

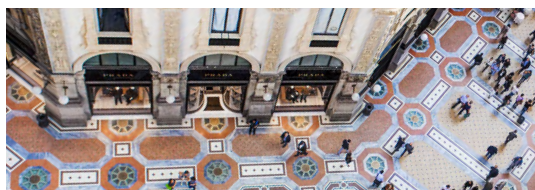
可持續發展報告
—— 二零二二年



I
MP
ACT

PRADA Group

致利益相關者函件



第3-5頁

PRADA集團



第6-48頁

負責任管理



第49-60頁

關注地球



第61-90頁

關注人員



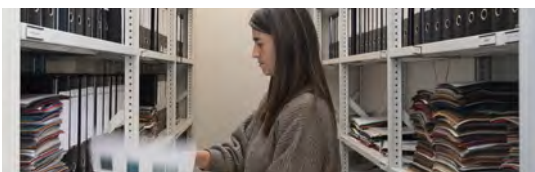
第91-117頁

關注文化



第118-125頁

方法附註



第126-132頁

內容索引



第133-140頁

PRADA S.p.A.

香港
股份代號：1913

致利益 相關者函件

二零二二年為 Prada 集團品牌重拾增長動力、業務蓬勃發展的一年。

我們作出大量投資，一方面支持業務增長及維持盈利水平，另一方面致力加強我們的創意及生產專業技能。

我們的領導團隊亦日益壯大。董事會再添兩名在環境、社會及管治 (ESG) 方面擁有豐富經驗的新成員，使公司整體更趨多元、平等及具包容性。

我們在業務中引入了更多的手工技藝，而由於工匠是我們製造過程中最關鍵的要素，我們亦正致力培訓更多工匠及為彼等提供支援。

Prada 集團維持短距供應鏈，大部分生產合作夥伴均位於我們的總工廠附近，從而盡量提高質量控制及透明度，而我們亦可更有效追蹤原材料的狀況。

本集團致力推行可持續的業務模式，收購位於托斯卡納的製革廠標誌著我們朝此方向再向前邁進一大步。

我們以可持續發展為我們業務的核心，藉以啟發客戶思路及締造令利益相關者滿意的成果，同時為股東創造價值。

我們的領導團隊亦日益壯大。董事會再添兩名在環境、社會及管治(ESG)方面擁有豐富經驗的新成員，使公司整體更趨多元、平等及具包容性。

Paolo Zannoni

Prada S.p.A. 主席

米蘭，二零二三年三月九日

Prada集團 企業社會 責任主管致辭

我們去年在制定我們的環境、社會及管治 (ESG) 策略時，曾宣告我們的目標是成為變革的推手。要實現這個充滿雄心勃勃的目標，所有業務層面都須悉力以赴。雖然我們在很多方面仍然有不少改進的空間，但我們去年不斷挑戰自我並取得良好進展，實在令本人十分欣慰。

我們繼續致力減低營運所帶來的影響。能源價格上漲無疑是當中的一大挑戰，但亦突顯了過渡至更清潔、更加可持續發展的能源供應的重要性。我們正投資於可再生能源，並參與由《時尚協定》啟動的虛擬電廠集團採購協議 (CVPPA) 項目，將自二零二三年起透過於歐洲投資新型清潔能源基礎設施協助加快可再生電力的採用。

我們亦不斷思考如何將更多可持續發展措施融入我們的價值鏈，收購 Conceria Superior S.p.A. 的股權將可讓我們對皮革供應鏈實施更多的監督，並透過提高供應鏈的垂直整合水平加強質量控制，同時培養各項技能和手工技藝。

此外，我們亦進一步加深了解原材料於供應鏈各層面所造成的影響，令我們可以開始計量和認識我們對生物多樣性的影響。下一步，我們將會考慮可在哪些範疇採取行動，期望將於未來數月乃至數年繼續與供應商及合作夥伴攜手合作，以實現我們的目標。

打造具包容性的文化是我們可持續發展路上的另一個關鍵，而如何確保本集團及其品牌持續吸引和挽留多元化的人才是我們所需面對的真正考驗。公司必須上下齊心合力方能完成這種文化上的蛻變。我們將會繼續投資各項培訓和教育計劃，藉此協助我們長期守護及重視多元性和包容性，同時建立公開的溝通渠道，以直接收集員工對多元平等及包容性的不同意見。

我認為可持續發展不單是影響當下的重要議題，也是我們如何留給下一代一個更潔淨宜居的地球家園的關鍵所在。我們透過「Sea Beyond」項目推行的各項工作，令我深感自豪。該項目今年進一步推出有關海洋保育的教育項目，著力投資提高下一代的可持續性素養，令更多年輕人明白到海洋保育的重要性。



除關注地球、關注人員及關注文化三大支柱外，我們亦繼續將可持續發展的理念融入業務的所有範疇。我們已成立可持續發展委員會，負責監督可持續發展策略的實施情況。我們亦成立了由不同業務的領導人員組成的營運委員會，負責協助各部門獲取所需資源以加快實現目標。

透過以上措施，我們正逐步將可持續發展轉變成我們業務的核心要素。我們本年度取得的進展已為未來數年將變革推展至全價值鏈奠定基礎。我們將會持續推動邁向可持續發展的變革，在致力維持與客戶的關連性並啟發客戶思維之餘，同時為我們的業務、員工及所服務的社區創造價值。

Lorenzo Bertelli

Prada集團企業社會責任主管

1. Prada集團

目錄

- 1.1_二零二二年摘要
- 1.2_可持續發展之路
- 1.3_價值創造
- 1.4_可持續發展策略
- 1.5_利益相關者及重要性分析
- 1.6_企業管治模式
- 1.7_風險管理

二零二二年摘要

於二零二二年十二月三十一日

42 億歐元

二零二二年收益

612 家

直接營運店舖

276 百萬歐元

於二零二二年的投資

13,768 名

工作人員

24 項

工業設施

4 百萬歐元

於二零二二年的捐款





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進軍餐飲行業，定位於最高品質水平。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）。於二零二二年十二月三十一日，本集團產品通過612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 二零二二年摘要

二零二二年，烏克蘭爆發戰爭，各國紛紛加息，加上部分國家（特別是中國）新冠肺炎公共衛生緊急狀態的持續影響，給宏觀經濟形勢帶來重重挑戰。然而，受本地需求強勁及全球旅遊業回暖提振，奢侈品行業展現其強大韌性，迎來發展機遇。

得益於對創意人才、創新、供應鏈及店舖的投入，Prada集團的收益淨額（按固定匯率計較二零二一年+21.3%），而Prada及Miu Miu均錄得雙位數增長及盈利能力（經調整EBIT較二零二一年+69.2%，相等於淨收益的20.1%）均錄得強勁增長。此外，本集團深入聚焦客戶中心地位及零售生產力，持續優化生產工藝，推動盈利能力大幅提升。

根據Interbrand公佈的《2022年全球最佳品牌》排名，Prada連續兩年錄得同比價值增速超過20%，躋身十五大價值增長最快品牌之列。

此外，在Lyst公佈的二零二二年十月至十二月季度排行榜中，Prada榮登榜首，而Miu Miu位列第四。Lyst是一個數據分析工具，基於對全球2億多消費者的購買習慣分析，每個季度發佈當下最受歡迎的品牌及產品報告。根據Lyst的數據，Miu Miu獲評為「2022年度品牌」：2022秋冬時裝秀大獲成功，受到評論家及公眾高度讚揚，聯合推出標誌性產品，提升品牌於社交媒體的知名度，這也有賴於明星達人的支持。

本集團所有主要產品類別（即皮具用品、成衣及鞋履）均錄得雙位數增長。Prada方面，Prada與L'Oréal合作打造的首款女士香水Prada Paradoxe已於八月上市；十月，Prada推出Eternal Gold，均使用100%認證的回收黃金製成，是品牌首個可持續精品珠寶系列。Paradoxe（採用可再填充瓶封裝）及Eternal Gold均應用了可持續概念，而可持續實踐體現在本集團業務的各個方面。

Church's聚焦內部重組程序，旨在重新定位品牌及提升其盈利能力。在此過程中，24家門店因被認為缺乏戰略意義而被關閉。

零售的投資步伐加快，一年來完成191個項目，集中於現有店舖的翻新及裝修以及選擇性開設新店舖。透過眾多獨特裝置、近130家概念店及期間限定店，提升客戶體驗。Prada Tropico為當中最成功的快閃店系列之一：以「天馬行空」的遙遠國度的色彩和氛圍為靈感的全新景觀，配合現代流行詞彙重新演繹了Prada的視覺特質。

年初，更以共情、溫暖、熱情和活力的視覺，配合加強客戶中心地位的全球概念項目，大規模推行客戶體驗計劃，客戶體驗亦有所提升。

在數碼領域，Prada Timecapsule全面革新，從六月開始每月發佈一款新品：每月推出獨家限量產品並附贈非同質化代幣（NFT），標誌著本集團首次進軍Web 3.0。同時，Prada推出Prada Crypted，是品牌在Discord上的全新社群平台，用戶可在此互相交流想法和激發靈感，亦可聯繫時裝與藝術、建築、戲劇、音樂、Web3等不同宇宙。Prada亦進駐Meta名為Avatars Store的虛擬服裝店，通過這家數字服裝店，Facebook、Instagram及Messenger的用戶可為其虛擬形象購買時裝。

生產方面，本集團持續投資工廠及供應鏈的垂直整合，進一步提高製造的專業知識及提升流程各個環節的品質控制。為此，本集團於八月收購Conceria Superior S.p.A.的43.65%股權，該公司以鞣製小牛皮革為專長，擁有60年經驗。本集團繼續加強各層級的組織建設。Prada集團於二零二三年一月任命Andrea Guerra為行政總裁，此乃一項重要管治變革，旨在進一步發展Prada集團並協助世代接班。另一項重要變革是，於二零二二年十二月任命Gianfranco D'Attis為Prada品牌行政總裁。

已產生及已分配的 直接經濟價值	二零二零年	二零二一年	二零二二年
金額以千歐元為單位			
已產生經濟價值	2,424,970	3,368,418	4,207,772
已分配經濟價值	2,255,583	2,961,880	3,713,634
營運成本	1,545,670	1,941,997	2,281,249
分配予僱員的價值	657,537	744,554	884,987
分配予銀行及債券持有人的價值	12,613	10,994	11,435
分配予政府部門的價值	22,636	151,210	327,187
分配予投資者的價值	-	91,233	179,717
分配予社區的價值	17,127	21,892	29,059
已保留經濟價值	169,387	406,538	494,138

二零二二年綜合收益表(根據 GRI-201-1 已產生及分配的直接經濟價值披露)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 494.1 百萬歐元，較二零二一年增加 21.5%。相比二零二一年，二零二二年產生的額外價值部份被分配予公共機構的價值增加(因直接稅增加)、分配予僱員的價值增加(主要因勞動力增加)及分配予股東的價值增加(因派付股息)所抵銷。



1.2 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，由優秀的權威性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 集團首次計算其碳足印，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，其後更於十一月舉行的資本市場日呈現此漫長旅程取得的進展。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 集團成功完全轉用再生尼龍 (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。

二零二二年



於二零二二年，Prada集團受惠於負責監督本集團ESG策略的可持續發展委員會的積極貢獻，成立了由多個業務部門的主要管理層組成的專責營運委員會，以確保所有部門的營運表現均能體現可持續發展的方針。

年內，本集團更新其道德守則，並推行全新的人權政策及設立新的全球舉報平台，進一步加強本公司的管治。

期內，作為其垂直整合策略的一部份，Prada集團收購位於托斯卡納聖克羅切的奢侈品行業主要製革廠Conceria Superior S.p.A.的43.65%股權，藉以擴展其生產整合策略，此意味著Prada集團可對供應鏈享有較大的控制權，並可增加對生產過程所有環節的生產專有知識及加強質量控制。

作為技術創新及綠色能源轉型的先驅，於二零二二年十二月，Prada集團亦聯同《時尚協定》的其他簽署成員宣佈啟動虛擬電廠集團採購協議(CVPPA)項目。該項目旨在透過自2023年起於歐洲投資新型清潔能源基礎設施加快可再生電力的採用。

本集團再次重申其對環境的承諾，當中部分乃得益於與另一著名意大利奢侈品品牌建立的戰略夥伴關係(例如Re.Crea

Consortium)在廢舊紡織品和時裝產品管理及支持循環經濟方面作出的貢獻。此外，Prada集團大力支持城市造林項目「Forestami」，該項目曾獲頒國際性獎項，計劃於二零三零年前於米蘭及周邊地區種植3百萬棵樹。

至於另一大支柱「關注人員」，Prada集團推出雄心勃勃的多元平等與包容(DE&I)項目，旨在推動公司內部的文化革命。該項目由跨學科工作小組及專業外部合作夥伴實施，所進行的工作帶領公司制定將於未來兩年推行的具體行動方案，並向意大利僱員呈報，作為內部溝通與員工參與項目「變革的推手」的其中一環。

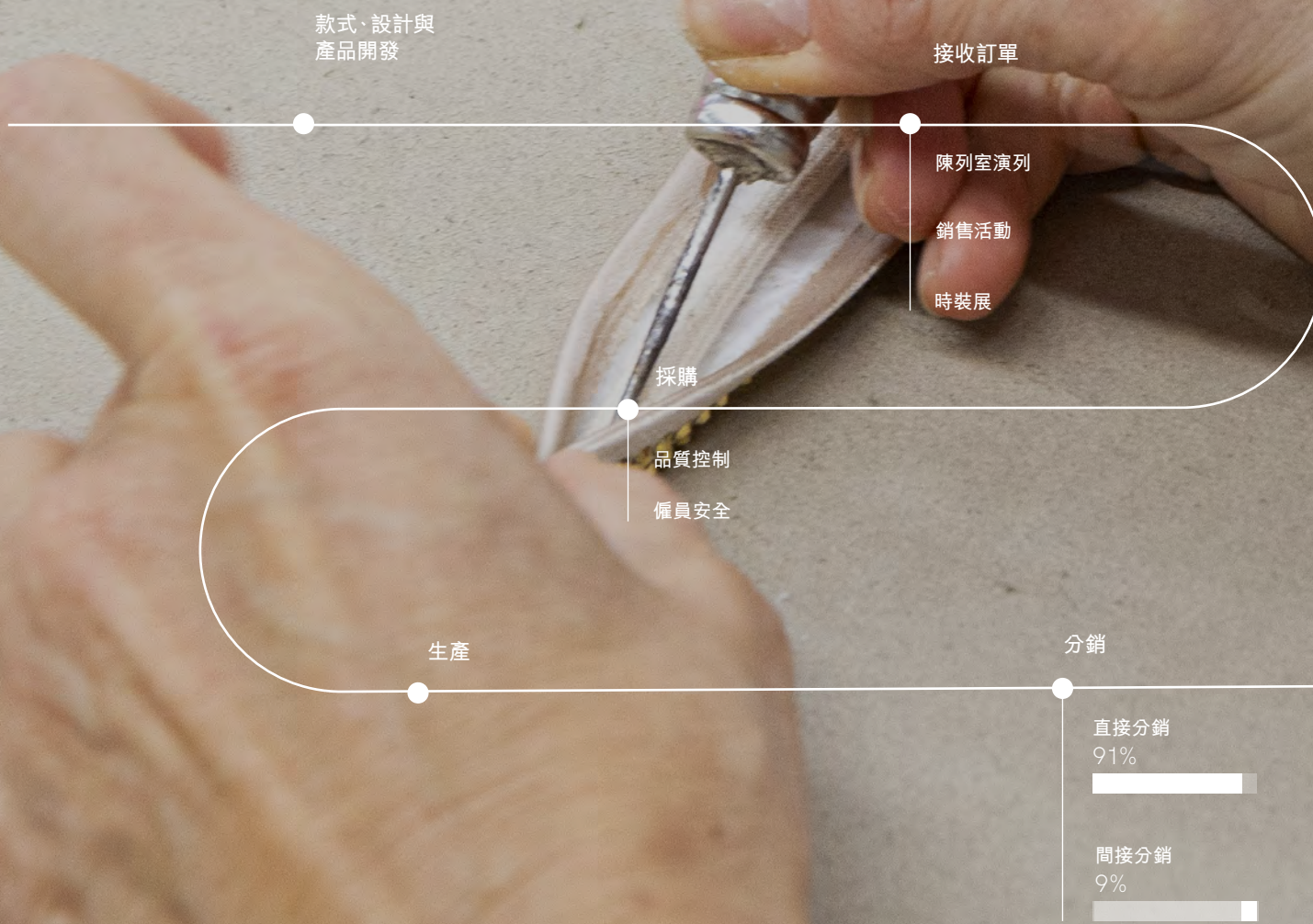
Prada集團的北美附屬公司亦與非政府實體及著名美國大學合作開展DE&I計劃，於戰略合作項目方面取得顯著進展。

在參與文化活動方面，本集團繼續針對本公司的特定員工組別提供專門培訓及寶貴資源。本集團與聯合國教科文組織政府間海洋學委員會攜手主辦的海洋保育教育計劃「Sea Beyond」於意大利國家時裝商會(Camera Nazionale della Moda Italiana)(CNMI)舉辦的「二零二二年可持續時尚大獎」活動中榮獲「海洋獎」(Oceans Award)，印證了本集團對文化及教育作出的巨額投資。

有關Prada集團歷史的更多資料載於公司網站
www.pradagroup.com。

1.3 價值創造

結合成熟工藝與工業製造程序的原創業務模式為本集團品牌成功的基礎。該一體化模式使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。



款式、設計與
產品開發

接收訂單

陳列室演列

銷售活動

時裝展

採購

品質控制

僱員安全

生產

分銷

直接分銷
91%

間接分銷
9%

創意

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



創意是 Prada 集團製作過程的核心。Miuccia Prada 匠心獨運，能將開拓性構思、對創新、非傳統的意念及對文化與社會的關注巧妙結合，具有強烈的時裝觸覺。這能力造就了一套真正的設計文化，而當中自有其方法及規條，指導每位參與創作工作的人員。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，本集團界定了新的創意作者模式，展現出對話的重要性與力量。

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。

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。



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 24 個直接擁有的生產基地（21 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 集團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。

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 612 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。

於二零二二年十二月三十一日，Prada 集團綜合銷售額 91% 來自零售渠道，而其餘 9% 則來自批發渠道。

於二零二二年，Prada 集團
綜合銷售額 91% 來自零售渠道，而其餘 9%
則來自批發渠道。



以客為本 及數碼進展

為配合 Prada 集團的整體長遠發展策略，市場部轄下零售創意及商務部門的主要目標為進一步加快及整合在過往數年展開的數碼轉型流程。

本集團以更專心致志的態度貫徹以客為本方針，作為其豐富零售與多渠道策略體驗的核心要素，並於二零二二年繼續投資於人類主導的接觸點，這類接觸點被視為幫助本集團與客戶建立親密關係，並最終提高客戶忠誠度的主要助力之一。於「人性化」原則的投資有助提升員工的銷售能力，使彼等可通過提供獨特的個人化體驗吸引客戶，盡量加深客戶與品牌的關係。

本集團繼續致力活化整個營銷生態系統及引入新數碼工具，使銷售人員可適時提供更多個人化產品及內容，讓客戶享受進階體驗。

於二零二二年，線上渠道延續往年的良好勢頭，在收益增長及整個渠道於本集團財務業績的佔比方面均表現出色。此等佳績主要歸功於本集團專注推出各項旨在進一步提升客戶體驗的措施，以及在所有數碼觸點推行豐富內容、優化購買渠道、改善營運及技術表現等關鍵策略性改善措施，同時擴大本集團在主要選定數碼生態系統的業務版圖。

本集團於年內推出數碼轉型投資項目，為數碼渠道及應用的未來發展奠下一大里程碑，預期該項目將採用頂尖技術解決方案，旨在於往後數年進一步提升本集團的數碼發展策略。

為實現上述宗旨，Prada 集團亦將改善其提供個性化體驗的能力，迎合客戶不斷轉變的需求及日益提高的期望，並繼續採用創新科技及應用。

Prada 集團在設計全線品牌的價值主張時，將堅守以客為本的宗旨，並進一步將業務版圖擴大至新穎及創新的實體及數碼生態系統。



可持續融資

秉持逐步將可持續發展融入業務營運的廣泛願景，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集團於二零一九年與Crédit Agricole Group簽訂首筆貸款，其後於二零二零年與日本瑞穗銀行簽訂第二筆貸款。

該兩筆信貸額度均與以下事項於合約年期內的進展計劃掛鉤：

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

於二零二一年，Prada集團與意大利聯合聖保羅銀行(Banca Intesa Sanpaolo)及裕信銀行(UniCredit)簽訂另外兩筆同類貸款。


該等最近期的信貸額度均與以下公司內部有關循環再用及氣候策略的可持續發展進程KPI掛鉤：

- 生產廢料再生及再轉化；
- 自製能源比例上升。

1.4 可持續發展策略

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。

日漸融入企業策略的可持續發展以及與利益相關者持續進行透明的對話，已成為提升本集團形象及其競爭優勢的關鍵因素。為面對當代與未來的挑戰並實現長遠可持續發展，Prada集團透過推行一套新政策，加強原本已屬高準則的企業管治，重申其負責任的整體發展方針。

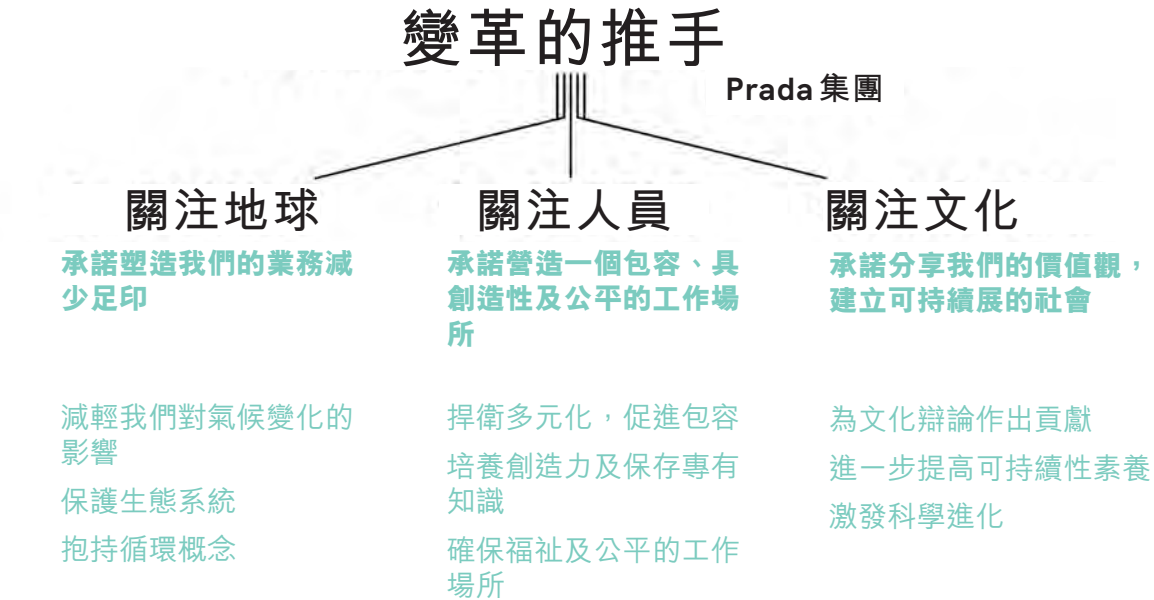


我相信，追求更加可持續的業務模式至關重要，以在未來幾年可靈活應變同時貫徹始終地面對越趨複雜的挑戰，而這當中部分必須要感謝主要利益相關者不可或缺的投入。

Lorenzo Bertelli
Prada集團
企業社會責任主管

於二零一九年制定可持續發展政策乃首個里程碑，標誌著董事會肩負起更重大的責任，據此本公司可持續發展的重心將建基於三大支柱－地球、人員及文化－從中本集團深信可為自身行業提供最大回報價值，並造福整個社會。

於二零二一年，Prada集團制定可持續發展策略「影響(IMPACT)」，旨在鞏固此承諾，為每項行動確定中長期目標，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。



合作夥伴

承諾與合作夥伴合作，加強我們的可持續發展路徑

本集團的可持續發展策略已於二零二一年獲 Prada S.p.A. 董事會批准，可持續發展策略作為長遠發展藍圖，乃基於一直以來界定 Prada DNA 的價值、原則及優先事項所釐定，並通過成為變革的推手，展示出過去行動與未來計劃的延續性。

關注地球 支柱定下減少環境影響目標，包括由二零二二年起在 Prada 集團所有業務中達至碳中和，以及配合企業雄心助力 1.5°C 限溫目標行

動(Business Ambition 1.5°C)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在生產及籌備演出及活動等其他項目時採用更容易循環再用的物料，使有關廢料可再次循環重用。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。

「關注人員」 支柱涵蓋宣揚並提升多元化、平等及包容，以及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的措施。該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」 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，強調本集團積極擔當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。

可持續發展形勢瞬息萬變，業務營運因而面對的風險及機會亦會隨之急速演變。因此，本集團將繼續就相關策略制定靈活的計劃，隨時間不斷作出改善及更新，以滿足本集團持份者的需要及期望，以及適應其營運所在市場的市況變化。

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，而本集團亦仰賴重要性分析以就相關策略釐定優先行動，並於二零二二年專注落實有關行動。

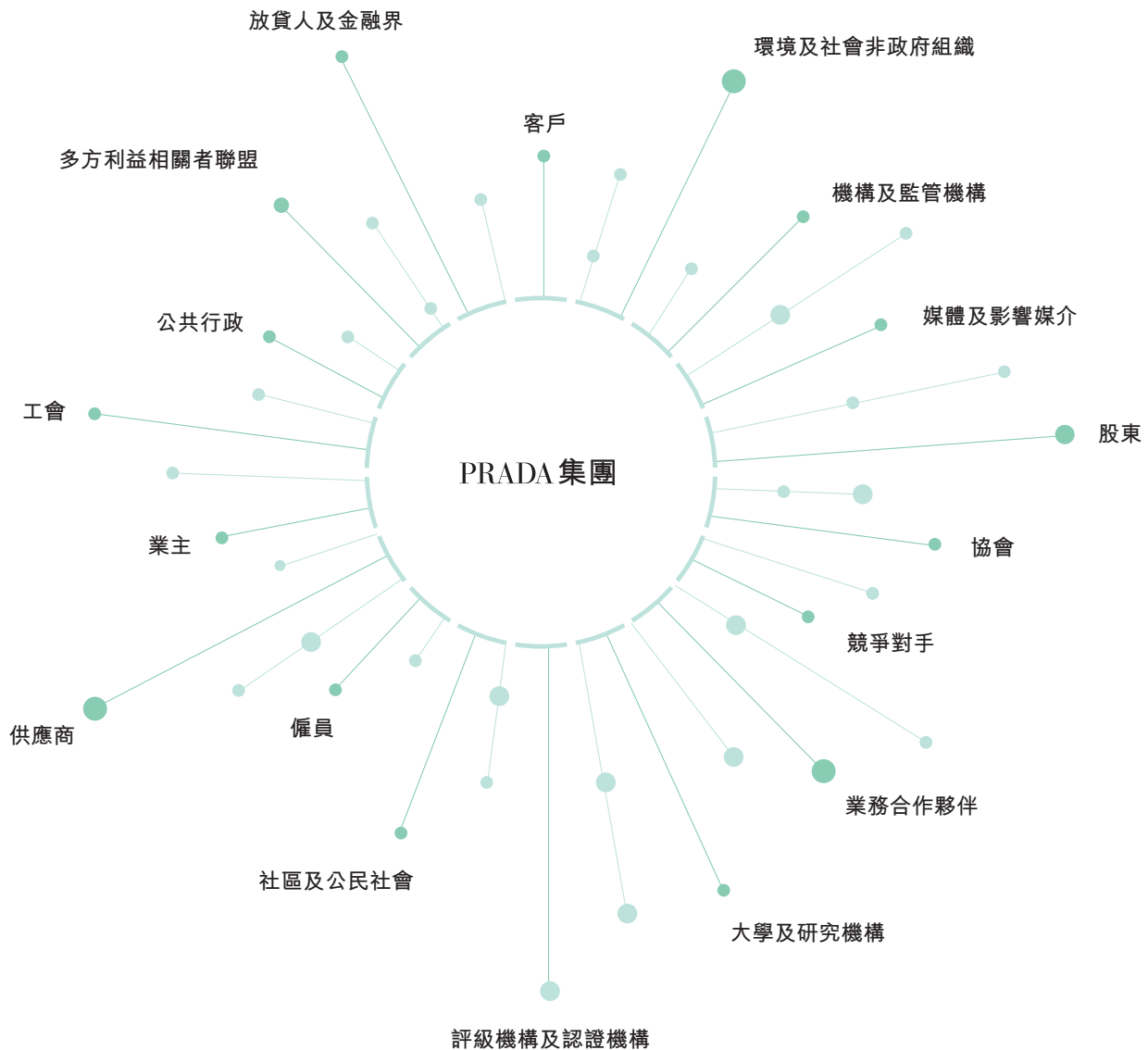


1.5 利益相關者及重要性分析

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創造長遠價值至關重要。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集團的影響：影響本公司策略或經營決策的能力；
- 對Prada集團的依賴程度：利益相關者受本公司決定、產品及活動影響的程度。



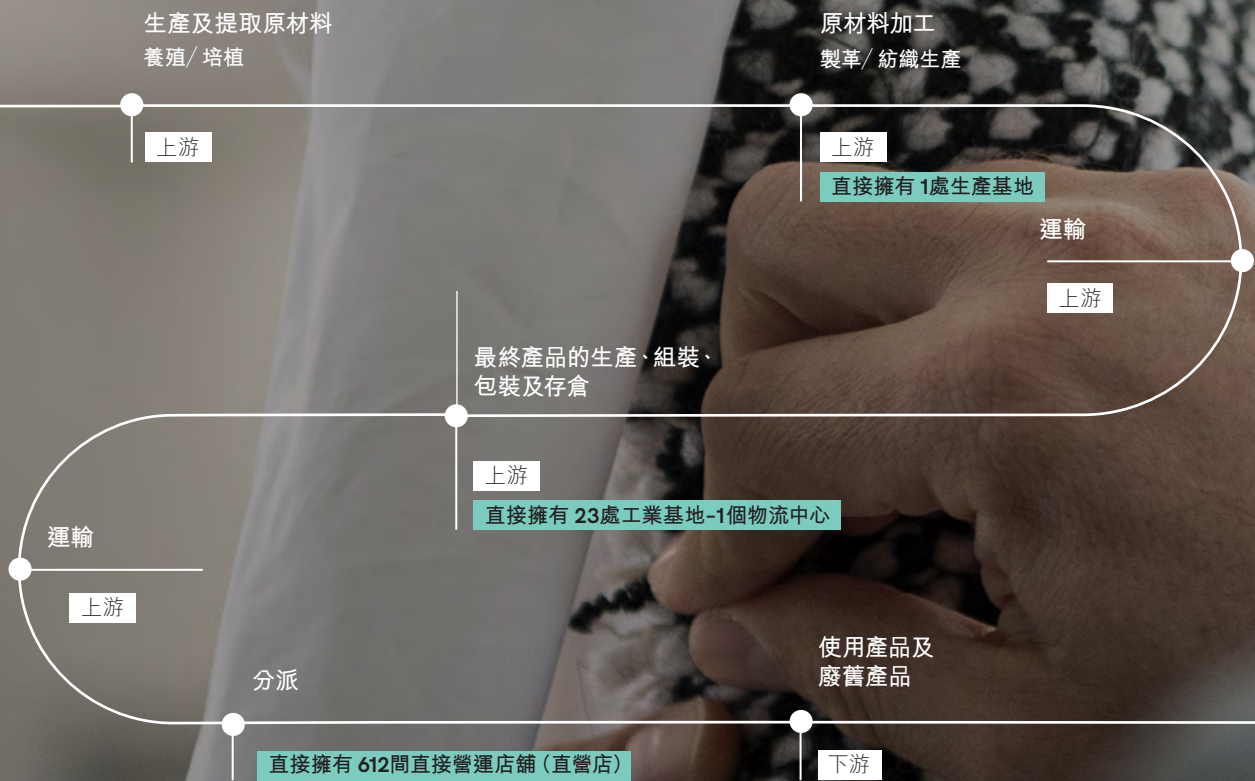
歷年來，Prada集團鼓勵多推行與主要利益相關者互動的活動，提升彼等參與度，從而可互相學習與分享，以期識別利益相關者的期望並將之融入本集團業務目標。

為追求目標，本集團積極投入與利益相關者共同聯盟或作為多方聯盟的一部分。

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，有關內容已根據二零二一年新GRI準則規定作出更新。實際上，Prada集團已進行新一輪重要性分析，在經濟、環境及人員層面上識別最具影響力的主題，當中包括對人權的影響。

為識別出一系列重要議題，本集團已評估**實際及潛在影響**¹（包括負面及正面²），並評估該等影響對Prada集團整條價值鏈的重大性，因此評估範圍不僅涵蓋本集團的業務營運，亦會涉及其上游及下游活動。



1-潛在影響指可能產生或尚未產生的影響，實際影響則指已產生的影響。
2-負面影響指損害個人、社區以至環境繼而妨礙可持續發展的影響，正面影響則指有利於可持續發展的影響。

下表所列的重要主題均反映出 Prada 集團的價值鏈可能會對可持續發展造成的負面影響。

本集團為減輕及盡量減低該等影響所實施的行動將於本報告的其後章節內闡述。

環境	重要議題	價值鏈			可能性
		上游	直接	下游	
	<p>氣候變化</p> <p>Prada集團的採購過程及核心業務所排放的溫室氣體導致氣候變化加劇，其中以畜牧及養殖階段對氣候變化的影響尤甚。</p>				已發生
	<p>生物多樣性及動物權益</p> <p>製作布料及包裝材料均需使用天然原材料，為此時裝界高度依賴生物多樣性，惟其亦會直接及間接破壞生態系統，造成重大環境影響。</p> <p>時裝界對生物多樣性的影響主要來自價值鏈的上游階段，特別是原材料生產以及物料製備及加工。原材料生產涉及動物養殖，倘管理方式不符合道德規範則會影響動物權益。</p>				已發生
	<p>水資源</p> <p>Prada集團供應鏈的用水需求龐大，其中畜牧及養殖活動的耗水量尤其高。低效用水更會對飽受水資源壓力的地區造成顯著的影響，打擊當地經濟。此外，皮革及面料加工相關工業活動的排水管理不力會對水質造成負面影響，進而破壞生態系統及損害當地社群的健康。</p> <p>最後，產品中的微塑膠或會在產品洗滌過程中經污水排出，危害海洋生物，因此亦是非常重要的議題。</p>				已發生
	<p>廢物管理</p> <p>時裝界涉及各種產生大量有害及無害廢料的工業活動。廢物管理不善不但會對當地生態系統及社區產生負面影響，更可波及廢物生產地及棄置地以外的地方。</p>				已發生
	<p>廢舊產品</p> <p>時裝界生產的商品大多難以回收，而紡織廢料通常被棄於垃圾堆填區或被焚化。回收製成品的難度取決於多項因素，包括產品設計及是否設有廢舊產品收集系統等。</p>				已發生

	重要議題	價值鏈			可能性
		上游	直接	下游	
人員	人權 在時裝界重度依賴全球供應鏈的運作模式下，侵犯人權風險隨之上升，尤其是就強迫勞動及童工等問題而言。Prada集團承諾加強控制其供應鏈及生產過程的垂直整合，藉此確保人權影響被歸類為潛在影響，降低發生機率。				潛在
	多元化與包容性 封閉排他的工作環境，加上企業漠視多元性及平等機會，均可導致僱員在薪資、福祉及職涯發展方面受到歧視，對個人與專業發展機遇以至人性尊嚴均造成負面影響。				潛在
	職業健康與安全 時裝界本身存在各種無可避免的健康風險，例如在物料加工及染色過程中接觸化學品等。此外，全球供應鏈盛行亦導致潛在職業安全意外的發生風險有所增加。				已發生
	反貪污 本集團規模龐大，在經營業務時或會出現貪污等不道德或不當行為。				潛在
	行銷與標示 透過誤導性廣告或遺漏重要資訊的方式向消費者散佈含糊及具誤導性的信息，會令消費者無法作出符合道德的知情決定並遭受負面影響，這種情況在時裝界漂綠風險日益增加的環境下更為常見。				潛在
	消費者健康與安全 考慮到產品所用的化學物質，在缺乏適當的產品品質控制系統下，不安全及有害的產品可能會流入市場。				潛在
業務及道德					



另一方面，下表列出的重大議題反映本集團的各項活動為利益相關者帶來的正面影響。

人員

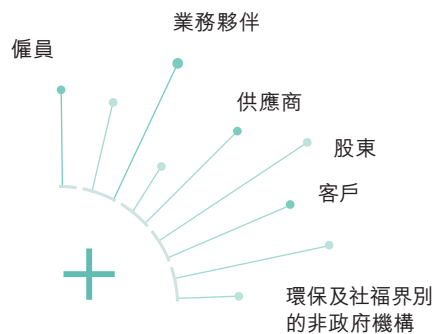
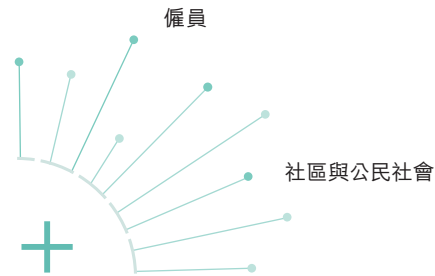
培訓及教育

僱員獲提供充足培訓時數作進修及自我提升。Prada集團承諾致力推動其所有僱員的專業發展。

可持續發展教育

Prada集團承諾向其所有利益相關者推廣可持續發展文化，推動彼等與本集團攜手協力，邁向更為可持續的業務模式。在多項計劃中，本集團與聯合國教科文組織政府間海洋學委員會共同發起的Sea Beyond計劃卓有成效。

受惠的利益相關者

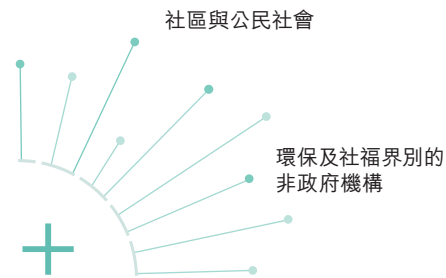


社區

受惠的利益相關者

藝術與文化遺產

本集團支持文化保育及前衛的藝術，持續在藝術及環境方面投資於意大利與國際文化遺產的保育及宣傳工作，充分體現Prada集團DNA中與眾不同且不可或缺的本質。本集團對上述工作的承擔讓社會各界都能受惠。



科學進化

本公司積極擔當教育者的角色，透過提供資金及成為合作夥伴，於支持創新工作方面一直不遺餘力，並致力幫助延伸思想交流及科學發展的領域。本集團同時承諾向大學提供獎學金、補助金及捐款以支持科學界發展。



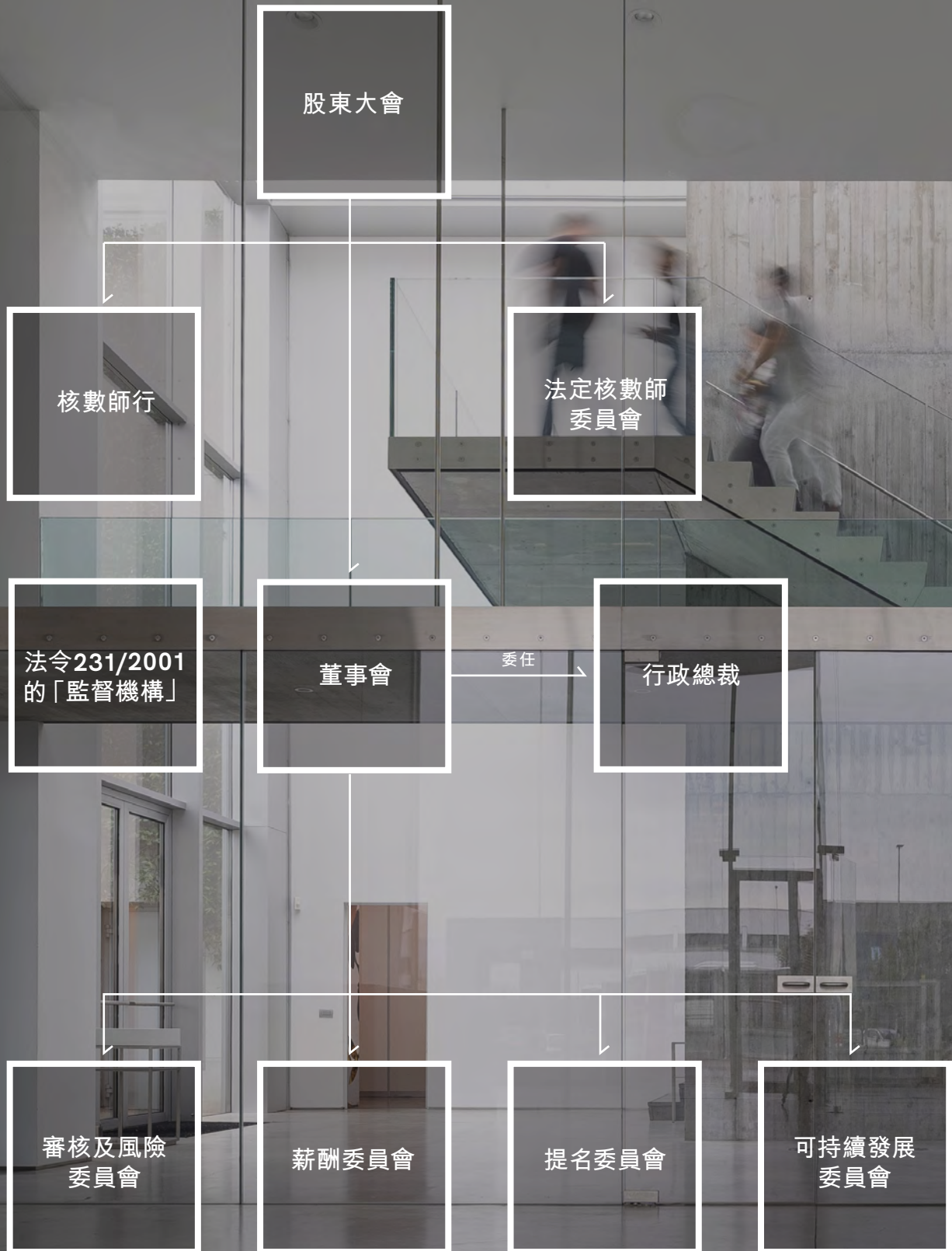
工藝與專業知識

本集團於創作產品時推崇工匠精神，致力保存工匠的工藝技術，並促進有助回饋本地經濟、維護傳統技術及確保提供優質就業機會的生產模式。



重大議題表列（並非按優先順序排列）已獲本集團可持續發展委員會批准。有關用於識別有關影響的流程，以及重大議題、GRI議題與香港聯交所主要範疇之間的關連的詳細說明，已於第6章「方法附註」內予以報告。

1.6 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。本公司持續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。

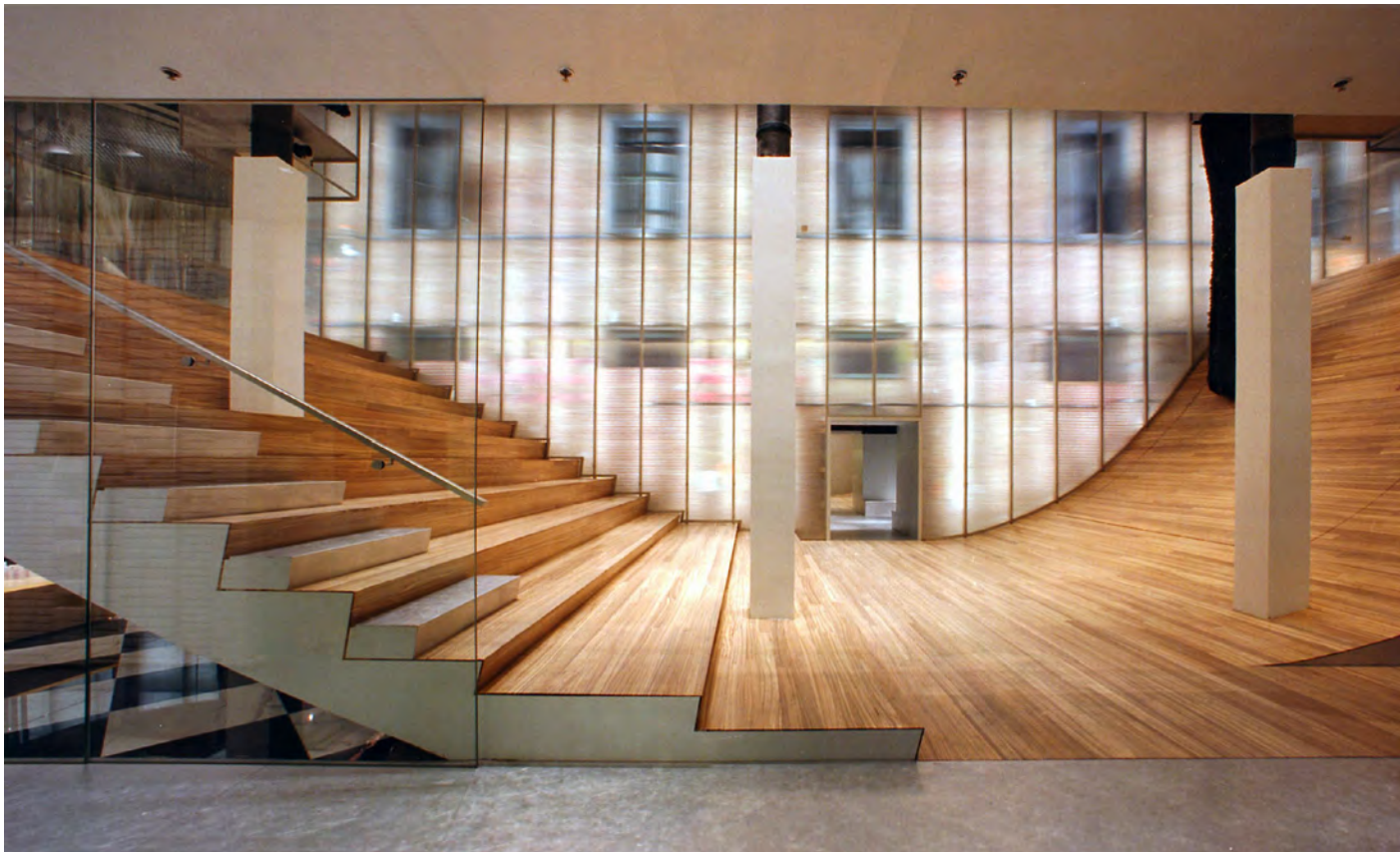
本公司採納的相關企業管治模式符合本公司註冊成立所在地意大利適用法律及規例以及香港聯交所上市規則附錄十四所載企業管治守則（「守則」）原則所載的要求。

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。董事會亦根據第231/2001號法令委任了監督機構（「Organismo di Vigilanza」）。

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及二零二二年一月二十八日舉行的本公司股東大會上獲委任，Andrea Bonini先生及Andrea Guerra先生分別於二零二二年十一月八日及二零二三年一月二十六日舉行的董事會會議上通過「增選」方式獲委任。這意味該等委任將於二零二三年股東週年大會上由股東批准或反對。如獲選舉，彼等作為執行董事的授權將與其他現任董事在相同時間失效（即將予召開以批准本公司截至二零二三年十二月三十一日止年度財務報表的股東大會日期）。於本報告日期，董事會目前由六名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。

於二零二一年，董事會成員接受有關 ESG 議題的培訓，而於二零二三年，本集團計劃舉辦新的教學活動，以加強董事會對主要可持續發展議題的專業知識。

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		女性	> 50
Patrizio Bertelli		男性	> 50
Andrea Guerra	行政總裁	男性	> 50
Lorenzo Bertelli		男性	30 - 50
Andrea Bonini	財務總監	男性	30 - 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(「委員會」)(即審核及風險委員會、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。

審核及風險委員會

審核及風險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。

	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

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。其亦根據上市規則所設標準評估董事的獨立性。

	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

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。該委員會或會聘用獨立外部顧問就董事會或高級管理層的薪酬提供意見，費用由本公司承擔。

有關 Prada Group 薪酬政策的更多資料於二零

二二年年報的企業管治章節披露。

此外，二零二二年及上一年度本公司董事會、五名最高薪酬人士及高級管理層的薪酬於二零二二年年報綜合財務報表附註內呈報。

	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。

可持續發展委員會

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其重大議題以及所有呈交董事會審批的可持續發展通訊。

	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

法定核數師委員會監督公司章程及所有適用法律及規例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）。

	職位	性別	年齡
Antonino Parisi	主席	男性	> 50
Roberto Spada		男性	> 50
David Terracina		男性	> 50

監事會

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。

	職位	性別	年齡
Stefania Chiaruttini	主席	女性	> 50
Yoël Zaoui		男性	> 50
Roberto Spada		男性	> 50

本公司遵守其公司章程、意大利法律法規及香港上市規則有關避免董事會利益衝突及披露關聯方交易或關連交易的程序。

倘董事有任何利益衝突，其必須知會其他董事及法定核數師委員會、提供所有相關詳情及資料，並放棄投票。倘行政總裁有任何利益衝突，其必須放棄進行有關交易。倘出現利益衝突的情況，董事會必須正式提出公司繼續進行該交易的原因及好處。

倘主要股東或董事有利益衝突，有關事宜應交由實體董事會會議審議，而獨立非執行董事須於該董事會會議上列席。

本公司將會審閱任何潛在關連交易是否 (i) 可獲豁免 (例如低於披露門檻) 或 (ii) 須獲得董事會及／或獨立股東批准。倘不獲豁免，本公司將確保交

易於公告及年報以及(如需要)致股東的通函內作出適當披露，並召開股東大會以批准交易。

有關於其他董事會任職(如有)及控股股東及關聯方、彼等的關係、交易及未償還結餘的詳情於二零二二年年報內披露。

最後，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。截至二零二二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。

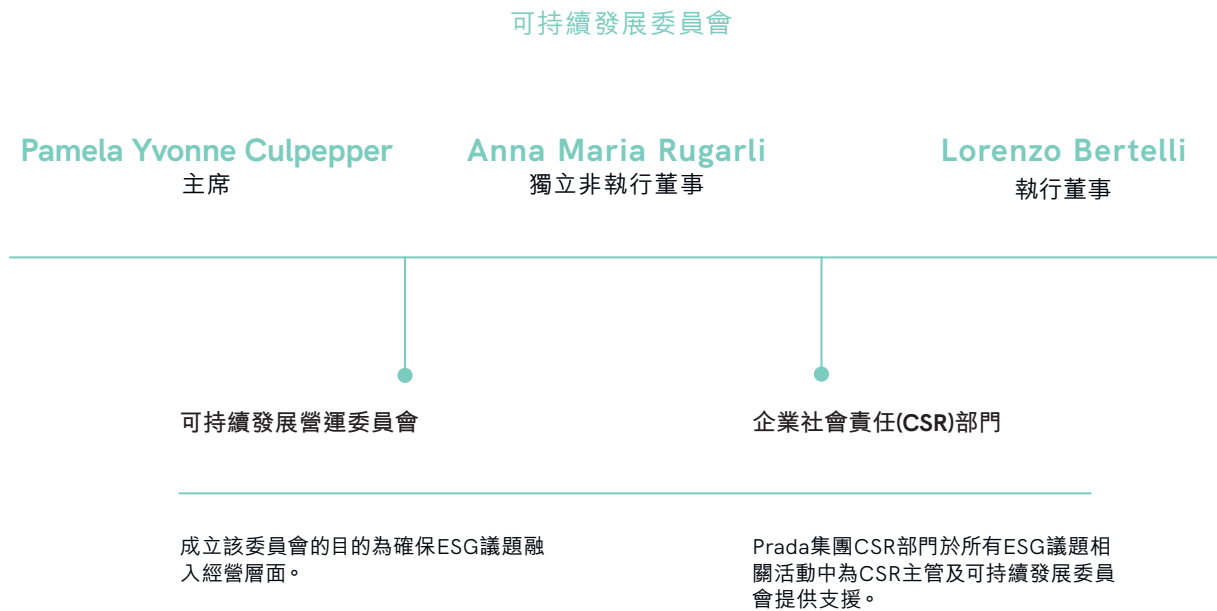
有關企業管治的更多詳情，載於二零二二年年報所載的企業管治一節。



可持續管治

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，以保護生態系統及保障其經營所在地區的社區。

於二零二二年，(其中包括)委任兩名環境、社會及管治議題資深專家 Pamela Yvonne 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，撐起 Prada 集團的可持續管治。



1.7 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，以便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、審核及風險委員會、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以及審核及風險委員會，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，為提供更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、貪污及洗黑錢。

於二零二二年，Prada 集團採納舉報程序，以管理任何關於涉嫌及/或確實違反 Prada 集團道德守則及價值觀、法律及規例、公共機構頒佈的措施、公司程序、根據第 231/2001 號而採納的組織、管理及控制模式或與本集團公司的任何合約協議的舉報。具體而言，本集團採用一個外部網絡平台，任何人均可透過公司網站 www.pradagroup.com 瀏覽該平台，該平台提供多種語言版本。該平台依據保護個人數據及舉報人的適用法律，同時提供匿名舉報方法，以確保舉報人的身份及舉報信息完全保密。

為確保舉報流程的成效，並為所有潛在舉報人提供廣泛及無差別的支援，Prada 集團提供不同通信渠道，例如電子郵件 (whistleblowing@pradagroup.com)、普通郵件(地址：Prada S.p.A.，Via Antonio Fogazzaro 28, 20135 Milan, Italy - K.a. Internal Audit) 及本公司內聯網可連接的電腦平台。

道德委員將會盡快評估透過這些渠道舉報的任何違規事宜。於處理舉報時，本集團應以保護舉報人免受任何形式報復的方式行事。道德委員會亦應向審計及風險委員會就內部控制系統提出任何改善建議，並為公司員工提供必要的信息及培訓措施。



PRADA

本集團定期進行風險評估， 以確保採取足夠及相稱 的風險預防及偵測措施。

本集團定期進行風險評估，以確保採取足夠及相稱的風險預防及偵測措施。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、法律及監管合規的 Prada 集團特有風險；
- 關於網絡攻擊、天然災害、地緣不穩或疫情大流行的業務連續性相關風險；
- 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。

其他資料載於二零二二年年報的財務回顧、企業管治章節以及綜合財務報表附註 28「風險及費用撥備」(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)。

ESG 風險管理

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

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。利益相關者對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 集團的可持續發展表現，並以期監察與可持續發展相關的風險。

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。

於二零二二年底，Prada 集團首次就早前識別的主要 ESG 風險展開評估，相關評估工作於二零二三年初完成。是次分析並未為集團發現任何相關風險。

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識別 ESG 風險：

- 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風險管理

類別	重要主題 ³	風險名稱	描述	風險類型	參考風險緩解措施
環境	氣候變化 ⁴	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。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，則與競爭對手相比，Prada集團獲得金融資本的機會可能減少且其財務狀況可能被削弱。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	1.4可持續發展策略 3關注地球
		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類議題所影響。尤其是，千禧一代似乎偏好以低環境影響原材料製造的產品。倘本公司未能就此議題採取積極方針，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，繼而導致經濟損失。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	1.4可持續發展策略 3關注地球
		不遵循新興法律及／或規例	歐洲正邁向於二零五零年或之前實現溫室氣體淨零排放經濟。此目標或引致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 	1.4可持續發展策略 3關注地球
		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，並因此為Prada集團帶來風險。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 	1.4可持續發展策略 3關注地球
		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，本集團取得確保業務連續性所需的原材料時可能會遇到困難，並可能面對潛在成本上升的問題。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 經營風險 財務風險 	1.4可持續發展策略 3關注地球

3-重要主題「可持續發展教育」、「藝術與文化遺產」及「科學進化」中並無識別出相關風險。

4-氣候變化相關風險及機會已於二零二二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	參考風險緩解措施
環境		極端天氣事件頻率及嚴重程度	本集團的業務及零售網絡廣泛分佈在歐洲、亞洲、北美及拉丁美洲，使其面對若干與極端天氣事件相關的風險。例如，Prada集團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 	1.4可持續發展策略 3關注地球
	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 	3關注地球—廢物管理 3.4合作關係：RE.CREA聯盟
	廢舊產品	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，預料將生產者延伸責任(EPR)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 	3.3關注地球—廢物管理 3.4合作關係：RE.CREA聯盟
	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。倘本公司未能就此議題採取積極方針，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，繼而導致經濟損失。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 財務風險 	3.3關注地球—廢物管理 3.4合作關係：RE.CREA聯盟

ESG 風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	參考風險緩解措施
環境	水資源	水資源供應不足	倘Prada集團經營所在的地理區域遭遇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。	<ul style="list-style-type: none"> 經營風險 	3關注地球—水資源管理
		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。考慮到排水管理不力可能對Prada經營所在地區產生的影響，因此亦存在重大聲譽風險。	<ul style="list-style-type: none"> 合規風險 	2.5產品責任 3關注地球—水資源管理
	生物多樣性及動物權益	可持續的原材料供應度低	<p>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，當本集團出面設定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。</p> <p>此外，在採購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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 經營風險 財務風險 	3.2保護生態系統 3.3抱持循環概念 3.4合作關係
		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）營運所在的行業對環境影響重大。皮革供應鏈亦會帶來森林砍伐及損害生物多樣性的疑慮。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。	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 	3.2保護生態系統 3.3抱持循環概念 3.4合作關係

ESG 風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	參考風險緩解措施
人員	人權	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	2. 負責任管理 2.1 行業策略 2.2 負責任供應鏈管理
		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	4.3 確保福祉及公平的工作場所
	培訓及教育	難以吸引及挽留合資格僱員	Prada集團的成功取決於其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。僱員流失率高代表Prada集團存在喪失競爭力的風險。	• 策略風險 • 經營風險	4.2 培養創造力及保存專有知識
	工藝與專業知識	流失手工製作的專業知識	發展技能是Prada成功的基本元素，因此，公司「知識」的跨代承傳非常重要。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。	• 策略風險 • 經營風險	4.2 培養創造力及保存專有知識
	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。	• 合規風險	4.3 確保福祉及公平的工作場所
	多元化與包容性	發生歧視事件	促進多元化、平等及包容是Prada集團的根基。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。	• 策略風險	4.1 捍衛多元化，促進包容

ESG 風險評估

類別	重要主題	風險名稱	描述	風險類型	參考風險緩解措施
業務及道德	消費者健康與安全	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，可能對消費者的健康與安全構成風險，並且違反本集團的監管標準。	• 合規風險	2.5產品責任
		行銷與標示	公司聲譽	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），相關原材料的實際可持續性或不優於所取代的傳統原材料。誤導性廣告或遺漏重要資訊所散佈的含糊及具誤導性信息，會令消費者無法作出知情決定並遭受負面影響，繼而可能損害本集團的形象及聲譽。	• 策略風險 • 財務風險
	不遵循行銷與標示法例	考慮到漂綠風險日益增加及根據該風險而制定的新興規例，未能遵守有關行銷與標示的法律及規例可能會導致Prada集團受到財政處罰。	• 合規風險	1.3價值創造 2.4商標保護 2.5產品責任	
反貪污	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。	• 合規風險	2.負責任管理 2.3稅務策略與合規	

2. 負責任管理

目錄

- 2.1 _ 行業策略
- 2.2 _ 負責任供應鏈管理
- 2.3 _ 稅務策略與合規
- 2.4 _ 商標保護
- 2.5 _ 產品責任

二零二二年摘要

於二零二二年十二月三十一日

24 處

工業設施

為本集團工業供應商制定新道德準則以加強對供應鏈的控制

87%

本集團工業供應商位於意大利

54%

本集團工業供應商已與本集團合作逾10年

>140 百萬歐元

工業投資 (二零一九年起)

1 項產業收購
以強化垂直整合

2.1 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140百萬歐元的投資，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。由於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，本集團所作出的決定突顯了其於這些方面的巨大優勢。

繼二零二一年收購 Filati Biagioli S.p.A. (一家專門生產羊絨及精細紗線以及管理將纖維加工成紗

線的過程的公司，擁有跨越逾一整個世紀的卓越往績)的少數股權(40%)後，Prada集團於二零二二年八月收購位於比薩的 Conceria Superior S.p.A. 的43.65%股本，該公司乃小牛皮加工方面的領導者，作為奢侈品行業的專門供應商在意大利及國際市場上經營逾60年。

Prada集團依賴高度自主權營運，同時亦受惠於其就擴充設施及重大招聘計劃所作出的投資，事實上，多年來本集團所有原型均由內部生產，在近數年方逐漸先後將皮革切割階段以及手袋和鞋履組裝流程內包。現時對所有原材料及成品的控制以及成品的物流活動亦由內部管理。

近年來，受惠於二零一九年起逾140百萬歐元的投資，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。

Massimo Vian
Prada S.p.A. 生產總監



Prada集團生產基地

於二零二二年十二月三十一日

24 — 21 — ~200,000

處生產基地

處位於意大利

平方米的總面積

合共3,240名 — 63%

僱員

女性

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 Périgieux 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
Strada Bruxelles, 8
550052 Sibiu, Jud. Sibiu

Terranuova, Arezzo - Italy
Via Poggilupi, 992-998
52028 Terranuova Bracciolini (AR)

Valvigna, Arezzo - Italy
Strada Lungarno, 1213 - 1261
52028 Terranuova Bracciolini (AR)

1,554名
員工

65%
女性

鞋履

Buresta, Arezzo - Italy
Via Aretina, 552-556
52025 Montevarchi (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 Atpi, 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)

Foiano della Chiana, Arezzo - Italy
Via d'Arezzo, 130/H
52045 Foiano della Chiana (AR)

1,024名
員工

52%
女性

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 Montevarchi (AR)

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

Torgiano, Perugia - Italy
Loc. Ferriera, 46
06089 Torgiano (PG)

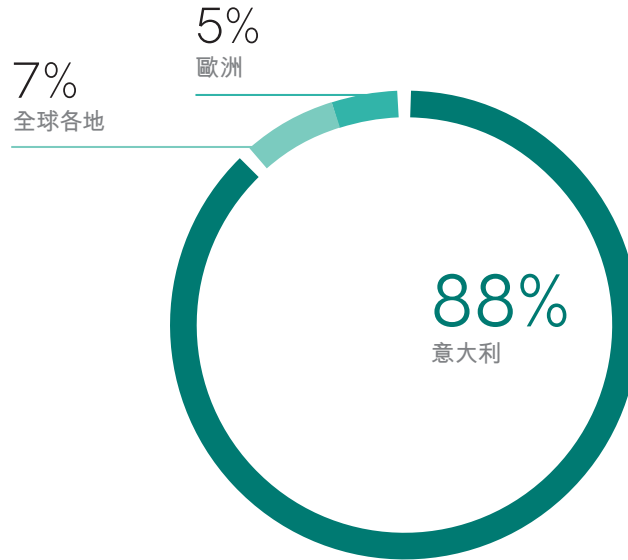
662名
員工

77%
女性

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。於二零二二年，本集團向大約480家供應商⁵採購原材料，其中86%位於意大利，約5%位於其他歐盟國家，餘下9%位於其

他非歐盟國家。該等供應商大部分均為長期合作夥伴：其中約61%與本集團已合作逾10年，另外約18%與本集團已合作介乎5至10年。

半製成品 供應鏈地點



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，於二零二二年，本集團與約400家製造供應商⁶合作。約88%製造供應商位於意大利，約5%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45%與本集團已合作逾10年，另有約24%與本集團已合作介乎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87%工業供應商位於意大利，其中約54%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。

自二零二三年起，Prada集團的目標為透過針對社會及環境可持續性議題的計劃提高其於供應鏈的參與度，這與其可持續發展策略以及就負責任供應鏈管理、減少二氧化碳排放、原材料可追溯性及保護生物多樣性等範疇定下的目標一致。

5-就此分析而言，僅計及於二零二二年採購額逾30,000歐元的原材料供應商。

6-就此分析而言，僅計及於二零二二年採購額逾30,000歐元的製造供應商。

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。

儘管衛生緊急事故放慢了管控活動，但自二零二一年起，本集團已定期進行管控活動，目標為覆蓋佔營業額80%的供應商。於二零一九年至二零二二年期間，所進行的管控活動涉及約340名一級及二級供應商，而本集團已就發現嚴重違反道德標準的供應關係採取糾正行動。

所發現的違規事項已向一級供應商匯報，以便其就外判關係採取所需的糾正行動，而有關違規事項主要與社會保障及稅務方面、工作場所、職業安全及所僱用勞動力(於合約情況及實際工作時數方面)有關。Prada集團一直致力識別改正行動(視乎所發現的違規事件性質而定)，以促進產業供應鏈在質量以至操守準則方面的改進。

於二零二三年，管控供應商活動將會持續以盡快監察及有效減輕供應鏈管理相關風險，同時亦將加強對社會及環境可持續性方面的評估。

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奴役、強逼勞動及販賣人口行為。



Prada集團將會加強對社會及環境可持續發展範疇的評估。

2.4 商標保護

Prada集團將保護知識產權(IP)視為首要重任。本集團的IP部門致力保護創意，特別是全球各地的商標、設計、版權及域名。

Prada集團的律師團隊定期監察第三方辦理的知識產權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足以以假亂真)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。此外，本集團採納全球各地的預防及維護措施，以保護所有線上及線下渠道的知識產權，並每年展開數以千計的打擊偽造行動。

Prada集團日常與國內及國際海關機關合作，協助阻截贗品進口，並由警方及稅務機關協助沒收偽冒品，重建分銷及生產程序，以及向主管當局舉報需為此負責的組織。為求達致此目標，本集團舉辦培訓活動，使有關機關具備所有工具可有效打擊偽造活動及其背後的犯罪組織。

此外，Prada集團曾協助進行多個重大國際行動，例如由「Guardia di Finanza」、歐洲刑警、由西班牙國家警察、歐洲反詐欺辦公室(OLAF)及歐盟智識產權局(EUIPO)統籌的行動。本集團透過這些機關於網站及社交網絡上分享與贗品交

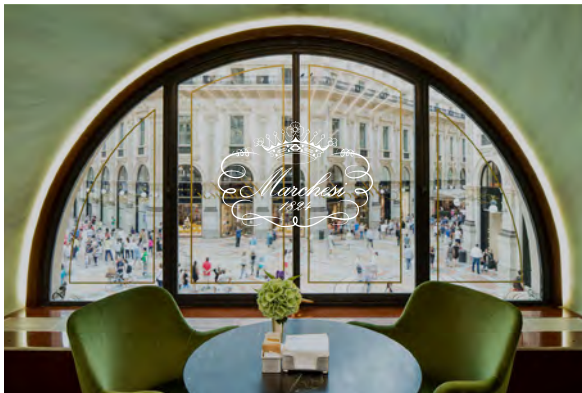
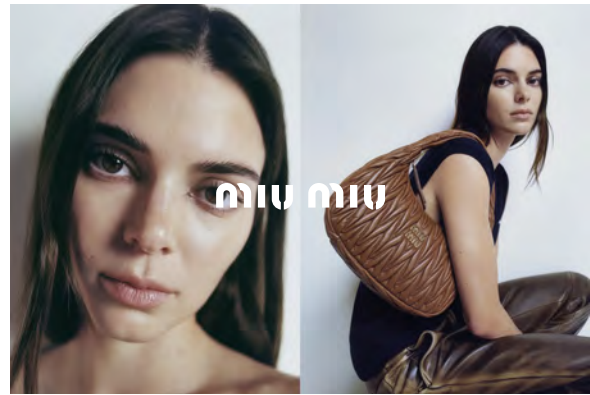
易流相關的數據，為識別犯罪網絡提供實用資訊。

進一步的重大合作涉及多個主要協會，如the Italian Association for the Protection of Intellectual Property (INDICAM)、the Union des Fabriquants及the Quality Brands Protection Committee (QBPC)，令各機構及消費者關注有關事宜。Prada集團監察知識產權立法的變動，就此積極向商標擁有人進行諮詢，以建立新立法工具，旨在打擊有關偽造的犯罪活動。

鑒於數碼平台及網上營運商承擔更大責任獲得歐盟認同十分重要，可加倍確保企業及用戶的安全，因此，Prada集團監察《數碼服務法案》的監管進程。

Prada集團亦深明使用新科技對打擊偽造活動十分重要。例如，自二零二二年一月起，所有Prada產品均具備無線射頻識別(RFID)標籤，該科技可用於分辨產品真偽及追蹤產品。此外，為進一步加強產品的追蹤系統及保證產品為正品，自二零二二年四月起，部分帶有RFID標籤的Prada產品已於Aura Consortium區塊鏈





(Prada集團為其創會成員)註冊。結合使用以上科技的其中一個目標，是打造一個可完全透明地向客戶展示產品生命週期的創新過程，從而增加消費者對品牌的信任。

為反擊在網站、電子商務平台及社交網絡上的贗品推廣及銷售，本集團多年來實施的監察範圍日漸擴大。我們採用多種新工具保護並捍衛產品，如採用臨時監察系統，以抵抗侵犯本集團知識產權的非同質化代幣(NFT)銷售。我們正與多個主

要電子商務平台攜手合作，打擊隱藏連結等欺詐手法。

透過與各機關的緊密合作，單是二零二二年，Prada集團進行的全球打擊偽造活動，在線下市場沒收超過670,830件贗品、刪除150,000個未經授權廣告、撤銷超過410個含有非法內容網站，以及移除107,000個以上的社交媒體帖文。

2.5 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製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，Prada集團已草擬及定期更新一份限用物質清單(RSL)，該清單乃根據就產品中的化學物設定限制的程序編製而成。本集團亦已將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 articles of 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。

RSL適用於Prada集團直接或間接獲供應的所有產品，例如原材料(皮革、布料及配飾等)、半製成品及製成品。此清單的對象乃透過供應、次級供應、生產及加工任何材料(如原材料、半製成品、物料、製成品、配飾及所有材料及／或物質(如染料、膠水、溶劑等))直接或間接以任何身份作為本集團的生產及／或供應鏈的一部分的所有供應商及合約製造商，且所有該等供應商及合約製造商均須遵守此清單。

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：於二零二二年或之前，有關Prada外部工業供應商的採購量100%達RSL主動水平，且100%工序於本集團製作場所在內部進行。

完全遵守價值鏈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。

於二零二二年繼續與CNMI合作並舉行了多次會議，旨在更新往年披露有關在產品及產品流程中使用化學品的指引。

為確保遵循RSL，Prada集團不僅要求每名供應商就物料及製成品提供認證及測試，亦向所有供應商進行抽查，以進一步內部核實供應商遵守指引的情況及其提供的認證。測試均透過外部經ISO 17025認證的分析實驗室進行。

Prada集團會評估供應商所達到的合規水平，並於必要時提供所有資料，以達到預期參數。為此，Prada集團於二零二二年成立了一個內部實驗室，以協助監察化學風險，而控制化學風險的預算亦因而持續增加。

材料及產品的品質及表現愈趨受科技發展影響，故此，為確保本集團的材料及產品的品質及表現，本集團於二零二二年引入更複雜的新機械及物理測試，並使用新測試方法及新系統測量我們產品於市場上的表現。本集團有系統地進行一切步驟，以期在追求卓越產品及服務的同時，令客戶稱心如意。

一如二零二一年，二零二二年並無錄得不符健康與安全規例的個案。此外，於二零二二年及二零二一年，並無錄得資料及／或標籤不符規定的個案。

3. 關注地球

目錄

- 3.1 _ 減低氣候轉變的影響
- 3.2 _ 保護生態系統
- 3.3 _ 抱持循環概念
- 3.4 _ 合作關係：RE.CREA聯盟、FORESTAMI及OGYRE

二零二二年摘要

於二零二二年十二月三十一日

>65%

在全球層面購買的電力屬可再生

16

座

自有光伏電站

+52%

自製能源 (自二零一九年起)

3

項

LEED 認證大樓設計及建設

70

項

LEED 室內設計及建設

171

項

LEED 運作及保養

97%

獲認證或循環再用紙張包裝

2

個

科學碳目標 (配合限溫1.5°C行動)

- **光伏系統**：Prada 於二零一五年開始於生產處所安裝光伏系統，當中大部分安裝在意大利工業基地的天台。
- **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

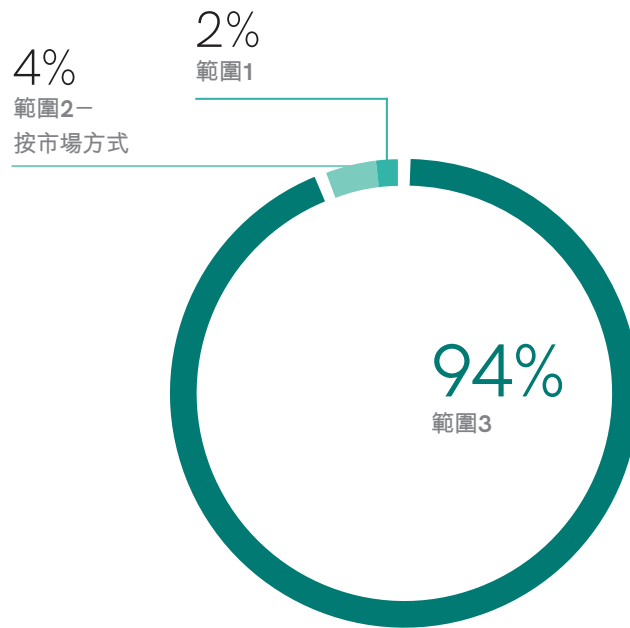
針對氣候變化，為採取更全面及更有策略的方針，Prada 集團自二零二零年起決定計算本集團首批溫室氣體排放清單，按二零一九年參考年度(基準)計算直接與其活動有關的排放(範圍1及2)以及來自價值鏈上游及下游活動的排放(範圍3)，以識別整條價值鏈內對氣候影響最大的範疇。

溫室氣體清單－基準 (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 ⁸	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 ⁹	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

8- 指成本由Prada集團支付的進出物流活動。就此項目而言，數據估計為38%。

9- 此項數據乃以Prada集團每名僱員的通勤路線為基準計算。由於並無有關所使用交通工具的資料，故此保守假設所有僱員均駕車或坐車上班。就此項目而言，數據估計為30%。



範圍1排放乃關於製造基地、物流中心及貨倉的天然氣消耗¹⁰、公司車隊以及生產設施及店舖空氣調節所用製冷劑氣體洩漏相關的逸散性排放。範圍2排放乃關於為全球各地製作場地、物流中心、貨倉、辦公室及店舖¹¹購買電力。最後，範圍3方面，主要來源乃關於購買貨品及服務產生的間接排放(71%)、進出物流相關排放(18%)及僱員通勤(5%)。

本報告呈列的數據與呈交至碳披露項目氣候變化問卷調查(Prada集團於二零二一年首次呈報)的數據一致，以期在報告氣候變化相關影響及管理議題方面逐步增加透明度。

基準或會於未來幾年因部分排放因子更新(尤其是用於計算原材料相關排放的排放因子)而改變。有關溫室氣體清單計算進一步詳情，請參閱第6章「溫室氣體計算方法及排放因子」一段。

10-辦公室及店舖所消耗的天然氣被視為並不重大，故並無計算在內。

11-範圍2當中納入面向街道的店舖(包括折扣店)的相關排放，而百貨公司(包括折扣店)則列入範圍3(第8類：上游租賃資產)。



溫室氣體減排目標 及路線圖

對 Prada 集團而言，完成溫室氣體清單為計算其對溫室氣體排放影響及找出改善空間的首要有效步驟。

審慎分析 Prada 可實行以減少溫室氣體排放的一切可能行動後，本集團於二零二一年九月正式設下科學碳目標倡議¹²(SBTi)認可的溫室氣體減排目標。Prada 集團所設有關範圍 1、2 及 3 的目標符合研究指出地球氣溫較工業化前數值最多上升 1.5°C 的情景。此外，本集團更為進取地承諾於二零五零年或之前達至淨零排放。

溫室氣體減排目標於二零二一年十一月的資本市場日正式公佈。本集團在場披露以下兩項目標：

- 於二零二六年或之前減少範圍 1 及範圍 2 溫室氣體絕對排放 29.4% (以二零一九年為基準¹³)。
- 於二零二九年或之前減少範圍 3 溫室氣體絕對排放 42% (以二零一九年為基準)。

此外，於資本市場日，本集團公佈自二零二二年起抵銷範圍 1 及 2 排放的承諾。Prada 集團自二零二一年報告年度起在自身營運的溫室氣體排放(範圍 1 及 2)方面達成碳中和¹⁴。必須強調，Prada 集團將抵銷視為額外措施，但此措施不會使本集團停止減少碳排放。

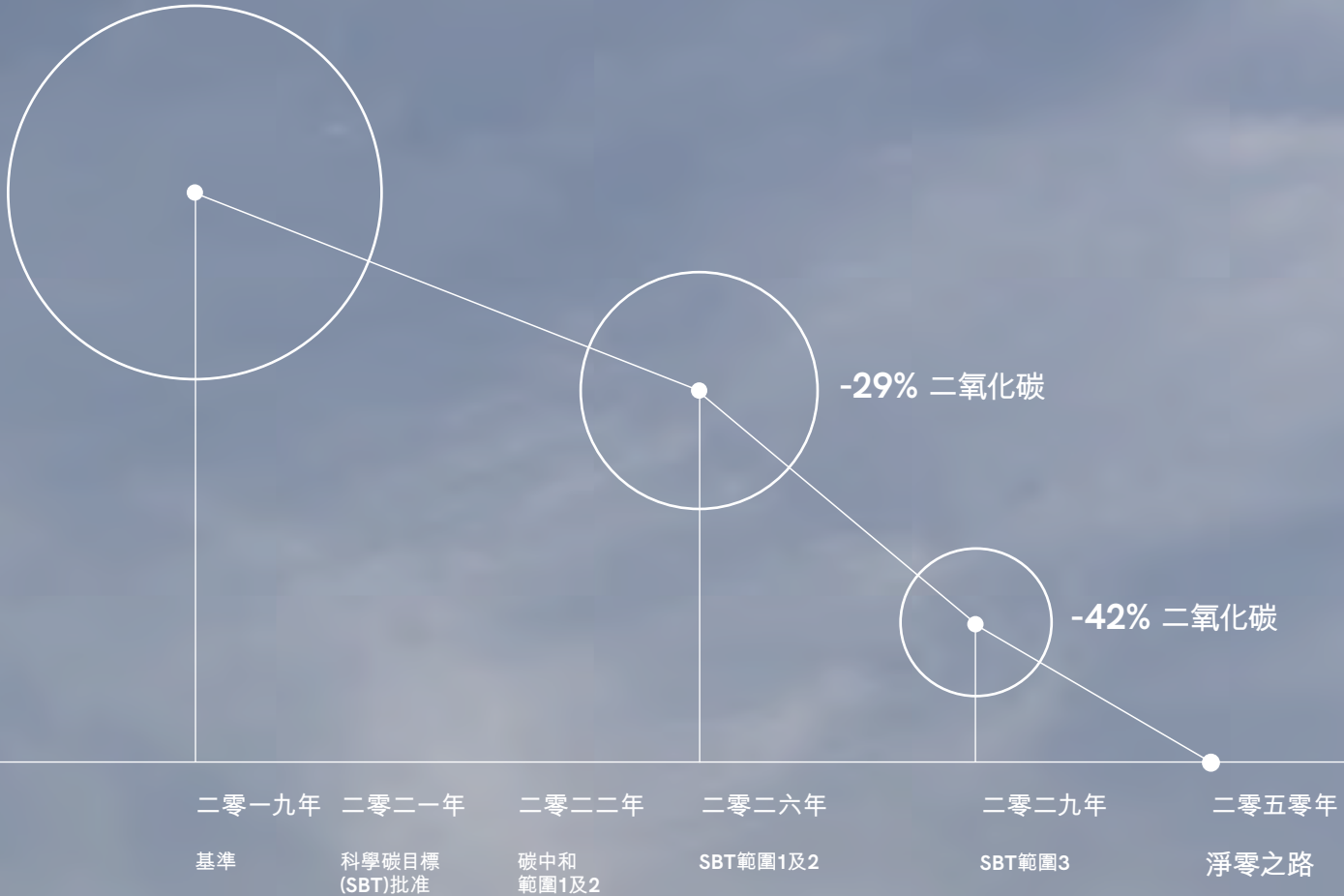
下表列出 Prada 集團氣候策略里程碑及就範圍 1 及 2 排放類別開始推行的行動計劃。

12-SBTi由碳披露項目、聯合國全球契約組織、世界資源研究所及世界自然基金會(WWF)之間設立，支援公司設下溫室氣體減排目標時遵循最新氣候科學。

13-二零一九年基準納入按市場方式計算的範圍2。

14-碳中和乃透過平衡碳排放與抵銷而達到，即購買具正面影響項目的碳信用額以減少或中和組織自身活動產生的影響。具體而言，每個信用額(按最重要及最高認受性的國際準則認證)可證明減少或消除一噸二氧化碳當量。

Prada集團 氣候策略



工業基地供熱系統電氣化

改造公司車隊：二零二三年或之前70%綠化

增加LEED黃金或白金級認證店舖

可再生來源電力

倍增來自光伏系統的自製能源

節能措施

供應鏈投入

以識別減排措施

PRADA

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。

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Montegranaro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。

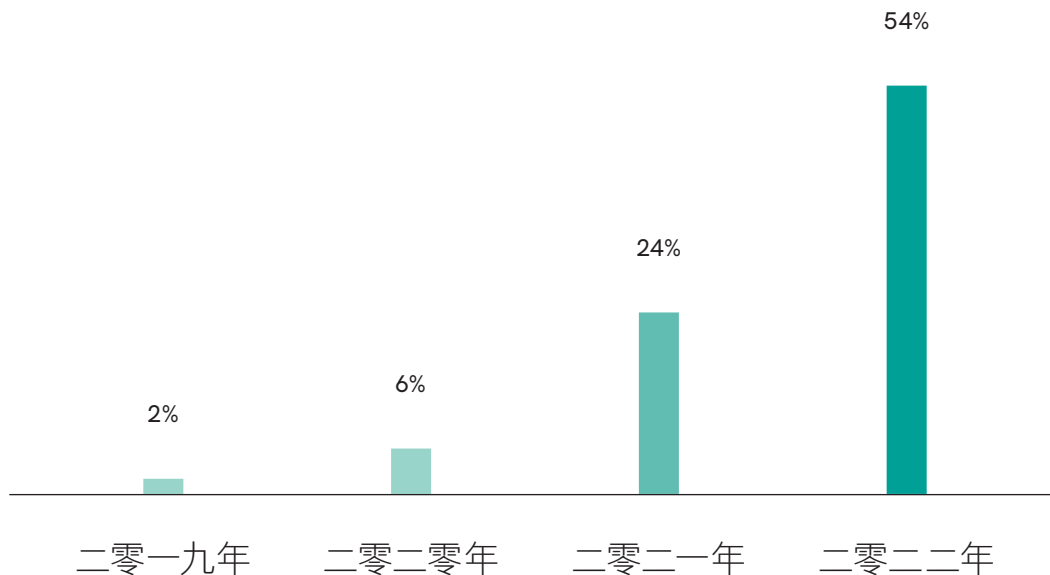
二零二一年

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。

二零二二年

於二零二二年，Montegranaro及Terranuova的工業基地已電氣化，不再使用天然氣作供熱用途；於二零二二年啟用位於Sibiu的新生產基地亦設有電熱泵，天然氣僅為惡劣天氣情況下的後備能源。

公司車隊綠色車輛百分比



本集團致力改變車隊，令溫室氣體排放密度下降。

15-BEV（純電動車）、PHEV（充電式混能電動車）、HEV（混能電動車）及MEV（微型電動車）屬於綠色車輛。

未來目標

Prada集團將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。目前已為二零二三年規劃兩項介入措施，對象為天然氣使用量較高的生產基地。

綠色公司車隊

於二零二二年，Prada集團繼續逐步將汽油及柴油車輛替換為混能及電動車輛。

於年底，本集團車隊中有54%為綠色車輛¹⁵，較二零二一年近乎翻倍。由於汽車業因原材料短缺而面臨種種困難，故未能完全達成於二零二二年或之前令綠色車輛比例達到60%的目標，但Prada集團的新目標為於二零二三年或之前令綠色車輛比例達到70%。

同時，Prada持續投資於基礎建設，在總部及主要生產基地安裝充電站供電動車使用。

公司車隊溫室氣體排放密度（噸二氧化碳當量／已行駛公里）



LEED黃金或白金級認證店舖

本集團的抱負為打造最高效及可持續發展的店舖。為此，每當設立一家新店舖或翻新現有店舖，本集團均以取得 LEED（領先能源與環境設計）認證為目標。

於二零二二年十二月三十一日，Prada 集團擁有：

- 3項 LEED 認證大樓設計及建設（Scandicci 廠房、Levanella 物流中心及 Arezzo 廠房）；
- 70 家 LEED v4. 室內設計及建設認證店舖；
- 171 家 LEED v4.1 運作及保養（O+M）認證店舖。

本集團對此議題的持久承諾使其取得高級奢侈品行業內最多的 LEED 認證，在短短一年間，LEED v4.1 運作及保養（O+M）認證店舖數目增加逾倍。

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

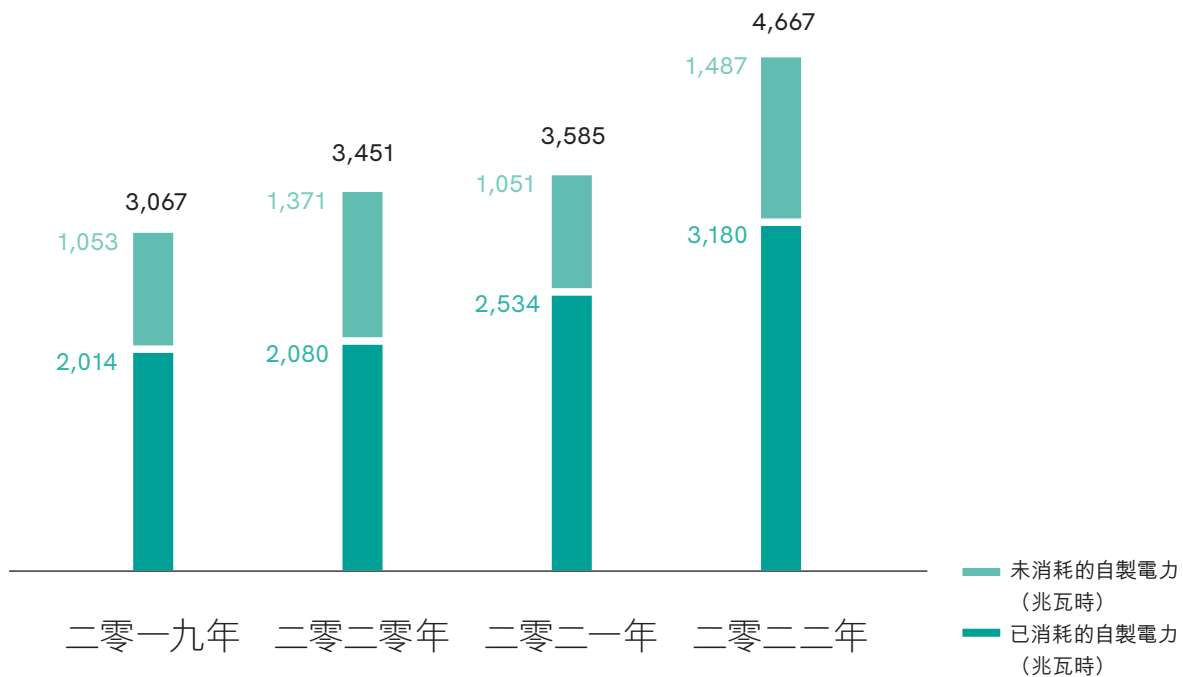
Origin, GO) 的可再生來源購買電力。更具體而言，一如往年，本集團在意大利、英國、德國、法國、奧地利、荷蘭及瑞士購買具有源頭保證的獲認證可再生電力。此外，本集團在中國購買具有國際可再生能源證書（I-REC）的電力，涵蓋其所消耗來自可再生源頭的 100% 電力。於二零二二年，所購總共 66% 電力來自獲認證的可再生來源（二零二一年為 54%），免卻產生逾 25,000 噸二氧化碳¹⁶。Prada 往後數年將集中在其他策略國家全力提高相關比例。

來自自有光伏系統的電力

於二零二二年十二月三十一日，Prada 集團擁有 16 個光伏系統，主要安裝在生產基地。於二零二二年，Prada 於托斯卡尼 Levanella 的基地安裝 3 個新光伏系統。整體而言，本集團於年內產出 4,667,107 千瓦時的可再生電力，較二零一九年（3,066,534 千瓦時）增加 52%，當中 3,180,679 千瓦時由內部消耗，較二零一九年增加 58%。於全球層面安裝的光伏廠房可覆蓋本集團全部所需電力的約 4%，而於工業基地安裝的光伏廠房可覆蓋工業全部所需電力的約 14%。

¹⁶-省卻的排放量按市場方式計算法計算。

光伏電站產生的電力 (兆瓦時)



二零二二年能源消耗以及範圍1及2排放

本集團的目標為於二零二六年或之前倍增來自自有光伏系統的自製電力(以二零一九年為基準)。目前已計劃於二零二三年在本集團的其中兩個廠房安裝光伏系統，可望於未來數年令產能增加約20%。

Prada集團直接控制下的能源消耗乃關於電力(佔總比77%)、天然氣(11%)及本集團公司車隊(11%)。相比二零二一年，本集團直接能源消耗減少10%，主要由於減少使用天然氣(-16%)及

能源消耗 (吉焦)	二零二零年	二零二一年	二零二二年
公司車隊	28,585	43,445	44,847
天然氣	55,949	53,369	45,062
電力	312,544	340,084	303,842
能源消耗總量	397,079	436,898	393,751

電力(-11%)，惟與本公司車隊有關的消耗輕微上升(3%)。

有關燃氣、燃料及製冷劑氣體補充消耗的溫室氣體排放(範圍1)為7,475噸二氧化碳當量，較二零一九年基準錄得11%減幅。此外，於二零二二年，Prada集團與燃氣供應商簽訂合約，透過向

供應商購買經認證碳信用額，抵銷來自意大利生產基地的天然氣消耗相關溫室氣體排放，並已因而抵銷1,868噸二氧化碳當量。

按地點方式而言，有關購買電力的範圍2排放較二零一九年減少24%，而按市場方式而言則減少44%。

範圍1及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	二零二二年
公司車隊	3,698	2,042	3,089	3,173
天然氣	3,243	3,164	3,017	2,540
氟化氣體洩漏	1,412	1,182	1,639	1,762
範圍1總量	8,353	6,388	7,744	7,475
電力—按地點	38,773	33,429	34,044	29,445
電力—按市場	19,506	18,251	20,620	10,905
範圍1+2總量 (按地點)	47,126	39,817	41,788	36,920
範圍1+2總量 (按市場)	27,859	24,639	28,364	18,380

Prada集團已定下於二零二六年或之前使範圍1及2排放較二零一九年基準減少29.4%的目標。受惠於實施多項上述措施，本集團的範圍1及2排放較二零一九年基準減少34%，與向SBTi提交的原定目標一致。

下表顯示Prada集團範圍1及2排放(按市場)與符合SBTi目標的情景的對比(噸二氧化碳當量)。最後，正如上文所述，Prada集團的自身營運自二零二一年報告年度起達致碳中和(範圍1及2)。

Prada集團範圍1及2排放(按市場)與符合SBTi目標的情景的對比(噸二氧化碳當量)



二零二二年範圍3排放

Prada集團於二零二二年報告年度亦計算了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。

範圍3排放 (噸二氧化碳當量)	二零二二年
3.1 購買貨品及服務	213,751
3.3 燃料相關活動	8,653
3.4 上游運輸及分派 ¹⁷	57,616
3.5 經營中產生的廢物	198
3.6 商務旅行	3,239
3.7 僱員通勤 ¹⁸	10,712
3.8 上游租賃資產	15,712
3.15 投資	790
範圍3總排放量	310,671

此外，於二零二二年，範圍3排放主要來源為購買貨品及服務(69%)、上游運輸及分派(19%)以及上游租賃資產(5%)及僱員通勤(3%)。與二零一九年基準相比，收購 Filati Biagioli S.p.A. 及 Conceria Superior S.p.A. 少數股東權益後，投資相關的排放增加；尤其是，與購買電力及燃料

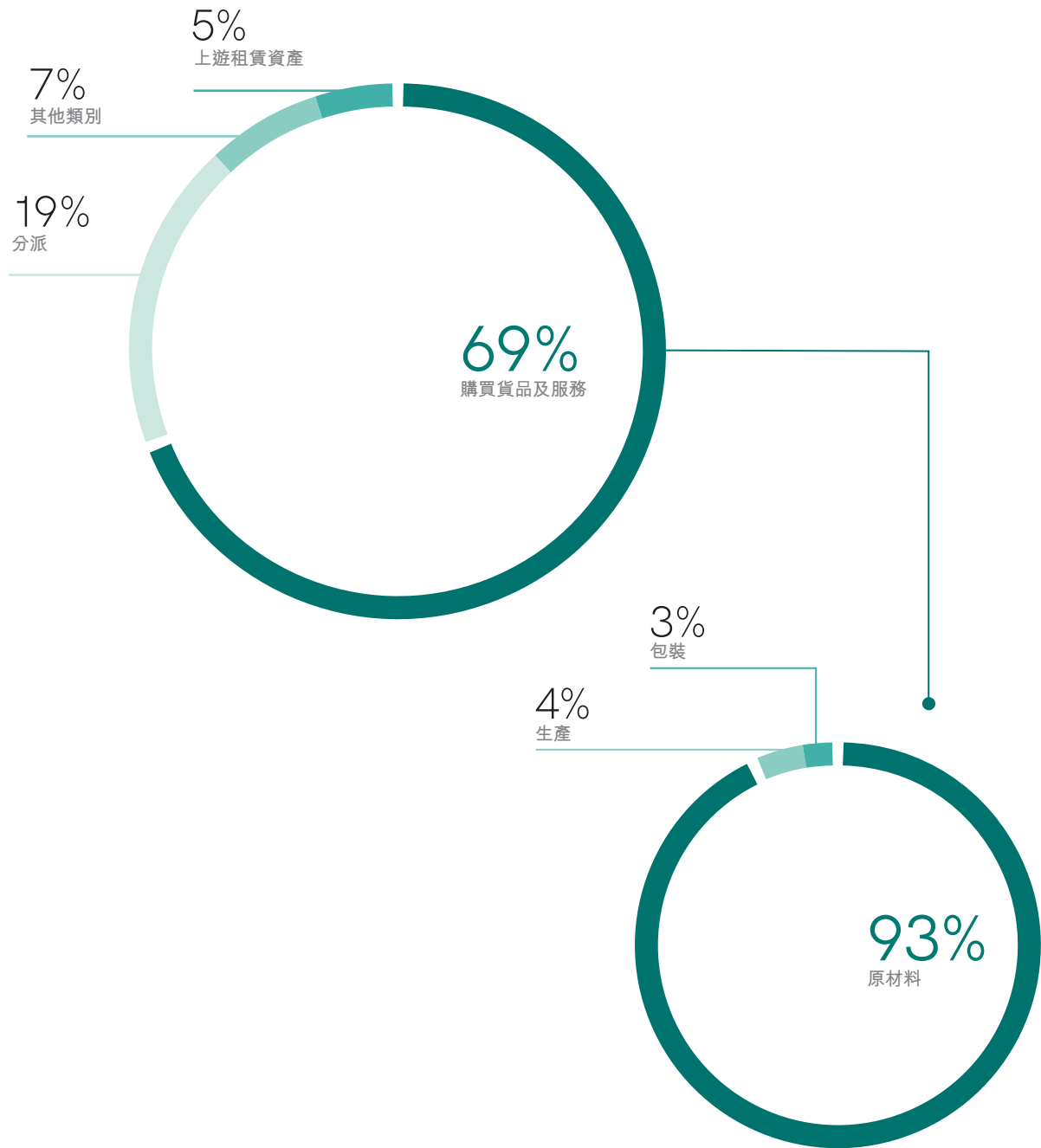
有關的溫室氣體排放已按比例納入；而該兩間公司均向經認證的可再生來源採購所消耗的大部分電力。

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。

¹⁷-就此項目而言，數據估計為27%。

¹⁸-為計算此項目，曾向Prada集團全體僱員發出通勤調查。

範圍3排放 主要類別





上表數據顯示，二零二零年疫情大流行對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。於二零二二年，原材料採購量與上一年度大致相符。

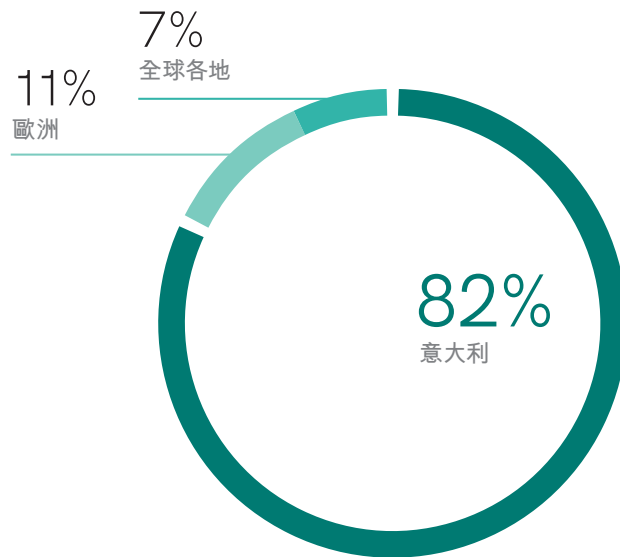
此外，《時尚協定》聯盟的宗旨包括使用較少影響的原材料。該宗旨同樣備受本集團的商業合作夥伴認同，並付諸實踐，加快必要的文化及技術轉型，以滿足對更多可持續替代品殷切的需求，這些替代品將日漸整合至生產流程中，

以促進供應鏈更大規模的循環。貫徹此項承諾，Prada集團於二零二二年三月成為紡織交易所的成員，以發展有關負責任材料的新專業知識及紡織業的先進解決方案。

皮革

鞋履、手袋及配飾用皮革的採購數據印證著重意大利原產的意念。以數量計，於二零二二年，82%皮革來自以品質和悠久傳統聞名的意大利皮革廠。另有11%購自歐盟其餘國家的供應商，其餘7%來自歐盟以外地區的供應商。

皮革（數量）



皮革購自特選皮革廠，其遵守符合環境和社會參數的生產準則。百分百皮革均附有原產地證書、保證其品質及符合標準的數據表，以及關於本集團限用物質清單(RSL)上規定的參數檢定。

二零二一年，Prada集團傳達了一項重要目標，即於二零二三年前實現所採購的皮革全面轉換為來自經皮革工作組織(LWG)認證的製革廠。於二零二二年底，本集團74%製革廠已獲得LWG認證或審查，但考慮到該行業的複雜性及部分供應商的成熟水平，本集團決定將實現上述目標的時間推遲至二零二四年底。

皮革工作組織是全球公認的第一品牌，代表著對行業和消費者負責任的皮革採購。其使命是通過成為皮革製造的總體標準，提高皮革供應鏈的影響力，涵蓋價值鏈中的所有元素及參與者。於二零二二年七月，Prada集團成為皮革工作組織的成員，重申其對增加負責任採購的承諾。

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。

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。

此外，於二零二二年，本集團為六個生產基地購入超聲波清洗機，專門用於清洗生產過程中使用的部分組件，故此可將清潔用水在閉路中重複使用，從而減低總取水量。

整體而言，如下表所示，本集團生產基地於二零二二年的取水量¹⁹相等於463,380立方米，當中83%來自地下水(例如井水)、14%來自第三方(例如引水道)及3%來自地表水(例如河流)。

報告範圍納入Prada集團100%生產設施的數據。

用於生產的取水量 ²⁰ (立方米)	二零二二年 總取水量 ²¹	二零二二年總取水量 (取自缺水地區)
地下水	384,493	384,493
地表水	13,227	2,792
市政供水	65,660	62,020
總取水量	463,380	449,305

本集團嚴格遵守任何有關用水及排水的本地、國家及國際相關法例。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Limoges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。在法國皮革廠，污水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銻或其他有害物質含量。

廢物管理

本集團過往多年檢討工廠各製造階段的工序及所產生的廢物，其後已建立制度管理廢物收集、臨時儲存、運輸及處理的內循環。該分析可改進生

產週期，從而減少廢物產生及提高廢物回收比例。Prada集團亦致力鼓勵員工採用確保可再利用或循環再造廢物的工業廢料回收法及標準，或按照最佳實務守則棄置廢物。

本集團的重大工業投資，尤其是關乎生產流程中最重要的階段的投資，可減少與服裝、皮革及鞋履產品有關的生產廢物，並同時有效地管理廢物收集和處置。

如下表所示，於二零二二年十二月三十一日，Prada集團製造2,037噸工業廢料，分別較二零一九年及二零二零年減少46%及8%。

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2%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。

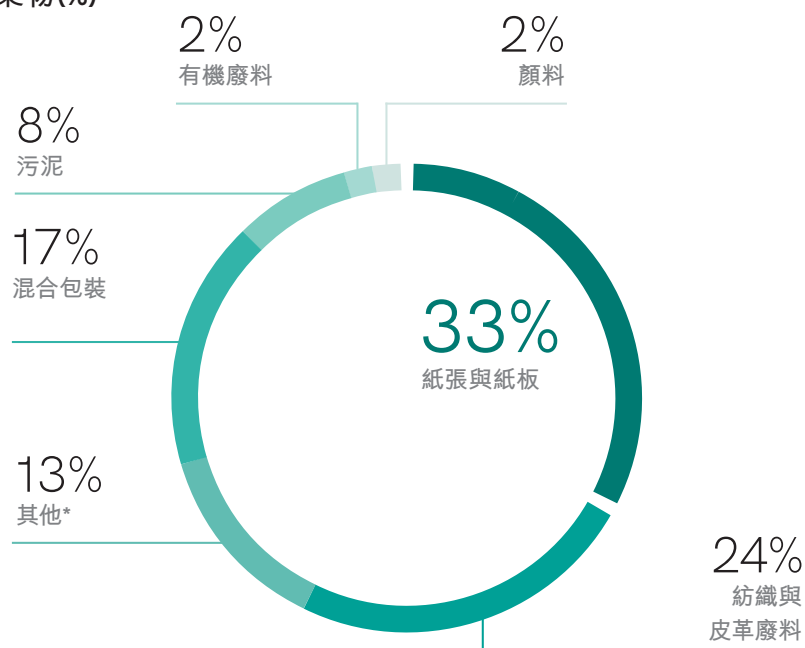
19-於二零二二年，根據貫徹世界資源研究所(WRI)的網上資料庫「Aqueduct」，本集團工業提取90%發生在缺水地區，而本集團生產基地大部分位於Tuscany及Marche，屬於水資源高風險地區。

20-表內數據為淡水。

21-由於收集取水量數據的方法有所調整，故此僅公佈二零二二年的數據，以避免不同報告年度間的錯誤比較。

廢物組成 (噸)	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	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	2,202	56%	2,184	62%	1,994	70%
紙張與紙板	683	100%	680	100%	682	100%
混合包裝	284	100%	351	100%	326	99%
紡織與皮革廢料	491	25%	489	44%	491	37%
污泥	455	0%	403	0%	156	0%
有機廢料	14	0%	58	8%	48	0%
金屬	24	100%	41	100%	33	100%
顏料	2	0%	8	0%	36	0%
其他	249	47%	154	33%	224	80%
有害廢料	15	41%	26	6%	42	53%
混合包裝	11	57%	11	15%	28	72%
溶劑	2	0%	5	0%	2	0%
顏料	1	0%	2	0%	1	0%
有機廢料	-	0%	1	0%	1	0%
其他	2	0%	8	0%	11	0%
總計	2,217	56%	2,210	61%	2,037	70%

二零二二年廢棄物(%)

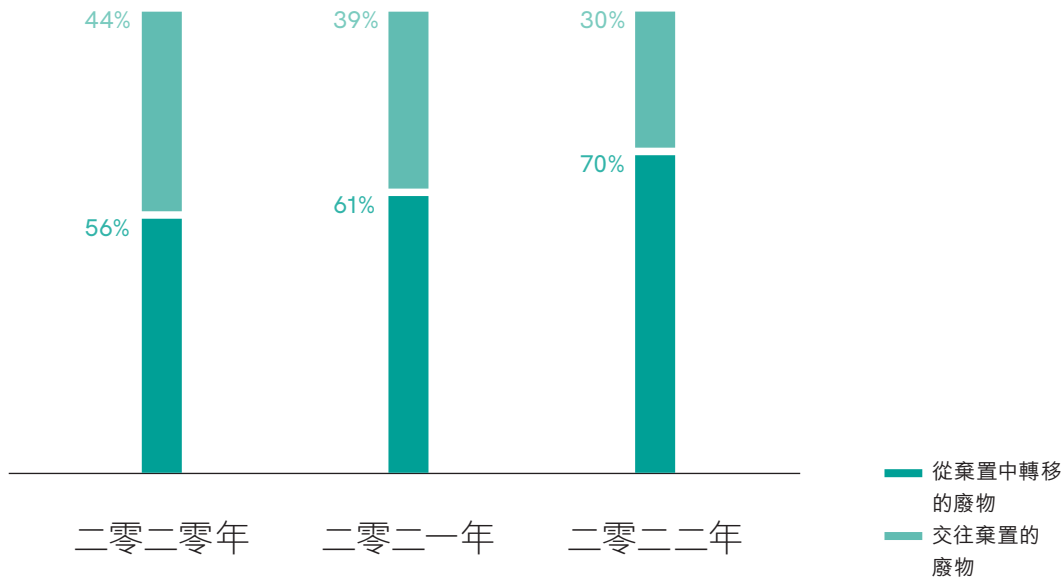


*「其他」類別主要包括金屬、溶劑及其他少量廢料。

於二零二二年，本集團產生的廢物約70%由棄置衍生，較二零二一年(+61%)及二零二零年

(+56%)穩步增加。從棄置中轉移的廢物不包括交往能源回收的廢物(佔總額的15%)。

廢棄物及棄置方法(%)



本集團在其意大利生產基地實施特別措施，遵照循環經濟的方針將生產廢料循環再造。實際上，自意大利加工紡織纖維產生的95%廢物均獲循環再造。混合成分及混色的一般紡織纖維廢料會循環再造成汽車業的二次原料(紗線)。再生尼龍亦

採用同一做法，廢料會被收集並交回供應商，由供應商重新投入至生產系統，繼而成為Prada集團的生產材料。最後，32%的皮革廢料會循環再造並用於肥料及糞肥業。



保護所在地區

尊重其經營所在地方是 Prada 集團的指導原則。減少徵地、裝修並提升現有設施為超過三十年活動中的行業發展核心。實際上，Prada 集團確實偏向於購買及翻新現有樓宇，且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 200,000 平方米的生產設施及倉庫空間，大部分座落在意大利。其中六棟為新建樓宇，另有多處為修復工業樓宇和廢棄多年的降級地盤。

Prada 集團在無法修復現有建築物時，便聘請建築大師（如以可持續建築而聞名的 Guido Canali）主理，確保項目完成後對所在地區影響輕微，且與周邊環境構成和諧共融的新地貌。

設施的設計和構想以人性化工作場所出發，既為人而設，也由衷尊重大自然。位於 Montevarchi 及 Valvigna（托斯卡納區）以及 Montegrano（馬爾凱地區）的工場在設計上尤其考慮到環境因

素；以草木為襯托，與周邊自然環境融為一體，從而建設明顯的容納空間，使工場成為名符其實的「花園工場」。工場空間寬敞明亮，被空中花園環繞，其設計不僅外觀精緻，也讓員工享用獨特的內在空間。

在 Guido Canali 設計的項目中，位於托斯卡納區 Levanella 的物流中心是一個對外物流大型重建項目的重點。利用邊界植物、人造沙丘、屋頂花園、玻璃幕牆、行人道及戶外休閒空間，充分將物流樞紐融入所在地區。

綠化範圍佔建築群整體表面 50% 以上，植物品種繼續維持以地中海灌木為主，以保留當地植物種類，並為建築物隔熱。

在能源效益方面，該物流中心是本集團採用尖端工業結構的典範，它使用光伏系統、LED 照明、節能智能家居系統及一座地熱發電廠。

3.3 抱持循環概念

循環原則或循環概念與Prada集團氣候及生物多樣性策略保持一致。其貫穿本集團整個價值鏈，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。

對材料耐用性及保留產品技術特性的承諾，加上各系列的永恆性質－從而延長其使用期限－得以保證本集團順利實施真正意義上的循環方針。為此，各門店提供明確的產品保養資訊，同時有賴於其遍佈全球的維修中心網絡，提供售後維修服務。延長產品的使用時間－並確保其設計的持久性－需要最優質的材料、最高水平的工藝以及思索和考慮產品如何穿戴和使用的時間，這也得益於專門的培訓課程在設計師中傳播環保設計原則。

Prada再生尼龍項目或許是本集團向循環性轉變的最典型例子：本集團決定僅使用原本會銷毀的廢棄材料回收得來的尼龍，促進該方針納入各個工藝層面。在此情況下，循環思維延伸到生產廢料的妥善回收，由於與面臨供應商的密切合作，

這些廢料可在再生尼龍生產體系中得以重新利用。另一個例子是「升級再造Upcycled by Miu Miu」項目，針對現有項目進行實驗，為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，以回收用於活動及時裝展的材料，使其可重複使用。

最後，廣泛設定包裝物料帶出解決方案，以減少行業配送中所用的包裝材料數量，並透過採用更加可持續的方案來減輕對環境的影響。此外，作為《時尚協定》的一部分，Prada集團承諾到二零二五年不再於企業對消費者(B2C)包裝中使用一次性塑膠，到二零三零年不再於企業對企業(B2B)包裝中使用一次性塑膠：儘管已於B2C和電子商務層面取得重大進展，但在涉及供應商及第三方的情況下，取消包裝需要整個供應鏈及倉庫的系統性變革。





PRADA再生尼龍

尼龍是 Prada 品牌的標誌性材料，也是其體現當代時尚的特色。對 Prada 集團而言，再生尼龍項目源於對現今社會日益關注環境保護的深刻反思，是針對可持續發展的一項重要措施。Prada 再生尼龍系列全部由再生尼龍製成，再生尼龍是通過回收並淨化從海洋（如漁網）和垃圾堆填區以及全球紡織纖維廢料中收集的塑膠製成。透過新聚合物的解聚、提煉和轉化為線的過程，這種材料可以製成新的尼龍織物。

在二零一九年成功推出首個限量版男女裝手袋及配飾後，於二零二零年將再生尼龍使用擴展至服裝和鞋履。二零二一年，Prada 集團成功將原生尼龍完全轉變成再生尼龍，並將 Prada 再生尼龍系列擴展至與 adidas 的合作，於二零二二年推出，再次印證了 Prada 致力於尋找與知名合作夥伴共同參與的對環境造成更低影響的解決方案的承諾。

PRADA精品珠寶：Eternal Gold

於二零二二年，Prada集團對於其整個價值鏈肩負起更多責任的廣泛承諾為Prada的首個真正可持續精品珠寶系列—Eternal Gold的不可或缺部分。

Prada精品珠寶所用黃金100%為經認證回收黃金，符合國際珠寶責任委員會(RJC)規定的「監管鏈」(Chain of Custody)標準。Prada負責任黃金及鑽石生產鏈的每一步均可核查及追蹤，這是世界上其他精品珠寶或奢侈時尚品牌所無法比擬的。

回收黃金僅取自合資格的回收材料來源，包括工業黃金及二手貴重物品。

在該系列中，Prada集團與滿足下列條件的主要

貴金屬及鑽石供應商合作：在人權、勞工安全、環境影響及商業道德方面，符合最高行業標準並推動精品珠寶行業充分透明及實質改善的可持續做法。

原產地溯源的概念延伸至所有寶石，無論大小，而傳統上鑽石原產地溯源僅適用於0.5克拉或更大的石頭。該概念亦延伸至整個價值鏈，從採礦到切割、鑲嵌及拋光—每顆鑽石生命中的每個步驟均可追溯。

在精品珠寶的一個突破性新步驟中，這種核查記錄已被登載於Aura Consortium區塊鏈平台，Prada客戶可以訪問有關記錄並追溯各方面來源。



**Prada精品珠寶
所用黃金100%
為經認證回收黃金。**

10年來，我一直穿著古著。
我經常問自己為什麼如此
喜歡古著，我想答案是歷史。
每件衣服都代表著一個人，
一個生命的片段。對我來說，
過去總是具有不可思議的價值，
因為你之畢生所學都源自過去。

Miuccia Prada

升級再造Upcycled by Miu Miu

「升級再造Upcycled by Miu Miu」是經過在全球各地古著服裝店及市場中精心採買後由Miu Miu加工及改造的特別古著服飾系列。

該項目於二零二零年推出，Miu Miu利用其美學原則對精心挑選的古著服飾加以重新詮釋。二零二一年，該項目繼續塑造基於新商業模式，特別是可持續發展的文化，賦予二手舊服裝以新的生命。這一次，Miu Miu開啟與Levi's®有關復古牛仔的新合作。

於二零二二年九月推出的限量版皮夾克，特意為二零二二年秋／冬系列打造並在時裝秀上展示。與以前的版本一樣，精心採買自世界各地古著市場的不超過50件單品由Miu Miu重新設計，並在工作室手工完成。

維修

Prada 集團一直為其客戶提供包括維修在內的售後服務，而無論是旗下何種品牌的何種產品及在世界任何地方，因為堅信奢侈品應是經久永恆的。得益於其一脈傳承的精湛技藝，維護及修復其奢侈產品以盡可能延長其壽命，是本集團可持續發展戰略及長期循環願景的基礎。

總部工業基地(中心)及全球共 12 個維修中心(地方)均可提供維修服務。四大中心位於托斯卡納

(意大利)，這裡進行着大部分生產活動，並向全球各地維修中心提供所有產品類別的零配件。

全球各地維修中心為客戶提供即時的解決方案，為顧客提供本地服務的同時，亦可減少退貨至意大利的碳足跡。維修服務由技術嫺熟的工匠提供。幾乎所有中心支持維修三大產品類別，即成衣、皮具及鞋履，中心遍及美國、日本、中國、韓國、新加坡及香港等各地。

維修中心

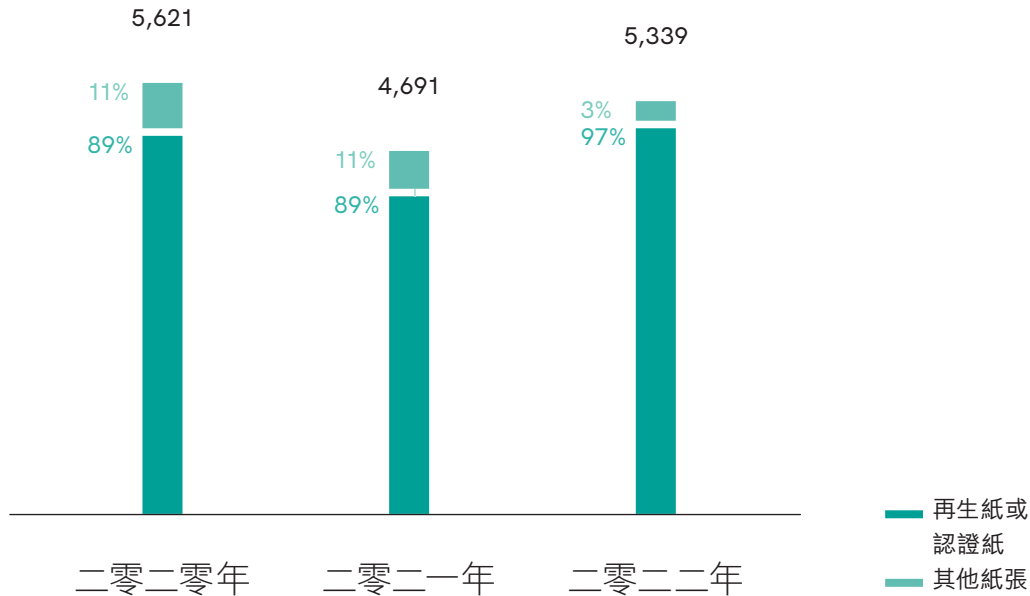


包裝：紙及塑膠

於二零二二年，Prada 集團在全球採購 5,339 噸紙用於包裝。儘管採購量整體有所增加，但與本集團的銷售增長相一致，經森林管理委員會

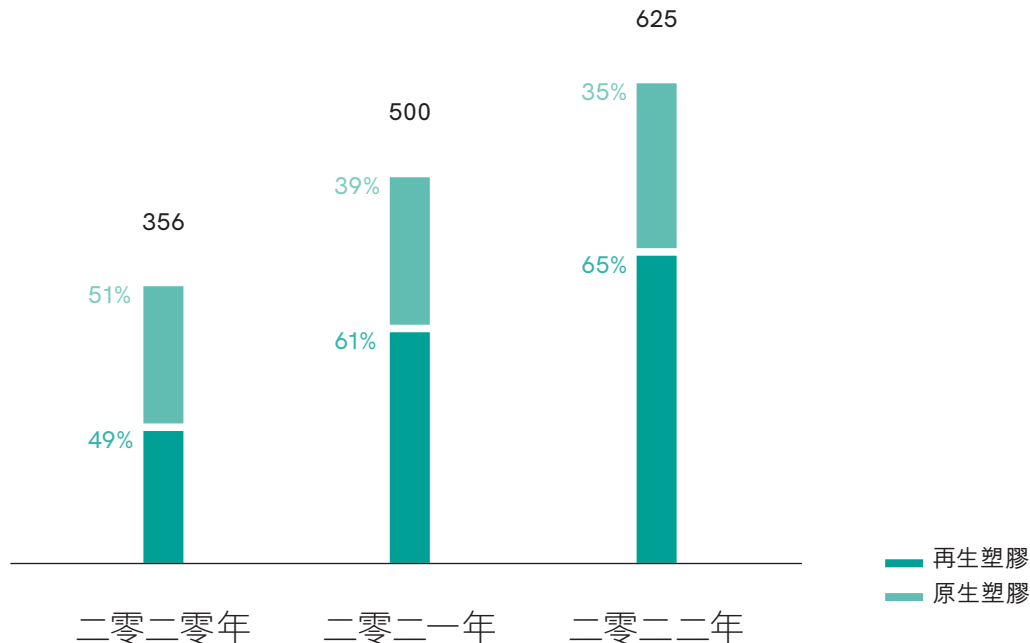
(FSC) 認證的紙張或再生紙佔採購總量的 97%，與上年度 (89%) 相比大幅增長，印證本集團對低環境影響解決方案的堅定承諾。

包裝紙採購量 (噸)



下圖列示產品包裝中使用原生塑膠及再生塑膠的百分比；於二零二二年，再生塑膠佔 625 噸總量中的 65% (二零二一年為 61%)。

包裝塑膠採購量 (噸)



根據《時尚協定》有關減少一次性塑膠的承諾，Prada集團於意大利更換了售賣機中的所有膠瓶，以及膠杯及膠棒，在公司內部及餐廳安裝了飲水機。此項投入措施於二零二零年開始，儘管

由於疫情大流行有所放緩，但於二零二二年仍淘汰了約80萬個一次性塑膠瓶及約12億個塑料杯及塑膠棒。



香水包裝：Prada Paradoxe

於二零二二年，Prada集團基於有關循環性的調查發現一項新的應用，所推出的新Prada Paradoxe女士香水選用了一款可重複填裝的瓶子，其形狀以嶄新形式再現品牌最經典元素：Prada三角標誌。因此，透過可無限次使用的填裝系統，客戶有機會一直保留瓶子。

Prada集團再出發

Prada集團將循環概念付諸實踐，除了在產品系列挑選及使用回收或再生原材料外，亦規定了用於舉辦活動及時裝展的材料管理及有效重用。正因本著這種精神，與米蘭Spazio Meta、巴黎La Réserve des Arts以及本集團在活動及時裝展場地附近挑選的其他全球合作夥伴共同開展升級回收項目Prada集團再出發，可以避免不必要的運輸，將物料交由相關地方合作夥伴妥善重整，並重獲新生。

再出發項目於二零二零年隨Prada展開，然後擴展至Miu Miu品牌，為專業人士及學生提供可重用於教育、研究或創意裝置等不同目的的原材料及半製成品。於二零二二年初，就該項目的推出發佈Prada人造皮草(Prada Faux Fur)影片，講

述與學生們密切合作，對若干Prada二零二一年秋／冬男裝及女裝時裝秀材料進行重新詮釋。此後，本集團繼續致力有意識地選擇秀展材料，於Prada二零二三年春／夏男裝及女裝秀場，佈景的廢棄材料100%予以回收。

於巴黎舉行的Miu Miu二零二三年春／夏時裝秀實現了全部秀台佈景材料再利用的挑戰性目標，見證近年來與La Réserve des Arts的重要合作夥伴關係。La Réserve des Arts是一家支持文創領域發展循環經濟及社會企業的非營利協會。

該項目結合Prada集團不同人士作為可持續性策略覆蓋的核心層面，如結合循環思考及融入文化及學術世界，同時本集團尋求將這哲學應用於所有活動及探索嶄新重新利用機會。





Forestami

於二零二二年九月，Prada集團宣佈支持國際屢獲殊榮的城市造林項目 Forestami，該項目計劃到二零三零年於米蘭及其周邊地區種植300萬棵樹。

無論於環境或社會層面，考慮到綠色對米蘭居住人群的生活與健康的十分積極影響，該合作夥伴關係充分契合本集團透過可持續發展舉措支持其業務所在地區和社區的精神。本集團首家Prada門店於一九一三年在米蘭開業。

Forestami的目標實際上為增加自然資本，在米

蘭的公園、街道、廣場、庭院以及屋頂和外牆種植樹木，以減緩全球變暖，減少能源消耗，清潔空氣中的微小顆粒物，從而改善市民福祉。

於二零二三年至二零二五年的三年期間，Prada集團與Forestami的合作將擴展至創建Forestami學院，一個為城市居民提供獨特機會以互相認識、分享和交流思想以及學習的文化項目，該項目有幸獲得Forestami總裁及啟發者兼國際知名建築師Stefano Boeri的大力協調，以及國際頂尖城市林業專家的躬身參與。



Ogyre

在未來三年從海洋「捕撈」6噸海洋垃圾－這是 Luna Rossa 宣佈與 Ogyre 接下來建立三年合作關係時設定的目標。Ogyre 為全球首個「海洋垃圾捕撈」(fishing for litter) 平台，將於第 37 屆美洲杯期間擔任團隊可持續發展合作夥伴。

「海洋垃圾捕撈」為一種塑膠收集模式，旨在透過廣大漁民的幫助來清潔海洋。漁民將海洋垃圾打撈

上岸後，在當地研究機構或合作夥伴的幫助下，對其進行分類及處置。平均每月可收集 10,000 公斤垃圾，其中一部分會進入循環回收流程。

與 Ogyre 的合作是 Luna Rossa 履行可持續發展承諾的一個重要里程碑，旨在進一步重申其對保護海洋生態系統的努力。

4. 關注人員

目錄

- 4.1 _ 捍衛多元化，促進包容
- 4.2 _ 培養創造力及保存專有知識
- 4.3 _ 確保福祉及公平的工作場所
- 4.4 _ 合作關係：DORCHESTER INDUSTRIES、UNFPA及FIT

二零二二年摘要

於二零二二年十二月三十一日

13,768名

工作人員

113個

不同國籍

63%

女性

89%

永久合約

59%

女性高級行政人員

17小時

平均僱員培訓時數

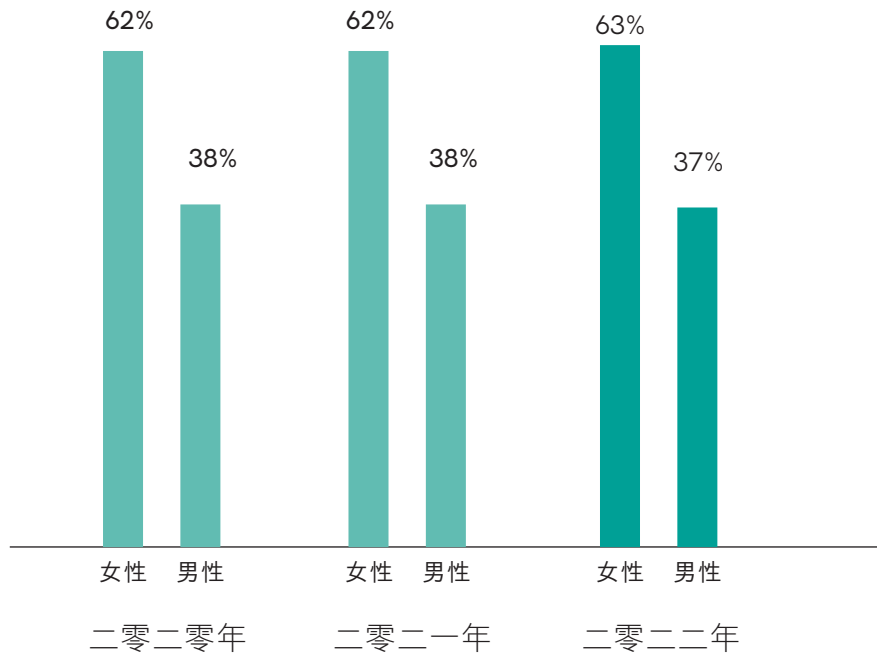
除意大利（39%工作人員位處於此）以外，
工作人員最多的部分為亞太地區(23%)，
其次為歐洲其他地區(18%)。

按地理區域劃分的僱員



在本集團24個生產設施中的21個所在地為意大利，大部分僱員(62%)在工業部門工作，而在612家直營店中的557個所在的其他國家，85%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**63%**。

按年齡劃分的僱員

	< 30	30 - 50	> 50
二零二零年	20%	59%	21%
二零二一年	19%	63%	18%
二零二二年	20%	62%	18%

按年齡劃分的工作人員明細顯示，於二零二二年十二月三十一日，本集團的20%僱員未滿30歲，62%的僱員年齡為30至50歲。進一步的分析顯示25%的零售工作部分的工作人員未滿30

歲，而在至少十年生產及工藝經驗尤為重要的工業部門，51%的工作人員年齡在30至50歲之間，38%則為50歲以上。

操作人員

	女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零二零年	1.4%	5.6%	5.4%	1.7%	4.6%	2.6%
二零二一年	1.1%	5.7%	5.5%	1.3%	4.0%	2.2%
二零二二年	1.3%	6.0%	5.7%	1.2%	3.9%	2.2%

員工及專業人員

	女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零二零年	10.2%	24.7%	7.1%	5.9%	13.8%	3.5%
二零二一年	10.3%	26.3%	5.0%	5.9%	15.5%	2.6%
二零二二年	10.9%	25.1%	4.9%	6.1%	15.2%	2.7%

最高、高級及中級管理層

	女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零二零年	0.2%	5.9%	1.5%	0.1%	4.3%	1.4%
二零二一年	0.2%	6.7%	1.5%	0.1%	4.7%	1.5%
二零二二年	0.3%	6.9%	1.6%	0.1%	4.5%	1.4%

於比較期間，按年齡及性別劃分的僱員明細保持相當穩定。於二零二二年十二月三十一日，本集團全球僱員平均年齡為39.5歲。

於員工及專業人士及最高、高級及中級管理人員組別中，30至50歲組別的女性分別佔總工作人員的25.1%（男性為15.2%）及6.9%（男性為4.5%）。

最後，固定合約集中度最高再次為30至50歲組別，主要為零售領域。全球70%的固定合約為女性訂立。

固定合約的更多詳情載列如下：

按性別及地理區域劃分的固定合約僱員

	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
意大利	67%	33%	65%	35%	68%	32%
美洲	50%	50%	72%	28%	67%	33%
歐洲	60%	40%	64%	36%	67%	33%
亞太區	69%	31%	70%	30%	70%	30%
日本	-	-	-	-	84%	16%
中東	-	-	-	-	100%	-

全職僱員佔總數的96.4%。於二零二二年，全職與兼職合約僱員獲得的福利上並無差異。

全職及兼職合約的更多詳情載列如下：

按性別及地理區域劃分的全職合約僱員

	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
意大利	58%	42%	59%	41%	60%	40%
美洲	57%	43%	57%	43%	57%	43%
歐洲	58%	42%	59%	41%	60%	40%
亞太區	69%	31%	68%	32%	68%	32%
日本	74%	26%	71%	29%	69%	31%
中東	51%	49%	52%	48%	54%	46%



按性別及地理區域劃分的兼值合約僱員

	二零二零年		二零二一年		二零二二年	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
意大利	84%	16%	85%	15%	82%	18%
美洲	71%	29%	83%	17%	79%	21%
歐洲	79%	21%	86%	14%	81%	19%
亞太區	43%	57%	75%	25%	90%	10%
日本	100%	-	-	-	85%	15%
中東	-	-	-	-	100%	-

4.1 捍衛多元化， 促進包容

對 Prada 集團而言，多元化為社會可持續發展的基本要素。差異的表現及價值化對於創造一個日益包容的鼓勵每個人發揮潛能並用作達致組織目標的策略手段至關重要。表達自由是 Prada 等創意行業的基本因素，必須理解及預測社會變化，圍繞其抱負多元化的所有世代，特別是現今日益複雜且全球化的社會。

Prada 集團廣泛的國際據點反映於多種不同的文化及國籍，如本公司僱員來自 113 個國家，較二零二一年的 107 個有所增加。

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：女性不僅佔操作人員 (64%) 及員工及專業人員 (63%) 的大多數，惟女性亦佔最高、高級及中級管理人員的最大部分 (59%)。

	操作人員		員工及專業人員		最高、高級及中級管理層	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零二零年	58%	42%	64%	36%	57%	43%
二零二一年	62%	38%	63%	37%	57%	43%
二零二二年	64%	36%	63%	37%	59%	41%

另一顯著特點為所有部門以女性居多。

	工業		公司		零售	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零二零年	60%	40%	57%	43%	64%	36%
二零二一年	61%	39%	58%	42%	64%	36%
二零二二年	62%	38%	59%	41%	64%	36%

甚至在地區層面上：女性佔所有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71%及68%。

按性別及地理區域劃分的僱員

	女性	男性
意大利	61%	39%
美洲	57%	43%
歐洲	61%	39%
亞太區	68%	32%
日本	71%	29%
中東	55%	45%

在提升技能及價值基礎上，尊重平等機會亦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，而薪酬待遇顯然大致平等亦可見於下表。

薪酬差距 (中位數為100%)

	操作人員		員工及專業人員		最高、高級及中級管理層	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零二零年	98%	102%	98%	104%	96%	103%
二零二一年	98%	103%	97%	105%	97%	103%
二零二二年	98%	103%	98%	106%	97%	102%

於二零二二年，為了確保所有僱員能夠在工作場所平等工作和成長，以及抓住新的職業和其他機會，Prada集團推出其宏偉的多元平等與包容 (DE&I) 項目，旨在從其業務的心臟，即意大利總部 (包括企業、製造及零售部門) 開始，在公司內掀起真正的文化演變。

如二零二一年宣佈，本集團已開始其多元化之旅，其主要目標為：

- 評估 DE&I 成熟水平；
- 建立 DE&I 內容與價值的認識通道；
- 分享多元包容的基礎知識，並為此創造一種共同語言。

該計劃分三步進行：首先組織 11 次高級行政人員單獨訪談，其次對所有意大利工作人員一約 5,400 人—進行線上匿名問卷調查；最後在完成前兩個步驟的結果分析後，從所有業務職能部門中選出約 50 名員工，根據年齡、職責、資歷、性別及其他關鍵因素分成不同小組就具體事項進行討論。

研究持續了整個二零二二年度，由一個多學科內部團隊及該研究領域的一名資深外部專業合作夥伴進行。該計劃體現了 Prada 的本質，其再次選擇利用研究及批判性分析促進演變，從而透過對

其內部社會結構的深刻分析，創造出更加包容的文化。

本年度的工作以制定一項具體的行動計劃而收尾，該計劃將個體置於對話的中心，並將於未來兩年內實施。Prada 集團的宗旨包括對 DE&I 問題實行明確的管治，審查所有人力資源和其他政策以確保透明及公平，制定目標及關鍵績效指標 (KPI)，以及為本集團領導層設計培訓計劃，提升管理層作為文化變革的真正推動者的責任。

這不過是本集團對多元化與包容性的深刻承諾的延續。

事實上，於二零一九年，Prada 集團於美國成立多元化與包容性諮詢委員會 (D&I 委員會)，以促進和支持 Prada 對可持續發展於社會層面的意識及改善，特別是在多元化、公平及包容領域。

於二零二零年，Prada 集團委任 Prada 北美區多元平等與包容首席專員，負責與其團隊一起制定相關政策、策略和計劃，以確保將多元文化及觀念貫徹到公司各級架構。其職責為與本集團於所有營運國家的領導層及 D&I 委員會緊密合作，建立包容性文化及確保公司內部平等機會方面的進步。

於二零二二年，北美團隊提出了多項重大舉措，例如：

- 有關性別認同及包容性語言的培訓：旨在提供必要工具，秉著尊重的態度與變性人士和非二元社群人士互動，培訓涉及公司及零售部門約800名僱員；
- 僱員資源小組(ERG)：該等小組由僱員提議及指導，分享與彼等身份有關的興趣或問題，如性別、種族、性取向等其他事宜。本年度提出的小組涉及黑人文化、父母及看護者、AAPI和LGBTQIA+；
- **GenerationPrada**：這是繼續實施該實習計劃的第二年，旨在為下一代的時尚行業領袖提供職業發展機會。Prada集團於二零二二年收到許多候選人的申請，其中10人獲選參與到各個部門及作貢獻，包括營銷及溝通、採購、人力資源及物流部門。
- **Speaker Series**：該計劃旨在加強多元化討論，推動僱員共同思考廣泛的DE&I問題。在「發現你的方式：當代子女養育」(Finding your Style: Parenting in the Modern Age)的線上討論中，DE&I熱衷人士參與並分享了他們

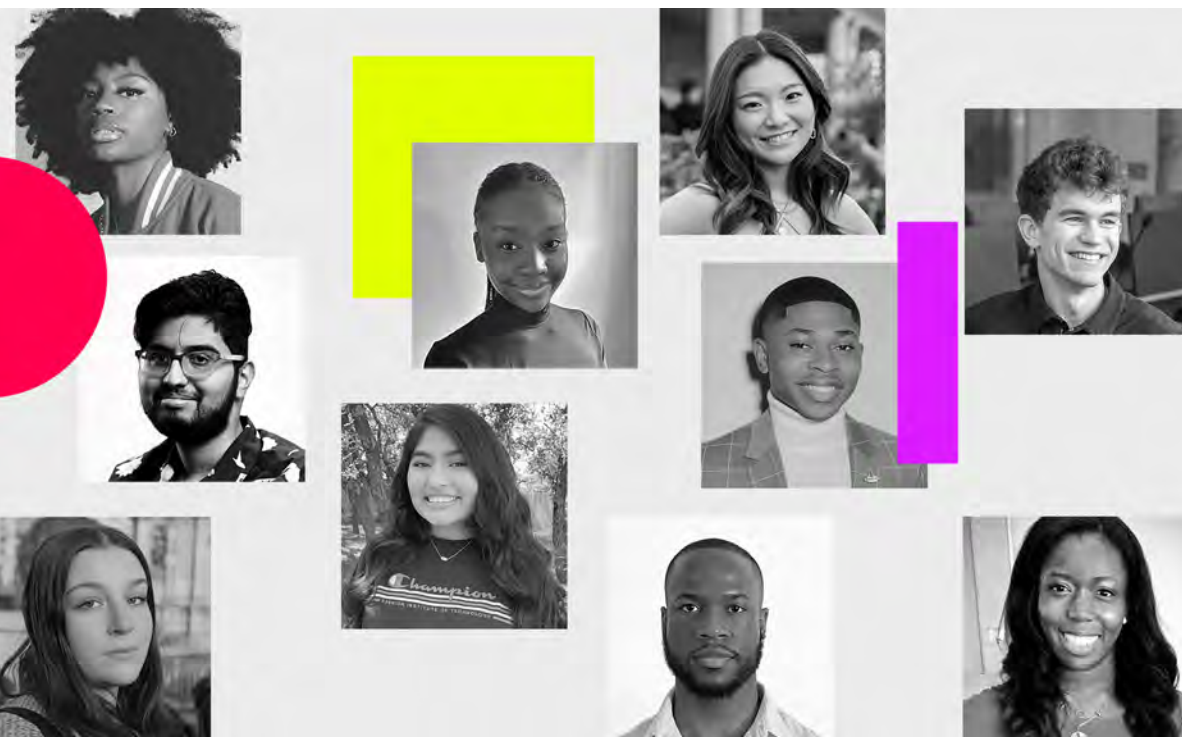
自己在當今世界為人父母的故事。「大膽的世界：家庭與轉型回憶錄」(The Bold World: A Memoir of Family and Transformation)的作者Jodie Patterson與人權運動基金會主席主持了討論。

於二零二二年，在Prada集團北美附屬公司採取上述舉措的同時，與外部非政府實體及知名大學的戰略合作夥伴關係亦取得了重大進展，詳見本章末段「合作關係：Dorchester Industries、UNFPA及FIT」。

於二零二零年，Prada集團成為首家加入The Valuable 500的時裝奢侈品行業公司。The Valuable 500為致力從根本上變革業務系統以使殘障人士受惠的國際聯盟。經此決定，Prada明確認可殘障人士的價值，並致力將該重要議題納入其包容性及可持續發展議程。

過去兩年，Prada積極探索各種機會，以釐定一個長期的行動計劃，首先是對人力資源部門進行培訓，以更好地管理殘障人士的招聘及僱傭，以及於工作場所培養建設性關係。

於二零二二年，Prada履行承諾，於其意大利零售網絡僱用三名殘障人士。





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。培訓多數在工作中與集團工廠指定區域內提供。

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，在其領域遇上新任務時亦能靈活自如，從而可全面環顧營運程序並提升其能力。

工業學院的主要目的是保護時裝行業的技術專長，視工藝技能與知識為一筆真正可代代相傳的財富。為此，Prada集團為渴望學習卓越製造專長的年輕應屆畢業生開設了理論與實踐經驗相結合的培訓課程。

為技術人員而設的繼續教育課程包括使用尖端軟件的培訓，對此Prada於近幾年來持續增加投資。於二零二二年投資了3D培訓，旨在逐漸將創新工具及技巧普及至本公司各個部門。

學習製作程序及技術為持續實用培訓的第一步：在製作手袋、配飾、鞋履及服裝時會第一時間進行培訓。經由內部導師及專家傳授淵博學識及提供指引下，每個程序均鉅細無遺列出，參與者可從中學習如何以最上乘準則作業。於二零二一年能夠恢復現場培訓活動後，本公司重新開放工廠，歡迎37名年青人接受製造業職業培訓。二零二二年參與人數增加至62名，二零二三年計劃培訓新專業人員200名。



培訓時數

於二零二二年，為合共 159,716 位參與者提供了 235,005 個培訓時數²²，當中 51% 在線上以電子學習課程或網絡研討會方式進行。約 82% 僱員於

年內接受最少一小時的培訓。

以下為按性別及專業類別劃分的平均培訓時數概要。

世界性培訓

	二零二一年			二零二二年		
	女性	男性	總計	女性	男性	總計
按性別劃分的每名僱員平均培訓時數	10.21	7.85	9.32	18.49	14.68	17.07
按僱員類別劃分的每名僱員平均培訓時數						
操作人員	0.79	0.60	0.72	0.79	1.31	0.98
員工及專業人員	12.80	10.22	11.86	23.47	18.61	21.67
最高、高級及中級管理層	11.14	7.42	9.54	21.38	15.43	18.96

於二零二二年，每名僱員平均培訓時數為 17.07 個，較二零二一年 (9.32 個) 及過往年度均大幅增加，印證本集團對人力資源培訓的高度重視。

年內，培訓活動涵蓋多個戰略性主題，包括可持續發展，就此提供了超過 11,000 個小時線上線下培訓。

22- 不包括健康與安全培訓時數。

吸引人才

擁有獨特人才的重要性是 Prada 集團不問經驗或出身，始終致力物色最具才華人士的背後原因。

基於對能力的客觀評估，Prada 集團採用公開透明的招聘程序，旨在確保平等的錄用機會。先進的數字平台使於全球範圍內收集和處理應試者資料成為可能，從而支持和促進人力資源部門在世界各國的協同合作。

為宣傳行業所需人才資料，緩解從學術界到職場過渡的壓力，Prada 參與了多項與新生代人才接觸和對話的舉措。

Prada 集團定期參加迎新活動及招聘日活動，與學生見面並向其介紹集團廣泛的職業道路及機會。

此外，多年來，Prada 集團與意大利及其他各地的知名學術機構（例如 POLIMI Politecnico di Milano、SDA Bocconi 及 FIT）建立了密切的夥伴關係。通過該等項目，學生可參與涵蓋由集團經理協調的課程與項目工作的培訓計劃，促進組織與新生代之間的不斷聯繫。

自二零一九年起，Prada 連同法國的 Taittinger Group（泰亭哲香檳集團）成為國際奢侈品管理碩士學位（IMLux）的主要贊助商。該研究生課程接納來自五湖四海的學生，在國際上廣受歡迎。一半的課程在蘭斯諾歐商學院進行，另一半於米蘭理工大學（MIP）的 POLIMI 研究生院進行，讓學生可以獲得雙學位。

IMLux 碩士學位的贊助方式為與碩士課程的教授和學生持續互動，以及開展多個項目。Prada 集團的關鍵人物分享商業戰略，沉浸於真正課堂時刻，觸發在校學生靈感，讓學生們對項目工作中非常有趣及複雜的主題進行再處理。

二零二二年，碩士課程的學生探討了多項主題，包括：

- 元宇宙及對電子商務的影響；
- Church's 品牌及許可機會。

基於這種對學習的承諾，Prada 堅定其對培養及吸引人才的興趣，對確保長期增長屬必要策略性元素。

Prada 集團吸引和甄選有才華的年輕人士的戰略使其與托斯卡納地區的技術學校產生協同效應，以期通過合作的方式支持和制定特定專業的培訓，這對於技術與工藝技巧的傳承十分重要。

4.3 確保福祉及公平的工作場所

工作場所的健康與福祉為 Prada 集團增長、競爭及可持續發展的基礎。工作與福祉密切相關，因為工作條件水平對組織內外每個人的生活質素有著直接影響。

本集團緊跟所有新的勞動市場趨勢：提供彈性、工作與生活的良好平衡及中長期職業發展道路是吸引人才的關鍵。上述特點現在已為勞動市場所普遍追求，而不僅限於年輕一代。

工人健康與安全及尊重人權

個人保障以及推動健康及安全為 Prada 集團的主要優先事項：根據最高準則及遵照當地及國際規例的優質工作場所、內部政策及程序，以保障工人、顧客及本公司全部地點的每位人員。

二零二零／二零二一年發生了空前絕後的全球衛



生緊急事件，這一時期將會被永遠銘記。Prada 集團即時作出反應，將僱員健康及安全放在首位，並將意大利採納的嚴格的新冠疫情防控措施延伸至其經營在全球各個地區，除此之外，在各國政府於不同時間實施封城的各個地區實施各項緊急措施。

在此非常時期，本集團及時採取行動，並從一開始，便組成了一支由公司醫生、工會代表及內部職業安全專家組成的工作小組，監察及管理危機。

二零二二年，特別是在上半年，本集團繼續在其工作場所實施新冠疫情防控措施。

本集團沿用過去兩年採取的措施(例如要求佩戴 FFP2 口罩、在入口處檢測體溫、保持社交距離等)，但根據大流行的演變進行了調整。九月份，由於感染率下降，緊急狀態接近尾聲，該等

措施被逐漸放開(例如不再強制要求佩戴口罩)至恢復常態。

於二零二零年開始的對陽性病例及其密切接觸者的每日及每周監測繼續由職業健康與安全辦公室管理實施。

在大部分場所(辦公室、倉庫及店舖)，與本集團營運有關的職業健康及安全風險均被視為有限，此亦有賴培訓活動及經更新的安全措施，特別是於工業地區。

下表內，二零二一年及二零二二年的數據較往年涵蓋的範圍更廣，因其不但覆蓋意大利及海外生產基地，亦包含大部分零售附屬公司的資料，包括按僱員人數而言最重要的附屬公司(美國、中國、新加坡、韓國、日本、法國、德國、英國、西班牙等)，佔於二零二二年十二月三十一日本集團僱員人數約 97%。

工傷*

	二零二一年	二零二二年
工作時數	17,255,394	21,783,510
工傷人數	95	109
嚴重受傷人數	1	-
致命傷害人數	-	-
受傷率	5.51	5.00
重傷率	0.06	-

* 納入造成至少一日損失的工傷個案。受傷數據僅與本集團僱員有關，而與外部承辦商無關，因該等數據並不重大。



多年來，Prada集團在傳統形式的課堂培訓中增加了數字平台的網上培訓，二零二二年，此舉對覆蓋盡可能多僱員人數及提升對安全重要性的認識，再次起到至關重要的作用。於二零二二年，在意大利為2,160人(二零二一年384人)提供健康與安全培訓。年內，現場培訓活動逐漸恢復，在大部分情況下，由於放開公共衛生緊急事件期間的限制：受訓人數接近大流行前的水平(2019年為約2,600人提供培訓)。

本集團內部並無設立特定委員會負責制訂及監察職業健康及安全計劃，但已於Prada集團營運所在各國設立當地法例規定的內部組織職位及架構。此外，於二零二二年在歐洲協作成立健康與安全部，以協調本集團各個領域的職業安全管理。

整體而言，本集團致力確保在工作場所尊重人權以及組織內遵循國際公認的工人安全及福祉條例，並敦促供應鏈同樣貫徹執行。本集團亦反對任何形式的歧視、強迫及兒童勞工。Prada相信自身組織內不存在現代勞役、強迫及兒童勞工風險，亦認為發生在其行業供應鏈的同類風險微乎其微。本集團生產廠房及供應商的地理位置以及其深厚知識(基於合作關係已建立長久並具良好本質)，減少了出現導致現代勞役、強迫勞工及人口販賣情況的條件或前提條件風險。

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，鼓勵提升社會意識、增加監管知識及採用環境、社會及品質認證。

Prada 的承諾於本集團可持續發展政策及人權政策以及二零二三年一月採納的供應商行為守則中得以印證，並通過推廣、分發及簽署本集團要求所有供應商簽署的道德準則（二零二二年更新）獲得支持。

外部工廠及供應商須保證任何向彼等提供材料及／或勞工以製造 Prada 產品的第三方已獲得法例規定的一切許可並遵守道德準則。

集體談判、福祉及結社自由

本集團提倡結社自由並承認集體談判的權利。事實上，Prada 集團與工會見面，持續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，本集團已簽訂許多補充協議，特別是在意大利及法國，以提供優於當地集體談判協議或（如於英國）適用法律所規定的福利。

意大利約 80% 僱員以及法國的 100% 僱員可受益於補充協議，覆蓋於二零二二年十二月三十一日員工總數的約 35%。英國製造部門的僱員亦受益於該國補充協議。

於二零二二年，該等補充協議的最重要裨益如下：

- 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；
- 可輕易獲取遣散費預付款；
- 讓僱員能夠達致更高效的工作與生活平衡的彈性工作時間；
- 補充醫療基金：可選擇以特別費率添加直系親屬的附加醫療保險；

- 因僱員子女（12 歲或以下）生病而缺勤的特別假期（法國）；
- 法規、就業保障以及店舖周日加班費方面的更佳條件（法國）；
- 改善 Church's 在英國北安普頓工廠的僱員病假。

作為意大利補充協議的一部分，本集團於二零一八年推出企業福利計劃，旨在讓僱員可獲得包括健康、教育、福利開支、休閒活動（例如差旅、度假、文化及體育活動）報銷款項、燃料、食物券、補充退休金付款及更多其他服務的全面服務組合。僱員可要求以兌換表現花紅的方式激活福利計劃；本公司則於兌換金額額外加上 25%。

二零二二年，70% 以上合資格僱員將其表現花紅兌換為福利待遇，彰顯僱員對該工具及其潛力的認可。

二零二二年，由於生活成本異常增加，Prada 向全體僱員提供特殊福利金 1,300 歐元，作為家庭開支補貼。二零二二年需求最大的福利待遇為醫療、教育及公用設施開支包銷款項及燃油券。

本集團於年內提供特定援助，幫助全體員工應對成本的普遍增加；例如，在法國採取措施，以支付一次性福利的形式支持家庭購買力。二零二三年亦計劃於德國提供類似援助。

二零二二年，本集團在意大利若干地方採取措施保障員工及其家庭的健康。其與 LILT（意大利抗癌聯盟）合作，為員工組織篩查計劃，預防男性及女性腫瘤。同樣，在 Onlus VISION+ 的支持下，為員工十一歲以下的孩子提供視力篩查服務，以預防該地眼疾的發生。

本集團符合國際及國內有關工時、最低保證短暫休息及休息時段的適用法例及規例。大部分生產人員均位處意大利，由於本集團對意大利工會的尊重、與其對話及合作，該地於二零二二年並無發生工人罷工，而於過往五年亦無發生工人罷工。



二零二二年，本集團制定了一項長期可變激勵計劃，即「二零二二年至二零二四年績效股份計劃」，旨在使本集團關鍵人員的表現與利益相關者的利益保持一致，挽留及激勵管理層，提升穩定性，以實現長期業務目標及保證具有市場競爭力的薪酬。

三年滾動計劃包括財務指標及實現指定的可持續發展目標。透過該全新非財務目標，本集團加強其對ESG事宜的承諾，該等事宜已越來越多地納入業務策略。

同樣於二零二二年，Prada考慮了引進不同方法來分析性別薪酬差距的必要性。新方法納入相關國際規例的基本原則，並基於一系列新的方法標準，通過崗位評估系統對同類崗位進行比較來評

估薪酬數據，其中類似的可比崗位將歸為一類。新方法將於二零二三年採用，同時亦將採納新的全球報酬及流動政策，使本集團能夠更詳細地分析該等情況。

最後，Prada已制定新的國際流動策略，認為國家之間的流動不僅為支持業務增長的戰略槓桿，亦是加速個人發展的專業機會，故將其與新績效管理系統擬進行的提升行動掛鉤。針對此雙重需求，國際人力資源管理計劃的參與者不僅包括管理人員，亦包括富有才華的年輕人士及組織的關鍵人員，故而將會被輸送至其他國家。

將於二零二三年擴充的新政策將明確區分宏觀事件的類型，並對業務需求及個人職業目標進一步細分。

績效管理

Prada 集團的績效管理系統源於對擁有一種方法來鞏固管理文化的興趣，該方法基於以下幾點：

- 透過單一標準了解內部能力來制定精確的培訓計劃；
- 支持能力培養；
- 推行持續反饋；
- 引進人才管理文化。

該計劃乃自主設計並逐步實施，以使其符合當前的企業文化和本集團的績效目標。

績效管理為一個基於特定因素的年度評估系統，而有關因素被視作通過全面提高每名員工的貢獻實現業務目標所必須。評估的因素如下：

- 分配給每個員工的定量及定性目標；
- 全體員工共有的、與企業價值緊密相連的軟技能；
- 各業務領域特有的技術能力；
- 增長潛力及使 Prada 集團增值所必需的特徵。

於二零二一年及二零二二年，透過於意大利開發的兩個試點項目對該系統加以完善，並有望自二零二三年開始在全球範圍內推行。

系統將涵蓋公司及生產辦公室員工，而 Prada 集團已於全球範圍內針對零售員工實施臨時績效管理系統。

透過上述舉措，本集團希望以更具體的方式促進提升內部人才和組織為其員工提供成長及福祉體驗的能力，將基於個人目標評估和通過個人能力實現目標的方法的新績效文化逐步推廣至其全體員工。

變革的推手

「變革的推手」是一個直接關乎 Prada 集團員工的交流項目，旨在增強對組織的歸屬感，並進一步傳播企業價值及文化。擔任「變革的推手」，意味著透過在職業環境中開展行動而於促進本集團對社會的影響方面發揮積極作用。

意大利總部(包括公司領域)員工攜手產業及零售領域員工於二零二二年合作開展了該項目。期間員工分享他們關於根據 Prada 集團的三大可持續性支柱(即地球、人員及文化)在工作場所實施變革的建議。年內共收集 300 多條建議，然後進行篩選和投票：員工投票最多的建議將於二零二三年付諸實施。

變革的推手的下一步舉措包括一個關於有效溝通的培訓項目，該項目乃致敬「Champions」(即該組織的項目大使)，支持他們擔當變革推手的角色，並為他們提供對整個組織施加積極影響的額外途徑。

二零二三年，隨著 Champions 網絡的實施、變革建議的收集以及全體員工的投票，該項目將於全球範圍內推廣。

Prada一直努力追求突破性設計及創意、擁護創新及培養卓越人才。該舉措為這些優秀的創意人、各自領域的佼佼者們，提供了大展身手的工具，及為他們的工作提供應有的平台。

Lorenzo Bertelli
Prada集團企業
社會責任主管


Prada集團與UNFPA

為了進一步加強其對多元化、公平性與包容的承諾，於二零二一年，Prada集團與聯合國人口基金(始終致力於促進性別平等的聯合國性與生殖健康機構)正式建立合作夥伴關係，並開始制定一項為期六個月的培訓計劃，即「時尚表達：她穿的故事」(Fashion Expressions: The Stories She Wears)，合作方包括國際需求組織(加納)、基圖伊縣政府及基圖伊縣紡織中心(肯尼亞)合作。

於二零二二年提出試點計劃，旨在為來自加納及肯尼亞的年輕女性提供時尚行業的寶貴知識和實用技能。詳細來說，該計劃旨在傳授相關技能，

並專注於當地風格、改造時裝、傳統紡織品設計及金融知識。在六個月結束時，受訓者舉行時裝秀，這是接觸當地時裝公司、開始實習過程及建立長期就業機會的絕佳機會。

培訓課程的主要目標亦包括促進對婦女權利的進一步了解，減少性別不平等。該計劃提供性與生殖健康方面的綜合教育課程，涵蓋月經健康管理、青春期及預防少女懷孕等主題。此外，參與者還接受了預防及應對性別暴力的培訓，幫助參與者掌握對抗有害習俗所需的寶貴技能，包括切割女性生殖器及童婚。



我們很高興繼續深化與
聯合國人口基金的合作
夥伴關係，通過「時尚表達：
她穿的故事」項目，
為下一代女性藝術家提供
指導和賦能。Prada集團
很榮幸能夠為來自世界各地
的有抱負的年輕設計師
提供更多機會。

Malika Savell
Prada北美區多元平等與
包容首席專員



Prada集團與紐約時裝技術學院(FIT)

於二零二二年，為了支持夢想在時裝界發展的年輕創意人才，Prada集團繼續與國際公認的設計、時尚、藝術、通信及商業教育機構紐約時裝技術學院(FIT)合作。本集團連續第二年向即將畢業完成FIT最後一年學習的兩名優秀學生頒發獎學金。

5. 關注文化

目錄

- 5.1 _ 為文化辯論作出貢獻
- 5.2 _ 進一步提高可持續性素養
- 5.3 _ 激發科學進化
- 5.4 _ 合作關係：Prame Frames

二零二二年摘要

於二零二二年十二月三十一日

3 處

位於米蘭及威尼斯的
Prada基金會永久會址

2 項

獎學金由Bonadonna
基金會授予

17 項

展覽及文化項目
於Prada基金會實現

300 名

中學生參與
Sea Beyond項目



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。

5.1 為文化辯論 作出貢獻

Prada基金會

Miuccia Prada及Patrizio Bertelli的興致及熱誠，激發本集團自一九九三年起至今支持²³ Prada基金會的跨學科活動。

Prada基金會於米蘭成立，旨在創造藝術展覽以及建築、電影、哲學、科學及表演藝術項目。直至二零一零年，Prada基金會在米蘭舉辦了超過二十場由頂尖意大利及國際藝術家構思的展覽，並於意大利及海外組織電影、建築及哲學的其他展覽項目及活動。

自二零一一年起，Prada基金會永久活躍於威尼斯十八世紀建築Ca' Corner della Regina。該建築幾經修復，直至二零二二年已舉行了十場研究展覽及一次電影致敬實驗平台。

Prada基金會總部的場館項目於二零一五年在米蘭揭幕，由建築師事務所OMA操刀設計。於二零二二年，展出了藝術家組合Elmgreen & Dragset的「無處安放的身體」(Useless Bodies?)，是基金會有史以來最宏大的主題展覽之一，探索後工業時代的身體狀況；及由Salvatore Settis與Anna Anguissola籌辦、Rem Koolhaas設計的「回收之美」(Recycling Beauty)，以中世紀到巴洛克的後古時代背景下希臘和羅馬古物再利用為主題。

神經科學項目「人類大腦」(Human Brains)於二零二二年分為三個階段發展：「對話」(Conversations)，指一系列線上會議；「保存大腦」(Preserving the Brain)論壇；及「一切始於思想」(It Begins with an Idea)展覽。該三項舉措源自於二零一八年Prada基金會在科學委員會的支持下開展的深入研究過程，以期了解人類大腦、其功能的複雜性及其在人類歷史中的中心地位。

「保存大腦」是一個與國際上最富盛名的十三家神經科學研究所及高校合作開展的關於神經退行性疾病的論壇。「人類大腦」本篇章由在米蘭會場舉行的展覽和科學會議以及由各個研究中心推動的一系列線上研討會組成。

由Udo Kittelmann與Taryn Simon合作策劃的展覽項目「一切始於思想」，在威尼斯的Ca' Corner della Regina空間，追溯了從美索不達米亞文明到20世紀70年代人類對大腦知識的發展歷史。該展覽試圖勾勒出意識的周界

23-Prada基金會為Prada集團的外部實體。雙方以贊助的方式積極合作。

與科學研究尚未解決的問題。與 Fondazione Archivio Luigi Nono 的第二次合作亦於威尼斯空間進行。此次「Luigi Nono, Contrappunto dialettico alla mente」分享會的特色為哲學家 Massimo Cacciari、神經學家 Daniela Perani 及音效指導 Alvis Vidolin 之間的對話，他們對 Nono 於一九六八年創作的作品 Contrappunto dialettico alla mente 提供了原聲聽覺體驗。

另一場音樂領域的合作是與 Threes Productions 及 MMT Creative Lab 合作呈現瑞典作曲家 Maria W Horn 的音樂表演「Dies Irae」。這部女聲四重唱和電子樂作品在米蘭 Chiesa Rossa 的 Santa Maria Annunciata 教堂演出，該教堂的燈光裝置乃於一九九七年由美國藝術家 Dan Flavin 設計及由 Prada 基金會創建。

米蘭場館定期於每個週末放映電影節目，提供經典、首映、稀有電影及修復作品。二零二二年組織了下列四場特別活動：由美國作家、導演、編劇及製片人精選的「Soggettiva Ava DuVernay」系列電影；由導演兼聯合編劇 Steve McQueen 推介的之前未於意大利發行的電視劇「小斧頭」(Small Axe) 的完整放映；戶外電影節「多元畫布」(Multiple Canvases)；及「Soggettiva Bernardo Bertolucci - Doppia Autobiografia」，對該導演於 20 世紀 60 及 70 年

代的電影作品連同對其意象及語言產生影響的其他電影人的九部電影的分析。

Osservatorio 是 Prada 基金會專為攝影而設的展覽空間，於二零一六年開幕，地址為米蘭 Galleria Vittorio Emanuele II 其中一幢中心建築的 5 樓及 6 樓。於二零二二年，該空間奉獻了由 Melissa Harris 策劃的「角色扮演」(Role Play) 展覽。項目展出 11 位國際藝術家的精選照片、視頻及表演，探討了對徘徊在真實、理想及普遍自我之間的潛在另類身份的研究、映射及創造過程。

最後，在 Prada 基金會的支持下，Prada 繼續於其歷史悠久的上海榮宅及東京青山震中開展項目。Prada 榮宅呈現了美國藝術家 Michael Wang 以「太湖」為主題的展覽，包含一系列作品，著眼於太湖湖區的自然及文化遺產，同時探索了中國園林藝術的歷史。

Prada 基金會過去曾於米蘭舉辦的兩場展覽，即「角色扮演」和「Who the Bær」，在東京獲重新演繹。前者集結五位國際藝術家的攝影、錄像及聲音作品，探討角色扮演、身份操縱及公眾形象等主題。藝術家 Simon Fujiwara 構思的展覽「Who the Bær」藉著藝術家創作的一個虛構人物的經歷，探討從氣候危機到文化剽竊、從整容手術到流行藝術等多個主題。



5.2 進一步提高 可持續性素養

Sea Beyond

Sea Beyond由Prada集團與聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會(IOC)發起，是一個旨在提升可持續發展與海洋保護意識的教育項目。

該項目以Prada再生尼龍系列銷售所得款項的特定百分比作為資金支持，凸顯Prada集團對可持續發展的承諾，符合聯合國二零二零年議程及其17個可持續發展目標(SDG)。自二零一九年首次推出以來，該項目已培訓600餘名國際中學生。於二零二一年一月，本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，本集團為首批意大利簽署方之一。

儘管醫療緊急事故帶來困難，該項目第一期在全球十個城市培訓多名學生，已於二零二一年三月成功結束。

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，包括三項主要舉措：為世界各地學生提供全新教育模組、成立環礁湖幼兒園(Kindergarten of the Lagoon)及專為Prada集團全球13,000多名員工而設的教育通道。

於二零二二年九月，「Sea Beyond」於意大利國家時裝商會(Camera Nazionale della Moda Italiana)(CNMI)與聯合國道德時尚倡議(EFI)合作舉辦的二零二二年可持續時尚大獎活動中榮獲「海洋獎」(Oceans Award)。

SEA BEYOND是一項教育
年輕一代保護海洋的長期承諾，
是一個我們並不妒忌的項目。
我們希望創建一個平台，同時向
其他能夠幫助我們傳播海洋素養
原則的夥伴開放。我們需要
凝聚力及連續性以推廣
可持續發展及海洋素養原則。

Lorenzo Bertelli
Prada集團企業
社會責任主管

KINDERGARTEN OF THE LAGOON



環礁湖幼兒園

於二零二二年五月四日，在 Prada 基金會威尼斯 Ca' Corner della Regina 舉行的新聞發佈會上，Prada 集團與聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會提出為學齡前兒童提供戶外課程的教育項目「環礁湖幼兒園」。在當地機構的見證下，Lorenzo Bertelli 與聯合國教科文組織歐洲科學與文化辦事處負責人 Ana Luiza M. Thompson-Flores 對該項目進行了說明。

聯合國教科文組織項目高級專家 Francesca Santoro、威尼斯大學教授兼威尼斯環礁湖生態學專家 Fabio Pranovi 及環境教育專家 Francesca Milan 作為致力於該項目的科學委員會的活躍成員參與了討論，解釋作為該舉措基礎的教育及生態方針。

該計劃秉持戶外教育原則，教育方針以體驗式學習、環境以及學員福祉為重點，目標為建立兒童與（在此特定計劃下）環礁湖生態系統的連繫。

於二零二三年一月二十四日的國際教育日，該計劃於威尼斯的托爾塞洛島為學前兒童提供了第一堂戶外教育課。

二零二一／二零二二年教育模組

來自巴西、中國、意大利、墨西哥、秘魯、葡萄牙、南非及英國的十所學校參加了 Sea Beyond 第二期活動。

從二零二一年秋季至二零二二年春季，學生們參加了一個週期的課程，以了解更多關於可持續發展海洋十年的信息。他們體驗了為該項目特設的虛擬現實內容，以發現 Prada 集團對海洋的承諾。此外亦參加了自由解釋海洋十年的十項挑戰之一的國際競賽。

該項競賽於二零二二年六月二十九日在里斯本召開的聯合國海洋大會上由海洋保育人士 Patricia Furtado de Mendonça 主持舉行。由攝影師及氣候藝術家 Enzo Barracco、Prada 集團企業社會責任主管 Lorenzo Bertelli、海底觀察員、海洋探險家及環保倡導者 Fabien Cousteau、海洋科學家及社會企業家 Kerstin Forsberg、環境意見領袖及社會活動家 Valentina Gottlieb、聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會執行秘書兼助理總幹事 Vladimir Ryabinin 以及運動員、海洋探險家及職業沖浪者 Hugo Vau 組成的評審團評選出三所獲勝學校。The Newton College of Lima（秘魯）摘得桂冠，並參加了在里斯本舉行的活動；上海中學國際部（中國）獲得第二名，第三名為 Marcelline Tommaseo, Milan（意大利）。

Prada集團 13,000+僱員教育通道

Prada集團與AWorld簽署協定，鼓勵其全球員工積極參與有關培訓，促進海洋素養及海洋保護原則，同時鼓勵可持續實踐。AWorld為一家意大利初創公司，也是支持ACTNOW的官方平台。ACTNOW是聯合國呼籲個人就氣候變化及可持續發展採取行動的運動。透過其專門的應用程式，AWorld鼓勵人們採取可持續的行動並參與互動的培訓活動。

Prada集團與聯合國教科文組織 轄下政府間海洋學委員會支持 The Muma - Milazzo海洋博物館數字化

於二零二二年六月八日的世界海洋日，Prada集團與聯合國教科文組織轄下政府間海洋學委員會合作，宣佈對MuMa-Milazzo海洋博物館的空間及內容進行數字化。

該數字化舉措使創建廣泛的互動內容成為可能，包括：虛擬導覽、觸摸屏裝置、數字博物館指南、幫助視聽障礙者訪問內容的多媒體適配、互動教育遊戲、虛擬實境體驗及多媒體藝術裝置。

該「讓MuMa數字化」(Let's digitize MuMa)項目在拉文納舉行的二零二二年歐洲海洋日(EMD)上榮獲歐盟委員會海洋事務及漁業總司(DG Mare)授予著名的EU4Ocean獎。



5.3 激發科學進化

Bonadonna基金會

自二零一八年起，Prada集團成為 Gianni Bonadonna 基金會的支持夥伴，致力於 Bonadonna 基金會構思的腫瘤科治療及科學研究項目。

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。

我們認為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。於二零二二年二月的國際科學婦女日，在 Prada 集團的支持下，Gianni Bonadonna 基金會與 AIRC 基金會公佈兩名獲得首輪獎學金的年輕研究員：Gaia Giannone 與 Stefania Morganti。

Gaia Giannone 將於倫敦帝國學院從事卵巢癌研究。其項目將專注於高度惡性卵巢漿液性癌，這是此類癌症中最常見和最具侵害性的一種。研究旨在識別腫瘤進展及抗性演變過程中出現的突變，以便為該疾病各個階段患者提供更加精準的治療。

Stefania Morganti 將轉至波士頓的 Dana Farber 癌症研究所，研究 HER2 陽性轉移性乳腺癌。其研究項目致力於完善對將微小殘留病灶作為治療長期反應指標的研究。這種方法可能根據腫瘤的具體特點為患者制定更加精準的治療策略。

上述兩個研究項目將增進卵巢癌與乳腺癌的知識，提高患者治療與生活品質。因此，此次合作最值得期待的目標現已實現：即培養新一代臨床科學家，從而使基礎研究的專業技能和知識與紮實的臨床準備相結合，讓癌症患者受益。

鑒於首次徵集申請的成功進行且所收申請質量不俗，二零二二年四月公佈了第二輪獎學金，之後基於簡歷質量、擬議研究項目及主辦機構確定一名候選人。

教育及文化作為重要工具，
幫助我們了解自我及我們未來生存的世界，
更能激勵我們探索未知。很高興 Prada 集團與
Gianni Bonadonna 基金會能夠為新一代傑出
的研究員提供研究及教育支持。

5.4 合作關係：Prada Frames

為了履行 Prada 集團對進一步可持續發展文化的日益重要的承諾，於二零二二年六月米蘭設計週期間舉行了跨學科研討會 Prada Frames，旨在研究環境可持續性與設計之間的複雜關係。

Prada Frames 集思廣益，包括來自科學家、建築師、設計師、藝術家、活動家、人類學家及法律專家等一眾學者及專業人士的寶貴貢獻，深思森林生態系統狀況，分析當今的木材行業，探討設計和科學作為變革推動者的作用。

該項目由總部位於米蘭和鹿特丹的研究設計工作室 Formafantasma 策劃。Formafantasma 專注於設計的歷史、政治及社會影響，亦對材料及其在生產過程中的使用應用批判性方法。



6. 方法附註

目錄

6.1 _ 範圍及報告準則

6.2 _ 溫室氣體計算方法及排放因子

6.3 _ 重要性分析



6.1 範圍及報告準則

本文件為Prada集團的第十份可持續發展報告(根據GRI準則, 第五份), 涵蓋於二零二一年更新的GRI準則的新規定。報告載有對二零二二財政年度(即二零二二年一月一日至十二月三十一日)採取的主要措施以及二零二零年、二零二一年及二零二二年三年期間的表現趨勢的說明(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。

於報告日期已知的二零二三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。報告範圍及報告期間與Prada S.p.A. 及其附屬公司的二零二二年年報的資料相同。

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。Prada S.p.A. 已根據二零二一年GRI準則就二零二二年一月一日至十二月三十一日期間進行報告。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²⁴ 列舉。

本可持續發展報告旨在透明地披露本集團的行動、目標, 以及根據GRI標準指引確定的重大議題的資料。

本集團所有企業職能均參與了二零二二年可持續發展報告的釐定, 並遵循董事會於二零一九年批准的「編製可持續發展年度報告指引」的經採納程序, 指引列明應遵循的原則(重要性、可量度性、公正性、一致性、貫徹性) 及編製文件的責任。

6.2 溫室氣體計算方法及排放因子

本公司已起草二零一九年、二零二一年及二零二二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。

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, 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:** 考慮從可再生能源購買的認證電力份額。為了被視為可再生, 購買的電力應由原產地保證(GoO) 等契約文書覆蓋。由GoO覆蓋的購買電力部分被視為零排放, 而剩餘部分被乘以一個稱為殘差組合的係數, 該係數計及國家電網的排放強度(僅考慮非可再生的生產)。
- **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。

24-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)、KPI B6.5 (關於數據私隱) 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。

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	所用主要排放因子（二零一九年至二零二二年）	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、二零二二年	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、二零二二年	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	所用主要排放因子（二零一九年至二零二二年）	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、二零二一年 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	所用主要排放因子（二零一九年至二零二二年）	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3.9.1版 DEFRA（環境食品與鄉村事務部），轉換因子—全組，二零一九年、二零二二年	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
製成品及半製成品供應商就發熱及其他目的而購買的天然氣（第1類）	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、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
製成品及半製成品供應商購買的柴油及液化天然氣（第1類）	升	DEFRA（環境食品與鄉村事務部），轉換因子—全組，二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放

來源	活動數據	所用主要排放因子（二零一九年至二零二二年）	Gwp-100
製成品及半製成品 供應商購買並無 GoOs認證覆蓋的 電力（第1類）	所購買電力 [千瓦時]	AIB - 歐洲殘差組合，二零一八年、 二零二一年	僅考慮到二氧化碳排放
燃料及能源相關活動 （第3類）	所購買燃料及 電力（立方米、 升或千瓦時）	DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組， 二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
上游物流及分銷 （第4類）	飛機、火車或 輪船覆蓋的公里 乘以總付運量 （噸*公里）	DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組， 二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
所處置或回收廢物 （第5類）	所處置或回收廢物 公斤	Ecoinvent，第3.9.1版 DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組，二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
以飛機、火車及 輪船的商務旅行 （第6類）	每名乘客旅行的 公里	DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組， 二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
以汽車的商務旅行 （第6類）	公里	DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組，二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
僱員通勤（第7類）	每名乘客以汽車、 巴士、鐵路旅行的 公里	DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組， 二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
管理百貨公司的 供應商購買並無 GoOs認證覆蓋的 電力（第8類）	所購買電力[千瓦時] - 市場法	AIB - 歐洲殘差組合， 二零一八年、二零二一年	僅考慮到二氧化碳排放
百貨公司所用的 製冷劑氣體 （第8類）	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)
Prada集團屬少數 股東權益的公司 所購買並無GoOs 認證覆蓋的電力 （第15類）	所購買電力[千瓦時] - 市場法	AIB - 歐洲殘差組合， 二零一八年、二零二一年	僅考慮到二氧化碳排放
Prada集團屬少數 股東權益的公司 所購買天然氣 （第15類）	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、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放
Prada集團屬少數 股東權益的公司 所購買柴油 （第15類）	升	DEFRA（環境食品與鄉村事務部）， 轉換因子 - 全組，二零一九年、二零二二年	考慮到二氧化碳當量排放

重大議題、GRI準則及香港聯交所 主要範圍的相關性

範圍	重大議題	GRI準則議題	香港聯交所主要範圍	
環境	生物多樣性及動物權益	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 層面B5：供應鏈管理	
		308 – 供應商環境評估 (二零一六年)		
	氣候變化	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	
		305 – 排放物 (二零一六年)		
	廢舊產品	非GRI	層面A2：資源使用	
	廢物管理	306 – 廢棄物 (二零二零年)	層面A1：排放物 層面A3：環境及天然資源	
水資源	303 – 水與放流水 (二零一八年)	層面A2：資源使用 層面B5：供應鏈管理		
	308 – 供應商環境評估 (二零一六年)			
人員	多元化及包容	405 – 員工多元化與平等機會 (二零一六年)	層面B1：僱傭	
		406 – 不歧視 (二零一六年)		
	人權	401 – 僱傭 (二零一六年)	層面B1：僱傭 層面B4：勞工準則 層面B5：供應鏈管理	
		408 – 童工 (二零一六年)		
		409 – 強迫或強制勞動 (二零一六年)		
		414 – 供應商社會評估 (二零一六年)		
		406 – 不歧視 (二零一六年)		
	職業健康與安全	403 – 職業健康與安全 (二零一八年)	層面B2：健康與安全	
	可持續教育	非GRI	—	
	訓練與教育	404 – 訓練與教育 (二零一六年)	層面B3：發展及培訓	
	商業及道德	反貪污	205 – 反貪污 (二零一六年)	層面B7：反貪污
		顧客健康與安全	416 – 顧客健康與安全 (二零一六年)	層面B6：產品責任
行銷與標示		417 – 行銷與標示 (二零一六年)	層面B6：產品責任	
社區	藝術文化遺產	非GRI	層面B8：社區投資	
	手藝及技能	非GRI	—	
	科學進化	非GRI	層面B8：社區投資	

7. 內容索引



使用聲明：Prada集團根據GRI準則就二零二二年一月一日至十二月三十一日止
12個月期間進行報告。
所用GRI 1：GRI 1：通用準則（二零二一年）
使用GRI行業準則：不適用

重大議題－特定準則披露

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
GRI 2：一般披露 (二零二一年)	2-1組織詳情		第127頁			
	2-2納入組織可持續發展報告 內的實體		第127頁			
	2-3報告期間、頻率及聯絡點		第127、143頁			
	2-4資訊重編		第127頁			
	2-5外部保證		本報告毋須進行 外部保證。			
	2-6活動、價值鏈及其他業務 關係		第6-20頁			
	2-7僱員		第91-98頁			
	2-8非僱員工人				資料無法 獲取/不 完整。	非僱員工人 人數極少， 數據不被視 作相關。
	2-9管治架構及組成		第30-35頁			
	2-10提名及甄選最高管治機構		第34頁			
	2-11最高管治機構主席		第33頁			
	2-12最高管治機構於監督影 響管理的職責		第32-39頁			
	2-13轉授管理影響的責任		第32-39頁			
	2-14最高管治機構於可持續發 展報告的職責		第35、38-39頁			
	2-15利益衝突		第37頁			
	2-16關鍵問題的溝通		第38-39頁			

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
GRI 2：一般披露 (二零二一年)	2-17最高管治機構集體認知		第32頁			
	2-18最高管治機構績效評價					就監督組織管理環境、社會及管治議題的影響而言，董事會目前不受正式評估程序限制。
	2-19薪酬政策		第34頁			
	2-20薪酬釐定流程		第34頁			
	2-21年度薪酬總額比率					保密限制。
	2-22可持續發展策略說明		第3-5頁			
	2-23政策承諾		第50頁			
	2-24貫徹政策承諾		第50頁			
	2-25負面影響補救流程		第4-5、11-12、 22-23、88頁			
	2-26尋求建議及徵求問題的機制		第40頁			
	2-27遵紀守法		第50頁			
	2-28成員協會					本集團的主要成員為： Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI)、 Assolombarda、Assonime、Confindustria Toscana、 The Fashion Pact、Textile Exchange and Leather Working Group (LWG)。
	2-29利益相關者參與方針		第24頁			
	2-30集體議價協議		第110頁			

重大議題

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
經濟績效指標						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-1重大議題釐定流程		第25-29、 131-132頁			
	3-2重大議題清單		第25-29頁			
反貪污						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B7	第40-42、50頁			
GRI 205：反貪污 (二零一六年)	205-3已證實貪污案及採取的行動	KPI B7.1 KPI B7.2	第50頁			

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
環境績效指標						
物料						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. A2	第74-75頁			
GRI 301：物料 (二零一六年)	301-1所用物料的重量或體積	KPI A2.5 KPI A3.1	第74-75頁			
能源						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. A2	第62-72頁			
GRI 302：能源 (二零一六年)	302-1組織能耗	KPI A2.1	第69頁			
	302-4能耗減幅	KPI A2.3	第69頁			
水與放流水						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. A2	第74-76頁			
GRI 303：水與放流水 (二零一八年)	303-1共享水資源之相互影響		第75-76頁			
	303-2與排水相關衝擊的管理		第75-76頁			
	303-3取水量	KPI A2.2 KPI A2.4	第76頁			
排放物						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. A1 G.D. A4	第62-72頁			
GRI 305：排放 (二零一六年)	305-1直接（範圍1） 溫室氣體排放	KPI A1.1 KPI A1.2	第70頁			
	305-2能源間接（範圍2） 溫室氣體排放	KPI A1.1 KPI A1.2	第70頁			
	305-3其他間接（範圍3） 溫室氣體排放	KPI A1.1	第71-72頁			
	305-5溫室氣體排放減幅	KPI A1.5 KPI A4.1	第62-72頁			

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
廢棄物						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. A1 G.D. A3	第76-90頁			
GRI 306：廢棄物 (二零二零年)	306-1廢棄物的產生與廢棄物 相關顯著影響	KPI A3.1	第76頁			
	306-2廢棄物相關顯著影響之 管理	KPI A1.6 KPI A3.1	第76頁			
	306-3廢棄物的產生	KPI A1.3 KPI A1.4	第77-78頁			
	306-4轉移處置的廢物	KPI A1.3 KPI A1.4	第77-78頁			
	306-5直接處置的廢物	KPI A1.3 KPI A1.4	第77-78頁			
供應商環境評估						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B5	第55-56頁			
GRI 308： 供應商環境評估 (二零一六年)	308-2供應鏈的負面環境影響 及採取的行動	KPI B5.2 KPI B5.3 KPI B5.4	第55-56頁			
產品生命週期末端						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理		第80-90頁			
社會績效指標						
僱傭						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B1	第91-101頁			
GRI 401：僱傭 (二零一六年)	401-2向全職僱員（而非臨時 或兼職僱員）提供的福利		第96、 110-113頁			

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
職業健康與安全						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B2	第106-110頁			
GRI 403：職業健康與安全 (二零一八年)	403-1職業健康與安全管理系統	G.D. B2 KPI B2.3	第106-110頁			
	403-2危害識別、風險評估及事故調查	G.D. B2	第108頁			
	403-3職業健康服務	KPI B2.3	第106-110頁			
	403-4工人對職業健康與安全的參與、諮詢及溝通		第106-110頁			
	403-5對工人的職業健康與安全培訓	KPI B2.3	第109頁			
	403-6促進工人健康		第110頁			
	403-7防止並減輕直接與業務關係相關的職業健康與安全影響	KPI B2.3	第109-110頁			
403-9工傷	KPI B2.1	第108頁				
訓練與教育						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B3	第102-106頁			
GRI 404：訓練與教育 (二零一六年)	404-1每名僱員每年平均培訓時數	KPI B3.1 KPI B3.2	第105頁			
員工多元化與平等機會						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B1	第33-35、98-101頁			
GRI 405：員工多元化與平等機會 (二零一六年)	405-1公司管治機構及僱員多元化	KPI B1.1	第33-35、98-101頁			
	405-2女性與男性的基本薪資和報酬比率	G.D. B1	第100頁			

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
不歧視						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B1	第98-101頁			
GRI 406：不歧視 (二零一六年)	406-1歧視事件及採取的糾正 行動	G.D. B1	本公司並不知悉 於二零二二年有 任何歧視事件。			
童工						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B4	第50、109頁			
GRI 408：童工 (二零一六年)	408-1營運據點和供應商使用 童工之重大風險	KPI B4.1 KPI B4.2	第50、109頁			
強迫或強制勞動						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B4	第50、55-56 、109頁			
GRI 409： 強迫或強制勞動 (二零一六年)	409-1具強迫或強制勞動事件 重大風險的營運據點和供應 商	KPI B4.1 KPI B4.2	第50、109頁			
供應商社會評估						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B5	第55-56頁			
GRI 414： 供應商社會評估 (二零一六年)	414-2供應鏈的負面社會影響 及採取的行動	KPI B5.2 KPI B5.3	第56頁			
顧客健康與安全						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B6	第60頁			
GRI 416： 顧客健康與安全 (二零一六年)	416-2有關產品及服務對健康 與安全造成影響的違規事件	G.D. B6 KPI B6.1 KPI B6.2	第60頁			
行銷與標示						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	G.D. B6	第60頁			
GRI 417：行銷與 標示 (二零一六 年)	417-2有關產品及服務資訊及 標示的違規事件	G.D. B6 KPI B6.3	第60頁			

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
可持續發展教育						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	不適用	第102、121- 123頁			
藝術文化遺產						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	KPI B8.1	第118-120頁			
手藝及技能						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	不適用	第102-104頁			
科學進化						
GRI 3：重大議題 (二零二一年)	3-3重大議題管理	KPI B8.1	第124-125頁			


其他議題披露

GRI準則	披露事項	參照香港聯交所 「環境、社會及 管治報告指引」	位置	遺漏		
				遺漏規定	原因	解釋說明
經濟績效指標						
GRI 201： 經濟績效 (二零一六年)	201-1所產生及分配的直接經 濟價值	KPI B8.2	第9頁			
GRI 204： 採購實務 (二零一六年)	204-1對當地供應商的支出比 例	KPI B5.1	第53-54頁			
社會績效指標						
GRI 418： 客戶隱私 (二零一六年)	418-1與侵犯客戶隱私和丟失 客戶資料有關的經證實的投 訴	KPI B6.2 KPI B6.5	本公司並不知 悉於二零二二 年有任何侵犯 資料事件。			

來源

- 第2頁 Bas Princen. Courtesy Fondazione Prada
 第10頁 Gabriele Croppi
 第11頁 Alessandro Ciampi
 第11頁 Photography Julia von der Heide,
 Talent Aleksandra Orbeck-Nilssen,
 Source My Theresa, Art direction
 Markus Ebner and Anton Loukhnovets
- 第12頁 Gabriele Croppi
 第15頁 Brigitte Lacombe
 第23頁 Gabriele Croppi
 第35頁 Gabriele Croppi
 第37頁 Agostino Osio
 第41頁 Gabriele Croppi
 第43頁 Agostino Osio
 第52頁 Alessandro Ciampi
 第53頁 Gabriele Croppi
 第59頁 David Sims (Prada)
 第59頁 Zoë Ghertner (Miu Miu)
 第59頁 Luna Rossa Prada Pirelli | Studio Borlenghi
 第62頁 Alessandro Ciampi
 第65頁 Gabriele Croppi
- 第66頁 Alessandro Ciampi
 第68頁 Gabriele Croppi
 第70頁 Gabriele Croppi
 第73頁 Alessandro Ciampi
 第78頁 Gabriele Croppi
 第79頁 Alessandro Ciampi
 第81頁 Photography Ralph Mecke,
 Source Mytheresa, Art direction Markus
 Ebner and Anton Loukhnovets
- 第89頁 Gabriele Croppi
 第90頁 Courtesy Ogyre
 第116頁 Courtesy UNFPA
 第117頁 Courtesy UNFPA
 第118頁 Bas Princen. Courtesy Fondazione Prada
 第119頁 Bas Princen. Courtesy Fondazione Prada
 第120頁 "Recycling Beauty". Pic Roberto Marossi.
 Courtesy Fondazione Prada
 第123頁 Courtesy MuMa - Museo del Mare di Milazzo
- 其他圖片： Courtesy Prada Group





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