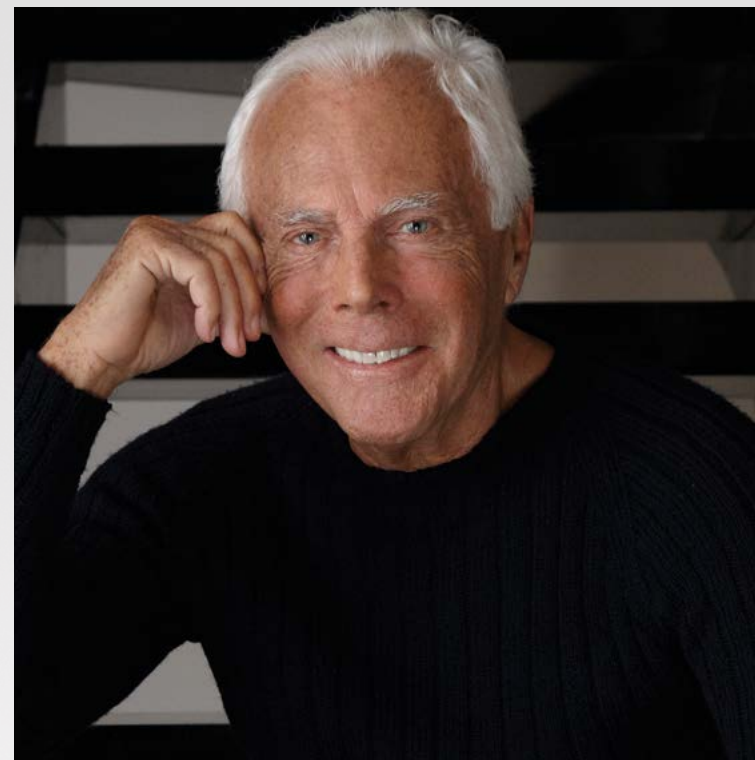


GIORGIO ARMANI

ARMANI
/ VALUES

IL GRUPPO ARMANI E LA SOSTENIBILITÀ
SINTESI DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2022



Siamo ormai tutti consapevoli che per costruire il futuro e garantire quello del pianeta sono necessari dei cambiamenti nel nostro modo di vivere e di fare impresa.

Ho sempre creduto in un concetto di impresa basato su alcuni valori per me imperativi e su un concetto di moda capace di generare valore e creare lavoro. Sappiamo che la nostra è una posizione privilegiata e dove c'è privilegio ci deve essere anche responsabilità.

Giorgio Armani
Presidente

A handwritten signature of Giorgio Armani in black ink, written in a cursive style.

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

Nel 2022 il Gruppo ha rafforzato l'integrazione delle tematiche di sostenibilità nella strategia aziendale, promuovendo il processo di pianificazione su 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 dell'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, sintetizzati nel **Piano di Sostenibilità 2019-2030** del Gruppo. Coerentemente con la strategia e filosofia del **less is more**, il Gruppo ha definito obiettivi concreti declinandoli lungo l'intera catena del valore e messo in atto una serie di azioni mirate per raggiungerli.

Con questo documento, che costituisce una breve sintesi del Bilancio di Sostenibilità¹ del Gruppo, vogliamo condividere le principali azioni messe in campo e i progressi fatti per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità.

Andrea Camerana

Consigliere delegato alla Sostenibilità

1. Il Bilancio di Sostenibilità è sottoposto per la prima volta a una *limited assurance* da parte di una Società di Revisione.



IL 2022 IN NUMERI E FATTI



GOVERNANCE

GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

- Matrice di materialità in ottica doppia materialità
- Piano strategico di Sostenibilità integrato nella strategia di business
- 12 incontri del Comitato Strategico e 3 incontri con membri del CdA

RISULTATI FINANZIARI



- € 2.352 mln di ricavi (+16% vs. 2021)
- € 2.374 mln di valore economico generato

GLOBAL REPTRAK 100



- 1° posizione tra le aziende italiane di moda
- 5° posizione nel settore a livello globale



PEOPLE

DIPENDENTI

- 8.698 dipendenti
- 51% donne dirigenti e quadri
- 62% dipendenti donne

FORMAZIONE



+14% formazione vs. 2021

FINANCIAL TIMES DIVERSITY LEADERS RANKING



Tra le prime cinque posizioni in Europa e Italia



PLANET

EMISSIONI IN ATMOSFERA

-60% emissioni Scope 1 e 2 Market-based vs. 2019

-17% emissioni Scope 3 vs. 2019 (categoria 1 e categoria 9)

ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI



68% energia elettrica da fonti rinnovabili a livello globale +33% vs. 2021

PACKAGING



88% packaging B2C plastic-free
89% della plastica è riciclata

74% packaging B2B plastic-free
85% della plastica è riciclata o di origine vegetale



PROSPERITY

CERTIFICAZIONI

- Eventi Sostenibili: certificati ISO 20121² e ISO 14067³
- Lancio Capsule Sostenibile Emporio Armani Primavera Estate 2023: QR Code per le informazioni di sostenibilità, certificate ISO 14021⁴

CATENA DI FORNITURA, MATERIE PRIME

- Analisi mappatura del rischio ESG nella filiera
- Adesione alla 2025 Sustainable Cotton Challenge
- Adesione al Manifesto della moda rigenerativa della Sustainable Markets Initiative (SMI)

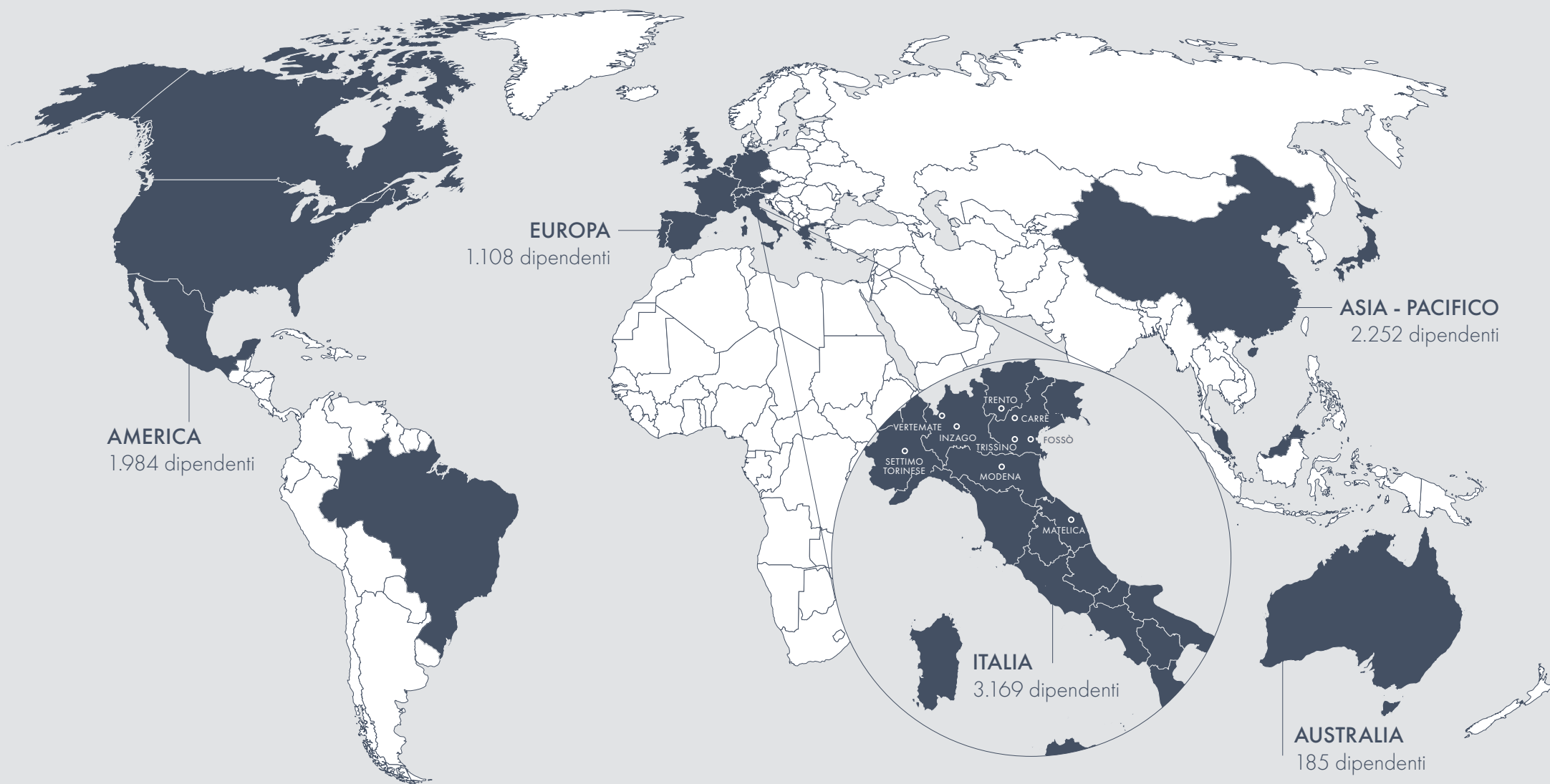
COMUNICAZIONE

Lancio del sito Armani/Values

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

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

4. Standard per una corretta formulazione di auto-dichiarazioni ambientali da parte di un'organizzazione.



Il Gruppo nel mondo al 31/12/2022

Aree geografiche in cui opera direttamente il Gruppo Armani⁵:

America

Stati Uniti, Canada, Messico, Brasile

Europa

Italia, Belgio, Olanda, Francia, Germania, Austria, Portogallo, Spagna, UK, Irlanda, Svizzera, Monaco, Grecia

Asia - Pacifico

Giappone, Cina, Hong Kong SAR, Macau SAR, Malesia, Singapore

Australia

Poli produttivi

Italia: Modena, Trissino (VI), Fossò (VE), Trento, Settimo Torinese (TO), Matelica (MC), Carrè (VI), Inzago (MI) e Vertemate (CO)

5. Il Gruppo opera in altri Paesi tramite partner terzi.

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

2013

Istituzione del dipartimento di **Corporate Social Responsibility**

2012

Abito in **PET Riciclato** sul Red Carpet dei **Golden Globes**

2010

Nascita del progetto **Acqua for Life**

2014

Primi audit sociali e ambientali sui fornitori e installazione **impianti fotovoltaici** nelle sedi di via Bergognone

2015

Apertura **Armani/Silos**

2016

Anno di costituzione della **Fondazione Giorgio Armani**

Fur Free Policy

2020

Lancio della **Capsule Emporio Armani recycled**

2019

Adesione all'iniziativa **The Fashion Pact**

2018

Primo anno di rendicontazione pubblica (**Report di Sostenibilità 2018**)

2022

Adesione al **Manifesto della moda** rigenerativa della Sustainable Markets Initiative

Applicazione, per tutti gli eventi aziendali, del **Sistema di Gestione Eventi Sostenibili** certificato ISO 20121 e ISO 14067 per il calcolo delle emissioni

Lancio **Capsule Sostenibile Emporio Armani** con QR Code dedicato alle informazioni di sostenibilità, certificate ISO 14021

Analisi mappatura del rischio ESG nella filiera

Lancio del sito web Armani/Values

2021

Governance di Sostenibilità, Strategia People, Planet, Prosperity e doppia materialità

Certificazione ISO 20121 dell'evento sostenibile **Night Only Dubai**

Comunicazione dell'impegno a non utilizzare lana d'angora per le collezioni di tutte le linee a partire dalla stagione Autunno Inverno 2022/23

Lancio capsule sostenibili con filati e/o tessuti in materiali quali poliestere riciclato o cotone biologico

Approvazione obiettivi di riduzione delle emissioni GHG da parte di **SBTi**

Adesione alla Fashion Task Force della **Sustainable Markets Initiative** e a **Textile Exchange**

IL MONDO ARMANI

I PRINCIPALI MARCHI DEL GRUPPO

GIORGIO ARMANI

Elegante e moderna, la collezione **Giorgio Armani** comprende abiti, accessori, occhiali e orologi e si distingue per l'eccellenza della realizzazione, la cura dei dettagli, la purezza delle linee e l'uso di materiali di qualità superiore.

La collezione **Emporio Armani** 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, e offre un gusto della moda moderno e innovativo.

EMPORIO ARMANI

A | X

ARMANI EXCHANGE

A|X Armani Exchange riscrive i codici del vestire metropolitano con una collezione essenziale, contemporanea e inclusiva. Propone capi e accessori accessibili e versatili, per un pubblico trasversale, senza distinzioni di genere, età e provenienza, sostituendo l'espressione individuale alle convenzioni.

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, dell'ospitalità con gli **Armani Hotel**, dell'interior design e arredamento con il marchio **Armani/Casa**, dei fiori con **Armani/Fiori**, della cosmesi 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 e dall'abbigliamento quali **cosmetici (L'Oréal)**, **occhiali (Luxottica)**, **orologi e semi-preziosi (Fossil)** e **dolci (Guido Gobino)**.

Infine, dal 2008 il Gruppo Armani è proprietario della squadra di **Pallacanestro Olimpia Milano** che nella stagione 2022-2023 ha vinto il Campionato italiano, con la conquista del trentesimo scudetto.



L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

People, Planet, Prosperity

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 del Gruppo e contiene i principi etici e le regole di condotta che l'organizzazione condivide con i dipendenti, i collaboratori, i fornitori e tutti coloro che operano in nome e per conto della società.

I NOSTRI VALORI



INTEGRITÀ E
CONDIVISIONE



FIDUCIA



SPIRITO DI
SQUADRA



TUTELA E
VALORIZZAZIONE
DELLA DIVERSITÀ



RESPONSABILITÀ
VERSO LA
COLLETTIVITÀ



TRASPARENZA
E COMPLETEZZA
DELLE INFORMAZIONI



BENESSERE DEI
DIPENDENTI



TUTELA E
RISPETTO
DELL'AMBIENTE

IL SISTEMA DI CONTROLLO

Nel 2022

Zero

- Casi di discriminazione
- Casi di corruzione
- Non conformità alle leggi in materia sociale, ambientale ed economica
- Azioni legali in materia anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche

Nel 2022 è stata avviata la stesura di una **politica relativa al Whistleblowing** che è stata pubblicata a marzo 2023.

LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Giorgio Armani, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo, ha costituito 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 struttura di **governance di sostenibilità** per trasformare il proprio impegno in chiare e concrete azioni volte al miglioramento continuo in ambito **ESG (Environmental, Social, Governance)**. Nel 2022, il **Comitato Strategico di Sostenibilità** si è riunito mensilmente per declinare gli indirizzi strategici in linee guida specifiche da sottoporre ad approvazione al Consiglio di Amministrazione.

IL MODELLO DI GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ



6. Il Comitato Strategico di Sostenibilità è composto dal Consigliere delegato alla Sostenibilità, dal Direttore Sostenibilità di Gruppo e dall'Executive Leadership Team (Deputy Managing Director Commercial, Deputy Managing Director Operations, Deputy Managing Director Industrial e Global Human Resources Director). Nel corso del 2023, tale Comitato ha subito un ampliamento di perimetro con l'inserimento del Group Head of Legal per rafforzare il presidio sulle tematiche legali.



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

Nel 2021 è stata lanciata la nuova **strategia di sostenibilità** definita su tre principali aree di azione: **People, Planet e Prosperity**. Per ciascuna delle tre aree sono stati individuati obiettivi di natura quali-quantitativa specifici che 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.



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

Tutela ambientale e uso efficiente delle risorse:

- Riduzione emissioni in atmosfera
- Energia elettrica 100% da fonti rinnovabili entro il 2030 in tutto il mondo
- Economia circolare ed eco-design
- Gestione efficiente delle risorse idriche
- Utilizzo di carta 100% certificata FSC⁷ entro il 2025 per il B2C ed entro il 2030 per il B2B
- Protezione della biodiversità e degli oceani
- Eliminazione plastica monouso e utilizzo di plastica 100% riciclata per almeno il 50% del packaging entro il 2025 per il B2C e il 2030 per il B2B

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

- Utilizzo del 25% di materie prime a ridotto impatto ambientale entro il 2025
- 100% materie prime tracciate entro il 2030
- Relazioni eque lungo l'intera catena di fornitura
- Comunicazione con i clienti sulle tematiche di sostenibilità
- Rafforzamento della qualità, etichettatura e sicurezza dei prodotti
- Product Digital Passport
- Supporto e coinvolgimento delle comunità locali

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)



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

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Ogni due anni, il Gruppo Armani conduce un'analisi di materialità finalizzata a individuare le tematiche di sostenibilità in ambito People, Planet e Prosperity rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

Su queste tematiche, definite materiali, il Gruppo concentra il proprio impegno e definisce gli obiettivi di sostenibilità. Nel 2022, i dipendenti e le principali categorie di stakeholder esterni del Gruppo hanno valutato la rilevanza delle tematiche di sostenibilità tramite un questionario online. La **matrice di materialità** di seguito riportata mostra i risultati della valutazione condotta nel 2022: le tematiche in alto a destra sono considerate le più rilevanti.

Nel 2023, in vista del prossimo aggiornamento dell'analisi di materialità previsto nel 2024, il Gruppo Armani ha coinvolto tutte le categorie di stakeholder a livello globale per raccogliere feedback rispetto agli esiti dell'analisi precedente e alle potenziali tematiche da tenere in considerazione per la prossima analisi di materialità.

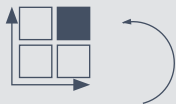
Questa attività di ascolto ha previsto l'invio di un questionario online a circa **1.300 stakeholder del Gruppo** e ha permesso sia di rafforzare la consapevolezza e la cultura di sostenibilità sia di consolidare le relazioni con gli stakeholder.



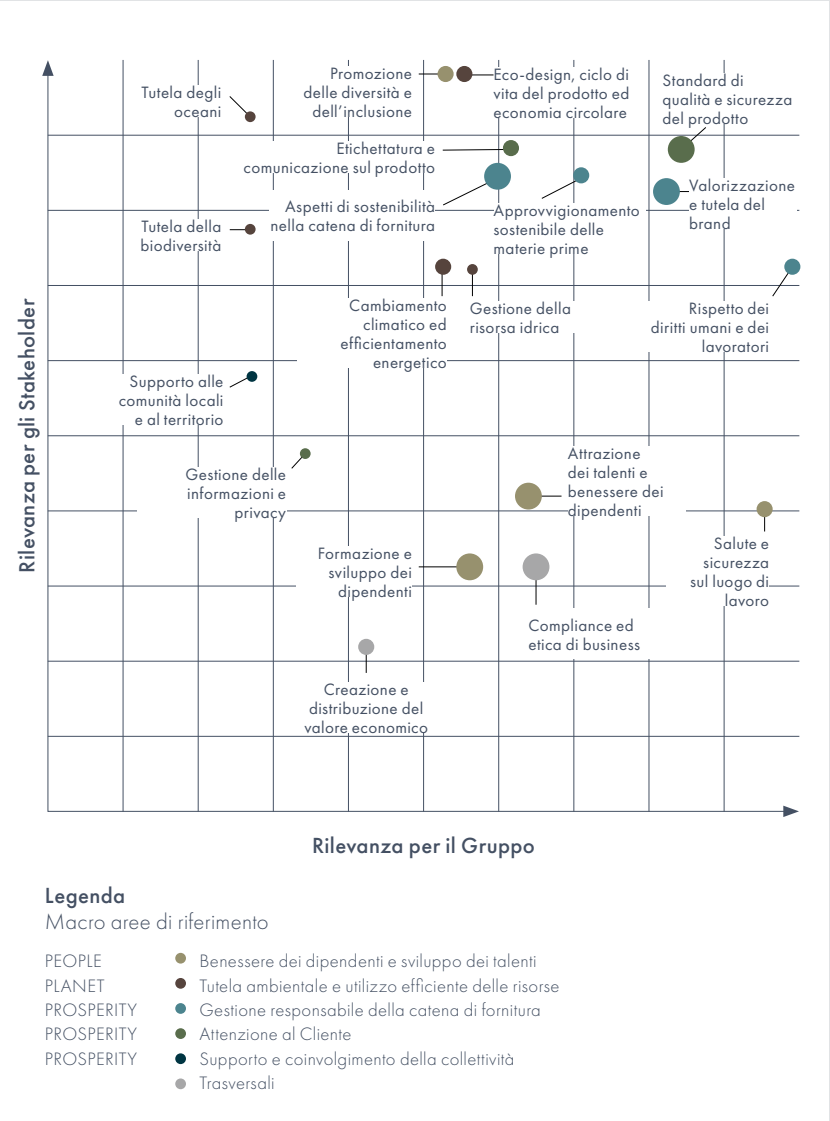
Il 90% degli stakeholder che hanno risposto al questionario conferma che i temi materiali identificati lo scorso anno sono prioritari per il Gruppo Armani.

LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER





LA MATRICE DI MATERIALITÀ



PEOPLE

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



8.698

dipendenti al 31/12/2022 (+5% vs. 2021⁸)

62%

dipendenti
donne

56%

dipendenti
fascia di età
30-50 anni

51%

dirigenti e
manager
donne

83%

contratti
a tempo
indeterminato

86%

contratti
a tempo pieno

LA DIVERSITÀ E L'INCLUSIONE (D&I)

PRINCIPALI INIZIATIVE



Approvazione interna
della **policy Diversity & Inclusion (D&I)** di Gruppo



Lancio del progetto
Armani/Flow sulle
diversità "invisibili"



Avvio dei lavori per la
**Certificazione sulla Parità
di Genere**



Partecipazione al **tavolo
HR** di Camera Nazionale
della Moda Italiana sui
temi D&I



Formazione su **Women
Empowerment**
organizzato da CNMI⁹



Webinar in
collaborazione con la
**Fondazione Umberto
Veronesi** su tematiche D&I

8. Si segnala che, a differenza del 2021, l'organico 2022 include anche i dipendenti a orario non garantito - pari a 76 lavoratori in conformità ai nuovi standard GRI.

9. Camera Nazionale della Moda Italiana.

LA FORMAZIONE

158.123 ore

di formazione nel 2022
(+14% vs. 2021)



≈18 ore

di formazione medie
per dipendente

LE PRINCIPALI AREE DI FORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE



PROFESSIONALE



MANAGERIALE



CODICE
ETICO



SALUTE E
SICUREZZA



SOSTENIBILITÀ

IL WELFARE

Il piano welfare **Armani People Care** permette ai dipendenti assunti a tempo indeterminato in Italia 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.

LA SALUTE E LA SICUREZZA



88

Infortuni nel 2022 che hanno
coinvolto i dipendenti del Gruppo

0

Decessi sul lavoro



PLANET

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 emissioni¹⁰

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 da beni
e servizi acquistati e dal
trasporto e distribuzione
downstream rispetto al 2019



Nel 2022 è proseguito il piano d'azione per la riduzione delle emissioni e per l'acquisto di una quota crescente di energia elettrica da fonti rinnovabili. In linea con gli obiettivi del Piano di sostenibilità, **il Gruppo Armani ha aumentato la quota di energia elettrica da fonti rinnovabili che, nel 2022, è stata pari a circa il 68% dei consumi di energia elettrica totali (+33% rispetto al 2021).**

-60%

emissioni Scope 1 e Scope
2 Market-based vs. 2019

-17%

emissioni Scope 3 (Categoria 1
e Categoria 9) vs. 2019

68%

energia elettrica
da fonti rinnovabili

+33%

vs. 2021

10. Le emissioni **Scope 1** sono emissioni dirette derivanti dalla combustione di combustibili fossili utilizzati ad esempio per il riscaldamento, le emissioni **Scope 2** sono le emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia elettrica utilizzata e le emissioni **Scope 3** sono le emissioni indirette derivanti dalla catena del valore dell'azienda, nelle fasi upstream e downstream.



Energia elettrica **100% da fonti rinnovabili** in Italia, Svizzera, Spagna, Portogallo, Canada, Stati Uniti, Messico e Brasile



Impianto fotovoltaico in via Bergognone dal 2014



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.

97%
rifiuti recuperati o riciclati in Italia

La gestione delle risorse idriche

Nel 2022 è proseguito l'impegno del Gruppo nel promuovere un **utilizzo responsabile delle risorse idriche**, incentivando un uso più efficiente dell'acqua e una riduzione degli sprechi. Sono inoltre applicati controlli che assicurino scarichi idrici conformi alle normative applicabili.



383.613 mc
-18% vs. 2021

14%
prelievi delle GAO¹¹ da aree a rischio stress idrico

La biodiversità e la tutela degli oceani

Nel 2022 - in linea con l'approccio strategico di **"Evitare, Ridurre, Ripristinare e Rigenerare"**, gli obiettivi del Piano di Sostenibilità e gli impegni presi in tavoli internazionali - il Gruppo ha messo in atto diverse azioni orientate alla protezione degli ecosistemi, delle specie protette e in via di estinzione e alla promozione di pratiche rigenerative.

- Adesione al **"Manifesto della moda rigenerativa"** di SMI
- Intensificazione del lavoro di analisi dei materiali utilizzati in favore di alternative sostenibili
- Adozione di pratiche sostenibili nella gestione degli eventi
- Supporto a progetti di riforestazione e preservazione delle foreste
- Collaborazione con il WWF per la protezione di specie in via di estinzione e il dialogo con importanti associazioni animaliste

Nel 2022 è inoltre proseguito l'impegno del Gruppo nel **tutelare gli oceani** attraverso una riduzione dell'utilizzo di plastica, una graduale eliminazione della plastica vergine e l'incremento dell'utilizzo di plastica riciclata.

11. Le GAO (G.A. Operations) sono i poli produttivi situati in Italia.



PACKAGING: INNOVAZIONE PER MINORI IMPATTI AMBIENTALI

Nel 2022 si è rafforzato l'impegno del Gruppo Armani nell'implementare progetti di **riduzione del packaging** e selezione di **materiali a ridotto impatto ambientale** con l'obiettivo di eliminare la plastica monouso del packaging destinato al consumatore finale (B2C) entro il 2025 e del packaging business-to-business (B2B) entro il 2030 e acquistare plastica 100% riciclata per almeno il 50% del packaging in plastica entro il 2025 per il B2C e il 2030 per il B2B.



88%
Packaging B2C
plastic-free

89% della plastica utilizzata
è riciclata



oltre 90%
packaging B2C
e B2B riciclato

74%
Packaging B2B
plastic-free

85% della plastica utilizzata
è riciclata o di origine vegetale



PROSPERITY

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.

I 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 ridotto 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 seconde provenienti da riciclo o da rigenerazione e di materiali da agricoltura biologica.



Adesione alla "2025 Sustainable Cotton Challenge" di Textile Exchange



Capsule sostenibile Emporio Armani collezione Autunno Inverno 2022/23
con progetto di upcycling in collaborazione con la Cooperativa Alice



Lancio Capsule Sostenibile Emporio Armani Primavera Estate 2023, con QR Code dedicato alle informazioni di sostenibilità, certificate ISO 14021¹².

Nel 2022, inoltre, il Gruppo ha affinato 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.

12. Standard per una corretta formulazione di auto-dichiarazioni ambientali da parte di un'organizzazione.

LE RELAZIONI CON LA CATENA DI FORNITURA

L'applicazione di modelli di produzione sempre più sostenibili è punto di riferimento imprescindibile nello sviluppo delle attività di monitoraggio e promozione della cultura ESG che il Gruppo porta avanti con i fornitori per la creazione di benefici reciproci e condivisi.

Nel 2022 il Gruppo ha effettuato una **mappatura dei rischi sociali e ambientali dei fornitori** per monitorare e presidiare la propria catena di fornitura.

LE PRINCIPALI AREE GEOGRAFICHE DEI FORNITORI



ITALIA
EUROPA
BACINO DEL MEDITERRANEO
ASIA

Il **Codice di Sostenibilità Fornitori**, redatto nel 2021 e periodicamente aggiornato, ha l'obiettivo di dare ai fornitori linee guida sul contenimento dell'impatto ambientale - dalla fase di approvvigionamento dei materiali al loro utilizzo - e sul rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro del personale impiegato lungo l'intera catena del valore.

Ogni anno, il Gruppo effettua **audit sociali e ambientali** su un campione di fornitori. Nel 2022, è stata inclusa nell'attività di monitoraggio l'analisi dei dati salariali delle aziende oggetto di audit (**Living Wage**), anche grazie all'adesione a **WageIndicator Foundation**, un'organizzazione senza scopo di lucro la cui missione è quella di garantire una maggiore trasparenza del mercato del lavoro in tutto il mondo.

Nel 2022, il Gruppo ha anche aderito all'**International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry**, un accordo che promuove la sicurezza dei lavoratori del settore tessile.



319
Audit sui fornitori
nel triennio 2020-2022



LA RELAZIONE CON I CLIENTI



Nel 2022, il Gruppo ha rafforzato le attività all'interno della **Sustainable Markets Fashion Task Force**, in linea con le richieste legislative riguardanti il **Product Digital Passport** e con gli obiettivi di incrementare la tracciabilità dei capi lungo la filiera e la comunicazione con i clienti su tematiche di sostenibilità.

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



LA PIATTAFORMA TECNOLOGICA ANTICONTRAFFAZIONE al 31 dicembre 2022

+1.000.000
di autenticazioni raccolte
(+2.500 scansioni al giorno)

+200
Paesi
coinvolti

+150 mln
prodotti connessi
riconducibili
al Gruppo Armani

Nel 2022 è stato riorganizzato il reparto ICT¹³ ed è stata nominata una persona responsabile della gestione della **Cybersecurity**, con l'obiettivo primario di accrescere la maturità aziendale sulla sicurezza informatica.

Il Gruppo dispone di una soluzione di **Business Continuity e Disaster Recovery** per le attività critiche, disegnato per far fronte a diverse tipologie di criticità: dal piccolo inconveniente nel singolo datacenter, ad attacchi informatici, fino a catastrofi ambientali.

13. Information and Communication Technologies.

LA GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI

Il Gruppo, anche in occasione della realizzazione dei suoi eventi, è impegnato a minimizzarne il più possibile l'impatto ambientale e sociale. Nel 2022, sono state messe in atto le seguenti attività:



Affinamento della Linee Guida per la Gestione di Eventi Sostenibili che forniscono raccomandazioni, a tutti i fornitori, sub-fornitori e partner coinvolti, di cui tener conto in tutte le fasi di un evento – design, realizzazione e smantellamento – al fine di presidiare e contenere gli impatti ambientali, garantendo un impatto positivo per le persone e per l'ambiente.



Implementazione e certificazione del Sistema di Gestione degli Eventi Sostenibili e delle Carbon Footprint (CFP) degli eventi secondo standard internazionalmente riconosciuti.

EVENTO SOSTENIBILE GIORGIO ARMANI NEVE - ST. MORITZ

- Evento sostenibile certificato ISO 20121¹⁴ e ISO 14067¹⁵
- Compensazione emissioni residue con progetti REDD+¹⁶ (Cordillera Azul National Park)
- Supporto al progetto svizzero "MortAlive"¹⁷ per la tutela dei ghiacciai

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

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

16. Reduction of Emissions from Deforestation and Forest Degradation.

17. Per maggiori informazioni si prega di fare riferimento al sito <https://coverprojectfoundation.ch/en/morteratsh/>.

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



TUTELA AMBIENTALE

- WWF Italia
- MortAlive



CULTURA

- Armani/Silos
- Teatro alla Scala
- Teatro Franco Parenti
- Amici del MAXXI



UNIVERSITÀ E ISTITUZIONI

- SDA Bocconi
- Il Salone della CSR
- 2022 CNMI Fashion Awards



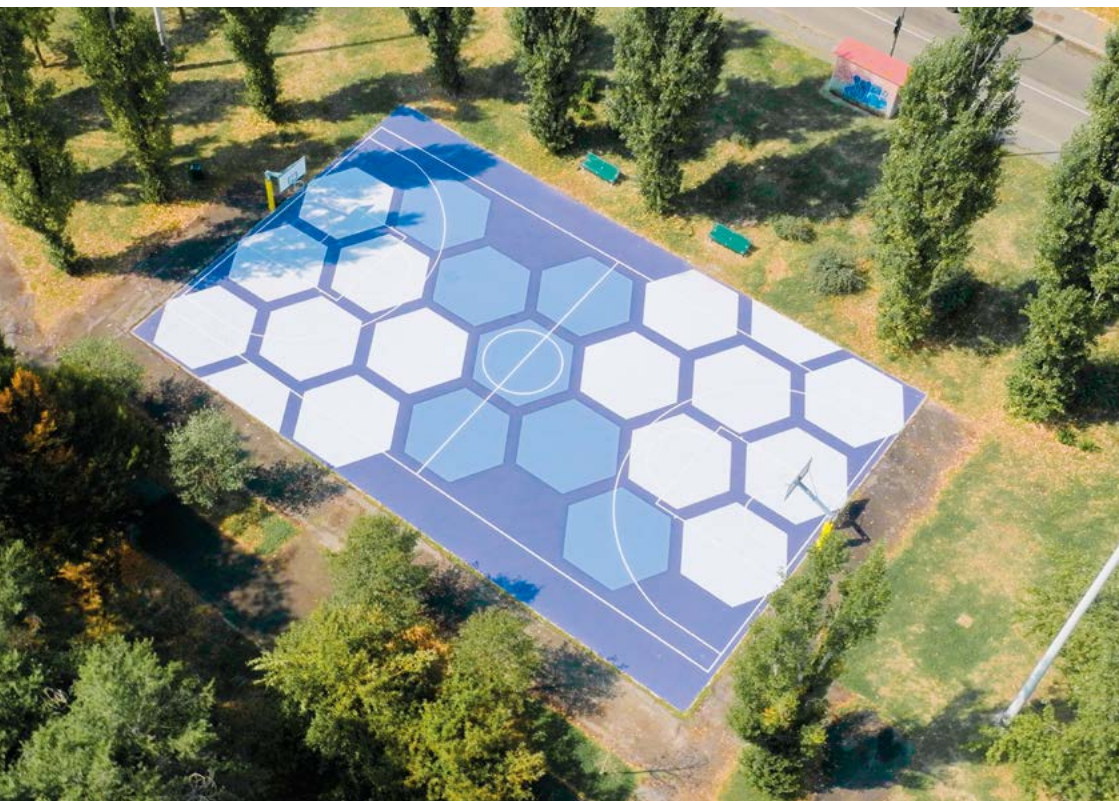
INCLUSIONE SOCIALE E CURA DEL TERRITORIO

- Opera San Francesco per i Poveri
- UNHCR
- Comunità di Sant'Egidio
- Croce Rossa Italiana
- Save the Children
- ANLAIDS
- Cooperativa Alice
- Clooney Foundation for Justice
- Acqua for Life



SPORT

- Pallacanestro Olimpia Milano
- Obiettivo 3
- Riqualificazione campi da street basket e mini-basket



©
GIORGIO ARMANI SpA
VIA BORGONUOVO, 11 20121 MILANO
2023

Carta proveniente da foreste gestite in modo responsabile, biodegradabile e riciclabile,
costituita da pura cellulosa realizzata con fibre di recupero e seguendo criteri di sostenibilità
durante la lavorazione.

GIORGIO ARMANI



Bilancio di Sostenibilità 2022

[armanivalues.com](https://www.amanivalues.com)