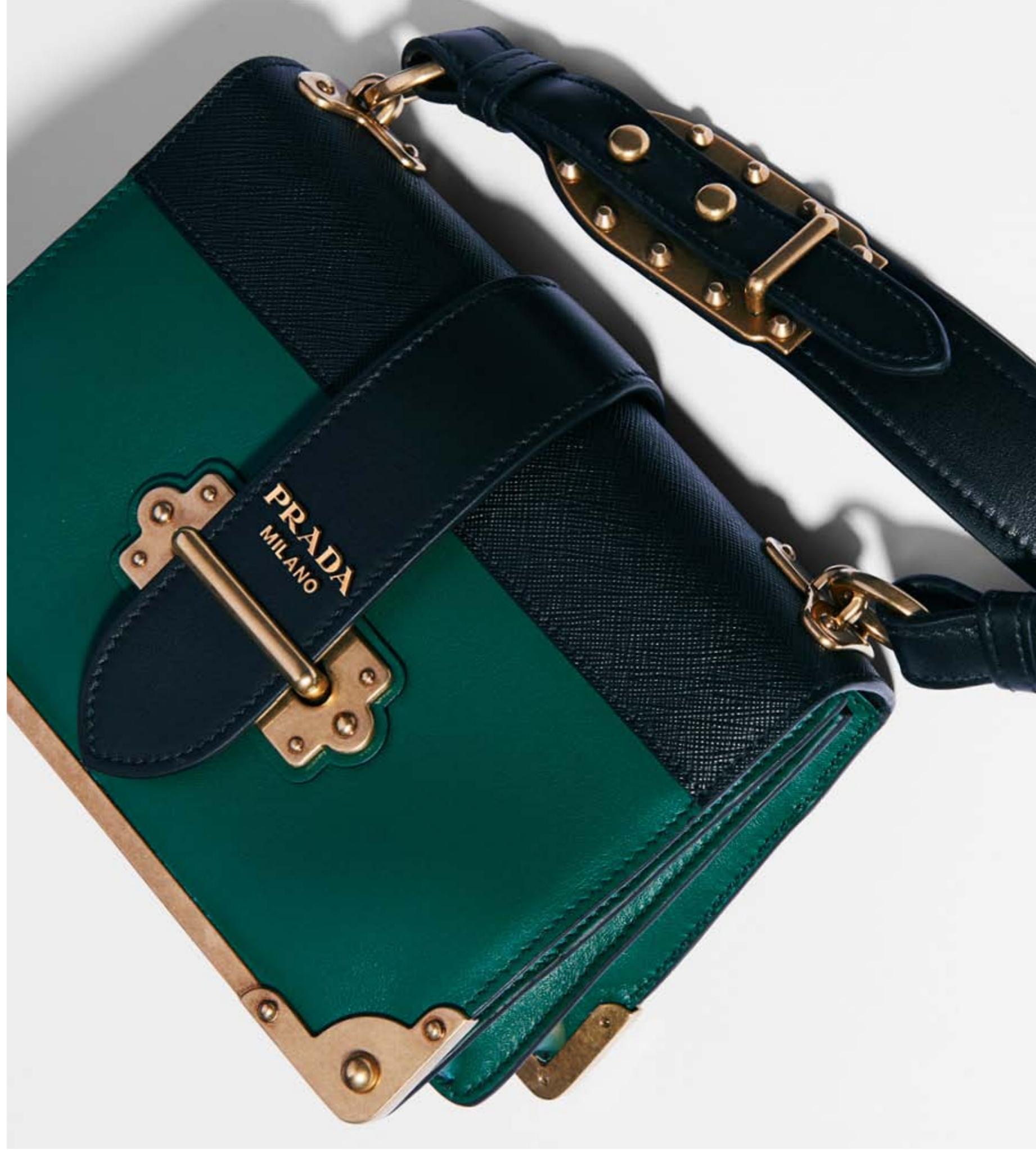
Cahier 系列手袋是記事本的象徵，展露古代巨著的細節。青銅金屬元素讓人聯想起古舊書籍的保護角，而使用「Saffiano」皮革和皮瓣的頂部則讓人憶起及喚起硬身書面及書脊部份。

PRADA BIBLIOTHÈQUE

手袋兩側的風琴褶狀設計令人聯想起圖書館書架上並排的書籍，這款 Prada 托特包有兩種尺寸，雙手挽及可拆調式肩帶設計，異材質混搭始終與最柔軟的皮革匹配，達到完美折疊效果。

PRADA CORSAIRE

系列名字喚起對動感和冒險的記憶，手袋形狀讓人聯想起旅行袋和馬鞍袋。這款運動型實用手袋的設計元素取得平衡，配上鍍金索環和搭扣，非常適合充滿活力、好動、散發優雅氣質的女性使用。







MIULADY

選用了Miu Miu的某些標誌性皮革，其經典翻蓋上的黃銅鎖釦鑲嵌了以色彩鮮豔寶石人手製成的珠寶飾品。

MIU MIU 芭蕾舞鞋

新款芭蕾舞鞋以有絨面革、梭織Madras皮革、牛仔布、層壓紋牛皮、豹紋印花及格子印花作為鞋面。Miu Miu 芭蕾舞鞋配有綁帶、金屬五金扣件及腳踝絲帶，並展現出意想不到的質材配搭。

MIU MIU 涼鞋

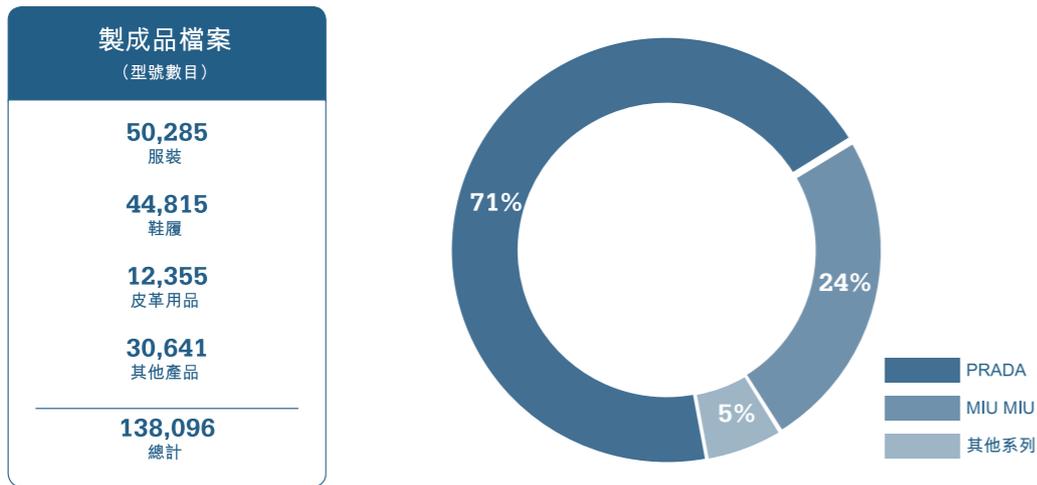
Miu Miu 涼鞋採用柔軟的環保剪裁羊皮，採用柔和的粉彩色調，並以珍珠刺繡、施華洛世奇水晶及品牌獨特設計的釘飾作點綴。

上海 CHURCH'S

二零零九年，在Church's位於英國北安普頓的工廠內發現了一九二九年風格的原始模型，為男士鞋履作出重新定義。然後，品牌將這款創新鞋款重新塑造，突顯出現代品味。以手工刻意造出「陳舊」效果，重現典型的橡膠鞋底，歷時一年多的時間才能完成。

製成品歷史檔案

製成品的歷史檔案是Prada一直推廣在創造性與創新之間取得平衡的最佳表達方法之一，代表著本集團的真正策略性資產，亦是其品牌歷史及意大利時裝跨越世紀的輝煌成就的有力證據。時尚部門千變萬化，一直帶來源源不絕的設計靈感，檔案重新整理展現了Prada在時尚和文化領域中既複雜而又往往密的思考和實驗。該檔案位於托斯卡納與米蘭兩地的5個倉庫內，會隨著品牌推出新系列產品不斷更新，於本報告日期，包含了截至報告日期為止的138,000款產品。檔案內容概述如下。



布料歷史檔案

專為布料而設的檔案位於托斯卡納的一個倉庫內，是Prada集團的另一獨特工藝技術優勢。該檔案由總共23,130個原始布料樣本組成，涵蓋了5,000多種不同設計，面積超過300立方米：既獨特又獨家的印花、蕾絲花邊、裝飾編結等及其他。

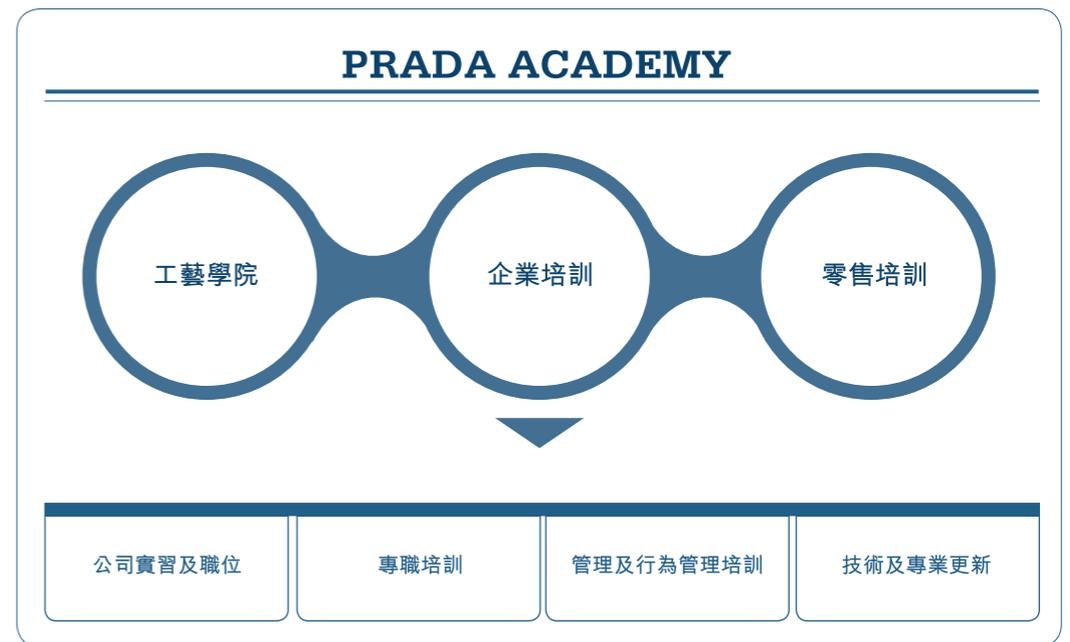
所有Prada及Miu Miu布料均以1.5米長捲筒歸檔，依據每款布料的顏色各異，並會列明與製造商及技術特徵相關的所有資料進行分門別類。隨著不斷將新系列採用的布料整合到檔案中，檔案內的布料總量不斷增加，已為布料拍攝照片並加插入電腦系統內，以加快研究及視覺化的速度。





PRADA ACADEMY

Prada Academy的宗旨是為了與現職員工分享，並向日後新入職的員工傳遞以將創造性和創新與方法和規範相結合為根基的企業文化。Prada Academy是一個培訓中心，成立的目的是為了針對Prada的三大領域(即工藝、企業及零售)提供多樣化的內容及教學方法。



工藝學院於二零一六年所規劃的頭三個課程分別為鞋履、皮革用品及服裝設計而設，並於二零一七年春季開課。為了保護Prada獨特的知識和工藝遺產及使其得以流傳，課程將會招收35至40名年齡介乎18到24歲，有志成為皮革裁剪人員、鞋匠、縫紉工及裁縫師的年青人入讀。課程包括理論(原材料、製造工序及技巧、業務流程，以及科技、電腦和英語等基本技能)和實地實習培訓，包括到訪原材料供應商。

工藝學院即將開辦的首個課程是為未來的皮革裁剪人員而設的課程，修讀需時七星期以上。其後開辦的是鞋履課程，修讀需時十二個星期，為學員提供切割、縫紉，裝配(鞋履生產線)及最後修整。最後，裁縫課程將教授切割及裁剪技巧。由於Prada不僅要保存和傳授工作技能，同時還要保護工藝和企業文化，所有的導師均來自Prada集團的生產車間和製造工場。

2.1.6 傳統縫製技藝保存和技能發展

傳統縫製技藝的保存及提升對Prada集團來說極為重要，Prada集團以傳承技能，代代相傳為榮。

早於九十年代，本集團便開始將所有工業及手工工藝程序編寫成手冊及將程序書面化，以便可供集團內部存取。至時至今日，仍然不斷將相關細節加入這些記錄中，從而確保工藝技術的傳承及一致性，並為企業活動提供靈感。

在內部培訓方面，過去三年來，Prada Academy已編製零售培訓項目，課程旨在加強店舖管理技巧，幫助指導及服務本集團的國際化顧客。二零一六年，零售人員亦因在客戶關係方面作出數碼技術投資而獲益，能夠對個性化產品、新產品系列以至主要市場指標等方面作出快速而簡單的更新。同時，公司員工修讀了內容廣泛的行為與人際關係技能課程，旨在有效地處理商業環境的複雜情況。

除了傳統的課堂教學，Prada集團正在就長期持續學習開發簡易便捷的數碼工具。這些數碼工具包括網上平台Learning Management System（學習管理系統），所有Prada集團僱員均可利用平台管理課程、諮詢課程資料，以及存取各類有關本集團製造和業務流程的內容。

為發展技能、拓闊知識層面以及從而增加僱員作為專業人員的價值，於二零一六年，已為5,899名參與者提供了44,734個培訓時數⁵的培訓課程。以下是按性別劃分的培訓時間的概要。

全球各地的培訓	總計	女性	男性
參與者人數	5,899	3,421	2,478
培訓時數數目	44,734	25,946	18,788
年內每名僱員平均培訓時數	3.60	3.30	3.90
僱員人數	12,579	7,799	4,780

與二零一五年的數據進行比較，二零一六年所錄得的培訓時數增加了5.6%。

二零一六年，培訓計劃中提出了兩項重要提案：第一項涉及意大利企業和製造業部門的新員工，第二項涉及已經在意大利為本集團工作，但礙於其身份而錯過分享每個新產品背後的創造及製作流程的機會的員工。

新員工課程預計為三個「入職輔導日」，部分時間為課堂講學及部分時間在本集團的生產設施現場進行講解，目標是通過了解公司理念和組織架構來幫助新僱員融入公司。有關引領Prada集團籌劃在企業社會責任方面的工作的價值觀，請參閱載有有關內容的特定章節。

本集團為在意大利工作的現職員工提供的課程為時兩天，通過展示用於製作服裝、鞋履及皮革用品的複雜工藝以及每種產品背後的精湛工藝，使他們更深入地了解Prada的業務。

年內有39名僱員參加了入職課程及有44名僱員參加了認識您的公司(Know your Company)課程。兩個課程的內容都在不斷演變及改進，有可能擴展到為其他國家的僱員提供有關課程。

⁵ 培訓時數不包括健康和安全教育。



2.2 客戶體驗

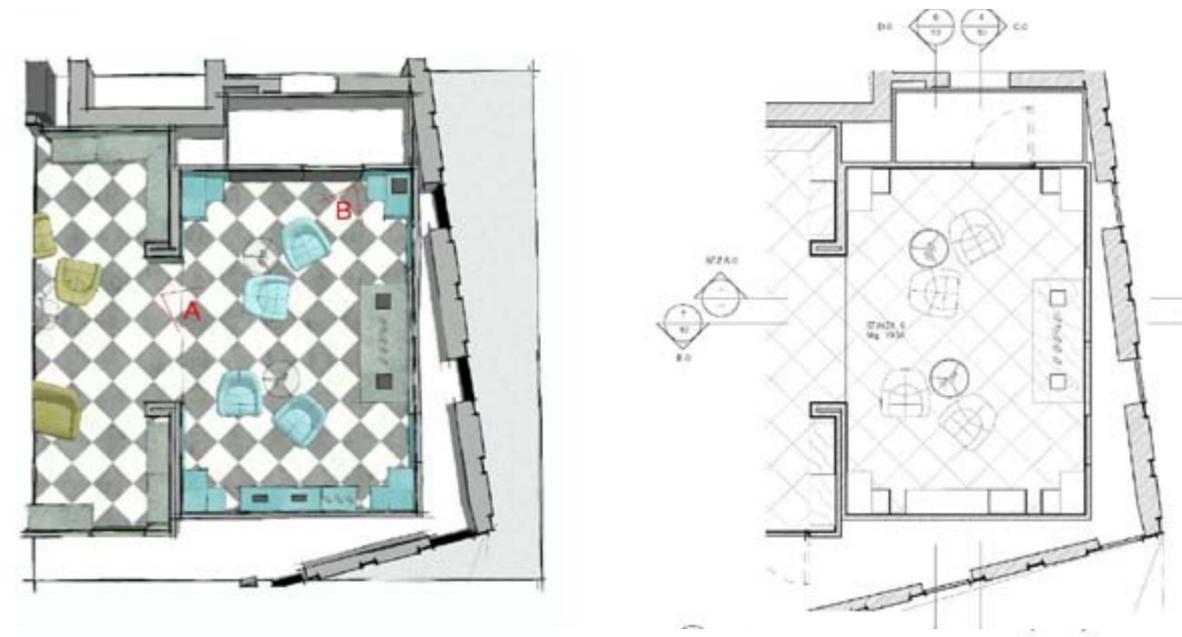
通過有針對性的溝通令產品價值得以提升，這對建立及傳承強大、一致的品牌形象極為重要。從時裝表演到廣告宣傳活動，Prada及Prada集團旗下所有品牌不斷創造出一個具吸引力且時尚的形象，深受高端國際客戶及最具影響力的評論家及觀察員讚賞。最終，Prada與客戶建立了獨特的個人關係，這些客戶明白奢華產品的元素有助他們確立自己的形象和身份。

2.2.1 零售網絡

Prada集團擁有620家直接營運店舖，在根據其增長策略選擇的獨家地點開設。Prada集團綜合銷售淨額84%來自該渠道。

Prada的店舖不只是簡單的銷售點，亦是作為品牌「推廣大使」、其品牌認同及展示最新系列的重要傳播工具。所有店舖由細心挑選並且會參與定期培訓活動的人員經營，Prada開設店舖的目的不單止是為了為客戶提供最佳購物體驗及對產品系列的風格主題提出深刻見解，同時亦傳達產品所代表的價值觀、文化及文化傳承遺產。銷售人員提供有關產品及保養需知以及維修服務的清晰信息，從而通過確保其質量和耐久性，強化Prada商品的價值。

每家店舖均是根據內容非常詳細的內部政策設計、建造及管理，突顯出分銷和傳播的創新理念，確保



每個品牌的獨特定位。每家店鋪的室內設計以及其家具和配件的佈局由工程部門與國際性建築公司緊密合作打造。商店櫥窗和產品展示是由Prada內部的零售時尚商品展示設計團隊設計與創造，因此產品總是以有效、時尚且一致的方式呈現在產品系列及相應的廣告宣傳活動背後的願景。

自二零一六年以來，Prada集團已開始實施一個名為建築資訊模型(Building Information Modeling)(簡稱BIM)，可起協同作用的綜合設計程序。採用這程序可通過避免或減少材料和成本方面的可能浪費，從而實現對高水平可持續性的追求。

BIM不是一款產品或軟件，而是一個「建築資訊儲存裝置」。BIM從滿足程序與可持續性整合的期望為出發點而設計，實際上是一種「協同」設計方法，將建築、結構、廠房、能源或管理計劃等方面的有用資訊收集起來，存放在一個工具中。

BIM項目亦提供了虛擬處理建築物生命週期的可能性，以便更容易地監察已使用的材料，並以最佳方式擬定進維修計劃。

到目前為止，這項技術被視為是建築過程和設施管理範疇一項卓越和重要的創新。

二零一六年，為使Prada及Miu Miu店鋪符合品牌新美學指引，本集團就有關店鋪推出重塑計劃。

Prada在店鋪翻新或重新開幕後開展現了新形象，例如本集團其中兩家具代表性的旗艦店－PRADA上海恒隆廣場店及PRADA香港廣東道店。店鋪的設計、所選用的材料及複雜細節代表著Prada的新形象，反映出Prada對美學和奢華的長期承諾。店鋪的高度獨特氣氛強調了本集團對奢侈品消費者追求精緻的品味的重視，特別是在中國市場。

至於 Miu Miu，自二零零六年以來，對於「極微貴族氣派」(Minimal-Aristocratic)主題的重新演繹已為店舖概念進行重新定義，於二零一六年，在所選用顏色、燈光照明及室內佈局等方面徹底改變了其店舖外觀。部分最早期開幕的店舖將轉換新形象，當中包括位於米蘭聖安德烈街、香港廣東道及倫敦新邦德街的店舖。

二零一六年，Marchesi 1824在米蘭市中心開設了第三家糕點店，位於地標性建築物埃馬努埃萊二世拱廊內，該處為米蘭市的象徵性地標。新店令原有位置的氣氛和魅力所在出現變化，顧客可從華麗的用餐環境往外看，欣賞拱廊內的非凡壁畫和地板。

本集團的零售開發歷史包括與一些世界上最具影響力的建築公司建立合作關係。二零一五年，世界知名的普利茲克建築獎得主赫爾佐格和德梅隆(Herzog & de Meuron)與本集團合作建設位於東京青山區的 Miu Miu 旗艦店，該旗艦店是品牌日本業務的核心所在。早於幾年前，由二零零零年至二零零四年，赫爾佐格和德梅隆(Herzog & de Meuron)與另一名普利茲克建築獎得主雷姆·庫哈斯(Rem Koolhaas)攜手合作建設 Prada 位於紐約、洛杉磯及東京的「超級旗艦店」概念店。「超級旗艦店」仍然是本集團零售策略的核心，反映出對重溫購物理念的深入認識，啟發了開設奢華品、技術、設計及建築完美結合，可提供廣泛的專門服務及感官及視聽體驗的獨特店舖。「超級旗艦店」偶爾會舉辦電影放映會、展覽會、辯論會和其他文化活動。

近年，Prada集團重新定義其數碼傳訊策略。本集團品牌可在網上出售的產品不斷增加，令傳統零售方式為顧客提供更多選擇。在不久將來，電子商務將擴展至更多的產品、國家和品牌，而 Prada 及 Miu Miu 的零售網站將會進行革新。同時，會在數碼內容創建與發佈方面作出更多投資，以緊貼消費者行為及技術平台的不斷演變。通過這策略，社交媒體渠道已成為與客戶和品牌支持者互動的重要途徑。

有關社交媒體網絡的資料

(二零一七年一月三十一日)





3. 工作場所道德



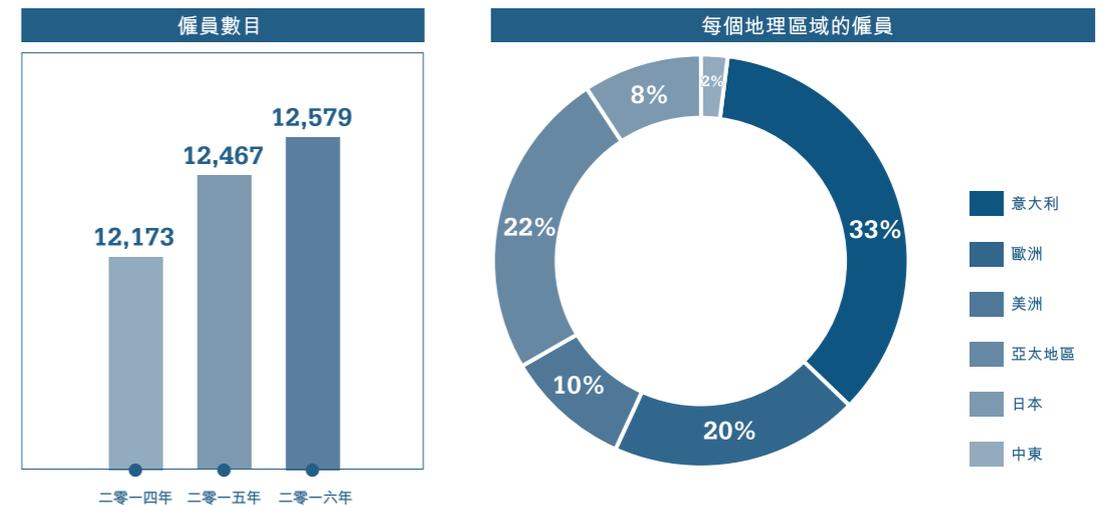
Prada集團的業務方式基於促進多樣性、保障就業以及關愛及尊重員工。Prada始終將人力資本視為其競爭優勢的關鍵並作出一切努力促進及獎賞生產力、專業技能、團隊合作，同時注重成果。僱員的熱情、技藝以及求知慾是支持本集團產品的創新及質量的要素。隨著時間的推移，本集團的目標是建立及加強人際關係由共鳴及相互理解促進的開放式工作環境，包括通過特別設計的溝通渠道。

為了增強對Prada集團的歸屬感，本集團於二零一六年初引進公司時事通訊系統。該舉措

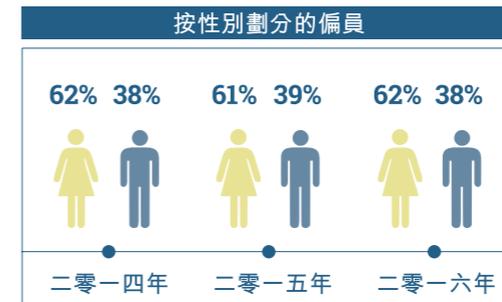
針對所有員工並以四種語言(意大利文、英文、中文及日文)同時草擬，提供關於本集團進行的活動最新資料，亦提供關於奢侈品行業的精選新聞。年內，共發出21篇時事通訊。

3.1 工作人員

截至二零一七年一月三十一日，本集團有12,579名僱員，其中38%在意大利工作。較去年略增(+0.9%)，主要是由於本集團加強工業領域組織的策略。



在意大利之外，工作人員最多的部分為亞太地區(22%)，其次為歐洲其他地區(20%)



在本集團18個生產設施中的15個所在地意大利，大部分僱員(66%)在工業部門工作，而在620個直營店中的567個所在的其他國家，88%的僱員在零售業工作。

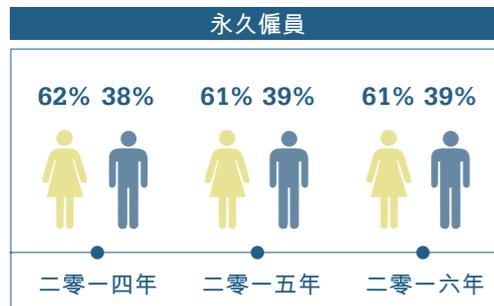
按年齡範圍劃分的僱員

	< 30	30-50	> 50
二零一四年	36%	54%	10%
二零一五年	33%	56%	11%
二零一六年	25%	56%	19%

按年齡劃分的工作人員明細顯示，於二零一六年，Prada的25%僱員未滿30歲，56%的年齡為30至50歲。進一步的分析報告顯示34%的零售工作人員年齡未滿30歲，在至少十年生產及工藝經驗尤為重要的工業部門，59%的工作人員年齡在30至50歲之間。

年份	勞工						員工						行政人員及經理					
	女性			男性			女性			男性			女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零一四年	0.3%	5.2%	5.3%	1.1%	4.3%	3.0%	13.2%	23.8%	6.8%	7.3%	12.2%	4.1%	0.3%	6.0%	1.0%	0.3%	4.6%	1.2%
二零一五年	0.4%	5.6%	5.7%	1.2%	4.4%	3.2%	11.7%	23.8%	7.1%	6.6%	12.8%	4.3%	0.2%	5.9%	1.1%	0.2%	4.5%	1.3%
二零一六年	0.9%	5.8%	4.5%	1.8%	4.5%	2.5%	13.8%	23.4%	6.3%	7.9%	12.6%	3.5%	0.2%	5.5%	1.0%	0.2%	4.3%	1.2%

於二零一六年，按年齡及性別劃分的僱員明細保持相當穩定，30至50歲組別的女性較多，主要為「員工」及「行政人員及經理」。在該等組別中，女性分別佔總工作人員的23.4%（男性為12.6%）及5.5%（男性為4.3%）。



在合約類型方面，88%的國際僱員為永久僱用，證明本集團致力於在人力資源方面保持穩定並進行長期投資。

大部分固定年期合約涉及零售領域中較年輕（30歲以下）的員工。63%的合約為女性訂立。

98%的僱員全職工作。於二零一六年，全職與兼職合約之間在福利上並無差異。

3.2 僱員關係

為招募及吸引人才，本集團與開辦側重營銷及零售研究生課程的大學及實體合作。Prada亦向新畢業生提供實習機會，以使其能夠獲取經驗及展現技能，且此後有機會在商界工作。

選拔過程包括根據所提供職位以及求職者經驗所採取的各種評估方法，乃基於透明的內部政策並確保機會均等。

新的大學或高中畢業生以及擁有最多三年經驗的求職者會通過個別及集體考試篩選，擁有豐富經驗的求職者則通過個別程序進行篩選。

Prada集團的薪酬及挽留政策乃為獎賞及挽留高度專業的員工及技術熟練的經理而制訂，深信價值乃通過持續的組織學習以及增加經驗及提升技術水平於中長期創造。

該政策具有固定及可變、直接及遞延部分的均衡組合，為職位及專業資格量身訂製且符合多個地理區域的需求。

薪酬制度由人力資源管理部採用中央及外圍員工的持續比較並由對國際市場進行薪金調查並專門從事時尚及奢侈品行業的外部公司制訂。

本集團的薪酬政策基於以下各項：

- 計及與公司職位及內部薪酬公允性有關的整體市場競爭力的定期薪金檢討；
- 將薪酬與本公司盈利及個人表現掛鈎的年度獎勵計劃；
- 與三年溢利增長掛鈎的長期獎勵計劃（為關鍵管理人員制訂），使個人目標與股東的目標保持一致；
- 為銷售團隊制訂的特定獎勵計劃；同樣，向技術專業人員發放與開發季節系列有關的花紅；
- 每個國家的特定福利計劃，全部或部分補充強制權利（醫療、保險等）及福利，包括社會服務及家庭援助（公共交通、汽車、學校補貼、生活津貼等）。

Prada集團與工會合作改善其僱員的工作環境並促進其僱員和周邊社區的中期／長期福祉。多年來，本集團尤其已在意大利、英國及法國（本集團在這些國家提供優於當地集體談判協議所規定的福利）簽訂許多補充協議。例如，意大利的82%僱員以及法國的100%僱員可受益於補充協議。在英國，工業部門的僱員受益於補充協議。



本年度該等協議最重要的裨益如下：

- 表現花紅：與生產、銷售及溢利目標掛鈎的可變花紅；
- 假期花紅：與集體談判協議中界定的一個月薪酬相等的固定金額；
- 可輕鬆獲取遣散費預付款；
- 讓僱員能夠達致更具生產力的工作與生活平衡的彈性工作時間；
- 附加醫療基金：可選擇以特別費率添加直系親屬的附加醫療保險；
- 在法國因僱員子女(12歲或以下)生病而缺勤的特別假期；
- 法規、就業保障以及在法國店舖周日加班費方面的更佳條件。

由於本集團對意大利工會(二零一六年本集團29%的僱員為其成員)的尊重、與其對話及合作，年內並無發生工人罷工(二零一五年亦無發生工人罷工)。

經考慮獲分派的職務及責任，並考慮在規模及複雜性與Prada集團相若的企業中適用於類似職位的市場報酬，董事會連同薪酬委員會積極參與決定最高管理層薪酬。

3.3 多元化及平等機會

Prada集團廣泛的全球據點反映多種不同的文化、技能、國籍及宗教。其經營的社區及地區不斷貢獻靈感及增長動力。

本集團堅定相信作為業務靈感以及一種文化豐厚、福祉、創意、創新及進步形式的多元化價值觀，這令其能夠與多元化的全球客戶建立密切關係。

關於僱員原籍的統計數據是工作人員多種背景的證明。實際上，101個不同國籍的人士(二零一五年為109個)為本集團工作。

較多的女性人數從每個工作類別的男性與女性比例可以獲得反映：女性不僅佔勞工(56%)及員工(64%)的大多數；彼等亦佔行政人員及經理的最大部分(54%)。

年份	勞工		員工		行政人員及經理	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零一四年	53%	47%	65%	35%	55%	45%
二零一五年	54%	46%	64%	36%	54%	46%
二零一六年	56%	44%	64%	36%	54%	46%

另一顯著特點為所有部門以女性居多。

年份	工業		公司		零售	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零一四年	57%	43%	55%	45%	55%	45%
二零一五年	65%	35%	64%	36%	64%	36%
二零一六年	59%	41%	54%	46%	64%	36%

甚至在地區層面上：女性佔本集團所有經營地區的員工數目一半以上，日本及亞太地區最多，女性分別佔僱員的74%及67%。

按性別及地理區域劃分的僱員											
意大利		美洲		歐洲		亞太地區		日本		中東	
女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性
58%	42%	55%	45%	60%	40%	67%	33%	74%	26%	50%	50%

在提升技能及價值基礎上，平等機會反映在薪酬及福利制度中，確保不同性別、年資及職位的員工能夠獲得平等對待。

有關男性與女性平均工資的性別薪酬差距呈列於下文。與按資歷劃分的女性比例數據一致，Prada集團的薪酬待遇顯然大致平等，所有資歷類型的比率幾乎總是等於100%。

薪酬差距(以中位數為100%)						
年份	勞工		員工		行政人員及經理	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零一四年	99%	102%	99%	100%	100%	103%
二零一五年	101%	98%	102%	106%	102%	98%
二零一六年	102%	95%	101%	97%	100%	97%

3.4 貫穿整個供應鏈的工人安全

人身保護對本集團至關重要：內部政策符合最高標準及全面遵守地方及國際法規，保障所有公司場所的僱員健康及安全。

在大部分場所(辦公室、倉庫及時裝店)，與本集團營運有關的風險有限。在健康及安全方面，生產設施的風險最大，但仍處於較低程度。

年份	受傷率	嚴重性
	(意外數目/工作時數)*1,000,000	(意外損失日數/工作時數)*1,000
二零一四年	12.96	0.27
二零一五年	11.08	0.19
二零一六年	11.02	0.21

於三年期間，意大利公司的受傷指標穩步下降，受傷率下降15%(由二零一四年的12.96下降至二零一六年的11.02)，而嚴重性(gravity rate)則下降22%(由二零一四年的0.27下降至二零一六年的0.21)。由於實施培訓及最新安全措施(特別是在工業區)，二零一六年受傷率維持在非常低的水平。在意大利發生80宗事故，其中70%牽涉女性。51%發生於往返公司途中及49%發生於本公司(46%由於絆倒/滑倒所致)。在意大利並無職業病案例。

為宣傳及提升普遍安全意識及由於對該事項的立法沿革，本公司亦利用專門IT平台的簡便使用在線安全課程。於二零一六年，意大利有超過1,020名人員接受培訓。

在本集團內部並無設立委員會負責制訂及監察職業健康及安全計劃，而Prada所在各國按當地法例規定的職位及內部組織架構確實存在。

此外，生產設施的安全性為目標項目的重點。在二零一二年意大利艾米利亞羅馬涅區發生一次慘烈的地震後，Prada集團委聘一支專業人士團隊評估其於意大利的所有自有生產設施是否容易遭受地震破壞。其後，對地震法律生效前建造的所有構造物，按照超過樓宇守則所規定標準的安全標準進行自願升級改造。對於已採取的措施(其中部分已完成)，於二零一六年對位於翁布里亞蒙托內的工廠進行升級改造工程。



於二零一六年進行的工業投資，通過升級樓宇內外所有場所已計及在工作環境中確保工人高安全標準及高環境質素的需要。

本集團致力於保證其產品是在反映其於工作場所尊重人權的承諾以及遵循工人安全及福祉的國際規則的狀況下所創造。

本集團鼓勵業務夥伴採用高於最低監管規定的要求及促使參與各方進行對話，以便利實施及遵守標準，從而建立正面的工作關係。與供應商的關係方面，社會意識獲得提升，而監管知識及採用環境、社會及質量認證則獲得推動。

Prada的承諾通過宣傳、傳播及簽署本集團的道德準則得以部分實現，道德準則通常納入業務協議內。

道德準則為供應商設定與以下各項有關的最低標準：

- 僱員權利及工作環境(包括正常／加班／假期工作時數、薪金，並對童工及強迫勞動零容忍)；
- 僱員的安全、健康及福祉；
- 為僱員提供平等機會；
- 結社自由；
- 僱員醫療保險；
- 在採購材料及生產活動過程中保護環境；
- 保護知識產權及打擊假冒產品。

工廠及外部供應商須保證任何向彼等提供材料及／或勞工以製造產品的第三方已獲授權及遵守道德準則。

年內，本集團開始更新「本集團合資格供應商名單」的程序，目的亦為界定責任及經營行為，以確保供應商的道德可靠性(第2.1.3段)。

最後，於二零一六年財政期間，Prada集團根據英國現代奴隸法發佈首份聲明，說明其承諾管理及控制其供應鏈中出現強迫勞動、販賣人口及奴役行為的風險。

4. PRADA 宇宙



PRADA集團與藝術文化領域的緊密聯繫為其品牌價值不可分割的一部分。與看似遙遠的不同領域進行互動於過去數年實現了多個特別項目，有助形成Prada的多面貌世界特色。

4.1 PRADA 基金會

自一九九三年以來，Miuccia Prada及Patrizio Bertelli的興趣與愛好引領本集團一直支持Prada基金會於文化藝術領域的活動。

Prada基金會在米蘭成立，是當代藝術展覽以及建築、電影及哲學項目的平台。截至二零一零年，Prada基金會曾在米蘭舉辦24項意大利及國際藝術家個人展覽。自二零一一年以來，基金會已在十八世紀建築威尼斯皇后宮(Ca' Corner della Regina)內舉辦五項團體展，及在二零一六年舉辦「Belligerent Eyes」，此為電影專題的實驗性項目。

Prada基金會在米蘭的新設永久場地於二零一五年五月揭幕。該場地由Rem Koolhaas領導的大都會建築事務所(OMA)設計，該場地位於米蘭南部，由一個可追溯至十九世紀初期的酒廠改造而成。該綜合體的表面面積為19,000平方米，可舉辦多項展覽及文化活動，為發展其跨學科領域的使命奠定基礎。

二零一六年，其舉辦了向國際藝術家致意的重要選集回顧展、一場編舞藝術表演及一個由亞歷杭德羅·岡薩雷斯·伊納裡多(Alejandro González Iñárritu)策劃的電影節。年內，其亦繼續開展有



關兒童學術活動的教育計劃及開啟與托比亞斯·普特里(Tobias Putrih)的特定地點項目「Slight Agitation」的第一部分。

Prada 基金會在米蘭埃瑪努埃爾二世拱廊的新攝影展覽中心一天文台在二零一六年十二月揭幕。

4.2 PRADA GROUP 與 FAI

知識、具體性、一致性、獨立性、品質：這五項靈感原則引導Prada發現FAI(Fondo Ambiente Italiano：意大利國家信託)是為共同利益設計及開發方案的敏感細心對話者。

雙方開始了長期持續的合夥關係，包括極為審慎挑選的方案：從修復博洛尼亞阿奇吉納西歐宮的三個拱門及向都靈的皇家劇院捐贈新簾幕，到為帕多瓦的聖朱斯蒂娜修道院普羅斯多西默斯聖殿(Shrine of Prosdocimus Abbey of Santa Giustina)改造照明系統。

從二零一四年至二零一六年，Prada集團支持佛羅倫斯硬石工場文物研究與保護中心實驗室(Laboratorio at Opificio delle Pietre Dure)完成對喬治·瓦薩里(Giorgio Vasari)的名作《最後的晚餐(Last Supper)》的修復工作，該作品於一九六六年佛羅倫斯洪水期間被水和泥土損毀，長期以來被視為幾乎不可能修復。

詳細而言，喬治·瓦薩里《最後的晚餐》於一五四六年繪製在一塊木板上，在一九六六年的阿諾河洪水中受到嚴重損毀，此後約四十年間，該作品一直未被觸碰，並從一座倉庫轉移到另一座倉庫。

佛羅倫斯硬石工場文物研究與保護中心實驗室於二零零四年開始從事細緻的修復工作，最初由環境文化遺產部日常規劃通過一項特別民事保護基金(Protezione Civile)，及由蓋蒂基金會(Getty Foundation)作為Panel Paintings Initiative的一部分所管理的一項基金進行贊助。



自二零一四年起，Prada集團與FAI對於到達熟練耐心地修復畫作的最後階段作出貢獻，這不僅代表一個保護藝術遺產的重要行為，亦代表設計及實施創新保存技術的機會。

於二零一六年十一月四日，在佛羅倫斯洪水五十週年紀念活動中，意大利共和國總統在文化遺產部部長及佛羅倫斯市長的陪同下慶祝《最後的晚餐》回到佛羅倫斯的聖十字聖殿 (Cenacle of Santa Croce)，再次佔據在食堂內的原有位置。

該場景不僅是強調這一成就的重要性及特殊性質的機會，亦講述一個非同尋常的研究、希望、修復及技術發展的故事，促成藝術傑作重現世界的可能。

4.3 其他特別項目

電影作為一種當代藝術，亦引領Prada與國際級導演合作拍攝出大量電影，包括喬丹·斯科特 (Jordan Scott) 及雷德利·斯科特 (Ridley Scott) 導演的《Thunder Perfect Mind》(二零零六年)、羅曼·波蘭斯基 (Roman Polanski) 導演的《A Therapy》(二零一二年)、魏斯·安德森 (Wes Anderson) 導演的《Castello Cavalcanti》(二零一三年) 及最近期由奧斯卡得獎導演大衛·歐·羅素 (David O. Russell) 執導的《Past Forward》(二零一六年)。Miuccia Prada 的興趣亦催生了由不同思想背景的國際知名導演執導、探索女性世界的短片系列《Miu Miu 女人的故事》。

於二零一六年十一月，Prada 呈現了由 Miuccia Prada 與美國導演大衛·歐·羅素 (David O. Russell) 獨家合作打造的多平台電影項目《Past Forward》。在彼等見證下，該電影於十一月十五日在洛杉磯新豪瑟維爾特－希米爾畫廊 (Hauser Wirth & Schimmel Gallery) 首映，在隨後兩天，該電影在東京、倫敦、北京、莫斯科、伊斯坦布爾、柏林、米蘭、巴黎、紐約及悉尼同時向經挑選的觀眾放映。



5. 與社區一起



5.1 環境保護

環境是Prada集團關注事項之一，Prada集團自覺有責任從事及培養促進其可持續增長且屬於整個行業良好常規範例的高尚行為。

對尊重環境的承諾是道德準則的關鍵要素，該要素通過不斷提高員工意識在組織內部無差別採用並對與本集團合作的第三方採用。

本集團業務的主要直接影響源自將能源用於辦公室、工廠、物流中心以及世界各地的店舖。該目標是實現越來越高的能源效率並持續探尋減少廢物的新方式。

5.1.1 能源消耗及二氧化碳排放

於二零一六年，Prada集團錄得用電量153,049兆瓦時，較二零一四年有所上升(+16%)，較二零一五年略微下降(-0.3%)。然而，在所考慮的3年期間內，燃氣消耗呈現增長趨勢，從二零一四年的2,043,513立方米上升至二零一六年的2,361,125立方米(+16%)。二零一六年主要用於燃料(自有及租賃)的汽油及煤油燃料消耗量為1,230,361公升，較二零一五年下降12%。

能源消耗		二零一四年	二零一五年	二零一六年
燃氣 ¹	立方米	2,043,513	2,283,624	2,361,125
柴油及煤油	公升	1,025,337	1,403,059	1,230,361
電能 ¹	千瓦時	132,324,893	153,502,779	153,049,412

¹ 二零一四年及二零一五年的電力及燃氣消耗數據與Prada集團上一份社會責任報告所公佈的數據不同，因為數據及資料在其公佈之後才會提供。

電力、天然氣及燃料消耗產生的二氧化碳排放於下表呈報：直接排放(範圍1)(即自有車輛消耗天然氣及燃料產生的排放)達5,431噸，較二零一五年上升1%，主要由於燃料消耗增加所致；間接排放(範圍2)為75,300噸，較二零一五年略減；與租賃車隊的燃料消耗有關的其他間接排放(範圍3)為2,443噸二氧化碳，較二零一五年下降13%。

二氧化碳排放		二零一四年	二零一五年	二零一六年
直接排放(範圍1)	噸二氧化碳	4,327	5,381	5,431
樓宇	噸二氧化碳	3,997	4,464	4,616
交通工具(自有)	噸二氧化碳	329	917	815
能源-間接排放(範圍2)	噸二氧化碳	65,104	75,523	75,300
其他間接排放-交通工具(租賃)(範圍3)	噸二氧化碳	2,403	2,799	2,443

在過往數年中，能源消耗控制及測試已被用於制訂一項長期計劃，以提高工業及零售環境的能源效率。

該計劃的措施包括：

- 開發專注於光伏業務的項目及評估聯產及／或三聯產系統的安裝；
- 以最新一代系統逐步代替所有空調及製冷機；
- 以低功耗LED燈泡最終及完全照亮區域的強勢活動；
- 以能效級別較高的熱機及熱泵逐步代替所有熱機及熱泵；
- 在缺乏換流器的電動機上逐步安裝換流器；
- 安裝數字萬用表測量電量；
- 購買100%可再生能源。

本集團亦推行旨在盡量增加自生能源的新能源政策，斯坎迪奇(Scandicci)的新廠房即是此方法的範例。於二零一六年，該工業基地全年消耗約1,439兆瓦時，其中約1,099兆瓦時自網絡採購(100%來自可再生來源)，約340兆瓦時為自行生產。自生能源的其餘部分(每年76兆瓦時)投入網絡。

工廠採暖及空調系統

在以能耗降低的新機械代替安科納(Ancona)、蒙泰格拉納羅(Montegrano)、Buresta、卡爾杜齊(Carducci)、聖澤諾(San Zeno)及Amiata工廠的採暖及空調設備之後，本集團於二零一六年對阿雷佐(Arezzo)及蒙托內(Montone)工廠的空調系統進行升級。新機器然後安放於卡斯泰洛城(Città di Castello)的地點，在關閉多年及用作簡單存放處之後，該地點恢復為生產襯衫的全生產周期工廠。

除該等投資外，年內對其餘設備採取糾正措施，以優化營運時間。本集團開展專注於適當及合理用電的人員培訓。

發光二極管(LED)

自二零一四年起，本集團一直進行以LED技術替換店舖⁶照明系統的重要項目(「更換照明系統項目」)，該項目於二零一五年底已涉及81間店舖，主要位於歐洲(本集團大部分歷史悠久的店舖的所在地)以及北美洲。替換行動於二零一六年繼續進行，將LED照明擴大至另外34間店舖(主要位於中國)。

在大部分情況下，替換燈具涉及含有熒光燈的裝備及顯示器，而在部分店舖中亦涉及天花板照明中的鹵素及主色燈泡。裝備直接節省約10%能源，天花板節省70%。間接能源節省是燈泡產生的熱量減少(這讓Prada能夠在夏天較少使用空調)以及LED燈泡平均使用時間遠長於熒光燈導致廢物減少的結果，相比之下後者不含任何水銀。

LEED(能源與環境設計領導力－Leadership in Energy and Environmental Design)

於二零一六年，Prada集團在7間店舖取得LEED黃金級認證：中國、澳大利亞及瑞士的6間Prada店舖以及中國的1間Miu Miu店舖。本集團估計於二零一七年取得其他認證。

光伏系統

於二零一六年，運作的光伏廠房如下：

- 斯坎迪奇(Scandicci)，自二零一五年十月起運作，二零一六年發電約415兆瓦時；
- 物流樞紐的首棟樓宇自二零一七年三月起運作，每年將自行發電約1,490兆瓦時；
- 阿雷佐(Arezzo)廠房自二零一七年三月起運作，每年將自行發電約95兆瓦時；
- 阿雷佐(聖澤諾San Zeno倉庫)自二零一七年四月起運作，每年將自行發電約65兆瓦時。

更多設施計劃於二零一七年投入運作。

5.1.2 廢物

本集團認識到負責任地使用自然資源以及廢物管理的重要性。

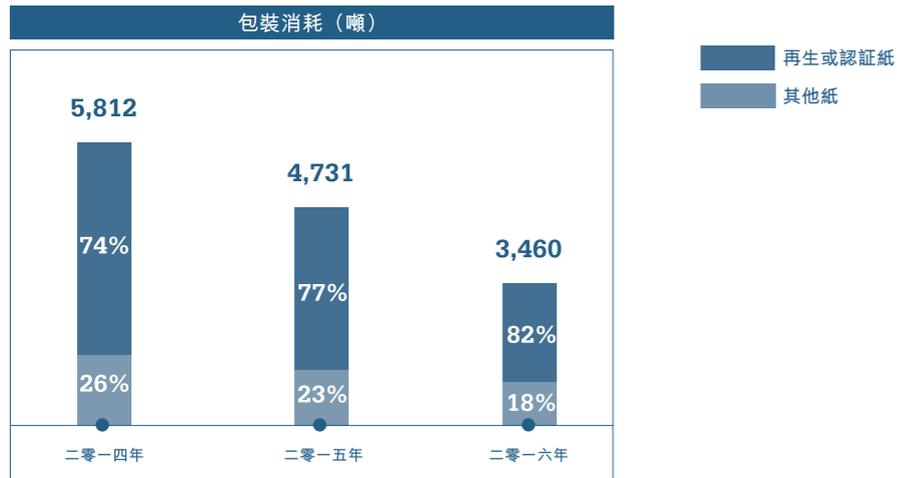
本公司對工廠各製造階段進行的工序以及產生的廢物進行分析，其後建立制度管理廢物運輸、收集、臨時儲存及處理的內循環。該分析使得優化可用資源成為可能，從而減少廢物的產生並增加廢物回收。此外，所實施的新程序讓Prada集團能夠在工廠以及本集團的辦事處回收更多紙張、塑料、玻璃及打印機墨盒。

自二零一六年起，Prada集團進一步專注於推廣能夠確保再利用及回收或處理符合最佳常規的內部工業廢物收集方法及標準。涉及的主要材料為紙張、卡紙、塑料及木材。

⁶「更換照明系統」項目涉及二零一三年前開業的店舖，因為其後啟業的店舖已採用LED照明系統。

5.1.3 使用再生及認證紙

於二零一六年，Prada集團在世界各地使用3,460噸材料包裝產品，較二零一五年減少27%，主要原因是用量減少以及使若干類別產品使用的包裝合理化及優化。



森林管理委員會認證的紙張以及包裝用再生紙的使用量於二零一六年增加5%，從總用量的77%增至82%。

5.2 保護所在地區

自Prada集團開創以來，尊重其經營所在地地方一直是其指導原則。減少徵地、翻新現有建築物並致力於重新認證激發了在超過三十年行業發展中作出的決定。

經過與地方部門及藝術和文化遺產監管局(Superintendence of Artistic and Cultural Heritage)同意，Prada集團最大努力及能力投向恢復先前存在的事物。

Prada集團相信新建工程能夠對某一地區造成巨大影響以及僅在必要時作出此項決定，Prada集團偏向於購買及回收利用現有樓宇。即使在無法獲得該項選擇的情況下，本集團會確保所規劃的建築工程並不佔用土地，而是在其與之一直合作的建築大師的幫助下建設景觀。實際上，少數新建樓宇和諧地融入當地區域，不會造成干擾。



Prada集團擁有超過192,000平方米的生產設施及倉庫空間，其中包括意大利的175,000平方米。其中4棟為新建樓宇，3個為工業考古恢復項目，若干個為重新利用廢棄多年的降級地盤。具體而言，工業區最重要的項目中有4個委派予建築師圭多卡納利(Guido Canali)(為意大利可持續建築的大師)負責。

5.2.1 行業發展中的物價穩定措施

去年，為期三年的投資計劃開始重新定性及重整本集團的製造架構，以便保留手工技術、配合生產工藝的技術開發並提高工作環境的質量。具體而言，本集團於二零一五年最後確定了Terranuova實驗室的重組、Levanella一個機械化廠房以及Valvigna一個切割中心的建設、斯坎迪奇新廠房的完全翻新、鄰近錫耶納及阿雷佐的兩座工廠的翻新、鄰近阿雷佐的一個倉庫的翻新以及法國一個製革廠的收購。

於二零一六年，該等項目繼續開展，現呈報如下。

工業基地：意大利佩魯賈卡斯泰洛城(CITTA' DI CASTELLO, PERUGIA)

於二零一六年五月，卡斯泰洛城的工業基地(包含男士襯衫設計及生產的所有階段)在進行大型翻新及重整工程之後重新開業。

該廠房於二零零一年被收購，在作為簡單供應商及合作夥伴多年之後，擁有悠久傳統並提供最高質量的該廠房已經發展，以提高其滿足量身訂製需求的產能，並擴大至覆蓋超過2,000平方米的面積。

空間合理化亦允許本集團優化生產工藝、建立高效及動態的流程。整個建築物的內外空間亦得到升級。

於二零一七年一月三十一日，該工廠僱用50名製作襯衫的專業人員。

工業基地：意大利佩魯賈蒙托內(MONTONE, PERUGIA)

於二零一六年十一月，Prada位於意大利中部蒙托內的歷史悠久廠房完成重大翻新，該廠房專門生產男褲。該褲子工廠建於合共10,000平方米的用地之上，其樓面面積為2,900平方米。

近期工程涉及廠房的所有區域並顯著改善其內部空間、重整工作流程及優化製造過程。

於二零一七年一月三十一日，該工廠擁有合共50名僱員。



工業基地：意大利阿雷佐

該歷史悠久的廠房由Patrizio Bertelli於一九六零年代以「Sir Robert」的名義創立，近期進行重大重整工程，對其物流、技術及生產環節作出變更。此項工程已於二零一六年九月完成。該項目涉及整個1,600平方米的綜合體，著重將切割機械現代化、引進LED照明以及高效空調以及更新裝備和完全重鋪地板。

營運亦變得更具效率，如今生產環節僅集中於抽樣以及生產腰帶(該廠房的過往專長)以及小皮具。

於二零一七年一月三十一日，該廠房僱用30人。



除上述項目外，Prada 於二零一六年繼續翻新阿雷佐的一個倉庫、完成斯坎迪奇廠房的翻新、開展其物流業務規模宏大的重組(更多資料見下段)並收購其更廣泛垂直整合策略中的 3 個生產基地及因而縮短其價值創造鏈。

於二零一六年，建築師圭多卡納利(Guido Canali)設計的 Prada 總部(位於託斯卡納阿雷佐 Valvigna)獲授「二零一六年品牌及景觀獎」，該獎項由建築師、規劃師、景觀設計師和保護者的全國委員會(National Council of Architects, Planners, Landscape Architects and Conservators)以及國際雜誌 PAYSAGE TOPSCAPE 設立。評獎團注意到該工業綜合體「在促進工作環境和諧及發展的企業形象及景觀設計之間關係方面的特質。的確，此項工作表達對自然(被關愛及保護)與工作的平等尊重，二者均獲賦予尊嚴及價值」。

5.2.2 物流樞紐

位於 Levanella(阿雷佐境外)的 102,000 平方米新物流樞紐由著名的工業建築師圭多卡納利(Guido Canali)設計，Guido Canali 亦設計 Prada 位於 Valvigna 的總部以及位於 Buresta 及蒙特格蘭納的鞋廠。

該樞紐是重組製成品的倉儲及分銷的重大計劃的一部分，該計劃最終將讓本集團能夠控制物流過程的所有方面。

該綜合體初步包括建設兩個倉庫、一棟辦公樓及一個員工自助餐廳以及設備及服務室，總室內面積為 28,000 平方米。如有需要，日後本集團可能興建第三棟建築。

與卡納利的所有設計一樣，由於邊界植物、屋頂花園、水景、觀景窗及自然路徑，該綜合體具有環境友好性、工人友好性且負責任地融入社區。綠化帶佔這個設施全部地面的 70% 以上。

該綜合體在設計上具有以下能效特點：

- 太陽能屋面板(預計每年發電約 561 兆瓦時)；
- LED 照明；
- 節能智能家居系統；
- 低損耗變壓器；
- 高效發電機；
- 地熱電站。

於二零一六年二月開始施工並於年內完成第 1 期。兩個倉庫中已落成的首個倉庫表面面積為 11,000 平方米，已經開放用於裝運(5,500 平方米)及服務(300 平方米)。

6. 方法附註



6.1 重大方面識別

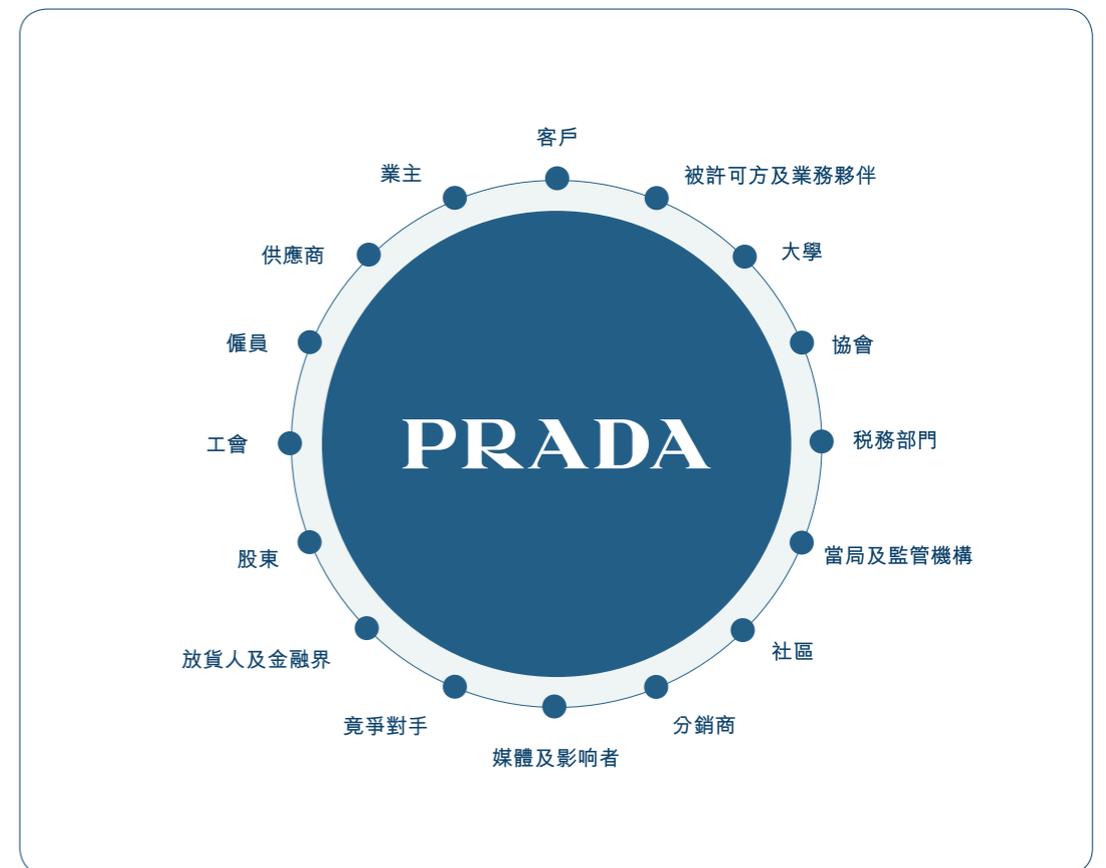
PRADA 集團的持份者

在開展業務時，Prada 集團與許多持份者互動，該等持份者均能夠直接或間接影響業務目標的實現或受其影響。

在價值鏈上從頭至尾地標註持份者之後，本集團按照下列基準決定哪些持份者最為重要：

- 對 Prada 的影響：影響公司策略或營運決策的能力；
- 對 Prada 的依賴：持份者依賴公司決定、產品及活動的程度。

該過程識別下列類別中的許多關鍵持份者：



為識別有利於實現長期目標(就 Prada 集團而言包括業務增長以及產品質量及工作組織的持續改進)的重大方面，在滿足持份者利益的同時，Prada 搜集每天與持份者互動的各個

部門主管的觀點。連同重要性分析(請參閱下面一段)，這幫助本集團確定本公司及其持份者相關性的可持續發展事宜。

重要性分析

Prada集團已根據全球報告倡議組織的最新可持續發展報告指引(GRI-G4)草擬二零一六年社會責任報告。此外，為編製該報告，本集團亦於今年遵循香港聯交所的「環境、社會及管治報告指引」。

賦予各個主題的深度及細節反映二零一五年最後幾個月進行的重要性分析的結果：識別、評估及對與持份者相關且影響我們於短期、中期及長期創造價值的能力的可持續發展方面劃分等級的過程。

該重要性分析乃一個分為兩個階段的過程，其中涉及：

1. 識別可持續發展事宜：確定哪些事宜是了解Prada業務及策略環境以及描述其主要環境、經濟及社會影響的關鍵；
2. 劃分等級：根據該等方面對實現業務目標(內部重要性)的相關性以及持份者的關切(外部重要性)對該等方面进行整理。

Prada集團可持續發展事宜的全面清單通過以下方式識別：

- 標註關鍵持份者並分析其關切；
- 對意大利及國際時尚及奢侈品公司進行基準分析，製作業內最常見可持續發展事宜的清單；
- 進行新聞回顧以呈列公眾輿論對每項可持續發展事宜的看法。本集團進行此項分析，以便每項事宜亦能夠依據其在公司之外的影響進行評估；
- 審閱內部文件(年報、道德準則、政策及程序)，以了解對各項可持續發展事宜的商業觀點；
- 分析GRI-G4指引中包括的可持續發展事宜。

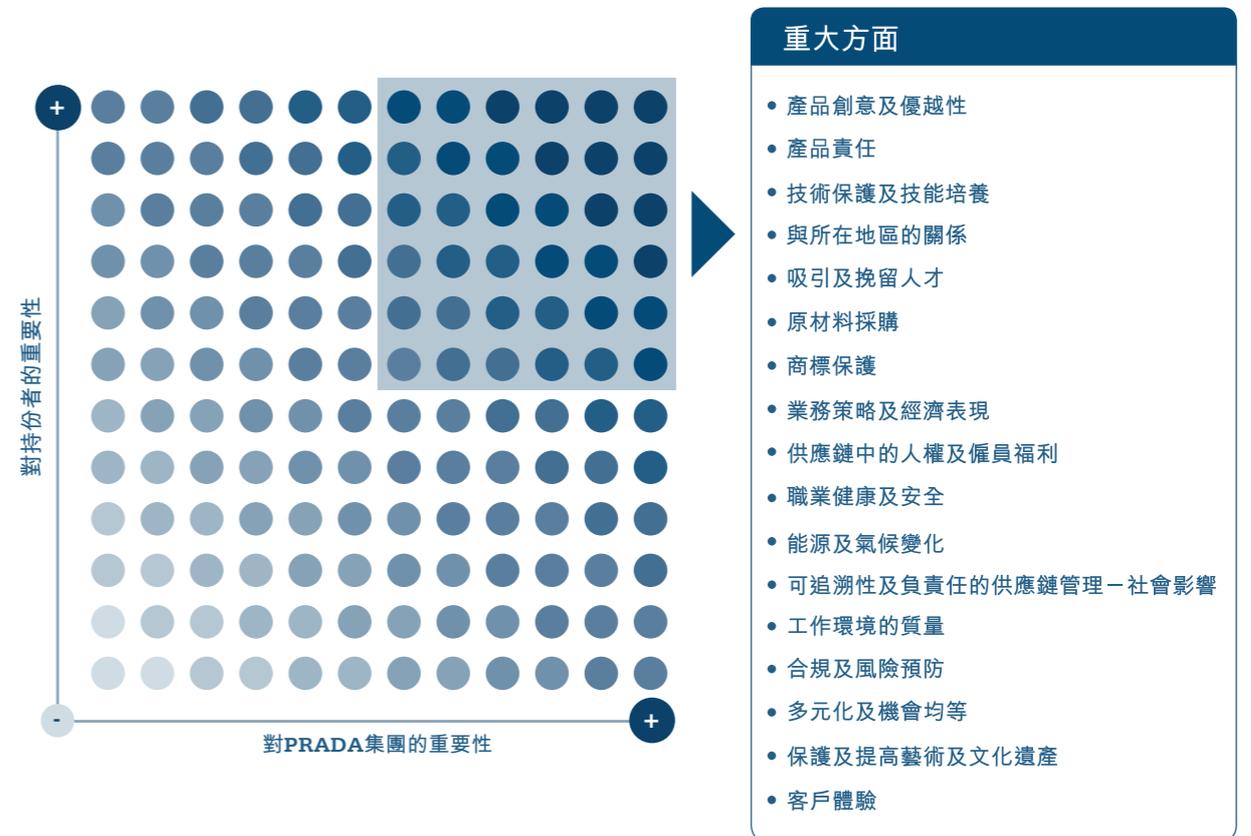
一旦可持續發展事宜被界定，該等事宜即按重要性劃分等級，以便其中較重要者將納入本報告。此舉通過採訪關鍵部門主管實現，該等主管根據相關事宜對Prada及其持份者的重要性給予優先排序。

根據GRI-G4指引，該等方面依據其在組織內外的影響評級，即將分析擴大至整個價值鏈。

部門主管提供的輸入數據然後與管理團隊觀點之外的其他標準綜合。尤其是：

- 內部重要性亦在考慮Prada集團對個別事宜的承諾以及其對各種形式「資本」(定義見綜合報告(財務、製造、自然、人力、知識及社會及關係資本))的影響之後評估；
- 在評估外部重要性(對持份者的重要性)時，分析側重於與Prada集團特定行業有關的各個方面。

如以下矩陣所示，Prada集團的重要方面被界定為對本公司的重要性與對持份者的重要性的交點。



在較顯著的結果中：

- 事實證明最重要的方面是產品創意及優越性，其證實在整個價值鏈伴隨Prada商品的高標準質量及款式的根本重要性(對本集團及其持份者而言)；
- 與長期價值創造有關的方面最為重要(業務策略及經濟表現、商標保護)，與人力資本管理(技術保護及技能培養、工作環境質量、吸引及挽留人才)以及客戶體驗一樣；
- 與生產工藝以及其於整個供應鏈的影響有關的方面對持份者最為重要(產品責任、供應鏈中的人權及僱員福利、職業健康及安全、原材料採購、可追溯性及負責任的供應鏈管理)。

上述重要方面亦已就本報告提述的二零一六財政期間獲確認。

根據全球報告倡議組織的一般標準披露及特定標準披露與重要方面有關的現有覆蓋範圍，我們已選擇實施採用「符合－核心」方案的GRI-G4標準。香港聯交所的「環境、社會及管治報告指引」(主板上市規則－附錄27)於內容索引⁷(第50頁)列舉。

下表載列全球報告倡議組織G4可持續發展報告指引(特定標準披露)中界定的重大方面：其以相關涵蓋範圍以及關於不將披露擴大至組織以外的任何限制呈報Prada的重大方面。

GRI-G4 重要性方面	各方面範圍		各方面範圍限制	
	機構內	機構外	機構內	機構外
經濟績效	集團	-	-	-
採購工作	集團	-	-	-
材料	集團	-	-	-
排放物	集團	獨立客戶(*)及供應商	-	未延伸至獨立客戶(*)及供應商
能源	集團	獨立客戶(*)及供應商	-	未延伸至獨立客戶(*)及供應商
僱傭	集團	-	-	-
多元文化及平等機會	集團	-	-	-
男女薪酬平等	集團	-	-	-
培訓與教育	集團	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
職業健康與安全	集團	獨立客戶(*)及供應商	-	未延伸至獨立客戶(*)及供應商
供應商勞動常規評估	集團	-	-	-
供應商人權評估	集團	-	-	-
消除歧視	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
結社自由與集體談判	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
童工	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
強迫或強制勞動	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
合規－產品責任	集團	-	-	-
產品及服務標籤	集團	-	-	-
客戶健康與安全	集團	-	-	-
合規－社會	集團	-	-	-

(*)獨立客戶指百貨店、多品牌店及特許經營店

⁷ 並無列舉香港聯交所環境、社會及管治報告指引層面A3的一般披露－環境及天然資源，因為目前根據GRI-G4的重要性評核，這個議題對於組織而言並未列為重要議題。



6.2 報告程序

範圍

本文件為Prada集團的第四份社會責任報告及對二零一六財政年度(即二零一六年二月一日至二零一七年一月三十一日)採取的主要措施以及二零一四年至二零一六年表現趨勢進行說明；於報告日期已知的二零一七財政年度特別重要措施及事件亦包含在內(參閱第26及42頁)。

績效指標乃按年取得，報告週期為年。報告範圍為二零一六年年報所述範圍，即普拉達股份有限公司及其附屬公司(不包括文中說明的數據)。

普拉達股份有限公司(連同其附屬公司統稱「Prada集團」)為一家在意大利註冊成立及註冊的股份公司，總部位於Via Antonio Fogazzaro 28, 20135 Milan，其股本由Prada Holding spa(一家在意大利註冊的公司)擁有80%；其餘股份(20%)於香港聯交所主板上市。

確保可持續發展報告質量的原則

本文件乃為報告Prada集團的成功方面及不足之處而編製，並載有對未來改善的意見。所包含資料及指標旨在對本集團可持續發展表現及措施作出均衡描述。

報告、收集及匯總數據的過程乃以使持份者能夠充分比較及理解本文件所包含的資料為最終目的而構建。

計算方法

Prada集團涉及所有公司職能，並委聘意大利安永會計師事務所的氣候變化及可持續發展服務團隊釐定可持續發展報告的內容。

關於計算方法：

- 受傷率為因傷損失總小時數與工作總小時數之間的比率；
- 倘環境數據不可獲得，則使用保守估計，致使選擇與本公司最差正面環境表現相關的假設；
- 溫室氣體排放使用以下排放系數進行計算：
 - 排放範圍一：自環境、領土與海洋部(Ministry of Environment and Protection of Land and Sea)獲取的排放系數；
 - 排放範圍二：自有關二零一四年Enerdata數據的Terna國際比較獲取的排放系數；
 - 排放範圍三：自環境、領土與海洋部公佈的意大利標準參數列表獲取的排放系數。

最後，二氧化碳是唯一考慮的溫室氣體。

二零一四年及二零一五年數據可能與二零一四年／二零一五年社會責任報告所發佈數據略有差異，乃由於於有關報告發表後可獲得數據匯總所致。基於相同理由，二零一六年數據反映使用當二零一六年社會責任報告發表時可獲得數據的最佳估計。

7. 「符合」核心方案的GRI內容索引

指標	香港交易所 ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
一般標準披露				
策略與分析				
G4-1		最高決策人就可持續發展議題與機構的相關性及機構的發展策略的聲明	第3頁	
機構概況				
G4-3		機構名稱	第49頁	
G4-4		主要品牌、產品及/或服務	第4頁；第9-11頁；第20-24頁	
G4-5		機構總公司的所在地	第49頁	
G4-6		機構在多少個國家營運，在哪些國家有龐大業務，或哪些國家與社會責任報告所述的可持續發展主題特別相關	第4頁；第16-18頁	
G4-7		所有權的性質及法律形式	第49頁	
G4-8		所服務的市場	第4頁；第9-11頁	
G4-9		機構規模	第9頁；第11-12頁； 第16頁；第28頁； 第32頁	
G4-10	KPI B1.1	以僱傭合約、僱傭類型、地區及性別劃分的員工總數	第9頁；第32-33頁； 第34-35頁	
G4-11		集體談判協議涵蓋的員工總數百分比	第33頁	
G4-12	KPI B5.1	闡述機構供應鏈的情況(供應商數目、數量及來源市場)	第9-11頁；第16-18頁	
G4-13		報告期內，有關機構規模、架構、所有權或供應鏈方面的重大變動	第4頁；第8頁；第49頁	
G4-14		說明機構是否及如何按預警方針或原則行事	第15頁	
G4-15		參與或支持外界有關經濟、社會及環境公約、原則或其他倡議項目	第13頁；第19頁	
G4-16		全國及/或國際性倡議團體成員	本集團的主要合夥關係是與：Assonime、Camera Nazionale della Moda Italiana、Assolombarda及Confindustria Toscana	
確定的重要性議題及範圍				
G4-17		列出機構的綜合財務報表中包括的所有實體及未納入社會責任報告的實體	第49頁	
G4-18		說明界定報告內容的過程，以及機構如何應用相關報告原則	第46-48頁	
G4-19		列出確定的所有重要性議題	第47-48頁	
G4-20		說明機構內每個重要性議題的涵蓋範圍	第47-48頁	
G4-21		說明機構外每個重要性議題的涵蓋範圍	第47-48頁	
G4-22		說明重列過往報告所載資料的影響及原因	第49頁	
G4-23		說明在匯報範疇及涵蓋範圍的重大變動	第4頁；第8頁；第41頁； 第49頁	

指標	香港交易所 ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
持份者參與				
G4-24		機構的持份者列表	第46頁	
G4-25		就所選定的持份者，說明識別及選擇的根據	第46-47頁	
G4-26		與持份者溝通的方法	第46-48頁	
G4-27		與持份者溝通期間提出的關鍵議題及關注事項，以及機構如何回應這些主要議題及事項(包括通過其報告)	第46-48頁	
報告概況				
G4-28		所提供資料的匯報期	第49頁	
G4-29		上一份社會責任報告的日期	第49頁	
G4-30		報告周期	第49頁	
G4-31		關於社會責任報告或報告內容問題的聯絡方法及有用資料	第52頁	
G4-32		說明機構選擇的「符合」方案及所選方案的GRI內容索引	第50-52頁	
G4-33		為報告尋求外部核證的政策和目前的做法	第49頁 本文件未提交予外部保證	
管治				
G4-34		機構的管治架構，包括最高管治單位的委員會及負責就經濟、環境及社會影響作出決策的委員會	第13-15頁	
商業道德及誠信				
G4-56		說明內部開發使命、價值觀、行為守則、重大經濟、環境及社會表現原則以及其執行進度	第13頁	

重要性議題

指標	香港交易所 ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
特定標準披露				
經濟績效指標				
經濟績效				
G4-DMA	G.D. B8	管理方法披露	第 11-12 頁；第 37-40 頁	
G4-EC1	KPI B8.2	機構產生和分配的直接經濟價值	第 12 頁	
採購行為				
G4-DMA		管理方法披露	第 9-11 頁；第 18 頁	
G4-EC9	KPI B5.1	在主要營運地點，向當地供應商採購支出佔採購預算的比例	第 18 頁	
環境績效指標				
原材料				
G4-DMA	G.D. A2	管理方法披露	第 16-18 頁；第 42-43 頁	
G4-EN1	KPI A2.5	所用原材料的總重量或體積	第 17 頁；第 43 頁	
能源				
G4-DMA	G.D. A2	管理方法披露	第 41-45 頁	
G4-EN3	KPI A2.1	機構內部的能源消耗量	第 41 頁	
G4-EN6	KPI A2.3	減少能源消耗	第 41 頁	
排放物				
G4-DMA	G.D. A1	管理方法披露	第 41-45 頁	
G4-EN15	KPI A1.1 KPI A1.2	直接溫室氣體排放量(範圍一)	第 41 頁	
G4-EN16	KPI A1.1 KPI A1.2	消耗能源所間接產生的溫室氣體排放量(範圍二)	第 41 頁	
G4-EN17	KPI A1.1 KPI A1.2	其他間接產生的溫室氣體排放量(範圍三)	第 41 頁	
社會績效指標				
勞工守則				
僱傭				
G4-DMA	G.D. B1	管理方法披露	第 32-35 頁	
G4-LA2	G.D. B1	按重要營運地點劃分，不提供給臨時或兼職員工，只提供給全職員工的福利	第 33-34 頁	
職業健康與安全				
G4-DMA	G.D. B2 KPI B2.3	管理方法披露	第 35-36 頁	
G4-LA5	KPI B2.3	由勞資雙方組建的職工健康與安全委員會中，能幫助員工監督和評價健康與安全相關項目的員工代表所佔的百分比	第 35 頁	
G4-LA6	KPI B2.1 KPI B2.2	按地區和性別劃分的工傷、職業病、損失工作日數及缺勤比率，以及因工死亡人數	第 35 頁	

指標	香港交易所 ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
培訓與教育				
G4-DMA	G.D. B3	管理方法披露	第 26-27 頁	
G4-LA9	KPI B3.1 KPI B3.2	按員工類別和性別劃分，每名員工每年接受培訓的平均小時數	第 27 頁	當時按類別劃分的平均培訓小時數資料仍未獲提供。Prada 致力於收集未來資料。
多元文化及平等機會				
G4-DMA	G.D. B1	管理方法披露	第 13-15 頁；第 32-35 頁	
G4-LA12	KPI B1.1	按性別、年齡組別、少數族裔成員及其他多元文化指標劃分，管治機構成員和各類僱員的組成	第 14-15 頁；第 33-35 頁	
男女薪酬平等				
G4-DMA	G.D. B1	管理方法披露	第 34-35 頁	
G4-LA13		按員工類別和重要營運地點劃分，男女基本薪金和報酬比率	第 35 頁	
有關勞工守則的供應商評估				
G4-DMA	G.D. B5 KPI B5.2	管理方法披露	第 18-19 頁；第 36 頁	
G4-LA14	KPI B5.2	使用勞工守則標準篩選的新供應商所佔比例		於二零一六年，Prada 集團開始重續一項程序，根據勞工守則等準則確認其供應商的資格及對其進行評估。當時，已評估的供應商數目仍未獲提供。
人權				
消除歧視				
G4-DMA		管理方法披露	第 13 頁；第 18 頁；第 35-36 頁	
G4-HR3		歧視個案總數，以及機構採取的改善行動		此時涵蓋指標(機構以外議題範圍)所需資料仍未獲提供。
結社自由				
G4-DMA		管理方法披露	第 13 頁；第 18 頁；第 35-36 頁	
G4-HR4		已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體談判的營運點及主要供應商，以及保障這些權利所採取的措施		此時涵蓋指標(機構以外議題範圍)所需資料仍未獲提供。

指標	香港交易所 ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
童工				
G4-DMA	G.D. B4 KPI B4.1 KPI B4.2	管理方法披露	第 13 頁；第 18 頁；第 35-36 頁	
G4-HR5	KPI B4.1 KPI B4.2	已發現具有嚴重使用童工風險的運營點和主要供應商，以及有助於有效杜絕使用童工情況的措施	此時涵蓋指標(機構以外議題範圍)所需資料仍未獲提供。	
強迫或強制勞動				
G4-DMA	G.D. B4 KPI B4.1 KPI B4.2	管理方法披露	第 13 頁；第 18 頁；第 35-36 頁	
G4-HR6	KPI B4.1 KPI B4.2	已發現具有嚴重強迫或強制勞動事件風險的運營點，以及有助於消除一切形式的強迫或強制勞動的措施	於二零一六年財政期間，Prada 集團根據英國現代奴隸法發佈首份聲明，承諾管理及控制其供應鏈中出現強迫勞動、販賣人口及奴役行為的風險。目前為達到(機構以外)指標所需資料仍未獲提供。	
供應商人權評估				
G4-DMA	G.D. B5 KPI B5.2	管理方法披露	第 18 頁；第 35-36 頁	
G4-HR10	KPI B5.2	使用人權標準篩選的新供應商比例	於二零一六年，Prada 集團開始重續一項程序，根據勞工守則等準則確認其供應商的資格及對其進行評估。當時，已評估的供應商數目仍未獲提供。	
社會				
合規				
G4-DMA		管理方法披露	第 15 頁	
G4-SO8	G.D. B1 G.D. B2 G.D. B4 G.D. B7	違反法律及法規被處重大罰款的金額，以及所受非經濟處罰的總次數	第 15 頁	
產品責任				
消費者健康與安全				
G4-DMA	G.D. B6	管理方法披露	第 19 頁	
G4-PR2	G.D. B6	按後果類別劃分，違反有關產品和服務健康與安全影響的法規及自願性準則的個案總數	第 19 頁	
產品及服務標籤				
G4-DMA	G.D. B6	管理方法披露	第 19 頁	
G4-PR4	G.D. B6	按後果類別劃分，違反有關產品和服務資訊及標籤的法規及自願性準則的個案總數	第 19 頁	
合規				
G4-DMA		管理方法披露	第 19 頁	
G4-PR9	G.D. B6	如有違反提供及使用產品與服務的有關法律及法規，說明相關重大罰款的總金額	第 19 頁	

有關本社會責任報告的其他資料，可通過以下聯絡方式索取：

PRADA S.p.A.

Via Antonio Fogazzaro, 28

20135 Milan

Italy

電郵：csr@pradagroup.com

來源：

封面／封底： 出席Prada男裝二零一零年春夏季時裝秀的賓客Prada 圖片
目錄： 紙樣。照片來源：Brigitte Lacombe／Prada 圖片
第3頁： 預備剉皮的Prada工匠。照片來源：Birgitte Lacombe／Prada 圖片
第4頁： 於米蘭Galleria Vittorio Emanuele II的歷史悠久的Prada店舖。
照片來源：Agostino Osio／Prada 圖片
第5頁： Prada簡史。
照片來源：Alfredo Albertone／Monica Feudi、Baganz／Dieter Baganz、Adriano Biondo、Antonio Calabrese、Mikio Matsuo、Patrick McMullan、Nacasa & Partners、Franco Rossi、Albert Watson、Robert Wyatt／Prada 圖片
第6頁： Miu Miu Dalia手袋／Miu Miu 圖片
第7頁： (左)Car Shoe駕駛鞋
(右)Church's Shannon derby／Prada - Church's 圖片
第8頁： Marchesi 1824 圖片
第16頁： Church's工匠／Church's 圖片
第17頁： Prada蕾絲／Prada 圖片
第18頁： Prada男裝saffiano皮配件／Prada 圖片
第19頁： Prada 圖片
第20頁： Prada Corsaire手袋／Prada 圖片
第21頁： Prada手袋：Prada Esplanade、Prada Bibliothèque／Prada 圖片
第22頁： Prada Cahier手袋／Prada 圖片
第23頁： Miu Miu 芭蕾舞鞋／Miu Miu 圖片
第24頁： (左)MiuLady手袋及Miu Miu拖鞋／Miu Miu 圖片
(右)上海Church's／Church's 圖片
第25頁： Prada服飾／Prada 圖片
第26頁： Prada集團布料存檔／Prada 圖片
第28頁： Prada St. Barth店舖／Prada 圖片
第29頁： Prada新店舖概念／Prada 圖片
第30頁： 上海恒隆廣場Prada及莫斯科Gum Prada／Prada 圖片
第31頁： 香港廣東道的新Miu Miu店舖／Miu Miu 圖片
第32頁： 對Prada裙子進行縫紉刺繡。照片來源：Birgitte Lacombe／Prada 圖片
第34頁： Prada集團意大利阿雷佐(Arezzo)的Levanella品質控制中心／Prada 圖片。
第36頁： Prada集團意大利蒙托內褲子廠房／Prada 圖片
第37頁： Billy Cowie：Attraverso i muri di bruma，表演圖片。
照片來源：OKNOstudio／Prada基金會圖片
第38頁： (左)Edward & Nancy Reddin Kienholz：The Caddy Court，一九八六年至八七年圖片。
照片來源：Delfino Sisto Legnani Studio／Prada基金會圖片
(右)Goshka Macuga：To the Son of Man Who Ate the Scroll，二零一六年
照片來源：Delfino Sisto Legnani Studio／Prada基金會圖片
第39頁： 喬治·瓦薩里(Giorgio Vasari)最後的晚餐畫作／Prada 圖片

第40頁： 大衛·歐·羅素(David O. Russell)《Past Forward》截圖／Prada 圖片
第41頁： Prada在阿雷佐(Arezzo) Valvigna的工廠。圭多卡納利(Guido Canali)的項目。
照片來源：Gabriele Croppi／Prada 圖片
第43頁： Prada在阿雷佐(Arezzo) Valvigna的工廠。圭多卡納利(Guido Canali)的項目。
照片來源：Francesco Castagna／Prada 圖片
第44頁： Prada阿雷佐(Arezzo)廠房／Prada 圖片
第45頁： Prada在阿雷佐(Arezzo) Valvigna的工廠。圭多卡納利(Guido Canali)的項目。
照片來源：Francesco Castagna／Prada 圖片
第46頁： Church's 圖片
第49頁： Prada 圖片

