

可持續發展報告
——二零二一年



I MP ACT

PRADA Group



PRADA S.p.A.

香港

股份代號：1913

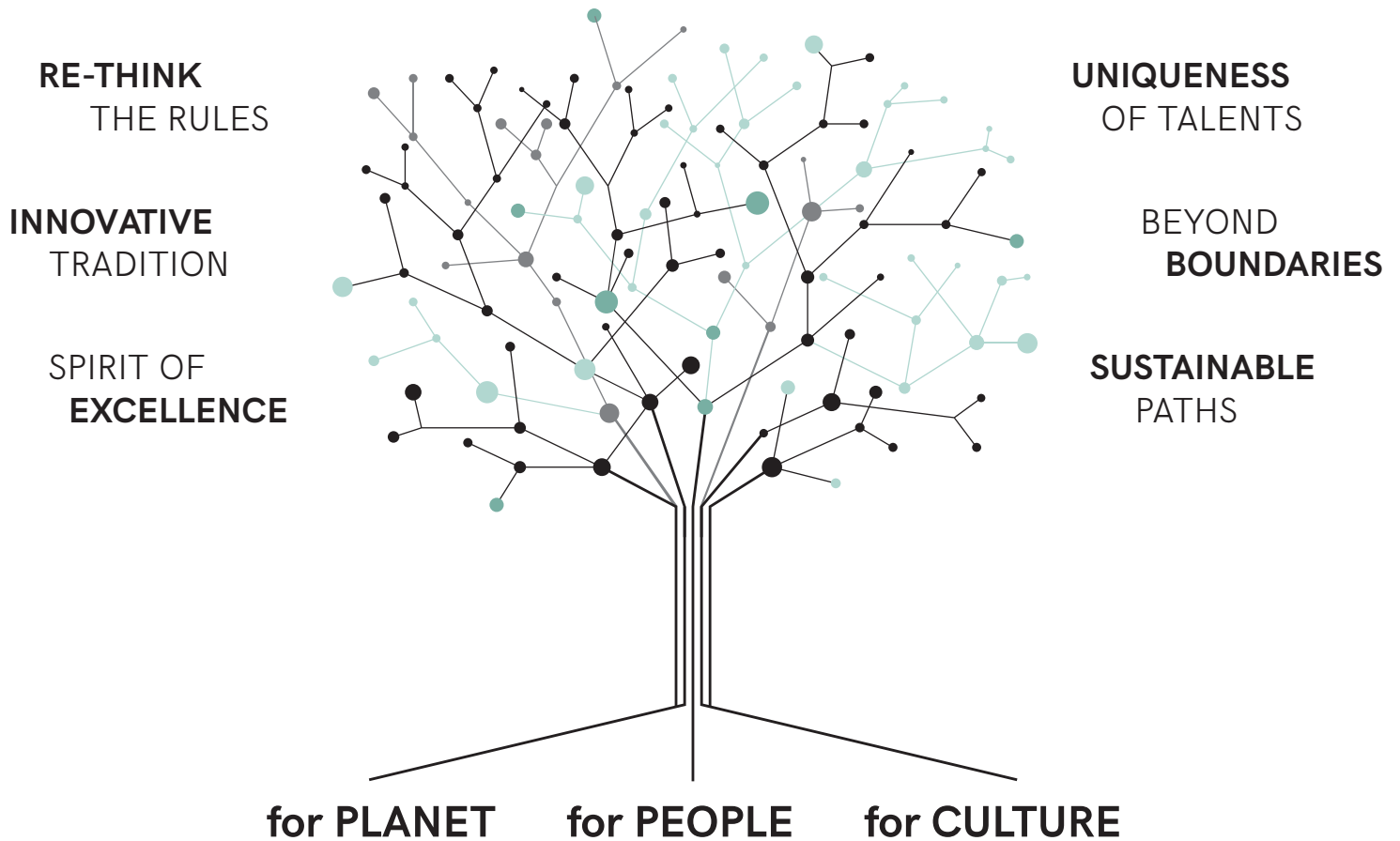
致利益相關者函件	6
1 PRADA集團	9
歷史	
價值創造	
企業管治模式	
風險管理	
道德守則	
稅務策略與合規	
二零二一年摘要	
2 可持續發展	37
可持續發展之路	
可持續發展政策	
可持續發展策略	
利益相關者及重要性分析	
可持續發展風險管理	
可持續融資	
3 負責任管理	57
行業策略	
負責任供應鏈管理	
商標保護	
產品責任	
4 關注地球	68
氣候策略	
負責任運用天然資源	
負責任廢物管理	
循環概念	
保護所在地區	
合作關係：《時尚協定》	
5 關注人員	91
工作人員	
捍衛多元化及平等機會	
多元化與包容性諮詢委員會	
Prada學院及技術發展	
吸引及挽留人才	
工人健康與安全及尊重人權	
合作關係：IMLux	
6 關注文化	112
Prada基金會	
SEA BEYOND	
Prada Mode	
合作關係：Bonadonna基金會	
7 方法附註	122
範圍及報告準則	
溫室氣體計算方法及排放因子	
專注重大方面	
8 GRI索引	134

MOVING
FOR
WARD
WITH
PUR
POSE

Prada集團目標

Prada集團為全球奢侈品先鋒，
秉持思想慎密且具探索精神的願景。
我們擁有世上其中一些最享負盛名的品牌：
Prada、Miu Miu、Church's、
Car Shoe、Marchesi 1824及Luna Rossa。
透過成為變革的推手，
我們提供非一般的交流及現代演繹，
展示出我們為地球、人員及文化著想的經商模式。

Be DRIVERS OF CHANGE



Prada集團的根本價值深植
於其三大可持續發展支柱：
地球、人員及文化。

一致利益相關者 函件

二零二一年為Prada集團蛻變的一年。我們以果斷行動提升業務及在持續變化的奢侈品市場探索，使增長強勁及盈利水平上升。

Prada集團在各個策略優先事項交出成績：獨特身份、優質產品、行業專有知識、直銷及可持續發展。

委任兩名新董事會成員（均為獨立成員，並具構建及推行ESG政策的往績）印證我們對可持續發展的承諾。

於二零二一年，Prada S.p.A. 董事會批准ESG策略，而我們正全面推行各種尊

重地球、人員及文化辯論的措施。本人衷心相信，Prada將實現大部分目標。

我們確認，一切投資均著眼未來，整個組織均為長遠發展而非短期收益而努力。如二零二一年十一月的資本市場日所公佈，Prada正朝著中期目標前進，而二零二一年獲得的穩健財務業績為我們打下強心針，有望達成目標。

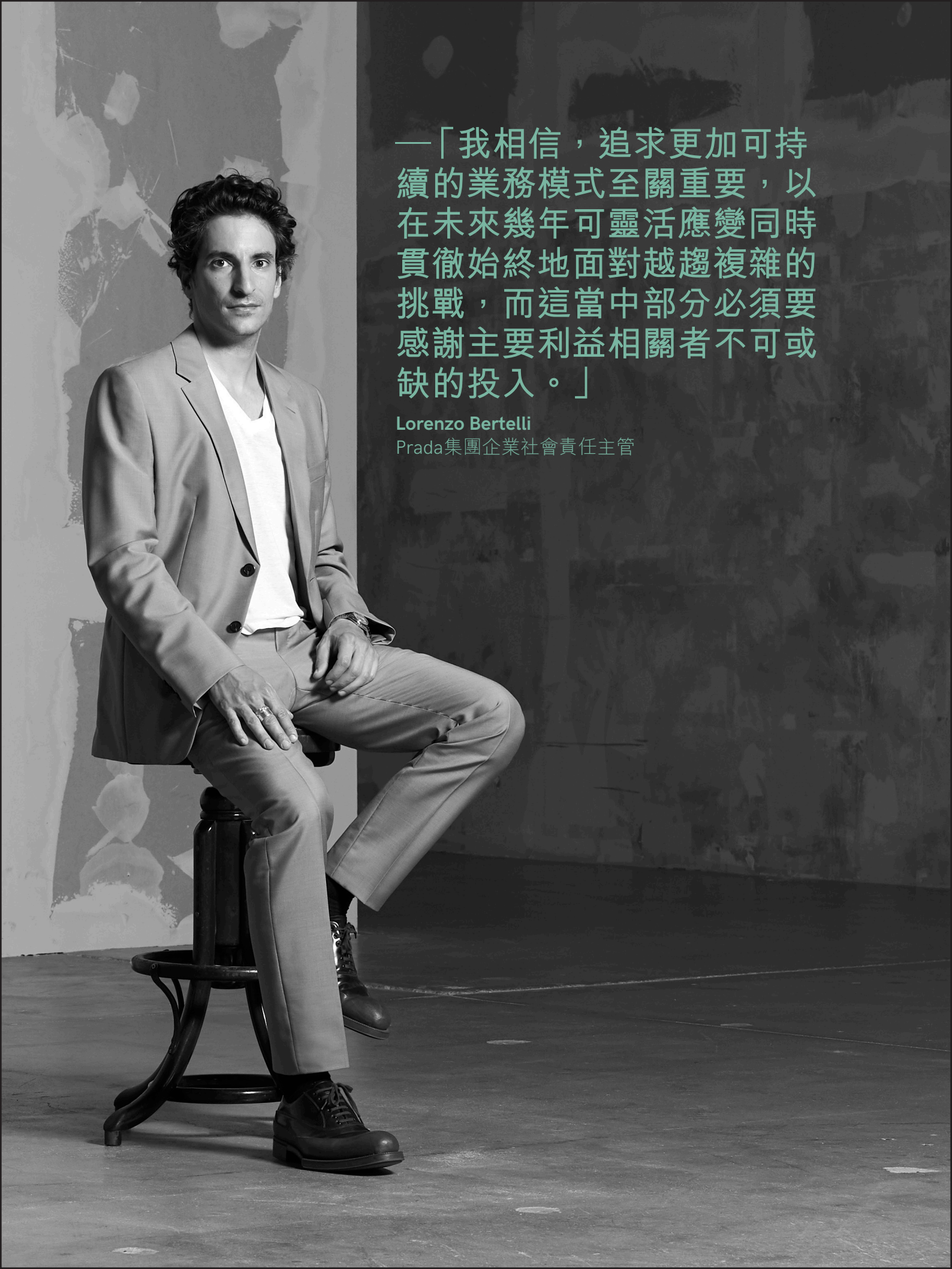
然而，地緣政治緊張局勢升級及敵對加劇情況令人極度擔憂，我們為戰爭而受苦的人感到同樣悲痛。

Paolo Zannoni

Prada S.p.A. 主席

米蘭，二零二二年五月三日





—「我相信，追求更加可持續的業務模式至關重要，以在未來幾年可靈活應變同時貫徹始終地面對越趨複雜的挑戰，而這當中部分必須要感謝主要利益相關者不可或缺的投入。」

Lorenzo Bertelli

Prada集團企業社會責任主管

— Prada集團企業社會責任主管致辭

二零二一年是Prada集團可持續發展之路的重要里程碑。

當我加入Prada S.p.A.董事會之時，ESG（環境、社會及管治）議題在機構內的討論度乃前所未見地高，再次凸顯我們對相關事務的投入，且內部及外部利益相關者對此越見清晰。二零二二年開首，部分由於董事會內設立可持續發展委員會，因此董事會增添兩名可持續發展專家，進一步加強管治，而我在其中擔任成員，此委員會將會是本集團推行可持續發展策略不可或缺的一環。

於二零二一年，我們提倡更專注於社會及環境議題的內部文化。強烈的意識加上本集團的長遠投資，可在一段時間內快速推進具有戰略作用的關鍵事務，例如環境保護和抗衡氣候變化。事實上，於二零二一年十一月，我們在資本市場日亮出科學碳目標倡議(Science-Based Targets Initiative)認可的可持續發展策略及雄心壯志路線圖，以減少溫室氣體

排放。我們亦列出於二零二六年或之前達至減少直接（範圍1及範圍2）排放的目標計劃以及關於可持續原材料與包裝的一系列其他目標。

我們透過推出招聘、培養及留住各種人才的多項措施及計劃，重申對多元化、平等及包容的承諾，還有不僅在自身機構內，而是在業界營造更加包容的工作場所文化。

我們與聯合國教科文組織政府間海洋學委員會繼續在SEA BEYOND教育項目合作，該項目於二零一九年推出，致力推動海洋文化研習及海洋保育，當中的計劃滿載新措施，供持續發展的社區參與其中。

這些選擇展示出Prada集團的核心價值與推行實質項目的承諾並行。我相信，追求更加可持續的業務模式至關重要，以在未來幾年可靈活應變同時貫徹始終地面對越趨複雜的挑戰，而這當中部分必須要感謝主要利益相關者不可或缺的投入。

Lorenzo Bertelli

Prada集團企業社會責任主管

1 — PRADA集團

二零二一年摘要

34億歐元

二零二一年收益

13,140名

工作人員

於二零二一年十二月三十一日

635家

直接營運店舖

於二零二一年十二月三十一日

23項

工業設施

於二零二一年十二月三十一日

217百萬歐元

於二零二一年的投資

3百萬歐元

於二零二一年的捐款

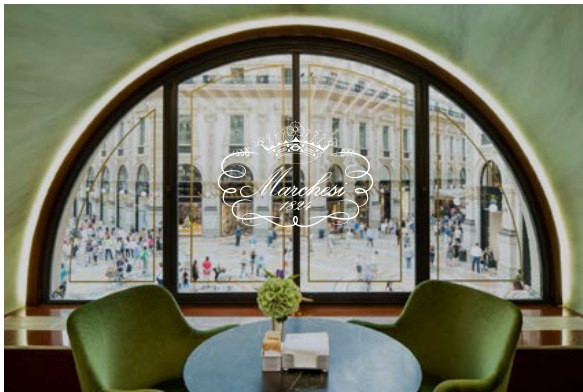




Prada集團是奢侈品行業全球領導者之一，其透過Prada、Miu Miu、Church's及Car Shoe品牌設計、生產及分銷名貴手袋、皮具用品、鞋履、服飾及配飾。本集團亦根據與行業領先者訂立的特定許可協議在眼鏡及香水行業開展經營，及透過收購Pasticceria Marchesi 1824進軍食品行業，定位於最高品質水平。最後，於二零二一年，隨著收購Luna Rossa Challenge S.r.l.，

Luna Rossa品牌亦成為Prada集團一部分，以全面發展其潛能。

Prada S.p.A.（「本公司」或「母公司」），連同其附屬公司（統稱「本集團」）於香港聯交所上市（香港聯交所股份代號：1913）。於二零二一年十二月三十一日，本集團產品通過635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。



一 歷史

一九一三年



Prada品牌的歷史可追溯至上世紀初。於一九一三年，Mario Prada在米蘭的Galleria Vittorio Emanuele II開設一家奢侈品商店，售賣皮革手袋、旅行衣箱、化妝盒、名貴配飾、珠寶以及貴重品。

一九一九年

憑藉產品的獨特設計，加上選用上乘用料及精湛手藝，Prada很快在歐洲廣受歡迎，及至一九一九年，Prada成為意大利皇室御用供應商。Prada自此可在其商標上展示薩伏爾家族的盾形紋章徽號及繩結設計。

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與托斯卡納企業家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，通過該模式可直接控制所有過程，確保整個生產週期遵守卓越品質標準。Miuccia Prada的創意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能力，讓其不僅投入潮流，更是時常掀起新潮流。

一九七七年

一九七七年，Patrizio Bertelli整合其過去十年在皮具用品分部建立的生產資源及獲Miuccia Prada授予獨家特許使用權，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為單一集團業務。





一九八三年

一九八三年，Prada家族在米蘭的尊尚地段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。



一九八八年

有見Prada的設計愈來愈受歡迎，一九七九年女裝系列由皮具拓展至首次推出鞋履系列，而首個女裝服飾系列於一九八八年推出。同時，隨著在紐約、馬德里、倫敦、巴黎及東京等地開設店舖，Prada開始走向國際化。

一九九三年



一九九三年，Prada進軍男性市場，首次推出男裝服飾及鞋履系列。同年，受靈感啟發，Miuccia Prada開創新品牌—Miu Miu—專為時髦、幹練以及尤其注重時尚尖端潮流與前衛的女性而設計。Miu Miu目前提供女裝成衣、手袋、配飾、鞋履、眼鏡及香水。同樣於一九九三年，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「藝術基金會」，以發展彼等在藝術及文化領域的廣泛興趣。

一九九七年



一九九七年，Patrizio Bertelli受其對運動熱愛的啟發而組建「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」衛號。

一九九九年

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；該投資最初與私募股權公司共享，其後Prada於二零零七年完成收購。該品牌專精高級皮鞋，因其優質的英倫傳統及練達優雅而享譽世界。



二零零一年

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。其為「超級旗艦店」項目的首家門店，目的為以全新方式反思購物的涵義，以及嘗試與客戶作出創意互動。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大道。同年，Prada收購歷史悠久的意大利品牌Car Shoe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



二零零三年，Prada與全球領先眼鏡企業意大利眼鏡生產商Luxottica訂立特許協議，其現時以Prada及Miu Miu品牌名義生產及分銷眼鏡。於二零零三年，本集團亦成立新合夥關係生產香水，並於二零零四年推出首款名為Amber的香水。

二零零六年



二零零六年，Miu Miu在巴黎舉行首場時裝展以凸顯其品牌形象。二零零七年，由LG生產的首款Prada手機面世，是世界上首款觸屏手機。二零零八年，延續與LG的成功合作關係，並於二零一一年再度推出兩款手機。

二零一一年六月二十四日，Prada S.p.A.成功在香港聯交所主板上市。

二零一四年，Prada S.p.A.宣佈收購Angelo Marchesi S.r.l.公司的控制權，其為成立於一八二四年歷史悠久的米蘭糕點店，成為正式進軍食品市場的標誌。



二零一五年

二零一五年，Prada集團完成收購法國Tannerie Mégisserie Hervy以進一步增強其整條價值鏈的專有技術。同年，Prada集團與Coty Inc.合作推出首款Miu Miu香水，而隨著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

二零一六年，全面按照可持續工業發展及尊重環境作出重要製作投資，從而建成新皮革生產基地，以及翻新多家位於



意大利托斯卡納與翁布里亞之間的工廠。在托斯卡納，新的製成品物流中心首個建設階段已完成，並於兩年後完成第二階段。二零一七年，Prada及Miu Miu店舖推行革新形象計劃，並推出大型期間限定活動以進一步支持零售活動。此外，於二零一七年，Prada集團獲納入二零一五年意大利第128號法令推出與意大利稅務局的合作合規制度。



二零一九年

二零一九年，Prada集團透過收購Fratelli Prada S.p.A.取得零售網絡的全面控制權，Fratelli Prada S.p.A.為長期在米蘭經營Prada單品牌商店的特許經營商。於十二月，Prada S.p.A.與L'Oréal宣佈就Prada品牌旗下奢華化妝產品的構造、開發及經銷訂定長期特許協議，自二零二一年一月一日起生效。



二零一八年

二零一八年，除了常規米蘭及巴黎時裝展外，本集團推出兩項主要活動以展出展前系列：巴黎Hotel Regina的Miu Miu Croisière及紐約的Prada Resort（二零一九年於上海舉行）。同年，Miuccia Prada因其對創意及全球時裝界的非凡貢獻而獲英國時裝協會(British Fashion Council)授予「傑出成就獎」(Outstanding Achievement Award)。



二零二零年

二零二零年，是新冠肺炎大流行開始在全球造成破壞的一年，Raf Simons成為Prada聯席創意總監，亦有其他重要主管加盟團隊，以期促進長期發展，縱使公共醫療緊急事故產生的不明朗因素仍然存在。於同年七月，Prada S.p.A.從意大利海關取得「全面AEO」(認可經濟營運商)認證，成為意大利極少數同時取得這項資格及參與意大利稅務局的合作合規稅制的納稅人之一。

創辦人身份與LVMH及Cartier創立Aura Blockchain Consortium，並與Zegna Group共同收購Filati Biagioli Modesto S.p.A.股權；其亦將從事免稅店業務的Travel Retail Shop公司餘下股權全數收購，且購下Luna Rossa Challenge S.r.l.擁有權以全面發展Luna Rossa品牌的商業價值。此外，與L'Oréal的長期許可協議開始生效，為Prada品牌構建、開發及經銷奢侈美容產品。

二零二一年



二零二一年，Prada贊助的第36屆美洲杯錄得歷來最高觀看次數，而Luna Rossa帆船隊史上第二次勝出Prada杯挑戰者選拔賽系列。年內，Prada集團以

— 價值創造

結合成熟工藝與工業製造程序的業務模式為本集團品牌成功的基礎。

該一體化模式使得本集團得以將創新時尚理念轉化為實際可行的商業生產，同時在專有知識、品質標準及可持續發展以及生產成本方面保持靈活產能和技術掌控力。



創意及創新

創意是Prada集團製作過程的核心。

公認為整個時裝界典範的Miuccia Prada匠心獨運，能將開拓性構思、對創新、非傳統的意念及對社會的關注巧妙結合，具有強烈的時裝觸角。這能力造就了一套真正的设计文化，而當中自有其方法及規條，指導每位參與創造工作的人員。



「對包圍我們世界的敏銳觀察和好奇心一直是Prada集團創意和現代觀的中心。在社會上，時裝某程度上是其中一種表現方式，唯一始終如一的是變革。在任何演變中的核心，轉變和革新中的參考，帶領我們與不同文化層面互動，有時接近而有時則明顯離我們很遙遠，使我們能掌握和預測時代的神髓。時至今日，這點已變得不足，我們必須成為變革的推手，具備靈活性將市場和社會的需求轉化為有形行動，為我們業務營運方式發揮指引作用。」

Miuccia Prada與Patrizio Bertelli

這套獨特的創作方式令Prada總能捕捉並影響潮流，不斷實驗運用新穎設計、布料及製作工藝。這實驗過程和意念交流為本集團設計過程中的不可或缺部分。花在畫板及試身室的時間見證著設計研究和風格開發過程，是打造每個系列的重要步驟，從而使每件成衣、鞋履及配飾均能互相完美配搭並營造出一個清晰的品牌形象。

於二零二零年，隨著委任Raf Simons攜手與Miuccia Prada出任Prada品牌聯席創意總監，本集團建立起新的創意作者模式，展現出對話的重要性與力量。這段合作關係可解讀為回應這個處處是前所未見的機會，容許對既成的行事方法提出不一樣的觀點及作風的時代。

事實上，創新是Prada血脈中的固有面向：願意拓展邊界，敢於試驗，也積極把握進步的機會。如果合作的概念是一同工作，這段對話的結果可能不僅是產品而已，也可能是一次思想與文化的宣傳。它是純粹的創意視野，以產品為概念的載具。

Prada眼光獨到，公司傳統及品質標準吸引力巨大，不斷吸引世界各地的精英份子與之合作，在多個不同領域擦出創意火花，鍛煉出一支非凡團隊，照顧到創作領域上每個環節：從時尚設計到製作、從建築到通訊及攝影以及從商店室內設計到Prada集團所參與的所有獨家特別項目。

此外，追溯本公司歷史便清晰可見，看似遙不可及的世界，例如電影、建築、文學、體育及藝術，如何在創意進程上達致共識。無窮無盡的創意連繫著特殊項目，隨著時光推移，不僅為廣告影像、時裝表演及店舖裝置下定義，亦將天馬行空的意念刻劃匯集成各個系列。

於二零二一年，美國雜誌WWD向Miuccia Prada頒授John B. Fairchild終身成就獎(John B. Fairchild Honor for Lifetime Achievement)，表揚其對時裝界的長久影響力，而於二零二零年，英國時裝協會(British Fashion Council)向其頒授「二零二零年時尚大獎」創意類別獎項。

原材料採購及工業生產

專有知識是Prada集團的決定性資產，在創意與規範、傳統與技術進步、工藝與工業生產之間帶出持續性和平衡。

本集團的製作方式大致上基於兩大主要原則：保持工匠精神，這既是生產的基本要素，又是每個品牌的特質，以及不斷創新，確保持續改進技術及專業技能。

原材料對產品品質而言至關重要，亦是本集團全線品牌的主要關注點。多數情況下，Prada採用獨家生產的面料及皮革，嚴格遵循技術及款式規格，從而確保產品質素上乘。從一開始，不斷物色新物料一直是Prada集團DNA的一部分。

Prada集團的產品在23個直接擁有的生產基地(20處在意大利、1處在英國、1處在法國、1處在羅馬尼亞)製作，亦會由經過精選及受密切監察的廣泛行業製造商網絡以所獲內部製造原材料、設計及樣衣製作。此制度能緊密監控該過程的每個步驟並確保優質工藝，強調各設施的生產卓越性並保證生產組織的顯著靈活性。

工業效能是本集團的競爭優勢，我們透過持續的物料及製作技巧研究及實驗，加上對設施、供應鏈及人員的投資加強工業效能。

核心製作僱員在Prada集團平均工作約20年，由此可確保極高水平的專業化和深厚的知識，配合本集團品牌獨特理念。近年來，Prada透過Prada學院大量投資於整體提升僱員技術，亦積極將本集團價值和製作技術薪火相傳至年輕一代。

本集團利用大量資源以確保其原材料及產品加工品質卓越，同時保障僱員及消費者的健康及安全。每個工業部門都僱有技術人員，其職責是通過對進出材料進行嚴格控制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。

工業合規委員會確保其全球產品的生產及分銷一直符合適用的法律。委員會亦須符合所有現行法例，並制訂通常比法律要求更嚴格的標準及程序。最終目標是對整體

由僱員、客戶、製造商及外部環境組成的整個系統採取積極主動的態度。

Prada集團生產基地

於二零二一年十二月三十一日

23

處生產基地

20

處位於意大利

235,000

平方米的總面積

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)

分銷

歷年來，本集團擴大分銷網絡，在大型國際購物中心最繁華地段的直接營運店舖（直營店）增至635家，配合各品牌的形象、傳承及獨特性。這一龐大網絡是持續研究及翻新的主體，可陳列新系列，故為本集團的實質資產，亦是多渠道策略的支點。本集團自設的電子商務網站完善直營客戶流程，配合實體店舖提供不斷進化的購物體驗。除主要承擔的銷售功能外，直營店亦是重要的傳播方式：擔任一貫傳播各品牌形象的真正品牌推廣大使。直營店與電子商務策略整合，亦可讓本集團實時監察各品牌及產品種類在不同市場的銷售表現。

批發渠道（百貨公司、多品牌商店及特許經營方）憑藉優越位置為我們提供其他精選銷售點，並可讓我們與競爭對手即時直接比較。本集團在數碼領域的重大發展加強了與頂尖網上零售商（電子商務零售商）的重要合作關係。

於二零二一年十二月三十一日，Prada集團綜合銷售額88%來自零售渠道，而其餘12%則來自批發渠道。

以客為本及數碼進展

為貫徹Prada集團的長遠發展策略，於二零二一年，實行以客為本方式以豐富零售與多渠道策略體驗以及加快數碼轉型流程亦是市場部轄下零售創意及電子商務部門追求的主要策略目標。

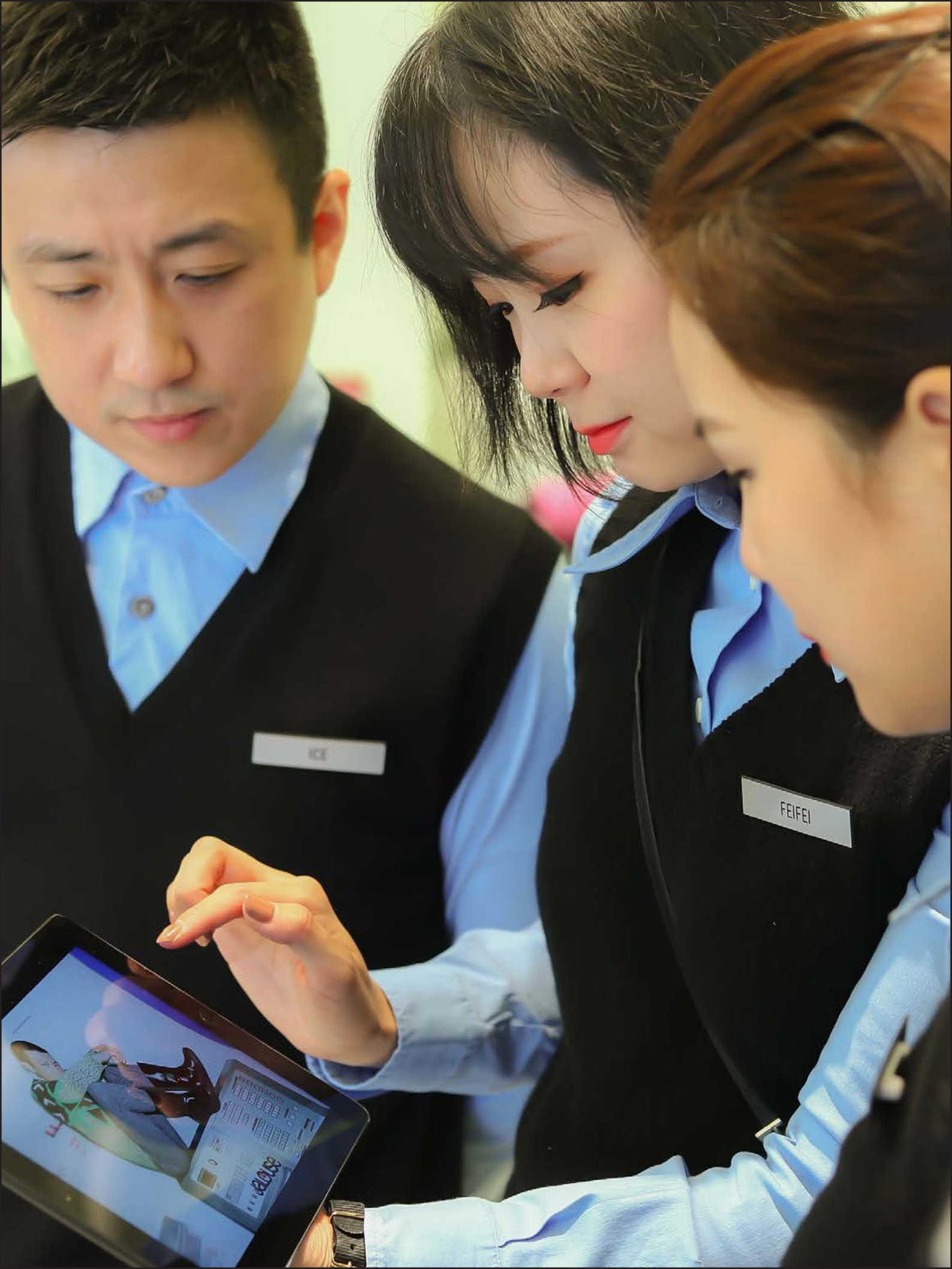
專注於以客戶為本並善用奢侈品市場典範轉移－人類主導的接觸點在現代數碼社會中仍然保持關鍵功能，有助建立忠誠度並提升品牌形象和定位－零售店舖和銷售人員繼續對客戶體驗發揮重要作用。Prada集團一直在大量投資於「人性化」原則，以加強敘事能力、提供獨特體驗並與客戶建立密切的關係。

此外，銷售人員已備有新數碼技術以親自接觸客戶組合，並培育品牌。為銷售人員而設技術亦有營銷生態系統協助，以推動旨在透過個人化產品、內容及時間來吸引客戶的精心策劃活動。

在數碼渠道方面，重點專注進一步提升線上渠道的線上表現及業績，其逐步增長，於二零二一年的收益及佔本集團盈利的比率均穩步上揚。二零二一年推出多項措施，專注改善客戶體驗並提升經營與數碼業績，帶來線上渠道的正面成果。

配合品牌視覺個性重新設計Prada集團網站、增設客戶新功能及服務、整體提升營運與技術基建以及實施綜合數碼傳訊策略－包括全面使用社交媒體渠道－均更進一步推動渠道表現。

展望未來，Prada集團將專注於透過進一步融合傳統「渠道觀點」及發展無縫統一生態系統以推展傳統渠道，為客戶提供進階體驗。為此，將透過提供實時個人化體驗、善用人工智能與尖端科技應用配合價值主張以及設計並豐富新客戶體驗以提升Prada集團在實體、數碼及平行世界與生態系統的敘事能力與投入，擴大客製化範圍。

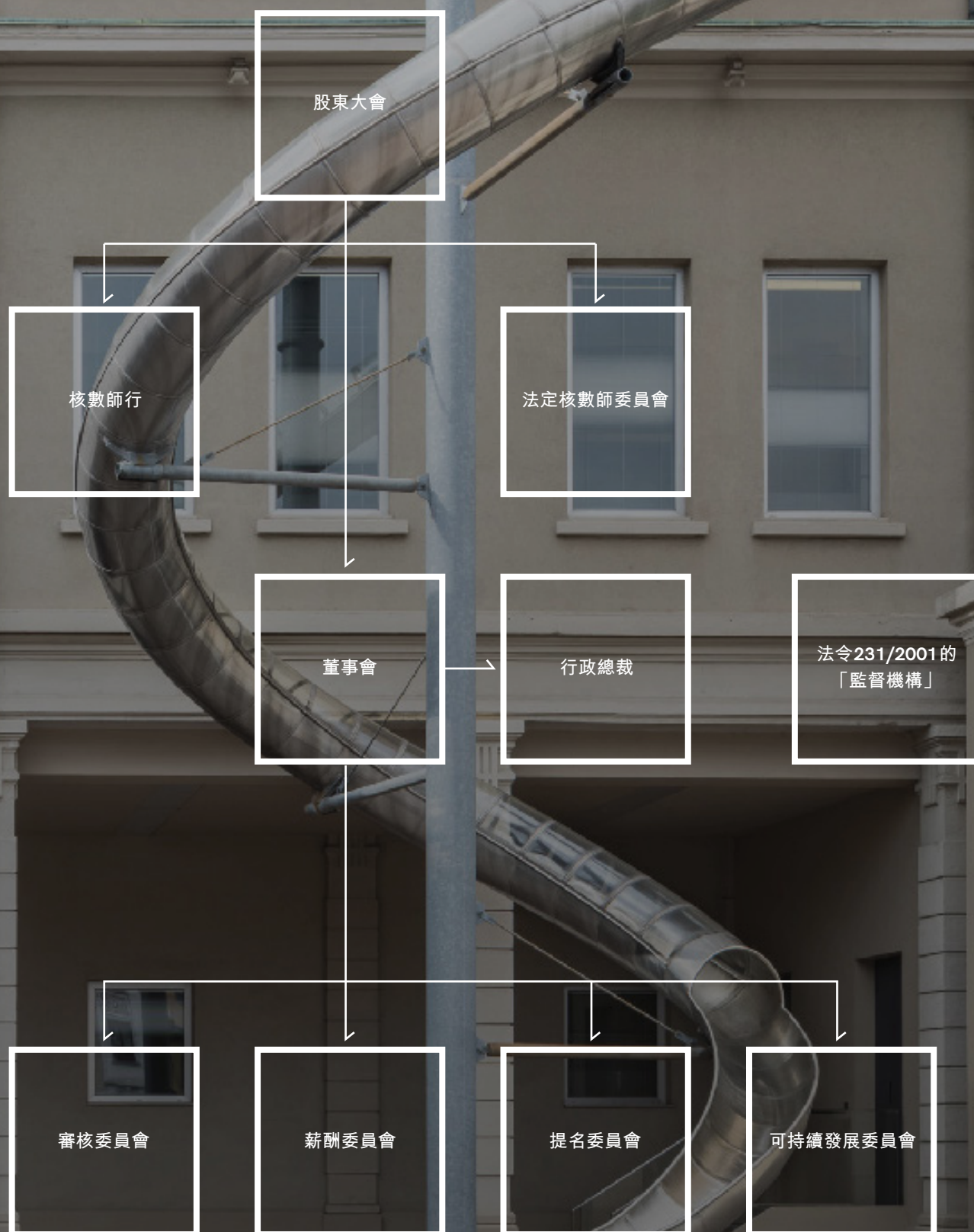


KE

FEIFEI



— 企業管治模式



本公司採納的企業管治模式包括一套規定及標準，旨在建立本集團內部的有效及具透明度運作，以保障本公司股東權利、提升股東價值並維護本集團的信譽及聲譽。本公司因而致力保持最高水平的企業管治標準，以為股東及所有利益相關者創造長期可持續價值。

本公司採納的相關企業管治模式符合本公司註冊成立所在地意大利適用法律及規例以及香港聯交所上市規則附錄十四所載企業管治守則（「守則」）原則所載的要求。

本公司根據《意大利民事法典》採納「傳統管治與監控制度」，包括管理機構、董事會、監事會、法定核數師委員會及作為審核與會計監控機構的核數師行。

董事會為本公司最高決策組織，獲授一切普通及特別管理權力。董事會亦可透過藉委派來履行職責；就此而言，本公司採納委派權制度及授權制度，旨在確保按照本公司自身採納的程序分隔職責以及高效且規範地開展業務。

為實現可持續及均衡發展，本公司視董事會層面的多元化為達至策略目標及發展的必要元素。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且妥善考慮董事會內多元化程度而獲提名及挑選。多元化涵蓋多項因素，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。

現屆董事會於二零二一年五月二十七日舉行的本公司股東大會上獲委任，任期為三個財政年度（二零二一年至二零二三年）。董事會起初由九名董事組成，而截至二零二二年一月二十八日，人數隨著額外委任兩名獨立非執行董事而增至十一名。因此，董事會目前由五名執行董事、一名非執行董事及五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，並在各自的職能中有效協助董事會。

董事會負責本公司的一般及特別管理工作，並透過進行其認為必須或有用的一切行為履行職責，以實施並達到本公司的企業目的，惟相關法律或公司章程特別指明保留予股東大會權限的行為除外。

具體而言，董事會負責制定本公司及本集團的整體策略，以及審閱經營及財務業績。因此，董事會審理並決議一切關乎本集團整體策略、本集團策略目標、年度預算、年度及中期業績、重大交易審批、關連交易的事項

以及任何其他重要的經營及財務事項。此外，董事會全面負責制定及監督本集團的可持續發展策略，並須負責確保設有適當且有效的內部控制及風險管理系統。

董事會

	職位	性別	年齡
執行董事			
Paolo Zannoni	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	財務總監	女性	> 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50
非執行董事			
Stefano Simontacchi		男性	> 50
獨立非執行董事			
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

董事會由其設立的委員會（即審核委員會、提名委員會、薪酬委員會及可持續發展委員會）所作出的顧問與諮詢活動協助履行職務。各委員會由大多數獨立非執行董事擔任主席及組成。

審核委員會向董事會就財務報表及報告提供意見及建議，以確保本公司的會計方法適當可信。其亦監察本公司的內部控制及風險管理系統的充足度及成效。其為本公司委聘外部核數師行提供建議並評估其獨立性。

審核委員會

	職位	性別	年齡
Yoël Zaoui	主席	男性	> 50
Marina Sylvia Caprotti		女性	30 - 50
Maurizio Cereda		男性	> 50

提名委員會向董事會就其組成及董事任命與繼任計劃提供意見及建議。其亦根據守則所設標準評估董事的獨立性。

提名委員會

	職位	性別	年齡
Maurizio Cereda	主席	男性	> 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50
Marina Sylvia Caprotti		女性	30 - 50

薪酬委員會向董事會就本公司董事及高級行政人員的薪酬政策提供意見及建議。

薪酬委員會

	職位	性別	年齡
Marina Sylvia Caprotti	主席	女性	30 - 50
Paolo Zannoni		男性	> 50
Yoël Zaoui		男性	> 50

可持續發展委員會以其對可持續發展相關議題的評估及決策的建議及諮詢功能協助並支持董事會，監督本公司對價值鏈可持續發展的承諾。

其協助董事會訂立策略性可持續發展指引及相關政策，以及草擬及審閱報告及文件，包括每年審閱可持續發展報告及所有呈交董事會審批的可持續發展通訊。

可持續發展委員會

	職位	性別	年齡
Pamela Yvonne Culpepper	主席	女性	> 50
Anna Maria Rugarli		女性	30 - 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50

董事委員會提出的建議定期呈交董事會討論及採納。法定核數師委員會為本公司監督機構，監督公司章程及所有適用法律的合規情況以及妥善管理原則的遵守情況。其亦監察本公司組織、行政及會計架構的充足度，

以及其內部控制系統充足度及賬目審核成效，還有外部核數師的獨立性。

於二零二一年五月二十七日舉行的股東大會委任了由三名法定核數師及兩名替任法定核數師核數組成的現屆法定核數師委員會，任期為三個財政年度（二零二一年至二零二三年）。

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	> 50

根據意大利二零零一年六月八日第231號法令(「法令」)，本公司設立了「監督機構(Organismo di Vigilanza)」，其主要職責是確保本公司根據該法令採納

的組織、管理及控制模式的運作、成效及執行。監督機構由合資格及具備經驗的人士中挑選並由董事會委任的三名成員組成。

監事會

	職位	性別	年齡
Stefania Chiaruttini	主席	女性	> 50
Yoël Zaoui		男性	> 50
Gianluca Andriani		男性	30 - 50

本公司致力與股東、投資者及股票分析員發展有效的雙邊溝通，以增加本公司活動的透明度。截至二零二一年十二月三十一日止財政年度，本公司透過多種途徑，包括投資者會議、單對單及小組會議、電話會議、本公司的公司網站(www.pradagroup.com)、社交媒體及新聞稿持續促進有效的溝通。

有關企業管治更多詳情，載於二零二一年年報所載的企業管治一節。

於二零二一年，(其中包括)委任Lorenzo Bertelli(彼自二零二零年起擔任集團企業社會責任主管)擔任PRADA S.p.A.董事會成員以及決定成立專責可持續發展事務的內部董事委員會撐起Prada集團的可持續管治。於本報告刊發之時，二零二二年一月二十八日舉行的Prada S.p.A.股東大會已委任兩名環境、社會及管治(ESG)議題資深專家Pamela Culpepper及Anna Maria Rugarli為新獨立非執行董事，聯同Lorenzo Bertelli肩負起可持續發展委員會的工作。

委員會的工作是為董事會的環境與社會可持續發展評估及決策提供協助及支援，全力投入本集團三大策略範疇：地球、人員及文化。委員會亦承擔相關職能，在集團層面建議及評估為確保持續投入所採納的政策以及策略與發展指引，並堅持本集團建立業務所依據的個人及共同價值。Prada集團的企業社會責任(CSR)部門將在把可持續發展委員會連結至本公司大部分營運應用中發揮必要作用。

CSR部門向決策及諮詢機構提供一切所需工具，以使其作出配合本集團策略的明智決定，以及承擔本集團及各品牌實際營運的需求與複雜性；該部門亦負責執行策略決定，為整合長遠可持續發展目標的組織部門及管理層提供支援。

CSR部門編製可持續發展報告，透過內部通訊及培訓項目在本公司宣揚可持續發展文化。該部門確保與多方利益相關者持續溝通及合作，並聯同投資者關係部門滿足展示出對Prada集團可持續發展措施與常規日益關注的金融社區需求。

一 風險管理

由於監管環境複雜，Prada集團指派多個部門及聘請外部專家以緊貼不斷變化的法律及規例，以使其適時調整程序及將違規風險降至最低。

本集團整體上已將內部控制系統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，以合理確保將達到控制目標。

更具體而言，Prada S.p.A.董事會參照CoSO報告(Treadway委員會贊助組織委員會 – 最佳國際常規)等國際認可模式，參與通過檢查其主要組成部分的運作持續完善內部控制及風險管理制度，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；
- 控制系統。

內部控制系統有助確保公司資產得到保護、其流程的效率及效能、提供予其管治機構及市場的資訊可靠度以及遵守法律及規例及公司章程與內部程序。

參與內部控制及風險管理的機構乃董事會、審核委員會、法定核數師委員會及監事會以及全體管理人員，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，透過適當控制系統來盡量減少組織風險。

此外，內部審核及風險部門與上述機構密切合作，除一般的保證活動外，亦在(其中包括)風險管理活動方面



協助董事會及審核委員會，以及根據二零零一年六月八日第231號法令在控制活動方面協助監事會。

工業合規委員會特別參考生產及物流事宜，就實施影響原材料及成品進出口的法律及規例制定指引，同時在工業合規方面向製造部門提供各種形式的協助。此外，為提供最佳的供應鏈沿線控制活動整合，除了制定專門程序外，供應商審核亦由涉及多個公司職能的

內部工作組進行，以確保保障人權、公平的工作條件以及健康與安全。

為符合二零零一年六月八日第231號法令，本公司已成立一個具有自主權和控制權的監事會，其主要職責是確保本公司依據上述法令所採納的組織、管理及控制模式的運作、成效、執行及更新，以控制風險及防止可行使（依法或事實上）本公司代表、行政或管理職能的人士進行各種形式和不同範疇的斷定犯罪行為，包括賄賂及洗黑錢。

上述報告可透過公司內聯網上可用的電子內部通訊途徑以及透過專用電郵地址傳送，以電子方式保證舉報人身份保密。

全體僱員可透過專用電郵地址向監事會匿名舉報不符合本集團標準的事件或行為。此外，本集團意大利附屬公司全體僱員均可透過舉報平台以匿名方式向監事會舉報任何有關法令231/2001的不法及違規行為、違反組織、管理及控制模式或違反道德原則、內部程序或法律，而相關行為在僱傭關係中浮現。於二零二一年，Prada集團於業務過程中，概無存在任何違反有關賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的適用法律及規例的報告及重大事件紀錄。

風險評估包括確定及分析可能影響公司業務正常運作的因素，且必須提供釐定如何避免或降低這些風險的程序分析。經濟、監管及經營環境不斷變化，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：

- 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品味不斷轉變的能力的相關風險；
- 關於要員重要性、策略實施、外判、法律及監管合規以及數據及資料處理的Prada集團特有風險；
- 關於匯率波動、利率波動、信貸風險及流動資金風險的Prada集團特有財務風險。

其他資料載於二零二一年年報的財務回顧及企業管治章節。

二零二一年年報－附註28「風險及費用撥備」－將載有更多資料，尤其是有關本期內涉及Prada集團與第三方或機關就調查及爭議的更新。

— 道德守則

Prada集團認為尊重道德原則是其價值觀及成功的根基。本集團相信並按以下方式經營：

- 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；
- 尊重人文價值；
- 尊重競爭作為經濟體系發展重要工具；
- 尊重環境及具有環境保護意識。

自二零零七年以來，這些原則正式列於Prada集團的道德守則中。守則載有組織的指引原則，作為本集團管治模式的主要支柱之一並與全體僱員、合作方及供應商分享，且在程序的支援下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、客戶及社區整體創造長遠價值。

本集團透過網上發佈、直接通訊等多種方式宣傳守則的知識，並依照程序作為與大多數合作夥伴訂立的供應或商業協議的一部分，因為其被認為是建立所有合約關係的先決條件。

一 稅務策略與合規

Prada集團相信，負責任的企業管治要求採取能改善共同價值創造過程而同時平衡商業目標與利益相關者期望的協作行動。

相關方針亦反映於本集團的稅務策略，相關策略是基於預防稅務風險及「稅收穩定」，而這兩者乃透過與意大利主要稅務機關及海外稅務機關持續對話及長期真誠互動而實現。相關策略旨在緩減稅務風險、遵守本集團經營所在的所有司法權區法律及規例以及宣揚稅務部門參與所有本集團經營及公司流程的重要性。

本集團的稅務策略由Prada S.p.A.董事會釐定及定期更新，並由本集團稅務部門管理及監察，而稅務部門由合資格的資深稅務專家組成，其擁有管理意大利及國際稅務議題及個案相關風險所需的一切知識及技能。稅務部門按照一系列內部程序確保所有稅務合規及報告存檔經過適當審閱且以透明、適時及準時方式編製；透過與本集團其他職能協調，稅務部門亦負責確保支援稅務策略的政策與程序得到一致執行及管理。最後，本集團稅務部門持續與行業協會、政府及其他外部機構（例如經濟合作與發展組織(OECD)或歐洲聯盟)交流，以事先分享未來稅務立法趨勢及規則。如有需要，對於存有不明確詮釋的特別稅務議題，本集團稅務部門會由外部顧問協助。

為精準有效推行稅務策略，Prada S.p.A.採納稅務控制框架(TCF)，該框架亦根據意大利稅務機構定期分享的國際準則列出識別、評估、管理及控制稅務風險的工具。TCF為內部控制系統的一部分。該稅務風險管理系

統的成效使Prada S.p.A.自二零一六年起獲准加入意大利稅務機構合作合規體制（如意大利第128/2015號法令所規定）。在該體制內，本集團在相互透明及信任的基礎上與意大利稅務機構擴大系統性及持續溝通渠道，以盡量降低潛在風險形勢的不確定性。

加入該體制後，意大利稅務機構邀請本集團部分公司參加由OECD推出的國際合規保證計劃(ICAP)。

本集團的參與公司與其駐在國（意大利、美國、英國、加拿大及澳洲等）的稅務機構分享大量資料。在評估最後階段，相關稅務機構向該等公司授予「低風險納稅人」地位。

此外，與地方稅務機構訂立預先定價協議(APA)及基本資產保護協議（「BAPA」）亦可確保與稅務機構進行持續的防範性對話，包括事前分享有關轉讓定價法規的公司間交易的處理及就詮釋不確定的監管與常規問題及範疇向各稅務機構提出澄清請求。透過內部監控系統（內部審核）及第二級監控職能部門的檢查亦可確保對財政相關流程的保證。

Prada集團向稅務機構提交「各國報告」，當中載有有關居民公司的收入及活動的重要資料，以符合各國之間強制性自動交換稅務資料的責任。

此外，近期亦已制定所需保障措施，以核實是否符合相關稅務機構就任何含有歐盟第2018/822號指令(DAC 6)所識別特徵(Hallmark)的跨境交易項下申報責任。

最後，Prada S.p.A.擁有全面經認證經營者（「AEO」）的地位，即具備最高可靠度。該地位由海關部門發出，獲授此地位的公司經認證以合資格及道德的方式管理業務流程，而產品亦符合海關規例及安全標準。

— 二零二一年摘要

新冠肺炎疫情大流行於二零二一年繼續推動奢侈品市場的變革進程，為市場帶來真正蛻變。年輕一代消費者的比例大幅擴張，數碼銷售渠道及本地消費者的貢獻亦然。即使在新實體數碼生態系統中，道德產品、品牌社會責任及購買經驗中體現的重要人文地位，對行業的價值主張而言仍屬極為重要。

於二零二一年，Prada集團在不斷變化的環境中專注投入、可持續發展及發揮影響力，成功與市場並肩進化。其獨特的創意實力與轉型的全渠道策略相互結合，提升了品牌及產品的感知價值，為收益增長及使本集團重回創造長期價值而鋪路。

增長背後，有賴盈利能力更高的銷售組合、取消降價促銷及全面精簡批發分銷渠道的商業策略。本集團自有電子商務網站的增加亦為增長作出貢獻，增長主要是來自新客戶。

零售空間及流程的投資提高了店舖生產率，這對加強品牌認知度而言實屬重要。單獨就二零二一年而言，已完成逾120家店舖翻新及已設置80個期間限定裝置，促使店舖客流量上升並建立持續優化的零售形象。Prada Outdoor、Prada Holiday、Miu Miu Upcycled及Miu Miu Nuit期間限定店在部分最尊尚的百貨公司及商場巡迴，引起巨大迴響。

在內容、傳統及數碼傳訊渠道的投資獲得傑出的成果，特別是網上品牌關注度指標方面。有效的傳訊活動促使在成功活動中擴大數碼社區的參與度，如Prada二零二二年春夏時裝秀（為首個在米蘭及上海兩個城市同步上演的時裝秀）及由Prada贊助的第36屆美洲杯（為觀看次數最多的一屆）。

全渠道增長策略包括新的投資，其將於短時間內進一步提升後端零售業務及使數據運用更為有效，從而使客戶關係管理活動更具成效。

最後但同樣重要的是，自加入Aura consortium成為創會成員促使本集團進一步豐富客戶體驗：透過區塊鏈科技，本集團品牌將向客戶保證有更高的透明度和可追溯性。另外，年內已獲批的數碼發展藍圖將為本集團帶來工程及技術方面的新資訊系統，造就在所有分銷及傳訊渠道甚至是整個業務經營而言的另一項競爭優勢。

工業領域受惠於重要簡化措施以及在垂直生產過程的投資，以加強傳統匠人手工製作的專業知識，並進一步提高產品的優質標準。經營能力的運用在Levanella物流中心得以提高，Levanella物流中心是業內技術和可持續發展的先行者，並且為整合製造流程與店舖採購流程的關鍵地點。透過收購本集團兩家附屬公司的餘下少數股權，以及收購以意大利著名羊絨生產及其他高級紗線而聞名的Filati Biagioli S.p.A.的股權，製造活動得以加強。

本集團於十一月的資本市場日就可持續增長策略指引進行溝通，並以一直推動Prada集團的原則及優先事項為基礎，將其分為三大支柱：環境、人員及文化。本集團的經營業績較疫情大流行前水平大幅改善，金額及佔收益淨額的百分比均有所上升。及後產生的現金（扣除投資及恢復利息派付後）使本集團可累積足夠現金資產以抱有信心應對重要中短期投資。



— 於二零二一年，Prada集團在不斷變化的環境中專注投入、可持續發展及發揮影響力，成功與市場並肩進化。

GRI-201 披露

已產生及已分配的直接經濟價值

	二零一九年	二零二零年	二零二一年
金額以千歐元為單位			
已產生經濟價值	3,232,054	2,424,970	3,368,418
已分配經濟價值	2,901,673	2,255,583	2,961,880
營運成本	1,968,912	1,545,670	1,941,997
分配予僱員的價值	752,049	657,537	744,554
分配予銀行及債券持有人的價值	12,044	12,613	10,994
分配予政府部門的價值	951	22,636	151,210
分配予投資者的價值	154,642	-	91,233
分配予社區的價值	13,075	17,127	21,892
已保留經濟價值	330,381	169,387	406,538

二零二一年綜合收益表(根據GRI-201披露(GRI標準)界定的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406.5百萬歐元,較二零二零年多一倍以上,甚至較二零一九年疫情大流行前水平為高。相比二零二零年,產生的額外價值被分配予僱員的價值增加(主要因勞動力增加)、分配予公共機構的價值增加(因

直接稅增加)及分配予股東的價值增加(因恢復派付股息)所抵銷。相比二零一九年,已保留經濟價值增加,主要源於產生的價值增加以及分配予股東的價值減少,並扣除因二零一九年特殊情況而將分配予公共機構的價值正規化影響,而Prada集團於二零一九年獲得二零一五年至二零一九年年度的專利盒稅務優惠認可。

2 — 可持續發展

二零二一年摘要

3大

可持續發展支柱

嚴謹ESG管治

2項

SBTi認可溫室氣體減排目標

進取氣候策略

4筆

可持續發展掛鈎貸款

領先DE&I議程



Prada集團的策略選擇是期望透過持續成功惠及所有利益相關者，不論是股東、僱員、客戶抑或本集團經營所在的社區。事實上，Prada S.p.A.董事會承諾以負責任的方式經營業務、為全體人員建立包容而安全的工作環境，以保護環境及保障本集團經營所在地區的社區。日漸植根於企業策略之中的可持續發展以及與利益相關者持續進行透明的對話，乃重新確認本集團身份及撐起本公司競爭優勢的關鍵因素，亦是面對轉變以及當代與未來的挑戰並作出長期可持續發展的關鍵因素。受到核心價值持續啟發，Prada集團加強原本已屬高準則的企

業管治，並將承諾植入可持續發展策略，而相關策略圍繞著其認為可為創造長遠價值而作出最大貢獻的影響力範圍。

董事會由有份推行可持續發展策略的部門協助下，為本集團非財務範疇(或環境、社會及管治(ESG))的表現提供方向及保持監察。本報告涵蓋的主題已納入組織業務活動的相關影響，並經過審閱並視為相關。

可持續發展表現以及ESG目標最少每年向董事會報告一次，或於發生重要發展時報告。關於重大ESG議題的任何已定目標更新將與各所涉部門討論。

— Prada集團的策略選擇是期望透過持續成功惠及所有利益相關者，不論是股東、僱員、客戶抑或本集團經營所在的社區。



一 可持續發展之路

二零一三年

Prada集團早於任何強制規定生效前已在二零一三年刊發首份可持續發展報告，以於單一文件中列出在環境、社會及管治可持續發展範疇採取的措施。



二零一五年

於二零一五年，本集團編製的可持續發展報告首次遵循被視為全球最佳常規的GRI(全球報告倡議組織)標準。

二零一七年

於二零一七年，本集團在米蘭舉辦首次名為「塑造未來(Shaping a Future)」的系列會議，旨在促進關於當代社會最重大變化的辯論。



二零一九年

於二零一九年，Prada集團透過草擬及刊發專門政策正式落實對可持續發展議題的承諾。同年，Prada美國附屬公司設立多元化與包容性諮詢委員會，由優秀的國際學術及文化機構人員協助，引領集團處理可持續發展等議題。同樣於二零一九年，Prada S.p.A. 為首批簽署《時尚協定》的訂約方，承認唯有透過集體行動方可減輕時裝界帶來的環境有害影響。本集團亦推出以全再生尼龍製造的首批限量版手袋及配飾，並宣佈由二零二零年女裝春／夏系列開始，於製作產品時將不再使用動物皮草。此外，Prada S.p.A. 於同年成為首家從Crédit Agricole集團取得可持續發展掛鈎貸款的奢侈品行業公司。最後，於2019年，本集團為SEA BEYOND宣傳，SEA BEYOND為聯合國教科文組織政府間海洋學委員會(IOC)發展的教育項目，旨在致力提高可持續發展及海洋保育的意識。



二零二零年

於二零二零年，Lorenzo Bertelli亦就任Prada集團企業社會責任主管，進一步推進可持續發展與長期企業策略的融合。同年，北美附屬公司委任一名多元平等



與包容首席專員，負責確保組織內每個層面均可表達出多元文化及立場。於年底，本集團成為首個加入Valuable 500的時裝奢侈品行業公司，Valuable 500為致力倡議從根本上加緊改革公司組織以包容殘障人士的國際聯盟。最後，於二零二零年，Prada集團計算其碳足印，作為邁進訂立氣候策略的基本步。

二零二一年

二零二一年為Prada集團多個可持續發展相關範疇的轉捩點。加強可持續發展管治為最佳例子，而其源於Lorenzo Bertelli加入Prada S.p.A.董事會並同時擔任Prada集團企業社會責任主管，加上決定在董事會層面成立專責環境與社會可持續發展議題的委員會以及挑選兩名具備重要專業ESG（環境、社會及管治）經驗的Prada S.p.A.董事會新成員。此外，Prada S.p.A.董事會成員已批准本集團的策略性可持續發展指引，而在年內，彼等已接受主要可持續發展議題及行業趨勢培訓。



同樣於二零二一年，本集團訂立氣候策略，向科學碳目標倡議(SBTi)提交溫室氣體減排目標，並首次參與碳披露項目(Carbon Disclosure Project)的氣候變化問卷調查，於十一月舉行的資本市場日呈現此長途旅程的進展。



於同一場合，Lorenzo Bertelli公佈本集團的可持續發展策略及為達至SBTi認可的定量目標而將實踐的實際行動，並確認在多元化、平等及包容承諾上，內外均有所進展。

本集團於年內新獲兩筆可持續發展掛鈎貸款，並為工業部門組織特定培訓計劃以持續提供最新工具，用以管理及分析最影響供應鏈的可持續發展議題。

最後，於二零二一年，Prada集團成功完全轉化再生尼龍(Re-Nylon)，並推出與聯合國教科文組織政府間海洋學委員會合作的SEA BEYOND第二階段。

一 可持續發展政策

一如預期，Prada集團於二零一九年開首便正式落實對可持續發展的承諾，並草擬可持續發展政策（Prada S.p.A.董事會已批准，可於網站pradagroup.com查閱）。

頒佈相關政策乃重要里程碑，標誌著董事肩負起現代企業須承擔的更重大責任。

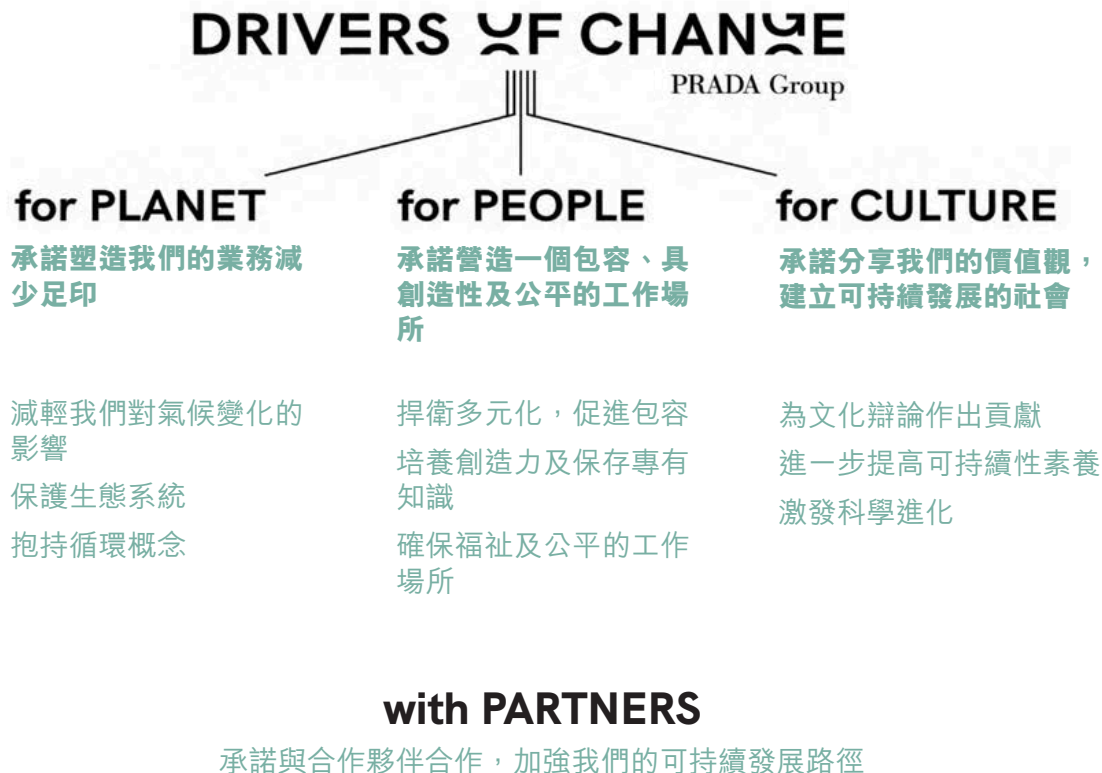
更具體而言，本公司的承諾及可持續發展措施乃基於三大優先行動－環境、人員及文化－從中本公司深信可為自身行業提供最大回報價值，並造福整個社會。

在可持續發展多個範疇的持續工作，例如投資於文化以將其活動裨益推展至公民社會、與利益相關者合作、多

元化及機會平等的重要、抗衡氣候變化、可持續發展的新物料研究以及投資於優質的工作環境，僅為本集團在社會及環境可持續發展承諾上的少數實例。

一 可持續發展策略

可持續發展是Prada集團的發展進程的必要關鍵，且對捍衛其身份及聲譽至關重要。近年，本集團推出愈來愈多積極的原創措施以配合社會責任政策設定的優先事項。於二零二一年，Prada集團制定並傳達可持續發展策略，旨在進一步加強及鞏固此承諾，為每項行動（環境、人員及文化）確定中長期目標，並在此基礎上正式制定量化目標，以便指導可持續發展領域的未來行動。



Prada集團企業社會責任主管Lorenzo Bertelli於資本市場日發表本集團的可持續發展策略，其為發展兼增值地球、人員及文化的長遠藍圖。相關策略已於二零二一年由Prada S.p.A.董事會批准，乃基於一直以來界定Prada DNA的價值、原則優先事項所釐定，並展示出過去行動與未來計劃連貫而完整的延續性。

三大支柱中，「關注地球」策略定下減少環境影響目標，包括由二零二二年起在Prada所有業務中達至碳中和並實現科學碳目標倡議(SBTi)認可的範圍1、2及3溫室氣體減排目標、在成品及包裝上廣泛使用低影響度的替代物料以及採用更容易循環再用的生產物料與生產廢料，使其可再次循環重用。該策略亦關注原材料的可追溯度並於供應鏈沿線持續改進社會及環境水平，其有賴供應商緊密合作，以減少其環境足跡。

從中亦可預見宣揚並提升多元化、平等及包容的措施，包括基於對組織各層面及整個時裝界各人的尊重而

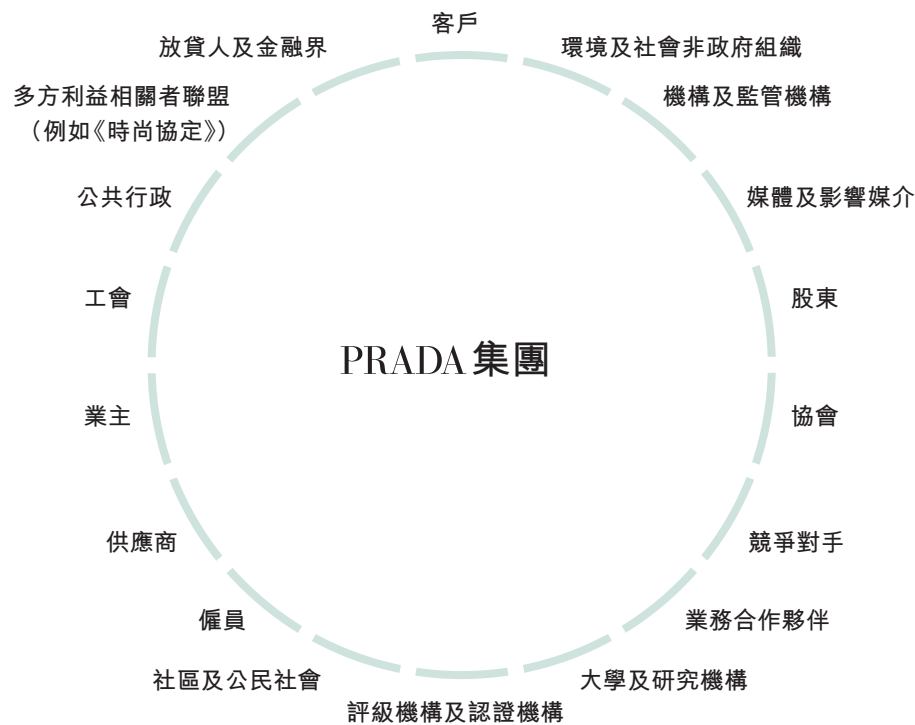
推進包容文化。「關注人員」支柱亦包括保護工藝及培養新人才的長期投資，將Prada定位為新一代的卓越明燈。尊重及保護本集團及業務合作夥伴的工作人員為另一個關鍵元素，同時更進一步觀察僱員投入水平，以提升僱員個人及職業健康。

「關注文化」是第三個、亦是最突出的策略支柱，概述本集團在保育及宣傳意大利與國際文化遺產及天然與科學產物的持續投資，強調本集團即使在那些致力於促進可持續發展原則應用的研究範疇，亦積極擔當普及推動者及教育者的角色。

Prada集團認為相關策略為其經營所在的社區肩負起更大責任，因此，與供應商及其他合作夥伴在所有主要範疇緊密合作對於達成更遠大的目標至關重要。事實上，本集團計劃透過實現追蹤進展的實質且進取目標、設定關鍵績效指標(KPI)及將其指派至相關管理層，以達至可持續發展三大支柱所設目標。



一 利益相關者及重要性分析



PRADA集團的利益相關者

Prada集團於動態環境中經營，與眾多利益相關者互動，彼等均能直接或間接影響業務目標達成或受其影響，與這些利益相關者公開透明對話對於追求可持續發展及長遠價值至關重要。

本集團基於兩項條件，為在其價值鏈沿線經營的主要利益相關者劃分類別：

—— 對Prada的影響：影響本公司策略或經營決策的能力；

—— 對Prada的依賴程度：利益相關者受本公司決定、產品及活動影響的程度。

歷年來，Prada集團鼓勵多聆聽主要利益相關者的聲音，並與其大量互動，從而可互相聆聽與分享，以期識別利益相關者的期望並將之融入本集團業務目標。為追求目標，本集團與利益相關者共同或作為多方聯盟的一部分積極投入。

重要性分析

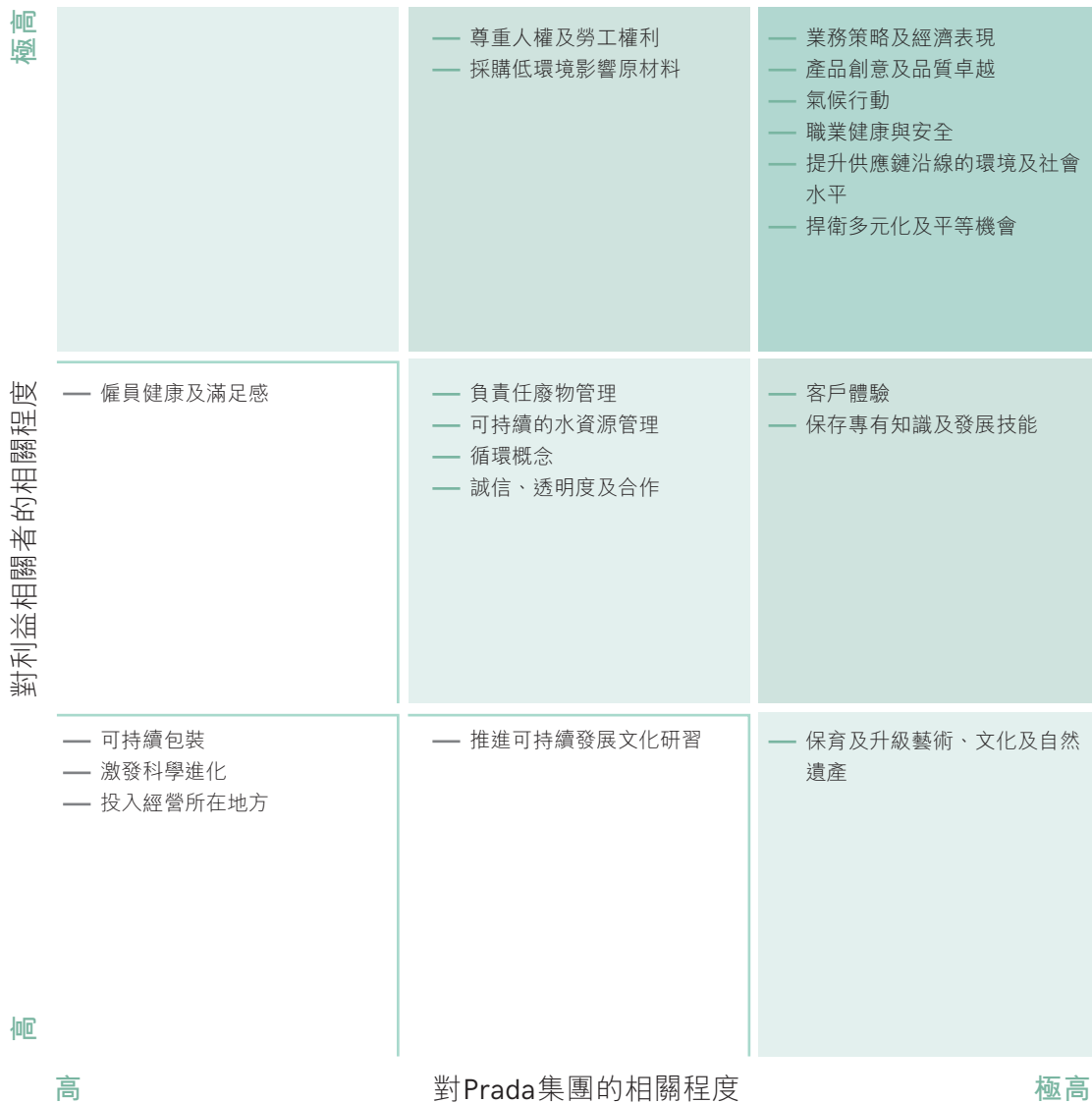
本可持續發展報告內呈列的各個主題深度及細節反映重要性分析的結果，即是識別、評估及對與利益相關者相關且影響Prada於短期、中期及長期創造價值的能力的可持續發展方面排序的過程。

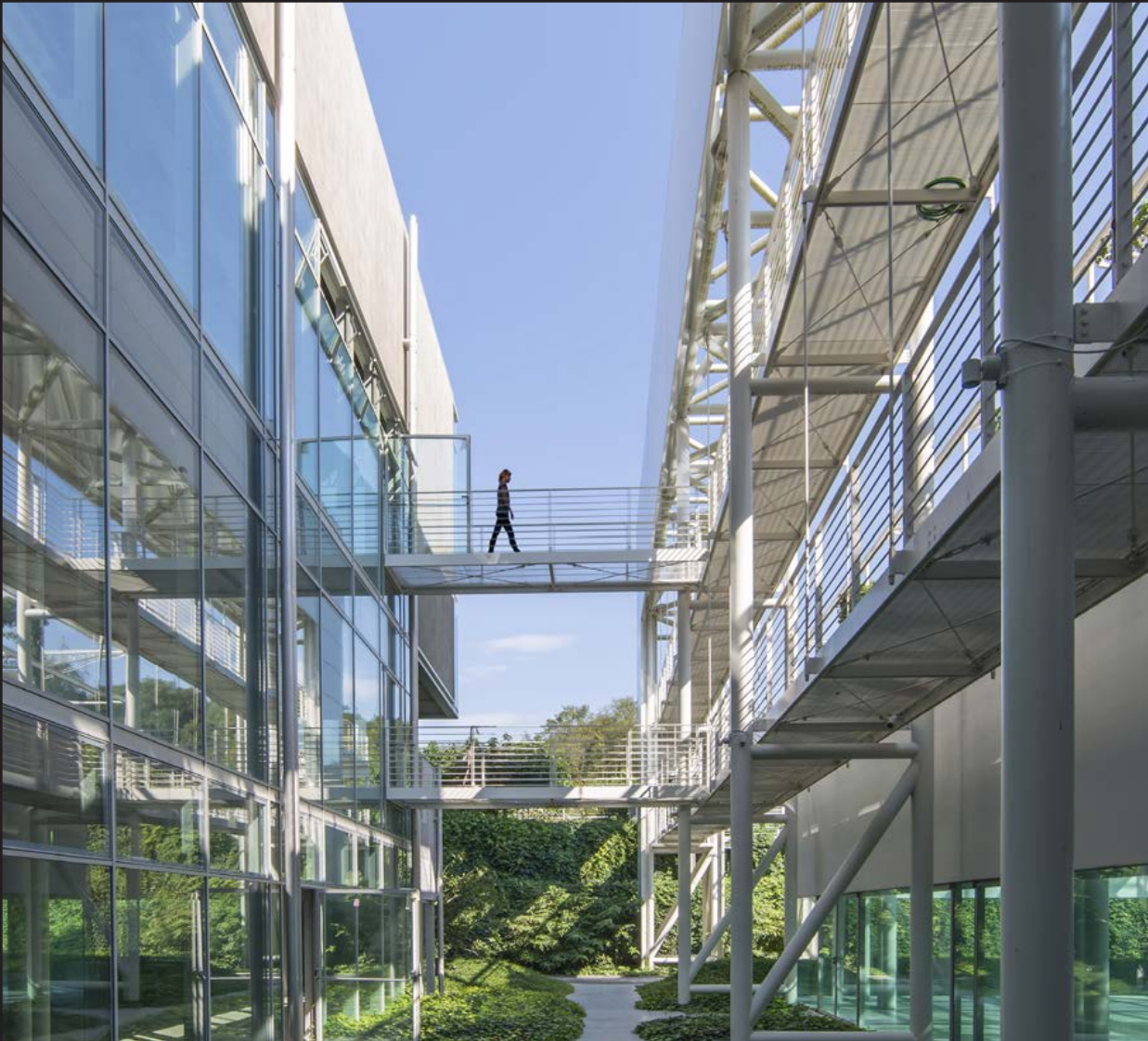
於二零二一年，經由本集團高級管理層(包括董事會成員)直接參與，Prada集團按兩項步驟更新重要性分析：

—— 識別可持續發展議題；

—— 就過往已識別的可持續發展議題而言，按其對達至業務目標(內部重要程度)的相關程度以及對符合利益相關者期望(外部重要程度)的相關程度排序。

對Prada而言，重大議題即同時對本集團及利益相關者非常重要的議題，如以下經Prada S.p.A.董事會認證的重要性矩陣所示：





得出下列結果：

- 事實再次證明最重要的方面是產品創意及品質卓越，其證實對本集團及其利益相關者而言，在整個價值鏈伴隨Prada商品的高標準品質及款式的根本重要性。由於財務穩定是追求可持續發展目標不可或缺的一環，因此業務策略及經濟表現範疇亦一同納入；
- 對本集團及其利益相關者同樣相關的是氣候行動、提升供應鏈沿線的環境及社會水平、多元化及平等機會以及職業健康與安全相關範疇；
- 尊重人權及勞工權利及採購低環境影響原材料相

關範疇對於利益相關者最為相關，顯示出利益相關者對本集團的採購常規構成壓力；

- 客戶體驗、保存專有知識及發展技能以及保育及升級藝術、文化及自然遺產對於本集團而言為最重要議題，因其代表Prada DNA的根本元素。

相比二零二零年重要性分析結果，關於廢物管理、水資源管理及循環概念的議題成為重要主題，印證本集團對環境議題的投入不斷增加。

下表載列Prada識別出的各重要主題定義，而重要主題與GRI指標之間的關連於第7章「方法附註」披露。

重要主題

環境	氣候行動	減少本集團價值鏈沿線活動相關的溫室氣體排放不僅可減輕本集團業務帶來的影響，亦可減輕在價值鏈上游及下游運作的活動方產生的影響。
	循環概念	融合本集團履行業務（例如設立期間限定店、組織時裝展及產品開發）時的循環經濟原則。
	採購低環境影響原材料	考慮到對氣候變化的影響，加上在生物多樣性及動物權益等其他可持續發展議題方面的影響，提倡採購低環境影響的原材料。
	負責任廢物管理	負責任地管理生產過程中產生的廢物，以減少整體廢物產生量並提高可回收廢物的數量。
	可持續的水資源管理	透過提倡節約用水習慣（例如回收／重用水資源）及降低污水排放影響的習慣（例如污水處理廠或在生產過程中減少使用有害化學物質），負責任地在生產過程中使用水資源。
人員	捍衛多元化及平等機會	在公司全體人員之間提倡及保證性別平等及機會平等、不容許歧視行為並確保組織具包容度，同時顧及本集團不同國籍及種族的僱員。
	保存專有知識及發展技能	投資於僱員培訓及專業發展以增強其技巧及才藝，並承傳企業專有知識。
	職業健康與安全	透過預防及保障措施，減少事故及職業疾病，以向所有工作人員確保工作場所安全與健康。
	尊重人權及勞工權利	確保尊重基本人權，尤其是為本集團業務工作的工人權益。

重要主題

供應鏈

提升供應鏈沿線的環境及社會水平

確保負責任的供應鏈管理，以改善供應商的环境及社會水平，透過參與、培訓及臨時評估將其內部準則劃一。

社區

保育及升級藝術、文化及自然遺產

投入意大利及國際文化、藝術及環境遺產的對話，鼓勵及支持前衛的文化及藝術。

業務與道德

誠信、透明度及合作

確保企業管治透明，透過保證符合法律的道德商業行為及透明稅務方針，保障本集團所有內部及外部利益相關者的利益。

產品創意及品質卓越

提供高品質且散發可勾畫集體想像的創意產品。

業務策略及經濟表現

確保本集團業務模式在經濟方面可持續發展，推動經濟增長以提升對本集團內部及外部利益相關者的間接經濟影響。

客戶體驗

透過確保產品安全及提升客戶體驗（例如利用數碼銷售渠道），從而提高客戶滿意度。

一 可持續發展風險管理

為符合香港聯交所「ESG報告指引」，Prada集團須為重要範疇界定及評估環境、社會及管治(ESG)風險的性質及程度。

於二零二一年，Prada集團就以下四個風險類別根據對於主要可持續發展挑戰的廣泛觀點，作出首次高層次及定性ESG風險（過往已識別）評估：

—— 策略風險：可對決策過程以及組織在達成使命與

策略目標方面構成不利影響的相關風險：

- 經營風險：可干擾或破壞本公司業務經營表現的相關風險；
- 財務風險：可直接影響本公司財務表現的相關風險；
- 合規風險：不遵循適用國家及國際法律（可使本集團面對法律處罰）或道德守則及內部程序的相關風險。

ESG風險評估

類別	重要主題 ¹	風險名稱	描述	風險類型	降低風險行動的參考資料
環境	氣候行動 ²	來自利益相關者及投資者的壓力	近年，投資者及外部利益相關者愈來愈關注氣候變化。就此，倘無充分披露其影響，並缺乏在價值鏈上減少溫室氣體排放的具體行動，Prada集團與競爭對手相比，獲得金融資本的機會可能減少且其地位可能削弱。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	可持續發展策略 氣候策略 負責任運用天然資源 保護所在地區
		消費者選擇轉變	時裝界愈來愈關注可持續發展議題，意味消費者的選擇受此方面影響。尤其是，千禧一代似乎偏好以低排放量原材料製造的產品。倘本公司在此議題上缺乏積極方針，消費者或會選擇轉向有能力提供較低溫室氣體排放量產品的品牌，從而導致經濟損失。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	可持續發展策略 氣候策略 負責任運用天然資源 保護所在地區
		不遵循新興法律及／或規例	歐洲正邁向於二零二零年或之前實現溫室氣體淨零排放經濟。此目標或意味著會推出愈來愈嚴謹的溫室氣體排放相關法律及規例。倘Prada未能管理氣候議題，可導致本集團應付日後潛在法律或規例時措手不及。	<ul style="list-style-type: none"> 合規風險 	可持續發展策略 氣候策略 負責任運用天然資源 保護所在地區
		將現有產品及服務替換成低碳選項	目前尚無技術能夠消除因皮革生產的畜牧而產生的溫室氣體排放，為Prada集團帶來風險。此外，另一個風險來自目前無法選擇品質及特性與皮革相同且可大規模生產的原材料。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 經營風險 	可持續發展策略 氣候策略 負責任運用天然資源 保護所在地區
		原材料供應不足	天然原材料的供應可能會受氣候模式潛在變化的影響。就中期而言，本集團採購確保業務連續性所需的原材料時可能會遇到困難，並被迫面對潛在成本上升。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 經營風險 財務風險 	可持續發展策略 氣候策略 負責任運用天然資源 保護所在地區

1 - 重要主題「保育及升級藝術、文化及自然遺產」中並無識別出相關風險。

2 - 氣候變化相關風險及機會已於二零二一年公佈的碳披露項目－氣候變化問卷調查中披露。

ESG風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	降低風險行動的參考資料
環境		極端天氣事件頻率及嚴重程度	業務及零售銷售網絡廣泛分佈在歐洲、亞洲、北美及拉丁美洲使本集團面對一些與極端天氣事件相關的風險。例如，Prada部分工業基地位於河流附近，其中部分具有水浸風險(由於海平面上升)，可能導致工廠本身受損，且員工無法進入工廠。	<ul style="list-style-type: none"> • 策略風險 • 經營風險 	可持續發展策略 氣候策略 負責任運用天然資源 保護所在地區
	負責任廢物管理	不遵循地方環境規例	未能遵守廢物管理的環境法律及規例可能會導致Prada集團受到財政處罰。	<ul style="list-style-type: none"> • 合規風險 	廢物管理
	循環概念	不遵循新興法律及／或規例	《歐洲綠色協議》(European Green Deal)包括部分與循環經濟有關的章節。歐洲循環經濟計劃作為《綠色協議》支柱之一，設想將「生產者延伸責任」概念應用於時裝界，並在產品構造中引入生態設計原則。對Prada集團而言，關鍵在於能夠以循環方式將業務調整／轉化而不損害本集團的競爭力。	<ul style="list-style-type: none"> • 合規風險 • 經營風險 	循環概念
	消費者選擇轉變	時裝界愈來愈關注可持續發展議題，意味消費者的選擇受此方面影響，尤其是考慮到千禧一代似乎偏好較低環境影響的循環業務模式。倘本公司在此議題上缺乏積極方針，消費者或會轉為偏好有能力提供符合循環經濟原則(例如使用重用原材料的物料、延長產品生命週期)產品的品牌，從而導致經濟損失。	<ul style="list-style-type: none"> • 策略風險 • 財務風險 	循環概念	

ESG風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	降低風險行動的參考資料
環境	可持續的水資源管理	水資源供應不足	倘Prada集團經營所在的地理區域存在與水資源壓力相關的問題，則可能會出現嚴重問題，尤其是對於在生產過程中大量用水的工廠而言。	• 經營風險	負責任運用天然資源
		不遵循地方環境規例	Prada集團在生產過程中使用化學品(例如用於皮革加工)，因此有關排水的環境法律及規例可能意味存在違規風險。同時，考慮到排水管理不力亦可能對Prada經營所在地區產生影響，因此存在重大聲譽風險。	• 合規風險	負責任運用天然資源
	採購低環境影響原材料	可持續的原材料供應度低	近年來，Prada一直致力於提高產品中所用的可持續原材料比例。然而，大規模採購可持續原材料可能十分困難。因此，當本集團出面宣佈採購可持續原材料的定量目標時，如未能實現相關目標，可能會破壞聲譽。 此外，在物色可持續原材料時面對的任何困難均可能導致高度依賴少數供應商，從而降低本集團的議價能力並可能增加生產成本。	• 策略風險 • 經營風險 • 財務風險	負責任運用天然資源
		運用可持續發展原材料相關漂綠	Prada集團承諾以可持續的替代原材料取代傳統原材料，其可能涉及原材料採購風險，因考慮到環境可持續發展所有方面(例如：氣候變化、耗水量、生物多樣性等)，相關原材料的有效可持續性或不優於所取代的傳統原材料。	• 策略風險	負責任運用天然資源

ESG風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	降低風險行動的參考資料
供應鏈	提升供應鏈沿線的環境及社會水平	供應鏈沿線不遵循環境常規及標準	本集團部分供應商(例如製革業供應商)營運所在的行業對環境影響重大。此外,皮革供應鏈亦有森林砍伐的疑慮。Prada與違反環境規例或被指控推進森林砍伐的公司的聯繫(即使是間接聯繫)對本集團而言為重大聲譽風險。	• 策略風險	行業策略 負責任供應鏈管理
		供應鏈沿線不遵循社會常規及標準並潛在違反人權	Prada集團的供應鏈非常複雜,通常由多層外判組成。本集團供應鏈中任何違反人權的個案,包括健康與安全問題,均對本集團構成重大聲譽風險。	• 策略風險	行業策略 負責任供應鏈管理
		供應商不貫徹Prada的可持續發展策略	Prada集團的可持續發展策略及其目標須靠所有供應商合作方能實現。未能與供應商合作可能會阻礙達至本集團制定的可持續發展目標。	• 策略風險	負責任供應鏈管理
人員	尊重人權及勞工權利	不遵循人權準則	Prada集團在多個國家經營,在其中部分國家,緊守當地法律可能不足以保證尊重工人基本人權。考慮到Prada集團的媒體曝光率,經營之中不尊重人權會構成聲譽風險。	• 策略風險	工人健康與安全及尊重人權
		保存專有知識及發展技能	難以吸引及挽留合資格僱員	Prada集團的成功取決於吸引和挽留主要企業職能部門合資格人才的能力,無論是管理職位或是數量更多的營運職位方面。離職率高代表Prada集團存在喪失競爭力的風險。	• 策略風險 • 經營風險

ESG風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	降低風險行動的參考資料
人員		流失企業專有知識	發展技能是Prada成功的基本元素，因此，公司「知識」跨代承傳乃為根基。未能將工匠技能傳授給新一代可能會削弱本集團構造優質產品的能力。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 經營風險 	Prada學院及技能發展
	職業健康與安全	不遵循健康與安全法例	未能遵守有關職業健康與安全管理的法律及規例可能會導致Prada集團受到財政處罰。此外，工作場所發生事故會對本集團構成聲譽風險。	<ul style="list-style-type: none"> 合規風險 	工人健康與安全及尊重人權
業務及道德	捍衛多元化及平等機會	發生歧視事件	促進多元化、平等及包容是Prada集團的基本元素。工作場所內外任何歧視事件均可能對Prada集團構成聲譽風險。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 	捍衛多元化及平等機會 多元化與包容性諮詢委員會
	產品、創意及品質卓越	消費者選擇轉變	消費者(尤其是新一代)的需求愈來愈挑剔。這意味著Prada集團可能無法預測趨勢並回應消費者的品味轉變。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	價值創造
		產品健康與安全相關風險	Prada集團的產品必須符合嚴格的健康與安全標準，並遵守Prada經營所在的所有國家現行相關規例。部分供應商在製造過程中使用危險化學品，可能對消費者構成健康與安全風險，並且違反本集團的監管標準。	<ul style="list-style-type: none"> 合規風險 	產品責任
客戶體驗	錯判消費者期望	難以識別、理解及回應消費者對服務及銷售渠道不斷變化的期望。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	價值創造	

ESG風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	降低風險行動的參考資料
業務及道德	業務策略及經濟表現	外部宏觀經濟風險	奢侈品市場的表現受個人消費傾向及整體經濟的影響。Prada集團經營所在的一個或以上主要國家或全球出現不利經濟或監管、社會及政治變化，均可產生負面經濟後果。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	價值創造
		誠信、透明度及合作	不遵循社會經濟、貪腐或稅務議題相關法律及規例	與不道德業務行為相關的風險以及不遵守適用於Prada集團的各種規例可能會為本集團帶來重大聲譽風險，並使其面臨潛在財政處罰。	<ul style="list-style-type: none"> 合規風險
	誠信、透明度及合作	網絡安全相關風險	在發生網絡攻擊和違反歐洲隱私規例(GDPR)的風險時，難以保護敏感的公司數據或消費者個人數據。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 合規風險 經營風險 	產品責任

近年，利益相關者對環境、社會及管治可持續發展的期望以及國家及國際立法進展均強烈刺激Prada集團的非財務表現。同時，由於本集團的經營環境複雜，因此仔細的ESG風險評估對於確保長期穩定發展及保障

公司聲譽而言均至關重要。

就此，Prada集團承諾將相關風險評估納入業務策略，對於利益相關者要求增加透明度及問責程度而言，其乃息息相關的必要活動。



一 可持續融資

Prada集團是奢侈品行業中首個簽訂「可持續發展掛鉤貸款」的集團，其為附設機制的金融信貸額度，當中一達到可持續發展範疇的定量目標後，利率將會降低。

Prada集團於二零二一年簽訂兩筆同類貸款，最近一筆於七月與意大利聯合聖保羅銀行(Banca Intesa Sanpaolo)簽訂，再早前於二月則與裕信銀行(UniCredit)簽訂。

兩筆信貸額度均與以下KPI掛鉤：

- 生產廢料再生及再轉化；
- 自製能源比例上升。

就第一個目標而言，Prada集團最近在工業範疇投資，尤其是在生產過程中最細緻的階段，減少服裝、皮具用品及鞋履的生產浪費，同時有效地管理其收集和處置。本集團現致力於將該等廢料轉移至第三方，供其引入其他生產週期。

就能源範疇而言，根據本集團的氣候策略，繼續在工業

及企業場所建造光伏系統的投資計劃，以確保於二零二一年至二零二五年期間每年增加千瓦時的產量。這些介入措施大一部分將集中在意大利托斯卡納的生產和物流基地，目的是使該地區的建築群可在能源方面近乎達至自給自足。

在該兩筆信用額度之前，首筆為二零一九年與Crédit Agricole Group的貸款，而第二筆為於二零二零年一月與日本瑞穗銀行的貸款。

首批相關貸款與達至以下相關項目類似目標掛鉤：

- 獲授LEED黃金或白金級認證的店舖數目；
- 僱員培訓時數；
- 使用Prada再生尼龍生產產品。

所有營運均在企業策略中完美融入更廣泛的可持續發展框架。所有貸款目標的實現均須由獨立第三方進行年度審查。

「可持續發展是當今普世認同及共享的價值，對金融界亦然。對我們及所有公司而言，這對實現可持續經濟的日漸遠大目標產生了重要的刺激作用。我們很自豪能夠成為奢侈品行業中首批踏上這條道路的參與者，並於現今被視為業內典範。」

Alessandra Cozzani

Prada S.p.A. 財務總監

3 — 負責任管理 二零二一年摘要

強大的
垂直整合業務模式

23處
工業設施

嚴格控制供應鏈

81%
本集團工業供應商位於意大利

55%
本集團工業供應商已與本集團合作逾10年

多年來將可持續發展融入業務及與利益相關者保持公開透明對話的重要性愈趨明顯。Prada集團意識到可持續發展為思考與營運方式，證明其策略及營運流程經得起時間考驗，在日益複雜和充滿不確定因素的社會和市場環境中，Prada面對挑戰，不斷尋求並把握機會以滿足

利益相關者的期望，尋求長期經濟發展。

Prada集團的承諾亦延伸至創造、發展及加強其業務所在社區的社會及環境可持續發展的合作關係，因為其被視為包容性長期發展必需因素。

—「過往多年，源自Bertelli先生的意念，我們的生產運作愈趨茁壯。我們深信所做一切已是最好，因此持續投資於我們的資產與人才——工廠內的大師。」

Massimo Vian

Prada集團生產總監

— 行業策略

Prada集團的競爭優勢亦源於其與眾不同的製造傳統，而此乃透過建立生產場所、逐步擴展製造技術以及加強控制供應商網絡而達成。

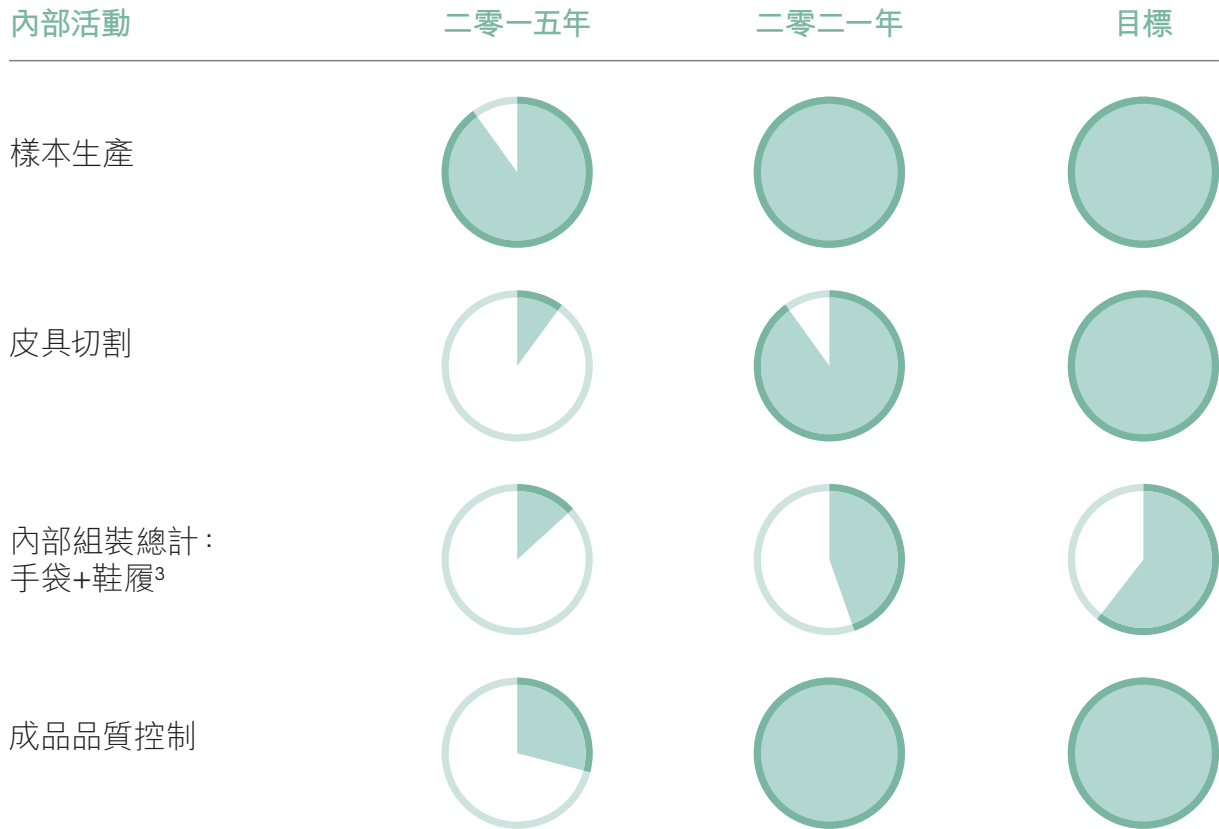
近年來，受惠於二零一九年起逾80百萬歐元的投資，Prada集團的行業策略專注於強大的供應鏈垂直整合、將生產流程敏感階段逐步內包以及獲取關鍵的能力。公共醫療緊急事故造成的破壞明確突出所作的製造選

擇的好處，因為為競爭愈來愈取決於對急速市場變化的反應速度及商業模式的適應能力。

Prada集團一直使用精心挑選的龐大外部供應商網絡並與之長期合作，以確保靈活性及可獲得額外資源。同時，本集團依靠高度自主權，其對於突發業務放緩至關重要，疫情大流行初始階段正是例證。

事實上，Prada集團多年來一直在內部構造所有原型，其要歸功於增加設施及一項重要的招聘計劃，並於過去幾年先後逐漸將皮革切割階段以及手袋和鞋履組裝流程內包。對原材料和成品的控制現時亦在內部處理。

內部生產(%)



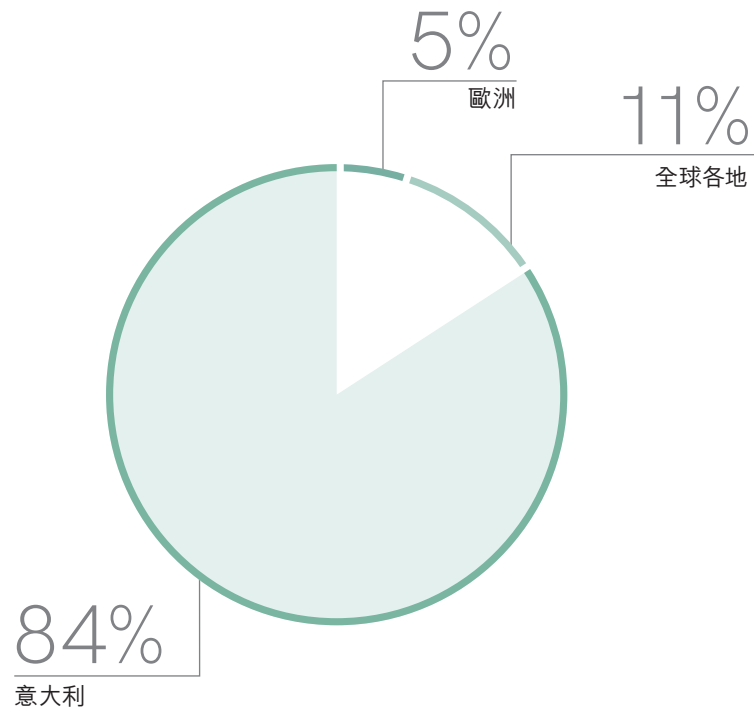
垂直整合及內部化有效確保更進一步控制價值創造，而即使從可持續發展角度來看，其亦是極其重要的一環，不僅對於流程，還有尤其是在負責任供應鏈管理方面而言。

由於近年來的工業供應鏈挑選程序加快，本集團與最佳

供應商合作，而其本身在業內為領導者及基準。在大多數情況，這些都是經過嚴格挑選過程後建立及維持的長期關係，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穩定互動的長期關係，其對共同發展亦至關重要。

³ 不包括RTW及皮具配飾。

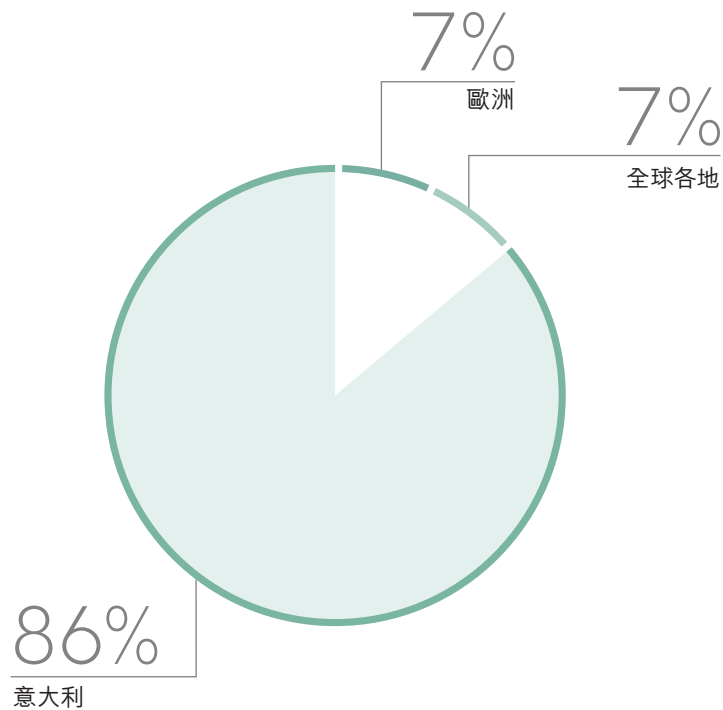
原材料 供應鏈地點



Prada集團在國際市場上的驕人成就植根於意大利，始於其供應鏈。於二零二一年，本集團向大約470家供應商⁴購買原材料，其中84%位於意大利，約5%位於其他歐盟國家，餘下11%位於其他非歐盟國家。大部分情況

之中，彼等均為長期合作夥伴：其中略高於61%與本集團已合作逾10年，另有約18%與本集團已合作界乎5至10年。

半製成品 供應鏈地點



⁴ 就此分析而言，僅計及於二零二一年採購額逾30,000歐元的原材料供應商。

在外判方面，Prada集團亦因堅持秉承意大利傳統經典手工藝而表現出眾；事實上，於二零二一年，本集團與約370家製造供應商⁵合作。約86%製造供應商位於意大利，約7%位於其他歐盟國家，餘下7%位於非歐盟國家。在這些製造供應商中，約47%與本集團已合作逾10年，另有約24%與本集團已合作界乎5至10年。本集團每天與供應商一同工作，務求不斷改進和學習，關係建立在互信基礎上。

整體而言，本集團約81%工業供應商位於意大利，其中約55%與Prada集團合作逾10年；Prada一開始的策略選擇已將供應鏈紮根於製造業所在地區，並一直被認為是競爭優勢，獲世界各地稱許為卓越之舉。

一 負責任供應鏈管理

一如預期，對Prada集團而言，挑選供應商不僅是為達至最高產品品質標準的根基，亦是創造長遠價值的基礎。事實上，本集團一直透過合作及透明方式與供應商攜手在工作場所推行工作、健康、安全及環境標準，並因而傳遞其高道德標準。

合作有助長遠關係並基於定期交易，以共同經歷成長及秉持共同策略目標，降低違反本集團道德守則及現行規例的風險。

另一項基本因素為Prada集團供應鏈的相近度：為控制及管理風險，位置相近有助Prada持續進行監察活動，甚至可每日監察主要供應商。

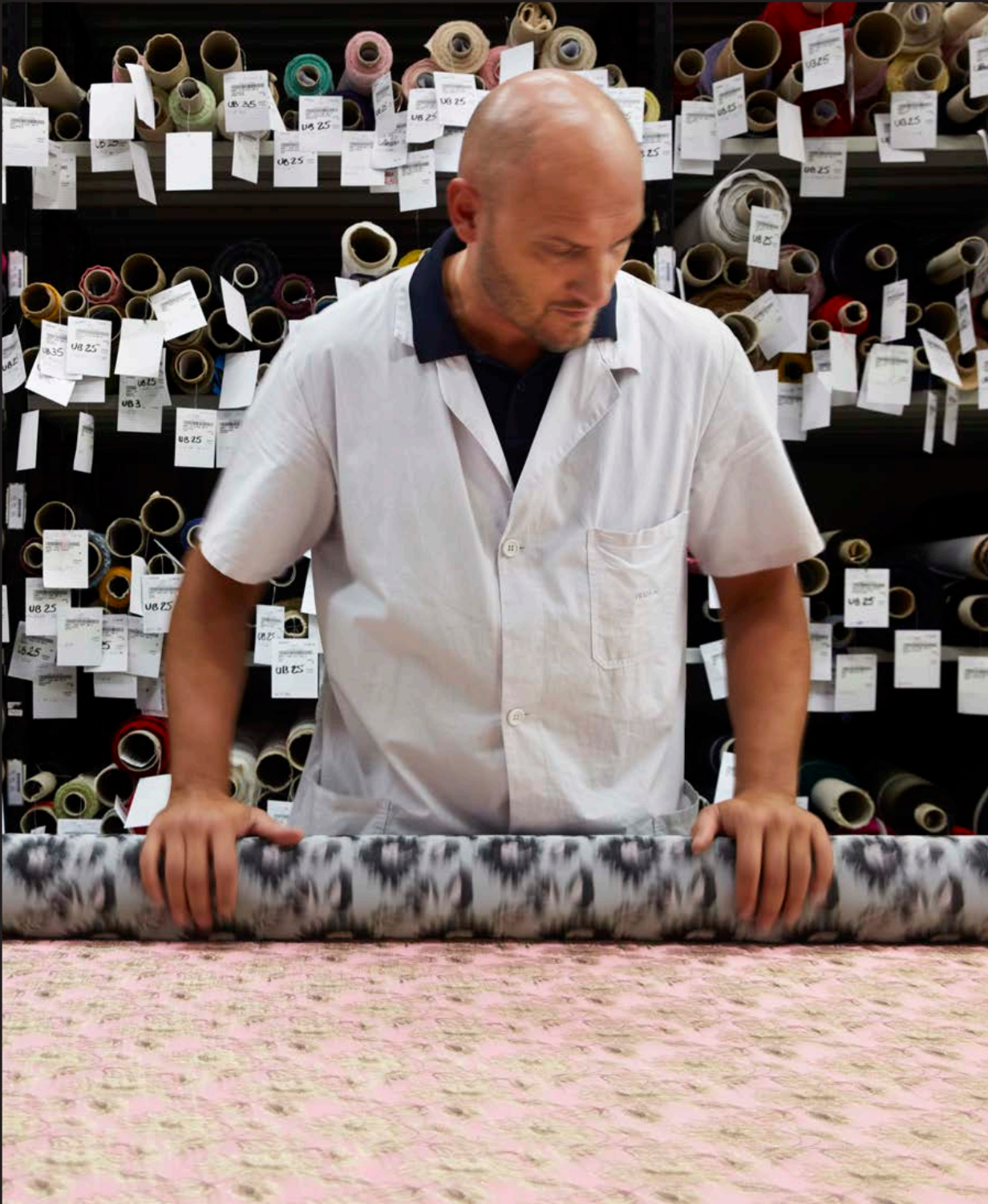
意大利的供應鏈位置亦對僱員工作環境屬重要，由於其受現行集體談判協議所規管。意大利集體談判安排(CCNL)補充法律並由工會及公司代表聯盟於國家層面訂明。CCNL按薪酬及監管條文規管所有工人權利、保障及義務，例如保證最低工資、工時、假期、資深員工政策、超時工作待遇，假日及夜間工作(相關薪酬增加)、試用期及離職通知期長度、病假、產假、緊急事假以及紀律守則。CCNL每三年協商及更新，因此可使薪金及監管調節與意大利經濟及立法改變步伐一致。

過去數年，Prada致力提升對工業供應鏈更負責任管理採購架構的意識。為此，於二零一七年初，本集團採納「合資格供應商名單」程序，以重新界定評估供應商道德、技術及經濟可靠性所需的責任及營運準則。如採購政策所載，該份名單為開展及維持供應關係所需監控的一部分，要求藉額外查核及問責制減低違規風險。

有關道德問題，供應商資歷認可及維持乃透過要求文件、證明及自我聲明書確認，以確保供應商遵守有關酬金、社會保障、稅項、職業健康及安全、環境、隱私及管治模式的法律。最後，必須簽署道德守則以與Prada合作。

有關資料資產進行系統性一級及二級控制，包括中期控制，確保資料為更新、真實及一致。有關控制涉及文件

5 - 就此分析而言，僅計及於二零二一年採購額逾30,000歐元的製造供應商。



— 對Prada集團而言，挑選供應商不僅是為達至最高產品品質標準的根基，亦是創造長遠價值的基礎。

及由各項議題專門的採購架構或業務範疇進行，亦於潛在危險、違反或異常情況通知後進行；在此等情況下，程序涉及額外分析、目標控制或即時與涉及方會面。

有關程序初步適用於製造範疇的供應商，現時一直於工程及物流供應商中推行，並逐步延伸至其他業務範疇。

儘管Prada集團認為整條直接供應鏈的違規風險屬低，惟歸功於其地理位置以及所建立關係年期及質素，得知一級供應商採用外判，及有關外判的聲譽及法律風險（包括侵犯人權條款）。綜上，於二零一九年，本集團內部成立了工作小組，專門於收緊對供應鏈的控制，並回應採購及生產慣例透明度及問責的需求增長。本集團其後於二零二零年制定指定程序的調查活動。

工作團隊包括行政、職業安全、合規及人力資源職能的代表，並協助生產部經理監控供應商及／或分供應商處所、審閱文件及查核是否遵守本集團的道德原則及妥為應用勞工、稅務、職業安全及環境規例。

調查計劃包括風險評估，由各個經理進行第一階段，亦按供應及外判的工業供應鏈組成而進行，各個經理或負責第二級別監控的職能於合資格供應商名單程序規定的定期檢查中偵察的任何關鍵問題。

於為期六個月的時間表後，調查中進行的分析，完成過往階段進行的其他監控及合資格供應商名單程序預測的控制，因而加強對工業供應鏈的控制，確保遵守道德守則及現行規例。

調查結果乃向各個經理匯報，以編製違反或部分違反準則標準時的糾正行動計劃（改正計劃），供應商必須於

一段時期內因應所發現違規而實施各有不同的所識別糾正行動。倘嚴重違反，或供應商未能確保於預定時間內得出正面結果，會評估中止供應商關係。

自二零一九年起，目的為將供應鏈監察及管理引入至本集團的卓越水平，意大利為工業供應鏈植根的最重要部分，在意大利運作的工作小組專注於全部三個工業分部的一級及二級供應商：皮具、鞋履及衣服。

於二零二零年及二零二一年，衛生緊急事故放慢了管控活動，惟在工作條件允許下盡快繼續覆蓋大量供應商。於二零一九年至二零二一年三年期間，有關Prada集團道德標準涉及175名供應商並由於嚴重違規而中斷30個供應關係。

整體上，有關調查有效確認生產部經理所注意到的問題；大部分問題均於外判層面發現，而皮具用品部的問題較其他分部多。由於一級供應商確認Prada集團近年來的精簡決定效率，故更鼓勵管控一級供應商。

外判關係中發現的違反按合約情況及實際工作時數計主要有關社會保障及稅務方面、工作場所、職業安全及所僱用勞動力。

於二零二二年，管控供應商活動將會持續以盡快及有效監察並減輕供應鏈管理相關風險。

最後，自二零一六年起，Prada集團刊發聲明說明其遵守英國立法機構的《二零一五年現代奴役法案》，採取措施確保組職內及供應鏈杜絕任何形式的現代役奴、強逼勞動及販賣人口行為。



SHOE

M16164/AU
60MMB

一 商標保護

Prada集團積極保護其無形資產。本集團設有專門負責知識產權的特定內部部門，向主管當局登記其商標、設計、專利及域名，並採納全球各地預防及維護措施，以保護其於所有線上及線下渠道的知識產權。

Prada集團定期監察第三方辦理的註冊程序及任何可能對商標、設計及域名（與其本身特色標誌及產品相同或可能混淆）作出的挪用行為，並透過主管機關採取適當行動處理任何違反情況。本集團日常與意大利及國際海關機關合作阻截贗品進口市場，並由警方及稅務機關充公市場上的偽冒品、重建分銷及生產程序，以及將負責人及組織繩之於法。為求達致此目標，本集團將相關資

料與有關機關分享，並參與關於本公司品牌及產品的培訓活動，使有關機關可處理各種情況，有效打擊偽造活動及犯罪主腦組織。

本集團亦與主要協會合作，如INDICAM、the Italian Association for the Protection of Intellectual Property、the Union des Fabricants及Quality Brands Protection Committee (QBPC)，令各機構、公眾人士及消費者關注有關事宜。Prada集團監察知識產權立法的發展，並就打擊非法假冒活動建立新立法工具，就此積極向商標擁有人進行諮詢。

本集團繼續監察《數碼服務法案》的監管進程，認為至關重要的是，歐盟認同數碼平台及網上營運商承擔更大責任，目的為公司及用戶提供一個更安全的環境。

本集團對互聯網亦進行更準確監察，以反擊在網站、電子商務平台及社交網絡上的贗品推廣及銷售。近年來，Prada集團協助由「Guardia di Finanza」、國際刑警組織及歐洲刑警組織統籌的重大國際行動，將有關非法宣傳銷售贗品的數以百計網站及數千社交媒體賬戶的資料分享，有助於識別犯罪網絡並移除侵權登記項目。

透過與各機關的緊密合作，單是二零二一年，Prada集團進行的全球打擊偽造活動，在線下市場沒收超過482,000件贗品、刪除220,870個未經授權廣告、撤銷超過3,200個含有非法內容網站，以及移除100,000個以上的社交媒體帖文。





一 產品責任

產品質素和客戶健康與安全是Prada集團製作流程的核心。產品必須達到統一品質標準，並符合產品銷售所在的逾70個國家所有現行規例。

為達至目標，本集團僱用具最少十年經驗的技術人員，由物料採購至完成階段嚴格監控制作過程所用的每項物料。技術人員定期到訪原材料供應商及承辦商的製作場所，以評估其過程、貨品質素及工作場所整體環境。

在這些監控及引導活動範圍內，自二零一四年起，Prada集團已編製及更新一份限用物質清單（簡稱「RSL」），以限制產品中出現化學物。於二零一六年，Prada再進一步，將RSL所列限制與意大利國家時裝商會（「Camera Nazionale della Moda Italiana」(CNMI)）所認可、方式更嚴格及更主動的《服裝、皮具、鞋履及配飾生態毒理學要求指引(Guidelines on eco-toxicological requirements for clothing, leather goods, footwear and accessories)》看齊。這些限制屬國際慣例中至臻完善的規範，旨在確保達至比全國及國際法律所載最嚴格化學安全標準更高的水平。Prada集團原材料、包裝材料及生產服務供應商均已收到本集團的RSL，並逐步接納及簽署清單：自二零一六年起，72%採購量根據此程序進行，於

二零二一年或之前，有關Prada外部工業供應商採購量100%達RSL「主動」水平，惟100%工序亦於本集團製作場所進行。

擴展RSL範圍對改善本集團生產週期可持續性至關重要，正如Prada對CNMI化學品計劃所作的持續承諾，為此Prada已深入研究在製作過程及其他事務應用有關指引。於二零二一年繼續與CNMI合作，舉行了多次會議，旨在落實及頒佈化學委員會(Chemicals Commission)於二零二零年開展的活動「良好製造規範－於時尚製造供應鏈使用化學品的指引(Good Manufacturing Practices－Guidelines on the use of chemicals in the fashion manufacturing supply chain)」，當中Prada積極參與化學委員會。意大利生態轉型部倡儀了該文件，加入往年披露的產品及產品流程中化學品使用的指引。

為確保遵循RSL，Prada集團不僅要求每名供應商提供認證及測試，亦透過認可實驗室抽查所有採購材料，利用額外內部控制程序監督遵循指引的情況及供應商認證。

於二零二一年，並無錄得不符健康與安全規例的個案，二零二零年亦無相關個案。同時，於二零二一年及二零二零年，並無錄得資料及／或標籤不符規定的個案。

— 於二零二一年，並無錄得不符健康與安全規例的個案，二零二零年亦無相關個案。

4 — 關注地球 二零二一年摘要

53%

在全球層面購買的
能源屬可再生

13座

自有光伏電站

3項

LEED
認證大樓設計及建設

57項

LEED
室內設計及建設

81項

LEED
運作及保養

89%

獲認證或循環再用紙張包裝

Prada集團認為環境保護十分重要，一直實踐及培養促進可持續長期增長的高尚行為，同時作為整個行業良好常規的範例。

本集團在可持續政策內強調這項承諾，其為Prada集團可持續發展策略一大支柱，主要目標是減輕Prada對氣候變化的影響⁶、保護生態系統及提倡循環概念。

一 氣候策略

本集團關注時裝界對氣候變化構成的影響，作為奢侈時裝公司，我們欲構築可啟發整個業界的低碳之道。

自二零一四年起，Prada持續投資於能源效益項目及措施，旨在減少能源消耗及溫室氣體排放，積極為全球抗衡氣候變化的目標帶來貢獻。具體而言，已在生產基地、公司總部及零售空間以不同程度推行眾多項目。其中，最為相關的是：

- **更換照明系統項目**：本集團自二零一四年起著手處理重要項目，將店舖照明系統更換為LED技術，因此早於二零一八年已全面更換所有店舖照明。相比以往使用的技術（螢光燈和鹵素燈），可直接及間接節省大量能源；此外，由於LED燈泡壽命較傳統燈泡為長，因此亦可減少棄置廢物。
- **光伏系統**：Prada於二零一五年開始於生產場地安裝光伏系統，當中大部分安裝在意大利生產基地的天台。
- **LEED**：Prada於二零一六年起為部分資產展開LEED（領先能源與環境設計）認證程序，以提升能源效益。
- **綠色電力**：Prada集團於二零一七年簽訂合作關係，開始在意大利境內及在全球層面向具有源頭保證（Guarantees of Origin, GoO）的可再生來源購買電力。
- **節能盒計劃**：Prada於二零一七年起展開長年投資計劃，以改善工廠、辦公室及店舖的能源消耗。計劃包括安裝萬用表，透過各期間的準確比較，持續監察及分析消耗資料。

二零一九年溫室氣體清單計算 – 基準

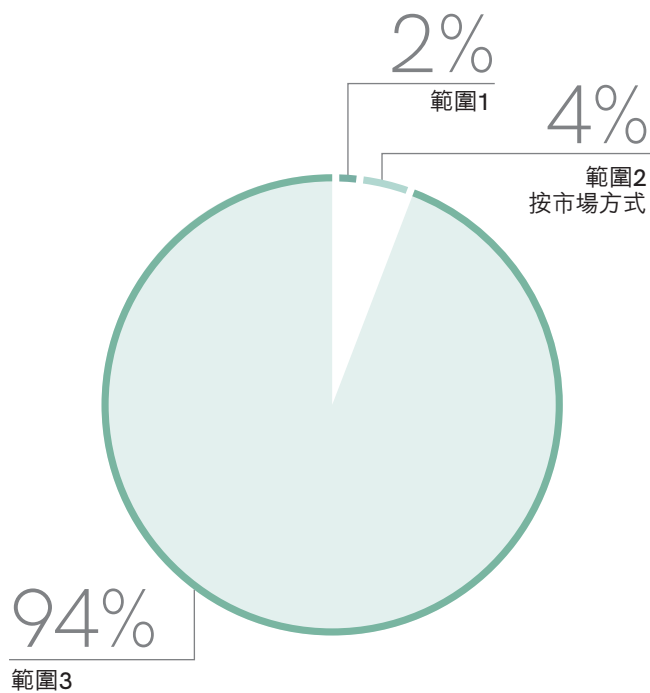
針對氣候變化，為採取更全面及更有策略的方針，Prada集團自二零二零年起決定計算本集團首批溫室氣體排放清單，按二零一九年參考年度（基準）計算直接與其活動有關的排放（範圍1及2）以及來自價值鏈上游及下游活動的排放（範圍3），以識別整條價值鏈內對氣候影響最大的範疇。

6 - 根據聯合國定義，氣候變化指地球溫度上升引致的長期天氣模式變化。自一八零零年代起，隨著工業化進展，人類活動成為地球溫度上升的主要驅動因素，主要因為燃燒化石燃料（例如煤炭及油氣）產生溫室氣體排放。

Prada集團溫室氣體清單 (噸二氧化碳當量)

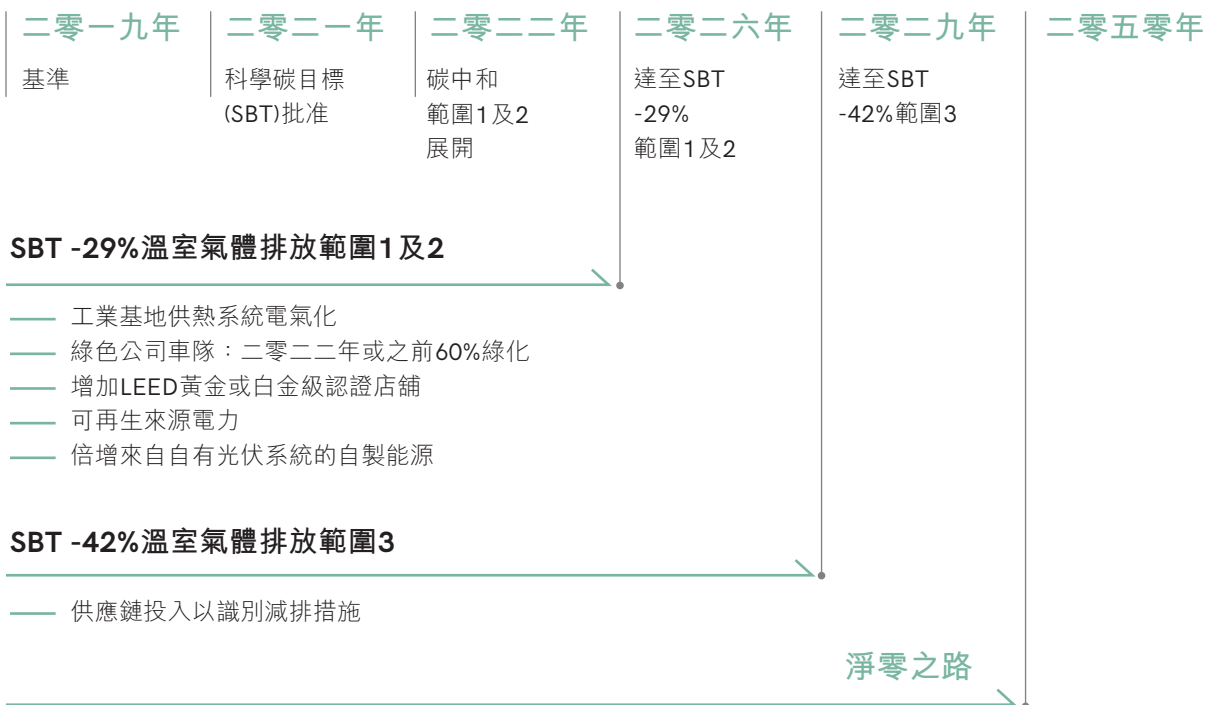
二零一九年

範圍1	8,353
範圍2	
按地點	38,773
按市場	19,506
範圍3	418,748
3.1購買貨品及服務	296,715
3.3燃料相關活動	4,665
3.4上游運輸及分派 ⁷	75,096
3.5經營中產生的廢物	2,316
3.6商務旅行	4,722
3.7僱員通勤 ⁸	20,631
3.8上游租賃資產	14,602
按地點方式計算的溫室氣體總排放量	493,734
按市場方式計算的溫室氣體總排放量	446,607



7 - 指成本由組織支付的進出物流活動。估計數據為38%。
8 - 估計數據為30%。

Prada集團氣候策略



工業基地供熱系統電氣化

達至《歐洲綠色協議》零排放目標其中一個主要驅動因素為將消耗電氣化，加上將可再生能源納入國家能源組合，將有機會大幅減少排放。

3處基地

二零一九年

早於二零一九年，三處工業基地已無使用天然氣作供熱用途。具體而言，Scandicci生產廠房及Montegrano貨倉設有整套電力系統作供熱用途，而Piancastagnaio生產廠房設有地熱系統。

6處基地

二零二一年

二零二一年或之前，位於Arezzo的生產廠房及Levanella的貨倉再添兩項介入措施，將供熱系統轉為電能，而天然氣僅為後備能源。此外，新物流中心設有地熱系統。

未來

Prada持續尋找機會將現有資產電氣化（如技術許可），並將新建工業基地消耗電氣化列為優先事項。



— 於二零二一年十二月三十一日，Prada集團擁有13個光伏系統，涵蓋整體工業電力所需9%。



可再生來源電力

Prada集團於二零一七年簽訂合作關係，開始在意大利境內及在全球層面向具有源頭保證 (Guarantees of Origin, GoO) 的可再生來源購買電力。更深入而言，本集團在意大利、美國、英國、法國、西班牙、奧地利、荷蘭及瑞士購買獲認證的可再生電力。於二零二一年，所購總共54%電力來自GoO範圍內獲認證的可再生來源，免卻產生逾20,000噸二氧化碳¹⁵。Prada往後數年將集中在中國及日本等策略國家全力提高相關比例。

來自自有光伏系統的電力

於二零二一年十二月三十一日，Prada集團擁有13個光伏系統，主要安裝在生產基地。於二零二一年，Prada安裝兩個新光伏系統：一個在紐約總部，另一個在Piancastagnaio生產廠房。整體而言，本集團於二零二一年產出3,585,104千瓦時，當中2,534,187千瓦時由內部消耗，較二零一九年(2,014,207千瓦時)多出26%。在全球層面安裝的光伏電站涵蓋本集團整體所需電力2.7%，而在工業基地安裝的光伏電站涵蓋整體工業電力所需9%。

15 - 省卻的排放量按市場方式計算法計算。

範圍1及範圍2排放 (噸二氧化碳當量)	二零一九年	二零二零年	二零二一年
公司車隊	3,698	2,042	3,089
天然氣	3,243	3,164	3,017
氟化氣體洩漏	1,412	1,182	1,639
範圍1總量	8,353	6,388	7,744
電力—按地點	38,773	33,429	34,044
電力—按市場	19,506	18,251	20,620
範圍1+2總量 (按地點)	47,126	39,817	41,788
範圍1+2總量 (按市場)	27,859	24,639	28,364

二零二一年範圍3排放

Prada集團於二零二一年報告年度亦計算其間接溫室氣體排放(範圍3)。本集團碳足印將於每年計算以監察減排目標進展—由科學碳目標倡議認證，最終向利益相關者達至更高透明度。

如二零一九年，二零二一年範圍3排放主要來源為購買貨品及服務(73%)、上游運輸及分派(14%)以及上游租賃資產(5%)。相比基準，收購Filati Biagioli Modesto S.p.A.少數股東權益後，投資相關的排放增加；尤其

是，Filati Biagioli購買的電力及燃料所產生的溫室氣體排放已按比例納入。由於該公司100%由經認證可再生電力供給，相關排放所佔(56噸二氧化碳當量)非常有限。相比二零一九年(基準)，範圍3排放錄得大幅收縮(-32%)，主要由於類別1減少(-30%)以及由於二零二一年整體生產量下降及(尤其是)減少購買皮革。本集團透過供應鏈直接參與，於中短期內致力實踐實際行動以減少範圍3排放。

範圍3排放 (噸二氧化碳當量)	二零二一年
3.1購買貨品及服務	206,399
3.3燃料相關活動	8,440
3.4上游運輸及分派 ¹⁶	41,206
3.5經營中產生的廢物	843
3.6商務旅行	1,045
3.7僱員通勤 ¹⁷	12,190
3.8上游租賃資產	14,025
3.15投資	56
範圍3總排放量	284,204

16 - 就此項目而言，數據估計為36%。

17 - 為計算此項目，曾向Prada集團全體僱員發出通勤調查。

一 負責任運用天然資源

水資源管理

Prada集團關注到水資源相關議題日益重要，以及時裝界對原材料採購及原材料轉化工業流程的耗水量及水污染相關影響。如先前所報告，更新重要性分析後，水資源管理成為重要題目，因此，Prada首次評估製造廠房及貨倉於二零二零年及二零二一年的取水量。

本集團耗水量主要有關衛生服務及灌溉綠化地帶；處理皮革的法國皮革廠及處理針織品的意大利Torgiano製造

設施是僅有在工業流程中用水的生產基地，因此需要多重洗滌程序。

本集團承諾在工業基地減少耗水量及提升用水效益。例如，在Torgiano工廠安裝閉路多用途機以冷卻乾洗機。此外，在意大利Torgiano及Valvigna生產基地收集雨水作衛生或灌溉之用。最後，在使用地熱供熱系統的新物流中心內，會收集所換的水作衛生或灌溉之用。

整體而言，如下表所示，本集團於二零二一年的取水量¹⁸相等於273,958立方米，當中78%來自地下水（例如井水）、19%來自第三方（例如引水道）及3%來自地表水（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
總取水量	99,335	273,958

相比二零二零年報告年度（數據涵蓋工業基地總平方米75%），Prada集團於二零二一年擴大報告範圍，納入製造設施平方米90%的數據，而下個報告期間的目標為達至100%。若計及與二零二零年相同的範圍，二零二一年取水量相等於97,684立方米（減少1.7%）。

排水對於在工業流程中用水的工業基地而言特別重要，例如上述意大利Torgiano及法國的工廠。

尤其是，Torgiano基地設有污水處理廠過濾來自此基地的家用及工業用水（為8,476立方米）。在法國皮革廠，污水（為6,461立方米）排至市政污水處理廠前會先經淨化廠房處理，過濾污泥；及後政府實驗室會作出每月污水分析以評估鉻或其他有害物質含量。

18 - 於二零二一年，根據貫徹世界資源研究所(WRI)的網上資料庫「Aqueduct」，本集團工業提取92%發生在缺水地區，而本集團生產基地大部分位於Tuscany及Marche，屬於水資源高風險地區。

19 - 表內數據為淡水。



提升流程及原材料耗用

Prada集團認為，在採購及管理原材料時，不僅考慮原材料來源品質所賦予的內在價值，亦要考慮其來源地及生產過程。的而且確，保護環境及其生物多樣性為本集團增長策略的基本要素，而物色新物料一直是Prada的設計特色。

如第三章「行業策略」一段所詳述，過去幾年在工業發展作出的投資已導致多個生產階段的內包，目的是在完善原材料使用的同時將品質保持在最優質水平。

成衣、鞋履及皮具用品分部直接挑選所有成品生產中所用的原材料供應商，而其製造供應商亦運用該等原材料，以這種方式協調及監控整個生產過程。設計、產品開發及直接製作與外判製作天衣無縫配合，這種做法已屬Prada集團行業策略的鮮明要素，可確保全面控制價值鏈的關鍵階段。絕大多數原型及樣板、以及部分製成

品和最重要的生產環節，例如全部原材料及產品配飾（亦包括供應商）控制以及皮革切割，均在本集團自設設施進行。

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）。

早於二零一九年，Prada集團與反皮草聯盟(Fur Free Alliance)合作，宣佈旗下所有品牌均採取零皮草政策，以研發更創新和負責任的新物料。

Prada在製作過程中使用的物料可細分為主要物料，如皮革、布料及紗線，以及輔助物料或半製成品，如鞋底、鞋跟、拉鍊、鈕扣、線、絲帶、搭扣、夾扣及品牌名稱飾牌。

以下為二零一九年至二零二一年期間有關採購原材料的最重要資料，包括相關計量單位。

原材料	單位	二零一九年	二零二零年	二零二一年
皮革	呎	29,514,844	11,898,684	17,408,039
布料	米	4,141,910	2,911,897	4,039,425
紗線	千克	154,394	109,788	185,055
鞋底	對	1,388,294	978,927	1,436,327

上表數據顯示，二零二零年疫情大流行亦對Prada集團生產流程造成重大影響。生產活動停止及21家工廠關閉五週，使我們須就此極度異常的情況下盡力積極有效管理存貨，以配合生產進度採購原材料。於二零二一年，主要原材料基本恢復到疫情大流行前水平，惟錄得下跌的皮革除外。整體來說，於二零二一年，上述原材料的採購佔全數採購（包括配飾及半製成品）經濟價值約83%。

此外，《時尚協定》聯盟的宗旨包括使用較少影響的原材料。該宗旨同樣備受本集團的商業合作夥伴認同，並付諸實踐，加快必要的文化及技術轉型，以滿足對更多可持續替代品殷切的需求，這些替代品將日漸整合至生產流程中，以促進供應鏈更大規模的循環。

如下表所示，於二零二一年十二月三十一日，Prada集團製造2,210噸工業廢料，較二零一九年減少41%，亦源於年內繼續受醫療緊急事故影響而導致產量較低。本

集團工廠內產生的廢物主要包括紙張與紙板、包裝物料、紡織與皮革廢料。僅約1%所製造廢物屬於有害廢料，並按現行規例管理、運輸及交付至經授權棄置方。

廢物組成	量度單位	二零一九年		二零二零年		二零二一年	
		所產生廢物	棄置衍生的廢物 %	所產生廢物	棄置衍生的廢物 %	所產生廢物	棄置衍生的廢物 %
無害廢料		3,724	44%	2,202	56%	2,184	62%
紙張與紙板	噸	960	100%	683	100%	680	100%
混合包裝	噸	343	99%	284	100%	351	100%
紡織與皮革廢料	噸	619	20%	491	25%	489	44%
污泥	噸	1,297	0%	455	0%	403	0%
有機廢料	噸	14	0%	14	0%	58	8%
金屬	噸	68	100%	24	100%	41	100%
顏料	噸	2	0%	2	0%	8	0%
其他	噸	421	39%	249	47%	154	33%
有害廢料		17	6%	15	41%	26	6%
混合包裝	噸	11	8%	11	57%	11	15%
溶劑	噸	1	0%	2	0%	5	0%
顏料	噸	-	-	1	0%	2	0%
有機廢料	噸	-	-	-	-	1	0%
其他	噸	5	0%	2	0%	8	0%
總計	噸	3,742	44%	2,217	56%	2,210	61%

於二零二一年，本集團產生的廢物約61%由棄置衍生，較二零二零年(+56%)及二零一九年(+44%)穩步增加。謹請注意，從棄置中轉移的廢物不包括交往能源回收(廢物轉化能源廠)的廢物。

— 循環概念

循環原則或循環概念是Prada集團可持續發展策略的一部分。其貫穿整個價值鏈，從日益增加使用回收及再生原材料到妥善管理在替代價值鏈中為廢料找到新用途並再利用廢料。

循環概念可以從多個方面達致，其中一個就是延長產品的使用壽命。即使產品已送到終端消費者手上，Prada集團也一直為其產品提供保養服務。為此，各門店提供明確的產品保養資訊及提供售後維修服務。

提高材料耐用性的承諾不僅限於此方面；本集團已透過各種措施成功實施真正的循環策略。

Prada再生尼龍項目或許最能表達本集團循環概念的象徵：本集團決定在其尼龍產品中僅使用回收及循環再用得來的材料，否則這些物品只會被銷毀，本集團促進了在工藝各個層面上應用這個概念。在這個情況下，循環概念延伸到生產廢料的妥善回收，由於與供應商的密切合作，這些廢料可在再生尼龍生產體系中得以重新利用。

「升級再造Upcycled by Miu Miu」項目是針對現有項目進行實驗的例子，旨在向客戶帶來古著新觀念。

循環概念亦涉及Prada世界中的其他進程。例如，

Prada集團再出發項目可建立一個真正的系統，以回收用於舉辦活動及時裝展的材料，使其可重複使用。

最後，廣泛設定包裝所用的物料帶出解決方案，以減少工業配送中所用的包裝材料數量，並透過採用更加可持續的選擇來減輕對環境的影響。

升級再造Upcycled by Miu Miu

「升級再造Upcycled by Miu Miu」系列於二零二零年推出，是經過在全球各地古著店及市場中精心發掘及人手逐件挑選後，由Miu Miu回收並特別改造的首批獨家古著服飾系列，並透過與Levi's®的特別聯乘，賦予古董牛仔單品新生命，繼續培養以可持續發展為基礎的文化。

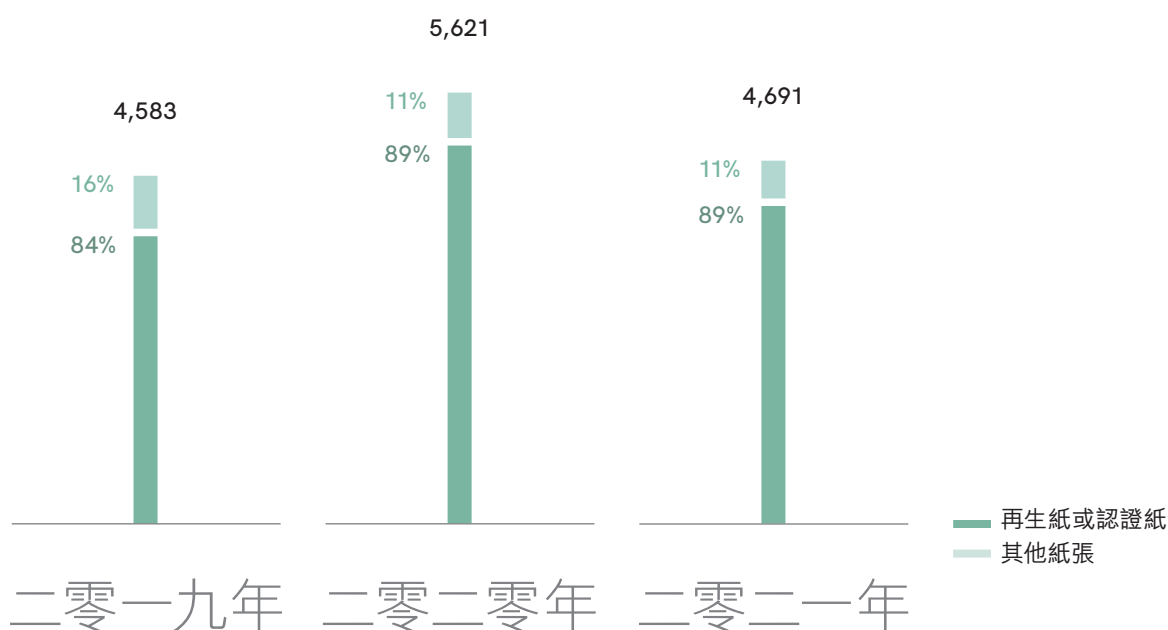
於二零二一年，項目將精心挑選的經典501®牛仔褲及牛仔外套（原為過去八十至九十年代於美國製造）細修及特別改造。經典牛仔布新系列於倫敦及上海兩家期間限定專門店登場，透過Miu Miu反傳統且濃厚玩味精粹重新演繹。



包裝：紙及塑膠

於二零二一年，在包裝方面，Prada集團在全球使用4,691噸紙，回復至疫情大流行前的消耗水平。森林管理委員會(FSC)認證的紙張及再生紙佔包裝用紙總量的89%，確認本集團對可持續性包裝的承諾。


包裝用紙量 (噸)



往年，本集團亦在成衣及皮革製品分部開展一項計劃，旨在將若干包裝物料由100%原生塑膠轉為循環再造或再生塑膠。

下圖列示產品包裝中使用原生塑膠及循環再造塑膠的百分比；於二零二一年，回收物料的塑膠佔500噸總量中的61%。(二零二零年為49%)。

— 快速轉為更為
可持續的包裝解決方案。

A photograph of a modern building with a glass facade and a metal structure. The building features a prominent metal frame and glass panels. A paved path leads through the building's courtyard, flanked by greenery and hedges. The sky is clear and blue.

—「主要策略是將建築物融入所在地區。
只有良好工作環境才能帶來優良品質。」

Patrizio Bertelli

5 — 關注人員 二零二一年摘要

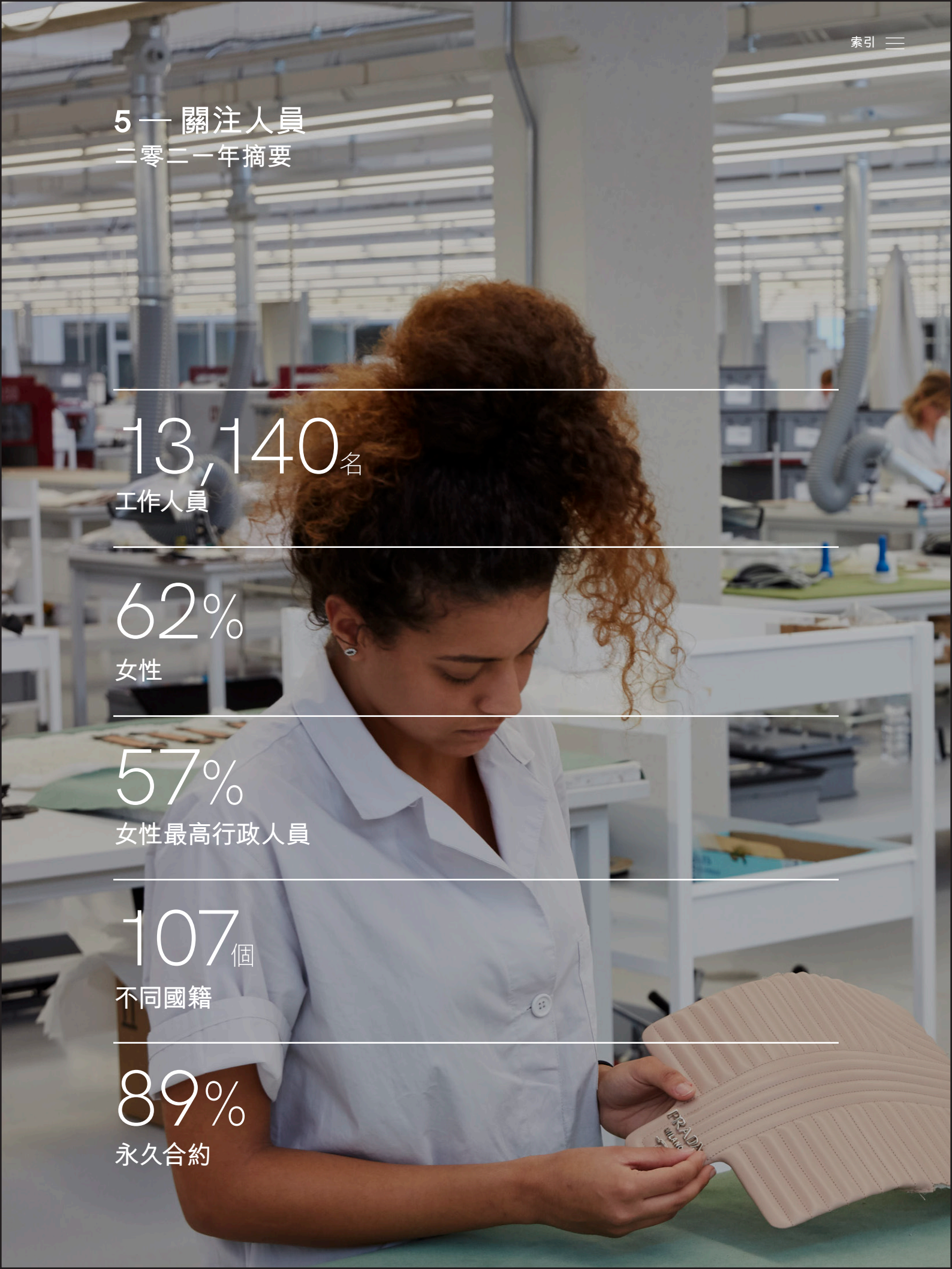
13,140名
工作人員

62%
女性

57%
女性最高行政人員

107個
不同國籍

89%
永久合約



僱員人數



按地理區域劃分的僱員

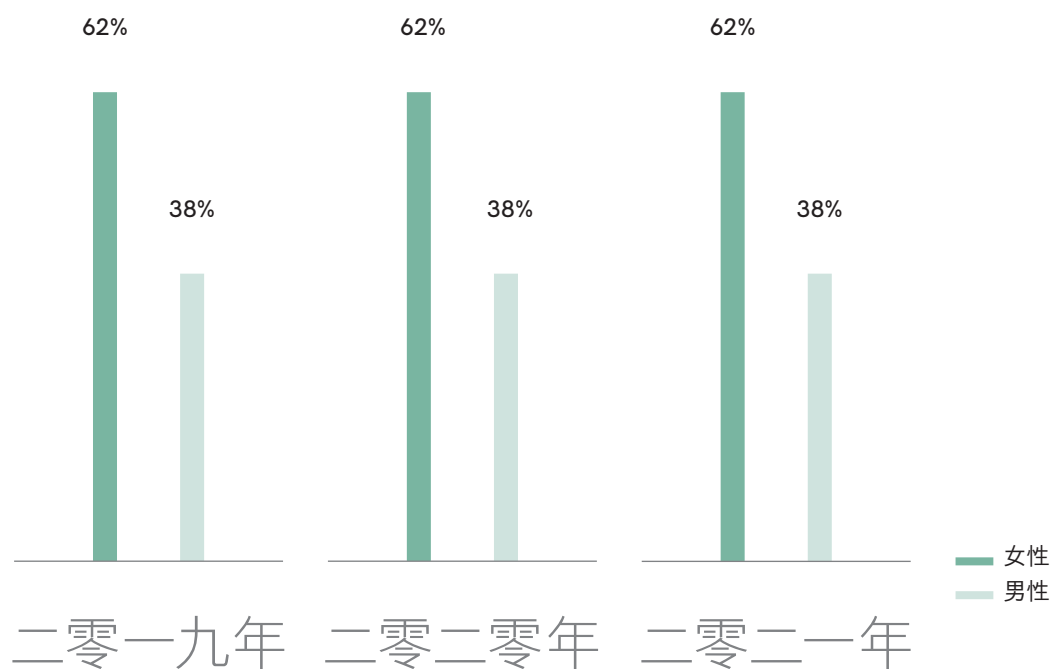


在意大利(39%工作人員位處於此)以外，工作人員最多的部分為亞太地區(23%)，其次為歐洲其他地區(20%)。

在本集團23個生產設施中的20個所在地為意大利，大

部分僱員(63%)在工業部門工作，而在635家直營店中的576個所在的其他國家，84%的僱員在零售業工作。

按性別劃分的僱員



女性持續佔工作人員一大部分，佔工作人員總數62%。

按年齡範圍劃分的僱員

	< 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%

按年齡劃分的工作人員明細顯示，於二零二一年十二月三十一日，Prada的19%僱員未滿30歲，63%的僱員年齡為30至50歲。進一步的分析顯示24%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，52%的工作人員年齡在30至50歲之間，38%則為50歲以上。



為、專長和管理領域的個人及專業具體發展需求制定內容。

於過往一年，培訓集中於加強基礎技能以支持宣揚以人為本的公司價值。在這角度上，在來自不同國家的培訓經理貢獻下共同設計嶄新的培訓計劃；內容以門店員工為目標並傳遞到全世界，從而發展有效溝通技巧以改善本集團內及與顧客的個人互動。共同創立的培訓內容乃經審慎組織以符合各國家需要，有助維持確實遵守各情況的真實溝通需求。學院亦與經理合作建立回應文化以支持其在確保組織內員工福祉的關鍵角色。

年內，學院致力就員工福利發掘更多可持續發展議題。與Prada北美區多元平等與包容團隊及集團CSR部門緊密合作，於二零二一年，學院提供兩個入門培訓項目，有關多元化及包容以及影響供應鏈管理供應的環境及社會議題。

於美國作為試驗計劃開始，自二零二二年起向本集團全體人員（不論職位）進行全球計劃擴充前，已於年內上半年向意大利的所有頂級管理層提供DE&I培訓。

於二零二一年年底以工作坊形式提供第一期可持續供應鏈專門培訓，專注於Prada集團價值鏈及整個時尚業顯現的最迫切社會及環境議題。於二零二二年亦舉辦了該課程，旨在對學習並辯論眾多業務職能所需要議題時將與人連接的精神盡最大可能觸達大部分僱員。

整體上，隨著在線上線下發展計劃以確保持續經驗，二零二一年學習與發展計劃確認培訓流程上數碼支持的上升趨勢。透過整合虛擬課室及其他平台進一步改進，本集團的數碼培訓計劃自二零一七年起讓全球全體僱員受

一年內，學院致力就員工福利發掘更多可持續發展議題。

惠電子學習內容及課程自主註冊。數碼語言培訓計劃為此演變的最新例子：於二零二零年的試驗計劃後，向全體僱員提供更多機會，以彈性及有效方式參與多個語言課程。

工業學院

工業範疇的學習路徑著重教授奢侈皮具、鞋履及服飾方面的製作知識。培訓多數在工作中、集團工廠指定區域內及意大利各處優秀技術學校中進行。

在此情況下，學院主要目的乃不斷提升僱員的技術及工藝技巧，使其工作專業能力更為爐火純青，在職責範圍內遇上新任務時亦能更靈活自在，從而可全面環顧營運程序並提升其效能。為技術人員而設的課程包括使用尖端軟件的培訓、當中Prada過往數年一直增加投資。於二零二一年，投資了3D培訓，目的為逐漸將創新工具及技巧延伸至本公司各個部門。

工業學院珍視捍衛時裝專業，視其為須承傳至下一代的國家傳統。為此，Prada集團為有意在生產行業學習技





6 — 關注文化 二零二一年摘要

3_處

位於米蘭及威尼斯的永久會址

14_項

展覽及文化項目

於二零二一年實現

38_場

米蘭藝術展及影展

由二零一五年起

13_場

線上神經科學會議

由二零二零年起

27_項

電影項目

由二零零四年起

82_項

出版物

由一九九三年起

社會變化、深層經濟危機、機構所歷困境亦以及科技進步帶來的新模式均導致愈來愈多公司採取更切合方針以提升對公民社會需求的敏感度。據此眾所周知原則，一家公司的競爭力與其經營所在社區福祉等息息相關。

Prada集團對文化(可持續發展策略最突出的支柱)的承擔乃本集團認為將活動益處推展至社會時，最自然及最接近本集團象徵的工具。

— 與藝術及文化的連結乃公司身份不可或缺的部分，亦使Prada集團了解及詮釋社會變遷，激發出新增長方式。

— Prada基金會

Miuccia Prada及Patrizio Bertelli的興致及熱誠，激發Prada集團自一九九三年起支持Prada基金會在藝術及文化範疇的活動。

Prada基金會以平台形式於米蘭構想並發展藝術展覽、建築、電影、哲學、科學及表演藝術項目。直至二零一零年，基金會在米蘭舉行了二十四場表演，向舉足輕重的國際藝術家致敬，並於意大利及海外舉辦電影、建築及哲學的其他活動。

自二零一一年起，基金會在威尼斯十八世紀建築Ca' Corner della Regina運作，並在該處舉行了九場藝術展覽及一次電影致敬實驗平台。

Prada基金會展覽項目的永久場地位於米蘭，於二零一五年揭幕，由建築師事務所大都會建築事務所(OMA)操刀設計，包括於二零二一年，由一個當代藝術家創

作並致敬一位二十世紀的藝術家的場地特定項目。藝術家藤原西芒(Simon Fujiwara)構思了「Who the Bær」項目，講述卡通角色的身份難以搜尋，有關展覽因而命名。Fujiwara的大型裝置揭示出我們日常消費的文化創造與真實雙重搜尋的悖論。Germano Celant構思了「Domenico Gnoli」回顧展，在該名意大利藝術家逝世五十年後重現他的藝術生涯及生平。該展覽透過超過一百幅畫作及大量素描畫以及大量挑選的文獻，追溯了他簡短而精彩的舞台設計師、插畫家及畫家生涯。

Deposito多功能空間座落於基金會位於米蘭的主要場地內，於二零二一年十二月首次舉辦了Riccardo Muti意大利歌劇學院(Riccardo Muti Italian Opera Academy)。觀眾可以參與以Giuseppe Verdi的Nabucco為主題的十天彩排及演唱會。音樂大師Muti開展了培訓計劃，在全球各地招募35歲以下的五名年青指揮家及五名聲樂指導。

於二零二一年，在基金會的電影院舉辦了兩個電影節「Multiple Canvases」及「Proof. Incorporated」。首個項目由藝術家藤原西芒、Peter Fischli、Goshka Macuga及Betye Saar挑選了影響其個人及知識形成的電影。於晚上放映時，電影院的移動牆壁完全啟動，創造了一個戶外放映室。「Proof. Incorporated」調查了影像新聞與電影語言之間的模擬及相應影響，查究新聞傳播方式及當代電影敘述典型混融形式的最近期演變。

於二零二一年，威尼斯分館舉辦了由藝術家Peter Fischli策展的「Stop Painting」展覽，包括了逾80藝術家的超過110件作品。該項目探索了過去兩個世紀藝術史的繪畫斷裂時刻，其永恆回歸及這種語言不斷自我更新。Ca' Corner della Regina二樓成為創作及展示「AURA | SUL TOCCARE LE COSE」的空間，其為一個由Virgilio Sieni構思並與Fondazione Archivio Luigi Nono聯手呈獻的舞蹈項目。表演於二零二一年十一月舉行，作為在威尼斯不同地方舉辦的第四屆Festival Luigi Nono alla Giudecca的一部分。自二零一六年起專為攝影而設的基金會空間Osservatorio位於米蘭埃瑪努埃爾二世拱廊其中一幢中心建築的5樓及6樓。於二零二一年，Prada基金會與蘇黎世聯邦理工學院(ETH Zurich)轄下gta exhibitions合作展現的「Sturm&Drang」展覽項目誕生。「Sturm&Drang」由Luigi Alberto Cippini、Fred Fischli及Niels Olsen策劃，探討電腦合成影像(CGI)相關應用、歷程及環境，以掀開電腦模型的複雜性及分析時下的影像製作。於二零二一年春季，在Prada基金會支持下，於日本東京青山超級旗艦店其中一層舉行另一版本「Sturm&Drang Preview Services」展覽。由相關技術範疇的藝術家、設計師及創作專家參與探索展覽主題的線上授課計劃，並載於基金會網頁。

二零二一年，Prada基金會進一步推展針對腦部研究的「Human Brains」活動，其為結集展覽、科學辯論、公共會議及出版活動的全球項目。項目將運作至二零二二年，旨在引起大眾對神經科學的興趣，並設有論壇以促進科學家、哲學家與學者之間的交流。自二零二一年九月起，展開了涉及國際性人格及與遠端觀眾建立互動的七場線上會談項目。

最後，位於上海的Prada古宅榮宅項目，由Prada在Prada基金會支持下，接力呈獻「多寶閣(China Cabinet)」及「牛皮紙包裹的月亮(A Moon Wrapped in Brown Paper)」展覽。前者由Theaster Gates構思，展示他的陶瓷作品，以及他自身多種身份之間的聯繫，包括陶藝家、視覺藝術家、表演者、學者、城市規劃專家和社會活動家。對於多寶閣，Gates設想了與榮宅建築對話的敘事，將榮宅轉化為一個傳統工藝坊。Nathalie Djurberg與Hans Berg的個人展覽「牛皮紙包裹的月亮」，集結了兩位藝術家自二零零零年至二零一九年的精選雕塑及影片。以有機材質的地毯聯通Prada榮宅一層多個空間和多層次迷宮，邀請訪客步入由童話人物、動物、後人類與怪異生物組成的夢幻宇宙。



— SEA BEYOND

於二零二零年，Prada集團與聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會（「IOC」，世界領先的海洋科學權威機構）發起了SEA BEYOND，一個專注於大海與海洋素養保護的教育項目。該項目的目的為教育對海洋及其資源的更負責任及意識行為，並強調對星球未來的基礎角色。

自二零一九年六月起，以Prada再生尼龍系列的銷售所得款項某個百分比支持SEA BEYOND，凸顯Prada集團對可持續發展的承諾，尤其是在海洋保護方面，配合聯合國二零三零年議程及其17個可持續發展目標（SDG）。

於二零二一年一月，為我們的未來關注海洋及星球價值，Prada集團決定支持聯合國海洋科學促進可持續發展國際十年的舉措「海洋十年」。本集團為其中一個首名意大利簽署方，確認對透過SEA BEYOND項目建立海洋一代的承諾。

儘管醫療緊急事故帶來困難，嚴重影響所有社會環境（包括學習環境），該項目第一期在全球十個城市（柏林、開普敦、墨西哥城、里斯本、倫敦、米蘭、紐約、巴黎、上海及威尼斯）培訓約300名學生，已於二零二一年三月成功結束。

透過聯合國教科文組織網絡參與的所有學校教授均參與由海洋素質專家領導的網上研討會，教授接受指引如何開發專注於海洋保護主題的教育模組。於培訓結束時，Prada集團與聯合國教科文組織轄下的IOC邀請學生創作一個海洋保護意識運動。於二零二一年三月，在網上舉辦了頒獎禮，由國際知名的評審團評選，包括Prada集團企業社會責任主管Lorenzo Bertelli、聯合國教科文組織政府間海洋學委員會執行秘書兼聯合國教科文組織助理總幹事Vladimir Ryabinin、意大利作家Alessandro Baricco、潛水員、

海洋探險家兼環境學家Fabien Cousteau、環境藝術家Anne de Carbuccia、海洋科學家兼社會企業家Kerstin Forsberg及意大利自由潛水金牌得主Alessia Zecchini。

於二零二一年六月，適逢世界海洋日，Prada集團與聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會宣佈推出SEA BEYOND第二期。為各個年齡層提供學習資源豐富了該計劃，旨在觸達全球及地方更多人數：

- 為世界各地中學生提供全新教育模組，有意將繼續項目拓展至其他國家。即使在本期，將會舉辦比賽挑選最能夠詮釋其中一項海洋十年挑戰的學校，由將生命致力於海洋及教育的「Sea Beyonders」國際評審團提名；
 - 作為Prada集團全球13,000名員工的培訓活動，員工將會更具海洋素養，並鼓勵員工在保護海洋上發揮積極作用。參與網上研討會以及使用應用程式讓全球員工參與「可持續挑戰」；
 - Prada集團與聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會將會合作在威尼斯成立「環礁湖幼兒園(Kindergarten of the Lagoon) (Asilo della Laguna)」。
- 幼稚園秉承戶外教育原則，將於二零二二年九月開辦。

於二零二一年十月，為了Pre-Cop26（一個於二零二一年十一月於格拉斯哥舉行的聯合國氣候變化大會(COP26)的預先活動），Prada集團與聯合國教科文組織在Triennale Milano合作舉辦了「海洋與氣候村(Ocean&Climate Village)」活動。為兒童及年青人（由小學到大學）設計了一個教育展館，配以互動活動及工作坊提出的素質原則的關注。

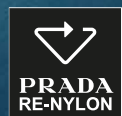
SEA BEYOND



unesco
Intergovernmental
Oceanographic
Commission



2021 United Nations Decade
of Ocean Science
2030 for Sustainable Development





—「我們對SEA BEYOND的成功感到非常自豪，而這因為聯合國教科文組織轄下海洋學委員會每天不斷致力於推動對海洋更負責任的熱情及承諾。我們對項目踏入新階段感到欣慰，新階段不僅面向世界各地學生，而是更廣闊的受眾，目的是當地社區及我們全體員工參與。」

Prada集團企業社會責任主管
Lorenzo Bertelli

— Prada Mode

在Prada集團開展的文化計劃中，Prada Mode的構思為一個巡迴私人俱樂部，為其會員提供當代問題的會議及文化辯論。想像為一個提高並擴大全球不同地方隆重全球文化聚會的地點，Prada Mode專門提供輔以舉辦活動主題及主旨的獨家節目及內容。

於二零一八年首次在邁亞密於邁亞密沙灘巴塞爾藝術展推出，Prada Mode其後於二零一九年移師至香港及倫敦，其後於二零二零年移師到巴黎及上海古色古香的

Prada榮宅。導演、製作人兼作家賈樟柯將該幢建築物轉型為反映中文字「麵MIÀN」的特定場域創作，靈感來自他的電影作品。

於第六站，Prada Mode莫斯科於二零二一年十二月在Levenson Mansion舉行。藝術家Damien Hirst當時將該歷史建築物變身為裝置藝術Pharmacy：他在內部設計家具、建築細節，例如窗上的巨大分子模型，還有燈箱和設計取自處方藥物目錄的牆紙。來自世界各地的藝術及文化的傑出人物在上午和下午的對談環節令活動日息不少，連隨派對及現場音樂表演。





— 合作關係： Bonadonna基金會

於二零一八年，Prada集團宣佈與Gianni Bonadonna基金會合作，作為Bonadonna基金會構思的腫瘤科治療及科學研究項目的「支持夥伴(Supporting Partner)」。

該計劃的目的為延續Gianni Bonadonna的工作。Gianni Bonadonna是偉大的意大利腫瘤學家，在國際腫瘤醫學範疇的主要人物，從各方面創新研究及治療，在治療腫瘤形成取得實質性進展及切實的臨床成功。他的研究及發現啟發並影響意大利及世界各地整個醫生世代的癌症治療方向。

該項目涉及支持由醫生及研究人員組成的跨學科團隊，為癌症患者研究及開發新療法，與世界各地的大學、醫院及先進的研究中心合作，為年輕腫瘤學家設立獎學金計劃，為擴大科學思想交流提供有效途徑。

於二零二一年公佈了獎學金，該獎學金旨在資助短期海外留學，預留給近兩年內入讀腫瘤學或血液病學專科研究生課程的醫生，或兩年內獲得學位的新世代專家。

在Prada集團支持下，Gianni Bonadonna基金會與AIRC基金會深切相信新世代腫瘤學研究人員在頂尖國際中心培訓為癌症治療進展的關鍵，承傳了Gianni Bonadonna的創新及教育傳統。在此共同觀點下，其贊助了海外留學獎學金申請的號召，有助新世代腫瘤學研究人員在研究及治療癌症做好準備。對於獎學金得主，預計於二零二二年展開入學期。

最終，Prada集團亦透過其代表的承諾，對藉推動Gianni Bonadonna基金會倡議為項目發展作出貢獻，並在傳訊上提供專業知識確保公眾得知未來數年發現的想法、結果及突破。

—「教育及文化為幫助我們的必要工具，不僅理解自我及生活所在世界，惟亦推動我們探索未知的領域。我很開心，Prada能夠與Gianni Bonadonna基金會同行，支持新世代優秀研究人員的研究及教育之路。」

Miuccia Prada

7 — 方法附註



一 範圍及報告準則

本文件為Prada集團(第四份根據GRI於二零一六年發佈的原則編製的報告)的第九份可持續發展報告及對二零二一財政年度(即二零二一年一月一日至二零二一年十二月三十一日)採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間的表現趨勢進行說明(如獲提供),如往年披露的數據已變,則已於文本內標示(包括重列理由)。如並無環境數據,則使用保守估計,致使選擇與本公司環境表現最不正面的相關假設。於報告日期已知的二零二二財政年度特別重要措施及事件亦包含在內。

每年收集績效指標,報告週期乃根據年度頻率設置。報告範圍與Prada S.p.A.及其附屬公司的二零二一年年報的資料相同,但文中明確指明的部分數據除外。

Prada S.p.A.(連同其附屬公司統稱「Prada集團」)為一家在意大利註冊成立及位於意大利的股份有限公司,總部位於Via Antonio Fogazzaro 28, 20135 Milan,其股本由Prada Holding S.p.A.(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(HKSE)主板上市。

為符合GRI 101準則:基礎的第3段,已依循「GRI準則—核心選項」編製本文件。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²¹列舉。

關注環境、人員及文化推廣相關題目一直以來乃突顯我們企業文化的價值。可持續發展報告旨在呈列本集團對這些議題的觀點,讓利益相關者能夠從環境、社會及管治角度評估Prada的業務活動。本文件乃為報告Prada集團的成功方面及不足之處而編製,並載有對持續改善的意見。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。

Prada集團涉及所有公司職能,以釐定二零二一年可持續發展報告的內容,數據和資料乃以使利益相關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披露。

就此而言,本集團於二零一九年初採用一套編製可持續發展報告的程序(編製可持續發展年度報告指引),有關指引已獲董事會批准,其中列明應遵循的原則(重要性、可量度性、公正性、一致性、貫徹性)及編製文件的責任。

21 - 本報告內並無列舉以下「不遵守就解釋」條文: KPI B1.2(關於僱傭)、KPI B2.2(關於健康與安全)、KPI B6.4(關於產品責任)及KPI B7.3(關於反貪污)。Prada集團承諾按香港聯交所的環境、社會及管治報告指引延伸其ESG報告範圍。

一 溫室氣體計算方法及排放因子

本公司已起草二零一九年及二零二一年的溫室氣體排放清單（亦稱為「碳足印」），而於二零二零年則僅披露與範圍1及2相關的數據。Prada集團起草的溫室氣體排放清單與溫室氣體議定書協議一致。

本集團採納營運控制法整合其溫室氣體排放。考慮到排放影響低、業務規模及事實上Marchesi的特徵並非為能源密集或排放密集流程而僅擁有糕餅店，故唯一排除的是Marchesi 1824 S.r.l.及其英國附屬公司。

此外，由於Luna Rossa Challenge S.r.l.於二零二一年年底方獲收購，故並無計入清單範疇內。

本集團於其溫室氣體排放清單包括以下排放類別：

- **範圍1排放**：指Prada的直接溫室氣體排放，即擁有或控制來源的邊界來實際產生者。
- **範圍2排放**：指與發電、發熱／製冷，或自行消耗所購買的蒸氣相關的Prada排放。與電力購買相關的排放分兩個不同方法計算：
 - **按地點**：反映國家電網的平均排密度，考慮到可再生及不可再生生產，溫室氣體排放按指國家電力組合使用的平均排放因子計算：某個特定國家所用可再生能源比例越高，相關排放因子越低。
 - **按市場**：考慮購買自可再生來源的認證電力。視為可再生的購買電力應以能源來源證券(GoO)等合約工具所覆蓋。GoO覆蓋的購買電力部分被視為零排放，同時餘下部分按稱為剩餘組合的因子相乘，而這考慮到國家電網排放密度（僅考慮到不可再生生產）。
- **範圍3排放**：指Prada的間接溫室氣體排放為本公司活動的後果，惟來自非由Prada擁有或控制的來源。

下表概述Prada溫室氣體排放的所有類別及來源：



營運界線

範圍

類別及來源

範圍1

(直接溫室氣體排放)

固定燃燒：與本集團擁有或控制的資產(Prada的總部、代表辦事處、製造場所、時裝店及折扣店²²)相關的固定設備(例如，發熱系統的天然氣)中燃燒的燃料。

流動燃燒：本公司的車隊燃料燃燒。

逸散性排放：本集團擁有或控制的資產(Prada的總部、代表辦事處、製造場所、時裝店及折扣店)的相關空調及製冷劑單位洩漏製冷劑氣體(含氟氣體)。

範圍2

(能源間接溫室氣體排放)

固定燃燒：與本集團擁有或控制的資產(Prada的總部、代表辦事處、製造場所、時裝店及折扣店)相關的國家電網購買的電力。

範圍3

(其他間接溫室氣體排放)

購買貨品²³及服務(第1類)：

- 生產所用原材料及配件。
- 與本公司外判的生產相關製成品及半製成品供應商的範圍1及2溫室氣體排放：在固定設備燃燒的燃料及向國家電網購買的電力。
- 包裝。

燃料及能源相關活動(第3類)：

- 燃料購買的上游排放。
- 電力購買的上游排放。
- 電力購買的相關輸電及配電流失。

上游運輸及分銷(第4類)：

- 運輸本公司購買的材料。
- 將原材料／半製成品運輸至製成品及半製成品供應商及後勤網絡。
- 分銷最終產品(成本由本公司支付)。

營運產生的廢物(第5類)：處置／回收製造場所產生的廢物²⁴。

商務旅行(第6類)：業務相關活動僱員運送(運送包括：飛機、火車、私家車及租車²⁵)。

僱員通勤(第7類)：將本集團僱員每日由家居運送通勤至其工作的Prada集團設施。

上游租賃資產(第8類)：與在直營店進行活動的相關排放，據此，Prada並無直接營運控制資產及其不負責購買能源(百貨公司及折扣店)。特別是，在本類別，包括百貨公司內電力消耗及含氟氣體相關溫室氣體排放類別。

投資(第15類)：與Prada集團擁有少數權益的公司的耗能有關的排放，按比例基準分配(考慮到所持權益的百分比)。

22 - 僅考慮本集團負責支付能源賬單的折扣店。

23 - 考慮到製成品相關排放僅屬Prada集團總採購量一小部分，故不納入計算。

24 - 考慮到零售及辦公室產生的廢物微不足道，故不納入計算。

25 - 考慮到已於範圍1排放中考慮以部分Prada車隊進行的商務旅行，故不納入該類別。

下表列出各溫室氣體來源所用排放因子相關詳情：

溫室氣體排放範圍1

來源	活動數據	排放因子 (二零一九年至二零二零年 至二零二一年)	GWP-100
就發熱及其他目的 而購買的天然氣	數量[立方米]	DEFRA(環境食品與鄉村事 務部), 轉換因子—全組, 二 零一九年、二零二零年、二零 二一年	考慮到二氧化碳當量排放
柴油、石油、液化天然氣、 航空煤、燃料(為車隊購買)	升	DEFRA(環境食品與鄉村事 務部), 轉換因子—全組, 二 零一九年、二零二零年、二零 二一年	考慮到二氧化碳當量排放
製冷劑氣體	所填滿製冷劑氣體[公斤]	-	摘錄自IPCC第四份評估報 告(IPCC Fourth Assessment Report (AR5))的全球暖化潛 勢(GWP)

溫室氣體排放範圍2

來源	活動數據	排放因子 (二零一九年至二零二零年 至二零二一年)	GWP-100
從每個國家購買電力 (按地點方法)	所購買電力[千瓦時]	Terna國際比較, 二零一七 年、二零一八年、二零一九年 數據	僅考慮到二氧化碳排放
從每個國家購買 並無GoOs認證覆蓋的電力 (按市場方法)	所購買電力[千瓦時]	AIB—歐洲殘差組合, 二零 一八年、二零一九年、二零二 零年 美國: Green-e能源殘差組合 排放因子二零一八年及二零二 零年	僅考慮到二氧化碳排放

溫室氣體排放範圍3

來源	活動數據	排放因子 (二零一九年 至二零二一年)	GWP-100
所購買原材料 (第1類)	所購買原材料、配件、包裝公 斤	Ecoinvent, 第3.7.1版 DEFRA(環境食品與鄉村事務 部), 轉換因子—全組, 二零 一九年、二零二一年	考慮到二氧化碳當量排放
所購買皮革 (第1類)	所購買原皮革平方米	皮革碳足印—歐盟標準EN 16887:2017審閱 聯合國—工業發展組織	考慮到二氧化碳當量排放



重要議題與GRI準則的相關性

重要議題	GRI準則議題	HKSE主要範疇	議題邊界	
			組織內	組織外
氣候行動	302—能源(二零一六年)	層面A1：排放物 層面A2：資源使用 層面A4：氣候變化	本集團	製成品及半製成品供應商及百貨公司
	305—排放(二零一六年)		本集團	製成品及半製成品供應商及百貨公司
採購低環境影響原材料	301—物料(二零一六年)	層面A2：資源使用 層面A3：環境及天然資源	本集團	-
循環概念	301—物料(二零一六年)	層面A2：資源使用	本集團	-
負責任廢物管理	306—廢棄物(二零二零年)	層面A1：排放物	工業場所	-
可持續水資源管理	303—水與放流水(二零一八年)	層面A2：資源使用	工業場所	-
提升供應鏈沿線的環境及社會水平	414—供應商社會評級(二零一六年)	層面B5：供應鏈管理	本集團	供應商
	408—童工	層面B4：勞工準則	本集團	供應商
	409—強迫勞動	層面B4：勞工準則	本集團	供應商

重要議題與GRI準則的相關性

重要議題	GRI準則議題	HKSE主要範疇	議題邊界	
			組織內	組織外
保存專有知識及發展技能	404－訓練與教育(二零一六年)	層面B3：發展及培訓	本集團	-
職業健康與安全	403－職業安全衛生(二零一八年)	層面B2：健康與安全	本集團	承辦商
尊重人權及工人權利	406－不歧視(二零一六年)	層面B1：僱傭	本集團	-
	412－人權評估(二零一六年)	層面B4：勞工準則	本集團	-
捍衛多元化及平等機會	405－員工多元化與平等機會(二零一六年)	層面B1：僱傭	本集團	-
客戶體驗	416－顧客健康與安全(二零一六年)	層面B6：產品責任	本集團	-
	417－行銷與標示(二零一六年)	層面B6：產品責任	本集團	-
	418－客戶隱私	層面B6：產品責任	本集團	-
業務策略與經濟表現	201－經濟績效(二零一六年)	-	本集團	-

重要議題與GRI準則的相關性

重要議題	GRI準則議題	HKSE主要範疇	議題邊界	
			組織內	組織外
誠信、透明度及合作	205—反貪腐(二零一六年)	層面B7：反貪污	本集團	-
	419—社會經濟法規遵循(二零一六年)	層面B1：僱傭 層面B2：健康與安全 層面B6：產品責任	本集團	-
	307—有關環境保護的法規遵循(二零一六年)	層面A1：排放物	本集團	-
產品、創意及品質卓越	非GRI	-	本集團	製成品及半製成品供應商
保護及提升藝術、文化及自然遺產	非GRI	層面B8：社區投資	本集團	社區

8 — GRI索引



一般準則披露

指標	參照HKEx環境、社會及管治報告指引	描述	參考資料	附註
102-1		組織名稱	第123頁	
102-2		活動、品牌、產品與服務	第9-22頁	
102-3		總部位置	第123頁	
102-4		營運活動地點	第10頁；第21-22頁	
102-5		所有權及法律形式	第123頁	
102-6		提供服務的市場	第10頁；第22頁	
102-7		組織規模	第9-10頁；第18-22頁； 第34-36頁	
102-8	KPI B1.1	僱員及其他工作者的資料	第91-95頁	
102-9	KPI B5.1 KPI B5.2 KPI B5.3	供應鏈	第20-21頁；第57-63頁	
102-10		組織與其供應鏈的重大改變	第34-36頁；第123頁	
102-11		預警原則或方針	第30-32頁；第48-54頁； 第123頁	
102-12		外部倡議	第30頁；第33頁；第65頁； 第67頁；第71頁；第74頁； 第81頁；第90頁；第92頁； 第98-100頁；第111頁； 第116-118頁；第121頁； 第124頁	
102-13		公協會的會員資格	本集團主要合作夥伴為：Camera Nazionale della Moda Italiana、Assolombarda、Assonime、Confindustria Toscana及《時尚協定》。	
102-14		決策者的聲明	第6-8頁	

一般準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
102-16		價值、原則、標準及行為規範	第4-5頁；第30-33頁； 第38頁；第61-67頁； 第69頁；第92頁； 第96-100頁； 第108-111頁；第113頁	
102-18		治理架構	第24-30頁	
102-40		利益相關團體名單	第44頁	
102-41		集體談判協約	第61頁；第105-108頁	
102-42		鑑別與選擇利益相關者	第44頁；第129頁	
102-43		對利益相關者參與的方針	第44頁；第129頁	
102-44		提出的關鍵主題與關注事項	第45-48頁；第129-133頁	
102-45		綜合財務報表所包含的實體	第123頁	
102-46		界定報告書內容與主題涵蓋 範圍	第45-48頁；第123頁； 第131-133頁	
102-47		重大主題表列	第45-48頁	
102-48		資訊重編	第123頁	
102-49		報告改變	第123頁	
102-50		報告期間	第123頁	
102-51		上一次報告書的日期		二零二零年社會責任報告已 於二零二一年五月發佈。
102-52		報告週期	第123頁	
102-53		可回答報告書相關問題的聯 絡人	第150頁	

一般準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
102-54		依循GRI準則報告的宣告	第123頁	
102-55		GRI內容索引	第134-137頁	
102-56		外部保證		本報告毋須進行外部保證。

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
經濟績效指標				
GRI 201: 經濟績效—二零一六年				
103-1	G.D. B8	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. B8	管理方針及其要素	第34-36頁	
103-3	G.D. B8	管理方針的評估	第34-36頁	
201-1	KPI B8.2	所產生及分配的直接經濟價值	第36頁	
GRI 205: 反貪腐—二零一六年				
103-1	G.D. B7	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. B7	管理方針及其要素	第30-32頁	
103-3	G.D. B7	管理方針的評估	第30-32頁	
205-3	KPI B7.1 KPI B7.2	已確認的貪腐事件及採取的行動	第32頁	

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
環境績效指標				
GRI 301: 物料—二零一六年				
103-1	G.D.A2	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D.A2	管理方針及其要素	第20頁; 第58-61頁; 第80-81頁; 第83-88頁	
103-3	G.D.A2	管理方針的評估	第20頁; 第58-61頁; 第80-81頁; 第83-88頁	
301-1	KPI A2.5 KPI A3.1	所用物料的重量或體積	第80頁	
GRI 302: 能源—二零一六年				
103-1	G.D. A2	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. A2	管理方針及其要素	第69-77頁	
103-3	G.D. A2	管理方針的評估	第69-77頁	
302-1	KPI A2.1	組織耗能	第69-77頁	
302-4	KPI A2.3	能耗減幅	第69-77頁	

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
GRI 303：水與放流水—二零一八年				
103-1	G.D. A2	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. A2	管理方針及其要素	第78頁	
103-3	G.D. A2	管理方針的評估	第78頁	
303-1		共享水資源之相互影響	第78頁	
303-2		與排水相關衝擊的管理	第78頁	
303-3	KPI A2.2 KPI A2.4	取水量	第78頁	
GRI 305：排放—二零一六年				
103-1	G.D. A1 G.D. A4	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. A1 G.D. A4	管理方針及其要素	第69-77頁	
103-3	G.D. A1 G.D. A4	管理方針的評估	第69-77頁	
305-1	KPI A1.1 KPI A1.2	直接（範圍1） 溫室氣體排放	第76-77頁	
305-2	KPI A1.1 KPI A1.2	能源間接（範圍2） 溫室氣體排放	第76-77頁	
305-3	KPI A1.1	其他間接（範圍3） 溫室氣體排放	第77頁	
305-5	KPI A1.5 KPI A4.1	溫室氣體排放減幅	第69-77頁	

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
GRI 306：廢棄物—二零二零年				
103-1	G.D. A1 G.D. A3	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. A1 G.D. A3	管理方針及其要素	第81-83頁	
103-3	G.D. A1 G.D. A3	管理方針的評估	第81-83頁	
306-1	KPI A3.1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	第81-83頁	
306-2	KPI A1.6 KPI A3.1	廢棄物相關顯著衝擊之管理	第81-83頁	
306-3	KPI A1.3 KPI A1.4	廢棄物的產生	第81-83頁	
GRI 307：有關環境保護的法規遵循—二零一六年				
103-1	G.D. A1	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. A1	管理方針及其要素	第88頁	
103-3	G.D. A1	管理方針的評估	第88頁	
307-1	G.D. A1	違反環境法律及法規		過往三年（二零一九年至二零二一年）並無發生違反環境保護法規的重大事件。

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
社會績效指標				
GRI 403: 職業健康與安全—二零一六年				
103-1	G.D. B2	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. B2	管理方針及其要素	第108-111頁	
103-3	G.D. B2	管理方針的評估	第108-111頁	
403-1	G.D. B2 KPI B2.3	正式管理層工人聯合健康與安全委員會的工人代表	第108-111頁	
403-2	G.D. B2	受傷類型及受傷率、職業病、損失工作日數、曠工，及因工亡故數目	第108-111頁	
403-3	KPI B2.3	職業健康服務	第108-111頁	
403-4		工人對職業健康與安全的參與、諮詢及溝通	第108-111頁	
403-5	KPI B2.3	對工人的職業健康與安全培訓	第108-111頁	
403-6		推廣工人健康	第108-111頁	
403-7	KPI B2.3	防止並減輕直接與業務關係相關的職業健康與安全影響	第108-111頁	
403-9	KPI B2.1	工傷	第108-111頁	

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
GRI 404：訓練與教育—二零一六年				
103-1	G.D. B3	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B3	管理方針及其要素	第98-100頁；第102-105頁； 第110頁；第116-118頁	
103-3	G.D. B3	管理方針的評估	第98-100頁；第102-105頁； 第110頁；第116-118頁	
404-1	KPI B3.1 KPI B3.2	每名僱員每年平均培訓時數	第105頁	
GRI 405：員工多元化與平等機會—二零一六年				
103-1	G.D. B1	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B1	管理方針及其要素	第25-30頁；第91頁； 第94-101頁	
103-3	G.D. B1	管理方針的評估	第25-30頁；第91頁； 第94-101頁	
405-1	KPI B1.1	公司管治組織及僱員多元化	第25-30頁；第91頁； 第94-98頁	
405-2	G.D. B1	女性與男性的基本薪資和報酬 比率	第98頁	
GRI 406：不歧視—二零一六年				
103-1	G.D. B1	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B1	管理方針及其要素	第96-110頁；第108-111頁	
103-3	G.D. B1	管理方針的評估	第96-110頁；第108-111頁	
406-1	G.D. B1	歧視事件及組織採取的糾正行動		儘管本集團北美洲的附屬公司出現若干歧視個案，過往三年（二零一九年至二零二一年）並無發生重大歧視事件。

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
GRI 408：童工—二零一六年				
103-1	G.D. B4	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B4	管理方針及其要素	第108-111頁	
103-3	G.D. B4	管理方針的評估	第108-111頁	
408-1	KPI B4.1 KPI B4.2	營運據點和供應商使用童工之 重大風險	第108-111頁	
GRI 409：強迫或強制勞動—二零一六年				
103-1	G.D. B4	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B4	管理方針及其要素	第108-111頁	
103-3	G.D. B4	管理方針的評估	第108-111頁	
409-1	KPI B4.1 KPI B4.2	具強迫或強制勞動事件重大 風險的營運據點和供應商	第108-111頁	
GRI 412：人權評估—二零一六年				
103-1	G.D. B4	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B4	管理方針及其要素	第24-30頁；第30-32頁； 第61-63頁；第92頁； 第108-111頁	
103-3	G.D. B4	管理方針的評估	第24-30頁；第30-32頁； 第61-63頁；第92頁； 第108-111頁	
412-1	G.D. B4	接受人權檢視或影響評估的營 運地點	第61-63頁；第108-111頁	

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
GRI 414: 供應商社會評估—二零一六年				
103-1	G.D. B5	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. B5	管理方針及其要素	第58-63頁	
103-3	G.D. B5	管理方針的評估	第58-63頁	
414-2	KPI B5.2 KPI B5.3	供應鏈對社會造成的負面影響 及已採取的行動	第61-63頁	
GRI 416: 顧客健康與安全—二零一六年				
103-1	G.D. B6	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. B6	管理方針及其要素	第67頁	
103-3	G.D. B6	管理方針的評估	第67頁	
416-2	G.D B6 KPI B6.1 KPI B6.2	有關產品及服務對健康與安全 造成影響的違規事件	第67頁	
GRI 417: 行銷與標示—二零一六年				
103-1	G.D. B6	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁; 第129-133頁	
103-2	G.D. B6	管理方針及其要素	第67頁	
103-3	G.D. B6	管理方針的評估	第67頁	
417-2	G.D B6 KPI B6.3	有關產品及服務資訊及標示的 違規事件	第67頁	

重大議題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、社會及管治報告指引	描述	參考資料	附註
GRI 418：客戶隱私—二零一六年				
103-1	G.D. B6	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B6	管理方針及其要素	第22頁；第32頁	
103-3	G.D. B6	管理方針的評估	第22頁；第32頁	
418-1	KPI B6.2 KPI B6.5	與侵犯客戶隱私和丟失客戶資料有關的經證實的投訴		過往三年（二零一九年至二零二一年），Prada集團並無發現監管機構或外部各方對侵犯客戶隱私的經證實的投訴，亦無發現任何客戶數據被盜或丟失的情況。
GRI 419：社會經濟法規遵循—二零一六年				
103-1		解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2		管理方針及其要素	第30-32頁；第67頁	
103-3		管理方針的評估	第30-32頁；第67頁	
419-1	G.D. B1 G.D. B2 G.D. B4 G.D. B6 G.D. B7	違反社會及經濟範疇的法律及法規	第32頁	過往三年（二零一九年至二零二一年）並無發生違反社會及經濟範疇的法律及法規的重大事件。

額外披露的不重大主題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
經濟績效指標				
GRI 204：採購實務—二零一六年				
103-1		解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2		管理方針及其要素	第20頁；第58-61頁； 第80-81頁	
103-3		管理方針的評估	第20頁；第58-61頁； 第80-81頁	
204-1	KPI B5.1	對當地供應商的支出比例	第58-61頁；第80-81頁	
社會績效指標				
GRI 401：勞僱關係—二零一六年				
103-1	G.D. B1	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B1	管理方針及其要素	第91-100頁；第105-108頁	
103-3	G.D. B1	管理方針的評估	第91-100頁；第105-108頁	
401-2		只提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	第95頁	

額外披露的不重大主題 - 特定準則披露

指標	參照HKEx環境、 社會及管治報告 指引	描述	參考資料	附註
GRI 413：當地社區—二零一六年				
103-1	G.D. B8	解釋重大議題及其涵蓋範圍	第45-48頁；第129-133頁	
103-2	G.D. B8	管理方針及其要素	第9頁；第36頁； 第58-61頁；第88-89頁； 第98-100頁；第112-121頁	
103-3	G.D. B8	管理方針的評估	第9頁；第36頁； 第58-61頁；第88-89頁； 第98-100頁；第112-121頁	
413-1	KPI B8.1 KPI B8.2	有當地社區參與、影響評估及 發展計劃的營運地點	第58-61頁；第98-100頁； 第102-104頁； 第112-121頁	



如欲索取本可持續發展報告的其他資料，可聯絡：

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