

GIORGIO ARMANI

ARMANI / VALUES

*IL GRUPPO ARMANI E LA SOSTENIBILITÀ
REPORT 2023*

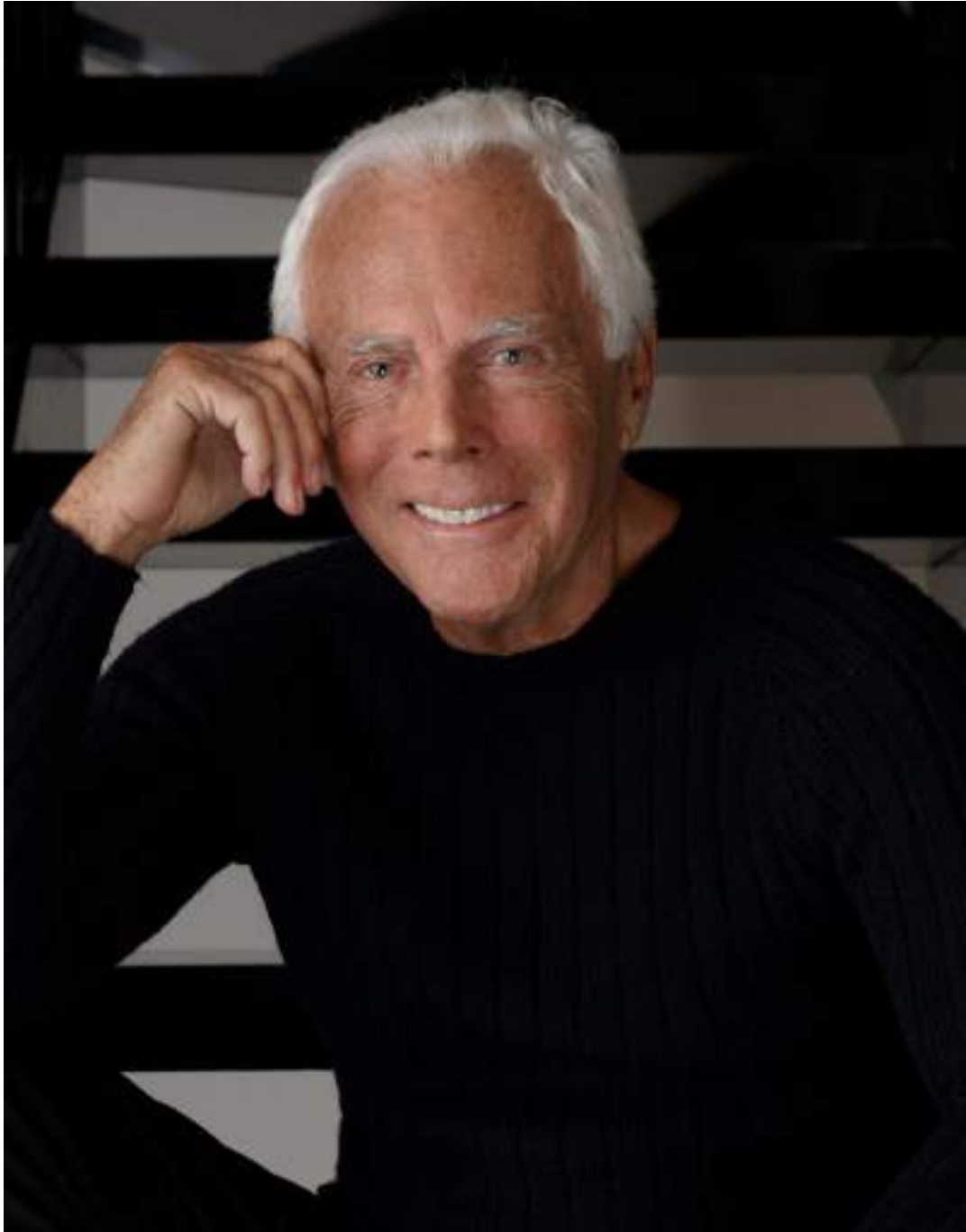


GIORGIO ARMANI

Sommario

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ	6
NOTA METODOLOGICA	7
EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO	9
IL 2023 IN NUMERI E IN FATTI	11
1. APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ	13
1.1 Il Gruppo nel mondo: aree di attività e marchi	14
1.2 Governance, distribuzione e creazione del valore	16
1.2.1 Governance e struttura del Gruppo	16
1.2.2 Governance di sostenibilità	17
1.2.3 Valori e strumenti di controllo	18
1.2.4 Valore economico generato, distribuito e trattenuto	18
1.3 Strategia e Piano di Sostenibilità 2019-2030	21
1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder	23
2. PEOPLE	27
2.1 Le nostre persone	28
2.1.1 Dipendenti del Gruppo	28
2.1.2 Lavoratori non dipendenti del Gruppo	30
2.2 Diversità, inclusione e pari opportunità	30
2.3 Formazione e sviluppo dei dipendenti	30
2.4 Pacchetto welfare per i dipendenti in Italia	33
2.5 Salute e sicurezza	33
3. PLANET	35
3.1 Tutela ambientale e utilizzo efficiente delle risorse	36
3.1.1 Consumi energetici	36
3.1.2 Emissioni in atmosfera	37
3.1.3 Gestione delle risorse idriche	40
3.2 Tutela della biodiversità e degli oceani	40
3.2.1 Tutela degli oceani	42
3.3 Packaging	43
3.3.1 Packaging destinato al consumatore finale B2C	43
3.3.2 Packaging per il trasporto industriale business-to-business B2B	43
3.4 Economia circolare, gestione dei rifiuti e materiali utilizzati per le attività di ufficio	44
3.4.1 Rifiuti generati	44
3.4.2 Materiali utilizzati per le attività di ufficio	45
4. PROSPERITY	46
4.1 Relazioni con la catena di fornitura	47

4.1.1 Gestione della catena di fornitura	47
4.1.2 Valutazione della catena di fornitura	48
4.1.3 Attività nella catena di fornitura	50
4.2 Relazioni con la comunità	52
4.3 Relazione con i clienti	56
4.3.1 Attenzione verso il cliente: Customer Experience e Digital Product Passport (DPP)	56
4.3.3 Tutela del brand	57
4.3.4 Gestione della privacy	57
4.3.5 Sicurezza del prodotto	57
4.3.6 Gestione della cybersecurity	58
4.3.7 Innovazione	58
4.3.8 Gestione sostenibile degli eventi	59
APPENDICE	61
Dati economici e di Governance	62
Dati relativi alle risorse umane	63
Dati ambientali	69
Correlazione tematiche materiali e impatti generati	76
GRI – perimetro e tipologia degli impatti generati	81
Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità	84
Indice dei contenuti GRI	87



La sostenibilità non è un facile traguardo ma un percorso da seguire con costanza e determinazione, per operare un vero cambiamento e ottenere risultati duraturi.

Giorgio Armani
Presidente

A handwritten signature in black ink that reads "Giorgio Armani".

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

Nel 2023 il Gruppo Armani ha continuato a perseguire gli obiettivi sintetizzati nel Piano di Sostenibilità 2019-2030 lungo le tre aree di azione prioritarie, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile identificati dalle Nazioni Unite: People, Planet e Prosperity.

Per ciascuna delle tre aree, coerentemente con i risultati di una rinnovata analisi di materialità e sulla base di un approccio trasversale a tutta la catena del valore, sono stati individuati e programmati miglioramenti specifici, qualitativi e quantitativi. Sono stati inoltre varati alcuni progetti di lungo periodo, come la coltivazione del cotone rigenerativo e la collaborazione con associazioni per la protezione dell'ambiente.

Il Gruppo è consapevole che la sostenibilità non è un traguardo immediato, ma un percorso di miglioramento continuo che richiede impegno costante e capacità di imparare e crescere. Per questo, il Gruppo non si scoraggia di fronte all'emergere di criticità, ma, guidato dai valori fondanti, le affronta con determinazione.

Nonostante l'impegno crescente nel corso di questi anni dedicato alla gestione e monitoraggio della filiera, alla luce delle criticità emerse¹, il Gruppo è considerevolmente impegnato in un percorso di accelerazione e ulteriore rafforzamento della governance e dei presidi di controllo della filiera anche attraverso l'adozione di soluzioni tecnologiche utili a prevenire problematiche future e a identificare tempestivamente nuovi potenziali fattori di rischio, in linea con le nuove direttive di sostenibilità.

Con questo documento vogliamo condividere le nostre azioni, i nostri progressi e il nostro impegno.

Andrea Camerana

Consigliere Giorgio Armani S.p.A.

¹ Si prega di fare riferimento al capitolo "Eventi successivi alla chiusura dell'esercizio".

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta l'ottava edizione del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Armani - di seguito anche "il Bilancio" - e descrive i principali risultati raggiunti e le iniziative intraprese in ambito ESG nel corso del 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Il Bilancio, che viene redatto e pubblicato con cadenza annuale su base volontaria, è stato predisposto in conformità ai GRI Standards secondo l'opzione "in accordance". Sono riportati a fini comparativi i dati relativi al 2022, 2021 e, per i consumi energetici e le emissioni, al 2020 e 2019. Eventuali riesposizioni dei dati comparativi sono state evidenziate all'interno del testo o nelle note a piè di pagina.

In linea con quanto previsto dai GRI Standards, il Gruppo Armani si è basato sui principi di rilevanza, inclusività degli stakeholder, completezza e contesto di operatività del Gruppo. I principi di equilibrio, accuratezza, affidabilità, comparabilità e chiarezza sono stati invece seguiti con riferimento alla qualità delle informazioni rendicontate.

Il Gruppo ha ulteriormente approfondito l'analisi della rilevanza degli impatti generati al fine di aggiornare la propria analisi di materialità, strumento che definisce le tematiche di rendicontazione del presente documento. Tale esercizio vuole portare a un graduale allineamento alle richieste della nuova direttiva *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD)².

I risultati dell'analisi di materialità, che viene aggiornata con cadenza biennale, sono presentati all'interno del paragrafo 1.4 "L'analisi di materialità, i rischi e le opportunità ESG e gli stakeholder" del presente documento.

Il perimetro dei dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità³ è allineato a quello del Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre, salvo due uffici di rappresentanza non significativi e la società Giorgio Armani Bahrain, entrata in perimetro di consolidamento a fine dicembre 2023. Si segnala inoltre che nel 2023 il perimetro è stato esteso a tre nuove società costituite durante l'anno: Giorgio Armani Arabia Trading LLC, Giorgio Armani Middle East FZ-LLC⁴ e Giorgio Armani Doha W.L.L.

All'interno del documento sono stati opportunamente segnalati i casi in cui è stato necessario ricorrere a stime. Nello specifico, sono state impiegate stime per il calcolo dei consumi energetici, delle emissioni in atmosfera, dei rifiuti prodotti e smaltiti, dei prelievi e scarichi idrici e delle ore di formazione erogate.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è sottoposto a giudizio di conformità ("limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di KPMG S.p.A. La verifica è svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente", inclusa nel presente documento.

² Direttiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'Unione Europea che modifica il regolamento (UE) n. 537/2014, la direttiva 2004/109/CE, la direttiva 2006/43/CE e la direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la rendicontazione societaria di sostenibilità.

³ Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni sociali e ambientali presentati all'interno del Bilancio di Sostenibilità è il seguente: Giorgio Armani S.p.A., Giorgio Armani Retail S.r.l., G.A. Operations S.p.A., Alia S.r.l., Pallacanestro Olimpia Milano Srl, Giorgio Armani Shanghai Trading Co., Giorgio Armani Hong Kong Limited, G.A. Operations Hong Kong Ltd, Giorgio Armani Macau Ltd, Giorgio Armani Japan Co. Ltd, Giorgio Armani Singapore Pte. Ltd., Giorgio Armani Malaysia Sdn. Bhd, Giorgio Armani Australia Pty Ltd, Giorgio Armani Canada Corporation, Giorgio Armani Corporation, Giorgio Armani Brasil Comércio Importação e Exportação Ltda, Giorgio Armani Mexico Import, Giorgio Armani Mexico Retail Corporation, Giorgio Armani Mexico Servicios, Alia France Sas (nuova denominazione di Caffè Croisette Sas a partire dal mese di aprile 2024), Ultimate SA, Giorgio Armani Monaco SAM, Giorgio Armani Arabia Trading LLC, Giorgio Armani Middle East FZ-LLC e Giorgio Armani Doha W.L.L.

⁴ Si segnala che, per la società Giorgio Armani Middle East FZ-LLC, sono stati esclusi i dati ambientali in quanto non significativi. Si tratta infatti di una società costituita da due dipendenti con sede a Dubai e operativa da settembre 2023.

Il presente Bilancio e l'analisi di materialità sono stati sottoposti ad approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di Giorgio Armani S.p.A. in data 30 gennaio 2025.

Per ogni informazione relativa al Bilancio di Sostenibilità è possibile contattare il Gruppo al seguente indirizzo e-mail: info@armanivalues.com

In ottica di miglioramento continuo, ispirandosi alle raccomandazioni della *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD), il presente documento contiene informazioni di interesse rispetto ai quattro ambiti di attenzione individuati dal framework, in particolare:

- Governance dell'organizzazione sui rischi e le opportunità legati al clima;
- Impatti attuali e potenziali dei rischi e delle opportunità legati al clima in relazione alle attività di business, la strategia e la pianificazione finanziaria dell'organizzazione;
- Modalità impiegate dall'organizzazione per identificare, valutare e gestire i rischi legati al clima;
- Metriche e target utilizzati per valutare e gestire i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima.

Nella tabella sottostante sono riportati i riferimenti delle sezioni del presente documento che contengono informazioni di rilievo con riferimento alle raccomandazioni di disclosure del TCFD.

Area TCFD	Paragrafo di riferimento
Governance	1.2.1 Governance e struttura del Gruppo 1.2.2 Governance di sostenibilità 1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder 3.1.1 Consumi energetici 3.1.2 Emissioni in atmosfera
Strategia	1.3 Strategia e Piano di Sostenibilità 2019-2030 1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder
Gestione del rischio	1.3 Strategia e Piano di Sostenibilità 2019-2030 1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder 3.1.1 Consumi energetici 3.1.2 Emissioni in atmosfera 4.3.8 Gestione sostenibile degli eventi
Metriche e target	3.1 Tutela ambientale e utilizzo efficiente delle risorse

In aggiunta alle informazioni contenute nel presente documento, è possibile fare riferimento al questionario CDP 2024 (Carbon Disclosure Project) del Gruppo Armani, disponibile sul [sito web del CDP](#).

EVENTI SUCCESSIVI ALLA CHIUSURA DELL'ESERCIZIO

In data 5 aprile 2024, il Tribunale di Milano ha notificato alla controllata G.A. Operations S.p.A. un decreto di applicazione della misura dell'Amministrazione Giudiziaria per la durata di un anno. La misura si fonda su accertamenti ispettivi che hanno portato la Procura della Repubblica di Milano a contestare ai titolari di quattro ditte italiane subfornitrici di due fornitori italiani diretti della G.A. Operations S.p.A. il reato di intermediazione illecita e lo sfruttamento dei lavoratori. Si rileva che l'importo complessivo di prodotti acquistati dai suddetti due fornitori diretti nel corso del 2023 è stato pari allo 0,5% del totale importo degli acquisti di prodotti della controllata G.A. Operations S.p.A.

In data 9 luglio 2024 la G.A. Operations S.p.A. e la sua controllante Giorgio Armani S.p.A. hanno ricevuto una comunicazione da parte dell'Autorità Garante della Comunicazione e del Mercato ("AGCM") per l'avvio di una procedura e la richiesta di informazioni, con riferimento alle comunicazioni istituzionali contenute nel sito Armani/Values, in seguito all'avvio della procedura di Amministrazione Giudiziaria.

Il Gruppo sta fornendo tutte le informazioni necessarie all'Amministrazione Giudiziaria e all'Autorità Garante per la concorrenza e il Mercato in ottica di collaborazione.

Il Gruppo continua a perseguire una strategia di miglioramento continuo del processo di selezione, valutazione e monitoraggio dei fornitori, riconoscendo, da un lato l'importanza di tale processo e confermando, dall'altro, la politica *zero tolerance* rispetto a tali tematiche promuovendo comportamenti e comunicazioni etiche.

Il Gruppo sta monitorando l'evoluzione delle indagini sopra citate confermando la propria posizione di estraneità ai fatti contestati.



IL 2023 IN NUMERI E IN FATTI

GOVERNANCE

GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

- Coinvolgimento degli stakeholder per la materialità di impatto tramite survey
- Piano di Sostenibilità 2019-2030 integrato nella strategia di business
- Incontri mensili del Comitato Strategico di Sostenibilità e incontri trimestrali con membri del CdA e il Presidente

PEOPLE

DIPENDENTI

- 9.077 dipendenti al 31/12/2023
 - 62% dipendenti donne
 - 50% donne dirigenti e manager⁵

FORMAZIONE

+30% ore di formazione vs 2022

PLANET

EMISSIONI IN ATMOSFERA

- -57% emissioni assolute Scope 1 e 2 Market-based vs 2019: target⁶ raggiunto
- -20% emissioni assolute Scope 3 (categoria 1 e categoria 9) vs 2019: target in linea con gli obiettivi definiti

ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI

- 76% (+8% vs 2022): target in linea con gli obiettivi definiti

TUTELA DEGLI OCEANI E PACKAGING

- Partnership con One Ocean Foundation per la tutela degli ecosistemi marini
- 85% packaging B2C e B2B plastic-free: target in linea con gli obiettivi definiti
 - 47% della plastica B2C e B2B è riciclata o di origine vegetale

⁵ Sono qui compresi i dipendenti che gestiscono un dipartimento e/o una o più persone e gli store manager.

⁶ Target approvati da SBTi (Science Based Targets initiative):

- Riduzione del 50% delle emissioni assolute di gas serra Scope 1 e 2 Market-based rispetto al 2019 entro il 2030;
- Riduzione del 42% delle emissioni assolute di gas serra Scope 3 rispetto al 2019, relative alle categorie 1 "Beni e servizi acquistati" e 9 "Trasporto e distribuzione downstream", entro il 2029.

PROSPERITY

PROGETTI - CERTIFICAZIONI - COMUNITÀ

- One Night Only Venezia: evento certificato ISO 20121⁷ e ISO 14067⁸
- Lancio *Apulia Regenerative Cotton Project*
- Progetti a impatto sociale con recupero di giacenze di magazzino
- Adesione al *Monitor for Circular Fashion* e al *Monitor for Furniture Pact* di SDA Bocconi
- Supporto continuo a progetti a favore delle comunità: Fondazione Humanitas per la Ricerca, Save the Children, Fondazione Umberto Veronesi e Opera San Francesco per i Poveri.

CATENA DI FORNITURA

- Svolti 638 audit di sostenibilità presso fornitori e subfornitori nel periodo 2019-2023:
 - 339 nel triennio 2019-2021
 - 299 nel biennio 2022-2023
 - 172 nel 2023 (~57% del costo della produzione generato dai fornitori di façon e prodotto finito)
- Sottoscrizione dell'impegno *Commitment to Responsible Recruitment* lanciato da AAFA/FLA⁹
- Adesione a *Open Supply Chain Hub*¹⁰ e al progetto pilota *Employment Injury Scheme* con l'ILO in Bangladesh¹¹
- Lancio survey ESG fornitori con la piattaforma Synesgy di Cribis e identificazione key suppliers
- Rinnovo adesione a *Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry*¹² e a *WageIndicator Foundation*¹³

⁷ Standard di gestione per l'organizzazione sostenibile di eventi.

⁸ Standard di quantificazione delle emissioni di CO₂ generate lungo il ciclo di vita di un prodotto o servizio.

⁹ American Apparel & Footwear Association e Fair Labor Association.

¹⁰ Piattaforma online di mappatura della catena di fornitura accessibile e collaborativa, utilizzata e popolata da stakeholder di tutti i settori a livello globale.

¹¹ L'International Labour Organization (ILO) sta lavorando in Bangladesh alla creazione di un sistema di protezione dagli infortuni sul lavoro per il settore tessile attraverso il progetto pilota Employment Injury Scheme (EIS), un programma nazionale di assicurazione dedicato a rafforzare l'assistenza medica e sanitaria per i lavoratori con inabilità permanente e un indennizzo a lungo termine per i familiari dei lavoratori deceduti.

¹² Per maggiori informazioni si faccia riferimento al seguente link: <https://internationalaccord.org/>

¹³ Un'organizzazione globale, indipendente e senza scopo di lucro che raccoglie, analizza e condivide informazioni su salari effettivi, salari minimi, salari di sussistenza, leggi sul lavoro, contratti di lavori occasionali e con lavoratori autonomi, accordi collettivi, la cui missione è quella di garantire una maggiore trasparenza del mercato del lavoro in tutto il mondo per i lavoratori, i datori di lavoro, le istituzioni e la società civile.

1. APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

PEOPLE, PLANET, PROSPERITY



1.1 Il Gruppo nel mondo: aree di attività e marchi

Il Gruppo Armani, di seguito anche “il Gruppo”, si focalizza su tre principali marchi di riferimento: **Giorgio Armani**, **Emporio Armani** e **A|X Armani Exchange**.

La collezione **Giorgio Armani** comprende abiti, accessori, orologi e occhiali e si distingue per la cura dei dettagli, la purezza delle linee e l’uso di materiali di alta qualità. La linea Uomo offre un servizio di “Made to Measure” e la collezione Donna **haute couture Giorgio Armani Privé**, prodotta e venduta solo su ordinazione in tutto il mondo in capi unici, è frutto di un altissimo savoir-faire artigianale e risponde alle esigenze di una clientela sofisticata e selettiva.

GIORGIO ARMANI

EMPORIO ARMANI

La linea **Emporio Armani** rispecchia le caratteristiche di eleganza dell’estetica Armani declinata con un linguaggio incisivo e contemporaneo. La collezione propone un’ampia scelta di capi e accessori - compresi occhiali, orologi e gioielli - dalla linea sportiva EA7 al formale fino all’elegante, rivolgendosi a target diversi di clientela, compresi i più piccoli.

Le collezioni **A|X Armani Exchange** propongono capi e accessori - orologi e occhiali inclusi - accessibili e versatili. Allontanandosi dalle convenzioni, offrono un modo di essere e di vestire alternativo e sono dichiarazione di uno stile di vita fatto di appartenenza a un mondo che affonda le radici nella street culture.

A | X

ARMANI EXCHANGE

Altri brand Armani

ARMANI / DOLCI

ARMANI
beauty

ARMANI / CASA

ARMANI
Hotels & Resorts

ARMANI / FIORI

Partnership e Accordi di Licenza Armani

Armani Hotels & Resort (Emaar)

Occhiali (EssilorLuxottica)

Cosmetici e profumi (L’Oreal)

Orologi e semi-preziosi (Fossil)

Dolci (Guido Gobino)

Dal 2008, il Gruppo Armani è proprietario della squadra **Pallacanestro Olimpia Milano**.

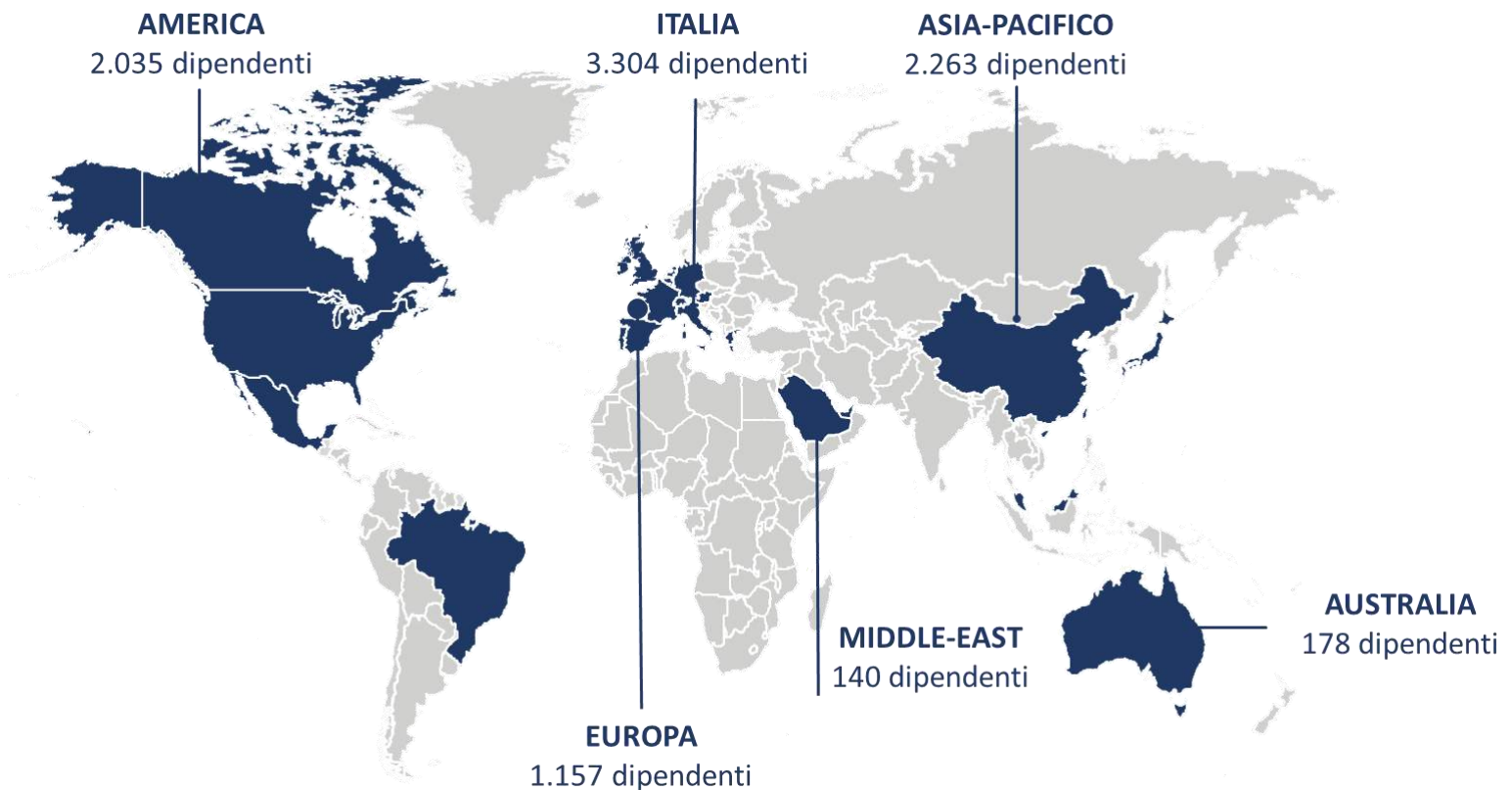
Chi siamo e come operiamo

Il Gruppo Armani, leader tra le aziende del settore moda e lusso, testimonia da quasi 50 anni l'**eleganza** nel mondo, attraverso un concetto di lifestyle ricercato e sempre attuale. A promuovere questa visione è in primis Giorgio Armani - Fondatore, Presidente e Amministratore Delegato della Capogruppo Giorgio Armani S.p.A. - che è direttamente coinvolto nelle decisioni strategiche, di stile, di design e di business del Gruppo.

Il Gruppo Armani è presente a livello internazionale e continua a creare e distribuire ricchezza contribuendo alla crescita economica del contesto sociale e ambientale in cui opera coerentemente con gli interessi dei propri stakeholder.

Attraverso il canale **Retail**, gestito tramite società controllate, il Gruppo Armani distribuisce direttamente ai clienti finali le linee di prodotto realizzate dalla controllata **G.A. Operations S.p.A. (GAO)**. I punti vendita diretti sono presenti in tutti i principali mercati in cui opera il Gruppo, in posizioni importanti sia dal punto di vista dell'immagine sia della rilevanza commerciale. La distribuzione **Wholesale** si rivolge principalmente a operatori commerciali al dettaglio - in Franchisee, Department Stores, dettaglianti multibrand specializzati e operatori del canale Travel Retail e Duty Free.

IL GRUPPO NEL MONDO AL 31/12/2023



Aree geografiche in cui il Gruppo Armani opera direttamente¹⁴:

- **America:** Stati Uniti, Canada, Messico, Brasile
- **Europa:** Belgio, Olanda, Francia, Germania, Austria, Portogallo, Spagna, UK, Irlanda, Svizzera, Monaco, Grecia
- **Italia**
- **Asia-Pacifico:** Giappone, Cina, Hong Kong SAR, Macau SAR, Malesia, Singapore
- **Australia**
- **Middle-East:** Qatar, Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti (Dubai)

G.A. Operations (GAO):

- **Italia:** Baggiovarena (MO), Trissino (VI), Fossò (VE), Mattarello (TN), Settimo Torinese (TO), Matelica (MC), Carrè (VI), Inzago (MI) e Vertemate (CO).

1.2 Governance, distribuzione e creazione del valore

1.2.1 Governance e struttura del Gruppo

Al 31 dicembre 2023, il Gruppo Armani è composto da società dislocate in tutto il mondo e controllate quasi esclusivamente al 100% dalla capogruppo **Giorgio Armani S.p.A.** con sede centrale a Milano.

Il processo produttivo che fa capo al Gruppo Armani è gestito dalla controllata **G.A. Operations S.p.A. (GAO)** attraverso i propri stabilimenti in Italia e gli accordi con produttori e partner esterni alla società, in Italia e all'estero. La GAO si occupa anche dei controlli qualitativi sulle materie prime e sul prodotto finito. Gli stabilimenti produttivi di GAO si trovano a Baggiovarena (MO), Trissino (VI), Fossò (VE), Mattarello (TN), Settimo Torinese (TO), Matelica (MC), Carrè (VI), Inzago (MI) e Vertemate (CO).

Nel 2016 è stata istituita la **Fondazione Giorgio Armani**, con la quale lo stilista ha voluto assicurare una guida nella gestione futura dell'azienda e la trasmissione e salvaguardia di valori e principi che, da sempre, hanno ispirato l'attività creativa e imprenditoriale del fondatore.

Il Gruppo ha adottato le misure richieste dalla legge in termini di conflitti di interesse. Nello specifico, il Gruppo si avvale di un Codice Etico che disciplina i principi di trasparenza, correttezza e imparzialità e ha nominato un Organismo di Vigilanza (ai sensi del D.lgs. 231/2001) incaricato di monitorare il rispetto delle norme in tema di conflitti di interesse e delle procedure interne.

CARICHE SOCIALI AL 31 DICEMBRE 2023

Consiglio di Amministrazione di Giorgio Armani S.p.A.		
Giorgio Armani	Presidente	Esecutivo
Rosanna Armani	Consigliere	Non Esecutivo
Silvana Armani	Consigliere	Esecutivo
Roberta Armani	Consigliere	Esecutivo
Pantaleo Dell'Orco	Consigliere	Esecutivo
Andrea Camerana	Consigliere	Non Esecutivo
Federico Marchetti	Consigliere indipendente	Non Esecutivo

¹⁴ Il Gruppo opera in altri Paesi tramite partner terzi.

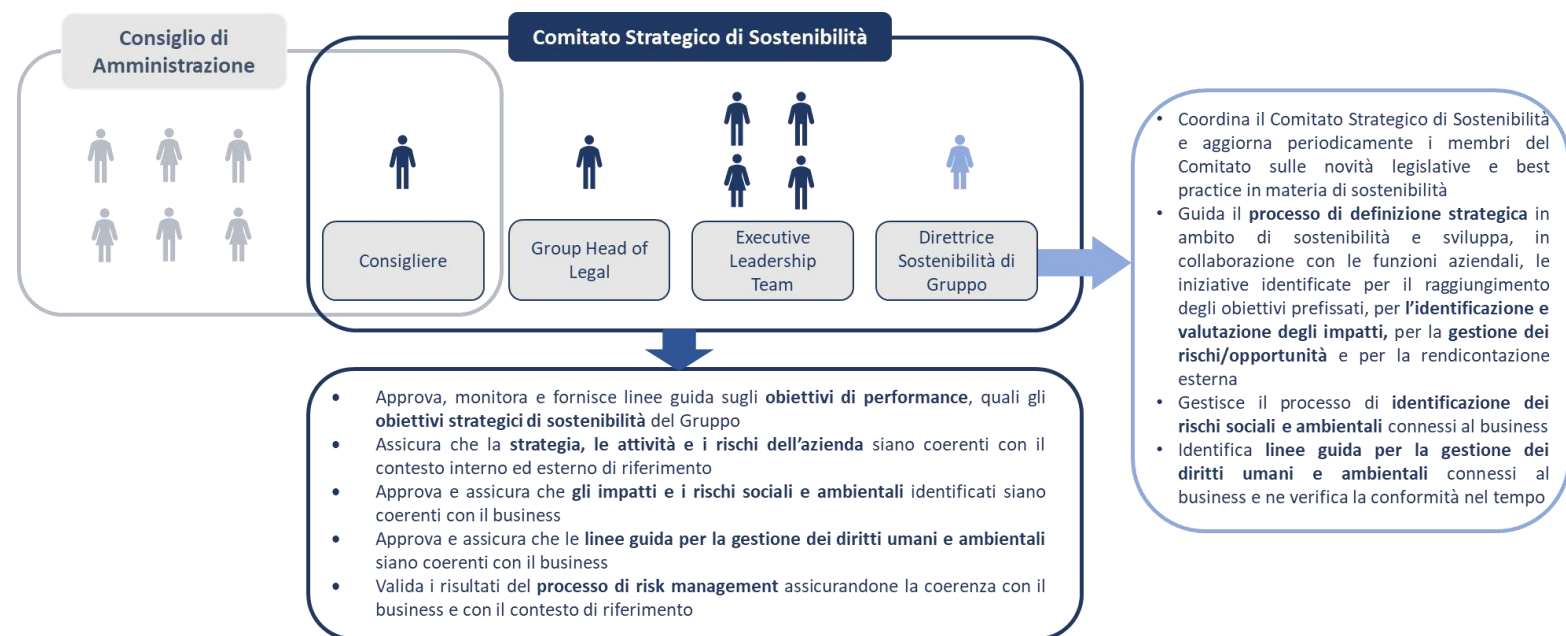
Collegio Sindacale	
Marco Terrenghi	Presidente
Luca Gaiani	Sindaco Effettivo
Andrea Zoccali	Sindaco Effettivo
Vieri Chimenti	Sindaco Supplente
Maria Cristina Pedroni	Sindaco Supplente

Organismo di Vigilanza ¹⁵	
Paolo Pacciani	Presidente
Marco Terrenghi	
Luca Gaiani	

1.2.2 Governance di sostenibilità

Nel corso del 2023, il **Comitato Strategico di Sostenibilità** - composto da un Consigliere di Giorgio Armani S.p.A., dall'Executive Leadership Team¹⁶, dal Group Head of Legal e dalla Direttrice Sostenibilità del Gruppo¹⁷ - si è riunito con cadenza mensile per approfondire tematiche, progetti, obiettivi e risultati e per valutare e approvare il processo di definizione dei temi materiali. Inoltre, il Comitato Strategico ha aggiornato periodicamente il Presidente e tutto il Consiglio di Amministrazione.

Il modello di governance di sostenibilità¹⁸



¹⁵ In data 24/05/2024 è stato nominato un nuovo Organismo di Vigilanza.

¹⁶ L'Executive Leadership Team è composto dalle seguenti figure: Deputy Managing Director Commercial, Deputy Managing Director Operations, Deputy Managing Director Industrial e Global Human Resources Director.

¹⁷ Da aprile 2024, per rafforzare la consapevolezza sui rischi ESG legati alla filiera, la Direttrice Sostenibilità di Gruppo è stata nominata membro del CdA della G.A. Operations S.p.A.

¹⁸ Per qualsiasi informazione relativa alla governance di sostenibilità del Gruppo è possibile contattare la Direttrice Sostenibilità al seguente indirizzo e-mail: info@armanivalues.com

1.2.3 Valori e strumenti di controllo

Le attività e le scelte strategiche del Gruppo Armani sono guidate dai valori del Gruppo che sono elencati all'interno del **Codice Etico**.



Fig. I valori del Gruppo Armani

Il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (Modello 231)** comprende un sistema di regole e principi volti a garantire il rispetto della legge nello svolgimento delle attività del Gruppo, al fine di individuare e prevenire le situazioni di rischio.

È presente un **sistema di controllo interno** composto da strumenti, procedure e regolamenti che definiscono e guidano la struttura dei flussi informativi e il processo di identificazione, gestione e monitoraggio dei rischi, con particolare attenzione a quelli legati a fenomeni di corruzione. A tal proposito sono disponibili procedure specifiche per monitorare aspetti come le autorizzazioni ai pagamenti, la selezione dei fornitori, gli investimenti, la gestione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione e gli omaggi.

In conformità con il D.lgs. n.23/2024, la **procedura di whistleblowing** è stata aggiornata e resa disponibile a tutti i destinatari sul sito web del Gruppo. L'attuale procedura si avvale di una società terza per garantire la riservatezza del segnalante.

L'**Organismo di Vigilanza (OdV)** garantisce la messa in atto del Modello 231 attraverso ispezioni periodiche. Nel 2023, l'OdV non ha riscontrato alcun fenomeno di accertata o presunta corruzione da parte dei soggetti che lavorano all'interno o per conto del Gruppo Armani.

Nel 2023, il Gruppo Armani non è stato soggetto ad azioni legali in materia di comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche. Per il 2024 si rimanda al capitolo "Eventi successivi alla chiusura dell'esercizio" all'inizio di questo documento. Infine, non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti.

1.2.4 Valore economico generato, distribuito e trattenuto

I risultati del Gruppo nel 2023 si confermano positivi: i ricavi consolidati dell'intero Gruppo Armani salgono a **2.445 milioni di euro**, in crescita del 4% a cambi correnti rispetto al 2022 (2.352 milioni di euro), con un utile netto consolidato di 163 milioni di euro, sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. In questo contesto caratterizzato da forte complessità, la solidità patrimoniale e finanziaria del Gruppo Armani e il suo tradizionale bilanciamento geografico, unitamente a una gestione attenta delle risorse,

hanno consentito comunque il raggiungimento di risultati positivi e il consolidamento della posizione sul mercato.

I dati finanziari e patrimoniali del Gruppo rimangono solidi e consentono di sostenere adeguatamente le esigenze di gestione e autofinanziamento dei propri programmi di investimento: a fine 2023 le disponibilità liquide nette sono pari a 946 milioni di euro (1.018 milioni di euro nel 2022), mentre il patrimonio netto è pari a 2.117 milioni di euro (2.145 milioni di euro nel 2022).

RISULTATI DI SINTESI (Mln di €) ¹⁹	2023	2022	2021
Ricavi consolidati	2.445	2.352	2.019
Risultato operativo al lordo di ammortamenti e svalutazioni delle immobilizzazioni (EBITDA)	523	519	435
Risultato operativo (EBIT)	215	214	171
Utile netto	163	162	170

Il valore economico è stato classificato in tre livelli: generato, distribuito e trattenuto dal Gruppo. Quest'ultimo garantisce al Gruppo continuità e stabilità finanziaria ed economica. Nel 2023, il **valore economico generato** dal Gruppo Armani è stato pari a **2.478 milioni di euro** (+4% rispetto al 2022). Durante l'anno, l'**88%** del valore economico generato - pari a 2.190 milioni di euro - è stato **distribuito agli stakeholder** (+7% rispetto al 2022).



Armani/Casa

¹⁹ I risultati 2021, 2022 e 2023 tengono conto degli effetti dell'IFRS16. Per maggiori informazioni sulle performance economiche, si rimanda al Bilancio consolidato del Gruppo Armani al 31/12/2023 predisposto in accordo ai principi contabili internazionali {"IFRS"} emessi dall'International Accounting Standards Board ("IASB") e omologati dalla Commissione Europea.

IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

- 1996 – Esposizione modello di jeans riciclato al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano
- 2003 – Premio CA-RI-FE per la reintroduzione della canapa tessile nel settore moda italiano
- 2010 – Nascita del progetto Acqua for Life
- 2012 – Abito in PET Riciclato sul Red Carpet dei Golden Globes
- 2013 – Istituzione del dipartimento di Corporate Social Responsibility
- 2014 – Primi audit sociali e ambientali sulla catena di fornitura e installazione impianti fotovoltaici nelle sedi di via Bergognone a Milano
- 2015 – Apertura Armani/Silos
- 2016 – Anno di costituzione della Fondazione Giorgio Armani
- 2016 – Fur Free Policy
- 2018 – Primo anno di rendicontazione pubblica (Report di Sostenibilità 2018)
- 2019 – Adesione all’iniziativa The Fashion Pact
- 2020 – Lancio della Capsule Emporio Armani recycled
- 2021 – Governance di Sostenibilità, Strategia People, Planet, Prosperity e doppia materialità
- 2021 – Certificazione ISO 20121 dell’evento sostenibile One Night Only Dubai
- 2021 – Comunicazione dell’impegno a non utilizzare lana d’angora per le collezioni di tutte le linee a partire dalla stagione Autunno Inverno 2022/23
- 2021 – Lancio capsule sostenibili con filati e/o tessuti in materiali quali poliestere riciclato o cotone biologico
- 2021 – Approvazione obiettivi di riduzione delle emissioni assolute in atmosfera da parte di SBTi
- 2021 – Adesione alla Fashion Task Force della Sustainable Markets Initiative e a Textile Exchange
- 2022 – Adesione al Manifesto della moda rigenerativa della Sustainable Markets Initiative
- 2022 – Applicazione di un Sistema di Gestione degli Eventi Sostenibili certificato ISO 20121 e ISO 14067 per il calcolo delle emissioni
- 2022 – Lancio Capsule Sostenibile Emporio Armani Primavera Estate 2023, con QR Code dedicato alle informazioni di sostenibilità, in linea con lo standard ISO 14021
- 2022 – Analisi mappatura del rischio ESG nella filiera
- 2022 – Lancio del sito web Armani/Values
- 2023 – Lancio *Apulia Regenerative Cotton Project*
- 2023 – Lancio survey ESG fornitori e identificazione key suppliers
- 2023 – Collaborazione con ILO e adesione all’*Open Supply Chain Hub*
- 2023 – Sottoscrizione dell’impegno “*Commitment to Responsible Recruitment*”
- 2023 – Lancio piattaforma ESGeo per la raccolta dati ambientali e sociali
- 2023 – Progetti a impatto sociale con recupero di giacenze di magazzino
- 2023 – Partnership con One Ocean Foundation per la tutela degli ecosistemi marini
- 2023 – Proseguimento della partnership con Forestami

1.3 Strategia e Piano di Sostenibilità 2019-2030

Nel 2021 è stata lanciata la **strategia di sostenibilità** definita su tre principali aree di azione: **People, Planet e Prosperity**.

Per ciascuna delle tre aree, in linea con i risultati dell'analisi di materialità, sono stati individuati specifici obiettivi di natura quali-quantitativa. Tali obiettivi sono sintetizzati nel **Piano di Sostenibilità del Gruppo**, alimentato dai processi di pianificazione e analisi strategica interni rafforzati dal contributo degli stakeholder e dalla partecipazione a tavoli di lavoro nazionali e internazionali, in coerenza con i **Sustainable Development Goals (SDGs)** definiti dalle Nazioni Unite.



Piano di Sostenibilità 2019-2030

PEOPLE

Benessere delle persone, sviluppo dei talenti, inclusione e unicità, attraverso politiche e progetti che promuovano:

- Diversità, equità e inclusione;
- Women empowerment;
- Benessere dei dipendenti e welfare;
- *Human Capital Development* e performance review;
- Attrazione dei talenti;
- Salute e sicurezza;
- Sensibilizzazione e formazione dei dipendenti, anche in ambito di sostenibilità.

PLANET

Tutela ambientale e uso efficiente delle risorse:

- Riduzione delle emissioni in atmosfera:
 - -50% emissioni assolute Scope 1 e Scope 2 Market-based rispetto al 2019 entro il 2030;
 - -42% emissioni assolute Scope 3 rispetto al 2019 entro il 2029 (Categorie 1 e 9).
- 100% energia elettrica da fonti rinnovabili per tutte le sedi e i negozi del Gruppo entro il 2030;
- Eco-design e progetti di circolarità;
- Strumenti di misurazione dell'impatto sulle risorse idriche nella catena del valore;
- 100% carta certificata FSC²⁰: B2C entro il 2025 e B2B entro il 2030, a sostegno della gestione sostenibile delle foreste;
- Progetti di rigenerazione per la tutela degli ecosistemi, delle specie protette e in via di estinzione e della biodiversità;
- Tutela degli oceani:
 - Eliminazione plastica problematica o non necessaria²¹ dal packaging: B2C entro il 2025 e B2B entro il 2030;
 - Acquisto di plastica 100% riciclata per almeno il 50% del packaging in plastica: B2C entro il 2025 e B2B entro il 2030.

PROSPERITY

Promozione di iniziative di natura sociale e ambientale integrate al business e a vantaggio della collettività, attraverso l'implementazione di:

- Politiche e procedure di approvvigionamento sostenibile di materie prime, in linea con l'obiettivo di raggiungere il 25% di materie prime a ridotto impatto ambientale entro il 2025;
- Sistemi di tracciabilità del 100% delle materie prime entro il 2030;
- Relazioni eque lungo l'intera catena di fornitura, nel rispetto dei diritti umani e dell'ambiente;
- Tecnologie di Digital Product Passport (attraverso QR Code), al fine di informare circa i contenuti relativi al prodotto;
- Policy di qualità, etichettatura, sicurezza del prodotto;
- Progetti innovativi (e.g., agricoltura rigenerativa) al fine di ridurre l'impatto ambientale;
- Progetti ad impatto sociale e ambientale sulle comunità a livello globale.

PARTNERSHIP, FORMAZIONE, MONITORAGGIO, VALUTAZIONE E COMUNICAZIONE

SDGs di riferimento



²⁰ FSC: Forest Stewardship Council <https://it.fsc.org/it-it>.

²¹ Secondo la definizione del The Fashion Pact, è sufficiente che la plastica soddisfi uno dei seguenti criteri per essere considerata problematica o non necessaria: non è riutilizzabile o riciclabile; contiene, o la sua produzione richiede, sostanze chimiche pericolose che comportano un rischio significativo per la salute umana o per l'ambiente (applicando il principio di precauzione); può essere evitata o sostituita con alternative riutilizzabili; ostacola o compromette la riciclabilità di altri articoli in plastica; ha un'alta probabilità di essere gettata via o dispersa nell'ambiente. Per maggiori informazioni si prega di far riferimento a questo link: <https://www.thefashionpact.org/wp-content/uploads/2023/07/the-fashion-pact-packaging-guide.pdf>.

1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder

Il Gruppo Armani rendiconta i principali risultati e performance in ambito di sostenibilità coerentemente al **principio della materialità di impatto**. Tale principio consente di identificare i potenziali impatti generati e, di conseguenza, i temi di maggiore interesse strategico sia per il Gruppo sia per i suoi stakeholder in ottica di creazione di valore nel medio-lungo periodo.

L'analisi di materialità, aggiornata all'inizio del 2024 in coerenza con i GRI Standards e ispirandosi alla documentazione disponibile in ambito di *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) è stata approvata da parte del Comitato Strategico di Sostenibilità in data 12 dicembre 2024.

Nello specifico, il processo di aggiornamento della matrice di materialità si è articolato in cinque fasi principali:

1. Analisi di contesto esterno e interno:

È stata effettuata un'analisi di contesto - interno ed esterno - per identificare i principali trend in ambito ESG. Per l'analisi sono stati considerati i principali aspetti normativi e regolamentari di riferimento (e.g., normative in ambito di reportistica non finanziaria, economia circolare, diritti umani, anticorruzione ed etica di business), la documentazione pubblicata dai principali attori del settore Fashion & Luxury, alcuni tra i principali framework e linee guida di reporting in ambito di sostenibilità anche di recente emanazione (e.g., Linee guida doppia materialità emanate dall'EFRAG, S&P Yearbook 2023, SASB) e documenti di letteratura di riferimento per il settore (e.g., The Fashion Pact, Manifesto di sostenibilità per la moda italiana).

2. Mappatura delle principali categorie di stakeholder:

Sulla base dei risultati dell'analisi di contesto esterno e interno realizzata, è stato possibile identificare le categorie di stakeholder maggiormente rilevanti per il Gruppo. Tale processo è stato realizzato considerando il potenziale grado di influenza/interesse che i portatori di interesse hanno sull'organizzazione e il potenziale grado di influenza/impatto che l'organizzazione ha sui portatori di interesse.



3. Identificazione degli impatti:

Alla luce dei risultati ottenuti nelle precedenti fasi, è stato possibile individuare un elenco di impatti generati (inside-out) sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui diritti umani, di potenziale rilievo per il Gruppo Armani e i suoi stakeholder. Per maggiori dettagli relativi agli impatti inside-out, si prega di far riferimento al paragrafo "Correlazione tematiche materiali e impatti generati" in Appendice.

4. Coinvolgimento degli stakeholder:

È stata inoltre condotta un'attività di stakeholder engagement che si è rivelata un'occasione fondamentale di ascolto e confronto con il Top Management del Gruppo e i suoi stakeholder per raccogliere una valutazione circa la rilevanza degli impatti generati dal Gruppo (*Impact Materiality*)²².

Gli stakeholder e il Top Management del Gruppo Armani sono stati coinvolti tramite la compilazione di un questionario online. Nel 2023, il questionario è stato inviato a circa **540 stakeholder e persone del Top Management** con un tasso di risposta di circa il 50%. Gli impatti generati dal Gruppo sono stati infine associati alle tematiche di sostenibilità qui di seguito presentate:

AREE DI AZIONE PRIORITARIE	TEMATICHE DI SOSTENIBILITÀ
PEOPLE	Promozione delle diversità e dell'inclusione
	Attrazione dei talenti e benessere dei dipendenti
	Formazione e sviluppo dei dipendenti
	Salute e sicurezza sul luogo di lavoro
PLANET	Cambiamento climatico ed efficientamento energetico
	Tutela della biodiversità terrestre e marina
	Gestione della risorsa idrica
	Eco-design, ciclo di vita del prodotto ed economia circolare
PROSPERITY	Supporto alle comunità locali e al territorio
	Gestione delle informazioni e privacy
	Standard di qualità e sicurezza del prodotto
	Valorizzazione e tutela del brand
	Etichettatura e comunicazione sul prodotto
	Rispetto dei diritti umani e dei lavoratori
	Aspetti di sostenibilità nella catena di fornitura
	Approvvigionamento sostenibile delle materie prime
TEMI TRASVERSALI	Compliance ed etica di business
	Creazione e distribuzione del valore economico
	Innovazione

²² La valutazione degli impatti potenzialmente rilevanti è stata effettuata tramite l'attribuzione di un punteggio in una scala da 1 (rilevanza molto bassa) a 5 (rilevanza molto alta) considerando:

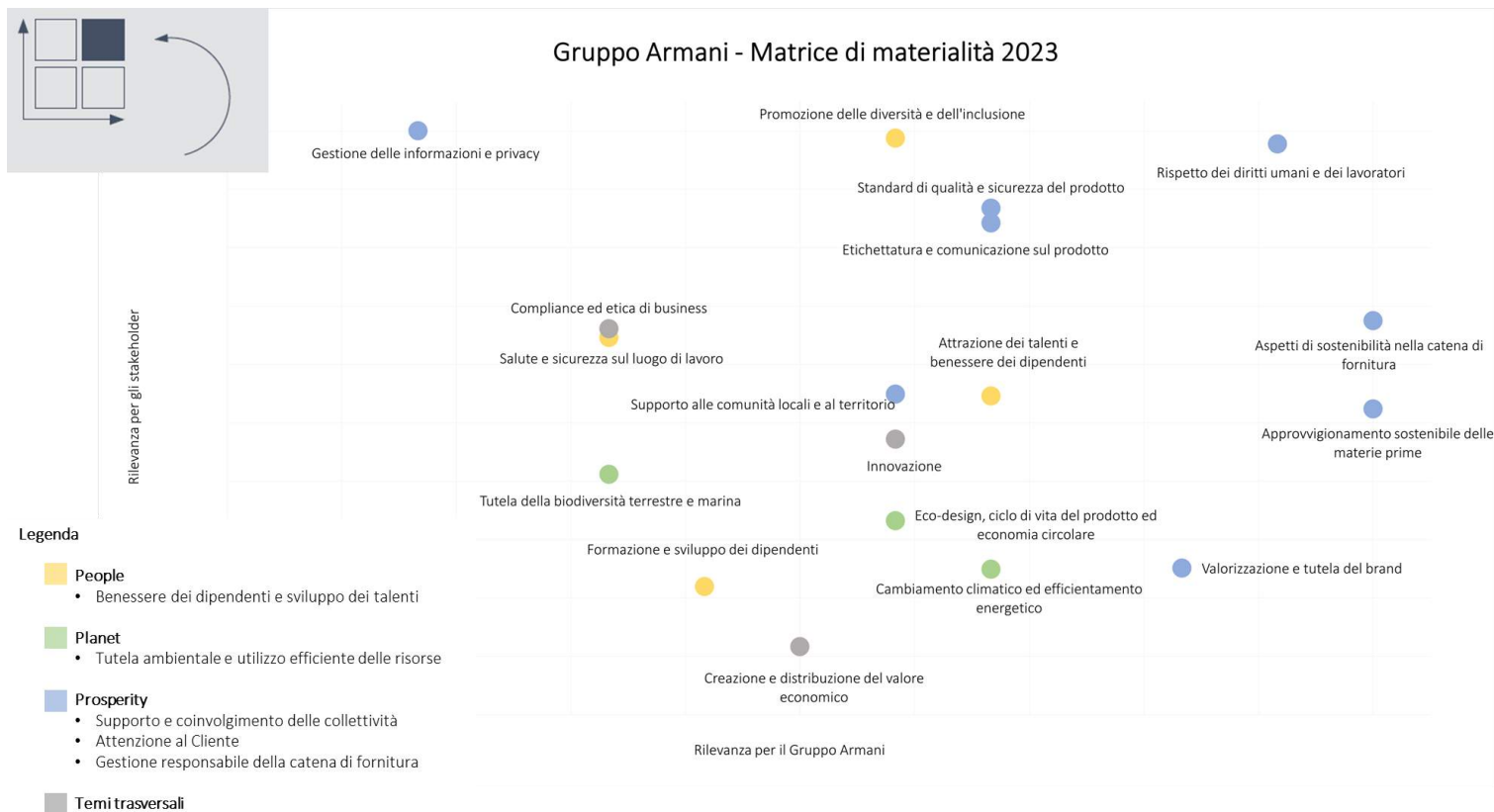
- **Scala**, ovvero quanto è grave/di beneficio l'impatto, includendo anche la reversibilità o meno dell'impatto;
- **Portata**, intesa come diffusione dell'impatto, ad esempio il numero di individui impattati;
- **Probabilità**, ovvero il grado di probabilità che l'impatto stesso avvenga (per gli impatti potenziali).

5. Analisi dei risultati e predisposizione della matrice di materialità:

Le valutazioni raccolte nel corso del processo di coinvolgimento degli stakeholder sono state consolidate ed elaborate al fine di poter rappresentare le tematiche rilevanti in un unico elemento grafico: la matrice di materialità²³.

In particolare, tale matrice presenta:

- Sull'asse delle ascisse (x) il voto del Top Management aggregato per ciascuna tematica sulla base della valutazione relativa agli impatti generati;
- Sull'asse delle ordinate (y) il voto degli Stakeholder aggregato per ciascuna tematica sulla base della rilevanza degli impatti. In riferimento a tale valutazione, a ogni categoria di stakeholder è stato assegnato il medesimo peso, senza considerare di conseguenza la numerosità del campione. Nello specifico, si è provveduto a eseguire delle medie clusterizzate per tipologia di stakeholder per eseguire successivamente la media finale, in modo da presentare sull'asse delle ascisse dei risultati che tenessero conto di tutti gli stakeholder esterni in egual modo.



Fra le diciannove tematiche presenti all'interno della matrice di materialità, le otto più rilevanti e priorizzate in relazione alla prospettiva *Impact Materiality* sono:

- Rispetto dei diritti umani e dei lavoratori
- Aspetti di sostenibilità nella catena di fornitura
- Approvvigionamento sostenibile delle materie prime
- Standard di qualità e sicurezza del prodotto
- Etichettatura e comunicazione sul prodotto
- Promozione delle diversità e dell'inclusione
- Attrazione dei talenti e benessere dei dipendenti
- Supporto alle comunità locali e al territorio

²³ La matrice riporta le diciannove tematiche di sostenibilità del Gruppo Armani che risultano essere tutte materiali, avendo selezionato come soglia di rilevanza il valore di 3,2 su 5.

Osservando la rilevanza per il Top Management, si può notare che le tematiche “aspetti di sostenibilità nella catena di fornitura” e “approvvigionamento sostenibile delle materie prime” risultano le due prioritarie. Osservando invece la rilevanza per gli stakeholder, le tematiche “gestione delle informazioni e della privacy”, “promozione delle diversità e dell’inclusione” e “rispetto dei diritti umani e dei lavoratori” risultano le più rilevanti²⁴.

Le risultanze di quest’anno sono state condivise e approvate nella riunione periodica del 12 dicembre 2024 con il Comitato Strategico di Sostenibilità.

Nel corso del 2024 è stato avviato un primo esercizio²⁵ di mappatura dei principali rischi e opportunità in vista delle future richieste della CSRD. Il Gruppo ha definito un **Risk Universe ESG**²⁶ al fine di mappare i **rischi e le opportunità ESG** prioritari (outside-in), tenendo in considerazione le linee guida emanate dall’EFRAG sulla doppia materialità e il Coso Framework ESG²⁷.

Nel corso del 2024-2025, il Gruppo finalizzerà tale analisi provvedendo a far valutare i rischi e le opportunità inerenti e a clusterizzarle in tematiche di sostenibilità per eseguire una prima analisi di doppia materialità, allineata ai principi della nuova Direttiva.



Armani/Fiori

²⁴ Confrontando i riferimenti dell’analisi di materialità condotta ad inizio del 2024 rispetto a quelli dell’anno precedente, si evince come le tematiche di “attrazione dei talenti e benessere dei dipendenti” e “supporto alle comunità locali e al territorio” siano tra le otto più rilevanti e abbiano preso il posto delle tematiche “valorizzazione e tutela del brand” ed “eco-design, ciclo di vita del prodotto ed economia circolare”.

²⁵ Trattandosi di un’attività propedeutica al percorso di avvicinamento alla CSRD, tale primo esercizio di identificazione dei rischi e delle opportunità non è stato oggetto di *limited assurance* da parte della Società di Revisione.

²⁶ Il Risk Universe ESG è uno strumento che permette di visualizzare in un unico documento i diversi rischi ESG che potrebbero causare ricadute finanziarie, i risk owner e le attività mitiganti. Tale documento permette alle società di osservare a livello universale i presidi in essere, verificare eventuali sinergie di Gruppo per ottimizzare la gestione del rischio ESG e monitorare a livello di Gruppo le iniziative di mitigazione del rischio ESG che potrebbero essere condotte dai diversi dipartimenti aziendali. In questo modo, la società può disporre di una fotografia sempre aggiornata dei potenziali rischi ESG del Gruppo.

²⁷ L’EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) è un ente tecnico impegnato a sviluppare linee guida relative a pratiche di reportistica conformi alla normativa UE, nello specifico per l’analisi di doppia materialità si fa riferimento agli standard richiesti dalla CSRD. Il Coso Framework ESG è uno studio riguardo a sistemi di controllo interno per aziende nell’ambito della sostenibilità condiviso dal Committee of Sponsoring Organizations (Coso). L’obiettivo è fornire indicazioni riguardo alla disclosure ESG e facilitare i processi decisionali interni riguardo a temi di sostenibilità.

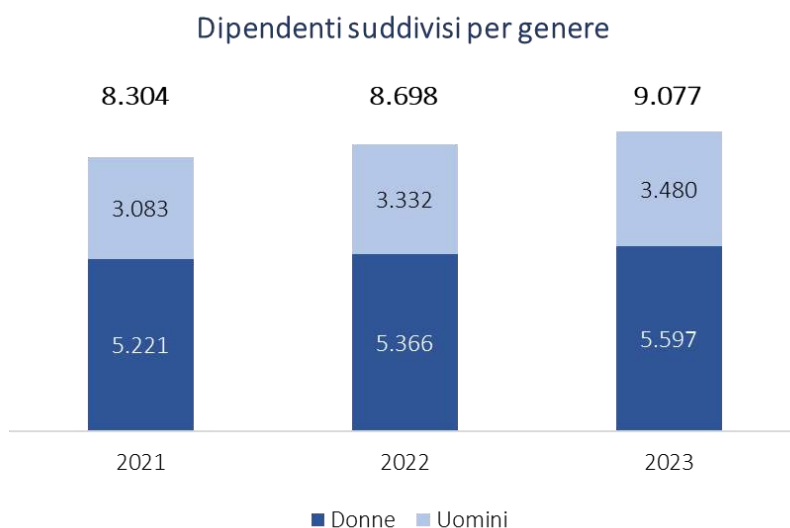
2. PEOPLE



2.1 Le nostre persone

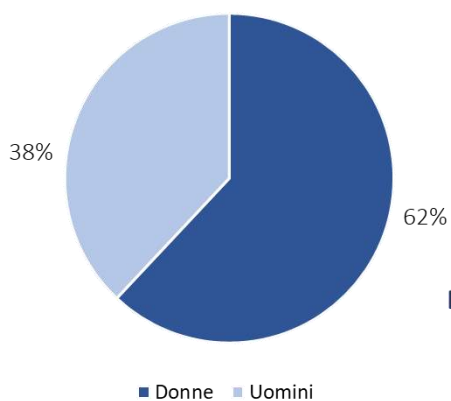
2.1.1 Dipendenti del Gruppo

Al 31 dicembre 2023, il numero di dipendenti del Gruppo Armani è pari a **9.077**, in aumento rispetto al 2022 (+4%, ossia 379 dipendenti in più). Tale crescita è dovuta principalmente all'ingresso in perimetro delle società dell'area Middle East e all'apertura di nuovi punti vendita.

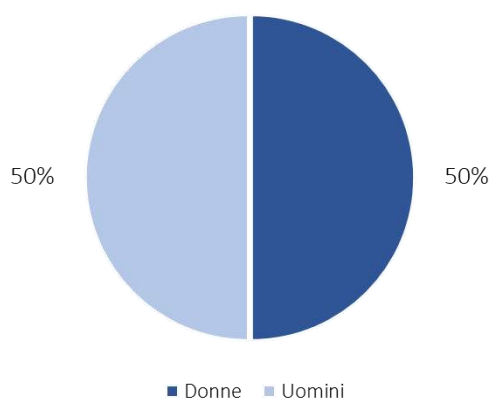


L'organico è per la maggior parte composto da donne (62%) e il 50% dei manager e dei dirigenti del Gruppo è di genere femminile. Si conferma quindi l'impegno nel promuovere la **parità di genere** e la **diversità generazionale** come mostrano i grafici di seguito riportati:

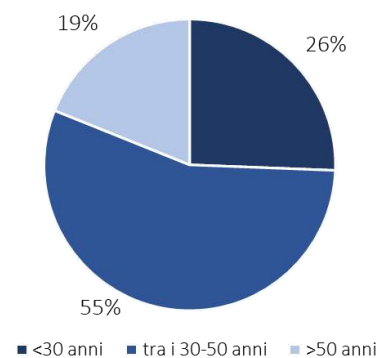
Dipendenti suddivisi per genere %



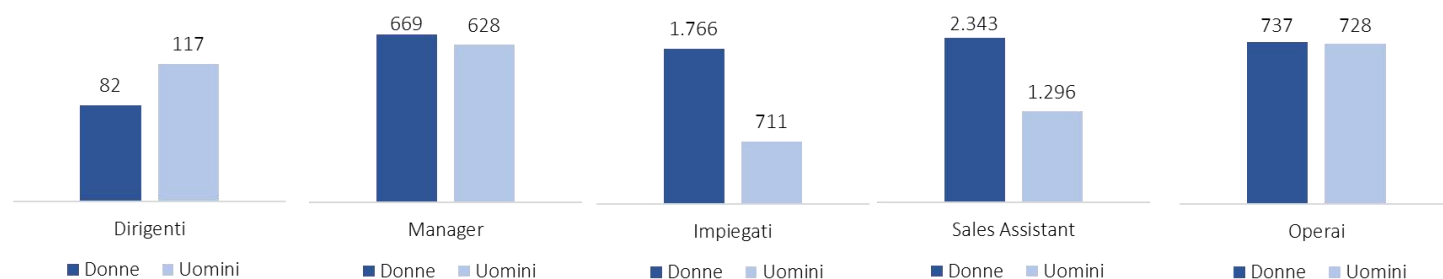
Dirigenti e manager suddivisi per genere %



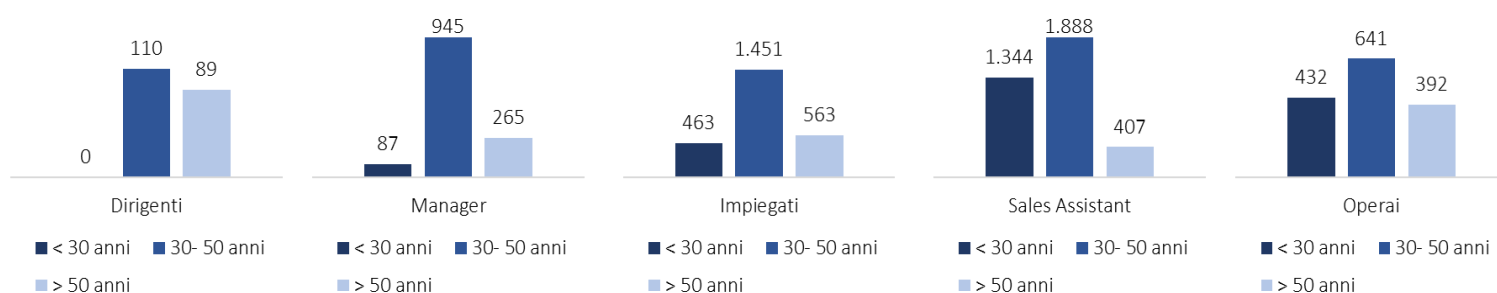
Dipendenti suddivisi per fascia di età %



Numero di dipendenti suddivisi per genere e inquadramento professionale

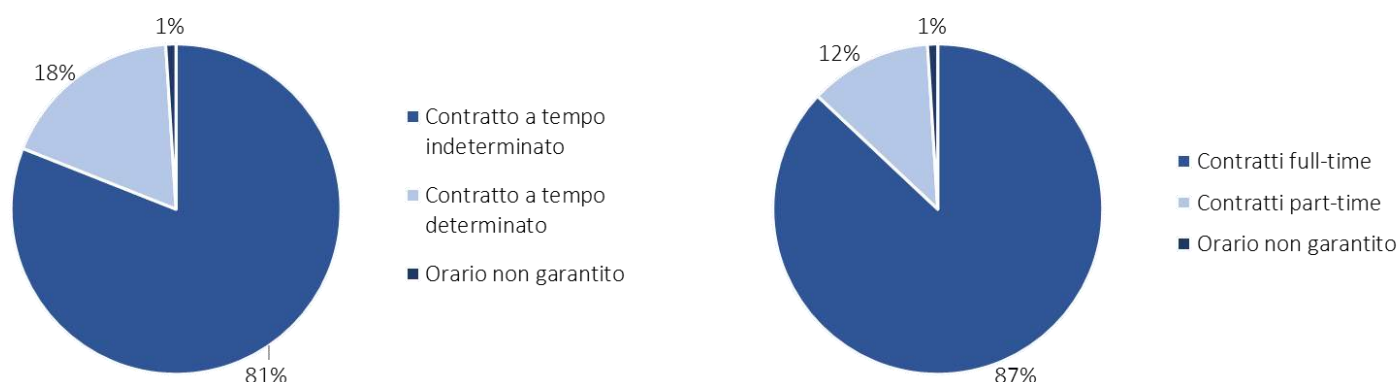


Numero di dipendenti suddivisi per inquadramento professionale e fascia di età



La tipologia di contratto principale dei dipendenti è quella **a tempo indeterminato** (81%) e **full-time** (87%).

Dipendenti suddivisi per tipologia di contratto



Nel corso del 2023, 373 dipendenti del Gruppo Armani hanno usufruito di un periodo di **congedo parentale**, di cui l'84% donne e il 16% uomini.

Il Gruppo adotta **accordi di contrattazione collettiva** per tutti i propri dipendenti in Italia, Austria, Belgio, Francia²⁸, Olanda, Svizzera, Spagna, Portogallo e Brasile, coprendo circa il 45% dei dipendenti a livello di Gruppo. In tutti i Paesi dove tali accordi non sono disponibili, i contratti di lavoro sono in linea con le normative locali. Inoltre, negli anni sono state implementate **pratiche di remunerazione** differenziate per le diverse categorie professionali che includono per alcune, oltre alla componente retributiva fissa, anche incentivi economici legati alle performance, al fine di favorire lo spirito di appartenenza al Gruppo e di team.

²⁸ Si fa qui riferimento ai dipendenti della filiale in Francia con l'esclusione della società Alia France Sas.

2.1.2 Lavoratori non dipendenti del Gruppo

Nel 2023, il Gruppo ha potuto contare sul supporto di **lavoratori non dipendenti**: 97 stagisti e 74 lavoratori interinali²⁹.

Per maggiori informazioni riguardo ai dati relativi alle risorse umane si rimanda al capitolo in Appendice.

2.2 Diversità, inclusione e pari opportunità

Nel corso del 2023, il Gruppo Armani ha perseguito numerose iniziative per valorizzare la diversità e promuovere l'equità e l'inclusione, per garantire pari opportunità di sviluppo professionale e per creare un ambiente di lavoro accogliente ed equo. Nel corso dell'anno, non si sono verificati casi di discriminazione che hanno riguardato i dipendenti e i lavoratori non dipendenti del Gruppo.

Con frequenza almeno trimestrale l'Head of Diversity & Inclusion del Gruppo porta all'attenzione e all'analisi del Comitato Strategico di Sostenibilità attività e progetti in questo ambito, al fine di intraprendere opportune azioni finalizzate al perseguimento efficace degli obiettivi del Piano Strategico di Sostenibilità.

Le iniziative del 2023 della Giorgio Armani S.p.A.

- Stesura della Policy *Diversity and Inclusion* di Gruppo (in fase di approvazione)
- Lancio del workshop *Il linguaggio del rispetto* in risposta alle richieste del Focus Group 2022
- Lancio dell'edizione pilota del workshop *Leadership Inclusiva*, dedicato a tutti i people manager in azienda
- Avanzamento dei lavori e della raccolta dati per la Certificazione sulla Parità di Genere
- Partecipazione al tavolo HR di Camera Nazionale della Moda Italiana sui temi di *Diversity, Equity & Inclusion* (DE&I)
- Organizzazione del webinar *Non sei sola*, sul tema della violenza sulle donne, organizzato in collaborazione con la Fondazione "Una, nessuna, centomila"
- Collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi per approfondire tematiche che connettono diversità e prevenzione

2.3 Formazione e sviluppo dei dipendenti

Il processo di **formazione** e **sviluppo** dei dipendenti del Gruppo ha come obiettivi principali quelli di:

- fornire un contributo reale al benessere delle persone nell'organizzazione;
- essere il punto di riferimento per l'evoluzione verso un modello di continuous learning company;
- favorire un approccio positivo al life-long learning, stimolando la responsabilità personale di ognuno verso il proprio sviluppo e ad agire come centro di competenza a supporto di tutti i processi di learning and development e diversity, equity and inclusion del Gruppo.

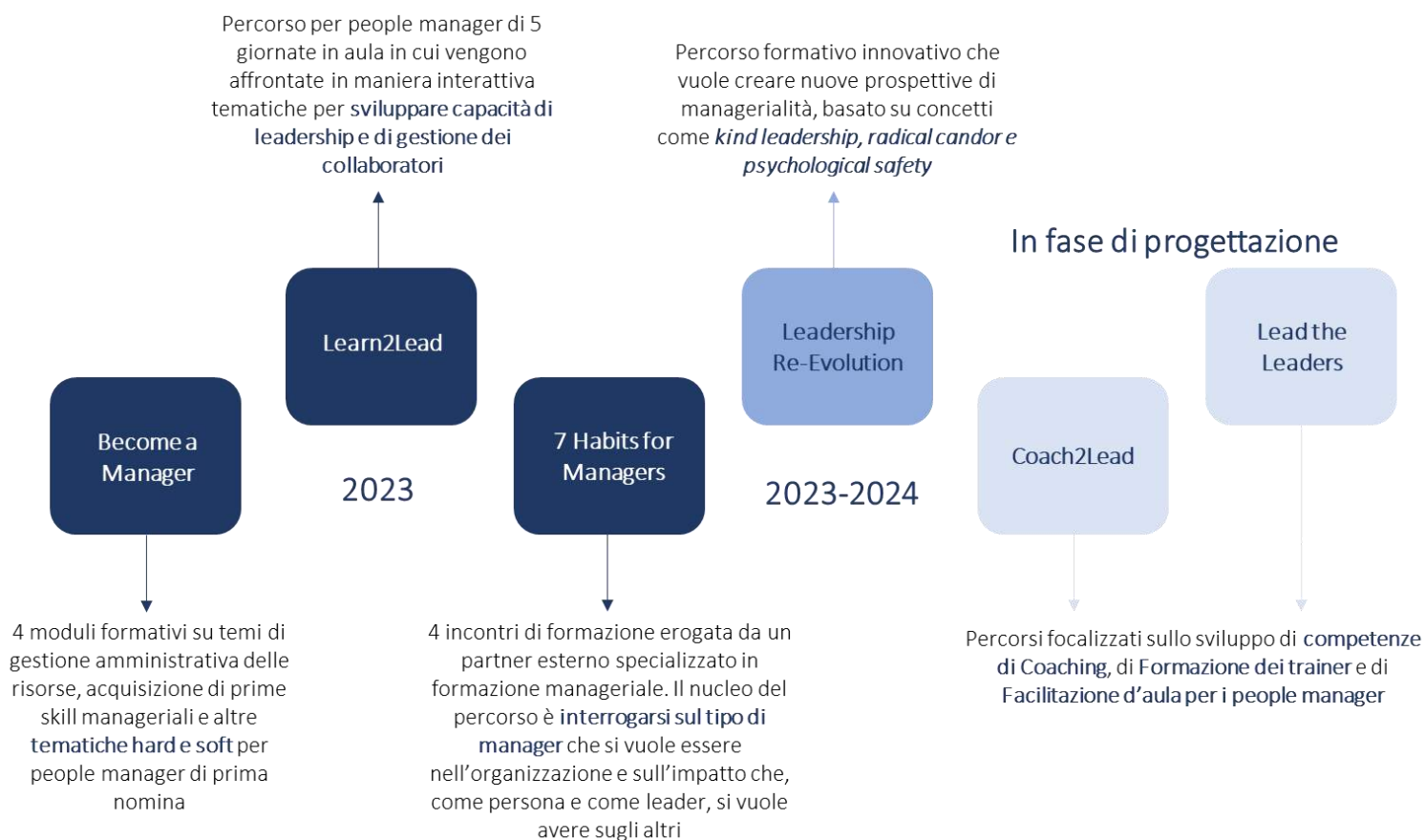
Aree di formazione

Area di sviluppo della leadership
Area tecnica, linguistica e informatica
Area di valutazione e sviluppo del potenziale
Area di potenziamento delle capacità e conoscenze professionali
Area di sviluppo della conoscenza e approfondimento cross-culturale
Area dei comportamenti agiti e attesi, sia a livello individuale, sia di team

²⁹ I lavoratori non dipendenti del Gruppo sono riportati per la prima volta in FTE (Full Time Equivalent) e, pertanto, non è disponibile la comparazione con gli anni precedenti. I valori rappresentano il numero di risorse a tempo pieno a cui il Gruppo si è appoggiato nel corso dell'anno per svolgere le proprie attività.

PERCORSI DI SVILUPPO DELLA LEADERSHIP

Nel corso del 2023, il Gruppo Armani ha investito nella formazione e sviluppo delle capacità manageriali di people manager e di manager di funzione. È stato avviato un percorso in **sei step** - di cui tre già implementati e tre in corso di design e lancio del pilota - che ha l'obiettivo di fornire le competenze e gli strumenti necessari per supportare la **crescita manageriale** delle persone.



Nel corso del 2023, il Gruppo Armani ha erogato **204.920³⁰ ore di formazione**, con una media di **23 ore per dipendente**, riportando un aumento del **30% rispetto al 2022**. L'attività formativa svolta nell'anno ha riguardato principalmente programmi di formazione professionale, manageriale, tecnica e linguistica e di consapevolezza su temi di diversity, equity and inclusion, salute e sicurezza, Modello 231, sostenibilità e cyber security, come di seguito riportato.

Ore di formazione per area di competenza - 2023	Ore	%
Formazione professionale, anticorruzione, Codice Etico, Modello 231, whistleblowing	134.219	65%
Formazione salute e sicurezza	40.730	20%
Formazione manageriale	16.012	8%
Formazione linguistica	6.340	3%
Formazione Diversity & Inclusion e sostenibilità	5.304	3%
Formazione cyber security	2.315	1%
Totale	204.920	100%

³⁰ Si specifica che, in alcuni casi, le ore di formazione erogate ai dipendenti durante l'anno non erano disponibili per inquadramento professionale e genere. Pertanto, si è provveduto a stimare tale classificazione sulla base del numero di dipendenti al 31 dicembre appartenenti a tali specifiche categorie. Tale stima ha riguardato circa il 3% delle ore di formazione erogate a livello di Gruppo.

FORMAZIONE NEL MONDO RETAIL

Ogni anno, ciascun brand organizza attività di formazione dedicata al personale dei propri negozi con un focus particolare su temi di coaching, assessment, mystery shopping e team building. Si riportano di seguito alcuni progetti portati avanti nel 2023:

Induction training	Visite organizzate presso gli stabilimenti
In occasione dell’apertura dello Store A X di Roma, è stata erogata formazione che ha coinvolto diversi trainer interni del mondo Retail e on field dedicata alle tematiche di client engagement, retail operations, retail merchandising e visual merchandising	Visita rivolta al team Emporio Armani presso gli stabilimenti GAO di Modena e Trissino, per favorire l'avvicinamento all'azienda

Armani/Retail Development Program

Progetto di sviluppo e formazione che ha coinvolto un pool di talenti, provenienti dai negozi italiani ed europei dei diversi brand, dal quale l'azienda attinge per coprire posizioni manageriali vacanti nei punti vendita del Gruppo

DIALOGO SULLA PERFORMANCE

Il percorso di valutazione delle performance consente di rendere ancora più chiari gli obiettivi individuali e di team, contribuisce alla creazione di piani personali di sviluppo e formazione e si inserisce all’interno di altri importanti processi come, ad esempio, rewarding, job rotation e career development.

Nel 2023 più della metà dei dipendenti (62%) del Gruppo Armani ha ricevuto almeno una **valutazione delle performance**, in linea con il **processo di valutazione delle performance (Human Capital Development)**.



Il processo di valutazione delle performance si basa su una scheda di valutazione tramite la quale i dipendenti possono auto-valutarsi, ricevere una valutazione da parte del proprio manager e valutare a loro volta i propri responsabili. Per i negozi, le schede di valutazione dedicate sono state predisposte a seconda del ruolo ricoperto e del brand di appartenenza.

2.4 Pacchetto welfare per i dipendenti in Italia

Il pacchetto welfare per i dipendenti è costituito dai seguenti servizi:

Palestra Armani/Fitness

Situata all'interno della sede di Via Bergognone a Milano, conta oltre 300 iscritti tra dipendenti a tempo indeterminato e determinato. È aperta cinque giorni a settimana in sei fasce orarie distribuite nel corso della giornata.

Piano Armani People Care

Permette ai dipendenti a tempo indeterminato di usufruire di un plafond annuale da spendere, per se stessi e per i propri familiari, per il rimborso di spese mediche, socioassistenziali, scolastiche, di trasporto e per l'acquisto di attività legate al tempo libero, allo sport, ai viaggi e alla cultura. È possibile inoltre accedere a convenzioni, sconti e offerte che vengono rinnovati ogni anno e includono aziende operanti in diversi settori (e.g., alimentare, tecnologico, formativo, della salute, del benessere e del tempo libero).

Rimborso Spese Utilities

I dipendenti a tempo indeterminato con figli a carico possono usufruire dell'importo welfare per chiedere il rimborso delle bollette di luce, acqua e gas e acquistare voucher tra cui buoni spesa, benzina, e-commerce, etc.



Palestra Armani/Fitness

Consulenza fiscale

È disponibile un sistema di consulenza fiscale ad un costo agevolato per supportare i dipendenti a tempo indeterminato nel processo di dichiarazione dei redditi e compilazione del 730.

Management By Objective (MBO)

Ai dipendenti beneficiari di un MBO, una parte del premio è stata erogata come importo welfare, dando loro la possibilità di usufruire dei servizi offerti dal portale Armani People Care.

Olimpia Summer Camp

Nel mese di luglio 2023, è stata offerta la possibilità ai figli dei dipendenti, nati tra il 2007 e il 2015, di partecipare all'Olimpia Summer Camp a prezzi agevolati presso un centro sportivo di Milano.

Cycl-e Around

Iniziativa per la promozione del trasporto eco-friendly, lanciata in collaborazione con Pirelli, che dà la possibilità ai dipendenti di usufruire gratuitamente di biciclette elettriche nelle sedi di Milano di via Bergognone e via Borgonuovo.

Smart working e orario flessibile

I dipendenti a tempo indeterminato e determinato di Giorgio Armani S.p.A. possono usufruire di smart working e flessibilità di orario in entrata e in uscita per favorire un maggior equilibrio tra lavoro e vita privata.

Biglietti Pallacanestro Olimpia Milano

Accesso ai biglietti gratuiti per assistere alle partite di campionato ed Euro Lega della squadra di basket presso il Forum di Assago (MI).



Cycl-e Around

2.5 Salute e sicurezza

Il Gruppo si impegna ad assicurare ambienti di lavoro sicuri e salubri nel rispetto della normativa vigente nei singoli Paesi di operatività, promuovendo interventi strutturali per il miglioramento degli stessi.

Per quanto riguarda le sedi in Italia, il Gruppo promuove la consapevolezza dei lavoratori rispetto ai rischi connessi alle attività lavorative attraverso **attività di sorveglianza periodica sanitaria, l'erogazione di specifici corsi di formazione e la pianificazione di audit periodici**. Le attività di identificazione e valutazione dei rischi per la salute e sicurezza dei lavoratori vengono effettuate coinvolgendo figure professionali specializzate, i responsabili di funzione e i rappresentanti dei lavoratori. La gestione degli incidenti e degli infortuni è monitorata dal **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** che, nel corso della

Riunione Periodica annuale, analizza, insieme al Responsabile dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e a tutte le figure preposte alla Sicurezza, gli infortuni occorsi con l'obiettivo di risolvere eventuali criticità emerse ed evitare la reiterazione di incidenti.

A livello di Gruppo, nel corso del 2023, il **tasso di infortuni registrabili³¹** è pari a **5,52** e **registra una lieve diminuzione rispetto al 2022** per via dell'aumento delle ore lavorate. Le tipologie di infortunio più ricorrenti sono state fratture, distorsioni e tagli. Degli 89 infortuni che si sono verificati, 58 hanno richiesto almeno un giorno di assenza dal lavoro da parte del dipendente. **Non si sono verificati decessi a causa di infortuni sul lavoro o infortuni con gravi conseguenze.** Nel 2023 non si sono verificati infortuni relativi ai lavoratori non dipendenti del Gruppo.



³¹ Tasso di infortuni sul lavoro registrabili: (numero di infortuni sul lavoro registrabili / numero di ore lavorate) * 1.000.000.

3. PLANET



3.1 Tutela ambientale e utilizzo efficiente delle risorse

Il Gruppo Armani è impegnato in un percorso di riduzione della propria impronta ambientale promuovendo la salvaguardia e l'uso efficiente delle risorse naturali. La tutela dell'ambiente è infatti uno dei pilastri fondamentali su cui si basa la strategia di sostenibilità del Gruppo Armani.

Le strategie attuate dal Gruppo per migliorare le proprie performance ambientali si concentrano sui seguenti tre macro-ambiti:

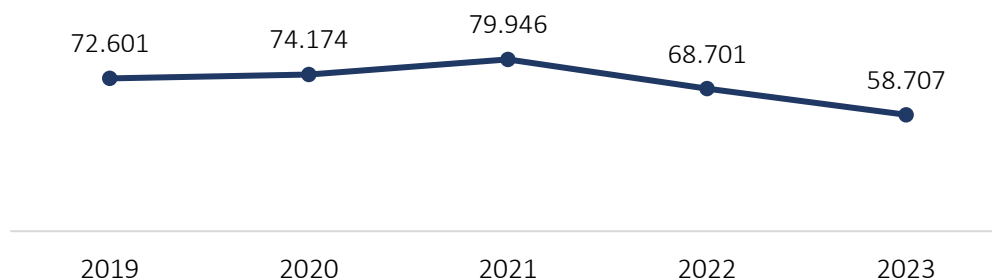
- incremento dell'utilizzo di **energia elettrica da fonti rinnovabili** e riduzione delle fonti energetiche fossili;
- promozione della **raccolta differenziata dei rifiuti** e sensibilizzazione del personale sulle tematiche di tutela ambientale;
- **minimizzazione degli sprechi** e ottimizzazione dei consumi idrici ed energetici.

3.1.1 Consumi energetici

Il Gruppo Armani dedica un continuo impegno al monitoraggio e alla riduzione dei propri consumi energetici attraverso l'implementazione di misure di efficientamento, di riduzione delle fonti energetiche fossili e l'incremento dell'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili.

Nel 2023, si è confermato il trend decrescente dei consumi di **gas naturale** e **propano** per il riscaldamento delle sedi del Gruppo e per i processi produttivi (**-15% rispetto al 2022**), pur facendo riferimento a un perimetro più ampio con l'inclusione dei consumi di gas naturale della società Pallacanestro Olimpia Milano³² e di Giorgio Armani Doha.

Consumo di gas naturale e propano (GJ)

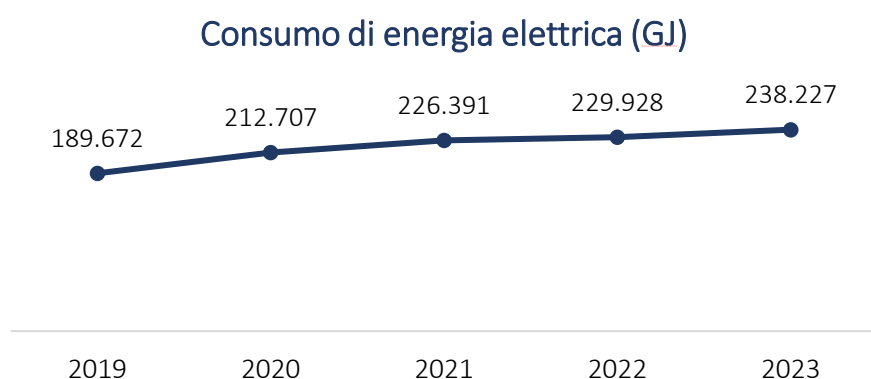


Quest'anno il Gruppo ha incluso per la prima volta tra i consumi energetici i consumi di benzina, diesel e metano associati all'utilizzo di automobili aziendali a livello globale, per un valore pari a 16.815 GJ. Tale integrazione - in aggiunta all'ampliamento di perimetro - giustifica l'incremento del 10% dei consumi totali di energia da fonti fossili passando da 68.701 GJ nel 2022 a 75.522 GJ nel 2023.

Con riferimento all'energia elettrica, i consumi totali sono aumentati del 4% rispetto al 2022, ma questo aumento tiene conto dell'ampliamento di perimetro - con l'inclusione delle società Pallacanestro Olimpia

³² La società Pallacanestro Olimpia Milano Srl è stata inclusa nel perimetro dei dati ambientali nel 2023, al fine di garantire la completezza del perimetro di rendicontazione. Negli anni precedenti, infatti, erano state incluse solo le emissioni in atmosfera all'interno della categoria 8 delle emissioni Scope 3, mentre erano stati esclusi i dati relativi ai consumi energetici, ai rifiuti generati, ai prelievi e agli scarichi idrici.

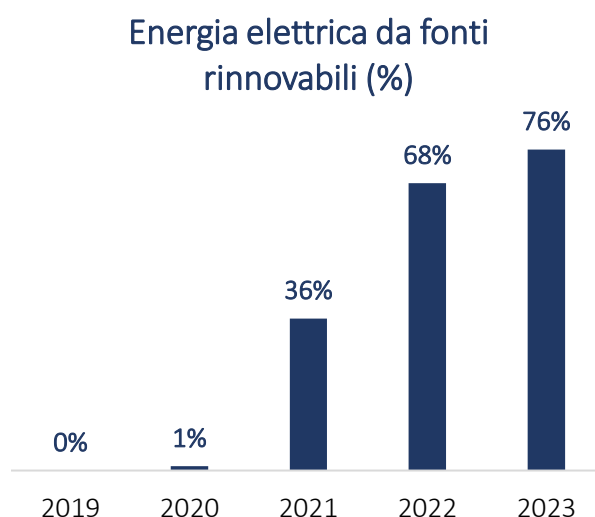
Milano, Giorgio Armani Doha e Giorgio Armani Arabia Trading - e dell'inclusione dei consumi di energia elettrica associati all'utilizzo di automobili elettriche, ibride e plug-in hybrid aziendali.



Si è inoltre registrato un aumento della percentuale di **energia elettrica da fonti rinnovabili** da 68% nel 2022 a **76%** nel 2023. L'energia elettrica consumata è **100% da fonti rinnovabili** nei seguenti 13 Paesi in cui il Gruppo opera: Italia, Spagna, Portogallo, Svizzera, Canada, Stati Uniti, Messico, Brasile, Cina, Macau SAR, Hong Kong SAR, Malesia e Singapore. Nel Regno Unito, la percentuale di energia elettrica da fonti rinnovabili è stata pari al 77%.

La sede di via Bergognone a Milano copre una porzione del fabbisogno energetico della società Giorgio Armani S.p.A. (circa il 2%) attraverso **l'impianto fotovoltaico installato nel 2014. Nel corso del 2023 sono stati installati pannelli fotovoltaici presso la GAO di Modena che sono entrati in funzione nel mese di aprile 2024.**

Presso la sede di via Bergognone a Milano sono disponibili colonnine di ricarica dei veicoli elettrici e un servizio di navetta elettrica gratuita tra le sedi di Milano via Bergognone e via Borgonuovo a disposizione di tutti i dipendenti.



Per maggiori informazioni sui consumi energetici si rimanda al paragrafo dedicato in Appendice.

3.1.2 Emissioni in atmosfera

Nel 2021, la SBTi (Science Based Targets initiative) ha approvato gli obiettivi di riduzione delle emissioni assolute in atmosfera definiti dal Gruppo Armani e in linea con lo scenario 1,5°C:

- **Ridurre del 50%** le emissioni assolute di gas serra **Scope 1 e 2 Market-based** rispetto al 2019 entro il 2030;
- **Ridurre del 42%** le emissioni assolute di gas serra **Scope 3** rispetto al 2019, relative alle categorie 1 "Beni e servizi acquistati" e 9 "Trasporto e distribuzione downstream", entro il 2029.

Il Gruppo Armani calcola su base annuale le emissioni dirette e indirette³³ di anidride carbonica in atmosfera utilizzando la metodologia del GHG Protocol. Tali dati sono monitorati per valutare i progressi

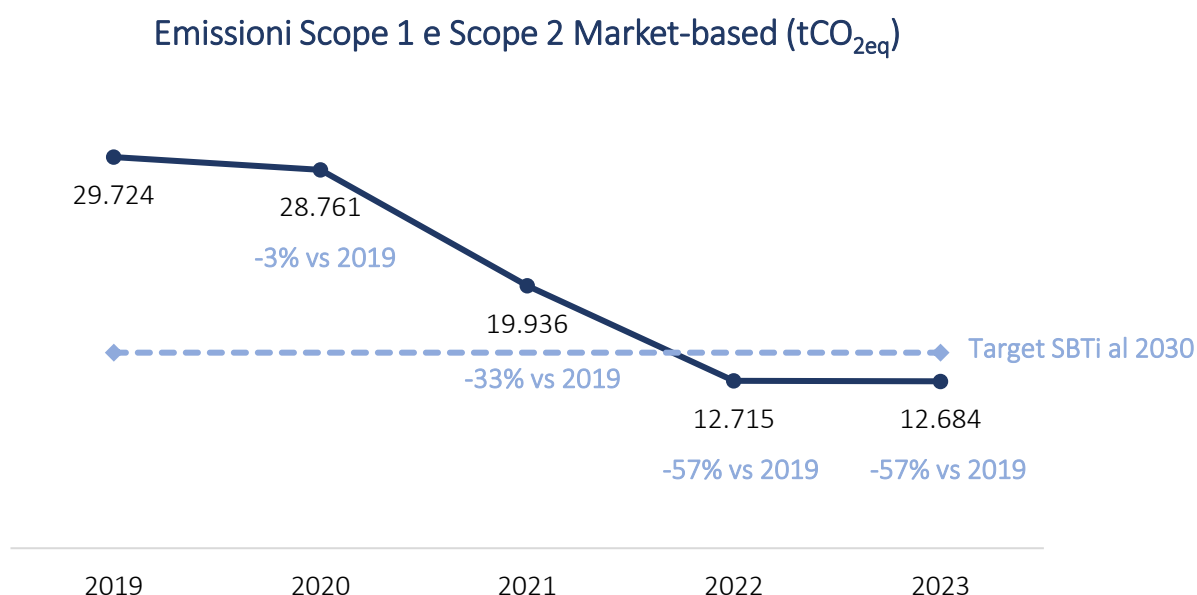
³³ Le emissioni di gas serra sono calcolate nella loro suddivisione in tre Scope:

fatti per raggiungere gli obiettivi di riduzione delle emissioni validati da SBTi e sono oggetto di analisi da parte del Comitato di Sostenibilità.

Emissioni in atmosfera 2023	tCO _{2eq}	%
Scope 1	5.448	1%
Scope 2 Market-based	7.236	1%
Scope 3 - Categoria 1	443.022	84%
Scope 3 - Categoria 2	15.913	3%
Scope 3 - Categoria 4	4.486	1%
Scope 3 - Categoria 9	13.296	3%
Scope 3 - Altre categorie	37.807	7%
Totale	527.208	100%

Emissioni Scope 1 e Scope 2

Come mostra il grafico di seguito riportato, con riferimento alle emissioni Scope 1 e Scope 2 Market-based, il Gruppo ha ridotto del 57% le emissioni assolute rispetto al 2019, raggiungendo in anticipo l'obiettivo di riduzione del 50% previsto entro il 2030.



- **Scope 1** – Emissioni dirette derivanti dalla combustione di combustibili fossili utilizzati per i processi produttivi, il riscaldamento di sedi e uffici, l'utilizzo di automobili aziendali e dalle perdite in atmosfera di gas refrigeranti.
- **Scope 2** – Emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia elettrica utilizzata. Il calcolo delle emissioni **Scope 2 Location-based** prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica; mentre il calcolo delle emissioni **Scope 2 Market-based** prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica.
- **Scope 3** – Emissioni indirette derivanti dalla catena di fornitura dell'azienda, nelle fasi upstream e downstream. Benché generate da asset, impianti o processi non direttamente controllati dall'azienda, sono riconducibili alle attività aziendali.

Più nel dettaglio, nel 2023:

- si è registrata una diminuzione delle emissioni Scope 2 Market-based (-15%) grazie all'acquisto di Garanzie di Origine (GO)³⁴ a copertura di una percentuale sempre più elevata dei consumi di energia elettrica (76%);
- si è verificato un incremento delle emissioni Scope 1 (+30%) dovuto all'ampliamento di perimetro, all'introduzione dei consumi di combustibili fossili delle automobili aziendali e a un incremento delle perdite di gas refrigeranti.

Emissioni Scope 3

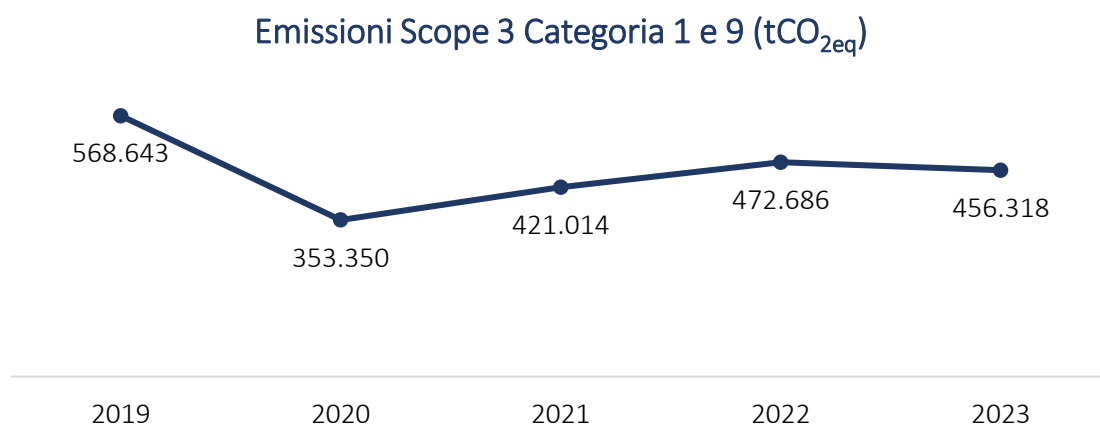
Con riferimento alle emissioni indirette **Scope 3** si è verificata una **riduzione in termini assoluti**:

- del **20%** rispetto al 2019, dovuta principalmente all'introduzione di fibre a minor impatto ambientale e ad attività di efficientamento delle rotte per le spedizioni upstream e downstream.

Per raggiungere il target di riduzione delle emissioni assolute approvato da SBTi, il Gruppo è impegnato nella graduale identificazione e implementazione di iniziative che contribuiscano a una riduzione nei prossimi anni. Nello specifico, attraverso questi principali ambiti di intervento:

- aumento del volume di materiali *preferred*³⁵, tramite l'applicazione delle linee guida "Requisiti di sostenibilità per materie prime e processi produttivi";
- iniziative e progetti che seguono i principi di agricoltura rigenerativa;
- supporto a iniziative e progetti di decarbonizzazione della catena di fornitura.

Di seguito si riporta il dettaglio delle emissioni Scope 3 relative alle due categorie su cui il Gruppo ha dichiarato un obiettivo di riduzione in linea con i target SBTi.



Per maggiori informazioni sulle emissioni in atmosfera, si rimanda al paragrafo in Appendice.

³⁴ La Garanzia di Origine (GO) è una certificazione elettronica che attesta l'origine rinnovabile delle fonti utilizzate dagli impianti qualificati IGO. Per ogni MWh di energia elettrica rinnovabile immessa in rete da impianti qualificati IGO, il Gestore Servizi Energetici rilascia un titolo GO, in conformità con la Direttiva 2009/28/CE. Tutti i titoli GO vengono rilasciati, trasferiti e annullati in maniera elettronica tramite l'apposito Portale web.

³⁵ Secondo la definizione di Textile Exchange, si definisce "preferred" una fibra o una materia prima che offre impatti costantemente ridotti e maggiori benefici per il clima, la natura e le persone rispetto all'equivalente convenzionale, attraverso un approccio olistico alla trasformazione dei sistemi di produzione.

3.1.3 Gestione delle risorse idriche

I **prelievi idrici** del Gruppo Armani sono destinati prevalentemente ai servizi igienico-sanitari utilizzati dai dipendenti, al condizionamento e alle attività di ristorazione. Nel 2023 sono stati pari a 317.593³⁶ mc e la maggior parte dell'acqua (92%) è prelevata da acquedotto.

Per quanto riguarda gli **scarichi idrici**, pari a 315.835 mc, si segnala che sono per lo più destinati alla rete fognaria (94%) e che una piccola percentuale dell'acqua prelevata non viene scaricata perché utilizzata per alimentare i generatori di vapore a servizio dell'attività produttiva.

Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo dedicato in Appendice.

3.2 Tutela della biodiversità e degli oceani

Il Gruppo Armani è impegnato a implementare attività per contrastare il cambiamento climatico e garantire un continuo supporto a progetti di riforestazione e di protezione degli oceani, in linea con gli obiettivi del Piano di Sostenibilità e del Fashion Pact³⁷.

Tale impegno si traduce anche in un'attenzione verso l'impatto ambientale dei materiali e nella partecipazione a iniziative e programmi volti alla salvaguardia degli ecosistemi e della biodiversità³⁸.

In linea con l'approccio strategico di “**Evitare, Ridurre, Ripristinare e Rigenerare**”, il Gruppo ha messo in atto le seguenti attività a tutela degli ecosistemi terrestri e marini:

- implementazione della linea guida “**Requisiti di sostenibilità per materie prime e processi produttivi**”: il Gruppo Armani è impegnato a selezionare con attenzione i materiali da utilizzare, prediligendo materiali certificati, organici e riciclati. Rispetto al totale dei materiali utilizzati, nel 2023 le **fibre preferred** sono aumentate del **57% rispetto al 2022**. Il cotone risulta fra le fibre principalmente utilizzate dal Gruppo ed è su questa fibra che il Gruppo ha deciso di lanciare un progetto di sperimentazione pluriennale: l'Apulia Regenerative Cotton Project descritto nel box di seguito dedicato;
- supporto continuo a progetti di riforestazione e preservazione delle foreste: prosegue la collaborazione e supporto a **Forestami**³⁹ e, in occasione della Giornata della Terra, è stata lanciata l'iniziativa Emporio Armani Project for Earth Day in sinergia con **Treedom**, la piattaforma che promuove progetti agroforestali nel mondo. Il supporto del Gruppo ha contribuito alla creazione di una foresta e alla piantumazione di 1.000 alberi in Africa, America Latina e Asia che possono essere geolocalizzati attraverso un QR Code dedicato. Dal 2019, Armani Beauty ha supportato cinque progetti di preservazione delle foreste in Zimbabwe, Brasile, Indonesia e Perù. Nel 2023, in

³⁶ Nel 2023 è stata affinata la metodologia di stima dei prelievi idrici per le sedi per le quali non era disponibile un dato puntuale. Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo in Appendice.

³⁷ Il Gruppo ha aderito nel 2019 all'iniziativa The Fashion Pact: una delle più importanti iniziative internazionali per promuovere la sostenibilità della moda, che riunisce più di 250 marchi leader in ambito fashion & luxury con la volontà di favorire una trasformazione sostenibile e virtuosa del settore.

³⁸ Il Gruppo Armani ha verificato se i siti della G.A. Operations (GAO) in Italia fossero situati all'interno di aree protette o aree ad elevato valore di biodiversità (Key Biodiversity Areas). L'analisi effettuata ha confermato che nessun sito della GAO si trova all'interno o nei pressi di una di queste aree.

³⁹ Il coinvolgimento attivo del Gruppo nelle attività di Forestami è iniziato nel 2020 e, al fine di valorizzare la collaborazione e portare avanti traguardi di lungo termine, è stato avviato un ulteriore progetto ad alto impatto ambientale per l'intera comunità milanese che verrà implementato a partire dal 2024.

occasione del lancio del profumo *Acqua di Giò*, Armani Beauty ha ampliato il supporto al progetto di riforestazione del **Lacandón National Park** in Guatemala, Paese da cui deriva la fragranza patchouli;

- proseguimento dell'impegno del Gruppo nella protezione degli oceani, nella riduzione dell'utilizzo di plastica e nell'incremento dell'utilizzo di plastica riciclata⁴⁰, in linea con gli obiettivi del The Fashion Pact⁴¹.

APULIA REGENERATIVE COTTON PROJECT

In occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente 2023, il Gruppo Armani ha annunciato l'**Apulia Regenerative Cotton Project** in collaborazione con la Fashion Task Force della *Sustainable Markets Initiative* e con la *Circular Bioeconomy Alliance*, entrambe fondate da SAR Re Carlo III.

Questo progetto di **sperimentazione scientifica** ha come focus lo sviluppo di un campo di cotone in Puglia secondo il sistema colturale rigenerativo. L'obiettivo è quello di produrre cotone a ridotto impatto ambientale grazie all'uso di **sistemi agroforestali** e di incrementare allo stesso tempo la **diversità del paesaggio, la fertilità del suolo, il risparmio idrico e i servizi ecosistemici legati alla biodiversità**. Dopo la piantagione iniziale di cotone su un ettaro di terreno, avviata a maggio 2023, a partire dal 2024 la coltivazione si espanderà gradualmente fino a occupare un'area agricola complessiva di cinque ettari.

Nell'arco di **cinque anni**, questo sito agricolo sarà tra i primi esperimenti sul campo in Europa a testare il cotone agroforestale con specie arboree alternative e pratiche rigenerative. Rapporti scientifici regolari valuteranno le proprietà del cotone coltivato, oltre a verificare l'impatto ambientale e i livelli di produzione delle aree interessate.



Campo di cotone rigenerativo in Puglia e raccolta del cotone

⁴⁰ Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo relativo al packaging.

⁴¹ Eliminare la plastica problematica o non necessaria dal packaging B2C entro il 2025 e da quello B2B entro il 2030 e assicurare che almeno la metà del packaging di plastica sia costituito da materiali 100% riciclati entro il 2025 per il B2C e il 2030 per il B2B. Secondo la definizione del The Fashion Pact, per plastica problematica o non necessaria si intende la plastica che soddisfa almeno uno dei seguenti criteri: non è riutilizzabile o riciclabile; contiene, o la sua produzione richiede, sostanze chimiche pericolose che comportano un rischio significativo per la salute umana o per l'ambiente (applicando il principio di precauzione); può essere evitata o sostituita con alternative riutilizzabili; ostacola o compromette la riciclabilità di altri articoli in plastica; ha un'alta probabilità di essere gettata via o dispersa nell'ambiente. Per maggiori informazioni, si faccia riferimento al link: <https://www.thefashionpact.org/wp-content/uploads/2023/07/the-fashion-pact-packaging-guide.pdf>

3.2.1 Tutela degli oceani

In occasione della Giornata Mondiale degli Oceani, il Gruppo ha annunciato la partnership con **One Ocean Foundation**, la realtà non profit italiana dedicata alla tutela degli ecosistemi marini e alla promozione della “Blue Economy”. Grazie a questa collaborazione, il Gruppo Armani contribuisce alla salvaguardia degli oceani dall’inquinamento da plastica, la pesca eccessiva, l’acidificazione e la perdita di biodiversità.

In particolare, nel 2023, il Gruppo Armani ha supportato due iniziative principali:

- il ripristino e la conservazione delle **fasce costiere dunali** nella spiaggia di Capriccioli ovest ad Arzachena, in Sardegna, luoghi di grande valore per la biodiversità marina e costiera;
- il supporto ad un progetto di ricerca scientifica che mira ad aumentare la consapevolezza sull'**interconnessione esistente tra gli ecosistemi montani e marini**⁴².

Inoltre, nel corso dell’evento **One Night Only Venezia**, il Gruppo Armani ha deciso di supportare con una donazione l’organizzazione non profit **We are here Venice** per la ricerca volta a proteggere la laguna e a migliorare la comprensione del valore per la comunità di questo ambiente unico al mondo.

Infine, l’impegno del Gruppo per la protezione degli oceani si declina attraverso l’impegno alla riduzione dell’utilizzo di plastica, come riportato nel paragrafo seguente.



Spiaggia di Capriccioli Ovest, Arzachena, Sardegna

⁴² Lo scioglimento dei ghiacciai, accentuato dai cambiamenti climatici, può provocare il rilascio di sostanze intrappolate negli strati di ghiaccio da oltre millenni, contribuendo ad aumentare i livelli di inquinamento dell’ambiente con impatti anche sulla salute dell’ecosistema marino.

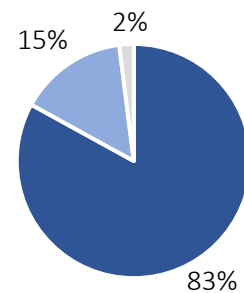
3.3 Packaging

Il Gruppo è impegnato in un processo di revisione e aggiornamento del packaging che promuova la **riduzione dell'utilizzo della plastica** a favore di altri materiali quali carta, cartone e fibre tessili e **l'aumento dei materiali riciclati e certificati**. Tutti gli interventi sono stati effettuati anche al fine di massimizzare la **riciclabilità** e il **recupero** dei singoli materiali.

3.3.1 Packaging destinato al consumatore finale B2C

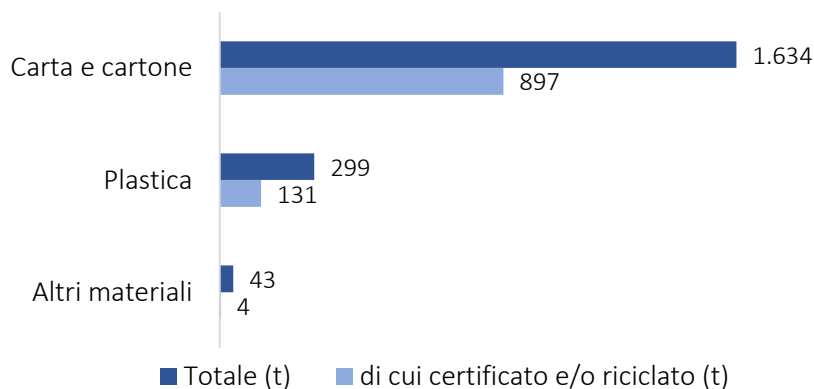
Nel 2023, il packaging in **carta e cartone** rappresenta l'**83%** del packaging B2C totale. Le principali categorie di packaging sono scatole, gift box, shopping bag, carta velina e cartellini. Il 55% della carta e del cartone è certificato FSC e/o riciclato. Il packaging in **plastica**, costituito prevalentemente da buste, copriabiti e scatole per l'intimo, rappresenta il 15% del packaging B2C ed è per il 42% certificato⁴³ e riciclato. Il packaging rimanente - pari al 2% - è costituito da **cotone, legno, metallo e altri materiali** ed è per il 35% certificato e/o riciclato. Considerando il packaging B2C totale, il 52% è certificato e/o riciclato.

Packaging B2C (%)



■ Carta/Cartone ■ Plastica ■ Altri materiali

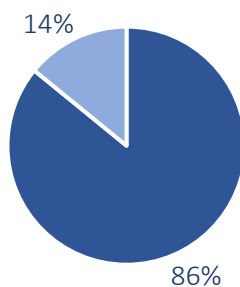
Packaging B2C certificato e/o riciclato (t)



■ Totale (t) ■ di cui certificato e/o riciclato (t)

3.3.2 Packaging per il trasporto industriale business-to-business B2B

Packaging B2B (%)

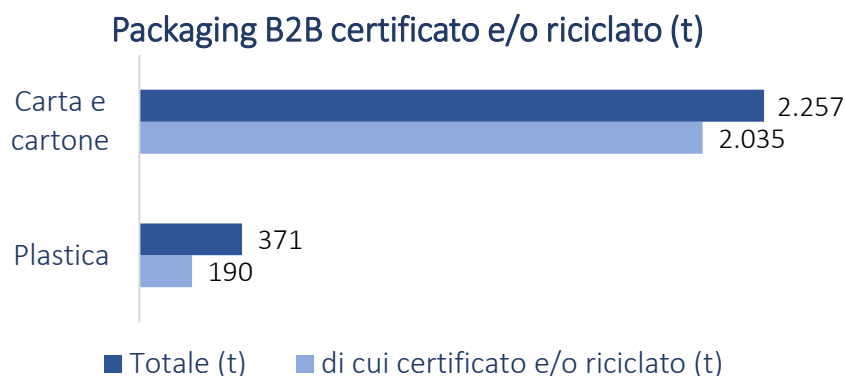


■ Carta/Cartone ■ Plastica

La maggior parte del packaging industriale B2B - utilizzato per il trasporto dei prodotti dai fornitori ai magazzini e successivamente ai negozi - è costituito da packaging terziario legato alla logistica (74%).

Nel 2023, il packaging B2B è composto principalmente da **carta e cartone** (86%) - in prevalenza certificati FSC e/o riciclati (90%) - e da **plastica** (14%), di cui il 51% è certificata e riciclata o di origine vegetale.

⁴³ Certificazioni di riferimento: Global Recycle Standard (GRS), Recycled Claim Standard (RCS), TÜV OK Compost.



Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo dedicato in Appendice.

3.4 Economia circolare, gestione dei rifiuti e materiali utilizzati per le attività di ufficio

In linea con la Strategia di Sostenibilità, il Gruppo Armani si impegna a integrare i principi di economia circolare in tutte le fasi di realizzazione dei prodotti: dalla fase di design, alla fase di approvvigionamento, realizzazione, vendita e post-vendita.

Nel 2023, il **servizio di ricondizionamento dei prodotti resi** introdotto nel 2022 ha consentito a più di 124.000 prodotti - tramite stiratura, smacchiatura e piccole riparazioni - di essere reimmessi nel flusso di primo ciclo di vita.

Inoltre, in linea con la **policy sulla gestione degli invenduti e giacenze di magazzino**, il Gruppo Armani si impegna affinché i prodotti invenduti e i materiali non utilizzati vengano riutilizzati, recuperati e riciclati e/o utilizzati per progetti a impatto sociale attraverso il coinvolgimento di imprese no profit.

3.4.1 Rifiuti generati

I **rifiuti prodotti** nel 2023 a livello di Gruppo si attestano a circa 3.400 tonnellate registrando un aumento del 2% rispetto al 2022 dovuto al fatto che il perimetro di rendicontazione è stato ampliato con l'inserimento delle società Pallacanestro Olimpia Milano, Giorgio Armani Doha e Giorgio Armani Arabia Trading e al fatto che, nel 2022, non erano stati stimati i rifiuti raccolti dalle società municipalizzate in Italia.

I rifiuti prodotti nel 2023 fanno riferimento a **tutte le sedi del Gruppo a livello globale**: sedi GAO, uffici e negozi. Laddove non erano presenti dati puntuali, il Gruppo ha stimato i rifiuti generati sulla base dei metri quadrati di superficie delle sedi. Per gli uffici di Milano e le sedi GAO in Italia sono stati considerati tutti i rifiuti indicati all'interno dei Formulari di Identificazione dei Rifiuti e sono stati stimati solo i rifiuti prodotti negli uffici dai dipendenti e raccolti dalle società municipalizzate incaricate della raccolta e dello smaltimento dei rifiuti. In questo modo, il Gruppo ha tenuto traccia di tutte le fonti di rifiuti e i rifiuti stimati sono stati classificati secondo la seguente assunzione: 30% plastica, 60% carta e cartone e 10% rifiuti indifferenziati.

La percentuale di **rifiuti avviati al riutilizzo o al recupero** nel 2023 è pari al **76%**. In questo caso, si è assunto che tutti i rifiuti di plastica, carta e cartone stimati siano stati recuperati, mentre i rifiuti indifferenziati stimati sono stati classificati come smaltiti in discarica.

Con riferimento ai rifiuti industriali prodotti dalle sedi **GAO Italia**, nel 2023 sono state prodotte 494 tonnellate di rifiuti, registrando una **diminuzione del 23% rispetto al 2022**. Le principali tipologie di rifiuti

prodotti sono carta e cartone, imballaggi misti e rifiuti tessili. La percentuale di rifiuti pericolosi⁴⁴ si attesta al 2,54%.

Per quanto riguarda lo smaltimento dei rifiuti industriali, **il 98% è stato avviato al riciclo o al recupero.**

3.4.2 Materiali utilizzati per le attività di ufficio

A livello globale, nel 2023 si è registrato una **riduzione** dell'utilizzo di carta per stampante e toner del **4%** rispetto al 2022. Il **25%** della carta utilizzata è **riciclata** e il **70%** è certificata **FSC**.

Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo dedicato in Appendice.



⁴⁴ Un rifiuto ha caratteristiche di pericolosità se è: esplosivo, comburente, infiammabile, irritante, tossico, cancerogeno, corrosivo, infettivo, mutageno, sensibilizzante, ecotossico.

4. PROSPERITY



4.1 Relazioni con la catena di fornitura

4.1.1 Gestione della catena di fornitura

Il Gruppo Armani, attraverso la G.A. Operations S.p.A., si interfaccia, per le produzioni realizzate all'interno dei propri stabilimenti produttivi e per le produzioni realizzate all'esterno, con un bacino di fornitori soggetto a costante monitoraggio nel tempo e suddiviso nelle seguenti quattro categorie:

- fornitori di **materie prime**;
- fornitori **façonisti** a cui il Gruppo affida la realizzazione del prodotto finito fornendo le informazioni tecniche e le materie prime necessarie;
- fornitori di **prodotto finito** che realizzano il capo finito su disegno tecnico o di campione, approvvigionandosi in autonomia delle materie prime;
- fornitori di **servizi** quali laboratori di analisi, società di consulenza e di approvvigionamento di servizi generali, logistica e trasporti.

Si riportano di seguito le principali attività svolte dal Gruppo relativamente alla relazione, gestione e monitoraggio della filiera produttiva negli ultimi anni.

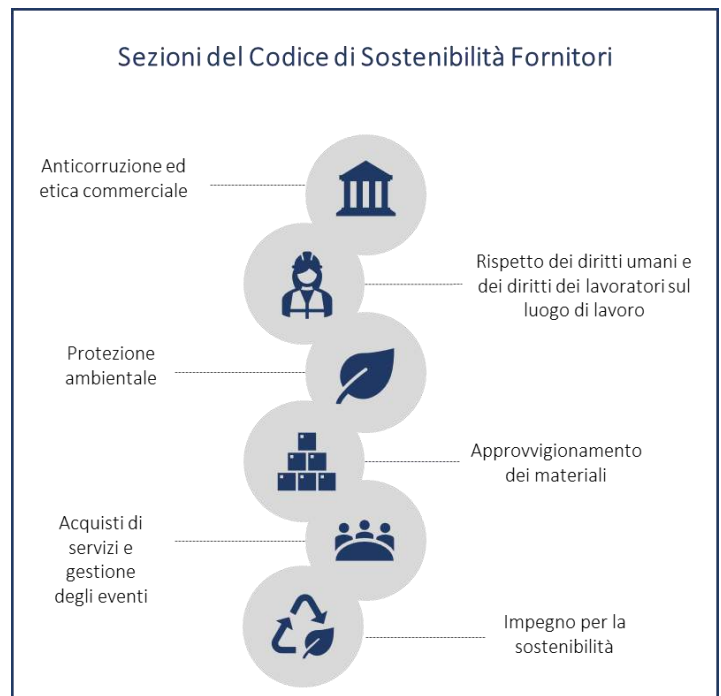
Relazioni con la catena di fornitura

Il Gruppo Armani è impegnato nello sviluppo di attività di monitoraggio e promozione della cultura ESG anche nell'ambito delle **relazioni con i fornitori**.

Il Gruppo ha effettuato una **mappatura dei rischi sociali e ambientali dei fornitori e dei subfornitori** per monitorare e presidiare la propria catena di fornitura.

Il Gruppo Armani richiede ai suoi fornitori la sottoscrizione e il rispetto del **Codice di Sostenibilità Fornitori**, che è incluso delle condizioni generali di acquisto.

Il **Codice di Sostenibilità Fornitori**, emesso nel 2022, prende a riferimento i principi delle convenzioni internazionali dell'ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro delle Nazioni Unite), le convenzioni sui diritti umani e gli standard di certificazione internazionali e ha l'obiettivo di dare ai fornitori linee guida sul rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro del personale impiegato e sul contenimento dell'impatto ambientale - dalla fase di approvvigionamento dei materiali al loro utilizzo - e lungo l'intera catena del valore.



Il Codice di Sostenibilità, assieme alle specifiche tecniche, alla **PRSL (Product Restricted Substances List)**, alla **MRSL (Manufacturing Restricted Substances List)** e al **Codice Etico**, fa parte delle condizioni generali di acquisto e delle buone pratiche di settore in ambito sociale e ambientale che i fornitori del Gruppo si impegnano a rispettare, far rispettare e diffondere ai propri fornitori e subfornitori.

Nel corso del 2023, tutti i nuovi fornitori hanno sottoscritto il Codice di Sostenibilità Fornitori che prevede la conformità ai criteri ambientali e sociali definiti dal Gruppo. Inoltre, l'11% dei nuovi fornitori - che corrisponde a circa il 52% del costo della produzione relativa ai nuovi fornitori di façon e prodotto finito del 2023 - è stato sottoposto a questionari di valutazione ESG e/o ad attività di audit ambientali e sociali.

4.1.2 Valutazione della catena di fornitura

Finalità del processo di audit

Il processo di audit è finalizzato a garantire che il fornitore rispetti i requisiti indicati nel Codice di Sostenibilità Fornitori del Gruppo Armani in merito a diritti umani, condizioni di lavoro, salute e sicurezza e ambiente. Si tratta di audit effettuati da società terze che hanno la finalità di presidiare e mitigare i rischi legati alle attività affidate in *outsourcing* e attivare processi di miglioramento continuo.

Gestione degli audit

L'audit viene svolto da valutatori qualificati e certificati sulle tematiche in oggetto e, annualmente, viene effettuata un'attività di calibrazione degli approcci degli auditor, al fine di garantire equiparabilità nelle attività di auditing.

Gli audit vengono svolti in linea con i principali standard di riferimento internazionale (e.g., UNI EN ISO 19011⁴⁵) che si fondano su un approccio risk-based e sono volti a stimolare un processo di miglioramento continuo attraverso la metodologia Plan-Do-Check-Act.

L'obiettivo finale è quindi quello di rilevare le non conformità a seguito delle quali prevedere delle azioni risolutive, correttive e migliorative.

Fasi del processo di audit

L'audit viene effettuato in modalità semi-annunciata e non annunciata.

Le principali attività che contraddistinguono il processo di audit sono le seguenti:

- **Valutazione del rischio e identificazione delle priorità di audit**

La valutazione di rischio di ciascun fornitore o subfornitore si basa su di una matrice del rischio che prende in considerazione indicatori di criticità della filiera del Gruppo Armani e specifici per il settore di riferimento. Il livello di rischio potenziale viene attribuito a ciascun fornitore o subfornitore su quattro livelli (basso, medio, elevato o critico) e permette di identificare le priorità di audit, con l'obiettivo di favorire un'ottimizzazione delle risorse a disposizione, orientando le attività di verifica verso quelle aree della propria filiera che sono ritenute più critiche.

- **Pianificazione**

Viene assegnata una priorità di pianificazione di audit sulla base dei seguenti criteri principali: fattore di rischio associato, fatturato e volumi, reputazione, segnalazioni esterne, complessità di filiera, risultati di audit precedenti, risultati finanziari, survey/questionari, eventuali premi/certificazioni.

- **Analisi documentale (prima, durante e dopo la visita)**

- **Audit in campo**

Gli audit includono sopralluoghi, analisi documentali e interviste a un campione rappresentativo di lavoratori. La durata della visita può variare da uno a tre giorni, in base al numero di dipendenti e alla complessità.

⁴⁵ ISO 19011: Guidelines for auditing management systems.

L'audit è svolto con l'utilizzo di checklist concordate tra il Gruppo e i valutatori a copertura di tutti i punti del Codice di Sostenibilità Fornitori. La checklist è uno strumento che permette di guidare l'attività di audit, raccogliere tutte le evidenze ai fini della predisposizione del report finale di audit e di un piano di azione correttive. I contenuti della checklist, così come il Codice di Sostenibilità Fornitori, sono aggiornati periodicamente al fine di recepire sviluppi legislativi e normativi e coprire al meglio tutti gli aspetti di sostenibilità.

- **Report di audit**

Successivamente alla visita di audit sul campo, viene redatto un rapporto di audit. Coerentemente con il livello di rischio che emerge dalla valutazione viene stabilito un piano di monitoraggio periodico (Corrective Action Plan) per il fornitore e/o per il subfornitore.

Ogni report di audit riporta l'esito della verifica effettuata secondo un audit rating definito:

Rating	Descrizione
A	Pienamente conforme
B	Conforme con osservazioni
C	Presenza di rilievi/non conformità minori
D	Presenza di rilievi/non conformità maggiori
E	Presenza di rilievi/non conformità gravi

I fornitori la cui valutazione risulta al di sotto di una soglia considerata desiderabile sono guidati verso un miglioramento attraverso un piano di azioni correttive, con scadenze fissate a seconda dell'importanza dell'irregolarità o della non conformità rilevata.

I fornitori, la cui valutazione complessiva risulta invece inaccettabile (ad esempio non conformità su gestione del personale e aspetti su salute e sicurezza), sono tenuti a implementare azioni immediate e, in caso di non adeguamento, si procede alla risoluzione del rapporto di fornitura.

- **Gestione delle non conformità e azioni correttive**

Il fornitore riceve un documento in cui sono contenute le eventuali non conformità e richieste di azioni correttive. Le azioni correttive per la risoluzione delle non conformità vengono monitorate nelle tempistiche di attuazione e di efficacia con attività di follow-up successive. Nel caso di non chiusura delle non conformità, si valuta di interrompere il rapporto con il fornitore. Nel caso di chiusura efficace delle non conformità, al fornitore viene assegnato un rating migliorativo che viene monitorato nel tempo.

Numero di audit presso fornitori e subfornitori

A partire dal 2014 il Gruppo **effettua su base annuale audit sociali e ambientali** su un campione di fornitori e subfornitori.

Nel periodo 2019-2023, il Gruppo ha svolto **638 audit di sostenibilità**, nello specifico:

- nel triennio 2019-2021 sono stati svolti 339 audit;
- nel biennio 2022-2023 sono stati svolti 299 audit;
- nel 2023 sono stati condotti 172 audit (coprendo circa il 57% del costo della produzione generato da fornitori di façon e prodotto finito).

Nel corso del 2024 sono previsti 300 audit, finalizzati a coprire circa il 70% del costo della produzione generato da fornitori di façon e prodotto finito.

Con riferimento ai 172 audit effettuati nel 2023, si riportano di seguito i principali risultati:

- il 70% dei fornitori e subfornitori oggetto di audit ha ottenuto un rating pari a A-B-C, mentre la restante percentuale - corrispondente a 49 fornitori e subfornitori - ha ottenuto un rating D-E e ha introdotto misure correttive per eliminare le non conformità riscontrate;
- dei **49 casi caratterizzati da criticità con rating D-E**:
 - in 25 casi, gli audit hanno portato alla cessazione del rapporto con il fornitore o subfornitore;
 - in 5 casi, i fornitori o subfornitori hanno conseguito un miglioramento del proprio *rating* a seguito dell'implementazione delle azioni correttive suggerite;
 - in 19 casi sono in corso ulteriori analisi sui fornitori o subfornitori in oggetto.

4.1.3 Attività nella catena di fornitura

Il Gruppo Armani mette in atto azioni e progetti per garantire il rispetto dei lavoratori lungo la propria catena del valore. Si riportano di seguito alcune delle attività e iniziative svolte:

- I principali fornitori di prodotto (commercializzato, *façon* e materie prime) del Gruppo sono sottoposti ad **analisi economico-finanziaria**, tramite verifica di affidabilità e solidità. Tale attività viene svolta attraverso un monitoraggio continuo di circa 600 fornitori italiani e di 150 esteri avvalendosi del supporto delle principali banche dati internazionali (quali Cribis e Orbis) con review dello scoring assegnato su base mensile, nonché tramite analisi dei bilanci e determinazione degli indicatori economici-finanziari per i principali fornitori esteri.
- Il Gruppo, nella seconda metà del 2023, ha formalizzato il **processo di gestione dei fornitori “on-boarding”** volto a migliorare la governance, la tracciabilità, l'efficienza e l'efficacia nella gestione degli acquisti a partire dalla selezione dei nuovi fornitori.
- **Analisi del Living Wage**: nel 2023, il Gruppo ha proseguito con il monitoraggio del *living wage* (salario vivibile) nei diversi Paesi in cui i fornitori e i subfornitori operano. Il Gruppo ha quindi condotto un'analisi del livello salariale delle aziende in comparazione con il livello stimato del *living wage* del territorio in cui opera l'azienda per individuare la presenza di potenziali criticità. Il risultato di tale analisi viene utilizzato per classificare il rischio del fornitore e definire le misure di miglioramento da intraprendere.
- Adesione al progetto pilota **Employment Injury Scheme (EIS)** promosso dall'International Labour Organization (ILO) in Bangladesh⁴⁶.
- Rinnovo dell'adesione a **Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry**⁴⁷ e adesione a **WageIndicators Foundation**⁴⁸.

⁴⁶ L'International Labour Organization (ILO) sta lavorando in Bangladesh alla creazione di un sistema di protezione dagli infortuni sul lavoro per il settore tessile attraverso il progetto pilota Employment Injury Scheme (EIS), un programma nazionale di assicurazione dedicato a rafforzare l'assistenza medica e sanitaria per i lavoratori con inabilità permanente e un indennizzo a lungo termine per i familiari dei lavoratori deceduti.

⁴⁷ Per maggiori informazioni si faccia riferimento al seguente link: <https://internationalaccord.org/>

⁴⁸ Come nel 2022, per rafforzare ulteriormente l'analisi, il Gruppo ha aderito a WageIndicator Foundation, un'organizzazione globale, indipendente e senza scopo di lucro che raccoglie, analizza e condivide informazioni su salari effettivi, salari minimi, salari di sussistenza, leggi sul lavoro, contratti di lavori occasionali e con lavoratori autonomi, accordi collettivi, la cui missione è quella di garantire una maggiore trasparenza del mercato del lavoro in tutto il mondo per i lavoratori, i datori di lavoro, le istituzioni e la società civile.

- Adesione a **Open Supply Hub**⁴⁹.
- Adesione alla survey di **Fashion Transparency Index**: nel 2023, il Gruppo Armani ha aderito alla survey **Fashion Transparency Index** dell'organizzazione Fashion Revolution, che valuta la performance di 250 brand e retailer del mondo della moda rispetto a criteri di diritti umani e ambientali⁵⁰.
- Adesione come firmatari a **AAFA/FLA**⁵¹ **Industry Commitment to Responsible Recruitment**: il Gruppo Armani ha sottoscritto l'impegno al reclutamento responsabile volto ad affrontare e prevenire i potenziali rischi di violazione dei diritti umani per i lavoratori migranti nella catena di fornitura globale.
- **Lancio della Survey ESG**: nel 2023, il Gruppo Armani ha sottoposto il questionario di autovalutazione **Synesgy**⁵² a tutti i "key suppliers" per mappare il livello di maturità ESG della propria catena di fornitura. Si segnala che il 48% dei fornitori che hanno risposto⁵³ è dotato di pannelli fotovoltaici, il 17% acquista dalla rete energia elettrica 100% da fonti rinnovabili e il 41% è in possesso di almeno una delle seguenti certificazioni: ISO 14001, ISO 50001 e OHSAS 18001/ISO 45001.



⁴⁹ Piattaforma online di mappatura della catena di fornitura accessibile e collaborativa, utilizzata e popolata da stakeholder di tutti i settori a livello globale.

⁵⁰ Per maggiori informazioni, si prega di fare riferimento al link: <https://www.fashionrevolution.org/fashion-transparency-index-2023/>.

⁵¹ L'AAFA/FLA Industry Commitment to Responsible Recruitment è un impegno promosso da American Apparel & Footwear Association and the Fair Labor Association per allineare i brand del mondo del tessile, abbigliamento, calzature e articoli da viaggio in merito al trattamento equo dei lavoratori migranti stranieri. Per maggiori informazioni, si prega di far riferimento al seguente link: <https://www.aafaglobal.org/commitment>.

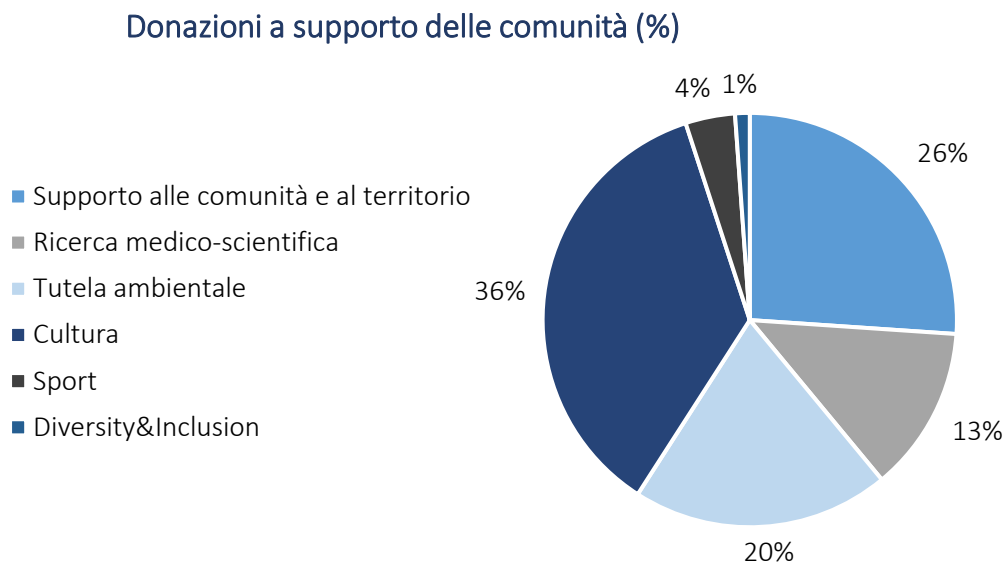
⁵² Piattaforma di CRIBIS che consente di raccogliere e gestire informazioni sulla sostenibilità delle aziende attraverso un self-assessment ESG, completo di valutazione, benchmark e indicazioni sul piano di sviluppo da intraprendere. Per maggiori informazioni si prega di fare riferimento a questo link: <https://www.synesgy.com/it/>.

⁵³ Circa il 50% dei "key suppliers" - che rappresentano circa il 60% del costo della produzione generato dai fornitori di façon e prodotto finito - hanno risposto al questionario.

4.2 Relazioni con la comunità

Il Gruppo Armani riconosce l'impatto positivo generato dal sostegno alla collettività e, grazie a connessioni di valore attive sui territori in cui opera, supporta con continuità nel corso degli anni iniziative nell'ambito della ricerca medico-scientifica, della lotta alle disuguaglianze, della cultura, della tutela ambientale e dell'inclusione sociale attraverso lo sport.

Nel grafico sottostante si riporta la suddivisione delle collaborazioni e donazioni del Gruppo Armani durante l'anno per area tematica:



Nei box sottostanti sono descritti i principali progetti supportati dalla Fondazione Giorgio Armani e dal Gruppo.

Le realtà supportate dalla Fondazione Giorgio Armani

Opera San Francesco per i Poveri, punto di riferimento per le persone più fragili sul territorio di Milano con la proposta di servizi di mensa, igiene personale, guardaroba, poliambulatorio, orientamento al lavoro e consulenza legale (dal 2016).

Fondazione Humanitas per la Ricerca nell'ambito delle cure dei tumori attraverso innovative terapie immunologiche.

L'ospedale interno della **Comunità di San Patrignano** per la sostituzione di un ecografo grazie a cui gli ospiti dei percorsi di recupero possono effettuare esami diagnostici di emergenza e di prevenzione.

"Una casa con il cuore" dell'Arcidiocesi di Siena-Colle di Val d'Elsa-Montalcino per la promozione di uno spazio accogliente per la coltivazione delle relazioni familiari delle persone detenute della Casa di Reclusione di San Gimignano e della Casa Circondariale di Siena.

Fondazione Umberto Veronesi per dare seguito al progetto di ricerca PALM volto ad avviare la prima sperimentazione clinica in Europa della terapia genica con cellule CAR-Natural Killer per il trattamento della leucemia mieloide acuta in età pediatrica.

Save the Children per il progetto "Emergenza fame" con cui è stata assicurata acqua pulita a 2.250 persone in Somalia attraverso la fornitura con autocisterne ai centri sanitari e la distribuzione di kit igienici alle famiglie con bambini in stato di malnutrizione acuta.

Alleanze umanitarie e solidali

Il Gruppo Armani è stato tra i sostenitori della raccolta fondi di **UNICEF** per la fornitura di kit di primo soccorso, la distribuzione di acqua potabile, cibo e coperte e l'allestimento di rifugi per famiglie senza riparo per le aree in Turchia e Siria colpite dal terremoto.

Il ristorante Armani NOBU e l'Emporio Armani Ristorante hanno aderito a **Ristoranti contro la Fame**, a sostegno dell'organizzazione umanitaria internazionale **Azione contro la Fame**. A partire dal 16 ottobre, Giornata Mondiale dell'Alimentazione e fino alla fine dell'anno, i piatti solidali presenti nel menù dei due ristoranti hanno contribuito alla raccolta fondi per promuovere una dieta sana ed equilibrata per le famiglie più vulnerabili.

Il Gruppo Armani ha rinnovato la collaborazione con **Ethicarei**, il distretto produttivo che mira al reinserimento sociale e lavorativo di donne in condizioni sociali ed economiche fragili attraverso una rete di laboratori diffusi sul territorio. In coordinamento con la sartoria sociale **Cooperativa Alice**, tre di questi laboratori sono stati coinvolti per realizzare, utilizzando rimanenze di magazzino donate dal Gruppo, una serie di tote bag Emporio Armani dedicate alla Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne del 25 novembre.

Una collaborazione simile è stata fatta anche in occasione della Giornata della Terra 2023, quando è stata lanciata una speciale collezione di tote bag Emporio Armani realizzate con rimanenze di magazzino da quattro laboratori appartenenti al distretto produttivo Ethicarei.



©Davide Lovatti

Ristorante Armani Nobu

Ricerca medico-scientifica

Il Gruppo Armani ha sostenuto il primo progetto di **Horizon Foundation** per sensibilizzare e raccogliere fondi destinati alla ricerca medica sulla retinite pigmentosa. Nel 2023, il fondatore, affetto da questa malattia per la quale attualmente non esiste cura, ha guidato una traversata dell'Oceano Atlantico in barca a vela.

Il Gruppo Armani ha sostenuto la **Fondazione IEO-Monzino** per la promozione della raccolta fondi per la Ricerca dell'Istituto Europeo di Oncologia e del Centro Cardiologico Monzino in occasione dell'evento "GLAM-SET!".

Tutela ambientale

Il Gruppo Armani ha partecipato alla raccolta fondi avviata dalla **Regione Emilia-Romagna** a supporto dei territori duramente colpiti dall'alluvione di maggio 2023.

Il progetto ambientale e sociale **Acqua for Life (AFL)** prosegue, da più di dieci anni, grazie all'iniziativa di Armani Beauty. AFL è un'iniziativa focalizzata sull'accesso universale all'acqua potabile in zone affette da scarsità idrica. Il programma prevede l'installazione di sistemi per acqua pulita, igiene, servizi igienico-sanitari, l'educazione e la sensibilizzazione sui comportamenti in materia di Water, Sanitation and Hygiene (WASH).

Il Gruppo Armani ha sostenuto la campagna di **Legambiente "Spiagge e Fondali Puliti"**: nel corso della stagione estiva, sono stati raccolti 730 kg di rifiuti dalle spiagge di Capocotta (RM), Vico Equense (NA) e Reggio Calabria dai 200 volontari coinvolti.

Valorizzazione della cultura e dell'educazione

Il Gruppo Armani ha confermato il suo impegno come **Fondatore Sostenitore della Fondazione Teatro alla Scala**, per supportare il suo programma artistico d'eccellenza.

In seguito al conferimento della Laurea honoris causa in Global Business Management a Giorgio Armani, presso l'**Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza**, il Gruppo Armani ha donato due borse di studio agli studenti più meritevoli del medesimo corso al fine di incentivare il loro percorso universitario.

Sport, driver di inclusione

Sostegno continuativo a favore di **Obiettivo3**, la società sportiva fondata da Alex Zanardi per il supporto professionale ed economico degli atleti con disabilità in vista del loro percorso paralimpico.

EA7 Emporio Armani ha supportato la squadra della Nazionale Italiana Solidale in occasione del torneo internazionale **Homeless World Cup**. Il contributo è stato destinato al sostegno delle attività sportive di persone senza dimora, incoraggiando nuove opportunità di formazione e riscatto attraverso lo sport.

Con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sul cambiamento climatico, EA7 Emporio Armani ha sponsorizzato **In Extremis - Last run against climate change**, l'impresa sportiva ideata dall'ultramaratoneta Ivana Di Martino fornendo un kit tecnico per la corsa caratterizzato dall'utilizzo responsabile di materiali e lavorazioni che minimizza l'impatto ambientale.



ARMANI/SILOS

Armani/Silos è lo spazio espositivo aperto nel 2015 con lo scopo di custodire, conservare e valorizzare il patrimonio creativo di idee, materiali, abiti, disegni e immagini del Gruppo Armani e di promuovere la comprensione e l'interesse per la moda e il design. Il Silos è infatti un luogo in cui è possibile esplorare le interazioni tra moda, storia, fotografia, cinema e arte, mettendo il patrimonio di conoscenze e materiali a disposizione del pubblico e, in particolare, delle nuove generazioni di stilisti, designer e creativi attraverso la collezione permanente di abiti, le mostre tematiche, le pubblicazioni, l'archivio storico e gli incontri culturali.

4.3 Relazione con i clienti

4.3.1 Attenzione verso il cliente: Customer Experience e Digital Product Passport (DPP)⁵⁴

Garantire l'autenticità, la qualità e la sicurezza del prodotto, così come tutelare la privacy e sensibilizzare rispetto alle tematiche di sostenibilità sono impegni imprescindibili del Gruppo verso tutti i clienti.

Nel 2023, all'interno della Sustainable Markets Initiative Fashion Task Force di cui è membro, il Gruppo Armani ha mantenuto il suo impegno per la promozione dell'ID digitale: il **Digital Product Passport** è in corso di sperimentazione su circa 29.000 capi attraverso la dotazione di un **QR Code** che permette di visualizzare le **informazioni sul prodotto in aggiunta alla verifica dell'autenticità**.

Nel 2023, è continuato il progetto pilota che il Gruppo Armani ha avviato nel 2021 in collaborazione con **UNECE**⁵⁵ (United Nations Economic Commission for Europe) e Cittadellarte - Fondazione Pistoletto per l'implementazione di una tecnologia blockchain per la tracciabilità e la due diligence nella catena del valore della lana.



Armani/Silos

⁵⁴ Dal 2021 il Gruppo Armani aderisce alla Fashion Task Force della Sustainable Markets Initiative: <https://www.sustainable-markets.org/taskforces/fashion-taskforce>.

⁵⁵ Per maggiori informazioni, si prega di far riferimento al seguente link: <https://unece.org/trade/documents/2023/11/session-documents/updated-report-blockchain-pilots-project-garment-and>.

4.3.2 Etichettatura del prodotto

Il Gruppo opera in molteplici mercati caratterizzati da un'ampia varietà di regolamentazioni in materia di etichettatura dei prodotti. Risulta quindi necessario adottare un sistema di gestione dell'etichettatura centralizzato ed estremamente versatile.

Per agevolare il corretto flusso di dati, il Gruppo Armani utilizza un **software di etichettatura prodotti** grazie al quale è possibile monitorare tutte le tipologie di etichette applicate ai prodotti venduti in un determinato mercato. Per la stagione Primavera Estate 2024 è stata implementata una razionalizzazione dei contenuti e del layout delle etichette delle varie tipologie di prodotti portando conseguentemente a una riduzione del consumo di nastro utilizzato per la stampa.

Nel 2023 non si sono verificati casi di non conformità in materia di etichettatura dei prodotti.

4.3.3 Tutela del brand

Il Gruppo Armani è da sempre impegnato sul fronte della lotta alla contraffazione e dedica ampie risorse alla protezione dei diritti di Proprietà Intellettuale quali marchi, brevetti, industrial design, nomi di dominio, key word e diritti d'autore. Tale impegno è volto a garantire il valore e l'autenticità dei propri prodotti nonché il pieno rispetto delle privative altrui.

Inoltre, il Gruppo collabora strettamente con le autorità doganali dei Paesi in cui è attivo un servizio di sorveglianza anticontraffazione e si avvale, sul fronte internet, di efficaci strumenti di Brand Protection, quali, ad esempio, il QR Code citato nel paragrafo precedente.

4.3.4 Gestione della privacy

Con la supervisione del Privacy Board, nel 2023 sono state messe in atto le seguenti attività:

- Adozione e implementazione delle policy e procedure di Gruppo in materia di privacy presso le filiali estere;
- Aggiornamento delle informative sul trattamento dei dati personali, delle policy e dei registri relativi al trattamento dei dati personali nonché il monitoraggio e l'esecuzione delle richieste dei soggetti interessati pervenute attraverso le caselle di posta elettronica dedicate (privacy@giorgioarmani.it e dpo@giorgioarmani.it) e gli altri canali di comunicazione messi a disposizione;
- Avviamento della formazione privacy per il personale degli uffici e per lo staff medico di Pallacanestro Olimpia Milano SsrI;
- Aggiornamento della durata del data retention a cinque anni.

4.3.5 Sicurezza del prodotto

Per garantire la sicurezza del prodotto, il Gruppo Armani richiede ai propri fornitori un costante impegno nel rispettare i limiti riportati nella **Product Restricted Substances List (pRSL)** e i parametri definiti nella **Manufacturing Restricted Substances List (mRSL)** - riguardo alle emissioni nelle acque e in atmosfera.

Inoltre, il Gruppo Armani monitora l'eventuale presenza di sostanze vietate attraverso protocolli di test gestiti da GAO ed eseguiti da laboratori certificati ISO 17025.

Per garantire la conformità ai requisiti di sostenibilità più avanzati e minimizzare i rischi ambientali e sociali connessi all'utilizzo delle sostanze chimiche, il Gruppo adotta le seguenti linee guida aggiornate nel 2023:

- "Linee guida sui requisiti eco-tossicologici per gli articoli di abbigliamento, pelletteria, calzature e accessori" sull'utilizzo delle sostanze chimiche nei prodotti;
- "Linee guida sui requisiti eco-tossicologici per le miscele chimiche e gli scarichi industriali" sull'utilizzo delle sostanze chimiche nei processi produttivi;
- "Le buone prassi di fabbricazione - linee guida sull'uso dei prodotti chimici nelle filiere produttive della moda", patrocinato dal Ministero della Transizione Ecologica e frutto dell'impegno della Commissione Chemicals di CNMI⁵⁶ di cui il Gruppo fa parte.

Nel 2023 sono stati registrati due casi di non conformità rispetto alle normative vigenti in Cina sulla qualità dei prodotti che hanno causato una sanzione di 255 euro e il ritiro dal mercato dei due articoli.

4.3.6 Gestione della cybersecurity

Il Gruppo Armani ha proseguito il percorso di rafforzamento della sicurezza informatica con il consolidamento di quanto già in essere e con l'adozione di azioni mirate ad aumentare la resilienza a eventi malevoli.

Nel 2023, il Gruppo ha esteso l'utilizzo di Identity Provider a più applicazioni, ampliando di conseguenza l'uso del Multifactor Authenticator. È stato potenziato il percorso di formazione per i dipendenti riguardo a sistemi e pratiche di sicurezza informatica, come campagne anti-phishing. Inoltre, le nuove applicazioni avviate durante il 2023 hanno beneficiato dell'approccio "Security by Design" che integra aspetti di sicurezza e privacy sin dalla fase di progettazione delle applicazioni.

4.3.7 Innovazione

Nel 2023, vi è stato un incremento della prototipia 3D - introdotta nel 2022 - applicata in particolare alle linee EA7, A|X Armani Exchange, Giorgio Armani Uomo ed Emporio Armani Uomo.

Inoltre, nell'arco dell'anno si è deciso di investire nell'acquisto di due stampanti innovative in termini di qualità e velocità di stampa per poter ridurre maggiormente i costi del service esterno di maquette. Questo permette altresì di internalizzare gran parte dei progetti di prototipia, garantendo la privacy, riducendo i tempi di consegna di circa la metà e velocizzando le decisioni dell'Ufficio Stile. L'investimento nella stampa 3D coinvolgerà GAO, Armani/Casa e il reparto dedicato agli accessori e alla pelletteria e sarà promossa una maggiore sinergia tra le singole GAO in modo da ridurre tempi e costi in tutte le aree di ricerca e sviluppo prodotto.

Dal 2023 il Gruppo Armani collabora con il **Monitor for Circular Fashion**, un progetto multi-stakeholder a cui prendono parte aziende leader del settore moda e attori della filiera, che si prefigge di identificare i Key Performance Indicators (KPI) di circolarità, con il contributo scientifico del **Sustainability Lab SDA Bocconi**. Il progetto accoglie le aziende virtuose e promuove le migliori pratiche di moda circolare, valorizzando competenze tecniche, manageriali e scientifiche, con l'obiettivo di contribuire alla transizione verso modelli di business circolari.

Dal 2023 il Gruppo Armani collabora con il **Monitor for Furniture Pact**, un osservatorio multi-stakeholder a cui prendono parte aziende leader del settore arredo e attori della filiera con il contributo scientifico del **Sustainability Lab SDA Bocconi** con l'obiettivo di supportare le aziende della filiera del legno-arredo verso

⁵⁶ Camera Nazionale della Moda Italiana.

l'adozione di modelli gestionali ancora più sostenibili valorizzando il percorso avviato da diversi attori da alcuni anni. L'approccio del progetto è collaborativo e mirato a rafforzare le iniziative esistenti, promuovendo al contempo l'innovazione e la responsabilità ambientale e sociale all'interno della filiera.

4.3.8 Gestione sostenibile degli eventi

A partire dal 2021, gli eventi organizzati dal Gruppo Armani (sfilate ed eventi speciali) sono progettati e realizzati in maniera tale da minimizzarne il più possibile gli impatti sociali e ambientali. Tutti i fornitori e subfornitori coinvolti, oltre a sottoscrivere il Codice di Sostenibilità Fornitori, devono rispettare le **Linee Guida per la Gestione degli Eventi Sostenibili** che delineano i requisiti da applicare per perseguire tale obiettivo.

Linee guida per la gestione degli eventi sostenibili

- assicurare il rispetto delle norme vigenti in materia ambientale, di salute e sicurezza e di diritto del lavoro;
- prediligere l'uso di materiali riciclati e riciclabili, favorire il riuso e il recupero dei materiali usati e preferire il noleggio all'acquisto;
- promuovere pratiche di raccolta differenziata ed eliminazione dello spreco alimentare;
- eliminare l'utilizzo di plastica monouso dal catering e limitare in generale l'uso di materiale plastico;
- utilizzare illuminazione a LED;
- incentivare la mobilità sostenibile (e.g., automobili elettriche a noleggio).

Gli eventi del Gruppo sono realizzati in modo tale da essere certificati in linea con gli standard **ISO 20121 - Sistema di Gestione degli Eventi Sostenibili** e **ISO 14067 - Carbon Footprint di prodotto**. Per ciascun evento, quindi, vengono raccolti i dati relativi agli impatti sull'ambiente (e.g., consumi energetici, distanza percorsa con il mezzo di trasporto con il quale i partecipanti si sono recati sul luogo dell'evento, tipologia di pasti consumati, materiali utilizzati per l'installazione dell'evento) e inseriti all'interno di un tool⁵⁷ che converte automaticamente tutti gli input inseriti in emissioni di anidride carbonica.

Nel 2023, il tool è stato utilizzato per calcolare gli impatti associati alle sfilate di Emporio Armani e Giorgio Armani della collezione Primavera Estate 2024 Donna che si sono tenute a settembre, all'evento speciale One Night Only Venezia e all'evento Giorgio Armani Retail Meeting Europa.

⁵⁷ Il tool è stato realizzato da un ente non profit che supporta le aziende in percorsi di sostenibilità, di decarbonizzazione e di governance sostenibile ed è stato verificato da un ente di certificazione indipendente.

One Night Only - Venezia

In occasione dell'ottantesima edizione della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica, Giorgio Armani è tornato a Venezia per celebrare la città con una nuova tappa delle **One Night Only**. One Night Only Venezia ha aperto con una sfilata Giorgio Armani Privé durante la quale è stata presentata una selezione di look di Haute Couture che comprende anche abiti ispirati a Venezia.

Così come per gli ultimi eventi a Dubai e St. Moritz, One Night Only Venezia 2023 è stato progettato in modo da minimizzarne l'impatto ambientale, in conformità alla norma **ISO 20121**.

L'evento ha infatti previsto il riuso e riutilizzo dei materiali, la promozione della raccolta differenziata dei rifiuti, l'eliminazione della plastica monouso, l'eliminazione dello spreco alimentare e l'utilizzo dell'illuminazione a LED.

Tutte le emissioni di gas serra residuali legate all'evento sono state compensate tramite il sostegno a progetti ambientali nella laguna di Venezia - gestiti da **Sea the Change** e **Blue Valley** - con lo scopo di preservarne l'equilibrio ecologico e favorire il ripristino degli ecosistemi e della biodiversità associati. Il Gruppo Armani ha inoltre deciso di supportare con una donazione l'organizzazione non profit "**We are here Venice**" e di destinare una donazione a **Venetian Heritage**, la Fondazione Onlus che sostiene e finanzia iniziative per la promozione e la salvaguardia del patrimonio artistico veneziano nel mondo. Il contributo verrà impiegato per il restauro conservativo di una selezione di opere appartenenti alla collezione della Galleria Giorgio Franchetti alla Ca' d'Oro e alla valorizzazione della collezione stessa.



APPENDICE



Dati economici e di Governance

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER FASCIA D'ETÀ E GENERE

GRI 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti

	31 dicembre 2023		31 dicembre 2022		31 dicembre 2021	
Fascia d'età	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
> 50 anni (n.)	4	3	4	3	4	3
> 50 anni (%)	57%	43%	57%	43%	57%	43%

VALORE ECONOMICO

GRI 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito

(In migliaia di euro)	2023	2022	2021
Valore economico generato dal Gruppo	2.478.399	2.374.200	2.055.577
Ricavi	2.445.063	2.352.330	2.019.239
Altri proventi	3.523	4.664	9.455
Proventi finanziari	35.126	8.037	3.995
Rettifiche di valore di attività finanziarie	-	-	(445)
Svalutazione crediti	(78)	(1.207)	(1.687)
Differenze di cambio	(4.440)	14.468	29.007
Proventi/oneri della vendita di attività materiali e immateriali	-	-	-
Rettifiche di valore di attività materiali e immateriali	(795)	(4.092)	(3.987)
Valore economico distribuito dal Gruppo	2.190.152	2.042.925	1.724.819
Costi operativi	1.393.775	1.330.720	1.139.146
Remunerazione dei collaboratori	529.314	500.569	450.370
Remunerazione dei finanziatori	21.496	20.993	12.935
Remunerazione degli investitori	182.590	134.955	100.035
Remunerazione della Pubblica Amministrazione ⁵⁸	61.257	53.039	20.898
Liberalità esterne	1.720	2.649	1.435
Valore economico trattenuto dal Gruppo	288.247	331.275	330.758
Ammortamenti	306.724	301.201	260.050
Accantonamenti	847	2.927	852
Riserve (variazione delle)	(19.324)	27.147	69.856

⁵⁸ In relazione agli aspetti tributari il Gruppo ottempera alle normative applicabili nelle diverse aree di operatività, fornendo massima collaborazione alle autorità in occasione di quesiti o approfondimenti in merito.

Dati relativi alle risorse umane

DIPENDENTI E LAVORATORI NON DIPENDENTI

GRI 2-7 Dipendenti

Dipendenti per tipologia di contratto (indeterminato, determinato, orario non garantito) e genere al 31/12 (n.)									
Tipologia di contratto	2023			2022			2021 ⁵⁹		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indeterminato	2.888	4.494	7.382	2.832	4.382	7.214	2.632	4.226	6.858
Determinato	575	1.067	1.642	466	942	1.408	451	995	1.446
Orario non garantito	17	36	53	34	42	76	-	-	-
Totale	3.480	5.597	9.077	3.332	5.366	8.698	3.083	5.221	8.304

Dipendenti suddivisi per tipologia di contratto (full-time, part-time e orario non garantito) e genere al 31/12 (n.)									
Tipologia di contratto	2023			2022			2021 ⁵⁹		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	3.074	4.828	7.902	2.904	4.598	7.502	2.814	4.556	7.370
Part-time	389	733	1.122	394	726	1.120	269	665	934
Orario non garantito	17	36	53	34	42	76	-	-	-
Totale	3.480	5.597	9.077	3.332	5.366	8.698	3.083	5.221	8.304

⁵⁹ Si segnala che l'organico al 31/12/2021 non include - a differenza dell'organico degli anni successivi - i dipendenti a orario non garantito.

Dipendenti per tipologia di contratto (indeterminato, determinato, orario non garantito), genere e area geografica al 31/12 (n.)										
Area geografica	Tipologia di contratto	2023			2022			2021 ⁵⁹		
		Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
ITALIA	Indeterminato	1.029	2.028	3.057	1.016	1.971	2.987	982	1.933	2.915
	Determinato	106	141	247	89	93	182	55	71	126
	Orario non garantito	0	0	0	0	0	0			
	Totale Italia	1.135	2.169	3.304	1.105	2.064	3.169	1.037	2.004	3.041
AMERICA	Indeterminato	823	993	1.816	860	971	1.831	807	967	1.774
	Determinato	98	121	219	81	72	153	76	113	189
	Orario non garantito	0	0	0	0	0	0			
	Totale America	921	1.114	2.035	941	1.043	1.984	883	1.080	1.963
EUROPA	Indeterminato	424	533	957	396	525	921	341	494	835
	Determinato	73	126	199	73	113	186	93	113	206
	Orario non garantito	1	0	1	1	0	1			
	Totale Europa	498	659	1.157	470	638	1.108	434	607	1.041
ASIA-PACIFICO	Indeterminato	555	849	1.404	512	836	1.348	464	759	1.223
	Determinato	206	629	835	223	662	885	227	698	925
	Orario non garantito	5	19	24	9	10	19			
	Totale Asia-Pacifico	766	1.497	2.263	744	1.508	2.252	691	1.457	2.148
AUSTRALIA	Indeterminato	57	91	148	48	79	127	38	73	111
	Determinato	0	2	2	0	2	2	0	0	0
	Orario non garantito	11	17	28	24	32	56			
	Totale Australia	68	110	178	72	113	185	38	73	111
MIDDLE-EAST	Indeterminato	0	0	0						
	Determinato	92	48	140						
	Orario non garantito	0	0	0						
	Totale Middle-East	92	48	140						
TOTALE	Indeterminato	2.888	4.494	7.382	2.832	4.382	7.214	2.632	4.226	6.858
	Determinato	575	1.067	1.642	466	942	1.408	451	995	1.446
	Orario non garantito	17	36	53	34	42	76	0	0	0
	Totale	3.480	5.597	9.077	3.332	5.366	8.698	3.083	5.221	8.304

Dipendenti per inquadramento professionale e genere al 31/12 (n.)									
Inquadramento professionale	2023			2022			2021 ⁵⁹		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	117	82	199	114	67	181	104	64	168
Manager	628	669	1.297	577	649	1.226	542	623	1.165
Impiegati	711	1.766	2.477	717	1.668	2.385	717	1.646	2.363
Addetti vendita	1.296	2.343	3.639	1.259	2.264	3.523	1.080	2.161	3.241
Operai	728	737	1.465	665	718	1.383	640	727	1.367
Totale	3.480	5.597	9.077	3.332	5.366	8.698	3.083	5.221	8.304

Dipendenti per inquadramento professionale e genere al 31/12 (%)									
Inquadramento professionale	2023			2022			2021 ⁵⁹		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1,3%	0,9%	2,2%	1,3%	0,8%	2,1%	1,3%	0,8%	2,0%
Manager	6,9%	7,4%	14,3%	6,6%	7,5%	14,1%	6,5%	7,5%	14,0%
Impiegati	7,8%	19,5%	27,3%	8,2%	19,2%	27,4%	8,6%	19,8%	28,5%
Addetti vendita	14,3%	25,8%	40,1%	14,5%	26,0%	40,5%	13,0%	26,0%	39,0%
Operai	8,0%	8,1%	16,1%	7,6%	8,3%	15,9%	7,7%	8,8%	16,5%
Totale	38,3%	61,7%	100,0%	38,3%	61,7%	100,0%	37,1%	62,9%	100,0%

Dipendenti per fascia di età e genere al 31/12 (n.)									
Fascia d'età	2023			2022			2021 ⁵⁹		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	1.002	1.324	2.326	960	1.175	2.135	817	1.181	1.998
30-50 anni	1.870	3.165	5.035	1.758	3.122	4.880	1.687	3.002	4.689
> 50 anni	608	1.108	1.716	614	1.069	1.683	579	1.038	1.617
Totale	3.480	5.597	9.077	3.332	5.366	8.698	3.083	5.221	8.304

Dipendenti suddivisi per fascia d'età e inquadramento professionale al 31/12 (n.)												
Inquadramento professionale	2023				2022				2021 ⁵⁹			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Tot.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Tot.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Tot.
Dirigenti	0	110	89	199	0	80	101	181	0	79	89	168
Manager	87	945	265	1.297	68	910	248	1.226	81	843	241	1.165
Impiegati	463	1.451	563	2.477	363	1.359	663	2.385	284	1.456	623	2.363
Addetti vendita	1.344	1.888	407	3.639	1.313	1.917	293	3.523	1.243	1.724	274	3.241
Operai	432	641	392	1.465	391	614	378	1.383	390	587	390	1.367
Totale	2.326	5.035	1.716	9.077	2.135	4.880	1.683	8.698	1.998	4.689	1.617	8.304

Dipendenti suddivisi per fascia d'età e inquadramento professionale al 31/12 (%)												
Inquadramento professionale	2023				2022				2021 ⁵⁹			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Tot.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Tot.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Tot.
Dirigenti	0,0%	1,2%	1,0%	2,2%	0,0%	0,9%	1,2%	2,1%	0,0%	1,0%	1,1%	2,0%
Manager	1,0%	10,4%	2,9%	14,3%	0,8%	10,5%	2,9%	14,1%	1,0%	10,2%	2,9%	14,0%
Impiegati	5,1%	16,0%	6,2%	27,3%	4,2%	15,6%	7,6%	27,4%	3,4%	17,5%	7,5%	28,5%
Addetti vendita	14,8%	20,8%	4,5%	40,1%	15,1%	22,0%	3,4%	40,5%	15,0%	20,8%	3,3%	39,0%
Operai	4,7%	7,1%	4,3%	16,1%	4,5%	7,1%	4,3%	15,9%	4,7%	7,1%	4,7%	16,5%
Totale	25,6%	55,5%	18,9%	100%	24,5%	56,1%	19,3%	100%	24,1%	56,5%	19,5%	100%

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti⁶⁰

Lavoratori non dipendenti per categoria al 31/12 (FTE)	
Categoria di lavoratori	2023
Stagisti	97
Lavoratori interinali	74
Totale	171

⁶⁰ Si segnala che non è inserita la variazione del numero di lavoratori non dipendenti rispetto ai periodi precedenti poiché è stato raccolto il dato in FTE per la prima volta nel 2023.

FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI

GRI 404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente

Ore medie di formazione per dipendenti suddivise per inquadramento professionale e genere (n.)									
Inquadramento professionale	2023			2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	19	22	20	17	19	18	17	20	18
Manager	26	27	27	21	21	21	21	24	23
Impiegati	10	10	10	9	8	8	9	7	8
Addetti vendita	38	31	33	30	21	24	23	18	20
Operai	16	12	14	16	21	19	19	20	20
Totale	25	21	23	21	17	18	18	16	17

Ore di formazione per area di competenza (n.)			
Tipologia di corso	2023	2022	2021
Formazione professionale, anticorruzione, Codice Etico, Modello 231	134.219	97.756	77.428
Formazione in salute e sicurezza	40.730	25.341	28.418
Formazione manageriale	16.012	24.833	19.756
Formazione linguistica	6.340	3.480	5.398
Formazione Diversity & Inclusion e sostenibilità	5.304	6.713	7.592
Formazione cyber security	2.315		
Totale	204.920	158.123	138.592

GRI 404-3 Percentuale di dipendenti che hanno ricevuto una valutazione delle loro performance e dello sviluppo professionale per genere e inquadramento professionale

Dipendenti che hanno ricevuto una valutazione delle performance e dello sviluppo professionale per genere e inquadramento professionale (%)									
Inquadramento professionale	2023			2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	54%	70%	60%	56%	75%	63%	60%	89%	71%
Manager	66%	73%	70%	80%	81%	80%	91%	100%	97%
Impiegati	42%	42%	42%	40%	37%	38%	40%	37%	38%
Addetti vendita	82%	79%	80%	73%	72%	72%	85%	82%	83%
Operai	56%	36%	46%	60%	36%	48%	62%	45%	53%
Totale	65%	61%	62%	64%	57%	60%	70%	65%	67%

INFORTUNI SUL LAVORO

GRI 403-9 Infortuni sul lavoro

Infortuni sul lavoro - Dipendenti ⁶¹ (n.)			
	2023	2022	2021 ⁶²
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	89	88	66
<i>di cui: infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)</i>	0	1	0
<i>di cui: decessi a causa di infortuni sul lavoro</i>	0	0	0
Ore lavorate	16.119.147	14.496.823	14.194.584
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	5,52	6,07	4,65
Tasso di infortuni con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0,07	0,00
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0,00	0,00

Infortuni sul lavoro - Lavoratori non dipendenti (n.)			
	2023	2022	2021
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	0	1	0
<i>di cui: infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)</i>	0	0	0
<i>di cui: decessi a causa di infortuni sul lavoro</i>	0	0	0
Ore lavorate	271.628	294.198	81.515
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0	3,40	0,00
Tasso di infortuni con gravi conseguenze (esclusi i decessi)	0	0,00	0,00
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0,00	0,00

⁶¹ Gli indici infortunistici sono calcolati come segue:

- Tasso di infortuni sul lavoro registrabili: (numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero di ore lavorate) *1.000.000;
- Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi): (numero infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) / numero di ore lavorate) *1.000.000;
- Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro: (numero di decessi risultanti da infortuni sul lavoro/numero di ore lavorate) *1.000.000.

Tali modalità di calcolo sono state utilizzate anche per calcolare gli indici infortunistici relativi ai lavoratori non dipendenti.

⁶² Si segnala che le ore lavorate del 2021 sono state rieste rispetto a quelle pubblicate nei Bilanci di Sostenibilità precedenti in quanto non erano state incluse le ore lavorate delle branch di Monaco, Grecia e Svizzera. Di conseguenza, anche il tasso di infortuni registrabili ha subito una lieve modifica.

Dati ambientali

CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI IN ATMOSFERA

GRI 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione

Consumi energetici					
GJ	2023	2022	2021	2020	2019
Gas naturale per riscaldamento o processo produttivo	58.704	68.696 ⁶³	79.946 ⁶⁴	73.101	69.644
Gas propano per riscaldamento o processo produttivo	3	5	0	0	5
Diesel per riscaldamento o processo produttivo	0	0	0	1.072	2.952
Diesel per flotta aziendale ⁶⁵	15.421				
Benzina per flotta aziendale ⁵⁰	1.393				
Metano per flotta aziendale ⁵⁰	1				
A. Totale energia da fonti fossili	75.522	68.701	79.946	74.173	72.601
Energia elettrica autoprodotta	652	643	548	541	479
di cui da fonti rinnovabili (impianto fotovoltaico)	652	643	548	541	479
Energia elettrica acquistata dalla rete ⁶⁶	237.575	229.285	225.843	212.166	189.193
di cui da fonti rinnovabili (coperta da Garanzie di Origine)	180.022	156.276	80.271	1.408	0
B. Totale energia elettrica	238.227	229.928	226.391	212.707	189.672
(A+B) Totale energia consumata	313.749	298.629	306.337	286.880	262.273
di cui da fonti rinnovabili (n.)	180.674	156.919	80.819	1.949	479
di cui da fonti rinnovabili (%)	58%	53%	26%	1%	0%

⁶³ Si segnala che il consumo di gas naturale 2022 è stato riesposto rispetto a quanto pubblicato nel Bilancio di Sostenibilità 2022 per una modifica dei consumi delle società Giorgio Armani Corporation e Giorgio Armani Corporation Canada.

⁶⁴ Si segnala che il consumo di gas naturale 2021 è stato riesposto rispetto a quanto pubblicato nei Bilanci di Sostenibilità precedenti per una modifica dei consumi della società Giorgio Armani Corporation Canada.

⁶⁵ Si segnala che, dal 2023, il Gruppo ha incluso i consumi di carburante delle automobili aziendali utilizzate a livello globale.

⁶⁶ Si segnala che, con riferimento al 2023, i consumi di energia elettrica acquistata dalla rete includono anche le ricariche di energia elettrica effettuate dalle automobili aziendali elettriche, ibride e plug-in hybrid. Si segnala inoltre che il Gruppo, a partire dal 2021, fornisce una stima del consumo di energia elettrica dell'anno di riferimento per tutte le sedi a livello mondiale per le quali non è disponibile il dato puntuale. La stima viene effettuata considerando un indice di consumo al metro quadrato ricavato dal rapporto tra i consumi delle altre sedi della stessa legal entity e i metri quadrati di superficie.

GRI 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)

GRI 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)

GRI 305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)

Emissioni in atmosfera (Scope 1, Scope 2, Scope 3) ⁶⁷						
tCO ₂ eq		2023	2022	2021	2020	2019
Scope 1 ⁶⁸	Scope 1	5.448	4.185	4.602	4.211	5.681
Scope 2 ⁶⁹	Scope 2 - Location-based	23.715	21.808	21.718	21.386	29.633
	Scope 2 - Market-based	7.236	8.530	15.334	24.550	24.043
Scope 3	Scope 3	514.524	527.526	507.971	426.427	645.395
Totale	Scope 1, Scope 2 (Location-Based) e Scope 3	543.687	553.519	534.291	452.024	680.709
	Scope 1, Scope 2 (Market-Based) e Scope 3	527.208	540.241	527.907	455.188	675.119



⁶⁷ Si segnala che le emissioni Scope 1 2021 e 2022 sono state riesposte rispetto a quanto pubblicato nei Bilanci di Sostenibilità precedenti per la modifica dei consumi di gas naturale legata alle società Giorgio Armani Corporation e Giorgio Armani Corporation Canada. Si segnala inoltre che sono state riesposte le emissioni Scope 2 Location e Market-based relative all'anno 2022 perché non erano state incluse le emissioni della società Giorgio Armani Hong Kong a causa di un errore nei fattori di emissione utilizzati.

⁶⁸ Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 relative ai consumi di combustibili fossili sono stati utilizzati i fattori di emissione forniti da DEFRA 2022 "UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting".

⁶⁹ Per il calcolo delle emissioni di Scope 2 secondo l'approccio Location-based sono stati utilizzati i fattori di emissione forniti da Terna "Confronti Internazionali 2019". Per l'approccio Market-based sono stati utilizzati i fattori di emissione forniti da AIB ("European Residual Mixes 2021" (fonte: AIB 2022)) per le società europee e da Terna ("Confronti Internazionali 2019") per tutte le altre società. Si segnala che le emissioni di Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂; tuttavia, la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂ equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

Emissioni Scope 3 (tCO _{2eq})											
Categorie		2023		2022		2021		2020		2019	
1	Beni e servizi acquistati	443.022 ⁷⁰	86,1%	461.924	87,6%	409.836	80,7%	344.051	80,7%	533.825	82,7%
2	Beni di investimento	15.913	3,1%	12.401	2,4%	54.649	10,8%	41.843	9,8%	23.579	3,7%
3	Attività legate ai combustibili e all'energia	4.194	0,8%	4.305	0,8%	7.034	1,4%	5.063	1,2%	6.914	1,1%
4	Trasporto e distribuzione upstream	4.486 ⁷¹	0,9%	7.100	1,3%	3.923	0,8%	5.476	1,3%	17.111	2,7%
5	Rifiuti generati durante le attività	592	0,1%	750	0,1%	886	0,2%	705	0,2%	1.705	0,3%
6	Viaggi di lavoro	7.684 ⁷²	1,5%	3.856	0,7%	3.244	0,6%	3.274	0,8%	8.491	1,3%
7	Commuting dei dipendenti	6.624	1,3%	7.545	1,4%	665	0,1%	666	0,2%	7.447	1,2%
8	Beni in leasing upstream	2.642 ⁷³	0,5%	2.546	0,5%	302	0,1%	302	0,1%	302	0,0%
9	Trasporto e distribuzione downstream	13.296	2,6%	10.762	2,0%	11.178	2,2%	9.299	2,2%	34.818	5,4%
10	Lavorazione dei prodotti venduti	Non applicabile		Non applicabile		Non applicabile		Non applicabile		Non applicabile	
11	Utilizzo dei prodotti venduti	33	0,0%	73	0,0%	107	0,0%	105	0,0%	165	0,0%
12	Trattamento di fine vita dei prodotti venduti	4.281 ⁷⁴	0,8%	4.292	0,8%	4.202	0,8%	3.852	0,9%	1.205	0,2%
13	Beni in leasing downstream	107	0,0%	175	0,0%	175	0,0%	175	0,0%	0	0,0%
14	Franchises	11.650	2,3%	11.797	2,2%	11.770	2,3%	11.615	2,7%	9.832	1,5%
15	Investimenti	Non applicabile		Non applicabile		Non applicabile		Non applicabile		Non applicabile	
Totale		514.524	100,0%	527.526	100,0%	507.971	100,0%	426.426	100,0%	645.394	100,0%

⁷⁰ L'affinamento della metodologia di quantificazione, attraverso l'applicazione del metodo *average data* in sostituzione all'approccio *spend-based*, ha permesso di valorizzare una quota a parte della categoria "Textiles, wearing apparel and leather products", coprendo un importo pari al 15% della spesa totale, a cui corrispondono 118.145 tCO_{2eq}, ovvero il 27% delle emissioni totali di Categoria 1.

⁷¹ Nel 2023 un'attività di efficientamento delle rotte portata avanti dal Gruppo Armani ha portato a una diminuzione delle emissioni di Categoria 4 rispetto al 2022.

⁷² Le emissioni nel 2023 di Categoria 6 risultano aumentate e ciò è dovuto a una totale ripresa dei viaggi di lavoro post Covid-19.

⁷³ In Categoria 8, a partire dal 2023, non è stato più incluso il contributo dei locali di Pallacanestro Olimpia Milano, in quanto inserita nel perimetro Scope 1 e 2.

⁷⁴ Il dato riportato fa riferimento all'impatto del fine vita sia del packaging sia dei prodotti venduti, pari a 815 tCO_{2eq}.

La quantificazione delle emissioni di Scope 3 è stata effettuata secondo le seguenti metodologie, in linea con quanto previsto dal GHG Protocol:

- **Categoria 1 - Beni e servizi acquistati:** il calcolo è stato effettuato secondo gli approcci spend-based, con l'applicazione dei fattori *Environmentally-Extended Input-Output* di Eurostat a ciascuna categoria di spesa e average data method, con l'applicazione di fattori di emissione specifici (fonte: Ecoinvent 3.9.1 e letteratura di settore) ai quantitativi in kg di materiali acquistati, laddove possibile;
- **Categoria 2 - Beni di investimento:** il calcolo è stato effettuato attraverso l'approccio spend-based, con l'applicazione dei fattori *Environmentally-Extended Input-Output* di Eurostat a ciascuna categoria di spesa;
- **Categoria 3 - Attività legate ai combustibili e all'energia:** la quantificazione è stata effettuata attraverso l'applicazione di fattori di emissione relativi alle fasi di estrazione, trasporto e distribuzione dei vettori energetici utilizzati dal Gruppo (fonte: DEFRA 2023 e IEA 2023);
- **Categorie 4 e 9 - Trasporto e distribuzione upstream e downstream:** il calcolo è stato effettuato sulla base delle tratte percorse per il trasporto e la distribuzione di beni acquistati (categoria 4) e prodotti venduti (categoria 9). Distanze percorse e quantitativi trasportati sono stati moltiplicati per fattori di emissione specifici in funzione dei mezzi di trasporto utilizzati (fonte: DEFRA 2023);
- **Categoria 5 - Rifiuti generati durante le attività:** il calcolo è stato effettuato sulla base dei quantitativi di rifiuti prodotti dal Gruppo e delle relative modalità di smaltimento, moltiplicati per fattori di emissione specifici (fonte: DEFRA 2023);
- **Categoria 6 - Viaggi di lavoro:** il calcolo è stato effettuato sulla base dei viaggi di lavoro, moltiplicando le tratte percorse per fattori di emissione specifici in funzione del mezzo di trasporto utilizzato (fonte: DEFRA 2023). Inoltre, la categoria include le notti in hotel per motivi lavorativi, anch'esse valorizzate attraverso fattori di emissione DEFRA;
- **Categoria 7 - Commuting dei dipendenti:** i dati sugli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti sono stati raccolti tramite questionario. I chilometri percorsi sono stati moltiplicati per fattori di emissione specifici in funzione del mezzo di trasporto utilizzato (fonte: DEFRA 2023). Il calcolo recepisce il contributo dei giorni di smart working medi per Paese, secondo le politiche interne del Gruppo;
- **Categorie 8 e 13 - Beni in leasing upstream e downstream:** il calcolo dei consumi energetici annuali è stato effettuato con il tool Curb 2.1, sulla base dei metri quadrati degli spazi affittati dal Gruppo Armani (categoria 8) o di proprietà del Gruppo Armani affittati a terzi (categoria 13). Successivamente i consumi energetici sono stati moltiplicati per i fattori emissivi in base alla località geografica di appartenenza dei locali, seguendo l'approccio Location-based (fonte: AIB 2023, Terna 2019);
- **Categoria 11 - Utilizzo dei prodotti venduti:** le emissioni associate alle lampade vendute, che consumano energia elettrica quando vengono utilizzate, sono state quantificate moltiplicando l'assorbimento nominale durante la vita utile stimata per fattori di emissione specifici (fonte: Terna 2019);
- **Categoria 12 - Trattamento di fine vita dei prodotti venduti:** le quantità di materiali utilizzati per il packaging dei prodotti venduti sono state raccolte in termini di tipologia di materiale (e.g., carta, plastica), quantità in kg e/o numero di pezzi (convertiti in kg attraverso la stima di una densità media) e moltiplicati per fattori di emissione specifici (fonte: Ecoinvent 3.9.1). Nel corso del 2023, il Gruppo ha stimato, analogamente al 2022, l'impatto dello smaltimento a fine vita dei prodotti venduti. Le modalità di smaltimento sono state ipotizzate su base statistica sulla base di Eurostat⁷⁵:

QUESTIONARIO SULLA MOBILITÀ SOSTENIBILE

5.018 dipendenti coinvolti
Tasso di risposta pari a circa il 72%

⁷⁵ Le modalità di smaltimento ipotizzate sono relative ai Paesi dell'Unione Europea.

in funzione del trattamento a fine vita, sono stati applicati fattori emissivi specifici (fonte: DEFRA 2023);

- **Categoria 14 - Franchises:** nel 2023, le emissioni del Gruppo relative ai franchises sono state calcolate a partire dai consumi energetici, stimati utilizzando il database Curb 2.1, in base ai metri quadrati. Le emissioni sono state poi calcolate applicando i fattori emissivi della specifica località geografica di appartenenza dei locali, seguendo l'approccio Location-based (fonte: AIB 2023, Terna 2019).

Le categorie 10 e 15 non sono applicabili al business del Gruppo.

PRELIEVI E SCARICHI IDRICI

Nelle tabelle sottostanti si riporta il totale dei prelievi e degli scarichi idrici a livello di **Gruppo**⁷⁶. Si segnala che una piccola percentuale di acqua prelevata non è stata scaricata perché utilizzata per alimentare generatori di vapore a servizio dell'attività produttiva.

GRI 303-3 Prelievi idrici per fonte

Prelievi idrici per fonte			
mc	2023	2022	2021
Prelievi idrici totali	317.592	383.613	466.627
di cui di terze parti (acquedotto)	292.227	363.427	450.137
di cui acque sotterranee	25.365	20.186	16.490

GRI 303-4 Scarichi idrici per destinazione

Scarichi idrici per destinazione ⁷⁷			
mc	2023	2022	2021
Scarichi idrici totali	315.835	382.076	465.340
di cui in rete fognaria	295.649	367.497	453.321
di cui in acque superficiali	16.689	11.856	9.970
di cui in acque sotterranee	3.497	2.723	2.049

Con riferimento ai **prelievi idrici industriali** - relativi alle sedi **GAO Italia** - nel 2023 si segnala un aumento rispetto al 2022 dovuto principalmente a un incremento delle giornate di apertura straordinaria il sabato presso la GAO Trento. Ad eccezione di GAO Trento, **il prelievo idrico complessivo da parte delle restanti sedi GAO è lievemente diminuito** rispetto all'anno precedente. Le principali fonti di approvvigionamento sono le acque sotterranee (56%) e l'acquedotto (44%).

Aree a stress idrico – GAO

Prelievi da aree a stress idrico:
12% del totale acqua prelevata da GAO

Scarichi in aree a stress idrico:
8% del totale acqua scaricata da GAO

Con riferimento agli **scarichi idrici industriali**, la maggior parte dell'acqua è stata scaricata nella rete fognaria (54%); seguono gli scarichi in acque superficiali (38%) e in acque sotterranee (8%).

⁷⁶ Si segnala che nel 2023 è stata affinata la metodologia di stima dei prelievi idrici per le sedi per le quali non era disponibile il dato puntuale, passando da una stima di consumo a metro quadrato a una stima di consumo a persona.

⁷⁷ Ove non disponibile, il dato relativo alla quantità di acqua scaricata è stato stimato pari alla quantità di acqua prelevata e destinato alla rete fognaria.

Packaging B2C (t)	2023		
	Non rinnovabile (t)	Rinnovabile (t)	Totale (t)
Carta/Cartone	0,0	1.633,7	1.633,7
Plastica	298,7	0,7	299,4
Metalli	4,0	0,0	4,0
Legno	0,0	2,2	2,2
Cotone	0,0	25,1	25,1
Altri materiali	5,9	6,0	11,9
Totale	308,6	1.667,7	1.976,3

Packaging B2C		2023
Carta/Cartone (t)		1.633,7
di cui certificati e/o riciclati (%)		55%
Plastica (t)		299,4
di cui certificata e/o riciclata (%)		42%
Metalli (t)		4,0
Legno (t)		2,2
Cotone (t)		25,1
Altri materiali (t)		11,9
di cui certificati e/o riciclati (%)		35%
Totale (t)		1.976,3
di cui certificato e/o riciclato (%)		52%

Packaging B2B (t)	2023		
	Non rinnovabile (t)	Rinnovabile (t)	Totale (t)
Carta/Cartone	0,0	2.257,3	2.257,3
Plastica	368,4	2,7	371,1
Altri materiali	0,0	0,6	0,6
Totale	368,4	2.260,5	2.628,9

Packaging B2B		2023
Carta/Cartone (t)		2.257,3
di cui certificati e/o riciclati (%)		90%
Plastica (t)		371,1
di cui certificata e/o riciclata (%)		51%
Altri materiali (t)		0,6
di cui certificati e/o riciclati (%)		0%
TOTALE (t)		2.628,9
di cui certificato e/o riciclato (%)		85%

⁷⁸ Nel 2023 è stata affinata la metodologia di raccolta dati relativi sia al packaging B2C sia B2B ed è stato ampliato il perimetro di rendicontazione. Pertanto, si è preferito non mostrare il confronto con i due anni precedenti in quanto non più comparabili. Il Gruppo sta affinando il calcolo al fine di rendere i dati comparabili nel tempo.

RIFIUTI GENERATI E MATERIALI UTILIZZATI PER LE ATTIVITÀ DI UFFICIO

Nella tabella sottostante si riporta il totale dei rifiuti pericolosi⁷⁹ e non pericolosi prodotti a livello di Gruppo suddivisi per tipologia:

GRI 306-3 Rifiuti generati

Peso totale dei rifiuti generati ⁸⁰						
Composizione rifiuti	2023		2022		2021	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Totale rifiuti generati (t)	13,1	3.386,8	7,0	3.314,1	6,2	3.132,7
di cui plastica (t)	0,0	783,3	0,0	1.191,1	0,0	1.036,4
di cui carta e cartone (t)	0,0	1.709,5	0,0	1.514,4	0,0	1.428,6
di cui rifiuti elettronici (t)	0,5	4,2	1,4	0,3	0,0	0,5
di cui altro (t)	12,6	889,8	5,6	608,3	6,2	667,2
Totale annuo (t)	3.399,9		3.321,1		3.138,9	
Rifiuti pericolosi (%)	0,4%		0,2%		0,2%	
Rifiuti non pericolosi (%)	99,6%		99,8%		99,8%	

Nella tabella sottostante si riporta il totale della carta e dei toner utilizzati per le stampanti di tutte le sedi del Gruppo:

Peso totale dei materiali utilizzati per le attività di ufficio						
Materiale (t)	2023			2022		
	Non rinnovabile	Rinnovabile	Totale	Non rinnovabile	Rinnovabile	Totale
Carta	0,0	67,8	67,8	0,0	71,3	71,3
di cui riciclata	0,0	16,6	16,6	0,0	6,3	6,3
di cui certificata FSC	0,0	47,0	47,0	0,0	20,0	20,0
Toner	1,7	0,0	1,7	2,0	0,0	2,0
Totale	1,7	67,8	69,5	2,0	71,3	73,3

⁷⁹ Un rifiuto ha caratteristiche di pericolosità se è esplosivo, comburente, infiammabile, irritante, tossico, cancerogeno, corrosivo, infettivo, mutageno, sensibilizzante, ecotossico.

⁸⁰ Ove non disponibili, i dati relativi a quantità e tipologia di rifiuti prodotti nel 2023 sono stati stimati coerentemente alla dimensione di negozi/uffici/siti produttivi comparabili (appartenenti alla medesima Region) e alla relativa composizione di rifiuti prodotti. Per i rifiuti stimati, il dato relativo alla composizione dei rifiuti riflette un'ipotesi di ripartizione di 60% di rifiuti in carta e cartone, 30% di rifiuti in plastica e 10% di rifiuti indifferenziati. Il Gruppo si impegna ad affinare progressivamente il dato in ottica di miglioramento continuo.

Correlazione tematiche materiali e impatti generati

Tematiche materiali	Impatto generato	Descrizione	Natura impatto	
Compliance ed etica di business	Impatti negativi sulle persone e sui sistemi economici generati da una condotta non etica del business	Comportamento anti-competitivo, pratiche monopolistiche, episodi di corruzione con impatti negativi sull'economia e sui mercati	Negativo	Potenziale
	Comunicazione interna/esterna non allineata ai valori dell'organizzazione	Comunicazione non trasparente e inefficace verso gli stakeholder riguardo i valori e le azioni del Gruppo	Negativo	Potenziale
	Non conformità a leggi e normative in ambito fiscale	Impatto negativo sull'economia del Paese in cui il Gruppo opera per mancato versamento delle imposte e tasse dovute	Negativo	Potenziale
	Casi di corruzione attiva e passiva	Verificarsi di casi di corruzione attiva e passiva, comportamenti anticoncorrenziali e riciclaggio	Negativo	Potenziale
	Non conformità a leggi, normative, standard in ambito sociale e ambientale	Non conformità a leggi, normative, standard interni ed esterni applicabili, con impatti economici indiretti sugli stakeholder	Negativo	Potenziale
Creazione e distribuzione del valore economico	Generazione e distribuzione di valore economico	Impatti economici positivi diretti e indiretti generati dal Gruppo attraverso le proprie attività di business per lavoratori, comunità locali e altri stakeholder	Positivo	Attuale
Innovazione	Sviluppo del design sostenibile e innovativo dei prodotti	Promozione del design sostenibile dei prodotti, anche attraverso investimenti in ricerca e sviluppo, al fine di elevare la durabilità del prodotto e la sua riciclabilità	Positivo	Attuale
	Innovazione tecnologica dei processi	Impatti positivi sulle persone e sui sistemi economici generati da innovazioni tecnologiche di processo	Positivo	Attuale
Attrazione dei talenti e benessere dei dipendenti	Politiche di remunerazione competitive per i dipendenti	Politiche di remunerazione eque che valorizzino le competenze dei lavoratori in modo tale anche da attrarre, motivare e fidelizzare le persone dotate delle qualità professionali richieste	Positivo	Potenziale
	Benessere dei dipendenti	Promozione del benessere dei dipendenti attraverso l'implementazione di attività di well-being, benefit dedicati e strumenti di ascolto	Positivo	Attuale
Formazione e sviluppo dei dipendenti	Sviluppo e valorizzazione delle competenze dei lavoratori attraverso attività formative	Miglioramento delle competenze dei lavoratori attraverso lo sviluppo	Positivo	Attuale

Tematiche materiali	Impatto generato	Descrizione	Natura impatto	
		professionale anche legato a obiettivi di crescita e sistemi di valutazione personalizzati (e.g., piani di sviluppo carriera)		
Promozione delle diversità e dell'inclusione	Casi di discriminazione	Impatti negativi sulla soddisfazione e sulla motivazione dei dipendenti a causa di casi di discriminazione culturale, di origine etnica, genere, orientamento sessuale, religione, nazionalità, età, opinione politica, affiliazione sindacale, stato civile, disabilità fisica o mentale e qualsiasi altro stato o caratteristica personale	Negativo	Potenziale
	Creazione di un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso delle diversità culturali	Valorizzazione delle diversità e promozione di un clima aziendale inclusivo grazie ad attività e iniziative aziendali	Positivo	Potenziale
	Assenza di diversità negli organi di controllo	Assenza di un organo di governo omogeneo in termini di genere e background, con conseguente mancanza di rappresentazione e possibile fenomeno del "Groupthink"	Negativo	Potenziale
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	Infortuni sul luogo di lavoro	Infortuni o altri incidenti sul luogo di lavoro, con conseguenze negative per la salute dei lavoratori diretti o dei collaboratori esterni	Negativo	Attuale
	Ambienti di lavoro sicuri e salubri	Ambienti di lavoro sicuri e salubri nel rispetto della normativa vigente anche tramite l'utilizzo di adeguate attrezzature e dispositivi di sicurezza	Positivo	Attuale
	Malattie professionali sul luogo di lavoro	Insorgere di patologie dovute a processi di produzione e ambienti di lavoro non salubri o rischiosi	Negativo	Potenziale
Cambiamento climatico ed efficientamento energetico	Consumi di energia	Consumo di energia da fonti rinnovabili e non rinnovabili, con conseguenti impatti negativi sull'ambiente e riduzione dello stock energetico	Negativo	Attuale
	Generazione di emissioni GHG dirette e indirette (Scope 1 e 2)	Contributo al cambiamento climatico mediante emissioni GHG dirette e indirette, legate alle attività svolte nelle sedi e siti del Gruppo	Negativo	Attuale
	Generazione di emissioni GHG indirette (Scope 3)	Generazione di emissioni indirette climalteranti prodotte nella catena del valore come risultato delle attività svolte	Negativo	Attuale

Tematiche materiali	Impatto generato	Descrizione	Natura impatto	
Eco-design, ciclo di vita del prodotto ed economia circolare	Generazione di rifiuti	Impatti ambientali legati alla produzione di rifiuti pericolosi e non pericolosi e al loro inadeguato smaltimento	Negativo	Attuale
	Mancata gestione responsabile del prodotto al termine del ciclo di vita	Gestione non responsabile del prodotto attraverso un mancato controllo dei processi upstream e downstream della catena del valore	Negativo	Potenziale
	Riciclo e riutilizzo degli scarti e attività di simbiosi industriale	Pratiche di riutilizzo e re-immissione all'interno del processo produttivo degli scarti di lavorazione in seguito a operazioni di recupero, riciclo e ricondizionamento, anche in ottica di economia circolare	Positivo	Attuale
	Depauperamento delle risorse naturali	Utilizzo delle risorse naturali con conseguente riduzione della disponibilità delle stesse	Negativo	Attuale
Gestione della risorsa idrica	Consumo della risorsa idrica	Prelievo e consumo della risorsa idrica nei propri processi produttivi con ripercussioni sulla disponibilità della stessa	Negativo	Attuale
	Contaminazione del suolo e delle acque sotterranee attraverso gli scarichi idrici	Sversamento di sostanze inquinanti nel suolo e nelle acque sotterranee generate dalle attività produttive del Gruppo e con conseguente contaminazione delle falde acquifere	Negativo	Potenziale
Protezione della biodiversità terrestre e marina	Contributo alla perdita di biodiversità	Sviluppo di attività industriali che possono causare danni alla biodiversità (ecosistemi terrestri e marini), come alterazione delle condizioni ambientali preesistenti e utilizzo di pesticidi (quali erbicidi, insetticidi, fungicidi, nematocidi e rodenticidi) sugli organismi non-target	Negativo	Potenziale
	Tutela degli oceani	Eliminazione della plastica problematica o non necessaria negli imballaggi e incremento dell'utilizzo di plastica riciclata	Positivo	Attuale
	Sviluppo di attività finalizzate alla protezione della biodiversità	Implementazione di progetti non legati al core business e in collaborazione con enti e istituzioni per la protezione degli ecosistemi naturali, delle specie protette e in via di estinzione e orientate alla promozione di pratiche rigenerative	Positivo	Attuale

Tematiche materiali	Impatto generato	Descrizione	Natura impatto	
Approvvigionamento sostenibile delle materie prime	Approvvigionamento sostenibile delle materie prime	Approvvigionamento sostenibile delle materie prime, con attenzione al benessere degli animali, all'uso efficiente delle risorse e all'impatto sul suolo	Positivo	Potenziale
	Mancato approvvigionamento di materie prime certificate	Creazione di prodotti che non soddisfano i requisiti di sostenibilità richiesti dal mercato e che derivano dal mancato approvvigionamento di materie prime certificate	Negativo	Potenziale
Aspetti di sostenibilità nella catena di fornitura	Impatti ambientali e sociali lungo la catena di fornitura	Impatti negativi derivanti dall'approvvigionamento di beni e servizi dai fornitori, in particolare riguardo agli impatti che questi generano su aspetti ambientali e sociali	Negativo	Potenziale
	Creazione di una filiera tracciabile	Implementazione di modalità e procedure per rintracciare la fonte, l'origine o le condizioni di produzione delle materie prime e dei prodotti finiti	Positivo	Potenziale
Rispetto dei diritti umani e dei lavoratori	Casi di violazione dei diritti umani all'interno dell'organizzazione e della propria catena di fornitura	Violazione dei diritti umani lungo la catena di fornitura e all'interno del Gruppo, come ad esempio, il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva, lavoro minorile, lavoro forzato o obbligatorio	Negativo	Potenziale
	Relazioni industriali trasparenti	Sviluppo di relazioni trasparenti tra forza lavoro e management, tutelando la libertà di associazione, di contrattazione collettiva e del diritto di rappresentanza dei lavoratori	Positivo	Attuale
Etichettatura e comunicazione sul prodotto	Pratiche di etichettatura efficienti	Etichettatura efficiente in conformità alle normative nazionali e internazionali	Positivo	Attuale
	Informazione innovativa dei clienti	Utilizzo di strumenti innovativi per informare i clienti in merito alle credenziali di sostenibilità dei loro acquisti, quali, ad esempio, il passaporto digitale: un sistema di autenticità-tracciabilità che consente al cliente finale di ricevere immediatamente un riscontro sulla natura del capo acquistato	Positivo	Attuale
	Pubblicità e strategie di marketing ingannevoli	Impatti negativi sui clienti e utilizzatori finali causati da comunicazioni fuorvianti ed indicazioni errate in termini di etichettatura o presentazione del prodotto	Negativo	Potenziale

Tematiche materiali	Impatto generato	Descrizione	Natura impatto	
Gestione delle informazioni e privacy	Violazione e perdita dei dati e scarsa gestione della sicurezza informatica	Mancata applicazione di procedure ottimali di gestione dei dati a discapito della privacy e della tutela dei dati sensibili	Negativo	Potenziale
Standard di qualità e sicurezza del prodotto	Offerta di prodotti sicuri e di elevata qualità	Sviluppo di prodotti che rispettino i criteri di qualità e sicurezza allineati alle best practice del settore, attraverso l'attenta e scrupolosa selezione dei propri fornitori e rigorosi controlli prima della messa in produzione attraverso accurate verifiche	Positivo	Attuale
	Utilizzo di sostanze chimiche dannose	Impatti negativi sulla salute degli utilizzatori del prodotto e/o all'ambiente, dovuti all'utilizzo di sostanze chimiche e/o materie prime dannose per la salute dell'uomo e dell'ambiente	Negativo	Potenziale
Valorizzazione e tutela del brand	Identità del brand	Rafforzamento dell'identità del brand, attraverso la promozione dei valori e dei principi che lo contraddistinguono. Valorizzazione dell'identità caratteristica del marchio e promozione di programmi e attività volti a favorire il riconoscimento e il posizionamento tra tutti gli stakeholder (ad esempio, dipendenti, clienti, fornitori)	Positivo	Attuale
	Anticontraffazione	Mancato sviluppo di processi di anticontraffazione online per l'autenticazione dei prodotti acquistati attraverso strumenti di gestione e prevenzione (Brand Protection and Intellectual Property)	Negativo	Potenziale
Supporto alle comunità locali e al territorio	Supporto economico alle associazioni appartenenti alla comunità locale	Supporto allo sviluppo locale attraverso contribuzioni e donazioni alle associazioni del territorio	Positivo	Attuale
	Sviluppo di sinergie	Sviluppo di sinergie con enti e istituzioni del territorio, per instaurare canali di ascolto e comunicazione con le comunità locali in cui il Gruppo opera	Positivo	Attuale
	Impatti economici positivi generati sulle comunità locali	Contributo allo sviluppo di opportunità professionali sul territorio in cui il Gruppo opera con conseguenti impatti economici diretti/indiretti sulle comunità locali	Positivo	Attuale

GRI – perimetro e tipologia degli impatti generati

Tematiche materiali	Riconciliazione con GRI Standards	Perimetro dell'impatto	Ruolo del Gruppo Armani
Compliance ed etica di business	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 205-3 (2016): Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		
	GRI 206-1 (2016): Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche		
Creazione e distribuzione del valore economico	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 201-1 (2016): Valore economico direttamente generato e distribuito		
Innovazione	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
Attrazione dei talenti e benessere dei dipendenti	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 401-2 (2016): Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato		
Formazione e sviluppo dei dipendenti	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 404-1 (2016): Ore medie di formazione annua per dipendente		
	GRI 404-3 (2016): Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale		
Promozione delle diversità e dell'inclusione	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 405-1 (2016): Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti		
	GRI 406-1 (2016): Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani Indiretto – Connesso alle attività del Gruppo Armani attraverso relazioni di business
	GRI 403-1 (2018): Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro		
	GRI 403-2 (2018): Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti		

Tematiche materiali	Riconciliazione con GRI Standards	Perimetro dell'impatto	Ruolo del Gruppo Armani
	GRI 403-3 (2018): Servizi di medicina del lavoro		
	GRI 403-4 (2018): Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro		
	GRI 403-5 (2018): Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro		
	GRI 403-6 (2018): Promozione della salute dei lavoratori		
	GRI 403-7 (2018): Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali		
	GRI 403-9 (2018): Infortuni sul lavoro		
Cambiamento climatico ed efficientamento energetico	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani Fornitori di energia elettrica Partner e Fornitori	Diretto – causato dal Gruppo Armani Indiretto – Connesso alle attività del Gruppo Armani attraverso relazioni di business
	GRI 302-1 (2016): Energia consumata all'interno dell'organizzazione		
	GRI 305-1 (2016): Emissioni dirette di GHG (Scope 1)		
	GRI 305-2 (2016): Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)		
	GRI 305-3 (2016): Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)		
Eco-design, ciclo di vita del prodotto ed economia circolare	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani Partner e Fornitori	Diretto – causato dal Gruppo Armani Indiretto – Connesso alle attività del Gruppo Armani attraverso relazioni di business
	GRI 306-1 (2020): Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti		
	GRI 306-2 (2020): Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti		
	GRI 306-3 (2020): Rifiuti prodotti		
Gestione della risorsa idrica	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani Fornitori di servizi idrici	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 303-1 (2018): Interazione con l'acqua come risorsa condivisa		
	GRI 303-2 (2018): Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua		
	GRI 303-3 (2018): Prelievo idrico		
	GRI 303-4 (2018): Scarico di acqua		

Tematiche materiali	Riconciliazione con GRI Standards	Perimetro dell'impatto	Ruolo del Gruppo Armani
Protezione della biodiversità terrestre e marina	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani Partner e fornitori	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 304-1 (2016): Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette		Indiretto – Connesso alle attività del Gruppo Armani attraverso relazioni di business
Approvvigionamento sostenibile delle materie prime	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
Aspetti di sostenibilità nella catena di fornitura	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani Partner e fornitori	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 308-1 (2016): Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali		Indiretto – Connesso alle attività del Gruppo Armani attraverso relazioni di business
	GRI 414-1 (2016): Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali		
Rispetto dei diritti umani e dei lavoratori	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani Partner e Fornitori	Diretto – causato dal Gruppo Armani
Etichettatura e comunicazione sul prodotto	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 417- 2 (2016): Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		
Gestione delle informazioni e privacy	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 418-1 (2016): Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		
Standard di qualità e sicurezza del prodotto	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
	GRI 416-2 (2016): Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		
Valorizzazione e tutela del Brand	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani
Supporto alle comunità locali e al territorio	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	Gruppo Armani	Diretto – causato dal Gruppo Armani



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Vittor Pisani, 25
20124 MILANO MI
Telefono +39 02 6763.1
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità

*Al Consiglio di Amministrazione della
Giorgio Armani S.p.A.*

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*“limited assurance engagement”*) del Bilancio di Sostenibilità 2023 Armani Values (di seguito “Bilancio di Sostenibilità”) del Gruppo Giorgio Armani relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori della Giorgio Armani S.p.A. sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai *“Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards”* definiti dal GRI – *Global Reporting Initiative* (“GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Giorgio Armani in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

Nell’esercizio di riferimento del presente incarico la nostra società di revisione ha applicato l’*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, ha mantenuto un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'*"International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) – Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information"* (di seguito anche *"ISAE 3000 Revised"*), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* (*"reasonable assurance engagement"*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Valore economico generato, distribuito e trattenuto" del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Giorgio Armani S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo Giorgio Armani S.p.A. e per le controllate G.A. Operations S.p.A. e Giorgio Armani Corporation:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;



Gruppo Giorgio Armani
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2023

- per le società Giorgio Armani Corporation e G.A. Operations S.p.A. (sito produttivo di Modena), che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Giorgio Armani relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità in relazione agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2021, al 31 dicembre 2020 e al 31 dicembre 2019 non sono stati sottoposti a verifica.

Milano, 4 febbraio 2025

KPMG S.p.A.

Emanuele Bazzana
Socio

Indice dei contenuti GRI

Dichiarazione d'uso	Il Gruppo Armani ha presentato una rendicontazione in conformità agli standard GRI per il periodo che intercorre dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023
Utilizzato GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinenti	N/A

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2 - Informative generali (2021)	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Il Gruppo nel mondo: aree di attività e marchi 1.2.1. Governance e struttura del Gruppo			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica			
	2-4 Revisione delle informazioni	Nota metodologica			
	2-5 Assurance esterna	Nota metodologica			
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Il Gruppo nel mondo: aree di attività e marchi 4.1.1 Gestione della catena di fornitura			
	2-7 Dipendenti	2.1.1 Dipendenti del Gruppo Appendice/Dati relativi alle risorse umane			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	2.1.2 Lavoratori non dipendenti del Gruppo Appendice/Dati relativi alle risorse umane			
	2-9 Struttura e composizione della governance	1.2.1. Governance e struttura del Gruppo 1.2.2 Governance di sostenibilità			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.2.1. Governance e struttura del Gruppo 1.2.2 Governance di sostenibilità			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	1.2.1. Governance e struttura del Gruppo			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	1.2.1 Governance e struttura del Gruppo 1.2.2 Governance di sostenibilità			
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	1.2.1 Governance e struttura del Gruppo 1.2.2 Governance di sostenibilità			

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
GRI 2 - Informative generali (2021)	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	1.2.2 Governance di sostenibilità			
	2-15 Conflitti d'interesse	1.2.1. Governance e struttura del Gruppo			
	2-16 Comunicazione delle criticità	1.2.2 Governance di sostenibilità			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	1.2.1. Governance e struttura del Gruppo			
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo			Vincolo di riservatezza	
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni			Vincolo di riservatezza	
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	2.1.1 Dipendenti del Gruppo			
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale			Vincolo di riservatezza	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera del Presidente Il nostro impegno per la sostenibilità			
	2-23 Impegno in termini di policy	Il nostro impegno per la sostenibilità 1.2.3 Valori e strumenti di controllo 4.1.1 Gestione della catena di fornitura			
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Il nostro impegno per la sostenibilità 1.2.3 Valori e strumenti di controllo 4.1.1 Gestione della catena di fornitura			
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Il nostro impegno per la sostenibilità 1.2.3 Valori e strumenti di controllo 4.1.1 Gestione della catena di fornitura			
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	1.2.3 Valori e strumenti di controllo			
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	1.2.3 Valori e strumenti di controllo			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	1.1 Il Gruppo nel mondo: aree di attività e marchi			
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder			

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
	2-30 Contratti collettivi	2.1.1 Dipendenti del Gruppo			
TEMI MATERIALI					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder Appendice/GRI – Perimetro e tipologia degli impatti generati			
	3-2 Elenco di temi materiali	1.4 Analisi di materialità, rischi e opportunità ESG e stakeholder Appendice/GRI – Perimetro e tipologia degli impatti generati			
COMPLIANCE ED ETICA DI BUSINESS					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	1.2.3 Valori e strumenti di controllo			
GRI 205: Anticorruzione (2016)	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni Intraprese	1.2.3 Valori e strumenti di controllo			
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	1.2.3 Valori e strumenti di controllo			
CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	1.2.4 Valore economico generato, distribuito e trattenuto			
GRI 201: Performance economiche (2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	1.2.4 Valore economico generato, distribuito e trattenuto Appendice/Dati economici e di Governance			
INNOVAZIONE					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.3.7 Innovazione			
ATTRAZIONE DEI TALENTI E BENESSERE DEI DIPENDENTI					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.1.1 Dipendenti del Gruppo 2.4 Pacchetto welfare per i dipendenti in Italia			
GRI 401 Occupazione (2016)	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	2.4 Pacchetto welfare per i dipendenti in Italia			
FORMAZIONE E SVILUPPO DEI DIPENDENTI					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.3 Formazione e sviluppo dei dipendenti			
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	2.3 Formazione e sviluppo dei dipendenti Appendice – Dati relativi alle risorse umane			

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	2.3 Formazione e sviluppo dei dipendenti Appendice - Dati relativi alle risorse umane			
PROMOZIONE DELLE DIVERSITÀ E DELL'INCLUSIONE					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.2 Diversità, inclusione e pari opportunità			
GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2.1.1 Dipendenti del Gruppo Appendice/ Dati relativi alle risorse umane			
GRI 406: Non discriminazione (2016)	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	2.2 Diversità, inclusione e pari opportunità			
SALUTE E SICUREZZA SUI LUOGHI DI LAVORO					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	2.5 Salute e sicurezza			
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.5 Salute e sicurezza			
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2.5 Salute e sicurezza			
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	2.5 Salute e sicurezza			
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.5 Salute e sicurezza			
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.5 Salute e sicurezza 2.3 Formazione e sviluppo dei dipendenti			
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	2.5 Salute e sicurezza			
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	2.5 Salute e sicurezza			

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
	403-9 Infortuni sul lavoro	2.5 Salute e sicurezza Appendice/ Dati relativi alle risorse umane			
CAMBIAMENTO CLIMATICO ED EFFICIENTAMENTO ENERGETICO					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	3.1 Tutela ambientale e utilizzo efficiente delle risorse			
GRI 302: Energia (2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	3.1.1 Consumi energetici Appendice – Dati ambientali			
GRI 305: Emissioni (2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	3.1.2 Emissioni in atmosfera Appendice – Dati ambientali			
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	3.1.2 Emissioni in atmosfera Appendice – Dati ambientali			
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	3.1.2 Emissioni in atmosfera Appendice – Dati ambientali			
ECO-DESIGN, CICLO DI VITA DEL PRODOTTO ED ECONOMIA CIRCOLARE					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	3.4 Economia circolare, gestione dei rifiuti e materiali utilizzati per le attività di ufficio			
GRI 306: Rifiuti (2020)	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	3.4 Economia circolare, gestione dei rifiuti e materiali utilizzati per le attività di ufficio			
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	3.4 Economia circolare, gestione dei rifiuti e materiali utilizzati per le attività di ufficio			
	306-3 Rifiuti prodotti	3.4 Economia circolare, gestione dei rifiuti e materiali utilizzati per le attività di ufficio Appendice – Dati ambientali			
GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	3.1.3 Gestione delle risorse idriche			
GRI 303: Acqua e scarichi idrici (2018)	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	3.1.3 Gestione delle risorse idriche			
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	3.1.3 Gestione delle risorse idriche			
	303-3 Prelievo idrico	3.1.3 Gestione delle risorse idriche Appendice – Dati ambientali			
	303-4 Scarico d'acqua	3.1.3 Gestione delle risorse idriche Appendice – Dati ambientali			
TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ TERRESTRE E MARINA					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	3.2 Tutela della biodiversità e degli oceani 3.3. Packaging			

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
GRI 304: Biodiversità (2016)	304-1 Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette e aree a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette	3.2 Tutela della biodiversità e degli oceani			
APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLE MATERIE PRIME					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	3.2 Tutela della biodiversità e degli oceani 4.3 Relazione con i clienti			
ASPETTI DI SOSTENIBILITÀ NELLA CATENA DI FORNITURA					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.1 Relazioni con la catena di fornitura			
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	4.1.1 Gestione della catena di fornitura			
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	4.1.1 Gestione della catena di fornitura			
RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E DEI LAVORATORI					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	1.2.2 Governance di sostenibilità 4.1 Relazioni con la catena di fornitura			
ETICHETTATURA E COMUNICAZIONE SUL PRODOTTO					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.3.2 Etichettatura del prodotto			
GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	4.3.2 Etichettatura del prodotto			
GESTIONE DELLE INFORMAZIONI E PRIVACY					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.3.4 Gestione della privacy			
GRI 418: Privacy dei clienti (2016)	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	4.3.4 Gestione della privacy			
STANDARD DI QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.3.5 Sicurezza del prodotto			

GRI standards	Disclosure	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	4.3.5 Sicurezza del prodotto			
VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL BRAND					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.3.3 Tutela del brand			
SUPPORTO ALLE COMUNITÀ LOCALI E AL TERRITORIO					
GRI 3 – Temi materiali (2021)	3-3 Gestione dei temi materiali	4.2 Relazioni con la comunità			

