GIORGIO ARMANI

ARMANI SALUES

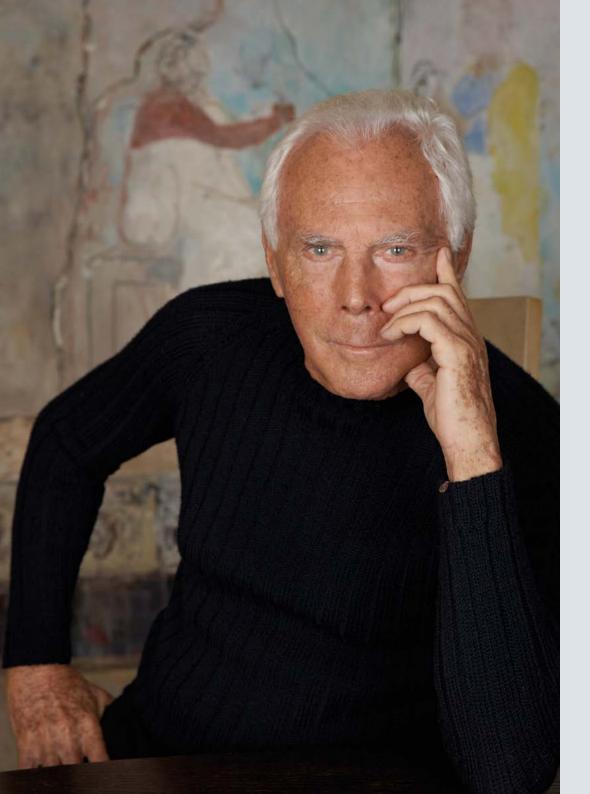
IL GRUPPO ARMANI E LA SOSTENIBILITÀ SINTESI DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2021



ARMANI / VALUES

Dietro il design delle nostre creazioni c'è una grande storia da raccontare.
Al di là dello stile c'è uno stile di vita.
Oltre le nostre sfilate ci sono passi che conducono a un futuro più responsabile.
Valori autentici e condivisi nei confronti di tutti: collaboratori, ambiente, collettività.

Armani/Values.
Sono i nostri valori.
I valori della sostenibilità.



"Soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri" è l'imperativo dei nostri tempi.

Per non lasciare che resti solo una dichiarazione di intenti, è necessario che questi concetti siano integrati nei valori dell'azienda e nelle strategie di business che ne guidano lo sviluppo.

Giorgio Armani Presidente

Sjoyio amai

La sensibilità distintiva verso i cambiamenti della società e del contesto complesso in cui ci troviamo porta il Gruppo Armani a lavorare per la sostenibilità con sempre maggiore attenzione e concretezza.

Anche quest'anno e per il futuro, il Gruppo conferma e rafforza il suo impegno a valorizzare le sue persone, ridurre il proprio impatto ambientale, sviluppare e sostenere il territorio in cui opera, sensibilizzare i propri clienti sugli aspetti di sostenibilità sociale e ambientale, guidare e accompagnare i propri fornitori in un percorso di miglioramento continuo.

La strategia di sostenibilità è stata concepita per essere applicata a livello globale e declinata con obiettivi specifici per ciascun marchio e per tutte le aree in cui l'azienda opera.

Andrea Camerana Consigliere Delegato alla Sostenibilità



IL 2021 IN NUMERI E FATTI



di Sant'Egidio, Acqua for Life, FAI, Obiettivo 3, ForestaMI, Opera San Francesco, Teatro Alla Scala

e Amici del MAXXI

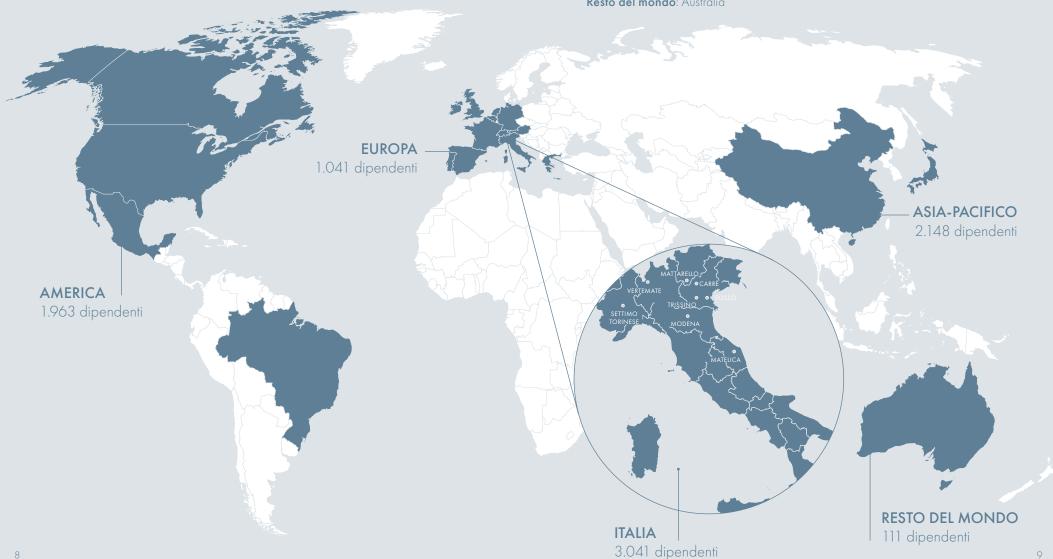
IL GRUPPO NEL MONDO

• Aree geografiche in cui opera direttamente il Gruppo Armani

Europa: Italia, Belgio, Olanda, Francia, Germania, Austria, Portogallo, Spagna, UK, Irlanda, Svizzera, Monaco, Grecia **America:** Stati Uniti, Canada, Messico, Brasile

Asia: Giappone, Cina con l'inclusione di Hong Kong S.A.R., Macau S.A.R.

Resto del mondo: Australia



Poli Produttivi

IL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ

dell'evento sostenibile

"Night Only Dubai"

Inverno 2022/23

1996	2003	2010	2012	2013	2014	
Esposizione modello di jeans riciclato al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano	Premio CA-RI-FE per la reintroduzione della canapa tessile nel settore moda italiano	Nascita del progetto Acqua for Life	• Abito in PET Riciclato sul Red Carpet dei Golden Globes	Istituzione del dipartimento di Corporate Social Responsibility	Pubblicazione codici di condotta e primi audit sociali e ambientali sulla catena di fornitura	
				Pubblicazione Capitolati PRSL	Installazione dei primi impianti fotovoltaici nelle palazzine di via Bergognone	
2015	2016	2017	2018	2019	2020	
•	•	•	•	•	•	
Primi studi LCA sui best seller (Progetto del Ministero dell'Ambiente)	Anno di costituzione della Fondazione Giorgio Armani	Green Carpet Fashion award	Progetto pilota Armani Sustainability Project (ASP)	Lancio dell'iniziativa Armani Development Program , destinata alla formazione e	Lancio della Capsule Emporio Armani recycled	
Apertura Armani/Silos	Fur Free Policy e PETA Fashion Award	Partecipazione alla stesura delle "Linee Guida per le miscele chimiche" e "Linee	Divisa Olimpia Milano in PET riciclato	alla crescita dei dipendenti del Gruppo	Supporto all'emergenza Covid-19	
	Partecipazione alla stesura	Guida per la sostenibilità del Retail"	Primo anno di rendicontazione pubblica	Adesione al Fashion Pact		
2021	delle Linee Guida sui requisiti eco-tossicologici di CNMI	di CNMI	(Report di sostenibilità 2018)	Apertura del primo outlet con concept Green		
Lancio della strategia di	Comunicazione	Seconda posizione nella	Pubblicazione degli obiettivi	Adesione alla Fashion Task	Ampliamento delle attività di	
sostenibilità - People, Planet, Prosperity - e rafforzamento	dell'impegno a non utilizzare lana d'angora	classifica europea dei Diversity Leader del	di riduzione delle emissioni di gas serra (GHG), approvati	Force della "Sustainable Markets Initiative"	stakeholder engagement e avvio aggiornamento della	
della governance	per le collezioni di tutte le linee a partire dalla stagione	Financial Times	dalla Science Based Targets Initiative (SBTi)	Adesione a Textile	matrice di materialità in ottica di doppia materialità	
Certificazione ISO 20121	Autunno	Lancio capsule sostenibili		Exchange		

10

con filati e/o tessuti in

materiali quali poliestere riciclato o cotone organico

IL MONDO ARMANI

I PRINCIPALI MARCHI DEL GRUPPO

GIORGIO ARMANI

La collezione **Giorgio Armani** comprende abiti, accessori, occhiali e la linea Haute Couture Giorgio Armani Privé, la più alta espressione di eleganza e ricercatezza dello stile Armani.

La collezione **Emporio Armani** propone un'ampia scelta di capi e accessori compresi occhiali, orologi e gioielli, dalla linea sportiva EA7 all'Emporio Armani Junior per i più piccoli.

EMPORIO ARMANI



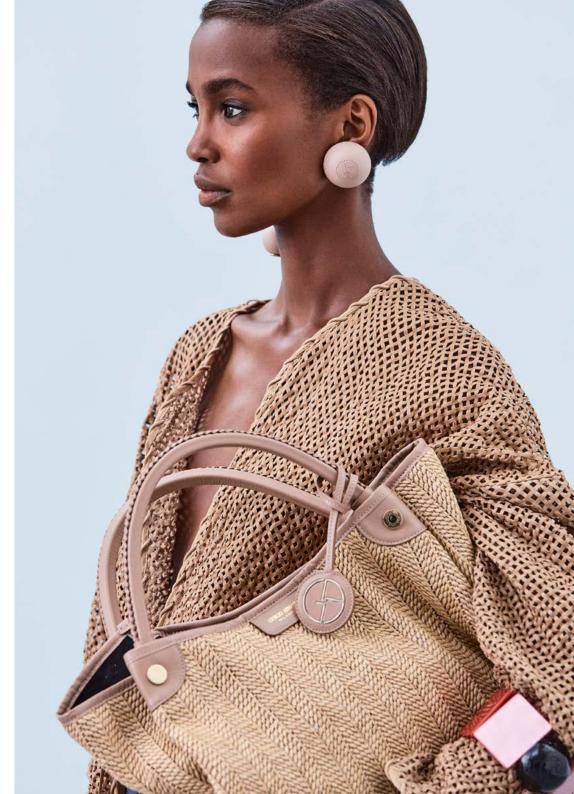
L'abbigliamento e gli accessori della collezione A|X Armani Exchange si rivolgono alle nuove generazioni e prendono ispirazione dal mondo della musica e dalla strada.

LE ALTRE AREE DI ATTIVITÀ

Lo stile Armani si afferma anche attraverso il mondo del **food & beverage**, con i ristoranti, i caffè e i club **Armani/Privé**, dell'ospitalità con gli **Armani Hotel**, dell'arredamento di lusso con il marchio **Armani/Casa**, delle composizioni floreali con **Armani/Fiori**, della cosmesi e delle fragranze con **Armani Beauty** e dei dolci con **Armani/Dolci**.

Il Gruppo Armani opera attraverso accordi di licenza produttiva e distributiva in alcune categorie di prodotto diverse dal tessile/abbigliamento quali profumi e cosmetici (L'Oréal), occhiali (Luxottica), orologi e semi-preziosi (Fossil) e dolci (Guido Gobino).

Dopo essere diventato uno dei principali sponsor della squadra di **Pallacanestro Olimpia Milano** nel 2004, il Gruppo Armani ne ha rilevato il 100% della proprietà nel 2008.



L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

"Il contrasto ai cambiamenti climatici è un impegno molto complesso che richiede grandissima dedizione e che deve riguardare l'intero processo produttivo. Il concetto di sostenibilità, infatti, va adottato a 360°, producendo meno e meglio, selezionando materie prime a basso impatto ambientale, cercando sempre processi innovativi, riducendo gli sprechi e gli scarti, utilizzando fonti di energia rinnovabili e, in questo modo, diminuendo le emissioni dannose per il pianeta.

Per questo sono particolarmente orgoglioso di questo importante percorso di sostenibilità che testimonia la volontà del Gruppo di proseguire con determinazione l'impegno intrapreso".

Giorgio Armani

Presidente

I VALORI E IL SISTEMA DI CONTROLLO

I valori del Gruppo sono formalizzati all'interno del Codice Etico che rappresenta il punto cardine del modello di etica di business e contiene i principi etici e le regole di condotta che l'organizzazione condivide con tutti i dipendenti, i collaboratori e i fornitori.

I NOSTRI VALORI







FIDUCIA



SPIRITO DI SQUADRA



TUTELA E VALORIZZAZIONE DELLA DIVERSITÀ



RESPONSABILITÀ VERSO LA COLLETTIVITÀ



TRASPARENZA E COMPLETEZZA DELLE INFORMAZIONI



BENESSERE DEI DIPENDENTI



RISPETTO DELL'AMBIENTE

IL SISTEMA DI CONTROLLO

Nel 2021

Zero

Casi di discriminazione

Casi di corruzione

 Non conformità con leggi in materia sociale, ambientale ed economica

 Azioni legali in materia anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche

LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Giorgio Armani, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha fondato nel 2016 la **Fondazione Giorgio Armani** per assicurare una guida nella gestione futura dell'azienda e la trasmissione e salvaguardia di valori e principi che, da sempre, hanno ispirato la sua attività creativa e imprenditoriale.

Nel 2021 il Gruppo ha rafforzato la propria **governance di sostenibilità** per trasformare il suo impegno in chiare e concrete azioni volte al miglioramento continuo in ambito **ESG (Environmental, Social, Governance)**.

IL MODELLO DI GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ



 Il Comitato Strategico di Sostenibilità è composto da: Consigliere Delegato alla Sostenibilità, Direttore Sostenibilità di Gruppo, Deputy Managing Director Commercial, Deputy Managing Director Operations, Deputy Managing Director Industrial e Global Human Resources Director.



PEOPLE, PLANET, PROSPERITY LA STRATEGIA E IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2019-2030

Con il lancio della **nuova strategia di sostenibilità**, nel 2021 il Gruppo Armani ha ulteriormente rafforzato il processo di pianificazione strategica, definendo un percorso basato su tre aree di azione prioritarie coerenti con i principali framework di carattere internazionale e gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** delle Nazioni Unite: **People, Planet e Prosperity**.

Per ciascuna delle tre aree, in linea con i risultati dell'analisi di materialità, sono stati definiti miglioramenti specifici di natura quali-quantitativa, che trovano la loro sintesi nel nuovo **Piano di Sostenibilità del Gruppo**.







PEOPLE

Benessere delle persone, sviluppo dei talenti, inclusione e unicità:

- 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 in sostenibilità



PLANET

Tutela ambientale e uso efficiente delle risorse:

- Riduzione emissioni in atmosfera
- Energia elettrica 100% rinnovabile entro il 2023 in Italia e il 2025 in Europa
- Economia circolare ed eco-design
- Gestione efficiente delle risorse idriche
- Utilizzo di carta 100% certificata FSC entro il 2025 per il B2C ed entro il 2030 per il B2B
- Protezione della biodiversità e degli oceani
- Eliminazione plastica monouso e incremento plastica riciclata (almeno per il 50%) entro il 2025 per il packaging B2C e il 2030 per il packaging B2B



PROSPERITY

Nuovi modelli di business per la creazione di valore economico, sociale e ambientale, generare profitto e agire a vantaggio della collettività:

- Utilizzo del 25% di materie prime a ridotto impatto ambientale entro il 2025
- 100% principali materie prime tracciate entro il 2025
- Relazioni solide e durature con i fornitori e valutazione delle loro prestazioni sulla base di criteri sociali e ambientali
- Comunicazione con i clienti più frequente e trasparente
- Rafforzamento della qualità, etichettatura e sicurezza dei prodotti
- Product Digital Passport
- Supporto e coinvolgimento delle comunità locali

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)































l'analisi di materialità

Il Gruppo Armani ha condotto un'**analisi di materialità** finalizzata a definire i temi di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

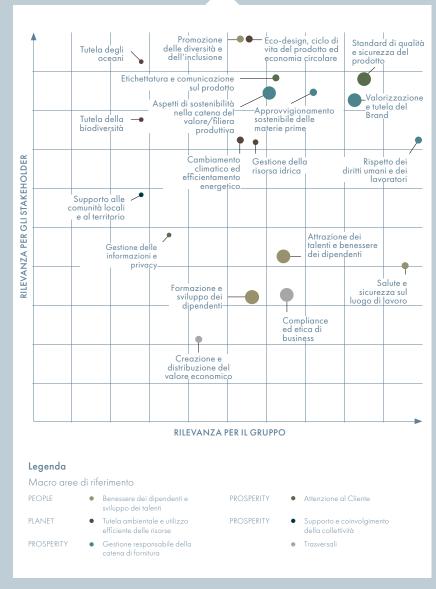
STAKEHOLDER ENGAGEMENT

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER





LA MATRICE DI MATERIALITÀ



20 21

PEOPLE

IL VALORE DELLE PERSONE

Da sempre il benessere dei dipendenti è al centro della nostra azione, la loro crescita un pensiero costante, lo sviluppo del loro talento l'obiettivo più alto.

I DIPENDENTI DEL GRUPPO



8.304

dipendenti al 31/12/2021 (+1% vs. 2020)

63% dipendenti donne

55% dipendenti fascia

83% contratti a tempo di età 30-50 anni indeterminato

89% contratti a tempo pieno

LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE (D&I)



Prima posizione del Gruppo in Italia e seconda in Europa nella classifica dei Diversity Leaders del **Financial Times**

PRINCIPALI INIZIATIVE



D&I e Whistleblowing stesura di una policy di Gruppo



Progetto Armani/Global Inclusion



"Diversità e Prevenzione" Webinar con la Fondazione Umberto Veronesi



Formazione sulla Diversità con il Politecnico di Milano



Camera Nazionale della Moda Italiana Partecipazione tavolo HR su temi D&I

LA FORMAZIONE

138.702 ore di formazione nel 2021 (+20% vs. 2020)



≈17 ore di formazione medie per dipendente

LE PRINCIPALI AREE DI FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE











PROFESSIONALE

CODICE

GOVERNANCE

SALUTE E SICUREZZA

SOSTENIBILITÀ

IL WELFARE

Nel 2021 è stato rinnovato il piano welfare **Armani People Care:** un plafond annuale per spese mediche, socioassistenziali, scolastiche, trasporti, sport, tempo libero, viaggi e cultura.

LA SALUTE E SICUREZZA

66 Infortuni nel 2021



Fatalità o infortuni con gravi conseguenze



Tamponi e vaccini Covid-19 gratuiti per tutti i dipendenti



PLANET

IL VALORE DEL PIANETA

Ogni capo di abbigliamento è fatto di design così come di acqua, materie prime e dei tanti elementi della natura che ci circondano.



LA TUTELA AMBIENTALE E L'UTILIZZO EFFICIENTE DELLE RISORSE

I consumi energetici e le emissioni

Nel 2021 il Gruppo ha definito i seguenti **ambiziosi obiettivi di riduzione delle emissioni climalteranti** per contribuire al contenimento del riscaldamento globale in linea con quanto previsto dall'Accordo di Parigi.

Entro il 2030

-50%

emissioni di gas serra Scope 1 e 2 rispetto al 2019 Entro il 2029

-42%

emissioni Scope 3 derivanti da beni e servizi acquistati e dal trasporto e dalla distribuzione rispetto al 2019



Il Gruppo Armani ha definito un piano d'azione concreto per la riduzione delle proprie emissioni e per l'acquisto di una quota crescente di energia proveniente da fonti rinnovabili, in linea con gli obiettivi del Piano di sostenibilità.

I CONSUMI ENERGETICI 2021

301.686 GJenergia consumata **+7%** vs. 2020

225.893 GJ consumi di energia elettrica

74.947 GJ consumi di gas naturale

27% energia da fonti rinnovabili

9.949 tCO₂eq

+26% vs. 2020

IL GRUPPO ARMANI E LA SOSTENIBILITÀ / SINTESI 2021



Energia elettrica 100% da fonti rinnovabili in Italia Energia elettrica da fonti rinnovabili utilizzata anche in **Spagna**, **Portogallo**, **Regno Unito e Svizzera**



Obiettivo raggiunto con due anni di anticipo



Impianto fotovoltaico in via Bergognone dal 2014

LE EMISSIONI DI GAS SERRA (tCO2eq)2



L'economia circolare e la gestione dei rifiuti

Il Gruppo Armani tiene in particolare considerazione gli aspetti di economia circolare ed è impegnato nel cercare di adottarne gradualmente i principi per la realizzazione dei suoi prodotti.

I RIFIUTI PRODOTTI NEL 2021



La gestione delle risorse idriche

Le risorse idriche sono al centro di un'attenta gestione da parte del Gruppo: sia per il maggior contenimento possibile dei prelievi sia per l'attuazione di severi controlli che assicurino scarichi idrici conformi alle normative applicabili.

I PRELIEVI IDRICI 2021



288.896 mc di cui il 94% da acquedotto

13% prelievi delle GAO³ da aree a rischio stress idrico

La biodiversità e la tutela degli oceani

Obiettivo del Gruppo nei prossimi anni sarà l'integrazione all'interno della propria strategia di sostenibilità di progetti e iniziative orientati alla protezione degli ecosistemi, delle specie protette e in via di estinzione e alla promozione di pratiche rigenerative.



GAO in Italia e a Hong Kong situate all'interno di aree protette o a elevato valore di biodiversità (Key Biodiversity Areas)

Nel 2021 è inoltre proseguito l'impegno del Gruppo nel **tutelare gli oceani** attraverso la graduale eliminazione della plastica monouso negli imballaggi e l'incremento dell'utilizzo di plastica riciclata.



Utilizzo di pellicce animali dalla stagione Autunno Inverno 2016/2017 Utilizzo di lana d'angora dalla stagione Autunno Inverno 2022/2023

3. GAO: Giorgio Armani Operations del Gruppo.

28 2

^{2.} Le emissioni totali comprendono le emissioni dirette Scope 1 e le emissioni indirette Scope 2 e 3.

IL PACKAGING: INNOVAZIONE PER MINORI IMPATTI AMBIENTALI

Dal 2012 il Gruppo Armani è impegnato in un costante processo di revisione e aggiornamento del **packaging B2C destinato al cliente**, costituito per circa il 90% da carta e cartone certificati, che ha come scopo la riduzione della plastica vergine, l'utilizzo di materie prime riciclate o di origine organica, la semplificazione delle soluzioni di imballaggio e l'incremento della riciclabilità e recupero dei materiali.

90%

Packaging B2C plastic-free

del 10% della plastica rimanente, l'8% è plastica riciclata o biobased



I PRINCIPALI STEP PERCORSI

(Giorgio Armani, Emporio Armani, A|X Armani Exchange)

2013	2018	2019	2021		
eliminazione della carta plastificata	certificazione FSC per tutti i packaging	almeno il 40% del packaging monomateriale è	aggiornamento di tutti i packaging delle licenze per i		
	, , ,	riciclato	brand GA, FA, AIX		

I NOSTRI BRAND, LA SCELTA DELLE MATERIE PRIME E I PROCESSI PRODUTTIVI

Per contrastare il cambiamento climatico, il Gruppo Armani si impegna da tempo **nella ricerca di materiali a basso impatto ambientale**: diverse sono le iniziative che vedono **coinvolti tutti i marchi del Gruppo**, il cui focus principale è la selezione e l'utilizzo di materie prime di seconda generazione provenienti da riciclo o da rigenerazione e di materiali di origine organica.

Adesione a



nel 2021

25%

di materie prime a minor impatto ambientale entro il 2025



Nel 2021, inoltre, il Gruppo ha redatto i **Requisiti di Sostenibilità per Materie Prime e Processi Produttivi**: linee guida che forniscono istruzioni per ciascuna tipologia di materiale e rappresentano un riferimento per i dipartimenti interni - dallo stile, alla ricerca e sviluppo, alla produzione e merchandising - e per i fornitori.

PROSPERITY

IL VALORE DELLA PROSPERITÀ

Il nostro percorso di sostenibilità abbraccia da sempre un orizzonte più vasto, viaggiando oltre i confini della moda, esplorando nuove strade sostenibili, per una visione di prosperità che vuole coinvolgere l'intera collettività.

LE RELAZIONI CON LA CATENA DI FORNITURA

Il Gruppo considera estremamente rilevante la **collaborazione con i fornitori** che, attraverso le loro abilità e competenze artigianali, permettono di esaltare le creazioni dei marchi del Gruppo.

PRINCIPALI AREE GEOGRAFICHE DEI FORNITORI

P	—	ITALIA	 BACINO	DEL	MEDIT	ERRA	NEC
		EUROPA	 ASIA				

Nel 2021 è stato redatto il nuovo **Codice di Sostenibilità Fornitori** con linee guida esaustive per:

- il contenimento dell'impatto ambientale di ogni attività (dalla selezione dei materiali al loro riutilizzo);
- ___ il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro del personale impiegato lungo l'intera catena del valore.





346

70% -

Audit sui fornitori nel triennio 2019-2021

dei nuovi fornitori valutati sulla base di criteri sociali e ambientali nel 2021 IL GRUPPO ARMANI E LA SOSTENIBILITÀ / SINTESI 2021

LA RELAZIONE CON I CLIENTI



Dal 2021 il Gruppo ha aderito alla **Fashion Task Force della "Sustainable Market Initiative**" allo scopo di lavorare su un "**Product Digital Passport**".

Zero

- __ non conformità in materia di sicurezza dei prodotti nel 2021
- segnalazioni di violazione dei dati personali
- ___ non conformità in materia di etichettatura dei prodotti nel 2021

Dal 2018 è attiva la **piattaforma CERTILOGO®**: un sistema di anticontraffazione che, tramite la scansione di un QR Code, consente al consumatore di partecipare al processo di autenticazione dei prodotti del Gruppo.



LA GESTIONE SOSTENIBILE DEI NEGOZI

- __ Protocollo Requisiti di Sostenibilità per Negozi
- Linee Guida per l'attività di Real Estate e Interior Design redatti nel 2021 per avviare il percorso di certificazione ambientale delle sedi e dei principali negozi.

Nel percorso virtuoso intrapreso dal Gruppo Armani in ottica di sviluppo sostenibile ed economia circolare, si inserisce l'esperienza d'acquisto negli **Armani Green Outlet**, punti vendita realizzati con materiali riciclati e riciclabili a fine vita.

18 Green Outlet

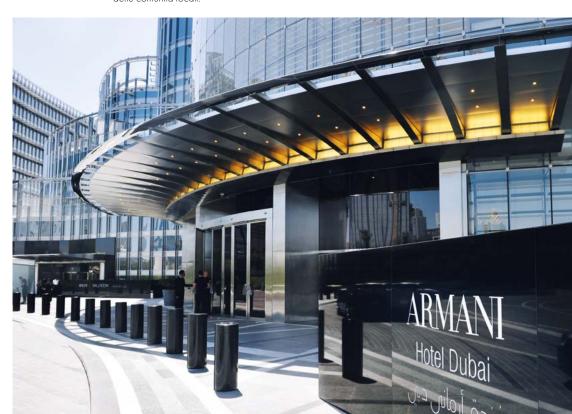
+7 nel 2021
(nuove aperture e ristrutturazioni di punti vendita)

LA GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI

Sono state redatte le **Linee Guida per la Gestione di Eventi Sostenibili** in conformità agli standard **ISO 20121**. Forniscono raccomandazioni - per tutti i fornitori, sub-fornitori e partner coinvolti - per contenere gli impatti ambientali e garantire un impatto positivo per le persone durante tutte le fasi di un evento: design, realizzazione e smantellamento.

One Night Only Dubai Hotel

- Evento sostenibile certificato ISO 20121
- __ Impatti ambientali minimizzati
- Compensazione emissioni residue con progetti REDD+4
- Progetti REDD+ (Reduction of Emissions from Deforestation and Forest Degradation)
 Agrocortex e Maísa, destinati alla tutela delle foreste e delle specie a rischio e al sostegno
 delle comunità locali.



LE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ

Il Gruppo Armani riconosce nella responsabilità verso la collettività uno dei valori fondanti della propria attività. Per tale ragione, operando direttamente o indirettamente, supporta e promuove da anni importanti progetti in collaborazione con molteplici enti a sostegno di:



RICERCA MEDICO-SCIENTIFICA

- ___ Fondazione Umberto Veronesi
- Fondazione Humanitas per la Ricerca



INCLUSIONE SOCIALE E CURA DEL TERRITORIO

- ___ Acqua for Life
- ___ Opera San Francesco per i Poveri
- __ Comunità di Sant'Egidio
- __ Save the Children
- __ Obiettivo3



TUTELA AMBIENTALE

___ FAI

___ Forestami

__ WWF



CULTURA

___ Armani/Silos

__ Teatro alla Scala

___ Amici del MAXXI

GIORGIO ARMANI



Scopri di più sul nostro impegno sostenibile. Scopri il Bilancio di Sostenibilità 2021 su armanivalues.com