



**BILANCIO DI  
SOSTENIBILITÀ  
2023**



Con orgoglio vi presentiamo la nostra terza edizione del Bilancio di Sostenibilità HModa.

Il nostro impegno verso le tematiche di sostenibilità ci accompagna dall'edizione 2021 e, come ogni anno, abbiamo piacere di condividere con tutti i nostri stakeholder le performance del Gruppo.

In onore della manifattura del Made in Italy, anche quest'anno abbiamo optato per la realizzazione sartoriale del presente documento che, come per le precedenti edizioni, sarà interamente composto all'interno della Holding affidandoci, sia per il contenuto che per la grafica, ai nostri collaboratori, che tutti i giorni ci affiancano in questo progetto straordinario.

Nella realizzazione siamo partiti dalle solide basi dei precedenti anni di rendicontazione che sono stati preziosi per conoscere in maniera più precisa e puntuale i nostri impatti sociali ed ambientali. In questa lettura vi offriamo i nostri primi progressi, le sfide e le opportunità di cui siamo stati protagonisti nel 2023.

La composizione della presente reportistica è stata possibile grazie al nostro Presidente Claudio Rovere che, con la sua vision lungimirante, guida tutta la holding e le sue Persone nella realizzazione di progetti che vanno oltre l'ordinario.

Cogliamo l'occasione per ringraziare le Persone che hanno collaborato nella realizzazione del Bilancio di Sostenibilità per il reporting, la grafica, i contributi speciali e la revisione.

Vi auguriamo una buona lettura nel ripercorrere assieme i nostri progressi 2023.

# Indice

## 1. Introduzione

|     |                              |   |
|-----|------------------------------|---|
| 1.1 | Perimetro di rendicontazione | 8 |
| 1.2 | Nota metodologica            | 9 |

## 2. Lettera agli stakeholder

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 2.1 | Lettera agli stakeholder del Presidente | 14 |
| 2.2 | Lettera agli stakeholder della CSO      | 16 |

## 3. La nostra identità: i nostri valori

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 3.1 | HInd: Be in the Hive                          | 20 |
| 3.2 | HModa: Holding heritage, making Moda          | 24 |
| 3.3 | HData: You know, You manage                   | 28 |
| 3.4 | HPlanet: Change makers for a better future    | 32 |
| 3.5 | La nostra strategia di sostenibilità          | 36 |
| 3.6 | Il nostro impegno verso l'Agenda 2030         | 42 |
| 3.7 | I nostri progressi di sostenibilità assieme   | 48 |
| 3.8 | Le nostre Aziende e la crescita della filiera | 52 |

## 4. Governance, etica e integrità

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 4.1 | La struttura societaria                      | 84 |
| 4.2 | Modello organizzativo e di gestione          | 88 |
| 4.3 | Composizione degli organi di controllo HModa | 91 |
| 4.4 | Codice etico                                 | 94 |
| 4.5 | Policy di sostenibilità                      | 98 |

## 5. Crescita sostenibile e responsabile

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 5.1 | Generazione e condivisione del valore: performance economiche | 104 |
| 5.2 | Passi di tassonomia europea                                   | 107 |
| 5.3 | Ingaggio degli stakeholder e valutazione degli impatti        | 109 |
| 5.4 | L'analisi di materialità                                      | 112 |
| 5.5 | Gestione dei rischi di sostenibilità                          | 116 |

## 6. I nostri prodotti

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 6.1 | Il modello di business delle aziende Holding Moda | 120 |
| 6.2 | La nostra filiera                                 | 132 |
| 6.3 | I mercati serviti                                 | 136 |
| 6.4 | Il legame con il territorio                       | 138 |
| 6.5 | Le buone pratiche di HModa                        | 140 |
| 6.6 | Compliance  | 144 |

## 7. Bilancio ambientale

|     |                                       |     |
|-----|---------------------------------------|-----|
| 7.1 | La gestione responsabile dei consumi  | 150 |
| 7.2 | L'impronta ambientale                 | 160 |
| 7.3 | L'impatto ambientale positivo         | 166 |
| 7.4 | Materie prime                         | 168 |
| 7.5 | Packaging e imballaggi                | 172 |
| 7.6 | Il management consapevole dei rifiuti | 174 |
| 7.7 | Progetti di economia circolare        | 178 |

## 8. Bilancio sociale

|     |   |     |
|-----|---|-----|
| 8.1 | Il nostro capitale umano                  | 186 |
| 8.2 | Il bilancio sociale                       | 188 |
| 8.3 | La formazione come driver del cambiamento | 204 |

## 9. H-Innovation

|     |                               |     |
|-----|-------------------------------|-----|
| 9.1 | Innovazione digitale          | 216 |
| 9.2 | Innovazione ambientale        | 220 |
| 9.3 | Innovazione sociale           | 226 |
| 9.4 | Il nostro impegno di crescita | 230 |

## 10. Appendice

|      |   |     |
|------|---|-----|
| 10.1 | GRI Content Index   | 248 |
| 10.2 | Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità | 280 |
| 10.3 | Glossario   | 284 |
| 10.4 | Ringraziamenti  | 288 |



**Introduzione**

## 1.1 Perimetro di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità comprende tutte le società consolidate integralmente dal Gruppo HModa, ad eccezione di Holding Immobiliare S.r.l., che si occupa unicamente della gestione del patrimonio immobiliare del Gruppo, non ha una propria sede fisica né propri dipendenti. Si riportano di seguito le variazioni nel perimetro di rendicontazione rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2022:

● **Beste:** società specializzata nella creazione di tessuti ed abbigliamento, entrata nel Gruppo il 16 Novembre 2023

● **DEMA:** società specializzata nella creazione di calzature uomo e donna, entrata nel Gruppo il 19 Dicembre 2023

● **Elledi:** società specializzata nella realizzazione di tomaie, entrata nel Gruppo il 7 Luglio 2023

● **Taglionetto:** società specializzata nel segmento piccola pelletteria, entrata nel Gruppo il 21 Dicembre 2023

● **Emmetierre:** società specializzata nella realizzazione di piccola pelletteria, entrata nel Gruppo il 21 Dicembre 2023

● **Il Ricetto del Ricamo:** società specializzata nel ricamo, entrata nel Gruppo nel 2022 ma con impatti ambientali e sociali dal 2023

Inoltre si precisa che:

● la società DEMA include al suo interno la ragione sociale **Alinea**

● la società Emmetierre include al suo interno la ragione sociale **Fast Pelle**

● la società Rbs (già presente nel perimetro di rendicontazione 2021) nel corso del 2023 ha inglobato la ragione sociale **Manifattura Lendinarese**

La reportistica tratta i risultati conseguiti e l'impatto generato dall'impresa nella misura volta ad assicurare la comprensione delle nostre attività.

I contenuti presenti all'interno della documentazione sono stati definiti sulla base di quanto emerso dall'analisi di materialità, descritta nelle sezioni: "Ingaggio degli stakeholder e valutazione degli impatti" e "L'analisi di materialità".

Il report, nella sua interezza, si articola in tre macro aree di rendicontazione: Governance, Ambientale e Sociale. In queste si presenta e declina il nostro impatto legato alle attività di business e lungo l'intera catena del valore.

Per approfondimenti in merito alle informazioni fornite sul presente Bilancio di Sostenibilità vi invitiamo a contattarci al seguente indirizzo di posta elettronica: [hplanet@hind.it](mailto:hplanet@hind.it)

## 1.2 Nota metodologica

Il presente report è a terza edizione della rendicontazione annuale di sostenibilità del Gruppo Holding Moda.

Contiene la descrizione degli impatti maggiormente significativi generati dall'organizzazione, non solo come Gruppo, ma considerando l'intera catena del valore e del suo contributo allo sviluppo sostenibile.

Uno dei principali obiettivi del bilancio è quello di soddisfare la richiesta di informazioni in materia di sostenibilità dei principali portatori di interesse (di seguito "stakeholders") in maniera totalmente trasparente e veritiera. A questo scopo è stato eseguito un processo di rilevazione, raccolta, studio e consolidamento dei dati al fine di rispondere alle esigenze degli stakeholder e raggiungere la massima trasparenza nelle comunicazioni verso l'esterno.

Per raggiungere questo scopo HModa si è servita degli standard GRI optando, in armonia con il terzo anno di rendicontazione, per un approccio "In accordance" in piena osservanza del principio di trasparenza. Inoltre, agli Standard GRI rendicontati sono stati associati gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite che il Gruppo perseguirà nello sviluppo dei prodotti, dei servizi e nel modello economico a beneficio delle società e della comunità.

Nel 2023 è stata aggiornata l'analisi di materialità e sono state condotte secondo le richieste dettate dal GRI Universal Standards 2021 le procedure necessarie al coinvolgimento degli stakeholder interni favorendo la rappresentatività di ciascuna categoria di persone chiave per HModa come descritto nell'apposito paragrafo "Stakeholder engagement e Analisi di materialità". Si è inoltre tenuto conto degli orientamenti della Commissione europea<sup>1</sup> rispetto all'analisi del rischio delle tematiche materiali. I temi sono stati definiti tramite un processo strutturato e

standardizzato di analisi di materialità. Sono stati prima individuati i principali aspetti legati al settore di appartenenza, a partire dai quali sono stati definiti gli impatti effettivi e potenziali pertinenti per HModa. Tali impatti sono stati valutati in termini di probabilità di accadimento e gravità, secondo quanto previsto dallo standard GRI 3: Material Topics, per comprenderne la significatività sia a livello di settore di appartenenza che di Holding Moda.

Il perimetro dei dati e delle informazioni economiche, sociali e ambientali riportate nella presente documentazione concerne le società consolidate integralmente dal Gruppo HModa, ad eccezione di Holding Immobiliare S.r.l. e Accademia Holding Moda S.r.l. SB. Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo "Perimetro di rendicontazione".

Per sedi significative si intendono le seguenti ragioni sociali:

● **Uno Maglia Spa**

● **Alex&Co Srl**

● **Albachiara Srl**

● **Rbs Srl**

● **GAB Group Srl**

● **Project Srl**

● **Valmor Srl**

● **Famar Srl**

● **Seriscreen Srl**

● **Rilievi Group Srl** (Rilievi Bologna, Rilievi India e Il Ricetto del Ricamo)

● **Beste Spa SB**

<sup>1</sup> The Corporate Sustainability Reporting Directive

- ◆ Calzaturificio DEMA Srl
- ◆ Alinea Srl
- ◆ Elledi Srl
- ◆ Taglionetto Srl
- ◆ Emmetierre Srl
- ◆ Fast Pelle Srl

Holding Moda intraprende un percorso volto al miglioramento continuo e all'implementazione delle migliori pratiche relative agli aspetti di sostenibilità al fine di garantire la massima responsabilità ambientale e sociale non solo nel breve ma anche nel medio-lungo periodo. Questo percorso nel 2023 ci ha portato ad approfondire ulteriormente le tematiche di gestione del rischio generato e subito con particolare attenzione a quelle legate al cambiamento climatico, alla catena di fornitura responsabile, all'uso efficiente della materia energia e alla salute e sicurezza dei dipendenti.

L'arco temporale preso in considerazione decorre dal 1° Gennaio 2023 al 31 Dicembre 2023, evidenziando dati quali i consumi energetici e le emissioni ma anche progetti iniziati nel presente anno ma che vedranno la

luce nel corso del 2024-25 e saranno quindi esposti nel prossimo Bilancio di Sostenibilità di HModa. La frequenza con cui si effettua il processo di reporting è annuale. Il Bilancio di Sostenibilità è stato sottoposto ad esame limitato secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information", emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), da parte di EY S.p.A. Gli indicatori quantitativi non riferiti ad alcuna general o topic-specific disclosure dei GRI Standards, riportati in corrispondenza delle pagine indicate nel Content Index, non sono oggetto di esame limitato da parte di EY S.p.A.

Nella presente reportistica non sono stati rivisti o rideterminati dati o informazioni relative al precedente anno di rendicontazione 2022.

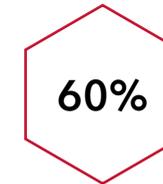
## Highlights 2023



Valore della produzione consolidato



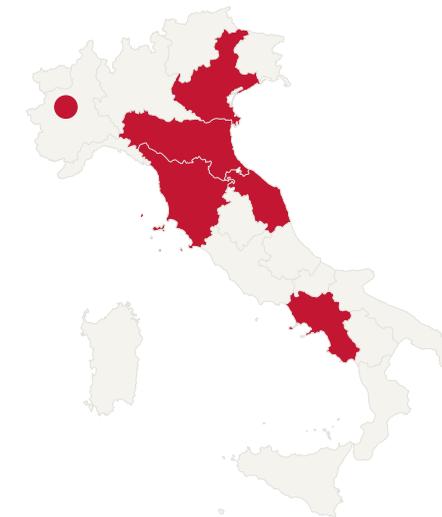
Persone impiegate



Presenza femminile



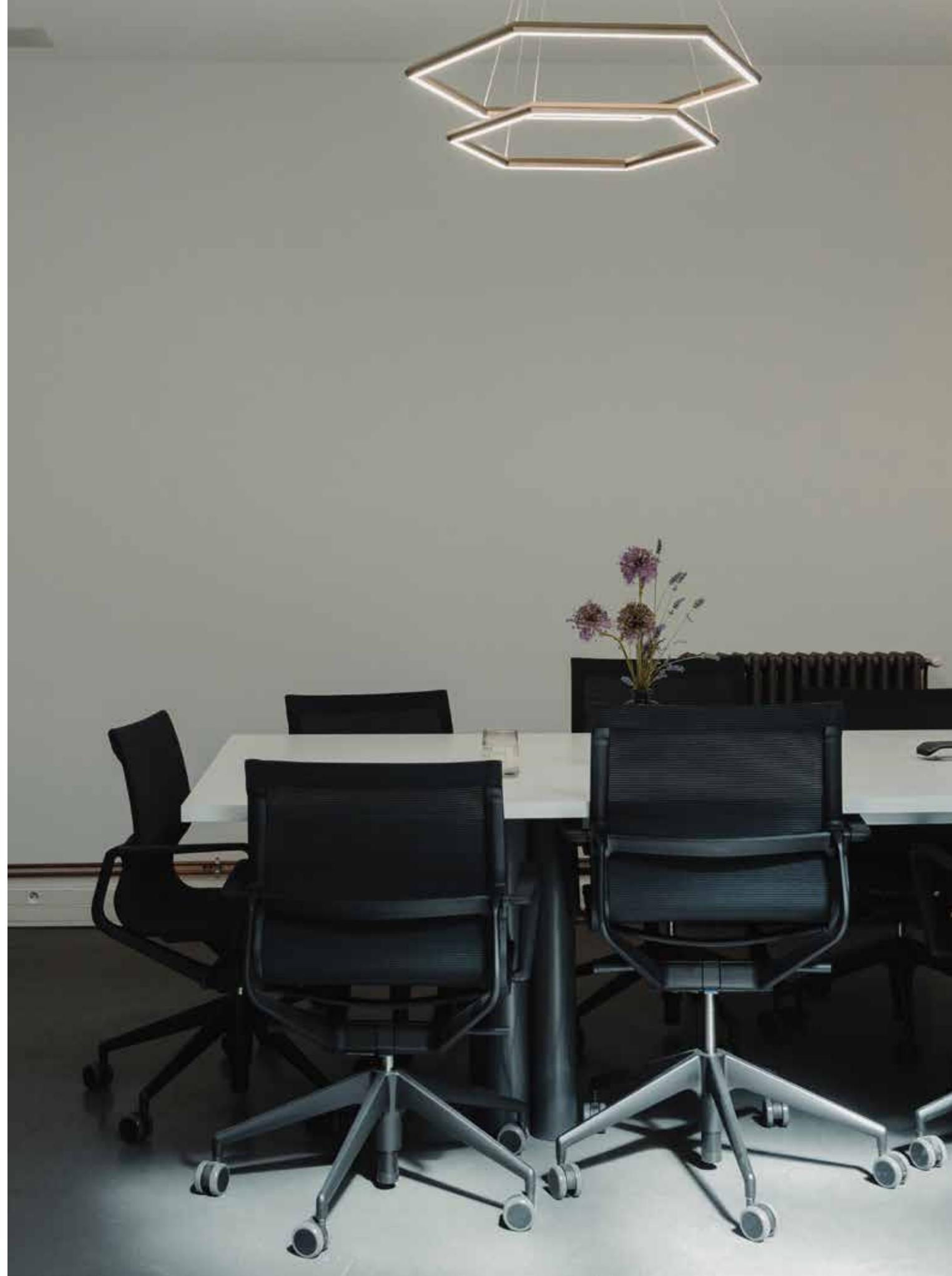
Siti produttivi industriali



Presenza sul territorio italiano (5 Regioni più la sede legale)

Lettera agli stakeholder

2



## Lettera agli stakeholder del Presidente

Cari e Care Stakeholder, con grande orgoglio vi presento il Bilancio di Sostenibilità 2023, che testimonia il nostro costante impegno verso l'innovazione sostenibile e la responsabilità sociale, evidenziando le azioni intraprese e i nostri progressi verso la creazione di valore condiviso e la promozione di pratiche aziendali sostenibili.

La nostra responsabilità, come Gruppo, è quella di essere promotori del cambiamento, accompagnando e supportando le PMI italiane che costituiscono "il tessuto" del Made in Italy in un percorso virtuoso. È nostro obiettivo favorire la cooperazione tra queste eccellenze, incrementandone le dimensioni e, conseguentemente, le possibilità di successo. Operare con maggiore consapevolezza e creare sinergie ci permette di migliorare continuamente e di raggiungere importanti traguardi.

Abbiamo avviato un processo volto a creare la cultura di sostenibilità all'interno della nostra organizzazione. Il nostro obiettivo è portare a un cambiamento di paradigma, dove ogni azione e decisione è guidata da principi di sostenibilità. Questo impegno culturale è essenziale per garantire che tutti i membri del nostro team siano motivati a contribuire attivamente alla nostra visione di un futuro più sostenibile.

Crediamo fermamente che la sostenibilità vada oltre i materiali e i processi, includendo anche le maestranze che sapientemente realizzano i nostri prodotti e la comunità locale che ci supporta. Ogni prodotto veicola un messaggio che può amplificare o vanificare gli sforzi di modellazione e realizzazione responsabile.

In qualità di innovatori del cambiamento, riteniamo che allineare le nostre iniziative di sostenibilità con gli obiettivi industriali sia essenziale affinché la sostenibilità diventi il driver principale di crescita e il nostro vantaggio competitivo.

La nostra missione è quella di integrare la sostenibilità in tutte le dimensioni del nostro operato, guidati da valori che riflettono la responsabilità sociale e ambientale.

Siamo entusiasti dei progressi conseguiti fino ad oggi e riconosciamo che il nostro cammino verso la sostenibilità sia in costante evoluzione. Ringraziamo tutte le nostre Persone, gli azionisti, i Clienti, i fornitori e le comunità locali per il loro continuo supporto e collaborazione, grazie ai quali stiamo creando un futuro longevo e prospero per Holding Industriale e Holding Moda.

**Claudio Rovere**  
Presidente Holding Industriale





## Lettera agli stakeholder della CSO

Ai nostri Stakeholder, ho il piacere di presentare il Bilancio di Sostenibilità di Holding Moda 2023, il documento che illustra in modo dettagliato i nostri obiettivi, le attività e i traguardi raggiunti nelle aree ESG. In un contesto di cambiamenti senza precedenti, il Gruppo si distingue come pioniere dell'innovazione e della sostenibilità nel settore della moda B2B. La nostra visione strategica, industriale e di lungo periodo, ed il nostro impegno sono focalizzati a convertire le sfide attuali in opportunità concrete per un futuro sostenibile e prospero.

L'ambizione di Holding Moda è quella di essere precursori del cambiamento, traducendo le sfide normative in opportunità di business. Infatti, consideriamo le richieste normative non come un ostacolo, ma come un incentivo per innovare e guidare il mercato. Anticipare queste regolamentazioni consente di posizionarci come leader nel settore, integrando la sostenibilità a tutti i livelli nel business e nelle diverse aziende.

La governance di Holding Moda rappresenta la risposta coerente al modello di aggregazione industriale di lungo periodo di cui siamo portavoce. Abbiamo delineato una strategia di sostenibilità che si integra perfettamente con il nostro piano industriale, la nostra visione e la nostra missione. Questa strategia rappresenta una roadmap chiara e definita, che ci guida nel nostro percorso di sostenibilità. Siamo consapevoli che la sostenibilità debba essere parte integrante dell'attività quotidiana e non obbligo a cui adempire.

Un elemento chiave del nostro approccio alla sostenibilità è la definizione di precisi KPI

ESG, con obiettivi misurabili e comparabili, in un'ottica di miglioramento continuo. Questa trasparenza è essenziale per mantenere la nostra credibilità e per assicurare che tutti gli stakeholder possano constatare i risultati dei nostri sforzi.

Nel 2023, la nostra gestione è stata caratterizzata da un'attenzione particolare alla progettazione e allo sviluppo di iniziative a sostegno della nostra strategia di sostenibilità. Questi interventi si sono concentrati su quattro aree chiave: energia, economia circolare, catena di fornitura e compliance. Queste rappresentano una parte essenziale del nostro impegno perché sono stati ideati per avere un impatto positivo tangibile e per sostenere le nostre ambizioni di lungo termine. Ogni area ha visto l'attuazione di iniziative specifiche che hanno rafforzato il nostro impegno verso pratiche di sostenibilità, migliorando la nostra efficienza operativa e garantendo il rispetto delle normative vigenti.

Guardando al futuro, vogliamo continuare a rafforzare la nostra dedizione e ad aumentare il coinvolgimento di tutti gli stakeholder, convinti che attraverso la collaborazione e la determinazione si possano affrontare sfide straordinarie e realizzare gli ambiziosi obiettivi che ci siamo prefissi.

**Veronica Bovo**  
CSO Holding Industriale



**La nostra identità:  
i nostri valori**

## 3.1 HInd

### Be In The Hive

Holding Industriale Spa (in seguito citata come HInd), fondata nel 2011 a Torino da Claudio Rovere e Luca Ferraris, è una holding company che unisce persone, idee e risorse per creare progetti ambiziosi e innovativi nel sistema industriale italiano. HInd è nata con la missione di investire nel capitale di piccole-medie imprese particolarmente promettenti per favorirne la crescita, l'internazionalizzazione e il ricambio generazionale. L'approccio di HInd punta a sviluppare progetti con lo scopo di valorizzare le eccellenze del Made in Italy in diversi settori e contribuire al loro sviluppo. Nel 2023 presenta due sedi: una a Torino in via Giolitti 55, che ha sostituito la storica sede di Via San Francesco da Paola 15, e una a Milano in via Largo Augusto 8.

La storia di Holding Industriale ha avuto inizio grazie a un investimento lungimirante del Presidente che ha individuato in un produttore di capi d'abbigliamento per i brand del lusso l'opportunità di creare un progetto a lungo termine, destinato a generare valore per la filiera, le persone e il territorio.

La volontà di preservare l'eccellenza del savoir fair italiano è stata declinata in un modello di business volto a produrre prodotti di alta moda B2B, differenziandosi dal mercato internazionale e trovando il giusto spazio per crescere e raggiungere importanti traguardi.

HInd si è distinta nel tempo per la capacità di individuare opportunità di crescita e sviluppo in settori chiave dell'economia italiana. Con un focus sull'innovazione, la sostenibilità e l'eccellenza operativa, l'organizzazione si è affermata come punto di riferimento nel panorama industriale, offrendo soluzioni innovative e servizi di alta qualità ai propri Clienti, sia a livello nazionale che internazionale.

HInd, proseguendo nel suo progetto di aggregazione delle eccellenze italiane, investe in alcune filiere rappresentative ed emblematiche del Made in Italy; per questo sono state create le subholding, denominate "verticali", che si dedicano a 5 settori specifici:



Per supportare l'operato delle subholding, sono stati creati due dipartimenti trasversali che agiscono e collaborano con i diversi verticali per supportare l'ambizioso progetto di HInd:



**Dipartimento  
trasversale  
SOSTENIBILITÀ**

specializzato in consulenza in materia di sostenibilità e nella creazione di percorsi ESG appositi per le Aziende.

**Dipartimento  
trasversale  
DATA ANALYSIS**

attivo nel big data aggregation e market data reporting attraverso la ricerca ed analisi di informazioni e dati dei mercati di riferimento

Nel nostro approccio operativo, siamo costantemente guidati dai tre Industrial Pillar su cui si basa il modello di business di HInd

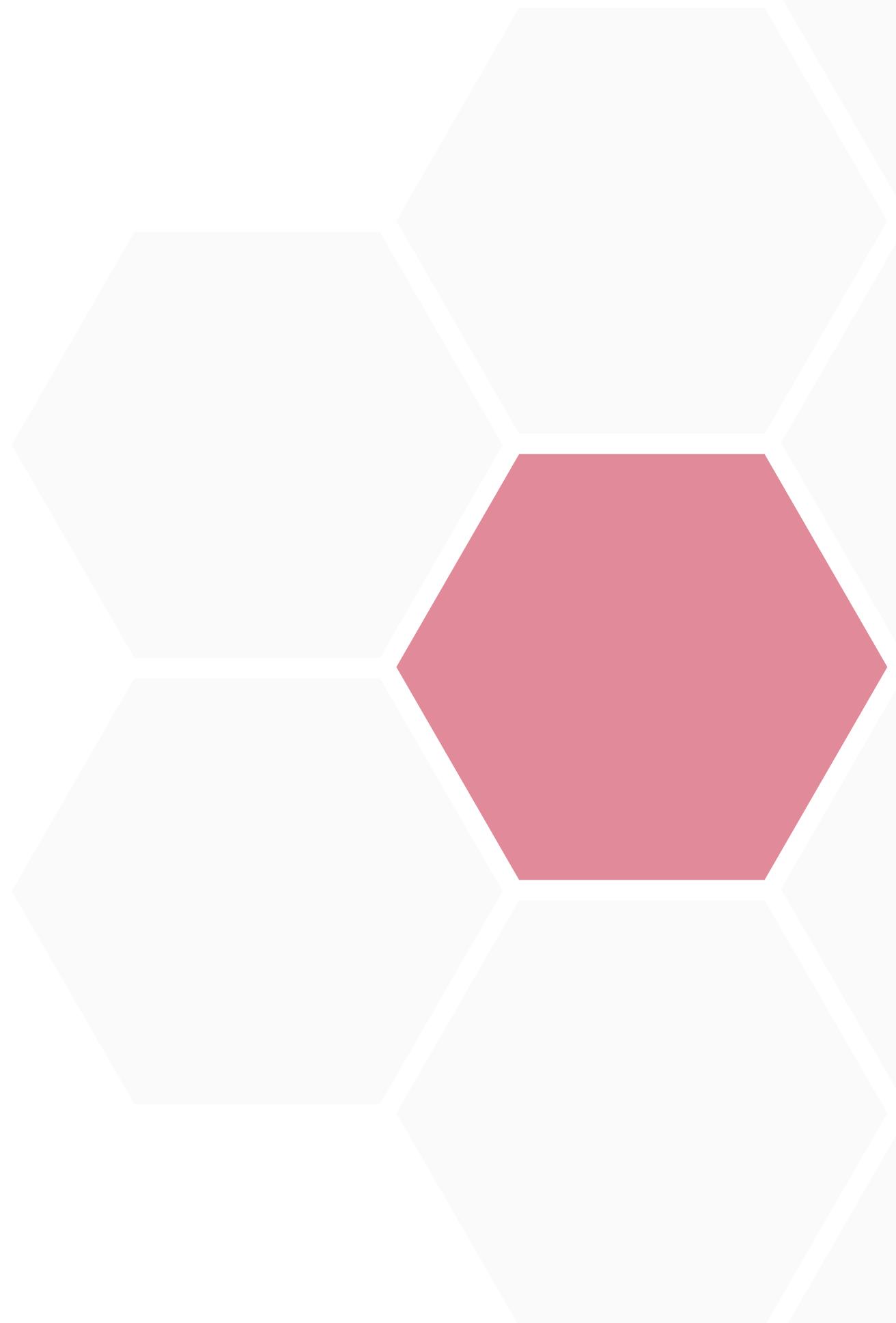
◆ **Made In Italy e Innovazione:** rappresenta la nostra garanzia di qualità e la solida connessione alle nostre radici italiane, mentre guardiamo al futuro con un approccio creativo. Il Made in Italy costituisce il fondamento principale della nostra strategia, garantendo qualità, eccellenza e distintività, nonché un notevole vantaggio competitivo sul mercato. Questo connubio definisce il nostro modo di fare business, valorizzando le nostre origini e proiettandoci verso il futuro. In questo

contesto, tutti gli investimenti di HInd sono orientati a integrare tradizione e innovazione, considerando quest'ultima come un motore di progresso.

◆ **Cultura e Formazione:** riteniamo che la preparazione dei nostri talenti sia fondamentale per comprendere le sfide attuali e future, nonché per favorire la crescita e valorizzare i talenti all'interno dell'azienda.

◆ **Etica e Sostenibilità:** questi principi sono essenziali per la creazione di valore positivo non solo all'interno dell'azienda, ma anche nella società e nell'ambiente circostante.

***Vision: sostenere persone e aziende  
virtuose che realizzano progetti fuori  
dall'ordinario con etica determinazione e  
innovazione***



## 3.2 HModa

# Holding heritage, making Moda

Nel 2017 nasce Holding Moda S.r.l. (in seguito HModa o Gruppo), subholding di HInd, con l'obiettivo di promuovere l'aggregazione di piccole medie imprese specializzate in diversi prodotti e lavorazioni per i brand dell'Alta Moda nazionale e internazionale. Le aziende del Gruppo collaborano per creare valore e rapporti che crescano nel tempo, con uno sguardo sempre rivolto alla sostenibilità.

Dalla volontà di essere parte del cambiamento positivo del sistema industriale nel territorio circostante, HModa pone al centro del suo modello di business le Persone, valorizzando le loro unicità e caratteristiche, e promuovendo il lavoro di squadra tra aziende virtuose di diversi settori in continua evoluzione.

A fine 2023 il Gruppo può contare su 1.465 dipendenti, 20 società di cui 19 imprese strategicamente complementari, specializzate nella produzione di abbigliamento, calzature e accessori per il comparto moda di lusso B2B. Grazie a questo know-how diffuso sul territorio italiano (in particolare in Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Marche e Campania) HModa riesce a coprire ben 10 categorie merceologiche contribuendo sensibilmente al comparto del tessile, della pelle, delle calzature e ready-to-wear (come abbigliamento in pelle e abbigliamento leggero per donna). Ogni azienda è specializzata in diversi prodotti e servizi, che insieme forniscono un'offerta verticale e completa, garantendo una produzione Made in Italy che unisce artigianalità e innovazione. HModa pone il Cliente e la sua soddisfazione al centro della propria attività, migliorandosi continuamente nel perseguimento dell'eccellenza, anticipando le necessità e le esigenze.

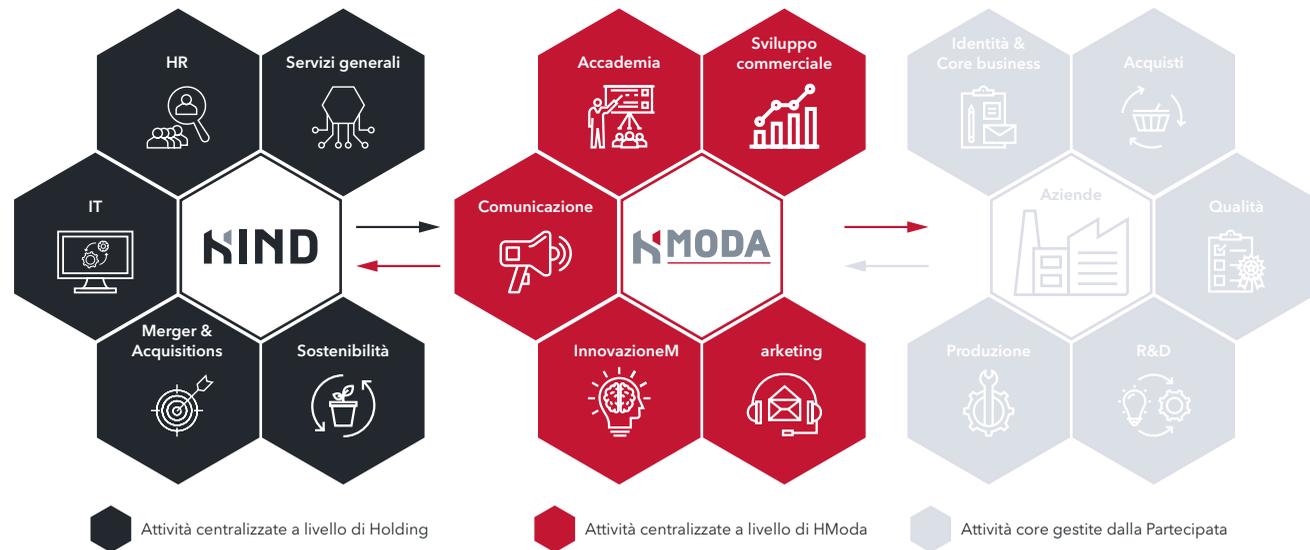
Tutto questo è reso possibile dalle oltre 1.465 Persone che con dedizione, cooperazione e professionalità portano avanti il progetto Holding Moda diffondendo la cultura del savoir fair e dell'eccellenza italiana. Le esperienze degli imprenditori, delle Persone che operano in azienda e i giovani talenti rappresentano l'anima di HModa e ci permettono di diffondere tradizione e innovazione in progetti che vanno oltre l'ordinario.

La gestione dei progetti e le collaborazioni con il Gruppo sono guidati da un'importante carta valoriale (elencato di seguito), condiviso sia internamente sia esternamente all'organizzazione, che permette di orientare e guidare tutte le decisioni quotidiane. I nostri valori, promossi e condivisi dal Presidente, sono fortemente radicati in tutte le subholding, nelle aziende partecipate e nelle Persone del Gruppo. Rappresentano la bussola morale che guida le nostre azioni quotidiane e orienta le decisioni strategiche, contribuendo a costruire un'organizzazione resiliente e maggiormente sostenibile nel lungo periodo.

- Integrità, lealtà, onestà, correttezza e trasparenza
- Proattività, positività e determinazione
- Miglioramento continuo
- Autonomia, responsabilità e consapevolezza
- Diversità e inclusione
- Ascolto, rispetto e collaborazione
- Apertura al cambiamento e alla innovazione
- Organizzazione, efficacia, efficienza ed oggettività
- Passione, ambizione ed unicità
- Gratitudine e umiltà

A livello organizzativo HInd supporta le aziende HModa svolgendo alcune attività a livello corporate come le funzioni HR, IT, servizi generali, sostenibilità, comunicazione e M&A; così facendo HModa riesce a progredire omogeneamente in tutti i progetti di formazione, innovazione, comunicazione

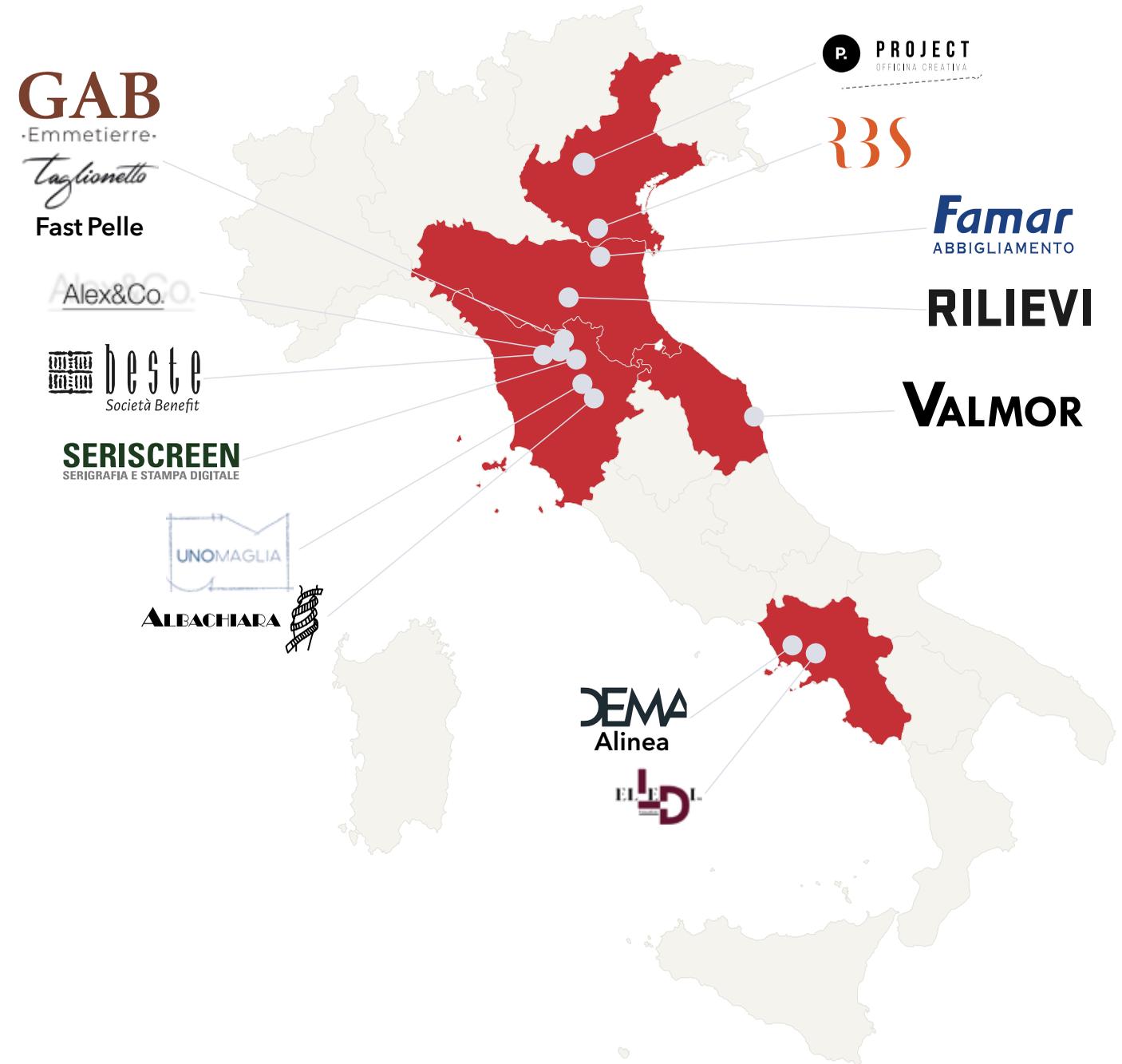
e sviluppo commerciale, a supporto delle numerose aziende del Gruppo. Di conseguenza, le singole aziende partecipate riescono a focalizzare la propria attenzione sui cardini del proprio business e sull'operatività industriale nonché sui prodotti.



Nonostante le sfide del contesto economico e sociale degli ultimi anni, il 2023 è stato un altro anno di significativa crescita per HModa. Il 16 marzo entra a far parte del progetto di aggregazione di eccellenze manifatturiere del settore moda Beste, importante realtà toscana specializzata nella lavorazione dei tessuti, seguita pochi mesi dopo da due realtà (Taglionetto e Tomaificio Elledi), già fornitori di aziende controllate dal Gruppo. L'anno si è concluso con l'acquisizione di Emmetierre, permettendo di ampliare le competenze nel

settore della piccola pelletteria e di Dema, rafforzando la presenza di HModa nel mondo delle calzature.

Il 2023 si è dimostrato un anno pieno di sfide complesse ma anche di importanti traguardi. Il Gruppo prosegue nel percorso di aggregazione delle eccellenze italiane per creare una filiera completa che porti i Clienti a trovare nel nostro progetto dalla materia prima al prodotto finito.



## 3.3 HData

# You know, You manage

HData è il dipartimento trasversale di HInd che mira ad analizzare i dati e i trend del mercato, offrendo una visione utile e strategica a tutti i verticali del Gruppo. La mission di HData, "You know, you manage", esprime perfettamente l'obiettivo del dipartimento: condividere informazioni sul settore di riferimento in cui operiamo e soprattutto conoscere approfonditamente le tematiche più rilevanti che influenzano o potrebbero influenzare il Gruppo.

Fin dall'inizio della creazione di questo dipartimento è stato evidente che la collaborazione di HData e HModa sarebbe stata vantaggiosa e proficua per mappare il settore complesso del Fashion Luxury, ricco di informazioni e di continue evoluzioni.

Il progetto HData si sviluppa su tre principali

aree:

- L'osservatorio che effettua ricerche periodiche sul mercato, i clienti, la filiera, le acquisizioni e le fusioni dei competitors.

- Le pubblicazioni in particolare di newsletter settimanali e pubblicazioni semestrali da veicolare al top management e ai principals con l'obiettivo di favorire l'interazione e lo scambio di informazioni.

- L'analisi dei dati (Data Analytics) che studia possibili scenari, modelli predittivi e di forecasting in grado di supportare le attività di pianificazione strategica delle Società del Gruppo.

Nello specifico la funzione di Data Analytics si suddivide in tre aree operative principali:



Il 2023 ha permesso a HData di implementare e strutturare ancora di più la funzione di analisi dei dati, definendo obiettivi di breve, medio e lungo termine con una visione moderna e aperta all'innovazione. Durante l'anno il progetto più importante ha interessato la progettazione e l'implementazione della nostra infrastruttura di archiviazione dei dati. Una volta svolto tutto il lavoro preparatorio di ricerca, validazione, normalizzazione serviva un database adatto ad accogliere tutte queste informazioni. L'infrastruttura individuata permette al Gruppo un'organizzazione dei dati più efficiente e

consente possibili implementazioni future.

Nel corso dell'anno sono stati fatti diversi investimenti sia sulle fonti dati sia sugli strumenti di analisi. Abbiamo affiancato alle fonti di dati in uso un prestigioso data provider internazionale. Nell'ambito degli strumenti, ai tradizionali tool per l'analisi finanziaria abbiamo aggiunto database relazionali, Power BI e strumenti di AI, tutto rigorosamente in cloud. L'adozione del cloud computing rispetta perfettamente i principi di sostenibilità seguiti dalla Holding. Questi data center sono progettati per

essere altamente efficienti dal punto di vista energetico e offrono un'importante scalabilità delle risorse, riducendo significativamente lo spreco. Gli strumenti cloud permettono una visualizzazione funzionale e un'analisi dei dati interni all'azienda, oltre a fornire una visione approfondita del mercato per supportare le decisioni aziendali, offrendo una panoramica completa del contesto in cui opera il Gruppo.

Nel 2023 la Newsletter settimanale (Weekly Lighthouse) si è consolidata come strumento interno per la comunicazione di iniziative della Holding stessa o delle novità delle aziende del Gruppo, condividendo informazioni importanti e strategiche a tutti i destinatari. Questo canale di comunicazione digitale ha permesso di condividere e analizzare dati di mercato utili per orientare le scelte strategiche del Gruppo, fornendo informazioni sulla sostenibilità, sull'innovazione, sulle novità del settore moda e tessile e sul mercato in cui operano i competitor.

Nel corso dell'anno la newsletter ha subito un notevole cambiamento rispetto alla piattaforma utilizzata. Le informazioni sono veicolate sia tramite sito SharePoint sia tramite l'invio dell'anteprima sulla posta elettronica. Il nuovo strumento di condivisione delle notizie in tempo reale è simile a un blog ed è integrato agli strumenti Microsoft. La pagina implementata presenta un layout più dinamico e accattivante, con contenuti fruibili anche da dispositivo mobile. Il sito consente di navigare e ricercare le informazioni per data di condivisione e di monitorare i principali eventi di settore e di HModa.

L'obiettivo è quello di coinvolgere tutti i destinatari in un portale chiaro e intuitivo, favorendo lo scambio di commenti e informazioni in tempo reale. L'opportunità

di interazione tra i diversi membri è resa possibile grazie ai sondaggi, pubblicati dai responsabili del sito, per incentivare e favorire la condivisione di idee.

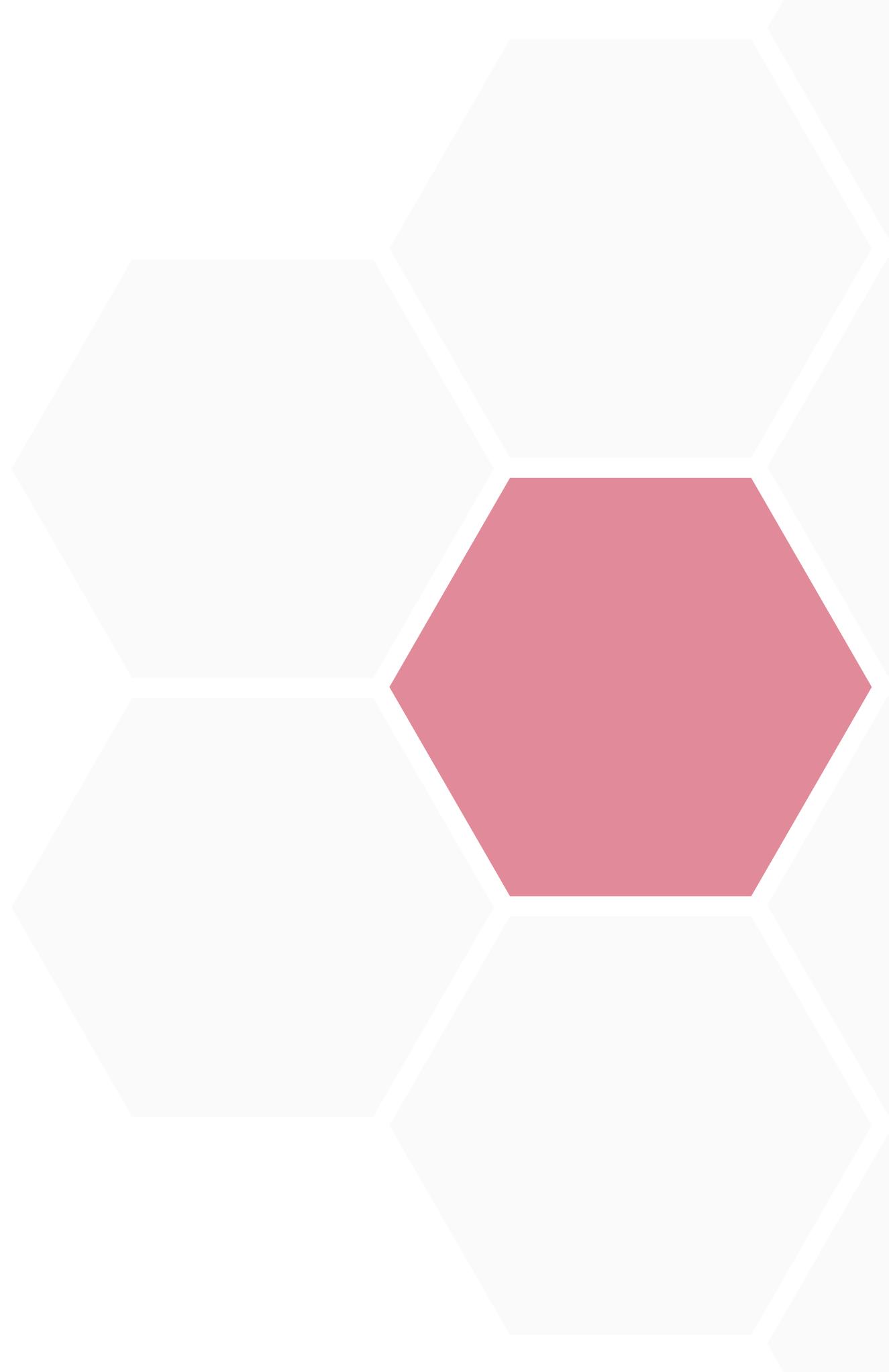
Un ulteriore vantaggio del nuovo strumento è la possibilità di archiviazione di tutte le newsletter ricevute, suddivise per data e categoria di contenuti. Per questo è stata creata un'apposita sezione che contiene lo storico delle newsletter per permettere un facile reperimento di tutte le versioni in maniera semplice e intuitiva.

Nel campo della sostenibilità HData è promotore delle migliori pratiche disponibili per il settore e il mercato in cui opera. Le iniziative finora realizzate hanno gettato solide basi per i progetti futuri, garantendo una robusta struttura da cui partire per raggiungere ulteriori progressi e successi.

Parallelamente ai progetti portati avanti durante l'anno, è stata avviata la definizione di un piano strategico e di investimento finalizzato alla selezione di strumenti necessari per potenziare le capacità di analisi dei dati. Queste attività riflettono l'impegno costante verso l'innovazione e il miglioramento continuo.

Con uno sguardo rivolto al futuro, è stato avviato un progetto preliminare per implementare l'intelligenza artificiale nell'analisi dei dati e nella ricerca di articoli. Questa iniziativa, in programma per il 2024, rappresenta un passo significativo verso l'ottimizzazione dei processi decisionali e l'incremento dell'efficienza operativa.

|  |             |
|--|-------------|
| Informazioni analizzate nell'anno 2023           | <b>637</b>  |
| Numero newsletter pubblicate                     | <b>35</b>   |
| Media di informazioni analizzate settimanalmente | <b>18,2</b> |
| Report pubblicati                                | <b>+10</b>  |



## 3.4 HPlanet

# Change makers for a better future

HPlanet è il centro di competenza, trasversale e integrato, per lo sviluppo della sostenibilità di HInd. È una fabbrica di idee, progetti e knowledge che nasce con l'intento di diffondere la cultura della sostenibilità non solo all'interno di HInd ma verso tutti gli stakeholder.

Questo dipartimento concretizza appieno l'impegno verso la sostenibilità, creando percorsi e strategie e implementando standard ESG all'interno dell'azienda e lungo tutta la filiera. Il progetto di HPlanet mira a generare valore aggiunto nei progetti legati alla sostenibilità ambientale, che impattano la vita delle persone e delle comunità in cui operiamo. Per questo motivo, ci impegniamo nel lungo termine ad aiutare le nostre aziende nella graduale transizione e integrazione della sostenibilità nelle leve di business.

Per supportare questa sfida, HPlanet si avvale di un team specializzato. Durante il 2023, è avvenuta una ristrutturazione e riorganizzazione dei processi e delle responsabilità all'interno del team. All'apice del dipartimento troviamo la più alta carica in materia di sostenibilità, la Chief Sustainability Officer (CSO) Veronica Bovo, a diretto riporto del Presidente. La sua direzione e visione permette di presidiare tutte le tematiche della sostenibilità partendo dalla reportistica e la decarbonizzazione fino all'economia circolare, alla compliance e alla catena di fornitura. Il team di HPlanet è così strutturato:

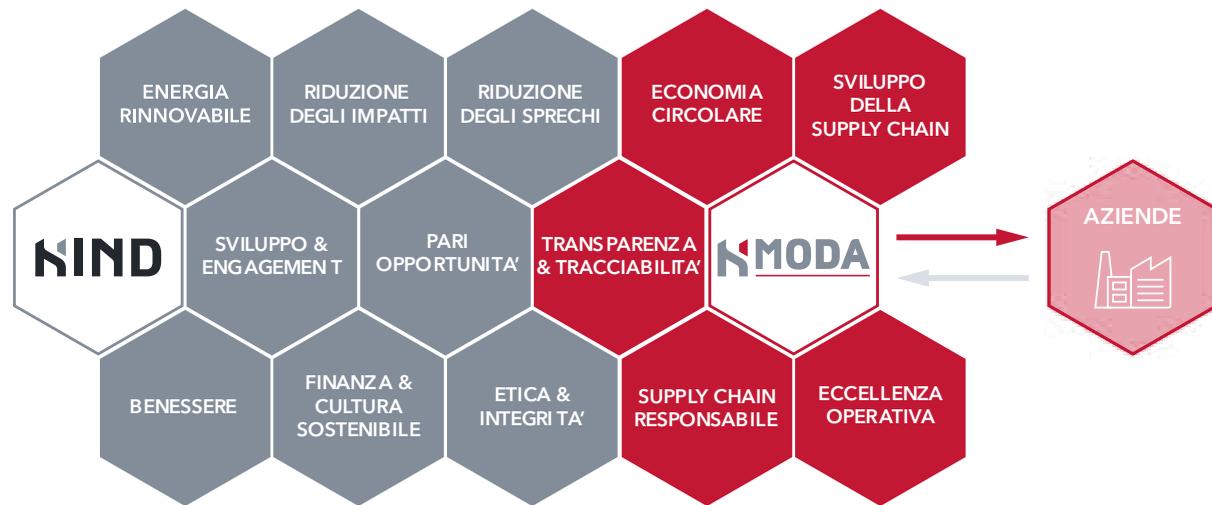
◆ **Team centrale HInd:** è composto da risorse che collaborano tra di loro e con le aziende del Gruppo per sviluppare tutti i progetti nei diversi ambiti operativi e strategici. Ad ogni risorsa sono affidate determinate responsabilità per monitorare al meglio tutti gli aspetti della sostenibilità. In particolare il team comprende 4 risorse che si occupano di: compliance ambientale e sociale, monitoraggio e assessment della catena di fornitura, progetti di economia circolare, trasparenza e rendicontazione di sostenibilità, decarbonizzazione e rating ESG, rapporti istituzionali, governance e strategia di sostenibilità.

◆ **Team regionale HModa:** a partire dal 2024 saranno introdotte due nuove risorse interamente dedicate allo sviluppo di progetti di sostenibilità, permettendo un collegamento diretto tra le aziende e il team centrale. L'esigenza di delocalizzare le responsabilità è nata dall'aumento crescente di aziende entrate nel Gruppo nel corso dell'anno e dalle numerose attività che ne sono derivate. Le responsabili regionali monitoreranno rispettivamente le attività delle due aziende del Veneto e del Polo Pelletteria della Toscana.

◆ **Team locale aziende HModa:** all'interno di ogni azienda sono stati individuati i 8 referenti di sostenibilità per supportare il team centrale con l'obiettivo di trasmettere i principi cardine della sostenibilità e diffonderli all'interno di tutta l'organizzazione. Le risorse nelle singole aziende supportano, da una parte, le progettualità definite dal team centrale e, dall'altra, portano avanti l'operatività nelle aziende curando le esigenze giornaliere specifiche di ogni realtà.

La squadra creata nel corso dell'anno ha facilitato la comunicazione tra gli esperti di sostenibilità, promuovendo un'efficiente collaborazione e assicurando che tutti lavorino verso gli obiettivi comuni del Piano Strategico. La nostra nuova organizzazione del team ha portato significativi vantaggi grazie alla suddivisione delle attività all'interno di ciascun processo. Grazie a questa struttura, siamo in grado di rispondere in modo più efficace alle sfide emergenti e di adattarci rapidamente ai cambiamenti del mercato. Inoltre, ha favorito un clima lavorativo più motivante e responsabilizzante, incoraggiando la creatività e l'innovazione nei nostri progetti.

## HPLANET MANAGEMENT TEAM

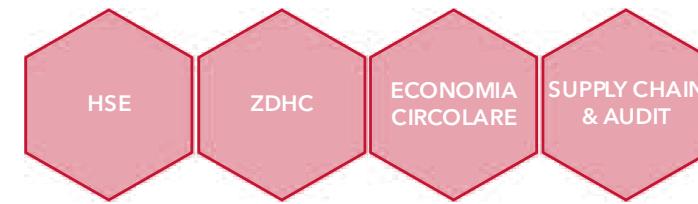


**Teamwork  
Leadership  
Responsability**

## AZIENDE

### RESP. REGIONALI

Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Marche



## 3.5 La nostra strategia di sostenibilità

La nostra strategia di sostenibilità si concretizza attraverso il Piano Strategico di sostenibilità che viene redatto internamente dalla figura apicale della sostenibilità (CSO) tenendo in considerazione sia le esigenze del settore in cui opera HModa sia le necessità delle singole aziende. Il documento viene redatto e elaborato in collaborazione con le diverse funzioni aziendali al fine di promuovere un concetto di sostenibilità a 360 gradi. Crediamo fortemente che la sostenibilità rappresenti un concetto dinamico e pervasivo che attraversa tutte le realtà aziendali, le quali devono integrarsi in modo sinergico per definire KPI ESG specifici all'interno delle proprie attività. Il Piano, iniziato nel settembre 2021, si propone di raggiungere diversi obiettivi sfidanti entro il 2025. Il contesto in cui si sviluppa tiene in considerazione le evoluzioni del mercato della moda del lusso, delle normative di sostenibilità e soprattutto i crescenti rischi del settore.

La strategia si articola in progetti e azioni concrete sulle tre aree della sostenibilità (ambiente, società e governance) con l'obiettivo di rendere trasparente e misurabile il nostro impegno verso il progresso sostenibile. Per la componente ambientale sono stati definiti 5 progetti e 17 azioni, per quella sociale 4 progetti e 18 azioni e in fine per quella governance 5 progetti e 22 azioni. Inoltre, ad ogni sustainability pillars sono collegati gli SDGs (Sustainable Development Goals), ovvero gli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per affrontare le principali sfide economiche, sociali e ambientali del nostro Pianeta. Questa esigenza nasce dalla necessità di voler portare una trasformazione culturale all'interno del Gruppo, di tutte le subholding e di tutte le aziende, che generi una consapevolezza dell'importanza dello sviluppo sostenibile e un impatto positivo sulle aziende e sull'ambiente circostante che HModa con le sue attività influenza.



Su base semestrale, questi obiettivi vengono aggiornati attraverso un continuo allineamento con le nostre strategie, i risultati ottenuti e le migliori pratiche del settore, per integrare sempre più la sostenibilità lungo l'intera catena

del valore. L'ascolto dei nostri stakeholder e i risultati dell'analisi di materialità sono fondamentali per la revisione e l'aggiornamento degli obiettivi, abbracciando le aspettative di tutti e prioritizzando le aree di intervento.

Il Piano Strategico si propone di essere uno strumento utile a tutte le aziende per creare valore aggiunto e opportunità di crescita grazie alla condivisione di best practice, know-how e valori. Per individuare le aree di maggiore

rilevanza per i nostri obiettivi di sviluppo sostenibile siamo partiti dai tre industrial pillars su cui si basa Hind: Made in Italy & Innovazione, Cultura e Formazione, Principi etici e di sostenibilità.



Partendo da questi tre pilastri, abbiamo individuato cinque pillars complementari che

guidando le scelte strategiche di sostenibilità per tutte le attività di HPlanet:



**Sviluppare la cultura sostenibile:** come Gruppo, riteniamo che adottare una cultura trasversale sia fondamentale per promuovere lo sviluppo sostenibile e per raggiungere concretamente gli obiettivi dell'Agenda 2030. È cruciale diffondere la cultura della sostenibilità che sia inclusiva, integrata negli obiettivi aziendali e che consenta di realizzare progetti in modo definito e misurabile.

**Mettere al centro le Persone:** il loro benessere è una delle principali priorità del Gruppo. Riconosciamo il potenziale di ogni individuo e poniamo le risorse al centro delle nostre attenzioni. Ci impegniamo ad ascoltare, valorizzare e premiare ciascuno, affinché tutti possano contribuire pienamente al raggiungimento della nostra Mission.

**Creare valore per il territorio:** collaborando con le eccellenze del Made in Italy, riconosciamo l'importanza del legame tra territorio, aziende e comunità locali. Questo legame è una priorità per noi, poiché ci impegniamo a diventare un punto di riferimento nella sostenibilità, agendo come catalizzatori per tutte le iniziative delineate nel piano strategico di HPlanet.

**Creare valore per gli stakeholder:** è un obiettivo da raggiungere nel fare impresa in modo etico, nel rispettare sia le persone che l'ambiente e i nostri principi fondamentali, generando e condividendo valore con tutti gli stakeholder.

**Responsabilità e innovazione:** sono elementi fondamentali per il progresso del nostro Gruppo. La responsabilità, innanzitutto, rappresenta un valore cruciale che guida le nostre scelte quotidiane; significa orientare la nostra strategia verso uno sviluppo consapevole, sostenibile e duraturo nel tempo. L'innovazione, poi, costituisce il motore ispiratore del Gruppo; implica la stimolazione della creatività, il sostegno all'evoluzione e alla crescita, nonché la generazione di valore nel lungo periodo. È la premessa indispensabile per perseguire risultati di eccellenza in modo innovativo.

Per permettere la piena integrazione tra i 3 principi di business di Hind e i 5 di sostenibilità di HPlanet è necessario collegarli tramite le attività di governance, gestione del rischio, benchmarking, engagement degli stakeholder e responsabilità sociale d'impresa.

Il framework finale del Piano si completa abbinando ad ogni pillars di sostenibilità gli SDGs, che rappresentano il nostro impegno e contributo al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, concretizzato tramite i numerosi progetti.

## Industrial Pillars

## Tools

## Sustainability Pillars

## SDGs

## Progetti



**Made in Italy  
& Innovazione**

Stakeholder  
engagement



Risk  
management




**Cultura  
& Formazione**

Governance



Benchmarking




**Piani etici  
& Sostenibilità**

Accountability



CSR




Sviluppare la  
cultura di  
sostenibilità



Mettere le  
persone al centro



Creare valore per  
il territorio



Creare valore per  
gli stakeholders



Responsabilità e  
Innovazione



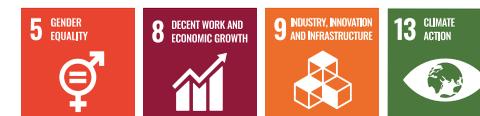
**2 PROGETTI, 11 AZIONI  
GOVERNANCE**



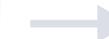
**5 PROGETTI, 20 AZIONI  
SOCIAL e GOVERNANCE**



**2 PROGETTI, 3 AZIONI  
GOVERNANCE**



**2 PROGETTI, 6 AZIONI  
GOVERNANCE**

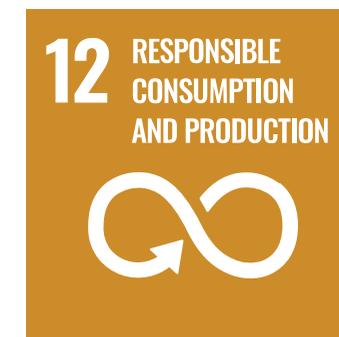
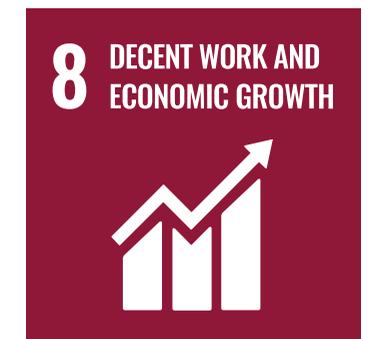


**5 PROGETTI, 17 AZIONI  
ENVIRONMENTAL**

## 3.6 Il nostro impegno verso l'Agenda 2030

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile rappresentano un impegno globale per un futuro migliore e più sostenibile per tutti, coinvolgendo governi, organizzazioni internazionali, settore privato, società civile e cittadini di tutto il mondo. Sono un vero e proprio richiamo alla collaborazione e alla responsabilità condivisa per creare un mondo più equo, prospero e rispettoso dell'ambiente.

HLnd, in linea con questi principi e volendo contribuire attivamente agli SDGs, ha scelto 5 obiettivi (**SDGs 5, 8, 9, 12, 13**) che meglio rappresentano il nostro modo di operare e i nostri valori. Tutte le subholding lavorano attivamente e congiuntamente su questi obiettivi ma per meglio esprimere l'identità di ognuna è stato scelto un SDGs aggiuntivo. Nello specifico HModa si impegna tramite i numerosi progetti descritti nel Piano Strategico di Sostenibilità al perseguimento, oltre ai cinque SDGs sopra citati, all'Obiettivo 4 relativo alla qualità dell'educazione.



## 4 QUALITY EDUCATION



**Obiettivo 4:** *Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti*

Holding Moda da sempre riconosce l'importanza dell'istruzione di alta qualità nel contesto del fare impresa di eccellenza. Si impegna attivamente in progetti volti alla formazione, alla trasmissione del savoir-faire delle maestranze e alla promozione della rinomata qualità che caratterizza il Made in Italy a livello globale. Consapevoli del ruolo chiave che ricopriamo nella formazione, intensifichiamo i nostri sforzi nella promozione di iniziative formative. Il nostro impegno è finalizzato a garantire un futuro promettente per i giovani talenti, aumentando le loro opportunità di lavoro attraverso una maggiore qualifica professionale e la creazione di posti di lavoro. Nel 2023 infatti sono partiti importanti progetti come l'Ente Formativo Calzaturiero delle Marche, i corsi tecnici offerti dall'Accademia HModa e la partnership con IFM (Institut Français de la Mode). Crediamo fermamente che il nostro impegno possa non solo beneficiare i giovani coinvolti nei nostri programmi, ma anche migliorare il benessere della comunità locale in cui operiamo. Per noi, l'istruzione è un aspetto fondamentale del nostro operato: investiamo costantemente nella formazione e nello sviluppo delle competenze, convinti che un'educazione solida sia la chiave per un futuro sostenibile.

**Obiettivo 5:** *Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze*

In HModa riconosciamo l'importanza della parità di genere all'interno delle organizzazioni, apprezzando i suoi benefici e il valore che porta con sé. Sosteniamo fermamente la diversità e promuoviamo attivamente il raggiungimento di una partecipazione di genere più equilibrata in tutte le nostre subholding, a tutti i livelli e in ogni ruolo. Come Gruppo, condanniamo qualsiasi forma di discriminazione legata all'assunzione, alla retribuzione, alla formazione e alla promozione. Per contribuire a questo obiettivo cruciale, adottiamo politiche e procedure interne volte a garantire pari diritti e opportunità lavorative per uomini e donne. Nel 2021, abbiamo abbracciato il Women's Empowerment Principles del United Nations Global Compact, rendendo la parità di genere un nuovo obiettivo centrale. Dal 2022, stiamo implementando specifici progetti dedicati alla parità di genere, come il processo di certificazione sulla Parità di Genere (UNI PdR 125) che arriverà a conclusione nel 2024. La certificazione ci consentirà di dimostrare il nostro impegno concreto verso l'uguaglianza e la valorizzazione delle competenze senza distinzioni di genere.

**Obiettivo 8:** *Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti*

HModa si impegna a promuovere una crescita economica sostenibile e inclusiva a vantaggio della comunità e dell'ambiente. Dedichiamo particolare attenzione ai giovani e investiamo consistentemente nella loro formazione e sviluppo dei talenti in ogni sua forma. Condanniamo fermamente qualsiasi forma di lavoro forzato o minorile, promuoviamo l'equilibrio tra vita e lavoro e incoraggiamo lo sviluppo di tecnologia e innovazione come motore trainante per tutte le nostre aziende. In qualità di impresa, ci sentiamo responsabili di creare occupazione e garantire condizioni di lavoro dignitose per i nostri dipendenti e per tutti coloro che fanno parte della nostra catena di approvvigionamento.

Crediamo che per sostenere la crescita economica sia essenziale integrare la sostenibilità a tutti i livelli, con particolare attenzione alle decisioni di governance. Questo ci consente di guardare al futuro con fiducia, audacia e rispetto, offrendo ai nostri dipendenti un ambiente di lavoro sano e sicuro.

Come Gruppo, ci impegniamo attivamente a ridurre il tasso di disoccupazione giovanile attraverso programmi di formazione e l'assunzione di giovani nelle nostre subholding. Il 2023 è stato un anno significativo per il nostro sviluppo, durante il quale abbiamo registrato crescita in termini di dimensioni, fatturato, numero di dipendenti e progressi verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

## 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



## 9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



**Obiettivo 9:** *Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile*

Crediamo che l'innovazione e la sostenibilità siano essenziali per fare impresa responsabilmente, e ci impegniamo a sviluppare un nuovo modello di business che sia in linea con i principi dello sviluppo sostenibile e aperto all'adozione delle tecnologie più avanzate disponibili.

HModa promuove e sostiene modelli di consumo responsabile e investe attivamente in innovazione, inclusi progetti come l'Archivio Digitale, lo Showroom Virtuale, Itaco e Beredo. Le nostre aziende utilizzano le migliori tecnologie disponibili nei loro impianti produttivi per ridurre gli sprechi, i consumi energetici e per essere preparati ad affrontare i cambiamenti tecnologici del settore.

Per rimanere al passo con le evoluzioni del settore, collaboriamo con il dipartimento HData, specializzato nella ricerca, aggregazione, analisi e reporting dei dati di mercato. Questa collaborazione ci offre una visione completa del settore, includendo innovazioni, progetti e pratiche adottate dalla filiera e dai concorrenti, oltre che dai brand. HData monitora e analizza le tendenze del settore moda, utilizzando strumenti che considerano sia i fattori qualitativi che quantitativi, in modo da mantenerci costantemente aggiornati sulle innovazioni dei brand e del settore del lusso.

**Obiettivo 12:** *Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo*

Holding Moda risponde all'appello delle Nazioni Unite per trasformare il modello attuale di produzione al fine di gestire in modo efficiente le risorse. Adottiamo un approccio responsabile e sostenibile verso le risorse naturali, impegnandoci attivamente nella ricerca di nuovi materiali e nella riduzione degli sprechi e delle inefficienze nei nostri processi. Attraverso progetti di economia circolare, efficientamento energetico e l'eliminazione delle sostanze chimiche dannose, ci impegniamo a utilizzare le nostre materie prime con il massimo rispetto, minimizzando gli sprechi e rimpegnando gli scarti in iniziative di economia circolare con impatto sociale positivo. Durante il 2021 abbiamo monitorato attentamente i consumi di materiali, energia, acqua e rifiuti generati, al fine di valutare lo stato attuale delle nostre aziende. Nel 2022 abbiamo lavorato su un piano di miglioramento basato su queste informazioni. Nel corso dell'ultimo anno, abbiamo partecipato a diverse iniziative per promuovere la produzione e il consumo sostenibile, tra cui il Monitor for Circular Fashion e SlowFiber. In particolare, abbiamo aderito al Monitor for Circular Fashion, un'iniziativa sviluppata da SDA Bocconi in collaborazione con Enel X, che promuove le buone pratiche della moda circolare e supporta la transizione verso modelli di business circolari.

Nel 2023, abbiamo partecipato a un'altra iniziativa, SlowFiber, nata dalla collaborazione tra Slow Food Italia e 16 realtà italiane della filiera tessile e dell'arredamento. Attraverso i loro processi produttivi, queste realtà mirano a creare prodotti belli, sani, puliti, equi e durevoli, rappresentando così un cambiamento positivo nel settore.

**Obiettivo 13:** *Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico*

Nel contesto in cui opera HModa, riteniamo che affrontare il cambiamento climatico sia di fondamentale importanza per le nostre strategie e i nostri progetti, guidati dalla governance aziendale. Come parte di questo impegno, abbiamo condotto un'attenta analisi e monitoraggio delle emissioni di gas climalteranti, sia dirette che indirette, al fine di valutare e comprendere appieno la nostra impronta di carbonio. Basandoci su queste valutazioni, abbiamo sviluppato un piano di miglioramento continuo che entrerà in vigore a partire dal prossimo anno di esercizio.

I nostri investimenti e la nostra attenzione sono focalizzati sulla transizione verso una fornitura energetica basata su fonti certificate rinnovabili e sull'adozione graduale di veicoli a maggiore elettrificazione per le società controllate. Inoltre, stiamo implementando una valutazione preliminare sui nostri consumi, in particolare sulle commodity energia elettrica e gas, andando ed evidenziare le possibili aree di miglioramento.

## 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



## 13 CLIMATE ACTION



## 3.7 I nostri progressi di sostenibilità assieme

Nell'approccio per conseguire gli obiettivi del nostro Piano Strategico di Sostenibilità, è stato fondamentale coinvolgere tutte le funzioni aziendali e integrare le competenze interdisciplinari presenti all'interno delle nostre organizzazioni. Questo ci ha permesso di delineare una timeline per le azioni prioritarie da implementare. Nel 2023, i principali interventi che ci hanno impegnato si sono concentrati su quattro aree:

- ◆ **Energia**
- ◆ **Economia circolare**
- ◆ **Catena di fornitura**
- ◆ **Compliance**

Nel contesto della gestione energetica, l'obiettivo principale è migliorare l'efficienza e ridurre l'impatto ambientale delle nostre operazioni, nonché le emissioni. Per raggiungere questo traguardo, è stato essenziale adottare un approccio integrato che ha coinvolto diverse aree di intervento. Le attività relative all'energia sono partite da una profonda consapevolezza e assessment dei consumi energetici di tutti gli impianti del Gruppo. Questo processo ha portato da identificare e quantificare le opportunità di risparmio energetico e gli strumenti migliori per la mitigazione dei consumi. Dai risultati di queste analisi è stato possibile massimizzare le capacità dei nostri sistemi energetici, di garantire risultati migliori con un consumo di energia meno impattante rispetto ad altri sistemi tradizionali. Questo migliorerà nel 2024 l'efficienza operativa complessiva.

Una volta massimizzata l'efficienza dei nostri sistemi di approvvigionamento, il Gruppo ha in programma per i prossimi anni di adottare gradualmente una flotta aziendale a maggiore elettrificata. Questo processo non solo contribuirà a ridurre le emissioni dirette e l'inquinamento locale, ma promuoverà anche uno stile di vita meno impattante e maggiormente sostenibile tra i dipendenti e le comunità locali.

Nell'ambito dell'economia circolare sono

stati portati avanti due progetti principali con l'obiettivo di creare sinergie proficue tra le aziende e i partner per diffondere una cultura consapevole e responsabile dell'importanza sempre più rilevante dell'economia circolare. Nel 2023 è proseguito il progetto pilota insieme al "Monitor for Circular Fashion" del SDA Bocconi. Guidati dai principi di eco-design come la monomaterialità e la facilità di disassemblaggio, vengono utilizzati gli avanzi di pelle per creare piccoli oggetti.

Per continuare a supportare concretamente l'economia circolare, è stato avviato un altro progetto dedicato alla gestione dei rifiuti delle diverse realtà di HModa. L'obiettivo è progettare e implementare un sistema di gestione dei rifiuti che garantisca sostenibilità ed efficienza, generando prodotti di upcycling attraverso la simbiosi industriale.

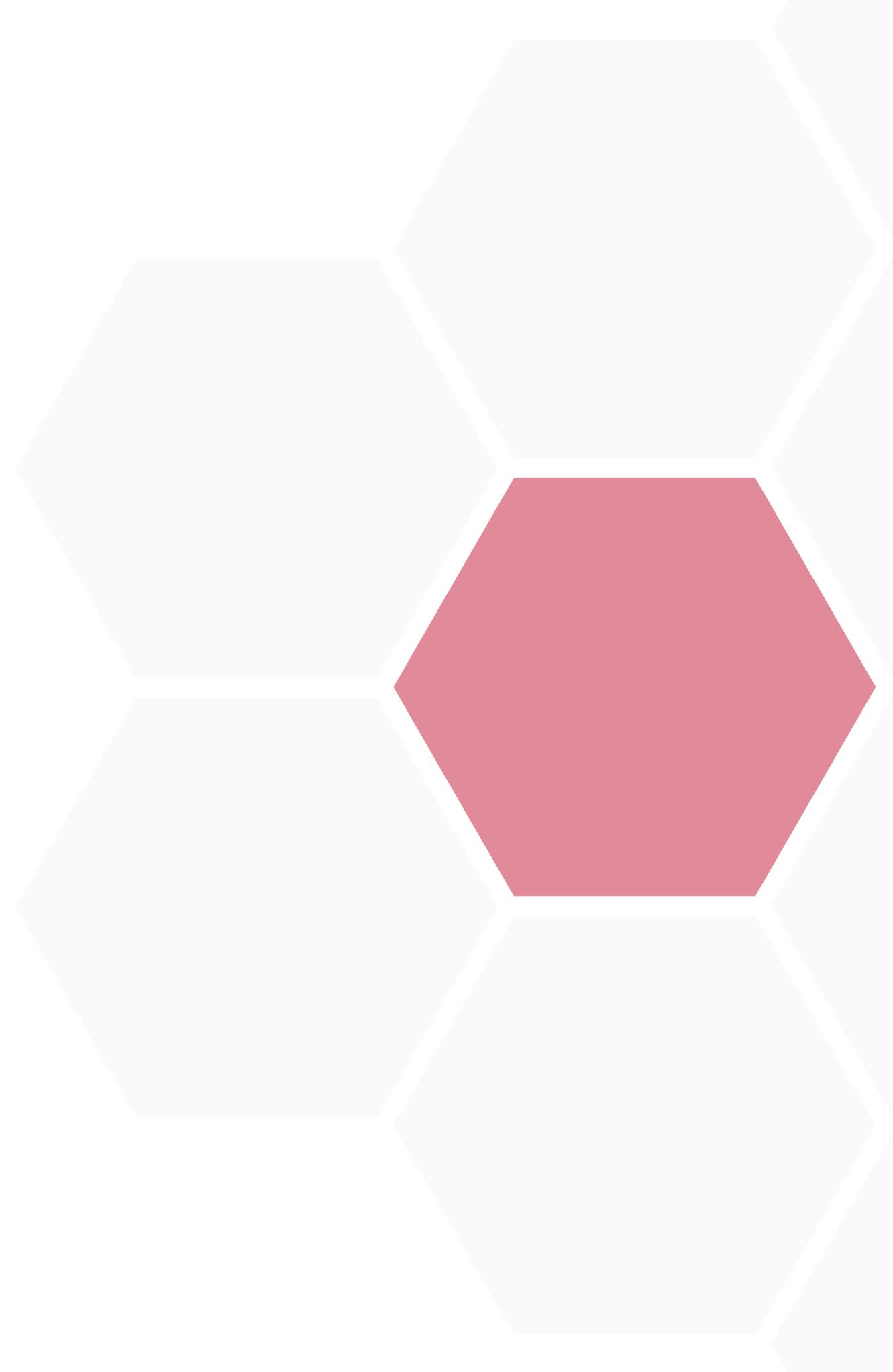
Durante il 2023 sono entrate nel vivo le attività per diffondere all'interno della filiera la cultura della sostenibilità e il rispetto dell'ambiente. In particolare, HModa ha aderito sia al protocollo 4Sustainability Trace sia a quello 4Sustainability Chem. I due framework innovativi garantiscono trasparenza, affidabilità e rispetto dell'ambiente della filiera del fashion & luxury. Il protocollo TRACE 4sustainability ha l'obiettivo di gestire adeguatamente gli impatti sociali e ambientali dei processi interni della filiera. Questo viene realizzato tramite attività di valutazione, tracciamento, monitoraggio e miglioramento delle condizioni di produzione. Mentre il protocollo CHEM 4sustainability è il risultato delle richieste dei brand alle aziende della filiera per l'eliminazione delle sostanze chimiche tossiche e nocive.

Gli impegni presi per tracciare la filiera di tutte le aziende di HModa, non solo concretizzano la volontà di promuovere la sostenibilità e la responsabilità sociale, ma rappresentano anche un fattore chiave per garantire la qualità, la sicurezza e l'efficienza dei processi aziendali, migliorando la reputazione e la competitività delle aziende.

In ultimo, nel 2023 è partito un complesso progetto di compliance e certificazione da parte delle aziende del Gruppo che si

concluderà tra il 2024 e il 2025. La conformità normativa e i processi di certificazione giocano un ruolo cruciale nel garantire la responsabilità e l'efficacia delle pratiche aziendali. Le certificazioni selezionate coprono sia gli aspetti di sostenibilità ambientale (ISO14001 e ISO 45001) sia di quella sociale (SA8000 e PdR 125). Le crescenti richieste del mercato e dei Clienti hanno portato HModa ad allinearsi a questi sistemi di certificazione, condividendo fin da subito i principi cardine promossi dalle certificazioni.

L'implementazione e la certificazione secondo questi standard rappresentano un impegno significativo verso la sostenibilità, assicurando che l'azienda operi in maniera responsabile e trasparente, migliorando la fiducia degli stakeholder e promuovendo un ambiente lavorativo equo e sicuro.



## 3.8 Le nostre Aziende e la crescita della filiera

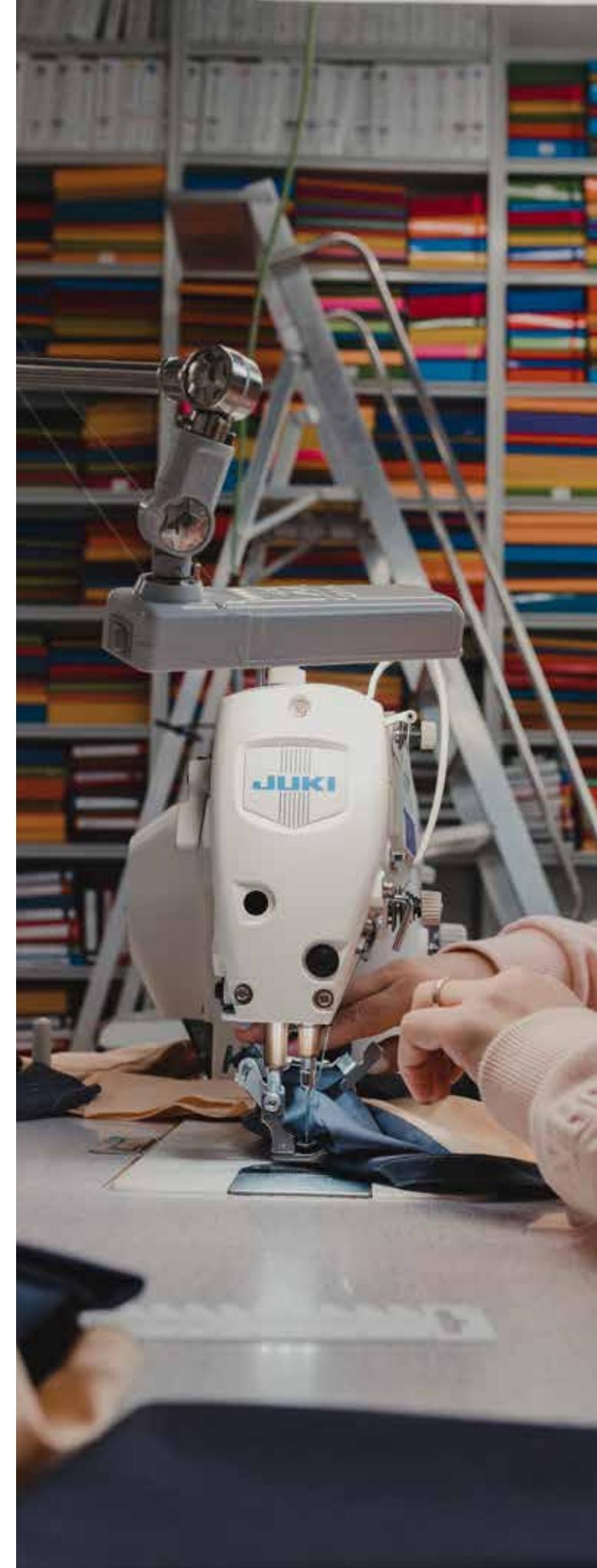
### Uno Maglia

Uno Maglia rappresenta un caposaldo della città di Montevarchi grazie alla sua storia e alla maestria nella creazione di capi in jersey. La società nasce dalla lungimiranza di due socie, Simonetta Guelfi e Laura Mugnaini, che nel 1987 fondano Uno Maglia S.n.c. nei pressi di Terranuova Bracciolini (AR), società specializzata nella realizzazione di capi in jersey per il pubblico maschile e femminile. La fiorente fashion industry di fine anni '80 riconosce il savoir faire di Uno Maglia tanto che, entro 3 anni dalla sua fondazione, l'azienda opera per una clientela piuttosto variegata. Negli anni '90 vengono avviate collaborazioni con diversi stilisti italiani ed emergenti; così Uno Maglia diventa sempre più rilevante per il panorama italiano ed internazionale, continuando a veicolare i valori del Made in Italy nel suo operato. Nel 1994 la società cambia forma societaria in Uno Maglia S.r.l.

La crescita dell'azienda crea la necessità di adattamento in spazi più ampi; avviene quindi il trasferimento in uno stabilimento di circa 3.000 metri quadri nello stesso comune di Terranuova Bracciolini. In questa nuova sede Uno Maglia soddisfa al meglio le esigenze aziendali di progettazione e produzione, continuando il suo percorso verso l'eccellenza grazie alla modellistica ed i sistemi CAD inseriti.

La popolarità di Uno Maglia aumenta, attraendo l'interesse di grandi brand francesi con i quali viene avviata una lunga collaborazione e scelgono l'azienda per la fornitura di capi di abbigliamento in tessuti pregiati o innovativi.

Nel 2012 avviene il secondo cambio di ragione sociale, Uno Maglia ottiene la forma societaria di Società per Azioni e una parte delle quote viene venduta a Holding Industriale; con la nascita di Holding Moda nel 2017 la Società diventa la realtà capofila del Gruppo.



L'attenzione alla sostenibilità e all'innovazione porta l'azienda ad adottare le ultime tecnologie presenti sul mercato che permettano la riduzione dei propri impatti ambientali. Questo desiderio si concretizza ulteriormente nell'ampliamento degli spazi nella nuova sede di Montevarchi, disegnato specificatamente con spazi luminosi, al quale, nel 2019, si aggiunge un edificio adiacente dotato di pannelli fotovoltaici. Sempre nello stesso anno Uno Maglia si certifica ISO 9001. La grande esperienza e il "savoir faire" insito nelle maestranze dell'azienda necessitano di essere conservati e custoditi per formare le nuove generazioni. Quindi Uno Maglia avvia un primo progetto di creazione di un archivio digitale, con questo passo la progettazione è resa più efficiente grazie all'accesso al vasto patrimonio di capi realizzati dalla società. Questa novità

facilita la formazione di nuove risorse ed aumenta il vantaggio competitivo, riducendo il tempo di ricerca di lavorazioni passate. La forte vocazione sociale ed il senso di responsabilità nei confronti dei propri dipendenti porta la società ad essere la prima, nel Valdarno, a siglare un piano di welfare, da cui trae benefici nella misura di creazione di un clima lavorativo positivo e derivanti miglioramenti di risultati di business.

Attiva in un virtuoso percorso di sostenibilità, Uno Maglia nutre la volontà di offrire ai propri clienti dei capi di abbigliamento che rispettino rigorosi criteri ambientali e sociali, pertanto nel 2022 persegue un percorso di certificazione GOTS - lo standard più elevato al mondo per le fibre biologiche lungo l'intera filiera produttiva.

## Alex&Co

Fondata nel 2007 nella piccola cittadina di Vinci da Carlo Manciola e Antonio Tesi, la realtà di Alex&Co è specializzata nella realizzazione di capi di abbigliamento in pelle per i principali marchi del lusso. La città di Vinci è ricca di storia e di prestigio grazie alla celebre presenza di Leonardo ma negli anni è diventata anche il fulcro del distretto di creazione dell'abbigliamento in pelle, contando su maestranze altamente qualificate. L'impegno dell'azienda è da sempre la creazione di prodotti di qualità potendo contare sull'esperienza di Persone dedite e che custodiscono un vasto patrimonio di conoscenze.

L'elevata qualità del prodotto è possibile grazie all'alto grado di artigianalità che si percepisce attraverso le molte lavorazioni manuali, a cui l'Azienda decide di affiancare tecnologie di ultima generazione, come il CAD, per poter elevare ulteriormente la fase di modellazione.

Nel 2019 la società entra a far parte del Gruppo Holding Moda, i due fondatori rimangono in azienda ricoprendo incarichi di responsabilità come la realizzazione delle collezioni e la produzione, la selezione delle materie prime, il controllo qualità ed il taglio. L'esperienza maturata nel settore ha permesso all'azienda di essere riconosciuta come realtà eccellente nel territorio e nel comparto di riferimento, avviando così numerose collaborazioni con i grandi brand del lusso francese ed italiano. Grazie a questi risultati nel 2020 l'Azienda decide di concentrare tutto il suo impegno e le sue risorse nella realizzazione di capi per le più prestigiose firme, abbandonando quindi la produzione della propria linea interna di abbigliamento in pelle.

Credendo altamente nella trasmissione del savoir faire e fronteggiando il ricambio generazionale, Alex&Co dal 2020 ospita nel suo stabilimento gli studenti dell'Accademia Holding Moda per fornire loro le competenze tecnico-professionali volte a formare gli

*"Identità, tradizione, ricerca e innovazione danno vita ad ogni nostra creazione"*



specialisti di realizzazione del capospalla in pelle.

Nei primi 14 anni di vita, l'Azienda ha raccolto nel proprio Archivio Storico oltre 700 capi realizzati ed esemplificativi dell'elevata qualità che contraddistingue Alex&Co.

Al fine di rendere fruibili le conoscenze del passato anche alle generazioni future, nel 2021 prende il via il progetto di creazione di un Archivio Digitale, per proiettare la Società nel futuro e custodire la sapienza artigiana che la contraddistingue.

*"C'è bisogno di una nuova linfa e nuove generazioni che apprezzino questo lavoro"*  
Carlo Manciola



## Rbs

La volontà di Romeo era fondare una propria azienda al servizio dei brand del lusso, dopo diversi anni come direttore del prodotto di un rinomato marchio. Dal 1979, anno di nascita dell'azienda, al 2005 Rbs è stata sapientemente guidata da Romeo Sambinello nella creazione di capispalla sportivi di elevatissima qualità. La location scelta per l'avvio dell'attività è Lendinara, nella provincia di Rovigo, con circa 40 dipendenti fidati e specializzati nella produzione di capi tecnici sportivi. Il gran interesse da parte dei brand per il prodotto di Rbs porta subito la società a ingrandirsi e spostare la sede in uno stabilimento più grande, sempre nel comune di Lendinara. A inizio anni '80 la Società instaura solide relazioni con fornitori esterni per la realizzazione di capispalla sportivi e tute sportive ma, una decina di anni più tardi, la domanda cresce ulteriormente e ben presto Rbs fronteggia uno spostamento della sede produttiva su una superficie più ampia. Qui la Società inizia la sua ascesa anticipando i cambiamenti del settore e diversificando il prodotto: da capi sportivi a capi outerwear fashion da città.

Con l'inizio del nuovo secolo, si dà inizio all'informatizzazione di Rbs che coinvolge il reparto di modellistica con l'installazione di nuovi software e sistemi di taglio automatico che migliorano la qualità del lavoro, contribuendo inoltre a ridurre i consumi, grazie al sistema CAD per lo sviluppo taglie.

Nel 2006 le redini dell'Azienda passano alle nuove generazioni, Romeo lascia la direzione in favore del figlio Federico che è tutt'ora a capo dell'Azienda. La nuova direzione mette in contatto Rbs con i principali brand del lusso internazionale, seguendo gli stilisti nell'elevazione della qualità del prodotto.

Particolare attenzione è rivolta alla filiera del lusso e alle eccellenze del savoir faire radicate in Veneto, così nel 2014 Rbs rileva

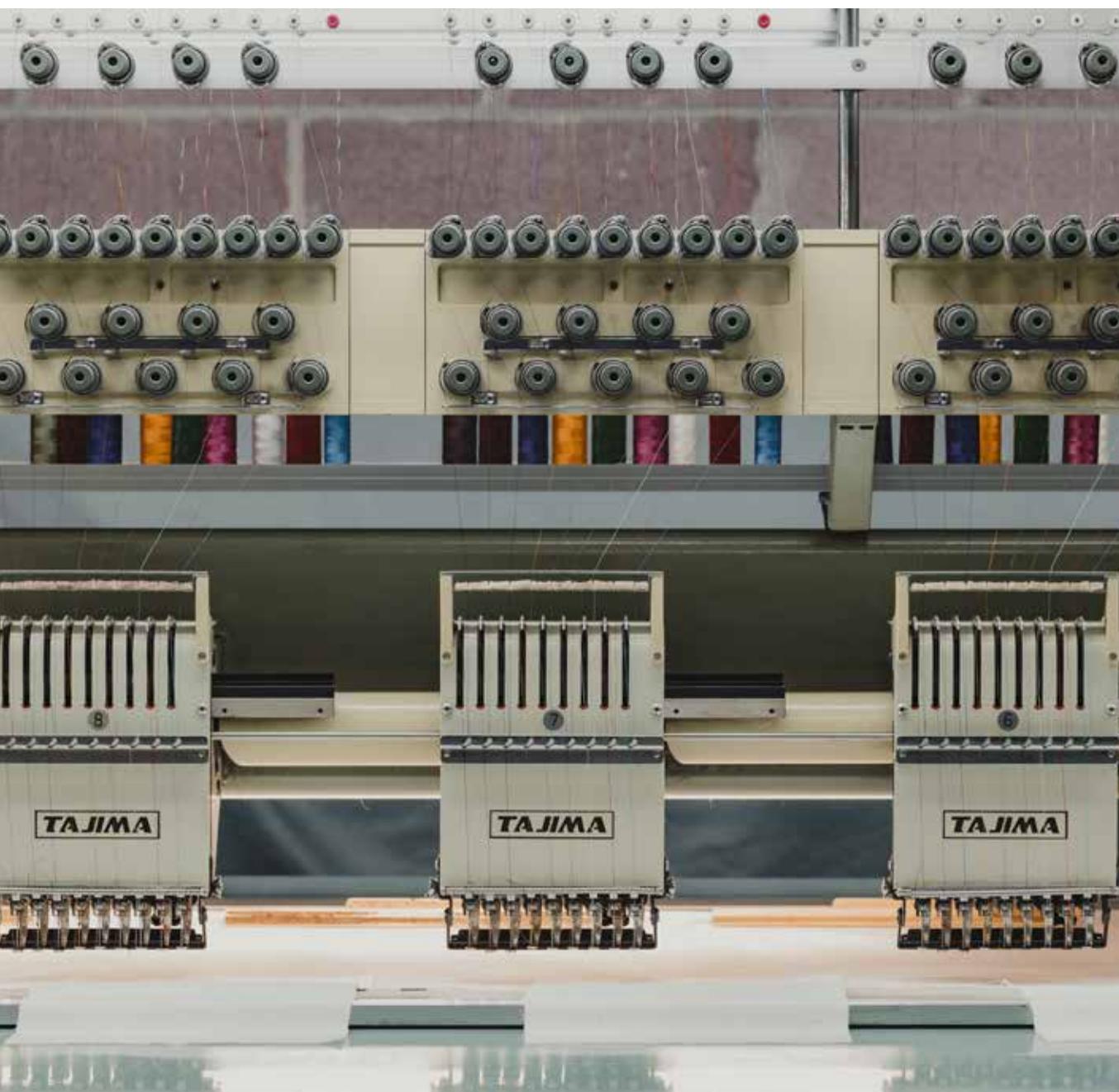


un laboratorio a rischio chiusura, integrando le 15 risorse specializzate all'interno della propria struttura in modo da garantire stabilità alle stesse e poter contare su maestranze qualificate.

Nel 2020 Rbs entra a far parte del Gruppo Holding Moda e Federico Sambinello rimane in azienda al fine di garantire continuità e collaborazione per una crescita duratura.

A partire dal 2021 la Società si è impegnata in un progetto di digitalizzazione del proprio archivio storico e in un virtuoso percorso di sostenibilità lungo la propria filiera, valorizzando i laboratori con cui collabora. Nel 2022 Rbs pone le basi per un'ulteriore espansione e crescita dimensionale all'insegna dello sviluppo e della sostenibilità.

*"Investiamo nella filiera produttiva per affrontare le sfide del mercato globale"*



## Albachiara

Albachiara nasce a Bucine (AR) come Società di confezione di abbigliamento per conto terzi nel 2003, contando sulla maestria di 20 Persone che producono per un importante brand. Nel 2010 la direzione dell'azienda è affidata a Fabio Maggini e a Barbara Burzi, già proprietari della società Magif con una grande esperienza nel settore della manifattura dell'abbigliamento da donna per i brand del lusso.

Grazie all'ingresso dei nuovi titolari Albachiara vede una crescita in termini di fatturato e delle Persone, avviando quindi relazioni con vari brand del lusso. Nel 2017 avviene la fusione della società Magif con Albachiara, incorporando tutte le Persone nello stabilimento di Bucine.

Con la volontà di sostenere la crescita

dell'Azienda nel lungo periodo facendo leva sulle persone e sul loro savoir faire, nel 2020 la Società entra a far parte del Gruppo Holding Moda. La gestione operativa dell'Azienda rimane comunque in capo a Fabio Maggini e Barbara Burzi, che sono affiancati da Giulio Guasco nella direzione.

I risultati positivi e la crescita aziendale hanno creato l'esigenza del trasferimento della sede in una nuova struttura più ampia e che possa rispondere alla domanda dei clienti. Questo desiderio si concretizza nel 2022 quando Albachiara si trasferisce nel nuovo stabilimento a Monteverchi, affiancato alla sede di Uno Maglia, costruito appositamente con attenzione alla sostenibilità e con macchinari dotati di tecnologie dell'Industria 4.0.

*"Ogni nostro capo è realizzato da mani esperte che dedicano cura e attenzione ad ogni dettaglio"*





## GAB

La Società nasce nel 2009 per volontà di Simone Lenzi e Claudia Guidarelli, esperti del settore pelletteria e con il desiderio di creare una nuova realtà che potesse valorizzare il territorio e insegnare il savoir faire alle nuove generazioni. GAB quindi nasce nella città di Calenzano e avvia la produzione di borse e piccola pelletteria in conto terzi per un unico cliente; in brevissimo tempo il portafoglio dei clienti si espande e di conseguenza anche la rete di fornitori con cui collabora stabilmente. A soli tre anni dalla nascita, GAB integra alcuni fornitori strategici all'interno del proprio stabilimento di Calenzano ai fini di ottimizzare la propria strategia logistica, ridurre i tempi di consegna e l'impatto sul territorio locale.

Nel 2016 viene creato il reparto di industrializzazione al fine di garantire una corretta realizzazione del prodotto con elevati standard qualitativi.

GAB diventa un punto di riferimento sul mercato italiano ed internazionale per la realizzazione di borse e piccola pelletteria, iniziando ad attrarre i più grandi brand internazionali del lusso.

Nel 2021 GAB entra in contatto con il Gruppo Holding Moda, sposandone da subito i principi e vedendo nel progetto un possibile supporto per la crescita dell'azienda. Così nel 2021 GAB diventa la quinta realtà del Gruppo Holding Moda, Simone Lenzi e Claudia Guidarelli rimangono in azienda per supportare la direzione generale e le operations.

Nel 2022 inizia un nuovo capitolo della storia di GAB: lo stabilimento che li ha ospitati nel comune di Calenzano risulta di dimensioni ormai contenute per le persone ed i prodotti che vi transitano, così nasce l'idea di costruire appositamente un nuovo stabilimento che possa accogliere l'Azienda e la sua catena di subfornitura. Iniziano le ricerche del terreno sul quale edificare la nuova sede, individuato nell'ex Tintoria del Sole nel comune di

Campi Bisenzio, una struttura in disuso da decenni. GAB decide di investire le sue forze nel recupero di 11.000 mq della struttura esistente e riqualificare l'area come eccellenza del territorio, attraendo giovani da iniziare al percorso di maestri pellettieri. La superficie totale della nuova GAB si estenderà su 19.000 mq suddivisa in 3 blocchi: il primo dedicato alla stessa GAB che sarà anche il primo ad essere realizzato, il secondo dedicato alla subfornitura, il terzo dedicato ad uffici e spazi comuni, mensa per tutti i dipendenti e spazi per momenti di leisure.

Nel 2022 iniziano quindi gli interventi per il completamento del primo dei tre blocchi, realizzato con una particolare attenzione alla sostenibilità; infatti, la struttura sarà ampiamente esposta alla luce naturale, con un impianto

fotovoltaico e la pavimentazione a parquet prevede il recupero di legnami da scarti industriali. La Società è fiera di aver partecipato alla bonifica e riqualifica dell'area della Tintoria del Sole, un intervento sicuramente importante e di grande beneficio per tutta la comunità locale, e di poter fornire ai propri dipendenti un nuovo spazio di lavoro, più grande e accogliente. Il forte grado di innovazione della Società attrae talenti vogliosi di conoscere il mondo della pelletteria e le tecnologie che ad esso si possono applicare, l'età media del personale si assesta infatti intorno ai 30 anni.

A fine 2022 la nuova GAB è pronta per ospitare i lavoratori, divenuti ormai più di 100, ma destinati a diventare molti di più nel corso degli anni a venire.

*"Vogliamo puntare sui giovani che qui possono imparare un mestiere, anche se non hanno una formazione nella pelletteria."*

Simone Lenzi





## Project

Matteo Lavezzo fonda Project nel 1999 in Veneto per fornire un servizio completo ai brand nella realizzazione dei capi in denim. Inizialmente l'attività di Project era principalmente incentrata nell'ufficio stile e prodotto, offrendo anche servizi di consulenza all'esterno. A cinque anni dalla sua nascita il focus dell'Azienda cambia, diventando la produzione di pantaloni il fulcro centrale delle operations dell'azienda.

Dal 2007 Project inizia un progetto di realizzazione dei capi all'estero, in Tunisia, Paese nel quale veniva realizzato il 50% della produzione. Le richieste dei clienti di avere la produzione principalmente in Italia, congiunta alla volontà di ampliare la sede Veneta dell'azienda, portano alla chiusura della sede tunisina nel 2015 per concentrare le forze solo sul Made in Italy.

Project si contraddistingue per essere un ambiente creativo capace di ispirare le Persone, il motto aziendale è *"Supporting daring people"* per mettere l'accento sulle persone e sulla possibilità di osare e creare progetti fuori dall'ordinario.

A Marzo 2021 Project si trasferisce in una nuova sede nel comune di Malo, in provincia di Vicenza, che si sviluppa su 7.000 mq con l'obiettivo di ampliare il numero di reparti interni e inserire maestranze che possano elevare la qualità di offerta di Project.

Nel 2021 Project entra a far parte del Gruppo Holding Moda, sposandone i principi; Matteo Lavezzo rimane in Azienda e assume anche un ruolo strategico per il Gruppo stesso: Chief Change Officer. Il ruolo di Matteo sarà cruciale nei prossimi anni in quanto avrà come obiettivo un vero e proprio cambiamento culturale che coinvolgerà tutte le Persone del Gruppo.

Nel medesimo anno, nel nuovo stabilimento di Malo, vengono inaugurati i due nuovi reparti di taglio e applicazione; continuando su questa

scia positiva, l'anno successivo vedono la luce anche i reparti di confezione e stiro.

L'attenzione della Azienda nei confronti della propria supply chain ha portato alla nascita del progetto "The GhostMakers", ossia la filiera fantasma, che comprende le piccole imprese artigianali che compongono la filiera del Made in Italy. Il progetto nasce in Project ma viene preso come best practice e quindi esteso a tutte

le aziende del gruppo holding moda, le quali condividono la volontà di avere una filiera certificata in termini di sostenibilità d'impresa e compliance.

Project è un vulcano di nuove idee, creative ed ambiziose, volte al continuo miglioramento e che mirano ad essere un punto di riferimento per il mercato.

*"La nostra forza sono le persone. Persone che sanno immaginare, reinventare e plasmare il futuro della moda."*





## Valmor

Valmor nasce in una terra altamente nota per la produzione di scarpe: le Marche. L'Azienda vede la luce negli anni '60 per la volontà di Tersilio Torresi e inizialmente dedicata alla produzione di pantofole.

Nel 1994 in Azienda entrano Mauro Finocchi e Fiorella Torresi, rispettivamente il genero e la figlia di Tersilio, i quali iniziano un processo di rinnovamento industriale tramite l'immissione sul mercato al dettaglio con marchio proprio sul territorio italiano ed europeo. Osservando le dinamiche di mercato e con estrema lungimiranza, l'Azienda decide di convertire la propria produzione da pantofolificio a produzione di calzature per il tempo libero ed in particolare di sneakers.

A inizio anni 2000 Valmor diventa un polo di interesse per i più grandi brand del lusso internazionale, avviando solide collaborazioni con clienti e puntando totalmente sul Made in Italy come sinonimo di qualità e garanzia di eccellenza.

La forte espansione dell'Azienda vede lo spostamento in un nuovo edificio nel 2017, nell'area di Civitanova Marche, in grado di soddisfare le esigenze produttive e amministrative, che ha reso Valmor un punto di riferimento per le più importanti maison del lusso.

L'Azienda entra a far parte del Gruppo Holding Moda sul finire dell'anno 2021, Mauro Finocchi e Fiorella Torresi rimangono in azienda per perseguire gli obiettivi di sviluppo e gestione aziendale.

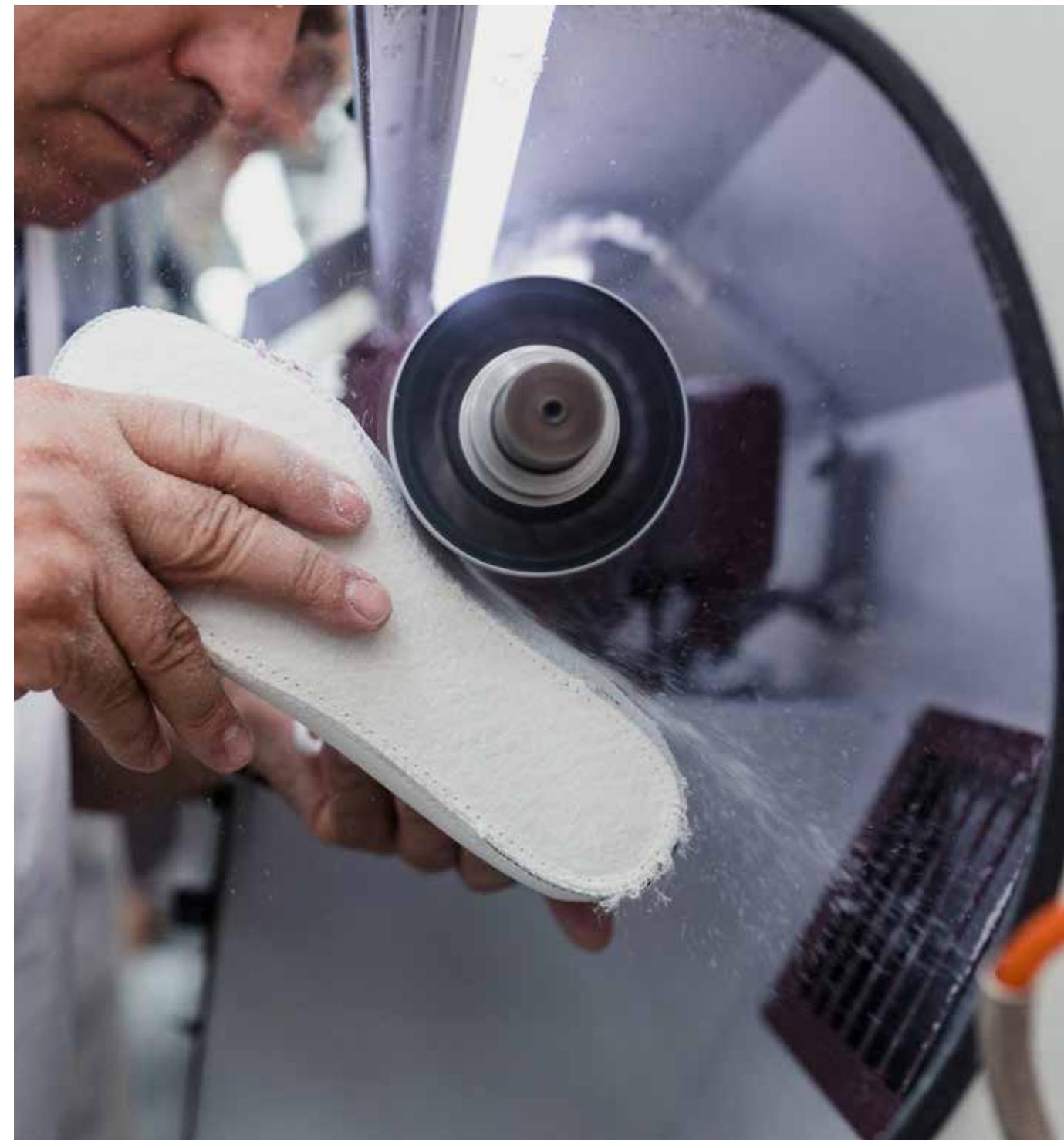
Avendo molto a cuore la formazione delle Persone e per assicurare il ricambio generazionale, nel 2022 Valmor e Holding Moda avviano la progettazione di un corso formativo dedicato alla figura degli orlatori/orlatrici, difficilmente reperibile sul mercato, che assicureranno all'Azienda una manodopera

qualificata ed in grado di mantenere l'elevata qualità del prodotto, nonché un attivo

contributo al benessere della comunità locale che da sempre ospita Valmor.

*"Vogliamo trasmettere competenze e passione alle nuove generazioni e dare loro un'occasione concreta di crescita"*

Mauro Finocchi





## Famar

L'azienda viene fondata nel 1966 da una sarta che pensa già in "grande". Nel nome il destino: Maris (che viene dal mare e dagli spazi infiniti) Villani. In origine l'azienda produce esclusivamente abbigliamento da donna per piccoli clienti locali o regionali, all'interno del ciclo classico "cucito-stiro". Ben presto però la clientela aumenta, con il nome di FAMAR che diventa sempre più noto durante gli anni '70.

Negli anni 80 l'approccio artigianale diventa industriale. Questo avviene con l'introduzione di una gamma completa di prodotti: abiti da sera, abbigliamento tecnico sportivo uomo, costumi da bagno, intimo di altissimo livello qualitativo. La produzione diventa più varia mantenendo però un'altissima attenzione nei confronti della qualità e del dettaglio.

Con l'introduzione del sistema CAD per la modellazione negli anni '90 nasce un reparto dedicato. Viene inaugurato anche un reparto di cucito per la costruzione di prototipi. I reparti di produzione vengono rivoluzionati con l'introduzione di un sistema di movimentazioni merci di progettazione americano detto Mover. Nella seconda metà degli anni Novanta l'azienda si trasferisce nella sede attuale, raddoppiando gli spazi aziendali e allargando il parco clienti.

Negli anni 2000 si compiono i processi di automazione industriale sia del reparto taglio, con l'acquisto di due stenditori automatici, sia l'integrazione dei processi CAD nel reparto di modellazione. Si integrano i flussi informatici dall'arrivo delle merci alla distinta base del prodotto. La clientela si allarga a livello internazionale su prodotti haute couture.

La seconda generazione di FAMAR ha dato un contributo innovativo all'azienda e innescato una marcia in più. Quella marcia che ha trasformato FAMAR in una realtà di servizi di altissimo profilo. L'azienda oggi può infatti contare su uno stabilimento di 6.000 mq complessivi,

un'automazione completa del reparto taglio, tecnologie all'avanguardia, sia specifiche del settore moda che dell'informatica.

I clienti di FAMAR possono contare su una struttura aziendale in grado di dar loro:

- 1) industrializzazione del prodotto attraverso la gestione completa di una collezione: dallo sketch alla messa a punto della taglia base, dallo sviluppo taglie alla preparazione della scheda misure, dalla distinta base all'industrializzazione del prodotto. Il tutto in un approccio dinamico di partnership nella risoluzione tecnica di eventuali problemi con gli stilisti;
- 2) gestione completa di una collezione dagli acquisti di materie prime ai fornitori di lavorazioni accessorie: FAMAR può cucire e preparare i capi pronti per essere spediti ai punti vendita completi di inscatolatura ed imbustaggio.

Nel marzo del 2019 parte l'Academy aziendale:

un progetto formativo per dare un futuro al manifatturiero aziendale. L'Academy è una vera e propria scuola di sartoria, con la creazione di una piccola linea produttiva completa di macchinari, tavoli da taglio e ferri da stiro. All'interno di questa cornice si crea un gruppo di operatori specializzati da inserire nel mondo del lavoro e nella vera e propria produzione di FAMAR. Da una semplice idea modellata sulle esigenze dell'azienda, è nata una scuola formativa di alto livello che costituisce uno dei maggiori vanti di FAMAR.

A maggio 2022 FAMAR entra a far parte del gruppo Holding Moda.

L'ingresso in Holding Moda rientra in un progetto ad ampio respiro in cui la competizione globale non è più affrontabile con aziende di piccole dimensioni, la filiera integrata di prodotti e lavorazioni rappresentate dalle 10 aziende del gruppo e il valore aggiunto a cui sommare sinergie di forniture e servizi.

*"La qualità del made in Italy, per noi non è mai stata una moda"*

Monica Talmelli



## Seriscreen

Seriscreen ha inizio nel 1982 con la sede di Piandiscò, divenendo negli anni un punto di riferimento nazionale per i più grandi brand di lusso; in continua crescita, investe su tecnologie sempre più all'avanguardia, specializzandosi in lavorazioni complesse, quali la Stampa Digitale su pelle, Stampa Digitale su spalmati, Serigrafia, Stampa Digitale su prodotto finito (calzatura).

La nuova sede nasce come spazio creativo e contemporaneo, vuole comunicare un modo innovativo di fare stampa e serigrafia, affermando il successo ottenuto negli anni di attività.

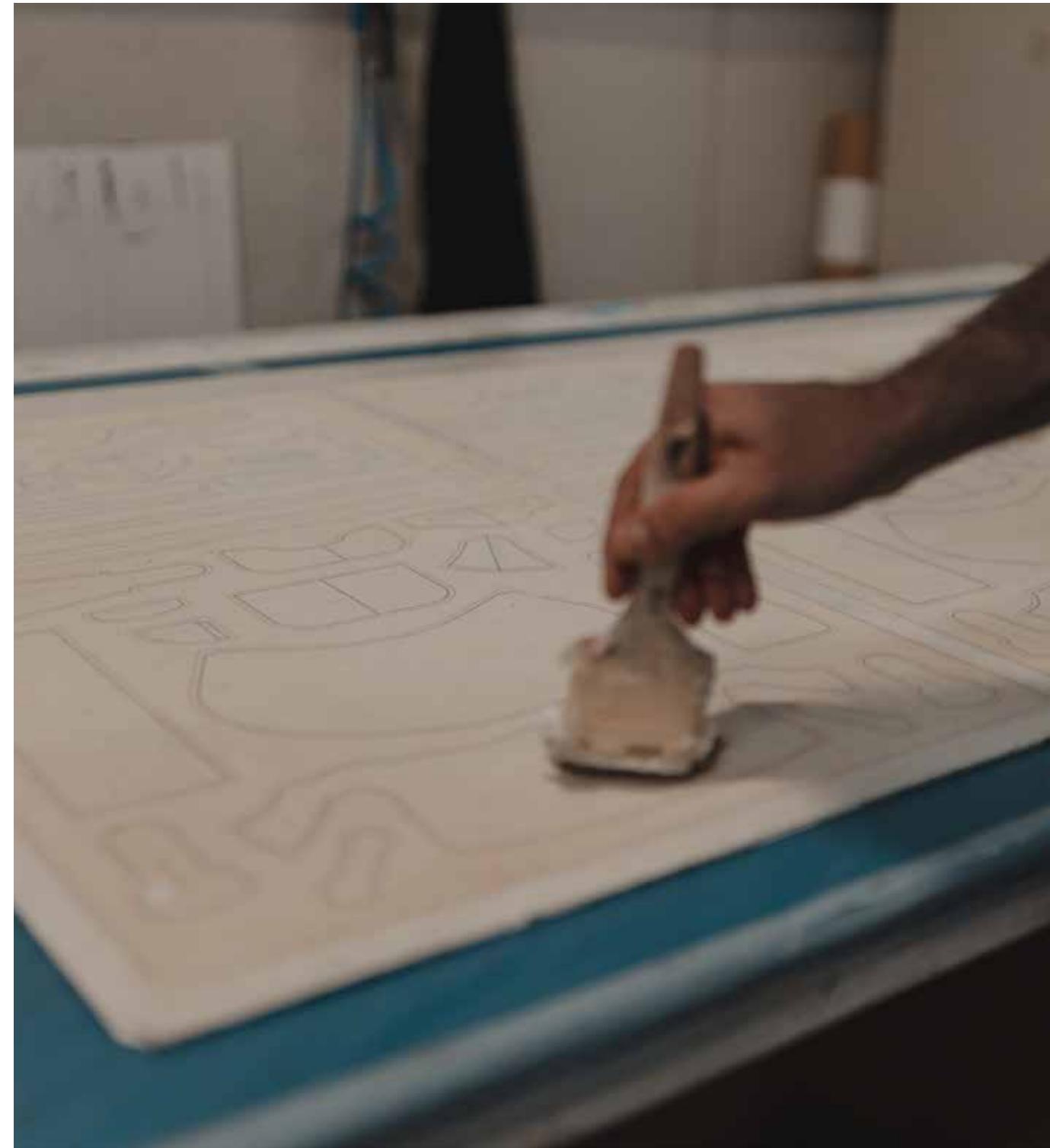
L'azienda crede nell'importanza della eliminazione delle sostanze chimiche pericolose sia per l'ambiente che per la salute dei propri dipendenti. Fin dal 2019 l'azienda si è impegnata nella ricerca di inchiostri che abbiano qualità e tenute sempre migliori ma che allo stesso tempo risultino conformi ai limiti richiesti dalla MRSL e dalla PRSL DI ZDHC, sostituendo gli inchiostri non adeguati. L'azienda ha messo in atto delle misure pratiche per la riduzione dell'impatto ambientale e la salvaguardia dei lavoratori come, ad esempio, l'utilizzo di cappe aspiranti per ogni stampante; in questo modo si è voluto migliorare l'ambiente di lavoro garantendo una maggiore salubrità aziendale ed una migliore qualità dell'aria nell'ambiente. È inoltre stato studiato appositamente un impianto per il riciclo dell'acqua di lavaggio dei telai di serigrafia, per permettere di depurare e ricircolare a circuito chiuso le acque provenienti dalle vasche di lavaggio dei telai senza collegamenti con la rete idrica. L'azienda ha incrementato il proprio parco macchine con la recente aggiunta di stampanti che utilizzano inchiostri ancora più ecosostenibili ed è in costante ricerca di tecniche di stampa innovative con lo scopo di garantire uno sviluppo fortemente attento alla salute ed al benessere sociale ed economico delle persone e dell'ambiente.

Nel 2022 Seriscreen entra in contatto con il

Gruppo Holding Moda, sposandone da subito i principi e vedendo nel progetto un possibile supporto per la crescita dell'azienda. Così nel 2022 l'Azienda diventa parte realtà del Gruppo

Holding Moda, Gianluca Matassini e Matteo Mori rimangono in Seriscreen.

*"Investiamo nel futuro per continuare ad essere la scelta migliore"*





## Rilievi

Rilievi nasce a Bologna nel 1991, quando sette ricamatrici decidono di avviare un piccolo laboratorio per realizzare ricami fatti a mano. Il laboratorio, chiamato in un primo momento "Rilievi Ricami e Accessori per l'Alta Moda", viene fondato a seguito di un master tenuto da Giovanna Barattozzi, esperta ricamatrice di terza generazione, che tramandò il suo sapere grazie ad un programma di formazione a sostegno dell'imprenditoria promosso dalla città di Bologna e dal CNA. Il master, per un totale di 2.800 ore, ha consentito alle ricamatrici di acquisire non solo competenze tecniche sul ricamo e sul suo disegno specialistico, ma anche nozioni di marketing e management d'impresa.

Il laboratorio fu da subito apprezzato dalle più importanti maison di moda dell'epoca.

Nel corso del decennio successivo Rilievi si è dotata di una solida struttura aziendale, sistematizzando i processi di gestione e assumendo e formando nuovi ricamatori in grado di far fronte a un incremento della domanda.

Contemporaneamente all'apertura della sede a Bologna, negli anni Novanta, vengono intraprese le prime collaborazioni con alcune realtà produttive in India, patria mondiale del ricamo a mano di alta qualità, poi sfociate in una partnership continuativa e infine nella gestione diretta di una fabbrica a Mumbai.

Con la certezza che abilità manuale e dimensione internazionale possano coesistere, Rilievi si è trasformata in un laboratorio creativo globale, proiettato verso il futuro.

Rilievi lavora con makers d'eccellenza: designer, ricamatrici e ricamatori che da un continente all'altro si scambiano idee, tecniche e conoscenze.

Dal 2017 Rilievi India ha conseguito la certificazione ai sensi dello standard SA8000:2014 Responsabilità Sociale d'Impresa con l'obiettivo di attestare che il sistema aziendale è conforme ai principi della

responsabilità sociale (libertà di associazione e di contrattazione, rifiuto del lavoro minorile e discriminazione, prevenzione per la salute e sicurezza dei lavoratori, procedure disciplinari, orario di lavoro, maggior attenzione alle esigenze di tutte le parti interessate, ecc.). Quanto sopra citato rappresenta un risultato molto rilevante in termini di responsabilità sociale, in considerazione del fatto che la certificazione SA8000 è il primo standard internazionale di riferimento per la gestione della responsabilità sociale e dei diritti sul lavoro, basato sulle convenzioni dell'ILO (International Labour Organization), sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e sulla Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino. La certificazione SA8000 è quindi garanzia dell'impegno che Rilievi ha da sempre dimostrato nei confronti delle proprie persone e dei fornitori.

In Rilievi si è compresa l'importanza della progettazione della Corporate Academy già a partire dal 2018 focalizzandosi sul know-how dell'azienda come asset strategico, assumendo anche livelli di alta complessità e ponendosi come strumento ideale per condividere

l'identità aziendale e favorire la crescita e la formazione dei dipendenti e dei collaboratori. La Corporate Academy ha proprio l'obiettivo di presidiare le conoscenze chiave, valorizzare i percorsi di crescita professionale dei dipendenti e ridurre i rischi derivanti dal cambiamento generazionale del personale o da repentine variazioni della forza lavoro, garantendo livelli di usabilità e accessibilità.

La funzione primaria di implementazione di strumenti per erogare formazione, si integra con altri tool fondamentali nel mondo HR, come gli strumenti di Rilevazione e Mappatura delle Competenze fino alle Performance Management.

Nel 2019 Rilievi ha intrapreso un percorso volto a formalizzare il proprio impegno verso l'ambiente attraverso la certificazione ambientale ISO 14001 nella sua sede di Bologna.

Così nel 2022 l'Azienda diventa parte del Gruppo Holding Moda e gli imprenditori ed imprenditrici Stefania Marocchi, Simona Finelli e Michele Galliano rimangono in azienda.

*"Sostenibilità e centralità delle persone devono essere elementi fondanti delle aziende"*  
Michele Galliano





## Beste

Nel 1992 Beste nasce come azienda tessile. Il suo ideatore e creatore, Giovanni Santi, successivamente affiancato dai fratelli Luca, Marco, Matteo e Mariagrazia, decide di intraprendere un percorso di riforma e innovazione focalizzandosi sul cotone e sulle modalità di trattamento delle materie prime. Questa scelta si rivela vincente, dal momento che le operazioni vengono condotte mantenendo costante la cura per il dettaglio e per la qualità, non perdendo mai di vista l'essenza primaria della produzione: l'eccellenza. Questa declinata come modalità operativa si traduce sin da subito in scelte audaci, quale ad esempio l'utilizzo di tecnologie e macchinari tradizionalmente riservati alle fibre nobili. Il primo grande cambiamento è avvenuto a metà degli anni '90, integrando internamente le procedure di tintoria e di finissaggio: è stato reso possibile dalle persone che arricchiscono il nostro capitale umano con la loro esperienza e professionalità.

Nel 2004 inizia il trasferimento dei reparti produttivi e commerciali dell'azienda nella sede di Cantagallo che si concluderà nel 2010 anno in cui si chiuderà il primo periodo di diversificazione e di internazionalizzazione. In questo scenario, divengono fondamentali la presenza e il coordinamento del designer Piergiorgio Donatucci, a cui vengono affidate le collezioni esistenti.

Nel 2005 l'Azienda acquisisce il marchio Corpo Nove e si certifica UNI EN ISO 14001, al fine di aprirsi ad un mercato di respiro internazionale e consolidare i rapporti commerciali nella catena di fornitura, a monte e a valle.

Beste coltiva l'ambizione di attuare una strategia di business che le permetta di diversificarsi, di crescere e sviluppare le attività aziendali, per questa ragione ha stretto numerose partnership e collaborazioni sia nel territorio Pratese che in realtà più distanti.

L'Azienda acquisisce Manifattura di Pontelambro, storica azienda lombarda

specializzata nella camiceria di alta gamma e con il controllo di PWP. L'iniziativa risponde alla crescente esigenza e alla volontà di offrire ai clienti di Beste una gamma di prodotti sempre più vasta. La tessitura Pontelambro è un'azienda italiana originaria di Erba, il cui know-how riguarda specialmente la produzione di fibre di lino e cotone. Acquisendo il controllo di questa storica eccellenza Made in Italy, Beste abbraccia l'ambiziosa sfida di reinventare le pratiche produttive del settore camiceria, ponendo particolare attenzione alla fase di lavorazione del finissaggio. La collezione Pontelambro in poco tempo diventa una delle collezioni di punta dell'azienda: la collaborazione ha dato vita a una nuova linea produttiva che si è dimostrata capace di innovare e trasformare il mercato della camiceria, tramite la giustapposizione tra fasi di ricerca e sviluppo e ingredienti che afferiscono alla tradizione tessile locale, ovvero un'eccellenza e un riferimento ormai consolidato.

Nel 2009 nasce JIADA un nuovo ramo d'azienda dedicato allo sviluppo e all'ideazione di una linea di jersey.

Dal desiderio di entrare in un contesto industriale maggiormente sfidante e competitivo, nel 2012 viene siglata una joint-venture con la Huamao di Anqing, che ha consentito la successiva costituzione della H&B (Huamao & BESTE) Textile Technology Co Ltd. Il progetto, di respiro internazionale, ha garantito alla clientela di Beste di poter godere del medesimo standard di qualità in Italia come in Cina.

Nel 2013 nasce la collezione di design di lusso Sezione Aurea, dalla mente del maestro Piergiorgio Donatucci che sancisce il consolidamento delle conoscenze acquisite da Beste dalla sua nascita sino a quel momento: si tratta di una collezione creativa, massima espressione dell'eccellenza Made in Italy, che ricorre al pregio delle fibre nobili, come seta, cashmere e cotone sea island, per creare dei capi e tessuti incredibilmente resistenti, al tempo e al deterioramento, così come al mutare dei movimenti e della volontà dello stilismo.

Nel 2015 Beste potenzia la sua capacità produttiva e innovativa del laboratorio di confezione acquistando macchinari speciali e incrementando la manodopera specialistica.

Nel 2018 l'Azienda dona vita alla Tessuteka: un punto di raccolta ed esposizione di migliaia di tessuti diversi, consultabili da soggetti interni ed esterni all'azienda: nell'archivio le chiavi di ricerca sono le varianti di colore e la tipologia di finissaggio e i tessuti sono raggruppati in 19 categorie. Da subito costituisce un riferimento per numerosi soggetti in continua evoluzione e rappresenta il punto di congiunzione tra realtà differenti per costituire una base di conoscenza su cui improntare processi di ulteriore ricerca e sviluppo.

Nel 2019 viene presentato al mercato Bestone: un'applicazione che è in grado di catturare la tonalità precisa di un tessuto rendendola riproducibile su un supporto tessile. Il target del progetto sono le professionalità creative della clientela, per cui è reso possibile campionare una qualsiasi tonalità per replicarla successivamente su un tessuto.

Prende anche forma il progetto MONOBI, una collezione di capi invernali ideata da Beste come trampolino di lancio per l'ingresso nel mercato B2C. L'originalità di quest'iniziativa risiede nei prodotti stessi, in quanto si tratta di capi indossabili in contesti cittadini ma dotati delle funzionalità di un indumento da montagna.

"Monobi è il design che si percepisce dietro la funzionalità, lo stile che si intravede attraverso la tecnologia, la qualità che si tocca sotto la sostenibilità"

Durante il 2020 l'Azienda in collaborazione con PANGAIA realizza delle tute per l'utilizzo sanitario a supporto dell'emergenza COVID-19, devolvendo i capi prodotti agli enti sanitari locali che prestano servizio nella situazione emergenziale della pandemia.

Si sceglie di ampliare ulteriormente le collaborazioni e di ingrandirsi: in questa direzione, all'inizio del 2020 viene acquisito il marchio laniero Carpini. L'azienda Carpini nasce



come realtà specializzata nei tessuti lanieri. Nei primi anni Ottanta converge nella Compagnia Tessile, una realtà locale nata con l'obiettivo di favorire l'incontro tra la cultura laniera e la cultura tessile pratese, compiendo un processo di innovazione che ha condotto alla creazione di filati pettinati. Carpini si continua a distinguere nel panorama tessile per via dell'innovatività, della ricercatezza e dell'elevata qualità offerta dalla collezione sviluppata in Beste.

Nel 2021 viene siglata un'alleanza strategica con Albini Group, storica eccellenza del settore della camiceria italiana. Il fine ultimo della collaborazione è la volontà di riallacciare i rapporti di conto lavoro con Albini, soprattutto per quanto riguarda il processo e le fasi di tessitura dei tessuti lavorati in Beste, primi tra tutti i filati organici, come il cotone pregiato. La partnership è quindi volta a promuovere il consolidamento e la valorizzazione della produzione tessile Made in Italy e a sviluppare soluzioni produttive innovative e competitive.

Viene creato il Beste HUB, un punto di incontro, con forte connessione al territorio: si tratta di un polo aziendale che annovera tra i suoi obiettivi la restituzione di valore al contesto che lo circonda, che attua tramite la promozione di iniziative culturali. Nella sede del Beste HUB vengono trasferiti i reparti relativi di produzione, sviluppo del prodotto, modelliera e gestione della produzione, oltre che un ampio atelier, in modo da snellire i processi e le operazioni produttive.

Nel 2022 Beste ha acquisito una quota azionaria dello stabilimento produttivo di Sutura con l'obiettivo di raggiungere la completa verticalizzazione del processo produttivo e di lavorazione delle fibre. La base di questa nuova collaborazione è la volontà di creare un rapporto di continuità con la visione di abbigliamento. Il continuo contatto con Sutura permette a Beste di mantenere un controllo diretto su uno dei propri fornitori a valle, garantendo massima tracciabilità in una fase ulteriore della catena produttiva.

Inoltre, Beste ha acquisito anche il lanificio Texco, un'azienda leader nella produzione di tessuti

realizzati con fibre nobili nel distretto tessile di Prato. Ciò ha permesso un'espansione della produzione tessile di Beste, offrendo collezioni basate sull'intreccio di fibre nobili come seta, alpaca, cachemire, mohair, cammello e lana. Texco è un'azienda riconosciuta nel settore tessile per la produzione di tessuti lanieri di alta qualità, ottenuti a partire dalle fibre tessili più pregiate. La produzione di Texco si distingue per l'alto standard qualitativo grazie all'uso di tecniche di finissaggio innovative e sofisticate nel trattamento delle fibre tessili. Inoltre, Texco ha sviluppato nuove tipologie di fibre miste composte da fibre nobili come il cashmere, il cammello, l'alpaca e lo yak, rendendo i nuovi materiali simili nell'aspetto e nella texture a pellami pregiati come l'astrakan, il beaver e lo zibellino.

Prende forma un progetto ambizioso che porta con sé una nuova sfida: rendere i tessuti rigenerabili e diminuirne drasticamente l'impatto ambientale. Il coinvolgimento di Beste e il senso di responsabilità ambientale hanno condotto all'ideazione del progetto Be-Redo, un programma di raccolta e recupero degli scarti tessili, attuato per mezzo di processi di separazione fisica, chimica e innovativa. Il fine ultimo del progetto è semplificare la re-immissione dei materiali rigenerati nella filiera produttiva.

Nel 2023 l'Azienda diventa parte del Gruppo Holding Moda.





## Calzaturificio DEMA

L'azienda di calzature Dema è stata fondata nel 1989 dai fratelli Giovanni e Nicola De Simone, con una particolare specializzazione nei mocassini, frutto di un'importante tradizione familiare iniziata nel 1972.

Nei successivi anni l'azienda ha aumentato e ampliato la sua produzione, includendo diversi tipi di calzature come le sneakers, le ballerine, gli stivali alla caviglia e i sandali. Questo incremento produttivo ha permesso all'azienda di stabilirsi in nuovi mercati internazionali, tra i quali Medio Oriente, Estremo Oriente e Nord Europa e di iniziare partnership strategiche con i più prestigiosi marchi del lusso in Italia e a livello internazionale.

L'azienda ha registrato una crescita costante dal 2015, grazie all'ingresso in azienda dei tre figli del fondatore Italo, Paolo e Danilo, fino al 2021 con l'integrazione di parte della catena di fornitura e la creazione della fabbrica di tomaie Alinea.

A Dicembre 2023 Dema entra a far parte della realtà Holding Moda, diventando la prima azienda situata in Campania e consolidando ulteriormente il posizionamento del Gruppo nel segmento delle calzature in un territorio ricco di eccellenze di grande valore per il mondo della moda e del lusso Made in Italy. Ad oggi l'azienda vanta una capacità produttiva giornaliera di oltre cinquecento paia di scarpe, ciascuna realizzata con abilità e attenzione ai dettagli.

I principi su cui si fonda l'identità dell'azienda sono tradizione, ricerca e sviluppo, insieme a un preciso controllo di qualità. Guidata da questi valori, Dema presta la massima cura agli aspetti relativi all'ambiente, alla sicurezza e alla responsabilità sociale partendo dalla catena di approvvigionamento delle materie prime fino alla vendita dei prodotti.

L'impegno dell'azienda a garantire uno

sviluppo etico e sostenibile si è manifestato attraverso il conseguimento di due importanti certificazioni: la ISO 9001 e la ISO 14001.

La prima certificazione conseguita nel 2019, è lo standard internazionale per la gestione della qualità e testimonia la costante aderenza di Dema verso metodologie organizzate e ben strutturate. Questo consente di garantire una soddisfazione continua dei clienti, fornendo costantemente prodotti e servizi che rispettino elevati standard qualitativi. D'altra parte, la certificazione ISO 14001 per la gestione ambientale evidenzia l'impegno a ridurre l'impatto ambientale delle attività produttive.

Attraverso un'attenta gestione dei processi e delle risorse, l'azienda mira a minimizzare l'impatto sull'ambiente e a promuovere pratiche sostenibili.

Questi risultati tangibili riflettono la determinazione di Dema nel seguire percorsi di certificazione, che consentono di soddisfare le crescenti esigenze del mercato e dei nostri Clienti. Ciò garantisce una maggiore trasparenza e affidabilità delle operazioni aziendali, contribuendo così a costruire rapporti duraturi e di fiducia con gli stakeholder.



## Elledi

Il Tomaificio Elledi nasce nel 2018 grazie all'intuizione di Clara Luongo, l'attuale Amministratrice, che ha portato avanti l'azienda grazie alla sua vasta esperienza nel settore. Dopo aver lavorato come operaia e poi come responsabile di produzione, Clara ha deciso di investire in questa nuova avventura con l'obiettivo di inserire la manifattura italiana nel mondo della moda di lusso.

Attraverso un incredibile impegno per l'eccellenza e la precisione artigianale, Elledi è diventata rapidamente un punto di riferimento nel settore, fornendo tomaie di classe per alcuni dei marchi di moda più prestigiosi al mondo. All'inizio, la sede produttiva era di dimensioni ridotte, il personale limitato e la produzione era focalizzata solo su tomaie ma grazie alla visione e l'ambizione di Clara e alle relazioni commerciali accumulate nel corso degli anni, l'inserimento nel tessuto produttivo locale è stato agevolato, consentendo una crescita rapida dell'azienda. È evidente che queste conoscenze maturate hanno facilitato la scelta dei fornitori e dei partners strategici, grazie

anche al know-how dell'Amministratrice in termini di qualità ed affidabilità del servizio offerto.

Nel 2020, in piena pandemia, l'Amministratrice ha deciso di cambiare strategia aziendale, per cui oltre ad una trasformazione societaria con l'inserimento di nuovi soci, ha modificato anche la strategia di vendita ampliando la gamma dei prodotti offerti e i clienti forniti. La produzione è passata dalla sola scarpa classica, fulcro della produzione nei primi anni, ad altri prodotti come le sneakers.

L'ingresso in Holding Moda nel 2023 ha segnato un ulteriore passo avanti, consentendo una crescita rapida ed efficace. Con una nuova sede più adeguata alle esigenze di produzione, Elledi ha visto un aumento significativo delle dimensioni della sede, con il capannone di oltre 1.000 metri quadrati coperti e un organico di 39 dipendenti.

L'obiettivo da qui ai prossimi anni è di continuare a crescere e sfruttare appieno il proprio potenziale. Il mix unico di tradizione artigianale e visione innovativa, aiuteranno Elledi in quest'esperienza, continuando a stupire e ispirare il mondo delle calzature di lusso.



## Emmetierre

Emmetierre, fondata nel 1981 da Fabio Tombelli e Romagnoli Stefania, nasce come laboratorio di piccola pelletteria per conto terzi grazie all'importante esperienza dei due titolari nell'ambito dell'innovazione tecnologica e dell'artigianalità.

Nel 1990 si trasferisce nell'attuale sede di Scandicci, in provincia di Firenze, ampliando gli spazi interni fino agli attuali 1.500 mq, per accogliere i 27 dipendenti e aumentare i propri processi produttivi.

Dai primi anni del 2000 inizia a lavorare per i grandi brand del lusso internazionale, investendo gradualmente in tecnologia e formazione del personale. Queste importanti collaborazioni hanno permesso all'azienda di offrire ai suoi clienti un servizio completo grazie ai reparti di modelliera e prototipia, garantendo efficienza e qualità dal disegno dello stilista alla realizzazione del prodotto finito, anche con pelli pregiate. Emmetierre attualmente è in grado, inoltre, grazie a macchine di tecnologia avanzata, di realizzare trapuntature su ogni categoria di prodotto.

Uno dei più importanti punti di forza dell'azienda, è il consolidato rapporto con la filiera, alla quale viene affidata una parte della produzione. Emmetierre difatti, si avvale di una solida collaborazione esterna, fondata sul rispetto di valori etici e morali, che hanno sempre contraddistinto la propria catena produttiva.

L'azienda negli anni ha ampliato la gamma della propria produzione per rispondere alle esigenze di mercato, fino a realizzare portafogli da uomo e da donna, pochette e pouch, mini-bag, portachiavi, porta cuffie, porta carte, porta documenti e simili, interamente progettati e confezionati per brand high-end del lusso. Per questa ragione, nel 2018 la Direzione decide di costituire una nuova realtà produttiva con Fast Pelle, azienda che diventerà un centro di supporto nel taglio e preparazione della produzione di Emmetierre.

Nel 2023 Emmetierre e Fast Pelle entrano a far parte del Gruppo Holding Moda integrando know-how specializzato dei dipendenti e degli imprenditori, rimasti in azienda con il loro ruolo direzionale, e coprendo tutti i principali tipi di lavorazioni in pelle. L'ingresso di queste due importanti realtà creerà nuove opportunità di crescita e permetterà di iniziare nuove collaborazioni con tutte le realtà all'interno del Gruppo stesso, mettendo a disposizione competenze acquisite nel corso degli anni nel settore pellettiero.



## Taglionetto

Taglionetto nasce nel 2000 per volontà, passione ed esperienza dei fratelli Fabrizio e Massimo Sgolastra nel mondo della piccola Pelletteria.

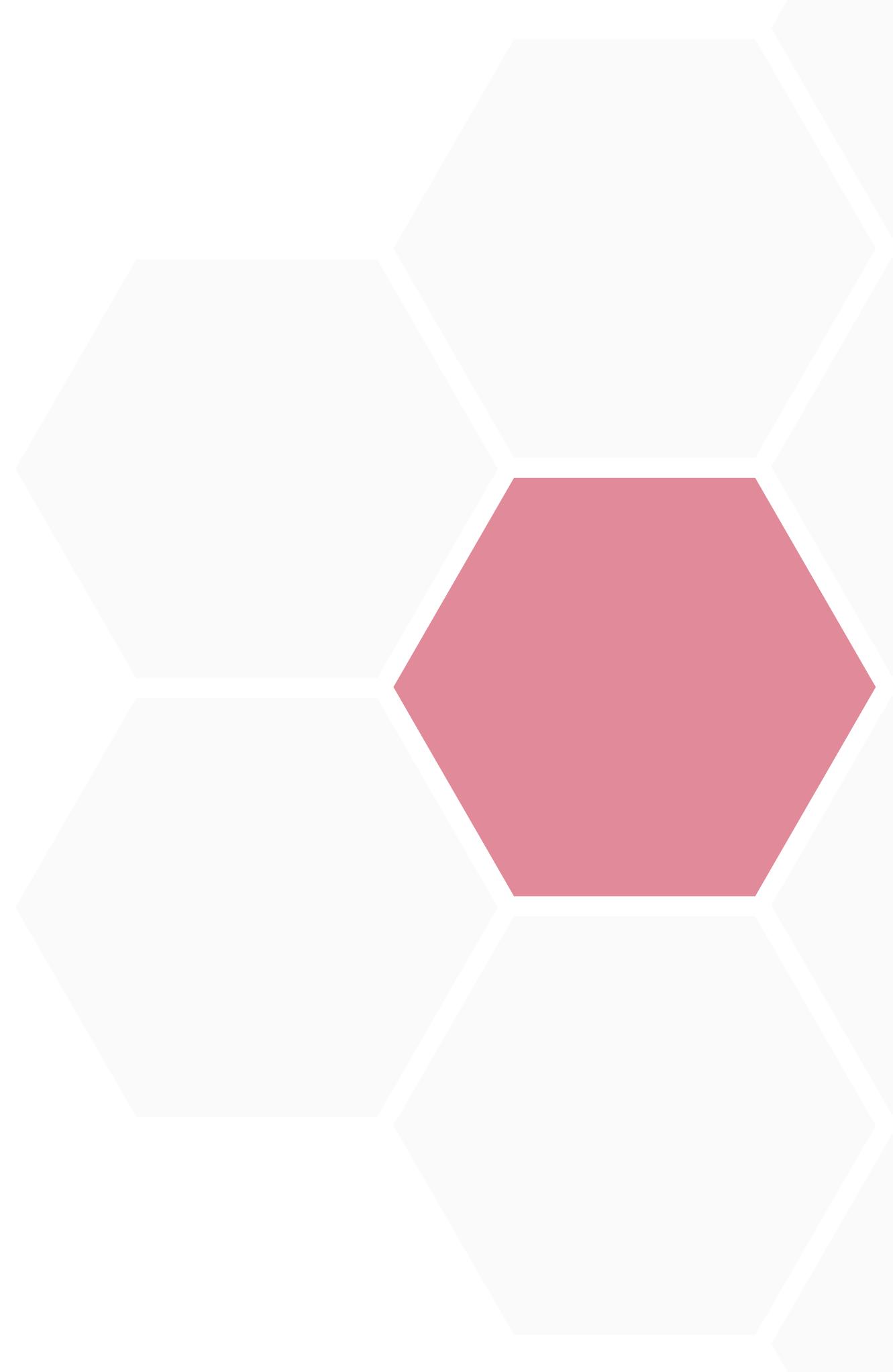
L'azienda, situata nel Comune di Calenzano, si sviluppa su una superficie di 1.500 mq, i quali accolgono uffici amministrativi ed operativi, ma soprattutto una vasta area produttiva.

Taglionetto, difatti, conta numerosi spazi estesi destinati alle attività di pelletteria, in modo particolare ai grandi macchinari automatizzati utilizzati per il taglio della pelle, dei tessuti e delle infustiture.

La tecnologia e l'innovazione delle apparecchiature, sono e resteranno al centro delle caratteristiche fondamentali dell'azienda, la quale si avvale di macchinari fra i più aggiornati che il mercato oggi offre e che hanno permesso di far evolvere notevolmente il processo produttivo senza comunque smarrire la tradizione artigiana propria del settore.

Già dal primo anno di attività, l'azienda collabora con uno dei più importanti brand italiani del lusso, per poi espandere il proprio portfolio avvalendosi di clienti internazionali.

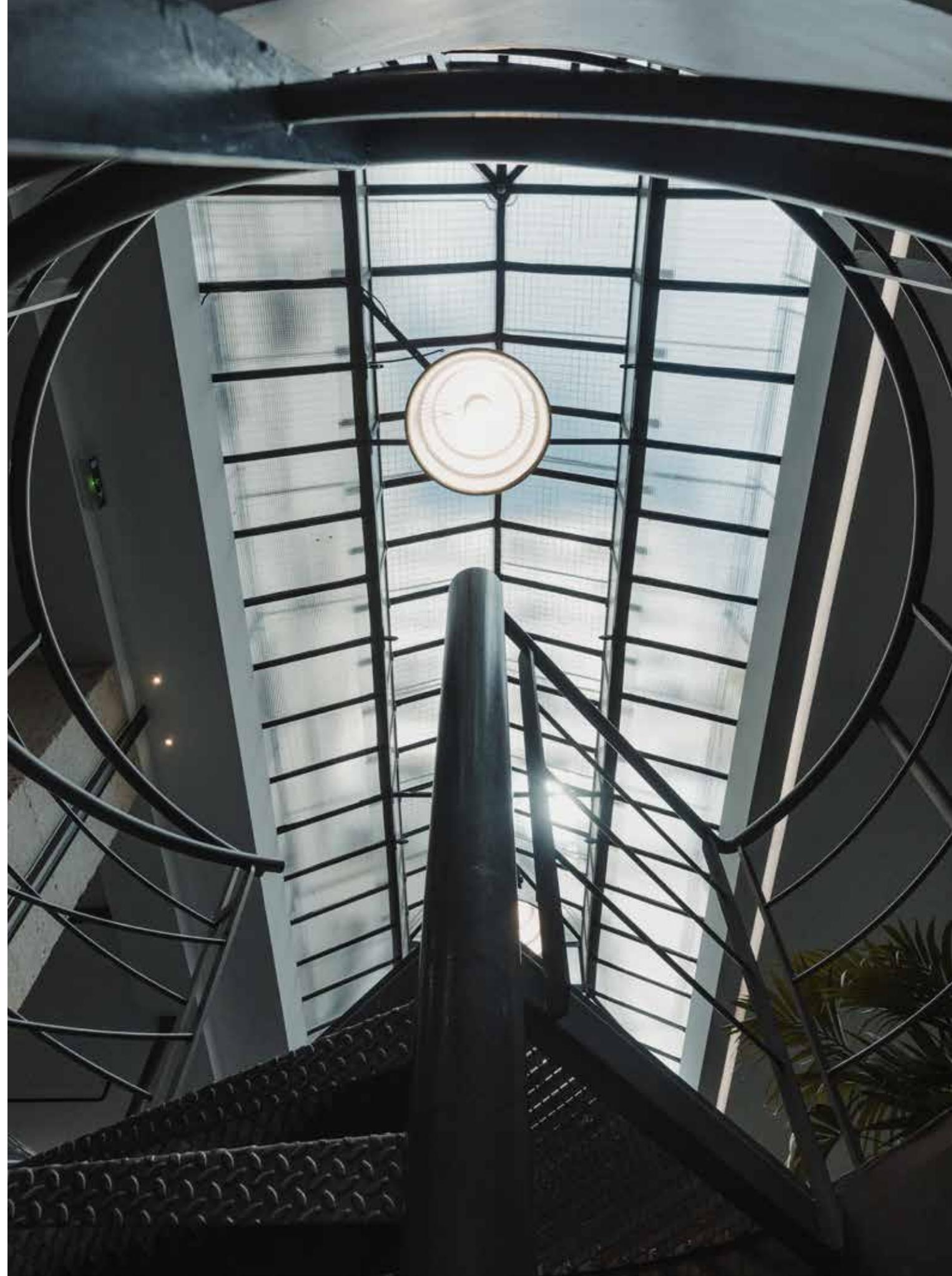
Alla fine del 2023, Taglionetto si unisce al progetto HModa entrando a far parte della Business Unit della pelletteria, con in progetto il trasferimento entro fine Maggio 2024, all'interno del nuovo Polo produttivo di Gab Group.



---

**Governance, etica e  
integrità**

---



## 4.1 La struttura societaria

Il capitale sociale di Holding Moda S.r.l. è ripartito come di seguito:

il 65,5% è detenuto da Holding Industriale SpA, di cui Claudio Rovere e Luca Ferraris detengono la maggioranza del capitale sociale

il 34,5% è detenuto da Club Deal Holding Moda Srl che vede il coinvolgimento di più investitori e rappresentano un esempio di finanza alternativa

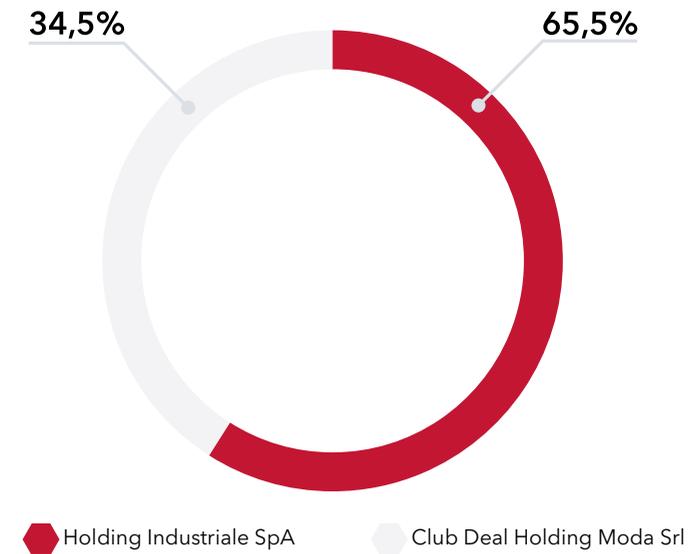
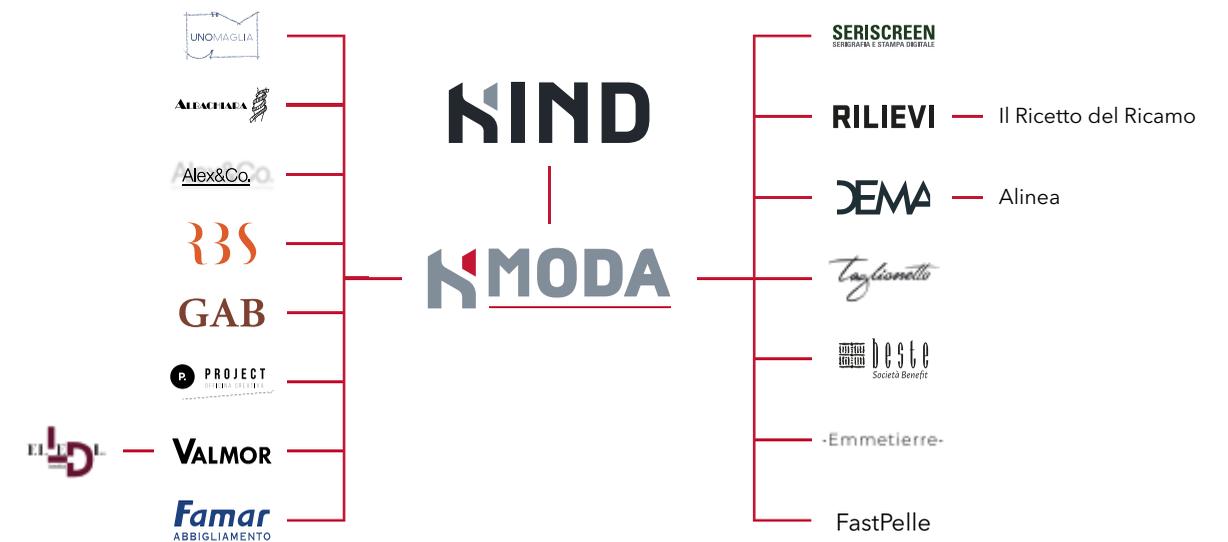


Figura 1: Ripartizione capitale societario Holding Moda

La struttura del Gruppo HModa per il 2023 è la seguente:



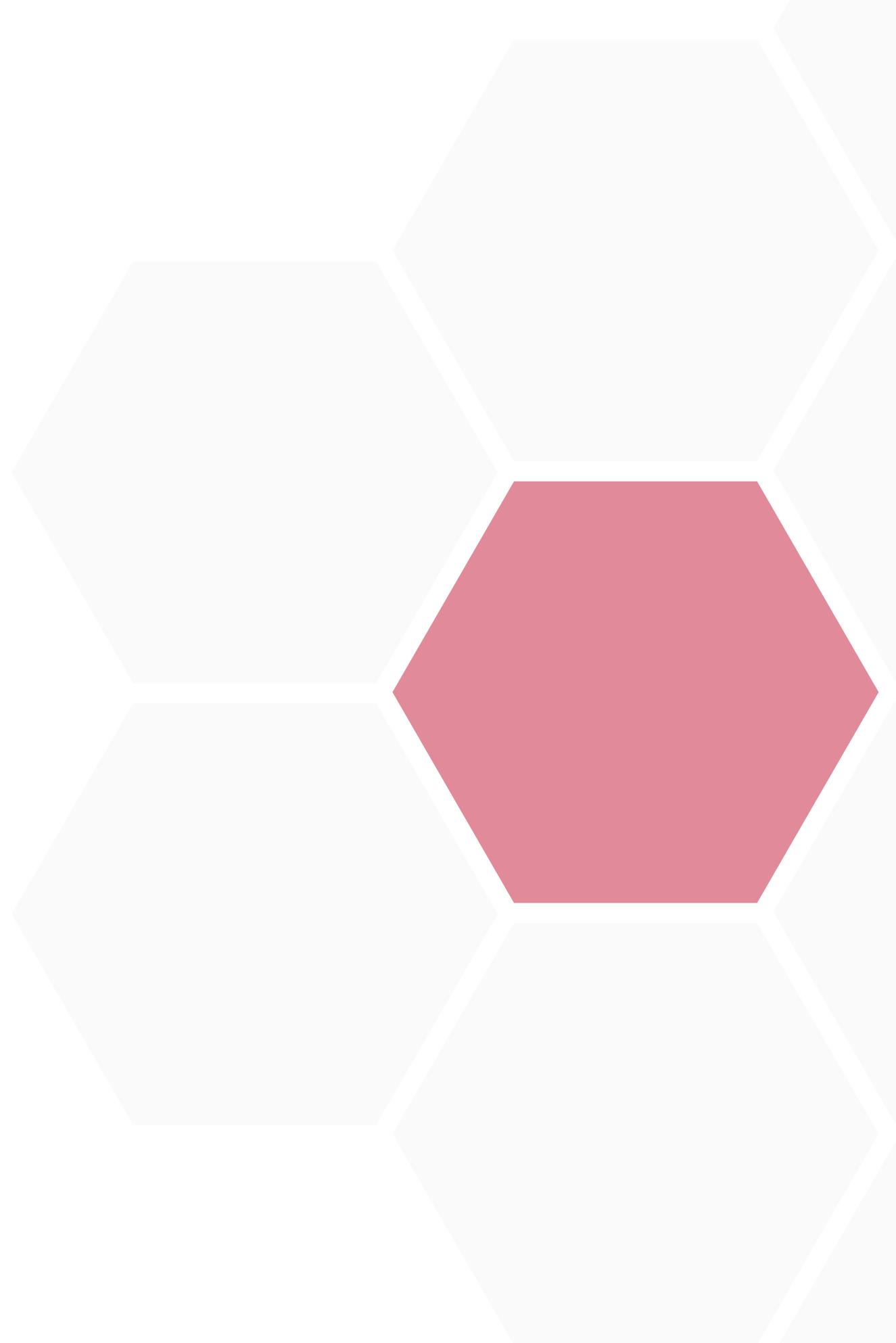
Rispetto alla rendicontazione precedente si sono unite al Gruppo Beste S.p.A. SB, Calzaturificio DEMA S.r.l., Alinea S.r.l.,

Taglionetto S.r.l., Emmetierre S.r.l., Elledi S.r.l., Il Ricetto del Ricamo S.r.l., FastPelle S.r.l..

Le partecipazioni societarie sono così ripartite:

| Azienda                      | Partecipanti               | Quota di partecipazione | Anno di acquisizione | Sede operativa   |
|------------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|--|
| Una Maglia S.p.A.            | Holding Moda S.r.l.        | 100%                    | 2008                 | Via Isidoro Bazzanti, 15,<br>52025 Montevarchi AR  |
| Alex & Co S.r.l.             | Holding Moda S.r.l.        | 80%                     | 2019                 | Via Ponte di Bagnolo, 2/4/6,<br>50059 Vinci FI   |
|                              | TEMA S.r.l.                | 20%                     |                      |  |
| Albachiara S.r.l.            | Holding Moda S.r.l.        | 100%                    | 2020                 | Via Isidoro Bazzanti, 9,<br>52025 Montevarchi AR   |
| RBS S.r.l.                   | Holding Moda S.r.l.        | 100%                    | 2020                 | Via P. Nenni, 17,<br>45026 Lendinara RO  |
| Gab Group S.r.l.             | Holding Moda S.r.l.        | 70%                     | 2021                 | Via Vittorio Alfieri, 21/23,<br>50013 Campi Bisenzio FI  |
|                              | L.G. Holding S.r.l.        | 30%                     |                      |  |
| Project S.r.l.               | Holding Moda S.r.l.        | 60%                     | 2021                 | Via Ponte, 19,<br>36034 Malo VI  |
|                              | Lavezzo Matteo             | 40%                     |                      |  |
| Valmor S.r.l.                | Holding Moda S.r.l.        | 50%                     | 2021                 | Via Achille Corona, 1,<br>62012 Zona Industriale MC  |
|                              | Morval Holding S.r.l.      | 50%                     |                      |  |
| Famar S.r.l.                 | Holding Moda S.r.l.        | 51%                     | 2022                 | Via Bologna, 627,<br>44124 Ferrara FE  |
|                              | SEBA S.r.l.                | 49%                     |                      |  |
| Seriscreen S.r.l.            | Holding Seriscreen S.r.l.  | 100%                    | 2022                 | Località Pian Dell'Isola, 70,<br>50067 Rignano Sull'Arno FI  |
| Rilievi Group S.r.l.         | Holding Moda S.r.l.        | 30%                     | 2022                 | Via del Trionvirato, 22/3,<br>40132 Bologna BO<br>Lower Parel, Mumbai,<br>Maharashtra 400013, India  |
|                              | Finelli Simona             | 23%                     |                      |  |
|                              | Marocchi Stefania          | 23%                     |                      |  |
|                              | Galliano Michele           | 23%                     |                      |  |
| Calzaturificio DEMA S.r.l.   | Holding DEMA S.r.l.        | 100%                    | 2023                 | Zona Industriale ASI Aversa<br>Nord S.N.C.<br>81032 Carinaro CE  |
| Taglionetto S.r.l.           | Holding Moda S.r.l.        | 70%                     | 2023                 | Via Bologna, 627,<br>44124 Ferrara FE  |
|                              | Le Reve srl                | 30%                     |                      |  |
| Beste S.p.A. SB              | Holding Moda S.r.l.        | 51%                     | 2023                 | Via Primo Levi, 6,<br>59025 Cantagallo FI<br>Via dell'Industria, 3,<br>59025 Cantagallo FI<br>Via Coppi e Bartali, 38/40/44,<br>59025 Cantagallo FI<br>Via Bologna, 243,<br>59100 Prato PO |
|                              | Santi Re srl               | 27%                     |                      |  |
|                              | Santi Giovanni             | 19%                     |                      |  |
|                              | Santi Matteo               | 2%                      |                      |  |
| Emmetierre S.r.l.            | Holding Moda S.r.l.        | 100%                    | 2023                 | Via Stagnaccio Basso, 30/A,<br>50018 Scandicci FI  |
| Fast Pelle S.r.l.            | Holding Moda S.r.l.        | 100%                    | 2023                 | Via Stagnaccio Basso, 30/Z,<br>50018 Scandicci FI  |
| Alinea S.r.l.                | Calzaturificio DEMA S.r.l. | 100%                    | 2023                 | Zona Industriale ASI Aversa<br>Nord S.N.C.<br>81032 Carinaro CE  |
| Elledi S.r.l.                | Luongo Clara               | 52%                     | 2023                 | Via Lecce, 25,<br>80038 Pomigliano d'Arco NA   |
|                              | Valmor S.r.l.              | 30%                     |                      |  |
|                              | Luongo Pascual Francisco   | 18%                     |                      |  |
| Il Ricetto del Ricamo S.r.l. | Rilievi Group S.r.l.       | 100%                    | 2022                 | Via Magellano, 22,<br>40132 Bologna BO<br>Via dell'Industria, 2,<br>62010 Treia MC   |

Tabella 1: Partecipazioni societarie nelle aziende del Gruppo HModa



## 4.2 Modello organizzativo e di gestione

Il modello organizzativo adottato da HModa garantisce che le modalità di gestione seguano rigorosamente i principi di trasparenza e correttezza.

Nel corso del 2023, tale modello ha subito significativi cambiamenti al fine suddividere al meglio e valorizzare le competenze e il know-how delle risorse all'interno del Gruppo. L'obiettivo di questo modello organizzativo, che coinvolge la Holding, HModa e le aziende affiliate, è di suddividere compiti e attività, consentendo a ogni funzione di coordinare efficacemente le proprie operazioni. Questo coordinamento omogeneo ha permesso di snellire i processi decisionali e di prevenire le sovrapposizioni di responsabilità.

Sono state centralizzate nella Holding le funzioni di HR, IT, sostenibilità, finanza e controllo, servizi generali, M&A e corporate development. Queste hanno la responsabilità di coordinare

e prendere le decisioni strategiche di sviluppo in maniera omogenea per tutte le aziende e in linea con la visione del Gruppo.

Questa strategia organizzativa permette alle funzioni della Holding di lavorare direttamente con la sub holding HModa, che a sua volta coordina le attività di comunicazione, formazione, innovazione e sviluppo commerciale per tutte le aziende dislocate sul territorio nazionale. In questo modo, le aziende riescono a sviluppare e concentrarsi sulle attività direttamente collegate al proprio business quali produzione, ricerca e sviluppo, qualità e acquisti che rimangono sotto la responsabilità di ogni singola azienda.

Guidati dallo spirito di squadra che ci contraddistingue, per tutti i progetti invece viene utilizzato un modello a delega diffusa suddiviso su tre livelli:



Questo modello organizzativo ci permette di scomporre in più unità i progetti, limitandone la complessità e andando a creare tanti singoli progetti affidati a più livelli con diversi gradi di responsabilità. Questo sistema consente alle Persone di operare nella propria area di riferimento, ma anche di avere la possibilità di collaborare con professionisti di ulteriori dipartimenti e accrescere le proprie competenze.

Inoltre, la responsabilizzazione delle persone nei progetti ha garantito il successo delle

iniziative aziendali, promuovendo un maggiore impegno, autonomia e senso di responsabilità. La creazione di questa struttura ha reso più efficiente il lavoro sia in termini di attività sia di coordinazione tra le diverse figure coinvolte, incanalando le risorse verso il raggiungimento degli obiettivi individuati.

Grazie a questa struttura organizzativa per i processi e i progetti, per accrescere ulteriormente la consapevolezza e la condivisione di idee, sono stati organizzati i "Management Committee". Su base mensile

sono pianificate giornate intere in cui i manager di ogni area (HR, IT, sostenibilità, finanza e controllo, innovazione, Accademia, comunicazione, M&A e corporate development ) si incontrano per discutere sullo stato di avanzamento dei progetti a livello corporate. Questa riunione periodica risulta essere uno strumento essenziale per la gestione efficace dei progetti, migliorando la comunicazione interna, la trasparenza e l'efficienza complessiva del lavoro di squadra.

Una parte rilevante di questa attività, integrata nei singoli processi, sono i momenti di scambio in cui i manager delle funzioni Hind hanno la possibilità di incontrarsi con i principals delle singole aziende per approfondire meglio alcune progettualità portate avanti e di interesse comune per il raggiungimento degli obiettivi, concordando attività specifiche e budget. La partecipazione a questi eventi ci consente di rafforzare il modello che adottiamo per far crescere e organizzare il nostro team in un'ottica di miglioramento continuo.

Un'altra iniziativa volta alla condivisione di progetti e iniziative sono i "General Meeting". Questi momenti trimestrali, organizzati all'interno di un'azienda del Gruppo, permettono a tutti i responsabili di Hind e ai principal delle aziende di HModa di riunirsi per discutere dell'andamento del Gruppo, di progetti specifici e della filiera. In generale vengono spiegate e presentate le attività a livello corporate alle singole aziende, consentendo un continuo aggiornamento sull'andamento della Holding. Questi incontri permettono a ciascuna azienda di potersi confrontare con il Presidente e con tutte le funzioni trasversali di Holding Moda.

Questi eventi periodici riuniscono tutti gli imprenditori delle aziende affiliate al Gruppo HModa, promuovendo un approccio collaborativo con l'obiettivo di creare momenti di condivisione con i collaboratori e di costruire un ambiente di lavoro innovativo e sinergico. Investire tempo ed energia nella costruzione di connessioni autentiche e di lungo periodo tra le persone del Gruppo consente a HModa di realizzare progetti che superano l'ordinario.

## 4.3 Composizione degli organi di controllo di HModa

La chiarezza nei ruoli e nelle responsabilità delle massime autorità e degli organi esecutivi è essenziale per garantire una governance efficace e responsabile. La governance del Gruppo è strutturata attorno al Consiglio di Amministrazione (CdA), composto dal Presidente, un Consigliere e una Consigliera, i cui membri sono nominati dall'assemblea dei soci. Il Presidente del CdA detiene ampi poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, necessari per il raggiungimento degli obiettivi del Gruppo.

Si precisa che al 31.12.2023 il ruolo del Presidente e del CEO confluiscono nella stessa persona e costituiscono la massima carica in materia di Governance aziendale.

Nel suo operato è supportato da un Consigliere Delegato, scelto per le sue competenze specifiche e la sua esperienza, che lo rendono particolarmente adatto a svolgere questa funzione all'interno del Consiglio di Amministrazione. Questa scelta avviene attraverso una valutazione delle sue capacità professionali, della sua conoscenza del settore e della sua capacità di contribuire alla strategia e agli obiettivi del Gruppo. Il CEO, a sua volta, si coordina con il Management per garantire una gestione efficace e coerente con la strategia del Gruppo. Considerando la Strategia, e in particolare quella di sostenibilità, questa è redatta dalla più alta carica in materia di sostenibilità, la Chief Sustainability Officer (CSO) ed è sottoposta a revisione e validazione da parte del Presidente. Al Management del Gruppo e delle aziende partecipate, invece sono delegate tutte le attività di sviluppo dei progetti, definiti dal Piano Strategico.

Per assicurare una governance trasparente ed efficace, stiamo implementando e costituendo il Comitato di Gestione dei Rischi per la Transizione e la Resilienza per supportare il CdA. Questo comitato avrà il compito di informare e orientare il CdA sulle tematiche di sua competenza, garantendo che le decisioni siano ben fondate e allineate agli obiettivi del Gruppo. Inoltre, il CdA mantiene un dialogo continuo con gli investitori, assicurando la trasparenza e l'allineamento con le aspettative degli stakeholder.

In fine l'assemblea dei soci, composta dai titolari di azioni, si riunisce periodicamente per discutere l'andamento del Gruppo sotto diversi punti di vista. A completamento del modello di governance, vi sono un organo di revisione e controllo contabile e una società di revisione legale, che garantiscono l'accuratezza e la conformità delle pratiche contabili e finanziarie del Gruppo.

Nel 2023, il Bilancio di Sostenibilità non è soggetto all'approvazione del Consiglio di Amministrazione. Tuttavia, viene presentato in forma sintetica al Presidente per garantire che la strategia aziendale sia allineata con i risultati ottenuti. Inoltre, le prestazioni del CdA non sono attualmente valutate in termini di gestione degli impatti ambientali, sociali e di governance (ESG), ma ci impegniamo a sviluppare un percorso adeguato per raggiungere questo obiettivo nei prossimi anni.

## Consiglio di Amministrazione

| Amministratori              | Ruolo                | Età | Genere | Tipologia     | Permanenza in carica |
|-----------------------------|----------------------|-----|--------|---------------|----------------------|
| Claudio Rovere <sup>2</sup> | Presidente           | <50 | M      | Esecutivo     | 1 anno               |
| Luca Ferraris               | Consigliere delegato | >50 | M      | Esecutivo     | 1 anno               |
| Silvia Maria Rovere         | Consigliera          | >50 | F      | Non esecutivo | 1 anno               |

Tabella 2: Composizione del Consiglio di Amministrazione Holding Moda

## Società di Revisione Legale

| Componente | Nomina                                 |
|------------|--|
| E.Y. Spa   | Incarico di revisione legale dei conti |

Tabella 3: Organo di revisione legale dei conti

<sup>2</sup> Il Presidente di Holding Moda è il Presidente del Gruppo ma non è un dirigente

## 4.4 Codice etico

Il Codice Etico di Holding Moda S.r.l., approvato dal Consiglio di Amministrazione il 20 maggio 2022, è un documento fondamentale che definisce i principi e i valori a cui la società si ispira nelle sue attività quotidiane. Questo codice rappresenta la "Carta Costituzionale" dell'azienda, delineando la responsabilità etico-sociali di tutti i partecipanti alla realtà aziendale.

Il documento mira a garantire la trasparenza e la chiarezza dei comportamenti aziendali, promuovendo una gestione degli affari onesta ed etica. Questo documento è parte integrante del Modello 231, che costituisce la base normativa per il controllo e la gestione interna, seguendo le direttive emanate da Confindustria. Tale integrazione assicura che tutte le attività aziendali siano svolte in conformità con le normative vigenti, riducendo il rischio di comportamenti illeciti e migliorando l'affidabilità complessiva dell'azienda.

Il codice si rivolge a tutti gli stakeholder, inclusi amministratori, dipendenti, collaboratori e fornitori, e richiede loro di rispettare le sue disposizioni durante tutto il periodo di collaborazione con la società. I principi generali del codice includono il rispetto delle leggi e dei regolamenti, l'adozione di comportamenti professionali e integri, e il rifiuto di ogni forma di discriminazione. Questi principi sono fondamentali per creare un ambiente di lavoro rispettoso e inclusivo, che valorizza le differenze individuali e promuove l'uguaglianza.

La sostenibilità è un elemento chiave del Codice Etico di Holding Moda, definita come l'approccio aziendale che mira a soddisfare le necessità delle generazioni presenti senza compromettere quelle future. La società si impegna a promuovere standard elevati di integrità, richiedendo che tutte le relazioni, sia interne che esterne, rispettino questi principi. L'adozione di pratiche sostenibili non solo migliora l'immagine aziendale, ma contribuisce anche a una gestione più efficiente delle risorse, riducendo gli sprechi e minimizzando l'impatto ambientale.

Il Codice Etico prevede specifici meccanismi per la sua applicazione e diffusione.

L'Organismo di Vigilanza, in collaborazione con il management aziendale, ha la responsabilità di verificare il rispetto del codice, suggerendo eventuali aggiornamenti e monitorando l'aderenza alle sue disposizioni. È inoltre previsto un piano di formazione per assicurare che tutti i dipendenti e collaboratori comprendano e integrino i principi etici nelle loro attività quotidiane. La formazione continua è essenziale per mantenere alto il livello di consapevolezza e per prevenire eventuali comportamenti scorretti. Holding Moda si impegna a diffondere le norme etiche a tutti i livelli aziendali, garantendo che sia conosciuto e compreso da tutti i dipendenti e collaboratori. La trasparenza nella comunicazione del codice è fondamentale per costruire una cultura aziendale basata sulla fiducia e sul rispetto reciproco. La violazione delle norme del codice può comportare conseguenze disciplinari, che possono arrivare fino alla risoluzione del rapporto di lavoro e al risarcimento dei danni. Questa severità nelle sanzioni dimostra l'importanza che l'azienda attribuisce alla conformità etica.

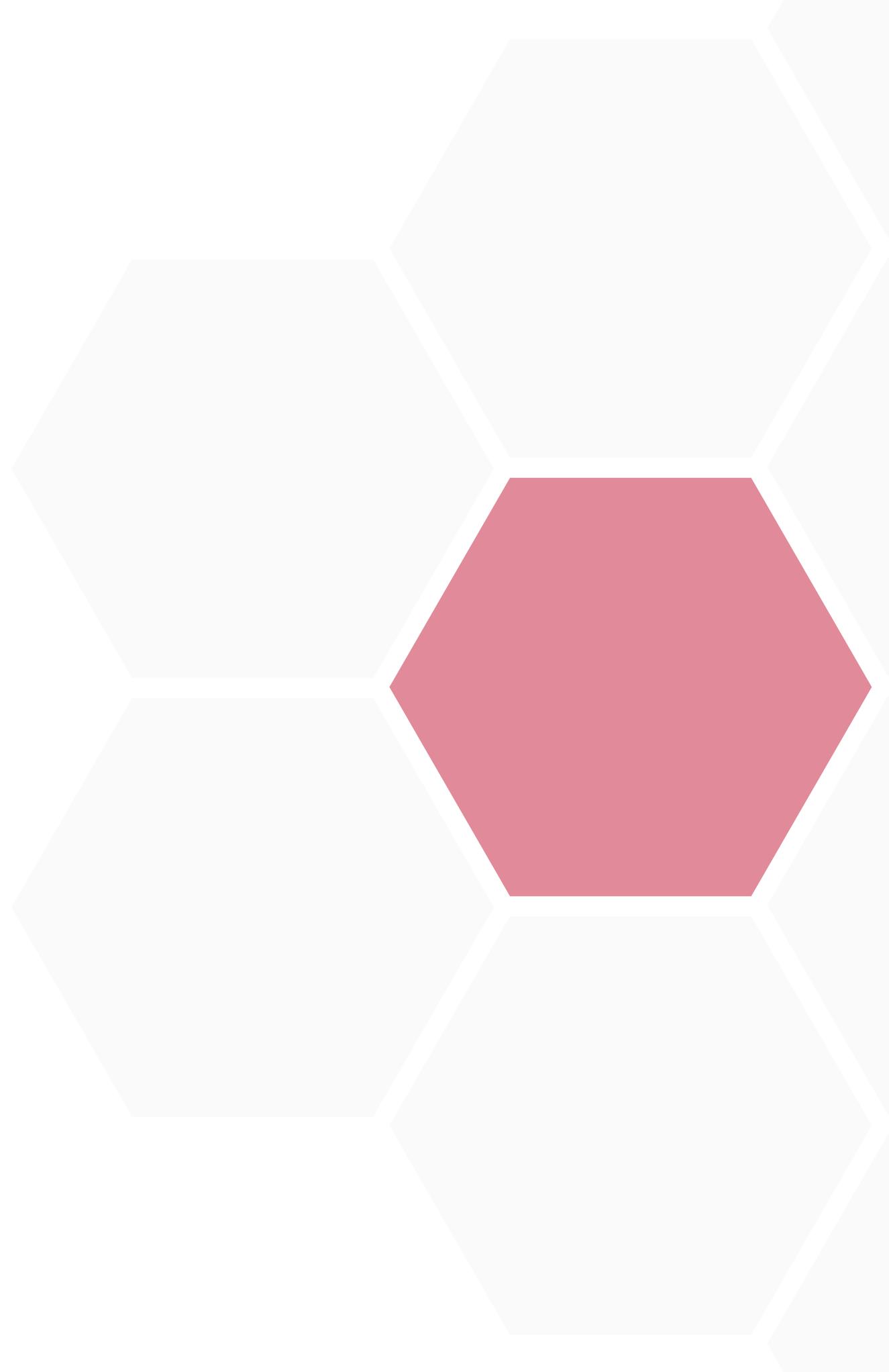
Le disposizioni etiche stabiliscono inoltre che chiunque venga a conoscenza di una violazione ha il dovere di informare immediatamente il proprio responsabile o l'Organismo di Vigilanza. La segnalazione deve avvenire per iscritto e la società garantisce la protezione dei segnalatori da qualsiasi tipo di ritorsione. Questo sistema di whistleblowing è fondamentale per assicurare che le violazioni vengano prontamente identificate e corrette, mantenendo così l'integrità dell'azienda.

Avere un Codice Etico ben definito offre numerosi vantaggi per l'immagine e l'integrità di HModa. Innanzitutto, migliora la reputazione aziendale, dimostrando agli stakeholder l'impegno verso comportamenti responsabili e trasparenti. Questo impegno trasmette ai clienti, fornitori e investitori una maggiore fiducia facilitando le relazioni commerciali e ampliando le opportunità di mercato. Inoltre, contribuisce a creare un ambiente di lavoro positivo, in cui i dipendenti si sentono valorizzati e rispettati, aumentando motivazione e produttività e riducendo il turnover. Un ambiente etico e rispettoso è anche più attraente per i talenti,

aiutando l'azienda a reclutare e mantenere i migliori professionisti. Queste norme etiche fungono inoltre da riferimento nelle decisioni aziendali, offrendo un chiaro riferimento per affrontare situazioni complesse, riducendo il rischio di errori o comportamenti non conformi e proteggendo l'azienda da sanzioni legali e danni reputazionali.

Il Codice Etico di Holding Moda rappresenta un pilastro fondamentale della governance aziendale, promuovendo un comportamento etico e responsabile in tutte le attività della società. Esso non solo risponde alle esigenze normative, ma riflette anche l'impegno dell'azienda verso una sostenibilità integrata e una gestione trasparente e rispettosa dei valori etici.

Nel 2023, HModa ha perseguito l'importante iniziativa per l'implementazione del Modello Organizzativo 231, volto a garantire una gestione etica e conforme alle normative vigenti. Questo progetto riflette il nostro impegno continuo per la sostenibilità e la responsabilità aziendale. Il Modello 231, che entrerà in vigore nel 2024, rappresenta una struttura di governance fondamentale per prevenire reati e migliorare l'integrità operativa. Per la comunicazione di eventuali criticità c'è la possibilità di comunicare tramite l'indirizzo e-mail: [info@holdingmoda.it](mailto:info@holdingmoda.it) e per gli anni a venire ci stiamo adoperando all'individuazione di uno strumento idoneo allo scopo. L'adozione di questo modello ci permetterà di rafforzare i controlli interni, di promuovere una cultura aziendale trasparente e di proteggere gli interessi di tutti gli stakeholder.



## 4.5 Policy di sostenibilità

In HModa aspiriamo a promuovere la trasparenza, la responsabilità e il miglioramento continuo delle politiche e delle azioni del governo aziendale, a questo scopo intendiamo strutturare un massimo livello di governance che sia in grado di garantire il controllo degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. Il gruppo, infatti, si doterà entro il 2024 di procedure atte a definire i KPI per valutare la performance della Governance con obiettivi chiari, misurabili, pertinenti e allineati agli obiettivi aziendali. Gli obiettivi e relativi KPI dovranno essere fondati su un'accurata analisi dello status quo, basata su dati raccolti attraverso fonti affidabili, come rapporti finanziari, statistiche economiche, dati ambientali e indicatori sociali e saranno designati responsabili per la raccolta, l'analisi e la conservazione dei dati in modo sicuro e conforme alle normative sulla privacy.

Saranno inoltre stabiliti obiettivi di miglioramento per ciascun KPI al fine di stimolare il progresso continuo e saranno adottate procedure di monitoraggio costante per valutare la performance del governo aziendale. I miglioramenti potranno portare a successive revisioni delle procedure e policy che saranno comunicate tempestivamente alla Direzione, ai dipendenti e a tutti gli stakeholders coinvolti.

Oltre a questo, saranno svolti controlli interni regolari per analizzare i dati ed i KPI, verificare la conformità alle politiche stabilite e identificare eventuali aree di miglioramento; verranno inoltre svolte periodiche valutazioni di impatto che includeranno un'analisi degli effetti diretti e indiretti delle procedure e delle policy definite sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. A questo si aggiunge il coinvolgimento degli stakeholders interessati, clienti, dipendenti, comunità locali, fornitori, partners, parti social per la valutazione degli impatti: verranno infatti forniti meccanismi per la raccolta dei feedback e delle segnalazioni degli stakeholder al fine di comprendere la loro percezione e le loro aspettative e questi saranno informati regolarmente sui risultati delle valutazioni della performance e sulle azioni correttive intraprese. I risultati raggiunti saranno pubblicati in report periodici in modo

da rendere chiari e trasparenti i dati, i KPI, le valutazioni dell'impatto e le azioni intraprese. Anche la remunerazione dei massimi livelli di governo sarà guidata da policy in grado di stabilire linee guida e principi trasparenti per la remunerazione, mirando a garantire l'equità salariale, la sostenibilità economica di questo tipo di retribuzioni, la responsabilità fiscale e la coerenza delle retribuzioni rispetto alle competenze, agli standard di mercato, alle responsabilità e alle prestazioni effettive dei singoli. Il gruppo si impegna ad adottare un approccio trasparente in materia di remunerazione dei massimi livelli di governo e, pertanto, le informazioni relative alle retribuzioni di tali figure saranno pubbliche e accessibili agli stakeholders interessati. La remunerazione dei massimi livelli di governo sarà stabilita in modo equo e non saranno tollerate discriminazioni sulla base di genere, religione, orientamento sessuale, disabilità, appartenenza etnica, lingua, contesto culturale, opinioni politiche, appartenenza sindacale, età, aspetto fisico, status socio-economico.

La remunerazione dei massimi livelli di governo sarà basata sulle loro prestazioni effettive, valutate in modo oggettivo e coerente. Saranno stabiliti obiettivi e criteri di valutazione delle prestazioni chiari e trasparenti, che verranno periodicamente valutati per garantire l'accuratezza delle remunerazioni. Il pacchetto di Total Reward di cui i massimi livelli di governo potranno beneficiare potrà includere oltre alla remunerazione di base, delle forme di remunerazione variabile legata a obiettivi di corto periodo (MBO Bonus), di forme di retribuzione variabile legata a obiettivi di medio e lungo periodo (LTI programmes), bonus una tantum per il raggiungimento di obiettivi specifici, assicurazioni sanitarie e piani pensionistici integrativi, fringe benefits personali (es. autovettura aziendale in uso promiscuo e pertinenze quali carte carburante e tessere pedaggi), indennità per spese, programmi di remunerazione basati su equity (es.: stock option, RSU, phantom equity, ecc) e altre forme di compensazione non salariale. Tali benefici saranno stabiliti in conformità alle leggi e alle normative vigenti e saranno soggetti a un'adeguata valutazione e approvazione.

L'azienda coinvolgerà organi di controllo interni o esterni, come commissioni indipendenti o organizzazioni di consulenza specializzate, nella definizione delle remunerazioni dei massimi livelli di governo. Questo aiuterà a garantire una maggiore imparzialità e un controllo adeguato sull'adeguatezza delle retribuzioni.

La policy sulla remunerazione dei massimi livelli di governo sarà soggetta a revisione periodica al fine di adeguarsi ai cambiamenti normativi, sociali ed economici e di garantire l'allineamento con le migliori pratiche del settore.

In HModa ci preoccupiamo di stabilire una correlazione tra le norme riguardanti le remunerazioni dei massimi livelli di governance ed i risultati conseguiti in termini di gestione degli impatti sulle persone, sull'ambiente e sull'economia. La policy che andremo a predisporre mira a promuovere una cultura di responsabilità e di sostenibilità nell'azienda, premiando le prestazioni e gli obiettivi allineati a tali aspetti. Per questo motivo la remunerazione dei massimi livelli di governo e degli alti dirigenti sarà correlata ai risultati conseguiti in termini di gestione degli impatti sulle persone, sull'ambiente e sull'economia. Saranno definiti obiettivi specifici e misurabili relativi a tali aspetti, che verranno valutati periodicamente per determinare la retribuzione.

La remunerazione sarà influenzata anche dai risultati conseguiti, oltre che dall'impegno profuso in termini di gestione degli impatti positivi sulle persone, come il benessere e l'engagement dei dipendenti, il sostanziale rispetto della diversità, dell'equità e dell'inclusione, la sicurezza sul lavoro, la responsabilità sociale e la tutela dei diritti individuali e sindacali. La remunerazione sarà inoltre collegata ai risultati ottenuti nella gestione degli impatti sull'ambiente, come la riduzione delle emissioni di gas serra, l'efficienza energetica, la gestione sostenibile delle risorse, la riduzione dei rifiuti e la promozione di pratiche ecosostenibili. I massimi livelli di governo che si distinguono nella promozione di tali iniziative potranno beneficiare di un adeguamento della remunerazione. Non ultimo la remunerazione sarà legata anche ai risultati conseguiti nella

gestione degli impatti sull'economia, come la generazione di valore per gli azionisti, l'efficienza finanziaria, la gestione del rischio, la creazione di opportunità di lavoro e la promozione di pratiche commerciali etiche. I massimi livelli di governo che si distingueranno nella promozione di una gestione economica sostenibile potranno essere ricompensati con un adeguamento della remunerazione.

HModa si impegna a garantire la trasparenza e la divulgazione delle informazioni relative alla correlazione tra le remunerazioni dei massimi livelli di governo ed i risultati conseguiti in termini di gestione degli impatti sulle persone, sull'ambiente e sull'economia. La correlazione tra la remunerazione dei massimi livelli di governo e i risultati conseguiti in termini di gestione degli impatti sulle persone, sull'ambiente e sull'economia sarà soggetta a revisione periodica, saranno considerate le migliori pratiche, le tendenze del settore e le esigenze dell'azienda per garantire l'allineamento con gli obiettivi strategici e la sostenibilità a lungo termine.

Verranno inoltre definite delle norme riguardanti la retribuzione che seguiranno i seguenti step:

#### 1. Analisi delle normative

Inizialmente, HModa dovrà effettuare un'analisi approfondita delle normative vigenti relative alla retribuzione, e un'analisi di come i Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) debbano essere applicati per quanto riguarda gli aspetti legati alla retribuzione. È necessario inoltre comprendere e rispettare le disposizioni legali e contrattuali che regolano la retribuzione e la determinazione dei salari.

#### 2. Definizione della strategia retributiva

Il gruppo deve definire una strategia politica retributiva che sia equa, trasparente e in linea con gli obiettivi dell'organizzazione e adottare modelli di compensation, benefits e welfare improntati a:

- riconoscimento del merito
- adeguamento ai valori di posizionamento dei vari ruoli sul mercato

- equità e non discriminazione (a parità di ruolo, di merito, di potenziale, di posizionamento locale del mercato del lavoro)

- sana compatibilità con i vincoli di bilancio

- attenzione sulla retention delle risorse chiave.

La Società deve dotarsi di un'architettura di compensation completa ed equilibrata, che possa cogliere obiettivi di breve periodo e di medio-lungo periodo. Compatibilmente ai vincoli di bilancio, la Società potrà valutare di dotarsi di un sistema di benefit (fringe benefits individuali e benefit collettivi) e di welfare che risponda ai bisogni del personale. Questa politica dovrebbe contemplare elementi quali i livelli di retribuzione base, i meccanismi di aumento salariale, gli incentivi e le altre componenti retributive come premi, bonus o benefit.

#### 3. Job Architecture

HModa condurrà un'analisi dei ruoli e delle mansioni esistenti attualmente in azienda e potenzialmente esistenti nel corto-medio periodo, definirne la mission, le responsabilità assegnate, le attività in cui queste responsabilità si declinano (job analysis); ma anche per definire le competenze richieste, vale a dire know how tecnico funzionale, skills, contesti esperienziali necessari (job profiles). Successivamente, può essere effettuata una pesatura/valutazione dei ruoli (job evaluation) per determinare la relativa importanza e il posizionamento gerarchico delle diverse posizioni all'interno dell'organizzazione.

#### 4. Determinazione dei livelli salariali

Utilizzando i risultati della job evaluation, l'analisi di mercato delle retribuzioni, le considerazioni sull'affordability, l'azienda può sviluppare una struttura salariale che definisca i diversi livelli salariali in base alla gerarchia delle posizioni, al loro valore di mercato, all'affordability e ai diversi livelli di valutazione associabili all'interpretazione di una data posizione. Questo può essere realizzato attraverso la creazione di fasce salariali o scale retributive che riflettano quanto sopra esposto.

#### 5. Determinazione delle singole retribuzioni

Per determinare concretamente le singole retribuzioni dei dipendenti, è necessario prendere in considerazione diversi fattori come la performance individuale, il potenziale, l'esperienza e le maggiori o minori rarità delle competenze, i valori di mercato, le performance individuali e la collocazione nella struttura salariale. Il tutto non può essere disgiunto dall'analisi di fattori di performance collettiva e dall'analisi dell'affordability dell'azienda.

Nella determinazione di tutto quanto sopra, è importante mantenere un approccio trasparente nella comunicazione delle politiche retributive ai dipendenti, per questo motivo HModa si impegna a comunicare chiaramente e a rendere accessibili a tutti i dipendenti i criteri di determinazione della retribuzione oltre che fornire spiegazioni dettagliate sulle modalità di calcolo delle retribuzioni e sulle eventuali politiche di aumento salariale. Inoltre, una volta implementato il sistema di retribuzione, è fondamentale monitorare regolarmente l'efficacia del sistema stesso. Il gruppo quindi si impegna ad effettuare regolarmente analisi di mercato/survey salariali per accertarsi che le retribuzioni siano in linea con la strategia di compensation che l'azienda si è data, e per operare revisioni nel caso siano necessari aggiustamenti periodici delle politiche retributive, per assicurarsi che siano ancora adeguate alle esigenze aziendali e conformi alle normative vigenti. Naturalmente, queste sono le politiche generali e le indicazioni del Gruppo e rappresentano un quadro generale a cui potranno essere necessarie ulteriori personalizzazioni e adattamenti in base alle specifiche esigenze dell'azienda.



**Crescita sostenibile  
e responsabile**

## 5.1 Generazione e condivisione del valore: performance economiche

La generazione e la condivisione del valore sono degli aspetti essenziali e il presupposto per l'attuazione di un'efficace strategia di sostenibilità. Il 2023 è stato caratterizzato da condizioni economiche sfidanti a causa della volatilità dei prezzi dell'energia e delle materie prime, della geopolitica, delle guerre e di alcuni

eventi atmosferici estremi. Nonostante ciò, Holding Moda ha registrato una forte crescita in termini di fatturato, dimensioni e Persone. Il valore consolidato della produzione al 31 dicembre 2023 è di circa 203 milioni di euro, la cui ripartizione tra distribuito e trattenuto è nella tabella sottostante:

|   | <b>Consolidato</b>   |
|---|----------------------|
| <b>Valore economico generato</b>  | <b>202.912.370 €</b> |
| A. Valore della produzione  | 202.180.499 €        |
| C.16 Altri proventi finanziari  | 512.619 €            |
| 15 Proventi da partecipazioni   | 202.219 €            |
| 17 bis Utili e perdite su cambi   | 17.033 €             |
| <b>Valore economico distribuito</b>   | <b>191.605.570 €</b> |
| <b>Costi operativi</b>  | <b>147.631.216 €</b> |
| B.6 Costi per materie prime   | 68.749.629 €         |
| B.7 Costi per servizi   | 78.416.771 €         |
| B.8 Costi per godimento di beni terzi   | 2.708.763 €          |
| B.11 Variazioni delle rimanenze di materie prime  | -3.101.368 €         |
| B.14 Oneri diversi di gestione (al netto delle imposte)   | 857.421 €            |
| <b>Valore distribuito ai dipendenti</b>   | <b>33.992.347 €</b>  |
| B.9 Costo per il personale  | 33.992.347 €         |
| <b>Valore distribuito ai fornitori di capitale</b>  | <b>4.769.129 €</b>   |
| (C.17 + C.17-bis) Interessi e altri oneri finanziari  | 4.769.129 €          |
| <b>Valore distribuito alla P.A.</b>   | <b>4.442.375 €</b>   |
| 20. Imposte (correnti e anticipate) sul reddito   | 4.442.375 €          |
| B.14 Oneri diversi di gestione (solo il valore di imposte)                                      | - €                  |
| <b>Valore distribuito agli azionisti</b>  | <b>500.000 €</b>     |
| Dividendi distribuiti   | 500.000 €            |
| <b>Valore distribuito alla comunità</b>   | <b>270.503 €</b>     |
| Liberalità  | 41.784 €             |
| Sponsorizzazioni  | 109.595 €            |
| Contributi associativi  | 199.124 €            |
| <b>Valore economico trattenuto</b>  | <b>11.306.801 €</b>  |
| Utile (o perdita) d'esercizio (al netto dei dividendi)  | 1.388.505 €          |
| (B.10 + B.12 + B.13 + D.19 + D.18) Ammortamenti / Accantonamenti / Svalutazioni / Rivalutazioni | 9.918.296 €          |

Nel corso del 2023 Holding Moda ha generato un valore economico pari a 203 milioni di euro. Il conto economico consolidato per il 2023, presentato secondo una logica di creazione e distribuzione del reddito così come previsto dal GRI-201 Performance Economica (GRI Standards), riporta un valore economico trattenuto pari a euro 11,3 milioni. Il Gruppo ha adottato un approccio di riclassificazioni delle voci appartenenti al conto economico che ci ha consentito di individuare la percentuale del valore distribuito verso i principali

stakeholder che internamente o esternamente hanno contribuito alla creazione del valore generato. I suddetti valori consentono di condividere come HModa è stata in grado di creare valore per i propri portatori d'interesse e identificare i benefici economici generati. In questa sede abbiamo identificato da bilancio i seguenti stakeholder: Fornitori (costi operativi riclassificati), Persone (costi del personale), Finanziatori (oneri finanziari) e Pubblica Amministrazione (imposte).

## 5.2 Passi di tassonomia europea

Il cambiamento climatico è una delle maggiori sfide attuali che richiede un impegno concreto e condiviso da parte di tutti gli attori economici. Per affrontarlo al meglio, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030, l'Unione Europea ha creato un modello con lo scopo di indirizzare i flussi di capitale verso economie meno impattanti tramite il Regolamento (UE) 2020/852. Esso riguarda la Tassonomia e consente di avere un universo di criteri univoci che consentono di valutare se un'attività economica o di impresa è considerabile sostenibile ambientalmente o meno. Questo intervento è prezioso perché permette non solo di evitare fenomeni di greenwashing ma di rendere realmente comparabili e confrontabili le attività d'impresa. HModa riconosce la centralità di allineare le proprie attività alla Tassonomia Europea e nel corso del 2023 ha avviato un primo esercizio per avvicinarsi alla materia, approfondirne gli aspetti e prepararsi per tempo all'obbligo normativo.

Questo primo anno non ha portato alla definizione dei 3 KPIs (Turnover, Capex e Opex) ma ha permesso al Gruppo di comprendere in maniera proattiva i principi di classificazione UE e di portare avanti un processo di adattamento volontario. È stato condotto un primo studio che tramite interviste e analisi documentali ha permesso di individuare le attività ammissibili per il nostro modello di business. La Gap Analysis iniziata nel 2023 e proseguita nell'anno successivo, ci consentirà di indentificare le aree in cui le nostre attività non soddisfano i criteri di classificazione definendo una roadmap di miglioramento. Nei primi mesi del 2024 ci impegniamo ad esaminare i nostri ricavi e i nostri investimenti al fine di comprendere meglio la percentuale di ricavi e spese generati da attività definite sostenibili dal Regolamento. Il nostro obiettivo nel medio periodo è quello di massimizzare la proporzione di entrate, di spese in conto capitale e di spese operative associate alle attività sostenibili al fine di ridurre l'impatto ambientale.

Come HModa riteniamo che la Tassonomia sia un'opportunità unica per le aziende di dimostrare il proprio impegno concreto per la sostenibilità e contribuire a costruire un futuro migliore per le generazioni future.

## 5.3 Ingaggio degli stakeholder e valutazione degli impatti

Il percorso di sostenibilità di Holding Moda dal 2023 si è nuovamente evoluto e si basa sul pieno rispetto del principio di trasparenza ed integrità, per questo sentiamo il dovere di coinvolgere direttamente i nostri stakeholder nella conoscenza non solo delle tematiche materiali ma anche dei rischi connessi.

Il coinvolgimento degli stakeholder è avvenuto tramite la somministrazione di un questionario, volto ad individuare gli interlocutori di HModa, le loro aspettative e l'adeguatezza delle modalità di coinvolgimento. Il confronto è stato prezioso per la comprensione delle aspettative

e della loro priorità di intervento, al fine di integrarla nel Piano Strategico di Sostenibilità.

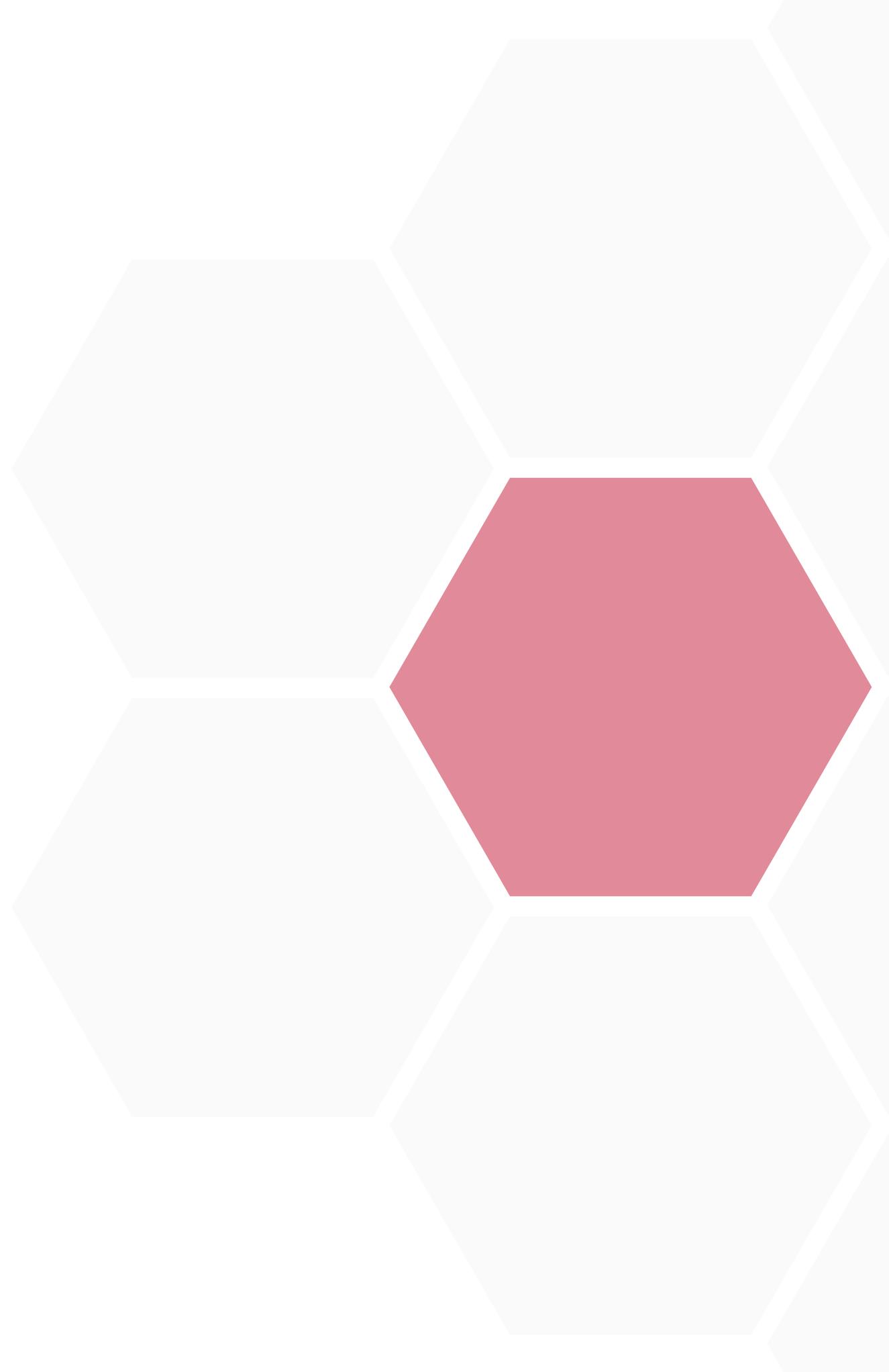
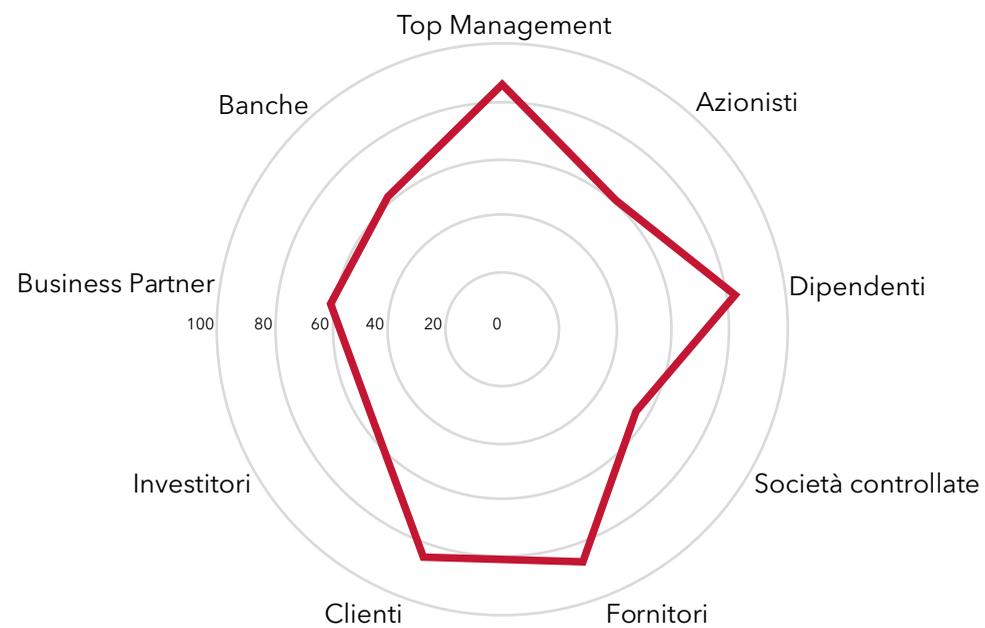
Nel presente anno, in ottica di graduale implementazione, sono stati interpellati direttamente gli stakeholder interni e sono state poste le basi per individuare quali siano le migliori metodologie di ingaggio per quelli esterni. I risultati hanno condotto alla mappatura degli stakeholder in cui compaiono quelli ritenuti maggiormente rilevanti nelle interazioni con il Gruppo e sono stati esclusi quelli marginali.

Sono stati identificati i seguenti **stakeholder interni**:

- Top Management
- Azionisti
- Dipendenti
- Società controllate

Sono stati identificati i seguenti **stakeholder esterni**:

- Fornitori
- Clienti
- Investitori
- Business Partner
- Banche



## 5.4 L'analisi di materialità

Per la rendicontazione 2023 è stata condotta l'analisi di materialità perpetrando gli obiettivi fissati nell'anno precedente, con l'obiettivo di identificare gli impatti significativi generati dall'organizzazione sull'ambiente, sull'economia e sulle persone, inclusi i diritti umani, considerando le operations di Holding Moda e tutta la catena del valore. Con l'obiettivo di puntare ad un miglioramento continuo abbiamo coinvolto in questo processo nuove categorie di stakeholder esterni come Clienti, Fornitori ed Enti Formativi, al fine di analizzare i temi rilevanti specifici del settore di appartenenza e i relativi impatti potenziali ed effettivi legati all'attività di impresa beneficiando del punto di vista di interlocutori esterni all'organizzazione.

In accordo con la metodologia consolidata del GRI Standard 2021 è stato condotto un riesame della precedente analisi di materialità che ne ha confermato gli esiti.

A partire da uno studio condotto sul settore tessile/moda sono stati individuati gli impatti positivi e negativi, effettivi e potenziali di Holding Moda, valutandone la significatività in termini di probabilità e severità. La priorità d'intervento è stata attribuita a ciascuno in accordo con quanto previsto dal Piano Strategico di Sostenibilità. Nel porre le seguenti considerazioni si è sempre tenuto conto non solo delle dirette operations del Gruppo, ma anche di tutta la catena del valore, considerando le attività a monte e a valle.

| Tematica materiale               | Area ESG                              | Impatti   | Effettivo/<br>Potenziale | Significatività | Priorità d'azione |
|----------------------------------|---------------------------------------|---|--------------------------|-----------------|-------------------|
| Catena di fornitura responsabile | Environmental<br>Social<br>Governance | Occupazione e condizioni di lavoro dignitose (buone pratiche dei fornitori).<br>Mantenimento delle maestranze del Made in Italy con i rischi/benefici indiretti al posizionamento dell'industria italiana nel settore fashion.<br>Promozione dei valori lungo tutta la catena del valore.<br>Tutela delle persone e dell'ambiente.  | Effettivo                | Alta            | 1                 |
| Cambiamento Climatico            | Environmental                         | Emissioni di gas climalteranti e conseguente contribuzione della variazione globale delle temperature medie.<br>Contribuzione al superamento di 2 °C Accordo di Parigi e mancata mitigazione al 1,5°C di limite.<br>Contribuzione all'innalzamento del livello del mare e conseguente acidificazione degli oceani.<br>Abbassamento della qualità dell'aria e della sua salubrità. | Effettivo                | Alta            | 3                 |
| Energia da fonti rinnovabili     | Environmental                         | Contribuzione all'inquinamento locale a causa delle emissioni stazionarie.<br>Scarsità delle risorse non rinnovabili e conseguenti problemi di approvvigionamento e costi.  | Effettivo                | Media           | 2                 |
| Gestione dei rifiuti             | Environmental                         | Impoverimento del suolo.<br>Contaminazione della falda acquifera in caso di sversamento o cattiva gestione dei rifiuti.<br>Possibili cause legali e/o sanzioni.   | Effettivo                | Media           | 1                 |

| Tematica materiale                           | Area ESG      | Impatti   | Effettivo/<br>Potenziale | Significatività | Priorità<br>d'azione |
|--|---------------|---|--------------------------|-----------------|----------------------|
| <b>Economia Circolare</b>                    | Environmental | Aumento dell'inquinamento dato dallo spreco di alcuni materiali.<br>Stoccaggio di scarti in paesi poveri con conseguente aumento dell'inquinamento terrestre e delle falde acquifere.<br>Impiego di prodotti chimici aggressivi nelle lavorazioni di recupero degli scarti/capi, con conseguente inquinamento delle acque.  | Effettivo                | Media           | 1                    |
| <b>Diversità &amp; Inclusione</b>            | Social        | Rischio di discriminazione per genere, età, origine e di eventuali controversie legali connesse.<br>Mancato rispetto dei principi sottoscritti al UNGC.<br>Sanzioni e azioni legali commisurate all'inadempienza normativa.<br>Mancato rispetto della UNI PdR125.<br>Sospensione dell'attività d'impresa e conseguente disagio economico per stakeholder interni. | Potenziale               | Alta            | 1                    |
| <b>Salute &amp; Sicurezza dei dipendenti</b> | Social        | Aumento degli infortuni e della malattia professione con conseguente pericolo per la salute dei dipendenti.<br>Possibili cause legali, chiusura temporanea dell'attività produttiva e ripercussioni sui dipendenti.   | Effettivo                | Alta            | 2                    |
| <b>Community development</b>                 | Social        | Condivisione del valore con tutti i nostri stakeholder.<br>Incentivo dello sviluppo socioeconomico delle comunità che ospitano le aziende del Gruppo.<br>Sviluppo di progetti formativi e di introduzione al lavoro in azienda per i giovanissimi del territorio.<br>Trasmissione delle maestranze e del savoir faire del Made in Italy.                          | Effettivo                | Media           | 3                    |
| <b>Talent retention</b>                      | Social        | Occupazione dignitosa (remunerazione, premialità, benessere, inclusione).<br>Formazione e crescita lavorativo-personale.<br>Riconoscimento dei talenti a tutti i livelli in tutte le occupazioni.   | Effettivo                | Media           | 3                    |
| <b>People care</b>                           | Social        | Condivisione del valore con tutti nostri stakeholder.<br>Incentivo dello sviluppo socioeconomico delle comunità che ospitano le aziende del Gruppo.<br>Sviluppo di progetti formativi e di introduzione al lavoro in azienda per i giovanissimi del territorio.<br>Trasmissione delle maestranze e del savoir faire del Made in Italy.                            | Effettivo                | Media           | 1                    |

| Tematica materiale                      | Area ESG   | Impatti  | Effettivo/<br>Potenziale | Significatività | Priorità<br>d'azione |
|---|------------|--|--------------------------|-----------------|----------------------|
| <b>Welfare dei lavoratori</b>           | Social     | Ingaggio dei dipendenti.<br>Aumento della produttività.<br>Fidelizzazione all'azienda.<br>Miglioramento del clima aziendale.<br>Aumento del benessere (economico e/o fisico) degli stakeholder interni.  | Potenziale               | Media           | 1                    |
| <b>Qualità e sicurezza del prodotto</b> | Social     | Sviluppo di patologie connesse ai mancati standard chimici e fisici dei prodotti.<br>Sanzioni nazionali e europee.<br>Mancanza dei criteri necessari alla riciclabilità/riuso del prodotto.  | Potenziale               | Media           | 1                    |
| <b>Customer Satisfaction</b>            | Governance | Mancata soddisfazione di specifiche esigenze del Cliente con conseguenti ripercussioni di ritardi e perdita economica su tutta la catena del valore.<br>La mancata soddisfazione del cliente può determinare una riduzione delle commesse ed influire negativamente sulla capacità di HModa di generare valore lungo la catena di fornitura. | Effettivo/<br>Potenziale | Media           | 1                    |
| <b>Etica &amp; Integrità</b>            | Governance | Sanzioni e/o stop della produzione con conseguente ricaduta sugli stakeholder interni.<br>Episodi di non compliance e conseguenti sanzioni e/o stop della produzione possono determinare effetti negativi sugli stakeholder coinvolti nei processi produttivi come dipendenti, fornitori, clienti e top management.                          | Potenziale               | Media           | 1                    |
| <b>Innovazione Digitale</b>             | Governance | Promozione dell'innovazione, della ricerca e dello sviluppo del settore fashion in ambito di sostenibilità.<br>Corretta gestione dei materiali, riduzione degli sprechi e condivisione delle trasformazioni di business.   | Effettivo                | Alta            | 2                    |

A seguito della costruzione dell'analisi di materialità d'impatto, per la rendicontazione 2023 abbiamo svolto un primo esercizio di indirizzo alla doppia materialità. Come previsto dallo standard ESRS 1 l'analisi di doppia rilevanza ha due dimensioni: una d'impatto e una finanziaria. La valutazione dell'impatto, già rendicontata nell'esercizio precedente, è stata arricchita con un primo studio delle

interconnessioni e delle interdipendenze con la dimensione finanziaria. L'obiettivo è quello di valutare la rilevanza delle questioni di sostenibilità da entrambi i punti di vista fornendo ad HModa un indirizzo strategico dei propri investimenti e delle proprie attività. Il Gruppo si impegna a rendicontare nel prossimo esercizio l'intera analisi di materialità.

## 5.5 Gestione dei rischi di sostenibilità

In concomitanza con l'analisi di materialità condotta per il 2023 il Gruppo ha avviato un'analisi dei rischi legati alle tematiche di sostenibilità.

Il processo ha visto coinvolto il team di sostenibilità HPlanet, il Top Management e una cerchia di stakeholder interni che sono stati chiamati a partecipare, sia in sede di stakeholder engagement che di analisi di materialità.

In primis, è stato necessario studiare e comprendere il contesto in cui HModa opera, sia come Gruppo che come settore di appartenenza.

Successivamente, sono stati considerati i possibili impatti generati da Holding Moda. Questi sono stati prioritizzati, ordinati per significatività e accorpati alle tematiche materiali.

Il team di sostenibilità si è occupato di comprendere ed associare a ciascun impatto la tipologia di rischi connessa, tra cui:

- Rischio operativo
- Rischio strategico
- Rischio di compliance
- Rischio reputazionale

Una volta prioritizzati, a ciascun impatto significativo è stato attribuito un livello di priorità d'azione, coerentemente con quanto previsto dal Piano Strategico di Sostenibilità. Infine, per ciascun impatto, si è cercato di attribuire il quantitativo di risorse economiche allocate alla mitigazione del rischio investito in progetti nel 2023. Nell'ambito di tale analisi sono stati considerati anche i rischi reputazionali, operativi e finanziari correlati al verificarsi di episodi di corruzione. Gli aspetti emersi come significativi dall'analisi di materialità e riportati nel presente documento saranno oggetto di importanti investimenti già nel 2024 in ottica non solo di mitigazione degli impatti e dei rischi ad essi connessi, ma anche di prevenzione.

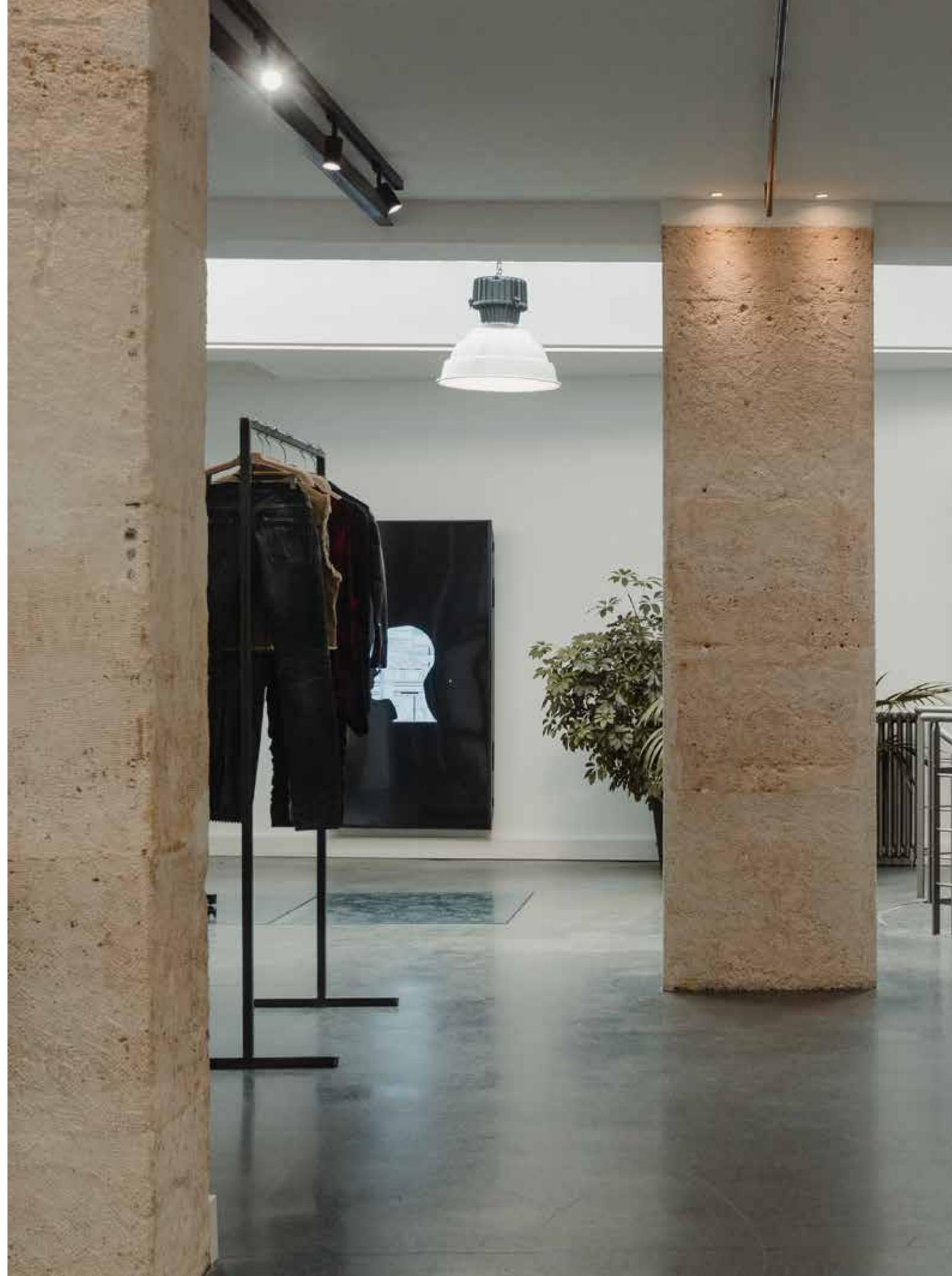
In particolare, in fase di analisi dei rischi legati al cambiamento climatico sono emerse le seguenti implicazioni nel medio-lungo periodo:

- cambiamento nelle scelte di investimento
- compliance normativa
- riduzione delle emissioni
- scarsità delle materie prime
- qualità delle materie prime
- frequenza eventi estremi/acuti

In risposta a tali rischi, classificati come aventi natura finanziaria, operativa e strategica, sono state previste delle possibili modalità di gestione, tra cui il passaggio ad energia da fonti rinnovabili e la quantificazione degli impatti tramite monitoraggio ed interventi di rinnovamento degli impianti. Allo stato attuale non è stata ancora effettuata una stima dei costi da sostenere per attuare le misure necessarie alla gestione dei rischi individuati.

**I nostri prodotti**

**6**



## 6.1 Il modello di business delle aziende Holding Moda

La grande espansione e il successo delle aziende del Gruppo sono dovute, tra gli altri fattori, al solido modello di business che vi presentiamo nella figura sotto riportata. Ciascun processo è stato pensato per snellire e ridurre le tempistiche di produzione in modo tale da garantire un miglior servizio al Cliente e una rapida evasione delle commesse. Questa struttura integra, al suo interno, alcune attività della filiera della moda, come la progettazione digitale dei capi, il controllo della propria supply-chain e l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia nei macchinari.

A seguito della commessa da parte del Cliente, ha inizio un'intensa comunicazione tra le nostre Aziende ed i designer dei brand serviti per la realizzazione dei prototipi; in molti casi

è possibile che questo passaggio avvenga digitalmente in modo da ridurre in maniera consistente l'utilizzo di materie prime e da evitare spostamenti superflui. Successivamente, con l'ausilio dei fornitori a valle e delle maestranze presenti in Azienda, vengono realizzati i prodotti fisici per campionario e produzione. Contemporaneamente vengono svolti più volte controlli qualità serrati, sia all'ingresso delle materie prime che in itinere, per poi concludere il processo con la consegna del prodotto al cliente.

Ciascuna fase è stata studiata nel massimo rispetto dei lavoratori, della loro salute e della loro sicurezza, nonché del loro benessere psicofisico.

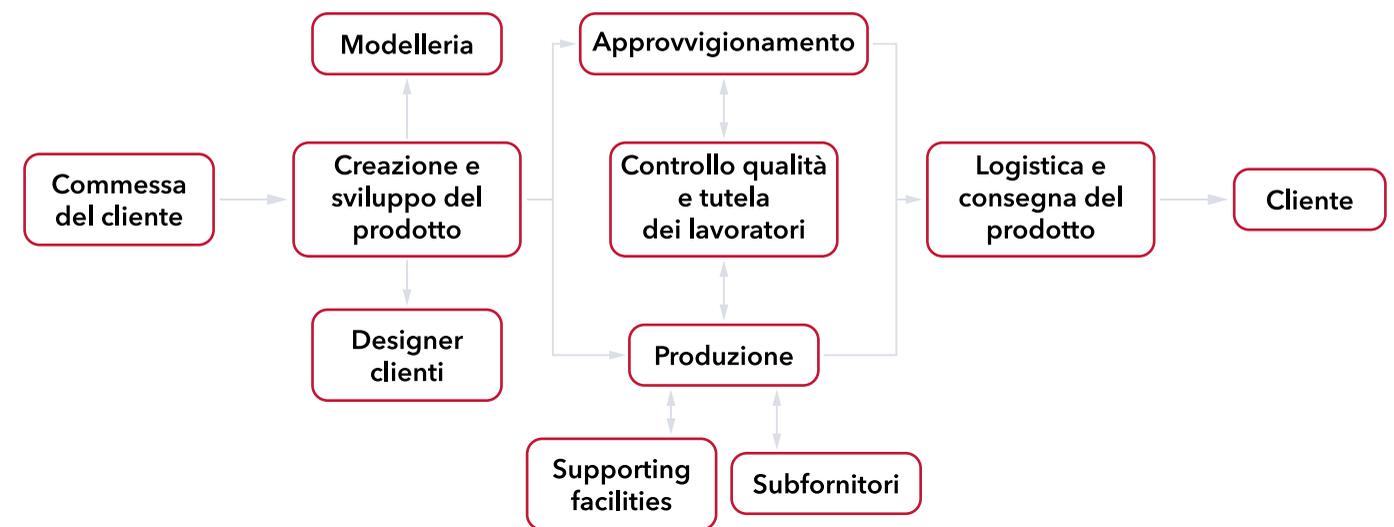


Figura 2: Modello di Business Aziende HModa

Nel 2023 il business di HModa si è ulteriormente ampliato e rafforzato, perseguendo l'obiettivo di far trovare ai clienti una filiera coesa ed integrata dalla materia prima al prodotto finito. I nostri prodotti coprono quasi tutti gli ambiti merceologici del settore moda-lusso, vantando nel 2023 ben 12 aree di eccellenza manifatturiera: jersey, abbigliamento leggero, abbigliamento in pelle, pelletteria, denim, capospalla, calzatura, stampa serigrafica/digitale, ricamo, a cui si sono aggiunti nel corso

dell'anno tessuti, tomaie e piccola pelletteria.

Il Gruppo persegue l'obiettivo di promuovere l'aggregazione di piccole e medie imprese specializzate in diversi prodotti e lavorazioni per i brand dell'Alta Moda nazionale e internazionale. Le aziende collaborano per creare valore e sviluppare rapporti duraturi, mantenendo costantemente un forte impegno verso la sostenibilità.

Il Gruppo persegue l'obiettivo di promuovere l'aggregazione di piccole e medie imprese specializzate in diversi prodotti e lavorazioni per i brand dell'Alta Moda nazionale e internazionale. Le aziende collaborano per creare valore e sviluppare rapporti duraturi, mantenendo costantemente un forte impegno verso la sostenibilità.

Per proseguire nel nostro percorso di aggregazione e consolidamento della filiera sono state create **quattro Business Unit** che comprendono tutta la professionalità e qualità dei prodotti e servizi offerti dal Gruppo.



Le Business Unit sono entità organizzative strategiche, concepite per ottimizzare le opportunità di collaborazione tra le società che le compongono. Attraverso un approccio integrato e coordinato, le Business Unit promuovono la realizzazione delle sinergie

più opportune, favorendo l'innovazione e la competitività del Gruppo. Hanno il compito di monitorare le performance e l'aderenza agli obiettivi strategici, assicurando che tutte le iniziative intraprese siano allineate con la visione e i valori aziendali di lungo termine.

## Pelleletteria

**GAB** è specializzata nella produzione di pelleletteria, principalmente borse a mano e altra piccola pelleletteria. Le idee creative degli stilisti dei grandi brand della moda vengono presentate al reparto di modelliera GAB, un team di giovani appassionati che si occupa della sezione R&D offrendo al Cliente un servizio unico ed efficace. Lo sviluppo viene sostenuto anche da un sistema di tecnologie avanzate e di monitoraggio. L'Azienda offre ai Clienti il servizio di "Engineering", che consiste nella digitalizzazione di tutto il processo di produzione del prodotto, dalla lavorazione della pelle all'assemblaggio del prodotto finale. La produzione viene così automatizzata, riducendo al minimo i difetti, ma allo stesso tempo conserva la qualità e il know-how della lavorazione a mano. GAB realizza il campione per i propri Clienti attraverso una filiera fidata di laboratori esterni con i quali intrattiene rapporti duraturi e di fiducia. Alla base della produzione ci sono artigiani con esperienza decennale, che grazie alle loro capacità tecniche permettono all'Azienda di realizzare i prodotti più complessi a partire dal disegno del Cliente. Inoltre, GAB nel suo impegno verso la sostenibilità, ha rimosso tutti i prodotti chimici precedentemente utilizzati nel processo di produzione sostituendoli con prodotti a base acquosa e molti dei rifiuti di produzione del cuoio vengono riciclati per essere utilizzati come rinforzo all'interno delle borse.

**Taglionetto** è specializzata nella produzione conto terzi di piccola pelleletteria di alta qualità, come cinture, portafogli, pochette e altri oggetti per le collezioni dell'alta moda. L'azienda lavora con grandi brand italiani ed esteri, garantendo una qualità eccellente e costante. Taglionetto seleziona e lavora pelli rare e pregiate, garantendo alta capacità produttiva e tempi di consegna rapidi e affidabili. Inoltre, dispone di una modelliera interna per lo sviluppo del prodotto e la risoluzione di problemi di vestibilità su richiesta.

**Emmetierre** ha iniziato la sua come azienda specializzata nella produzione di





articoli di piccola pelletteria, ampliando successivamente le sue linee produttive per includere la borsetteria. Offre ai clienti progetti personalizzati che partono dalla fase di disegno alla realizzazione finale, includendo lavorazioni di materiali pregiati e trapuntature di alta qualità. Queste soluzioni assicurano prodotti di eccellenza e di qualità. Le lavorazioni artigianali e manuali di Emmetierre sono il punto forte dell'azienda e si riflettono nella precisione dei tagli, nella perfezione delle cuciture e nell'accuratezza con cui i materiali vengono modellati. Pur integrando tecnologie avanzate per ottimizzare la produzione e i tempi di consegna, l'azienda ha mantenuto la manualità e la professionalità al centro del processo produttivo. Questo equilibrio tra tradizione e innovazione permette a Emmetierre di offrire articoli di pelletteria che incarnano l'eccellenza del Made in Italy.

### **Stampa digitale/serigrafia**

**Seriscreen** è specializzata in stampe di serigrafia, stampa digitale, stampa UV e su grande formato per i più noti marchi della moda-lusso. L'azienda stampa sia su pelle che su tessuto. Investe in tecnologie all'avanguardia e su un aggiornamento costante dei macchinari al fine di garantire elevati standard qualitativi e la specializzazione in lavorazioni complesse. In sede sono presenti i reparti, dalla progettazione alla produzione, che sono stati pensati per essere un ambiente creativo e di condivisione delle idee.

## **Calzatura**

**Valmor** produce sapientemente calzature sportive per le più grandi maison del lusso. L'azienda copre i processi di sviluppo del prodotto, scelta dei materiali e trattamenti speciali. Sono presenti i reparti di preparazione, orlatura, scarnitura del pellame, assemblaggio, montaggio, finissaggio, ufficio acquisti, controllo qualità e confezionamento. La particolarità delle calzature realizzate da Valmor consiste nella possibilità di rimanere in forma per 24 ore garantendo un'elevatissima qualità del prodotto finito. L'Azienda si avvale, nel suo stabilimento produttivo, di un'unica manovia di montaggio sia per le lavorazioni strobel che per il montato: La tecnica di lavorazione strobel prevede l'assemblaggio separato della tomaia e della fodera, che viene costruita sulla forma avvolgendo completamente il piede come un guanto. La suola e la tomaia formano un unico pezzo, eliminando l'inserimento della soletta intermedia e garantendo massima morbidezza e flessibilità. La tecnica strobel è utilizzata principalmente per produrre sneakers e scarpe sportive e prevede la cucitura della tomaia a una soletta interna, creando una sorta di sacchetto. La tomaia è unita alla soletta usando una macchina da cucire strobel, e il sacchetto viene poi incollato alla suola. Questa tipologia di lavorazione consente una maggiore flessibilità produttiva e il soddisfacimento delle esigenti richieste della clientela.

**Dema** è specializzata nella realizzazione di calzature. Grazie all'esperienza e alla professionalità dei maestri calzalai, l'azienda gode di una grande flessibilità produttiva offrendo una vasta gamma di prodotti, tra cui mocassini, sandali, stivali, sneakers e ballerine. La maggior parte delle scarpe di Dema è realizzata utilizzando i metodi di costruzione sacchetto, strobel, ideal o tubular. La tecnica ideal, invece viene utilizzata per produrre calzature di alta qualità e richiede un elevato livello di abilità e competenza. In questo processo, la fodera e la tomaia vengono fissate separatamente sull'ultima. La tomaia viene successivamente allungata a mano, incollata su una suola interna e cucita con una macchina





per procedere con una cucitura rapida. Il fondo viene quindi incollato, pressato e rifinito per eliminare il materiale in eccesso. In ultimo la tecnica tubolare utilizza pelli morbide e di alta qualità, attentamente selezionate, e consente di realizzare scarpe molto flessibili e confortevoli. La varietà delle tecniche e delle lavorazioni utilizzate sapientemente da Dema, permette di servire grand parte del mercato calzaturiero nazionale e internazionale incontrando tutte le richieste dei clienti.

Il **Tomaificio Elledi** rappresenta un punto di riferimento nel settore calzaturiero italiano, racchiudendo storia ed esperienza in ogni suo prodotto. L'azienda si è sempre contraddistinta per la qualità, che si riflette nei suoi prodotti, nella ricerca dei materiali utilizzati e nella costante innovazione. Ogni fase della lavorazione della tomaia è fondamentale per ottenere un prodotto finito di alta qualità. La competenza dei nostri artigiani fa la differenza, consentendo di offrire prodotti e servizi di altissima qualità, sempre attenti alle esigenze della clientela. Oltre alle lavorazioni offerte per le tomaie, Elledi è specializzata nell'orlatura, ossia la fase in cui tutti i componenti della calzatura vengono cuciti e incollati fra loro assieme alla fodera e ai vari rinforzi. Questa lavorazione è una delle fasi più importanti nel processo di produzione delle calzature poiché richiede un'elevata professionalità e competenza. Questa operazione è fondamentale per garantire la resistenza, la forma e il comfort della scarpa finita. Le difficoltà dell'orlatura risiedono nella necessità di precisione assoluta e nella capacità di lavorare con materiali diversi, spesso delicati, mantenendo costantemente alta la qualità delle cuciture. La professionalità e l'attenzione ai dettagli offerte dagli esperti artigiani dell'azienda, non solo assicura la durabilità del prodotto, ma contribuisce anche all'estetica e alla funzionalità delle calzature, elementi essenziali per soddisfare le aspettative dei clienti più esigenti.

## Abbigliamento

### Abbigliamento leggero

**Albachiara** realizza capi in tessuto leggero, come società di confezione di abbigliamento conto terzi. L' Azienda è strutturata per seguire tutto il processo di produzione, dal taglio dei tessuti, alla confezione e allo stiro, utilizzando un taglio automatico e altri macchinari di ultima generazione. Ogni capo è realizzato da mani esperte che dedicano cura e attenzione ad ogni singola fase di produzione, permettendo la creazione di abiti dalle rifiniture impeccabili. Albachiara collabora con alcune delle più grandi case di moda internazionali, seguendo ogni capo, dal prototipo al prodotto finito.

**Famar** crea abbigliamento per i più rinomati marchi del lusso, rispettando rigidi criteri per la realizzazione dei capi, garantendo affidabilità nei tempi di consegna e nell'elevata qualità. L'Azienda vanta una vasta gamma di servizi: realizzazione del primo prototipo e fitting stilistici, capi di campionario e capi di sfilata, messa a punto di taglia base e vestibilità prodotto, sviluppo taglie e costumi, scheda tecnica e distinta base, piazzamento di produzione. Famar è in grado di fornire un servizio a tuttotondo, dall'acquisto delle materie prime al controllo qualità dei tessuti, dalla modellazione al taglio, sino all'assemblaggio completo dei capi. Effettua una meticolosa scelta e un accurato controllo sulle lavorazioni esterne, dalle tintorie ai ricamifici fino ai plissettatori. Famar si occupa della modellazione dei prototipi partendo dallo studio stilistico, realizza e industrializza il prototipo. Il reparto di modellazione lavora con sistemi di informatica di settore con i relativi CAD per interagire con tutti i flussi esterni dei Clienti. Per ottenere capi proporzionalmente ed esteticamente uguali al prototipo, Famar esegue lo sviluppo taglia del modello creando regole di riferimento. È capace di importare ed esportare i modelli così da poter comunicare con la maggior parte delle applicazioni CAD sul mercato. Le modelliste dell'Azienda implementano le loro competenze attraverso un continuo e costante percorso formativo





che consente loro di apprendere le migliori tecniche. Famar copre ogni fase di lavorazione: controllo tessuti, taglio, cucito, stiro, controllo qualità e spedizione al cliente. I prodotti sono realizzati da sarte esperte abili nel cucire dall'abito da sera alle maglie in cachemire, dai costumi da bagno all'intimo, attraverso linee di produzione interne altamente digitalizzate e in linea con la normativa Industry 4.0.

### **Abbigliamento in pelle**

**Alex&Co** realizza abbigliamento in pelle sempre attuale, trasformando l'idea del Cliente in un capo finito di altissima qualità. Lavora meticolosamente la materia prima, seguendo lo sviluppo del capo dalla progettazione alla realizzazione finale. L'Azienda affianca i Clienti e i loro uffici stile, curando l'intero ciclo di progettazione e produzione dallo sviluppo del cartamodello all'acquisto delle materie prime, sino al prodotto finito. Alex&Co copre i processi di sviluppo del prodotto, scelta dei materiali e trattamenti speciali. Sono presenti i reparti di modelliera interna, prototipia, taglio del campionario, ufficio acquisti e logistica, controllo della produzione. L'Azienda si impegna ogni giorno per migliorare i propri processi produttivi e organizzativi, cercando di ampliare le competenze modellistiche e stilistiche per la realizzazione di capi in pelle per Uomo e Donna. Produce la totalità dei capi in Italia, nel pieno rispetto dei propri lavoratori. Questo processo permette di mantenere un elevatissimo standard di qualità e di garantire al 100% una produzione Made in Italy.

### **Jersey**

**Uno Maglia** realizza splendide creazioni in jersey spaziando dal capo sportivo alla lavorazione più complessa e sartoriale in grado di soddisfare i desideri e le esigenze delle griffe internazionali del lusso. L'Azienda vanta un archivio di oltre 40.000 cartamodelli e conta su maestranze qualificate, specializzate e appassionate del proprio lavoro. La qualità dei prodotti e dei processi è centrale, per questo vengono effettuati controlli e test di stabilità dei tessuti, misure e test dei capi campione

dopo la confezione, il lavaggio e lo stiro, analisi e verifica delle cuciture, dell'etichettatura, del filo di confezione e delle misure delle teste di serie e dei capi di produzione. Uno Maglia investe nella formazione e innovazione, possiede un sistema di progettazione CAD, taglio automatico, sistemi di gestione e tracciamento dei tessuti, archivio digitale con tecnologie di ultima generazione. Ciascun Cliente ha un team di professionisti dedicato, con competenze dallo stile/modelliera/prodotto alla produzione, reattivo alle richieste e proattivo nel proporre soluzioni.

### **Ricamo a mano**

**Rilievi** è una realtà specializzata nella progettazione e realizzazione di ricami d'alta gamma. L'Azienda svolge una continua ricerca di soluzioni originali ed innovative applicate al ricamo a mano, oltre allo sviluppo di sistemi logistici, metodologie di lavoro e processi di comunicazione d'avanguardia. Rilievi serve il mercato globale ponendosi come partner d'eccellenza per i grandi brand della moda e dell'haute couture internazionale. Tutte le attività di progettazione delle collezioni, dall'acquisto delle materie prime alla produzione, fino alla fase di controllo qualità, sono eseguite tra le sedi di Bologna e di Mumbai. L'Azienda si impegna a cercare nel mondo le migliori competenze sul ricamo artigianale, trasmettendo ai maker il know-how nella manifattura di alta qualità. I Clienti ricevono un servizio unico e personalizzato, customizzato sulle loro esigenze.

### **Sportswear**

**RBS** produce capispalla di altissima qualità con passione ed estrema attenzione ad ogni dettaglio. Sviluppa le idee degli stilisti dei marchi del lusso partendo dal bozzetto, supportando il team creativo del Cliente con il know-how aziendale. Pianifica e gestisce tutte le fasi del processo di sviluppo, con organizzazione e attitudine di problem-solving. L'Azienda offre al Cliente un servizio completo grazie alla collaborazione di reparti interni, tra cui lo Studio modellistico e CAD, ufficio





prodotto, ufficio produzione, ufficio prezzi & industrializzazione e controllo qualità. RBS si impegna a raggiungere altissimi standard qualitativi, pur mantenendo la propria competitività nel rapporto qualità-prezzo. Il personale si occupa di definire tutti gli stadi della produzione per assicurare il rispetto dei tempi di consegna e si distingue per l'alto livello di specializzazione delle sarte, delle modelliste e dei collaboratori esterni. La tradizione unita all'utilizzo di tecnologie e macchinari innovativi consente di trasformare le idee dei Clienti in prodotti realizzabili su scala industriale, definendo un processo produttivo su misura. In questa fase, creatività e creazione stimolano ricerca e innovazione continue.

**Project** produce capi d'abbigliamento in denim e sportswear per i brand del lusso, offrendo un servizio unico, efficiente e preciso. È un ambiente visionario, creativo e di condivisione che fonde uffici, modelliera, prototipia, reparti produttivi, showroom, archivio storico in un unico spazio. Crea prodotti Made in Italy di altissima qualità ed ogni singolo capo è realizzato a mano. L'Azienda è in grado di svolgere internamente: ricerca prodotto, scelta di tessuti e accessori, cartelle colore di stagione, ricerca di tinture e lavaggi, ricerca di tecniche di stampa e ricamo, basi modelli e gestione modellistica, prototipia, serie di campionario, produzione del commercializzato. In Project è presente un'area di ricerca e sviluppo in cui si sperimentano design, materiali e tecnologie all'avanguardia. In azienda si occupano di confezionare il prototipo nei laboratori interni di modelliera e prototipia in cui i capi vengono sdefettati ed esposti al cliente per il primo fitting e alla loro approvazione. Successivamente, si passa alla realizzazione del campionario e agli ordini della produzione.

## Tessuti

La divisione Tessuti di **Beste** crea collezioni tessili in grado di produrre su scala industriale ciò che nasce da un'ispirazione unica e originale. Questa divisione gestisce tutto il ciclo tessile, dalla progettazione dei greggi fino alla preparazione, tintura e finissaggio. Nel processo produttivo di Beste, il controllo del greggio è un passaggio fondamentale per garantire la qualità delle materie prime. Prima di iniziare la produzione, ogni metro di tessuto è ispezionato per assicurarne la conformità e l'assenza di difetti. Il filato, sia grezzo che tinto, è gestito automaticamente da un sistema robotizzato, in grado di garantire massima efficienza e di ottimizzare lo spazio. La preparazione del tessuto include trattamenti come sbiancamento, bruciapelo e impregnazione con enzimi per assicurare uniformità e qualità. Il finissaggio, attraverso tecniche avanzate, conferisce al tessuto l'aspetto e la consistenza richiesti dai clienti, garantendo prodotti di lusso conformi agli standard più elevati. L'intera struttura industriale dell'azienda, che gestisce tutto il ciclo tessile è guidata da un profondo senso della qualità. Negli anni, due aziende storiche italiane hanno sposato appieno la filosofia di Beste contribuendo alla diffusione dell'eccellenza manifatturiera. Il lanificio **Texco**, specializzato nella produzione di tessuti lanieri di alta qualità ottenuti dalle migliori fibre nobili, vanta ad oggi un archivio di oltre 500 tessuti realizzati con fibre pregiate. La tessitura **Pontelambro** invece è specializzata nella produzione di lino e cotone, principalmente destinati all'abbigliamento di fascia alta, soprattutto nella camiceria e offre ai suoi clienti numerose variazioni sia sul tema delle righe e dei quadretti sia sulla tipologia di tessuto, tra cui cotone, seta, viscosa e lana di alta qualità. La cultura tessile che contraddistingue Beste si concretizza nell'archivio "Beste Collection". La collezione conta un'ampia gamma di tessuti, composta da oltre ottocento varianti, prevalentemente realizzati con fibre naturali quale il cotone, ottenuti attraverso cicli di finissaggio che si estendono per giorni anziché per ore.



## 6.2 La nostra filiera

Le aziende di HModa sono da sempre impegnate a garantire i più alti standard qualitativi richiesti dal mercato in tutte le fasi di produzione, dalla progettazione alla consegna al cliente, avvalendosi di tecnologie sempre più avanzate, di manodopera qualificata e di una filiera a monte e a valle a cui viene richiesto sempre maggiore impegno in un'ottica di collaborazione reciproca.

Sin dalle prime fasi di selezione e reclutamento, i fornitori vengono sottoposti ad un'attenta valutazione che tenga conto non soltanto delle performance qualitative e del rispetto delle clausole contrattuali, ma anche dell'impatto che ciascuno di essi rappresenta all'interno della filiera produttiva. La corretta gestione di processi ad alto rischio (uso di chimica e di acqua, output che possono generare impatti negativi nel suolo, nell'aria o nell'acqua) e il rispetto della legislazione vigente in ambito sociale ed ambientale, sono aspetti che vengono valutati dalle prime fasi della collaborazione e monitorati nel tempo attraverso la raccolta di specifiche evidenze che permettono di elaborare un rating per ciascun fornitore e specifiche azioni correttive o di miglioramento.

L'accompagnamento della supply chain in un processo di continuo miglioramento è ciò che permette alle aziende di HModa di assicurare un prodotto finito che risponda sempre di più alle esigenze del mercato, non più solo attento alla qualità ma anche all'impatto generato sulla società. È compito del Gruppo coordinare queste attività e promuovere la diffusione di best practices, facilitando l'applicazione della legislazione vigente e proponendo gli standard più autorevoli e riconosciuti dal mercato.

### **Adesione al protocollo 4sustainability**

Al fine di misurare e rendicontare i risultati raggiunti nell'ambito della sostenibilità, le aziende del Gruppo hanno aderito al protocollo 4sustainability, che offre un sistema completo e riconosciuto dal mercato per l'analisi dell'impatto. Il sistema adottato consente di coinvolgere l'intera filiera produttiva in un percorso di miglioramento

continuo grazie anche all'utilizzo di tecnologie avanzate come la piattaforma Ympact. Ad oggi, sono più di 900 i fornitori di materie prime e i terzi mappati, quasi 400 dei quali coinvolti in una o più iniziative del sistema 4sustainability. Ai fornitori, selezionati sulla base della loro priorità in termini di volume di produzione e di rischio, viene richiesto l'impegno di condividere in modo trasparente informazioni in merito alle attività svolte nei vari ambiti della sostenibilità, siano esse verificate da parte terza o autodichiarate.

### **Tracciabilità**

Le aziende del Gruppo sono impegnate a gestire le informazioni di tracciabilità della produzione e della propria filiera, a partire dall'origine delle materie prime utilizzate, non soltanto al fine di ottenere le principali certificazioni di prodotto e di processo ma anche in ottica di responsabilità estesa della filiera. La valutazione della catena del valore sulla base di requisiti ambientali e sociali e il monitoraggio costante tramite supporti tecnologici come la piattaforma Ympact, sono il punto di partenza per l'elaborazione della strategia di Gruppo per la riduzione degli impatti derivanti dalla produzione.

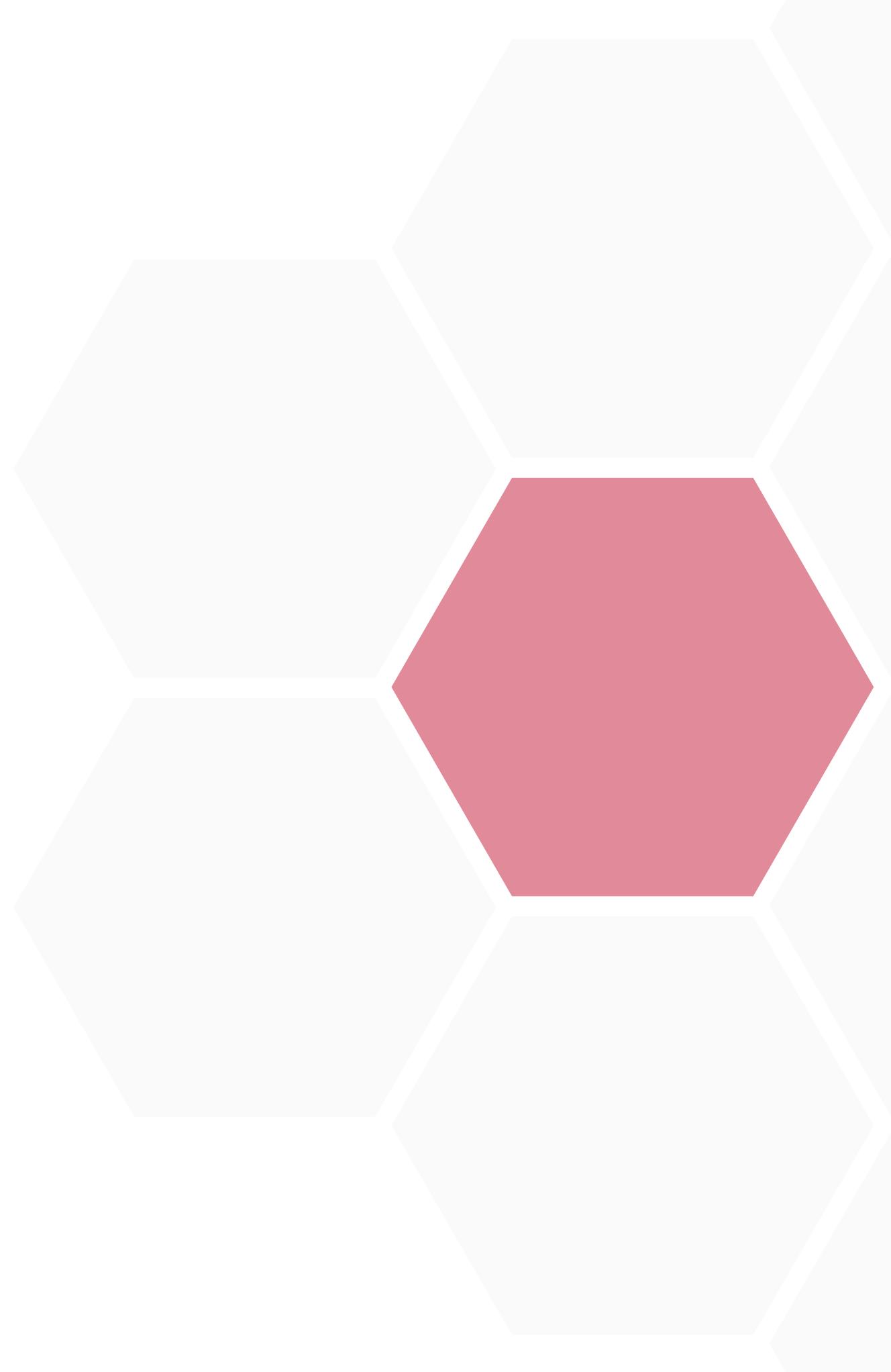
### **Eliminazione delle sostanze chimiche tossiche e nocive**

L'uso prodotti chimici è certamente uno degli impatti maggiormente significativi connessi con l'attività produttiva. Alle aziende che svolgono internamente processi con uso di chimica e alla loro filiera, viene richiesto di eliminare gradualmente le sostanze chimiche tossiche e nocive per l'uomo e per l'ambiente dai processi produttivi, attraverso l'applicazione del programma ZDHC - Zero Discharge for Hazardous Chemicals.

Nel 2023, 6 aziende del Gruppo hanno implementato un sistema di gestione delle sostanze chimiche, coinvolgendo il 100% della filiera produttiva ad alto rischio e ottenendo il riconoscimento del Livello 1 del Programma

Supplier To Zero ZDHC.

La procedura di Chemical Management adottata prevede una verifica annuale tramite Assurance dei miglioramenti ottenuti in ambito di monitoraggio e qualifica dei prodotti chimici utilizzati internamente e nella filiera produttiva; l'utilizzo di uno strumento dedicato all'archiviazione documentale e l'adesione alla piattaforma Ympact consentono alle aziende di mantenere costantemente aggiornato il rating dei fornitori, assegnato sulla base delle informazioni ricevute in merito alla completezza del sistema di gestione delle sostanze chimiche e alla qualifica dei prodotti utilizzati rispetto alla MRSL ZDHC. Secondo quanto previsto dalla procedura, ad ogni nuovo fornitore della filiera produttiva viene richiesto di sottoscrivere l'impegno a monitorare la conformità dei prodotti chimici rispetto alla MRSL ZDHC e di compilare un Assessment sulla conoscenza e applicazione di azioni di sostenibilità da parte dei fornitori. I risultati ottenuti in questa prima fase di monitoraggio e verificati tramite Assurance, hanno permesso di elaborare un Piano di Miglioramento che vede coinvolte le aziende in collaborazione con le loro rispettive filiere.

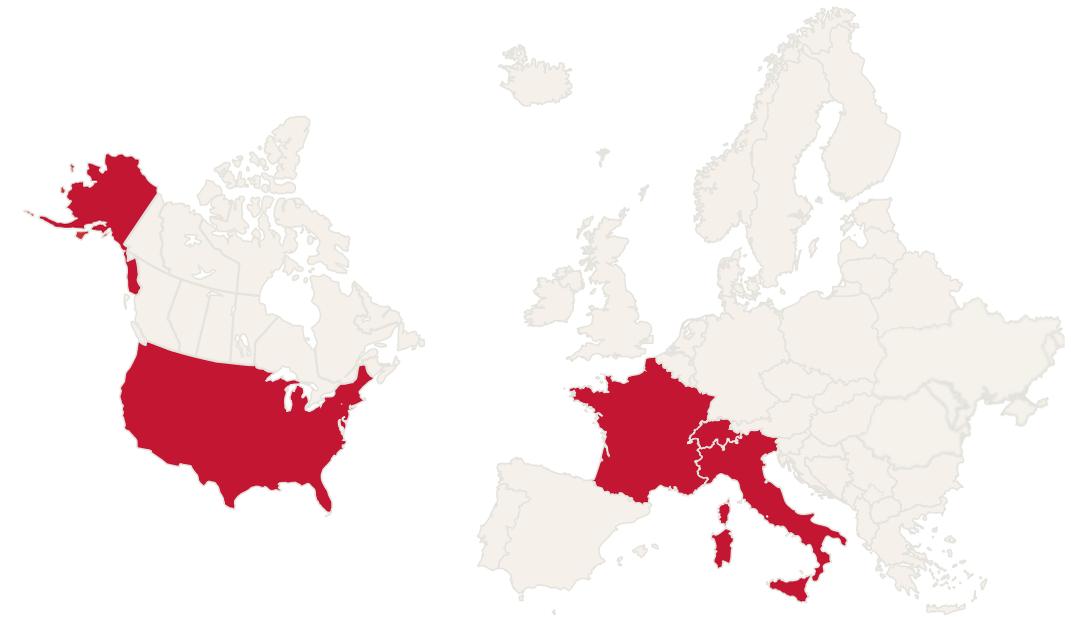


La catena di fornitura sta assumendo un ruolo sempre più rilevante e delicato in relazione alla sostenibilità ambientale e sociale. Le nuove normative impongono un crescente impegno nel garantire la trasparenza e la tracciabilità della supply chain. La filiera di Holding Moda parte dal confronto con l'ufficio stile del cliente per decidere il design e il concept del prodotto, fino ad arrivare al capo finito.

Le nostre aziende si dedicano alla realizzazione di prodotti commissionati dalle più prestigiose maison della moda di lusso. Seguendo le indicazioni dei brand, gestiamo i processi di acquisto delle materie prime e dei semilavorati "a monte" e le lavorazioni speciali e la produzione "a valle", basandoci su rapporti volti a soddisfare elevati standard qualitativi in conformità con i principi di lealtà, trasparenza, collaborazione e condivisione dei nostri valori. Per rispondere alle crescenti esigenze di

mercato, le società del Gruppo si avvalgono di esperti del settore, suddivisi in subfornitori, impegnati nella produzione del capo finito, e supporting facility, specializzati in attività di supporto alla realizzazione del capo finito.

La nostra catena di fornitura si sviluppa attraverso un'accurata selezione di fornitori capaci di garantire alti standard qualitativi, nonché l'utilizzo delle migliori pratiche e tecnologie disponibili. I fornitori, per continuare a collaborare con le aziende di HModa, devono dimostrare conformità in termini di rispetto dei diritti umani, delle condizioni lavorative, della salute e sicurezza e della responsabilità ambientale. Come Gruppo, incentiviamo l'osservanza e il potenziamento di politiche di trasparenza che permettano di quantificare correttamente gli impatti generati lungo l'intero ciclo produttivo.



## 6.3 I mercati serviti

### Mercati serviti

|   |                                |
|---|--------------------------------|
| Aree geografiche in cui sono venduti i prodotti | Italia, Francia, Svizzera, USA |
| Settori serviti                                 | Moda e tessile                 |
| Clienti e beneficiari                           | Business to Business (B2B)     |

## 6.4 Il legame con il territorio

Le aziende sono strettamente legate al territorio italiano in cui operano, sia per quanto riguarda i fornitori a monte sia per quelli a valle. Tale caratteristica è essenziale poiché la collocazione geografica influisce sulle tempistiche, sulla qualità e sulla sostenibilità della produzione.

Di conseguenza, la maggior parte dei fornitori, sia per le materie prime sia per le lavorazioni, si trova in Italia, con solo una piccola percentuale situata al di fuori dell'Europa. Questo aspetto è rilevante sia per noi sia per la nostra clientela, poiché contribuisce alla valorizzazione del territorio, al mantenimento

delle maestranze e delle tradizioni artigianali che ci contraddistinguono a livello globale. Il legame creato con i fornitori e la loro vicinanza consente alle nostre aziende di mantenere un controllo costante, garantendo il livello di qualità richiesto dalle maison internazionali del lusso.

La scelta di una filiera "corta" caratterizzata principalmente da fornitori del Made in Italy, perfettamente in linea con la filosofia aziendale, contribuisce concretamente alla crescita dei produttori italiani, preservando al contempo l'inestimabile patrimonio di eccellenze e know-how.

| Paese         | Percentuale approvvigionamento |
|---------------|--------------------------------|
| Extra EU      | 12%                            |
| Italia        | 83%                            |
| EU            | 5%                             |
| <b>Totale</b> | <b>100%</b>                    |

Tabella 4: Holding Moda distribuzione geografica dei fornitori totali in base al valore economico

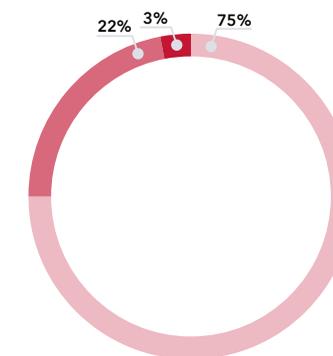


Figura 3

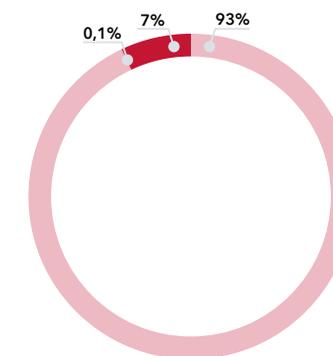


Figura 4

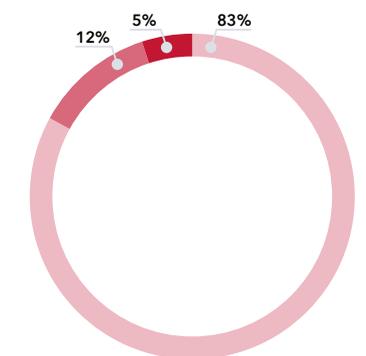


Figura 5

■ Italia
 ■ Extra UE
 ■ UE

Figura 3: Grafico - Holding Moda distribuzione geografica dei fornitori a monte in base al valore economico

Figura 4: Grafico - Holding Moda distribuzione geografica dei fornitori a valle in base al valore economico

Figura 5: Grafico - Holding Moda distribuzione geografica dei fornitori totali in base al valore economico

## 6.5 Le buone pratiche di HModa

Il Gruppo Holding Moda è impegnato non solo a rispettare le normative vigenti ma anche ad adottare iniziative volontarie capaci di introdurre paradigmi di business sostenibile nelle aziende, favorendo un approccio proattivo e capace di guidare l'intera filiera in un percorso di diffusione di buone pratiche e di miglioramento continuo nella riduzione degli impatti.

Per farlo, è fondamentale innanzitutto conoscere i punti critici e le best practices già implementate, al fine di strutturare per ogni azienda percorsi personalizzati e di raggiungere lo stesso livello di implementazione.

Nel rispetto della Carta dei Valori di Sostenibilità del Gruppo, ogni azione intrapresa da HModa e dalle aziende è misurata e rendicontata attraverso i più elevati standard presenti sul mercato e comunicata in modo corretto, completo e trasparente.

### Monitoraggio continuo delle normative

Gli ambiziosi obiettivi posti dal Green Deal europeo rendono necessaria una preparazione delle aziende alle richieste che diventeranno obbligatorie. Il team HPlanet è costantemente impegnato a monitorare l'evoluzione delle normative locali, europee ed extra-europee e ad elaborare strategie di lungo termine per preparare le aziende alla transizione digitale e circolare in atto in tutti i settori, compreso quello della moda. Per queste motivi, abbiamo internalizzato un'attività di legal radar per rispondere alle esigenze del mercato e dei nostri stakeholder, interni ed esterni, garantendo chiarezza e informazioni chiare e puntuali sulle varie normative in vigore.

### Materiali a minore impatto per una produzione sostenibile

HModa si pone l'obiettivo di introdurre gradualmente nella produzione fibre e materiali con caratteristiche di sostenibilità. Laddove la scelta delle materie prime non avvenga direttamente da parte dei clienti, le aziende sono impegnate nella ricerca di materiali a minore impatto sociale e ambientale, prediligendo quelli accompagnati dalle principali certificazioni richieste dal mercato. I requisiti preferenziali per la scelta dei materiali di produzione e per gli imballaggi che segue il Gruppo sono: coltivazioni a basso impatto che preservino l'ambiente naturale, allevamenti che rispettino il benessere animale, estrazione di materia prima cellulosica che limiti l'impatto sulle foreste, riciclo pre/post-consumer.

Nell'utilizzo di imballaggi primari e secondari HModa pone particolare attenzione ad attributi di sostenibilità come packaging di plastica riciclata / riutilizzata e privo di sostanze chimiche tossiche e nocive, carta e cartone da materiale riciclato e certificato, riuso degli imballaggi in buono stato. Nelle aziende vengono impiegati il maggior numero possibile di materiali certificati per carta e imballaggi, comprensivi di: carta per stampanti, carta microforata per il taglio automatico, imballaggi di cartone, pallet in legno, sacchi per rifiuti, bustine richiudibili per accessori. Nel 2022 è nato il progetto Plastic Free con l'obiettivo di ridurre gli imballaggi in plastica per contrastare l'inquinamento e l'impatto ambientale di questa risorsa, sensibilizzando le nostre risorse e le aziende. Durante il 2023 sono state avviate le prime iniziative sulla plastica ad uso personale e nei prossimi anni inizieranno anche quelle sulla plastica ad uso industriale.



## Dipendenti giovani per l'innovazione

Holding Moda crede fortemente nel valore dei giovani e giovanissimi talenti, infatti, in molte aziende il personale è in buona parte under 35. La scelta non è solo dettata dalla continua volontà di offrire opportunità di lavoro e di crescita ai giovani ma anche dalla loro capacità di portare innovazione presso le aziende, in particolare in campo tecnologico.

## Riduzione degli sprechi

In concerto con i giovani talenti entrati nelle Aziende, si è studiato un modo innovativo di affrontare la fase di progettazione. In alcune aziende è stato introdotto l'utilizzo di un software 3D per disegnare tridimensionalmente gli articoli di pelletteria e proporli ai clienti senza dover impiegare materie prime. Così facendo è possibile concordare le specifiche di prodotto unitamente all'ufficio stilistico del Cliente. Solo dopo aver concluso il disegno viene prodotto il campionario. Ciò consente di non sprecare materiali e di modificare tutte le volte necessarie il prodotto prima ancora che venga realizzato, garantendo una ridotta impronta ecologica.



## Economia circolare

L'economia circolare è una priorità di HModa, questo fa sì che le aziende portino grande rispetto nei confronti della materia prima, cercando per quanto possibile di ridurre gli scarti durante la fase di preparazione per il taglio. In ottica di upcycling dei materiali, sta proseguendo la collaborazione con l'Accademia a cui sono stati donati tessuti di fine pezza. Questi sono stati oggetto di valorizzazione, incentivando gli aspetti di economia circolare e creando un legame tra i giovani e le Aziende. Infine, la migliore pratica in materia di economia circolare è sicuramente il progetto, avviato all'inizio del 2023, HModa Circular (che sarà approfondito in dettaglio nel Capitolo 7).



## 6.6 Compliance

### Certificazione di prodotto

#### LWG

Il 29 settembre 2023 Seriscreen ha conseguito la certificazione Leather Working Group (LWG), la prima attestazione ambientale a livello mondiale per l'industria manifatturiera della pelle, con un punteggio finale di 87,01%. L'obiettivo della certificazione è quello di far comprendere al consumatore finale la concretezza e la serietà che caratterizza tutto il processo. Viene utilizzata per valutare le prestazioni ambientali, qualitative, di sicurezza e di etica dei produttori di pelletteria dando modo alle aziende di dimostrare il loro impegno nel garantire una maggiore sostenibilità di tutta la filiera del settore e nel migliorare l'impatto ambientale dell'industria conciaria a livello globale.

Nel caso di Seriscreen, azienda che opera per conto terzi, è stato applicato il protocollo utilizzato dalle aziende della filiera che non effettuano il completo passaggio di stato pellame.

Il protocollo viene esaminato attraverso una serie di punteggi a premio, implementato secondo alcuni concetti usati dall'International Safety Rating System, ovvero un sistema di gestione della salute e sicurezza basato su una serie di audit composti da diverse sezioni con circa 600 domande. La certificazione ha un approccio molto dettagliato poiché esamina diversi aspetti tra cui: le emissioni, i consumi elettrici, il trattamento degli scarichi, il consumo di prodotti chimici, le lavorazioni e i processi di produzione, la gestione dei rifiuti e gli aspetti di sicurezza.

Un contributo fondamentale per il successo dell'audit è stato fornito dalla presentazione dettagliata delle pratiche di gestione e di controllo degli impatti ambientali associati al processo produttivo, al di là delle normative vigenti.

Questa certificazione è sottoposta periodicamente a controlli da parte degli

auditor. Il protocollo viene costantemente aggiornato per tenere conto dell'evoluzione delle competenze tecniche e delle nuove sfide con cui si confronta il settore della pelle. Dopo aver ottenuto il riconoscimento, è essenziale continuare a impegnarsi costantemente per confermarlo. Per Seriscreen, mantenere la certificazione significa contribuire attivamente a creare un settore conciario più consapevole dell'ambiente, dell'uso responsabile delle risorse e della sostenibilità.

Seriscreen nel corso degli ultimi anni si è posta obiettivi di miglioramento attraverso progetti di ricerca e sviluppo. In particolare, queste attività si sono concentrate sull'uso di sostanze chimiche, prodotti primari utilizzati per la produzione, precisamente mappando i fornitori in merito alle conformità, secondo la MRSL ZDHC 3.1, ovvero l'elenco delle sostanze soggette a restrizioni nella produzione dei prodotti acquistati, ed in caso di non conformità procedendo quindi ad un programma di phase-out.

#### GOTS

Nel corso del 2023 Uno Maglia ha implementato la certificazione GOTS per rispondere alle crescenti richieste di standard elevati di sostenibilità e di responsabilità sociale da parte del mercato e dei brand.

La certificazione GOTS (Global Organic Textile Standard) è un importante strumento nel settore tessile per la certificazione dei prodotti realizzati con fibre naturali da agricoltura biologica. La sua riconosciuta validità internazionale offre ai produttori e venditori di tessuti certificati GOTS un accesso privilegiato ai principali mercati globali.

Grazie a queste caratteristiche, la certificazione offre un vantaggio competitivo alle aziende, consentendo loro di posizionarsi come responsabili ambientali e sociali sul mercato internazionale e di offrire prodotti di qualità superiore ai clienti.

La certificazione GOTS impone alle aziende di seguire precisi criteri ambientali e sociali

in tutte le fasi della produzione. Ciò significa utilizzare solo prodotti chimici approvati dallo standard, assicurare almeno il 70% delle fibre derivante da agricoltura biologica e garantire il benessere dei lavoratori e delle loro condizioni di lavoro.

L'ottenimento della certificazione GOTS implica un'attenta identificazione della catena d'approvvigionamento da certificare e l'esecuzione di pre-audit per verificare la conformità agli standard richiesti. Una volta ottenuta la certificazione, è necessario compilare documenti come il "TC Application" per ogni modello certificato, che viene quindi valutato dall'ente certificatore per l'emissione di un Transaction Certificate identificativo del lotto di produzione.

Uno Maglia è da sempre impegnata ad offrire ai propri clienti capi che rispettino rigorosi criteri ambientali e sociali, ed è per questo che con l'ottenimento della certificazione GOTS offre prodotti non solo con garanzia di origine biologica ma anche con garanzia di lavorazioni responsabili, coprendo l'intera catena di approvvigionamento, dalla produzione al commercio e aumentando così l'affidabilità dell'azienda.

Un altro vantaggio competitivo della certificazione dal punto di vista ambientale è l'esclusione di alcune sostanze chimiche vietate secondo la MRSL (Manufacturing Restricted Substance List) in compliance anche con il primo livello allo standard ZDHC, sempre più richiesto da buyer e consumatori.

Per garantire il successo del progetto è essenziale coinvolgere e sensibilizzare i dipendenti sulla certificazione e sulle procedure necessarie. Per questo, Uno Maglia ha erogato un corso di formazione ai propri dipendenti per mantenerli aggiornati sui cambiamenti relativi alla normativa GOTS e per rafforzare i concetti già acquisiti. Questo tipo di attività ha permesso ai dipendenti di rimanere al passo con le ultime evoluzioni della normativa, garantendo alti livelli di qualità e sostenibilità. Uno Maglia, per essere conforme allo standard, ha dedicato spazi specifici per la lavorazione e lo stoccaggio dei materiali certificati, separati

dal resto della produzione. Inoltre, ha adottato misure specifiche per garantire la tracciabilità dei materiali utilizzati e la registrazione accurata delle spedizioni e dei prodotti finiti.

## Certificazioni ambientali e di salute e sicurezza

### ISO 14001 & ISO 45001

Il Gruppo Holding Moda è regolarmente sottoposto a audit da parte di stakeholder esterni per valutare la conformità ambientale e sociale. Tutte le aziende del Gruppo si preparano a verifiche periodiche per garantire la conformità legislativa su questi fronti. Nel 2023, il Gruppo ha avviato un percorso di miglioramento, partendo dalla consapevolezza che la conformità normativa rappresenti una base imprescindibile, ma che l'obiettivo debba essere il miglioramento continuo, non solo il rispetto della legge.

Holding Moda e cinque aziende del Gruppo - Uno Maglia, Alex&Co, Albachiara, GAB Group, Seriscreen - hanno aderito volontariamente a un percorso di certificazione integrata ISO 14001 e ISO 45001. A queste si è aggiunta la società Rilievi Group, già certificata ISO 14001, che ha deciso di uniformare il proprio sistema di gestione a quello del Gruppo.

La scelta di ottenere la certificazione è stata promossa dall'Alta Direzione per garantire l'allineamento e la periodica verifica della gestione delle tematiche HSE (Health, Safety, Environment) in tutte le aziende. L'adozione di un sistema di gestione integrato consente alla società capogruppo di monitorare i progressi e le performance di ciascuna azienda, individuando le aree in cui è necessario migliorare e intervenendo prontamente per risolvere eventuali criticità.

L'attività è coordinata dalla capogruppo, ma in ogni azienda è stata creata una struttura dedicata, con ruoli e responsabilità definite per pianificare, controllare ed implementare le azioni di miglioramento. Le società

coinvolte sono state dapprima sottoposte a verifiche interne sulla conformità legislativa e successivamente hanno partecipato alla redazione e all'applicazione del Sistema di Gestione del Gruppo.

Alla fine del 2023, le sette società si sono dimostrate pronte ad affrontare l'audit da parte dell'ente certificatore, previsto per il primo trimestre del 2024. Questo processo rappresenta un ulteriore passo verso l'eccellenza nella gestione ambientale, della salute e della sicurezza all'interno del Gruppo Holding Moda.

## Certificazioni sociali

### Parità di genere - PdR 125

La promozione della parità di genere rappresenta uno degli obiettivi prioritari dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, al quale Holding Moda si impegna fermamente ad aderire.

Nel 2023, abbiamo lavorato attivamente per sviluppare politiche e procedure che tengano conto delle diverse esigenze della nostra popolazione aziendale, in particolare delle donne. Contestualmente, abbiamo condotto attività di valutazione per misurare il nostro livello di conformità alla norma volontaria UNI PdR 125, che rappresenta lo standard nazionale in materia.

La UNI/PdR 125:2022 definisce le tematiche fondamentali per sostenere l'empowerment femminile nei percorsi di crescita aziendale, evitando stereotipi, discriminazioni e promuovendo una cultura aziendale sempre più inclusiva e rispettosa delle competenze femminili. Il nostro impegno è garantire la parità di genere attraverso azioni concrete, che vanno oltre il rispetto dei requisiti normativi e che siano apprezzate concretamente dalle donne presenti nella nostra organizzazione.

Holding Moda e dieci società del Gruppo - Uno Maglia, Alex&Co, RBS, Albachiara, GAB Group, Project, Valmor, Famar, Seriscreen e

Rilievi Group - hanno avviato un processo di valutazione per determinare il livello di conformità alla normativa sulla parità di genere. Questo percorso ci aiuta a identificare le aree che richiedono ulteriori miglioramenti per ottenere la certificazione di parità di genere per l'intero Gruppo.

Durante la valutazione iniziale abbiamo verificato l'esistenza di buone pratiche implementate sia a livello di Gruppo che nelle singole aziende, al fine di condividere le esperienze positive e adottare le soluzioni più efficaci. L'organizzazione ha monitorato attentamente, sia qualitativamente che quantitativamente, diverse aree chiave:

- Selezione e assunzione
- Gestione della carriera
- Equità salariale
- Supporto alla genitorialità e alla cura
- Conciliazione dei tempi vita-lavoro
- Prevenzione di abusi e molestie sul lavoro

I risultati preliminari mostrano un buon livello di implementazione, ma è evidente la necessità di una revisione continua. Pertanto, nel 2024 le società coinvolte nel processo di certificazione svilupperanno un piano d'azione specifico, monitorando i KPI e fornendo formazione al personale per consolidare ulteriormente il nostro impegno per la parità di genere.



## **Bilancio ambientale**

## 7.1 La gestione responsabile dei consumi

### Consumi idrici ed energetici

HModa annovera tra le sue priorità la mitigazione dell'impatto ambientale, pertanto, si impegna a gestire i propri consumi in maniera responsabile al fine di minimizzare le esternalità negative. Il 2023 ci ha visto protagonisti nel migliorare la gestione dei consumi tramite uno screening approfondito del modello di business e la costruzione di un profilo energetico e termico delle società del Gruppo.

Abbiamo misurato la nostra performance ambientale prendendo in considerazione i

consumi idrici ed energetici di tutte le aziende di HModa durante l'intero anno solare. I dati sono stati raccolti su base trimestrale e sottoposti a un monitoraggio periodico per analizzare l'andamento e individuare eventuali aree di miglioramento.

I principali consumi imputabili alle attività delle aziende HModa sono costituiti da: energia elettrica, gas naturale (solo in alcune sedi per il supporto dei siti produttivi) e acqua. A questi si aggiungono quelli dei combustibili impiegati dalla flotta aziendale.

Di seguito vi presentiamo una panoramica del nostro impiego energetico ed idrico per ciascuna ragione sociale del Gruppo:

| Azienda             | Elettricità (kWh) | Gas (smc)        | Acqua (m <sup>3</sup> ) |
|---------------------|-------------------|------------------|-------------------------|
| Albachiara          | 217.484           | 0                | 443                     |
| Alex&Co             | 81.582            | 0                | 1.163                   |
| Alinea              | 258.707           | 0                | 126                     |
| Beste               | 3.387.345         | 1.901.742        | 275.409                 |
| Calzaturificio DEMA | 428.812           | 0                | 2.090                   |
| Elledi              | 28.116            | 0                | 536                     |
| Emmetierre          | 46.515            | 0                | 230                     |
| Famar               | 194.390           | 15.931           | 610                     |
| Fast Pelle          | 28.665            | 0                | 90                      |
| GAB                 | 602.784           | 0                | 642                     |
| Project             | 148.479           | 0                | 1.002                   |
| RBS                 | 137.274           | 31.453           | 812                     |
| Rilievi             | 69.411            | 12.007           | 1.067                   |
| Rilievi India       | 159.188           | 0                | 112                     |
| Ricetto del Ricamo  | 7.216             | 2.186            | 111                     |
| Seriscreen          | 237.219           | 14.982           | 616                     |
| Taglionetto         | 52.147            | 0                | 308                     |
| Uno Maglia          | 612.823           | 5.815            | 4.512                   |
| Valmor              | 663.512           | 19.699           | 1.252                   |
| <b>Totale</b>       | <b>7.361.669</b>  | <b>2.003.815</b> | <b>291.131</b>          |

Tabella 5: Consumi annui suddivisi per Azienda

Rispetto all'anno precedente, si è registrato un aumento dei consumi, attribuibile a diverse motivazioni. Innanzitutto, l'incremento del numero di aziende facenti parte del Gruppo HModa ha contribuito ad accrescere i consumi complessivi. Come si può vedere dal fatturato in crescita la produzione è aumentata, determinando a sua volta consumi energetici maggiori. Inoltre, si informa che una delle società del Gruppo, a differenza delle altre, ha un modello di business diverso, con una divisione tessile e una di abbigliamento che, per la natura delle lavorazioni, richiede un maggiore consumo di energia.

Per affrontare queste sfide e migliorare l'efficienza dei processi, HModa ha strutturato diversi interventi mirati, con l'obiettivo di contenere l'aumento dei consumi e di promuovere una gestione maggiormente sostenibile delle risorse energetiche all'interno del Gruppo.

Per quanto concerne il consumo idrico, le aziende di HModa, ad eccezione di Beste, utilizzano l'acqua solo in attività assimilabili a quelle domestiche/sanitarie, come i servizi igienici, gli spogliatoi e le cucine. Beste invece, impiega l'acqua all'interno dei processi produttivi come il finissaggio, la preparazione e la tintoria. Di seguito riportiamo la suddivisione dei consumi idrici di Beste in tre categorie:

◆ **Acque da attingimento:** acque prelevate da fonti naturali come fiumi, laghi o falde acquifere per l'uso nei processi aziendali

◆ **Acque da fognatura/depurazione:** acqua utilizzata che viene successivamente scaricata nel sistema fognario per essere trattata negli impianti di depurazione

◆ **Acqua ad uso sanitario:** acqua destinata agli usi igienici e sanitari all'interno delle strutture aziendali

| Azienda | Acqua ad uso sanitario (m <sup>3</sup> ) | Acqua da attingimento (m <sup>3</sup> ) | Acqua da fognatura depurazione (m <sup>3</sup> ) |
|---------|--|---|--|
| Beste   | 5.813                                    | 269.596                                 | 265.335  |

Tabella 6: Consumi di acqua di Beste

## Focus sul consumo idrico di Beste

Come sopra riportato in questo paragrafo riportiamo alcune iniziative adottate dall'azienda Beste per l'utilizzo responsabile della risorsa idrica. L'azienda, essendo consapevole del suo impatto ambientale, ha deciso di mettere in atto alcune azioni al fine di ridurre il più possibile il consumo d'acqua all'interno delle sue lavorazioni. Nello stabilimento di Colle, in provincia di Prato, si svolgono le operazioni di preparazione, tintoria e finissaggio sul tessuto. Tali operazioni, in particolar modo le prime due, prevedono un elevato utilizzo di acqua che si aggira intorno ai 300.000 mc d'acqua all'anno.

In passato l'azienda si è trovata varie volte ad affrontare difficoltà di disponibilità della risorsa idrica andando incontro a rallentamenti del ciclo produttivo, a riduzioni della capacità produttiva e, nei casi più estremi, al blocco della produzione. A causa di questi avvenimenti, l'azienda ha dovuto affrontare gli effetti tangibili del cambiamento climatico, ricercando delle alternative per gestire la problematica. In aggiunta, il rafforzamento delle normative sui livelli di inquinamento dell'acqua in ingresso al depuratore, utilizzato per scaricare l'acqua dello stabilimento, ha aperto nuove opportunità per implementare operazioni di abbattimento degli inquinanti, migliorando così la qualità dell'acqua prima della fase di scarico.

Il contesto ambientale e normativo, ha fatto sì che la tematica diventasse progressivamente sempre più rilevante, pertanto l'azienda ha

deciso di avviare uno studio di fattibilità per la realizzazione di un moderno sistema di depurazione in grado di garantire la piena qualità ambientale dei reflui, sottoposti ai costanti controlli delle autorità preposte, e di rendere lo stabilimento autosufficiente dal punto di vista idrico. L'impianto ipotizzato si serve di una membrana ad osmosi inversa che permette di filtrare le sostanze indesiderate come calcare, nitrati, sali, pesticidi e microrganismi.

L'acqua osmotizzata, oltre ad essere priva di inquinanti e di metalli pesanti, è povera di calcio. Per queste sue caratteristiche chimico-fisiche l'acqua potrà essere direttamente utilizzata nella caldaia dell'impianto, consentendo di ridurre la necessità di manutenzione generale, in quanto il gruppo di scambio termico rimane pulito per un periodo più lungo. Ne consegue anche la riduzione dei costi associati al gas o ad altre fonti energetiche impiegate nel processo di riscaldamento.

L'assenza di scarichi idrici nel sistema circostante porterà notevoli vantaggi, sia a livello ambientale, che a livello produttivo. Dal punto di vista tintoriale si ipotizza un miglior punto di bianco, un minor consumo di candeggianti ottici e meno riprese dei bagni di tintoria. Inoltre, l'assenza di bicarbonato migliorerà la stabilità del bianco, evitando l'ingiallimento o le variazioni verso il grigio. Si suppone infine, un minor consumo di saponi e una maggior velocità di azione nei bagni di lavaggio e di risciacquo dovuti alla bassissima salinità dell'acqua filtrata.

Grazie al processo ZLD (Zero Liquid Discharge) la disponibilità dell'acqua risulterà praticamente illimitata, indipendentemente dagli eventi naturali di siccità, rendendo Beste indipendente da vincoli o imposizioni richieste da enti terzi nei conferimenti ad impianti consortili e più resiliente agli eventi climatici futuri.

## Flotta

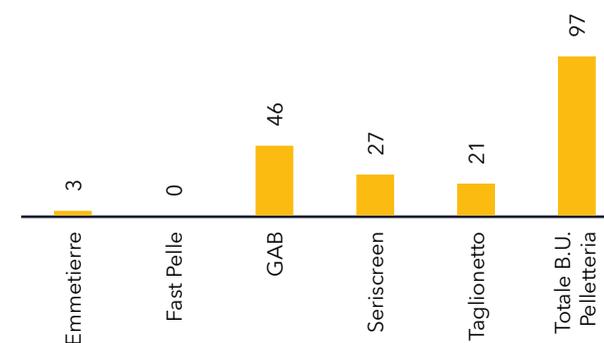
La raccolta dei dati relativi agli impatti della flotta aziendale è stata condotta con la stessa metodologia utilizzata per i consumi. Abbiamo monitorato tutti gli spostamenti e il chilometraggio percorso da ogni veicolo del Gruppo, valutando la loro impronta ecologica in base al tipo di alimentazione del veicolo.

Durante il 2023 è proseguito il progetto di maggiore elettrificazione della flotta aziendale, introducendo mezzi ad alimentazione elettrica o ibrida in sostituzione a quelli a benzina o diesel. Il progetto ha portato ad avere 8 % della flotta ad alimentazione elettrica e ibrida e proseguirà nel 2024 con l'obiettivo di ridurre sensibilmente il nostro Scope 1 da fonti mobili.

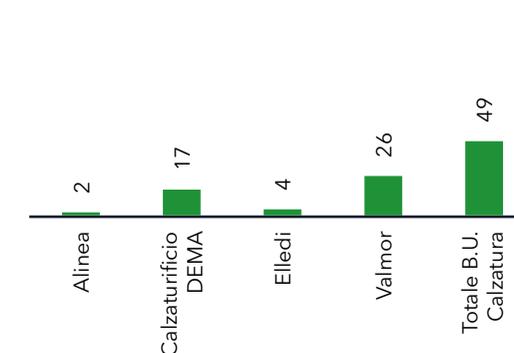
| Azienda             | Benzina (l)   | Gasolio (l)    | Biodiesel (l) | Emissioni Flotta (tonCO2e) |
|---------------------|---------------|----------------|---------------|----------------------------|
| Albachiara          | 3.334         | 2.854          | 0             | 14                         |
| Alex&Co             | 0             | 8.540          | 0             | 21                         |
| Alinea              | 0             | 729            | 0             | 2                          |
| Beste               | 15.407        | 65.620         | 0             | 197                        |
| Calzaturificio DEMA | 2.130         | 4.989          | 0             | 17                         |
| Elledi              | 0             | 1.451          | 0             | 4                          |
| Emmetierre          | 0             | 1.148          | 0             | 3                          |
| Famar               | 1.472         | 15.951         | 816           | 43                         |
| Fast Pelle          | 0             | 0              | 0             | 0                          |
| GAB                 | 1.541         | 17.055         | 0             | 46                         |
| Project             | 598           | 35.788         | 0             | 91                         |
| RBS                 | 2.182         | 28.458         | 0             | 76                         |
| Rilievi             | 0             | 4.944          | 0             | 12                         |
| Rilievi India       | 0             | 0              | 0             | 0                          |
| Ricetto del Ricamo  | 0             | 0              | 0             | 0                          |
| Seriscreen          | 0             | 10.774         | 0             | 27                         |
| Taglionetto         | 1.962         | 6.730          | 0             | 21                         |
| Uno Maglia          | 204           | 31.338         | 0             | 79                         |
| Valmor              | 0             | 10.406         | 0             | 26                         |
| <b>Totale</b>       | <b>28.831</b> | <b>246.773</b> | <b>816</b>    | <b>680</b>                 |

Tabella 7: Emissioni Flotta aziendale

### B.U. Pelletteria



### B.U. Calzatura



### B.U. Abbigliamento



### B.U. Tessile

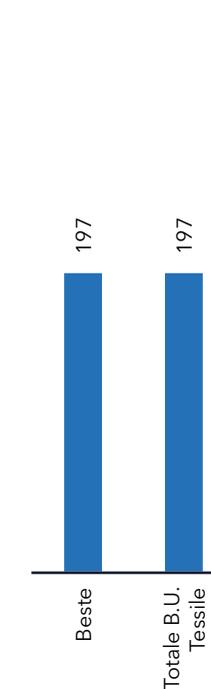


Figura 6: Emissioni Flotta aziendale divise per B.U.

La mobilità elettrificata rappresenta un pilastro fondamentale della nostra strategia di sostenibilità, offrendo una soluzione efficace per ridurre le emissioni di gas serra e diminuire l'inquinamento urbano. In futuro, i nostri progetti di e-mobility si concentreranno sull'installazione delle infrastrutture di ricarica, incentivando l'utilizzo di veicoli aziendali

elettrici e ibridi tra i nostri dipendenti, e collaborando con partner tecnologici per sviluppare soluzioni innovative. La nostra visione prospettica mira a creare un ecosistema di mobilità sostenibile contribuendo significativamente alla transizione verso un futuro a basse emissioni di carbonio.

## Fotovoltaico e cogeneratore

Nel corso del 2023, Il Gruppo HModa ha compiuto significativi progressi nell'utilizzo e nell'installazione, ove possibile, di impianti fotovoltaici per rispondere alle crescenti esigenze energetiche dei nostri stabilimenti. Gli impianti fotovoltaici ci permettono di sfruttare l'energia solare, riducendo così la nostra dipendenza dalle fonti fossili e abbattendo le emissioni di CO2. Questa tecnologia non solo supporta l'operatività quotidiana, ma riflette anche l'impegno verso pratiche più sostenibili e innovative, contribuendo a un modello di sviluppo industriale rispettoso dell'ambiente e delle comunità locali.

Nel 2023 le aziende HModa hanno prodotta 1.284.494 kWh di energia proveniente dai 9 impianti fotovoltaici dislocati nei vari stabilimenti, che corrispondono al 11% dell'energia consumata da fotovoltaico rispetto al fabbisogno energetico totale.

Per contribuire alla sostenibilità ambientale all'intero del modello di business, negli ultimi anni il Gruppo ha avviato e promosso un'ampia gamma di iniziative volte al miglioramento dell'efficienza energetica.

Il nuovo impianto di trigenerazione, installato nello stabilimento di Beste a Ponte di Colle (PO) a gennaio 2021 ne è una prova tangibile. L'impianto consente una produzione combinata di energia elettrica, termica e frigorifera, ottimizzando l'efficienza energetica e riducendo ulteriormente l'impatto ambientale. È stato progettato con l'intento di riscaldare e raffreddare le zone degli uffici e del reparto di finissaggio, utilizzando come fonte primaria il metano. Grazie alla sua struttura avanzata, il sistema assicura un utilizzo ottimale dell'energia, massimizzando l'efficienza e riducendo i costi. La trigenerazione consente, inoltre, di recuperare il calore normalmente disperso nell'ambiente, garantendo un'alta resa totale.

La scelta di questa soluzione di approvvigionamento energetico conferma la volontà dell'azienda di ridurre sistematicamente l'impatto ambientale, adottando soluzioni sempre più efficienti e sostenibili.

L'impianto presente in Beste, infatti, garantisce circa il 8% del fabbisogno di energia elettrica richiesta dallo stabilimento, mentre l'energia termica, che si genera dal raffreddamento del motore endotermico e dai fumi di combustione, viene recuperata sotto forma di acqua calda (alla temperatura di circa 85°C). In inverno, l'acqua derivante dal processo viene recuperata e utilizzata per la climatizzazione ambientale dei locali dello stabilimento e per il preriscaldamento dell'acqua di processo e di alimento dei generatori di vapore. In estate, invece, viene utilizzata per l'alimentazione dell'impianto di acqua refrigerata destinata alla climatizzazione estiva degli ambienti e al raffreddamento di alcune applicazioni di processo.

Il gruppo di trigenerazione a metano offre numerosi vantaggi. Tra questi vi è la riduzione del consumo di carburante, resa possibile dalla capacità di generare tre forme di energia utilizzando una sola fonte primaria. Inoltre, grazie alla prossimità degli impianti produttivi, si riducono le dispersioni di energia durante la trasmissione dall'area di produzione a quella di utilizzo.

L'investimento in questo impianto dimostra l'impegno di Beste verso la sostenibilità ed in particolare l'attenzione dell'azienda verso i consumi e l'uso efficiente delle risorse naturali, con una visione sempre aperta all'innovazione tecnologica.

## Gestione energetica

Alla luce dei dati monitorati nel 2023, è stato pianificato un rilevante progetto in ambito energetico, avviato nell'anno corrente e con termine previsto nel 2025. Il progetto è strutturato in 3 aree di intervento:

◆ **Commodity (energia elettrica e gas):** Si propone di implementare pratiche di approvvigionamento energetiche con caratteristiche di sostenibilità ed economiche specifiche che mirano alla rinnovabilità delle risorse utilizzate.

◆ **Assessment energetico:** Si intende identificare le aree di inefficienza o spreco, a seguito di un'analisi approfondita dello stato attuale del sistema energetico. Una volta completata la verifica, vengono proposte soluzioni e interventi specifici per ottimizzare il consumo energetico e migliorare l'efficienza complessiva. A valle di questa fase, gli interventi si concentreranno sull'implementazione di misure di efficientamento. Questo include interventi mirati sugli edifici per ridurre i consumi energetici e l'espansione graduale degli impianti fotovoltaici, aumentando così l'uso di energia rinnovabile. L'obiettivo finale è creare un ambiente più sostenibile e ridurre significativamente l'impatto energetico complessivo

◆ **Mobilità elettrificata:** Si mira a ridurre le emissioni dirette grazie ad una graduale elettrificazione della flotta aziendale per, l'inquinamento locale e incoraggiare uno stile di vita meno impattante.

La commodity energia elettrica rappresenta una componente fondamentale del progetto di gestione energetica responsabile, il quale si propone di unificare la fornitura energetica sotto un unico fornitore. Questo approccio garantisce l'approvvigionamento da fonti rinnovabili certificate, promuovendo una significativa riduzione dei costi e, soprattutto, delle emissioni relative al nostro Scope 2.

Inizialmente è stato avviato un primo screening approfondito dei migliori fornitori



di energia elettrica disponibili sul mercato. Dopo un'attenta analisi, è stato individuato il fornitore che meglio rispondeva alle esigenze di sostenibilità del Gruppo. Parallelamente, a seguito della nuova fornitura, verranno richiesti i certificati di annullamento e le garanzie d'origine dal GSE (Gestore dei Servizi Energetici), fondamentali per attestare l'origine rinnovabile dell'energia utilizzata.

La nuova strategia di approvvigionamento energetico permetterà di quantificare concretamente l'impatto positivo delle azioni sulla riduzione delle emissioni di gas serra, sottolineando l'impegno verso un futuro più sostenibile e rispettoso dell'ambiente.

Lo stesso processo, in programma per il 2024, sarà affrontato anche per la commodity gas, procedendo con un'iniziale revisione dei contratti attuali, uno screening e benchmarking dei migliori provider sul mercato, per concludere con la sottoscrizione di nuovi contratti al nuovo fornitore.

Per quanto riguarda la seconda area di intervento, ovvero l'assessment energetico, l'avvio del progetto è stato formalizzato con un incontro di kick-off, durante il quale sono stati definiti chiaramente gli obiettivi a breve e lungo termine. È stato quindi valutato attentamente il piano degli investimenti energetici esistenti, come ad esempio gli impianti fotovoltaici e il cogeneratore ed è stata rivista la nostra strategia di approvvigionamento energetico, includendo una revisione completa dei contratti di fornitura attuali. Questa fase ha rivelato l'opportunità di esplorare strumenti alternativi di sourcing energetico che potrebbero offrire vantaggi significativi in termini di efficienza e sostenibilità.

L'analisi si è estesa anche alla struttura organizzativa, con una valutazione della gestione dell'energia all'interno dell'azienda. Sono così state valutate le procedure e gli strumenti utilizzati per il monitoraggio e il controllo dei consumi energetici, verificando la presenza di certificazioni rilevanti e confrontandosi con benchmark di settore, per identificare ulteriori opportunità di miglioramento.

Un aspetto fondamentale del progetto è stata l'analisi dei consumi, che ha permesso di individuare le principali fonti di assorbimento energetico. I sopralluoghi in azienda sono stati cruciali per raccogliere dati sul campo e identificare i punti ottimali per l'installazione di nuovi strumenti di misurazione. Attraverso queste iniziative, è stato rafforzato l'impegno a generare un impatto positivo e duraturo sull'ambiente, potenziando al contempo la performance aziendale.

Per il prossimo anno, ci impegniamo a completare la redazione di un dettagliato report di Diagnosi Energetica, che includerà un'analisi approfondita di tutti i nostri vettori energetici e proporrà una serie di interventi concreti per migliorare l'efficienza complessiva. Questo documento sarà presentato sul portale ENEA (Ente per le nuove tecnologie, l'energia e l'ambiente) con l'impegno a inviare report periodici per garantire un monitoraggio costante e trasparente nel tempo.

L'ultima area di intervento, la mobilità elettrificata, rappresenta un aspetto di notevole interesse sotto diversi punti di vista, soprattutto considerando i numerosi vantaggi ambientali ed economici che offre.

Nella fase iniziale del progetto, partendo da un'analisi dettagliata della composizione attuale della flotta, siamo riusciti a comprendere appieno i costi e le emissioni associate ai veicoli attuali. Durante l'anno sono stati monitorati tutti i veicoli della flotta aziendale riportando la tipologia di veicolo, l'alimentazione e i relativi chilometri percorsi, il tutto supportato dalle evidenze documentali per garantire un'adeguata trasparenza del processo. Questo studio ha fornito una solida base per esplorare le migliori opzioni di mercato sia per le autovetture che per gli autocarri, cercando veicoli efficienti e meno inquinanti che rispondessero alle specifiche esigenze operative delle nostre aziende. Con questa analisi, saranno individuati i fornitori di veicoli più affidabili e sostenibili, nonché i fornitori di colonnine di ricarica, essenziali per supportare una graduale transizione verso una flotta elettrica o ibrida.

La sostituzione dei veicoli sarà effettuata in maniera progressiva, valutando attentamente le esigenze specifiche di ciascun dipartimento aziendale. Parallelamente, provvederemo all'installazione e alla messa in funzione delle colonnine di ricarica, assicurandoci che siano operative in concomitanza con l'introduzione dei nuovi veicoli. Questo approccio coordinato consentirà una transizione fluida verso una flotta più ecologica riducendo al minimo l'impatto operativo.

Guardando al futuro, prevediamo una continua evoluzione della nostra flotta verso soluzioni sempre più sostenibili. Questo progetto non solo contribuisce alla riduzione delle emissioni di CO2 e all'efficienza energetica, ma evidenzia l'attenzione alla scelta di fornitori di alta qualità per veicoli e infrastrutture di ricarica assicurandoci un'implementazione efficiente e sostenibile. Continueremo a monitorare e ottimizzare le nostre operazioni, adottando le tecnologie più avanzate per garantire un futuro più sostenibile per l'azienda e per l'ambiente.

## 7.2 L'impronta ambientale

### Emissioni in atmosfera

Il percorso di monitoraggio e rendicontazione delle emissioni di HModa, iniziato nel 2021, è proseguito anche durante il 2023. Sono state misurate le emissioni di gas serra direttamente collegate alle attività aziendali (Scope 1 e 2) e quelle indirette che si verificano a monte e a valle dell'organizzazione (Scope 3).

Lo Scope 1 è stato calcolato includendo tutte le emissioni dirette di gas a effetto serra provenienti da fonti di proprietà o sotto il controllo dell'azienda. Queste comprendono sia le emissioni derivanti da fonti stazionarie, come la combustione di gas naturale, sia quelle provenienti da fonti mobili, come la flotta aziendale.

Lo Scope 2, invece, considera le emissioni indirette associate al consumo di energia elettrica acquistata e utilizzata dall'azienda. Per garantire una maggiore accuratezza e comparabilità dei risultati, le emissioni di Scope 2 sono state calcolate utilizzando sia il metodo location-based, che riflette le emissioni medie del mix energetico nazionale per l'Italia e l'India, sia il metodo market-based, che tiene conto delle specifiche fonti energetiche acquistate dall'azienda, comprese eventuali forniture di energia rinnovabile certificata.

Per entrambi i calcoli sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs) 2023.

| Azienda                    | Emissioni Scope 1 (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 3 (tonCO2e) | Totale emissioni location-based (tonCO2e) | Totale emissioni market-based (tonCO2e) |
|----------------------------|-----------------------------|--|--|-----------------------------|---|---|
| <b>Gruppo Holding Moda</b> | <b>4.765</b>                | <b>2.131</b>                               | <b>2.967</b>                             | <b>23.087</b>               | <b>29.983</b>                             | <b>30.819</b>                           |

Tabella 8: Emissioni totali Gruppo, Scope 1, Scope 2 location-based, Scope 2 market-based, Scope 3

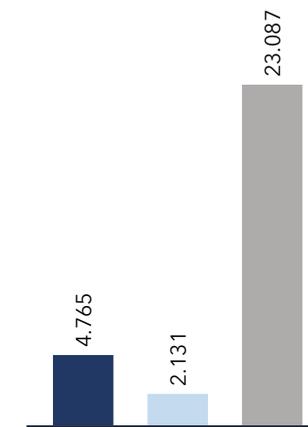


Figura 7: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

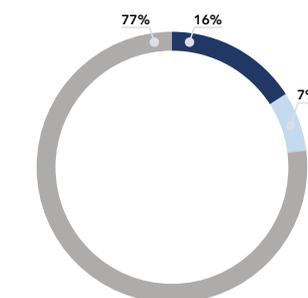


Figura 8: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

- Emissioni Scope 1 (tonCO2e)
- Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e)
- Emissioni Scope 3 (tonCO2e)

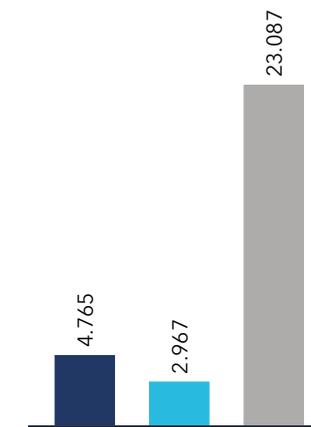


Figura 9: Emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

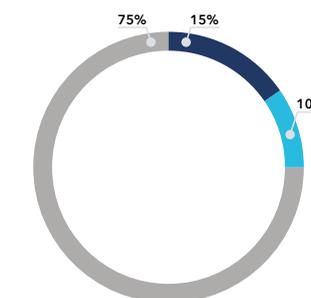


Figura 10: Composizione delle emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

- Emissioni Scope 1 (tonCO2e)
- Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e)
- Emissioni Scope 3 (tonCO2e)

## Composizione Scope 1

| Azienda             | Emissioni gas (tonCO2e) | Emissioni flotta (tonCO2e) | Scope 1 (tonCO2e) |
|---------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------|
| Albachiara          | 0                       | 14                         | 14                |
| Alex&Co             | 0                       | 21                         | 21                |
| Alinea              | 0                       | 2                          | 2                 |
| Beste               | 3.876                   | 197                        | 4.074             |
| Calzaturificio DEMA | 0                       | 17                         | 17                |
| Elledi              | 0                       | 4                          | 4                 |
| Emmetierre          | 0                       | 3                          | 3                 |
| Famar               | 32                      | 43                         | 76                |
| Fast Pelle          | 0                       | 0                          | 0                 |
| GAB                 | 0                       | 46                         | 46                |
| Project             | 0                       | 91                         | 91                |
| RBS                 | 64                      | 76                         | 140               |
| Rilievi             | 24                      | 12                         | 37                |
| Rilievi India       | 0                       | 0                          | 0                 |
| Ricetto del Ricamo  | 4                       | 0                          | 4                 |
| Seriscreen          | 31                      | 27                         | 58                |
| Taglionetto         | 0                       | 21                         | 21                |
| Uno Maglia          | 12                      | 79                         | 91                |
| Valmor              | 40                      | 26                         | 66                |
| <b>Totale</b>       | <b>4.085</b>            | <b>680</b>                 | <b>4.765</b>      |

Tabella 9: Emissioni Scope 1 Aziende del Gruppo

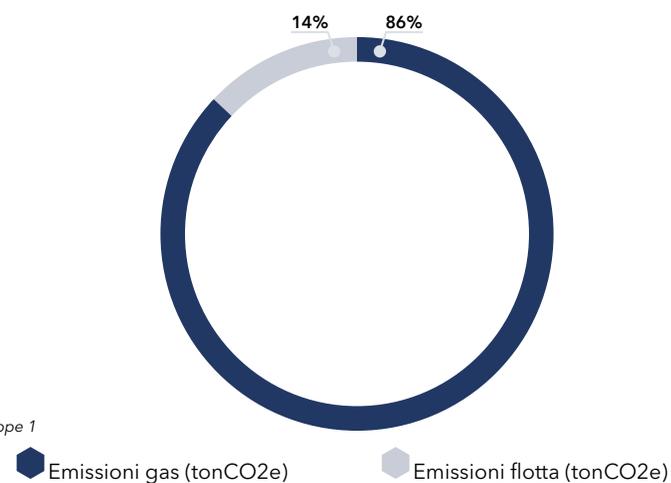


Figura 11: Composizione dello Scope 1

## Composizione Scope 2

| Azienda             | Energia Elettrica acquistata dalla rete (kWh) | Scope 2 location-based (tonCO2e) | Scope 2 market-based (tonCO2e) |
|---------------------|---|----------------------------------|--------------------------------|
| Albachiara          | 172.218                                       | 54                               | 86                             |
| Alex&Co             | 81.582  | 26                               | 41                             |
| Alinea              | 258.707                                       | 81                               | 130                            |
| Beste               | 3.112.056                                     | 980                              | 1.558                          |
| Calzaturificio DEMA | 329.206                                       | 104                              | 165                            |
| Elledi              | 28.116  | 9                                | 14                             |
| Emmetierre          | 46.515  | 15                               | 23                             |
| Famar               | 93.455  | 29                               | 0                              |
| Fast Pelle          | 28.665  | 9                                | 14                             |
| GAB                 | 556.747                                       | 175                              | 0                              |
| Project             | 148.479                                       | 47                               | 74                             |
| RBS                 | 73.209  | 23                               | 37                             |
| Rilievi             | 69.411  | 22                               | 35                             |
| Rilievi India       | 159.188                                       | 109                              | 80                             |
| Ricetto del Ricamo  | 7.216   | 2                                | 4                              |
| Seriscreen          | 237.219                                       | 75                               | 119                            |
| Taglionetto         | 28.583  | 9                                | 14                             |
| Uno Maglia          | 483.793                                       | 152                              | 242                            |
| Valmor              | 663.512                                       | 209                              | 332                            |
| <b>Totale</b>       | <b>6.577.876</b>                              | <b>2.131</b>                     | <b>2.967</b>                   |

Tabella 10: Emissioni Scope 2 Aziende del Gruppo

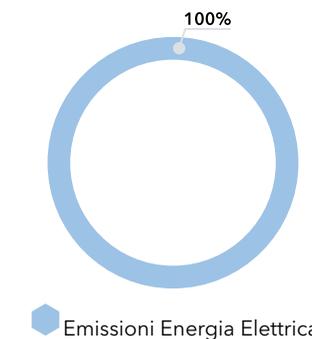


Figura 12: Composizione dello Scope 2

Lo Scope 2 (market-based) è stato calcolato in continuità con l'anno precedente, quantificando i kWh di energia elettrica acquistata da rete e proveniente da fonti non rinnovabili o da fonti rinnovabili prive di certificazioni di Garanzia d'Origine. Durante l'anno abbiamo continuato a ricevere

le Garanzie d'Origine solo da due aziende del Gruppo. Per il prossimo anno ci impegniamo a riportare questa tipologia di copertura, consapevoli che queste documentazioni rivestono un'importanza cruciale nel settore energetico e contribuiscono così alla trasparenza e alla fiducia dei nostri stakeholder.

## Composizione Scope 3

Dal 2022 il Gruppo ha iniziato a rendicontare le emissioni indirette, rientranti nello Scope 3. Le categorie dello Scope 3 sono progettate per fornire un quadro metodologico preciso per misurare, gestire e ridurre le emissioni nell'intera catena aziendale. Rispetto all'anno precedente siamo riusciti a rendicontare un numero maggiore di categorie dello Scope 3, in conformità con il GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol). Il protocollo è un approccio standardizzato utilizzato per la creazione di un inventario di rendicontazione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) secondo i principi di rilevanza, completezza, consistenza, trasparenza e accuratezza.

Lo standard prevede la suddivisione dello Scope 3 in 15 categorie per monitorare tutti gli aspetti delle emissioni legate alla catena del valore. Considerando il settore moda, le categorie pertinenti risultano 8 e quest'anno ci siamo impegnati a rendicontare ben 6 rispetto alle due dell'anno precedente, elencate di seguito:

- ◆ **Categoria 1:** Beni e servizi acquistati
- ◆ **Categoria 2:** Beni capitali
- ◆ **Categoria 5:** Rifiuti generati nelle operazioni
- ◆ **Categoria 6:** Viaggi di lavoro
- ◆ **Categoria 7:** Spostamento dei dipendenti
- ◆ **Categoria 15:** Investimenti

Per quanto riguarda la categoria 6 e la categoria 7, monitorate anche nel 2022, queste si riferiscono rispettivamente alle emissioni derivanti dai viaggi di lavoro e a quelle relative al pendolarismo dei dipendenti. La prima categoria è stata calcolata partendo dai documenti di viaggio di tutte le trasferte di lavoro avvenute nel 2023, quantificando le emissioni di aerei, di automobili non appartenenti alla flotta aziendale, oltre che

di bus e treni. I fattori di conversione utilizzati sono i DEFRA 2023. La categoria 7 invece, è stata calcolata tracciando il chilometraggio che intercorre tra il domicilio (qualora sia diverso dalla residenza) e le aziende in cui lavorano tutti i dipendenti presenti al 31.12.2023, ipotizzando che gli spostamenti siano avvenuti per tutti i giorni lavorativi dell'anno con un'automobile media diesel. I fattori di conversione utilizzati anche per questa categoria sono i DEFRA 2023.

Con riferimento alle nuove categorie rendicontate nel 2023, la categoria 1 include le emissioni derivanti dalla produzione di beni acquistati. Si è scelto di utilizzare una metodologia spend-based, considerando il valore economico speso nell'acquisto dei beni e dei servizi e moltiplicandolo per i corretti fattori di emissione derivanti dal database EPA (Environmental Protection Agency). Un approccio simile è stato utilizzato per le emissioni relative alla produzione di beni capitali, cioè la categoria 2, moltiplicando il valore economico dei beni capitali per i fattori di emissione derivanti dal database EPA. In questo caso è stata utilizzata una metodologia average spend-based.

La categoria 5 include le emissioni generate dallo smaltimento e il trattamento di rifiuti prodotti dalle attività del Gruppo. È stata rendicontata considerando il totale di rifiuti prodotti nel 2023 destinati a smaltimento e a recupero per le macrocategorie merceologiche che trattiamo, moltiplicati infine per i fattori emissivi del DEFRA 2023. Nel settore tessile, i rifiuti rappresentano una sfida cruciale e un impatto ambientale significativo, dato che ogni anno milioni di tonnellate di tessuti finiscono in discarica, contribuendo notevolmente all'inquinamento. Per affrontare questo aspetto, HModa ha avviato un percorso virtuoso di riduzione progressiva di questi scarti, in un'ottica di economia circolare e riuso delle risorse. Il monitoraggio e la rendicontazione sono i primi passi fondamentali di questo progetto, poiché consentono di implementare concretamente progetti di riduzione.

Per quanto riguarda la categoria 15, che include le emissioni generate dagli investimenti di HModa,

per allocare le emissioni e i fattori di emissione EPA 2021. Si riportano di seguito i valori utilizzati per il conteggio delle emissioni delle seguenti categorie:

- ◆ Cat. 1: 147.166.400 € (costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci e per servizi)
- ◆ Cat. 2: 11.275.201 € (incrementi immobilizzazioni materiali)
- ◆ Cat. 15: 674.828 € (incrementi attività finanziarie immobilizzate (partecipazioni in

altre imprese e crediti immobilizzati) e non immobilizzate (altre partecipazioni e strumenti finanziari derivati attivi)).

La rendicontazione delle emissioni di Scope 3 è uno strumento fondamentale per comprendere l'intero impatto ambientale di HModa lungo tutta la catena del valore, essendo anche la categoria emissiva più rilevante. Ci impegniamo, negli anni a venire, a monitorare in modo sempre più efficace e rigoroso le emissioni di questo tipo e a ridurre il nostro impatto ambientale, rafforzando così la resilienza aziendale e contribuendo a un futuro più sostenibile.

| Categoria Scope 3                              | Totale emissioni Scope 3 (tonCO2e) |
|--|------------------------------------|
| Categoria 1: Beni e servizi acquistati         | 19.717                             |
| Categoria 2: Beni capitali                     | 1.511                              |
| Categoria 5: Rifiuti generali nelle operazioni | 111                                |
| Categoria 6: Viaggi di lavoro                  | 175                                |
| Categoria 7: Spostamento dei dipendenti        | 1.483                              |
| Categoria 15: Investimenti                     | 90                                 |
| <b>Totale</b>                                  | <b>23.087</b>                      |

Tabella 11: Emissioni Scope 3 del Gruppo divise per categorie

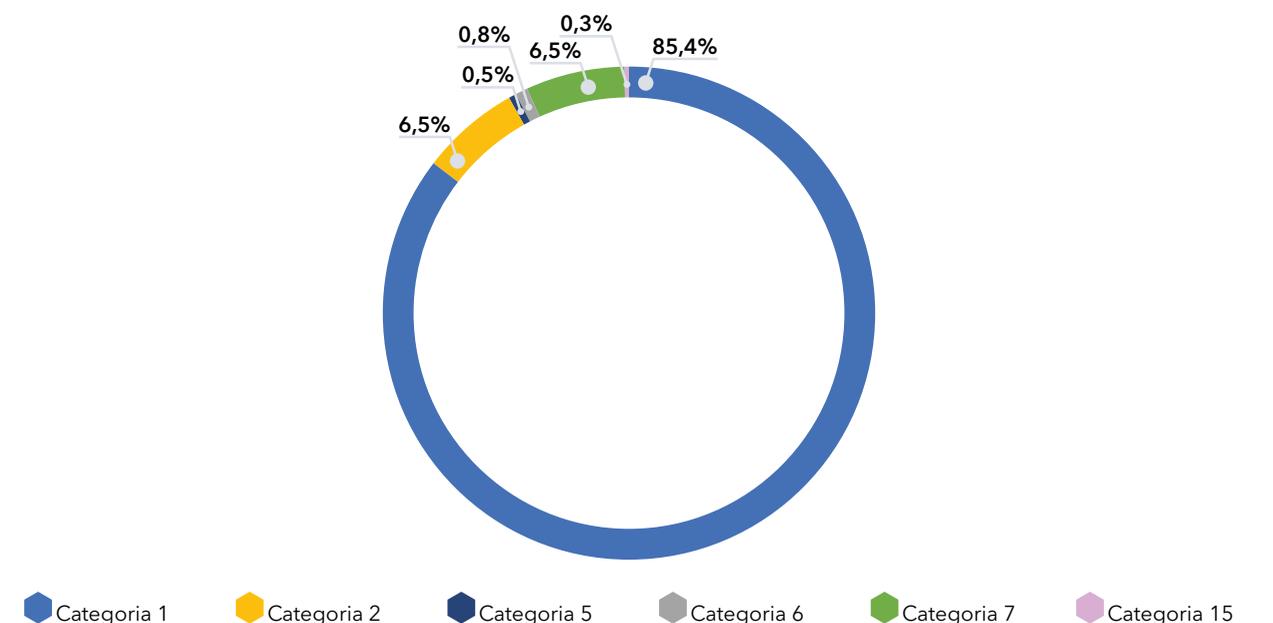


Figura 13: Emissioni Scope 3 del Gruppo divise per categorie

## 7.3 L'impatto ambientale positivo

### Energia da fonti rinnovabili certificate

Nell'ambito delle iniziative di sostenibilità, il concetto di impatto ambientale positivo si riferisce alle "emissioni evitate", cioè alle quantità di gas serra che non vengono rilasciate nell'atmosfera grazie all'adozione di pratiche, tecnologie o comportamenti sostenibili. Questo approccio è cruciale nella lotta contro il cambiamento climatico, poiché quantifica le riduzioni potenziali delle emissioni rispetto a uno scenario in cui tali pratiche non vengano adottate. Le strategie messe in atto da HModa includono miglioramenti nell'efficienza energetica degli edifici e nei processi produttivi e l'adozione di fonti energetiche rinnovabili come il solare. Il monitoraggio continuo e puntuale delle emissioni evitate è un indicatore chiave dell'efficacia delle nostre strategie di sostenibilità e del loro contributo alla riduzione globale delle emissioni di gas serra.

Nel 2023 sono stati acquistati 650.202 kWh di energia da fonti rinnovabili certificate che hanno permesso una riduzione delle emissioni

Scope 2 (market-based) di 325 tonCO<sub>2</sub>e, l'equivalente di circa 1.946 alberi/anno<sup>3</sup>.

Il nostro impatto ambientale positivo comprende sia l'autoproduzione di energia da impianti fotovoltaici, che l'acquisto da impianti di terzi. L'obiettivo chiave di queste iniziative è di creare una maggiore indipendenza energetica e aumentare l'autoconsumo da fonti rinnovabili.

Nel nostro percorso di riduzione delle emissioni, abbiamo affrontato una sfida importante a causa di uno shock di mercato verificatosi durante l'anno, che ha portato all'eliminazione delle garanzie d'origine per numerosi contratti. Sebbene anche altre aziende utilizzino energia rinnovabile, la mancanza di questi certificati ci impedisce di attestare la riduzione della nostra impronta ambientale in questi casi. Durante l'anno abbiamo ricevuto le garanzie di origine solo da due aziende del gruppo. Nonostante ciò, ci siamo attivati per continuare ad ottenere questa importante documentazione, con l'obiettivo di estendere tali garanzie a tutte le nostre partecipate per certificare in maniera più rigorosa i nostri investimenti nel settore delle energie rinnovabili.

| Azienda             | Energia da Fotovoltaico autoconsumata (kWh) |
|---------------------|---|
| Albachiara          | 45.266                                      |
| Beste               | 275.289                                     |
| Calzaturificio DEMA | 99.606                                      |
| Famar               | 100.935                                     |
| GAB                 | 46.037                                      |
| RBS                 | 64.065                                      |
| Taglionetto         | 23.564                                      |
| Uno Maglia          | 129.030                                     |
| <b>Totale</b>       | <b>783.793</b>                              |

Tabella 12: Energia da fotovoltaico autoconsumata per azienda

| Azienda       | Energia acquistata con Garanzie di Origine (kWh) |
|---------------|--|
| Famar         | 93.455   |
| GAB           | 556.747  |
| <b>Totale</b> | <b>650.202</b>                                   |

Tabella 13: Energia acquistata con G.O. per azienda

<sup>3</sup> Nel calcolo si è ipotizzato che un albero medio assorba ogni anno 167 kg di CO<sub>2</sub>. Fonte: <https://climate.selectra.com/it/attualita/albero-as-sorbe-co2>

## 7.4 Materie prime

In un contesto sempre più competitivo per il rispetto dei requisiti previsti dalle leggi e sempre più dinamico per le continue novità normative introdotte dall'Unione Europea (es. EPR), il mancato adattamento a questi cambiamenti mette a rischio la disponibilità, l'accessibilità e il prezzo delle materie prime. Quest'ultime hanno un ruolo cruciale dal punto di vista emissivo perché rappresentano una grande parte dell'impatto globale dell'industria della moda.

Nel nostro caso la scelta delle materie prime avviene da parte dei brand per questo la possibilità di sovraconsumo è trascurabile per il Gruppo. Le quantità approvvigionate, che corrispondano esattamente a quelle necessarie per la realizzazione del capo o del prodotto finito, garantiscono un utilizzo ottimale delle materie prime, in linea con i principi di sostenibilità ambientale.

HModa da sempre dimostra cura e rispetto in tutte le fasi delle lavorazioni, come taglio, cucito e stiratura, applicando controlli stringenti dai tessuti, alle eventuali lavorazioni esterne fino alla spedizione al cliente. Nella selezione dei nostri partner per le lavorazioni esterne, diamo priorità assoluta alla qualità del servizio offerto, privilegiando quelli con maggiore prossimità geografica.

Riteniamo fondamentale instaurare collaborazioni a lungo termine, basate non solo su rapporti commerciali, ma anche umani, apprezzando il know-how che solo le migliori maestranze possiedono e tramandano. La scelta dei nostri subfornitori privilegia quei soggetti che garantiscano le migliori condizioni di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro e che dimostrano un impegno concreto verso la sostenibilità ambientale.

| Materiali                | Kg               | m                 | mq             | Paia             | Pezzi             | Rotoli   |
|--------------------------|------------------|-------------------|----------------|------------------|-------------------|----------|
| Accessori                | 214              | 558.567           | 7              | 1.187.086        | 31.195.020        | 0        |
| Materiali di consumo     | 789.092          | 1.179.766         | 69.455         | 337.141          | 973.734           | 0        |
| Packaging                | 37.327           | 117.277           | 5.754          | 0                | 16.868.745        | 2        |
| Pelle                    | 0                | 9.532             | 298.688        | 2.056            | 208               | 0        |
| Puntali / Contrafforti   | 0                | 0                 | 2.303          | 495.490          | 0                 | 0        |
| Tomaia                   | 0                | 0                 | 0              | 51.720           | 3.133             | 0        |
| Tessuti / Filati         | 855.620          | 59.907.218        | 9.509          | 0                | 120.141           | 0        |
| Fondi / Solette          | 0                | 0                 | 0              | 776.612          | 0                 | 0        |
| Gommapiuma / Imbottiture | 13.415           | 5.913             | 789            | 0                | 73.968            | 0        |
| <b>Totale</b>            | <b>1.695.669</b> | <b>61.778.273</b> | <b>386.504</b> | <b>2.850.104</b> | <b>49.234.949</b> | <b>2</b> |

Tabella 14: Materie prime e quantità HModa

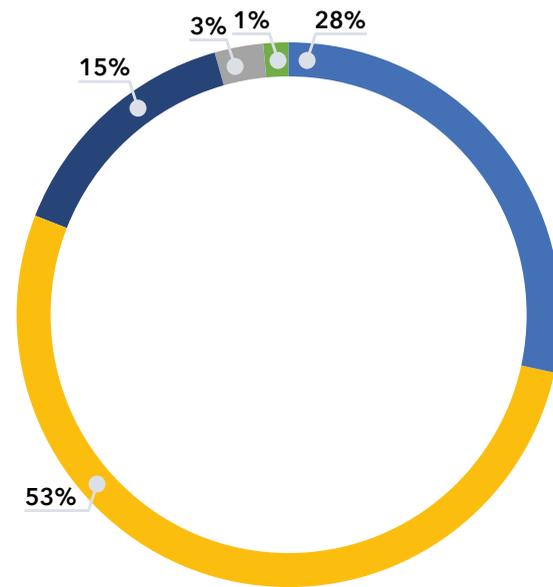


Figura 14: Materie prime per tipologia calcolate sul valore totale



Nel 2023 il Gruppo ha registrato un incremento importante delle materie prime utilizzate in particolare dei tessuti. Le ragioni di questo aumento sono da ricercarsi nelle nuove acquisizioni avvenute durante l'anno. Per meglio abbracciare le novità e le eccellenze

del Made in Italy sono state introdotte tre nuove categorie rispetto al precedente anno di rendicontazione: puntali e contrafforti, categoria merceologica caratteristica del settore calzaturiero, gommapiuma e prodotti chimici.

Nel settore della moda, il packaging e gli imballaggi svolgono un ruolo fondamentale non solo nella protezione e nella presentazione dei prodotti, ma anche nell'impatto ambientale complessivo dell'industria. L'uso di materiali non sostenibili e la produzione di rifiuti da imballaggio contribuisce significativamente all'inquinamento e al consumo di risorse.

I packaging più utilizzati nel settore in cui opera HModa sono quelli per la logistica che comprendono soprattutto appendini, cartoni, pallets in legno, polybag copriabiti e gli accessori come etichette, cartellini e gadget per il cliente, che a rigore non costituiscono

un imballaggio, ma "viaggiano" con esso e, soprattutto, assieme all' imballaggio finiscono tra i rifiuti.

È importante sottolineare che per quanto riguarda gli appendini e i copriabiti, sono i brand a selezionarli e a inviarceli personalizzati con il proprio logo. Pertanto, la nostra capacità di intervento si limita a un ruolo di sensibilizzazione e promozione di una cultura orientata a scelte sempre più consapevoli.

Nel corso del 2023 il Gruppo ha consumato i seguenti materiali nelle quantità indicate:

| Materiali       | Kg             | m             | Pezzi            | Risme      | Rotoli     |
|-----------------|----------------|---------------|------------------|------------|------------|
| Carta e Cartone | 37.699         | 14.000        | 1.258.838        | 676        | 564        |
| Imballaggi      | 416.415        | 75.520        | 1.259.543        | 0          | 0          |
| Pallet in legno | 0              | 0             | 1.305            | 0          | 0          |
| Taglio          | 23.126         | 0             | 5.745            | 0          | 0          |
| <b>Totale</b>   | <b>477.240</b> | <b>89.520</b> | <b>2.525.431</b> | <b>676</b> | <b>564</b> |

Tabella 15: Carta e imballaggi HModa

Per gli imballaggi in carta e cartone è proseguito il monitoraggio del packaging certificato con standard quali FSC e PEFC che garantiscono

materiali derivanti da risorse naturali coltivate e raccolte in modo responsabile, arrivando ad avere circa il 50 % sul totale consumato .

## 7.5 Packaging e imballaggi

## 7.6 Il management consapevole dei rifiuti

Nel settore della moda, la gestione consapevole e responsabile dei rifiuti è diventata una priorità imprescindibile per affrontare gli impatti ambientali generati dalla produzione e dal consumo di abbigliamento.

HModa pone particolare attenzione alla gestione dei rifiuti, destinando la maggior quantità possibile verso soluzioni circolari, come il recupero o il riuso, e minimizzando gli sprechi attraverso un trattamento accurato delle materie prime. Il monitoraggio dei rifiuti viene effettuato analizzando accuratamente tutta la

documentazione di supporto, inclusi le quarte copie e il registro dei rifiuti. Vengono riportate tutte le specifiche dei rifiuti prodotti, compresa la pericolosità, la tipologia, il codice CER e le destinazioni finali, sia per lo smaltimento che per il recupero. Nel 2023, sono state prodotte 1.300 tonnellate di rifiuti, di cui l'87% è stato avviato al recupero.

Nella tabella sottostante sono riportati i rifiuti pericolosi e non pericolosi, in funzione del loro destino finale:

| Tipologia rifiuti | Recupero (ton) | Smaltimento (ton) |
|-------------------|----------------|-------------------|
| Pericoloso        | 11             | 8                 |
| Non pericoloso    | 1.114          | 167               |
| <b>Totale</b>     | <b>1.125</b>   | <b>175</b>        |

Tabella 16: Destinazione rifiuti pericolosi e non pericolosi

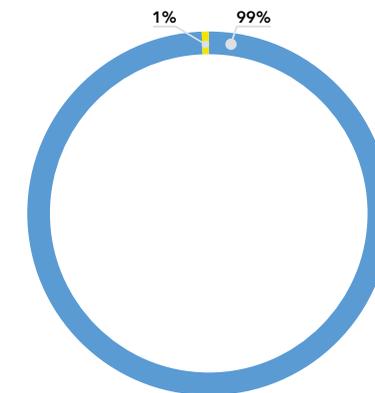


Figura 15: Pericolosità dei rifiuti

■ Pericoloso
 ■ Non pericoloso

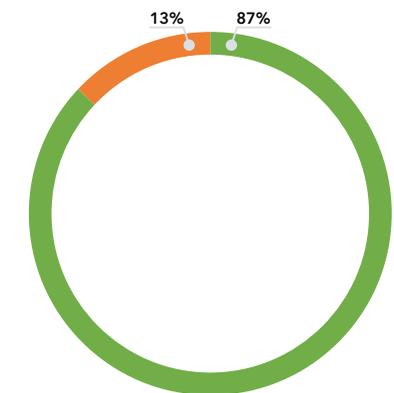


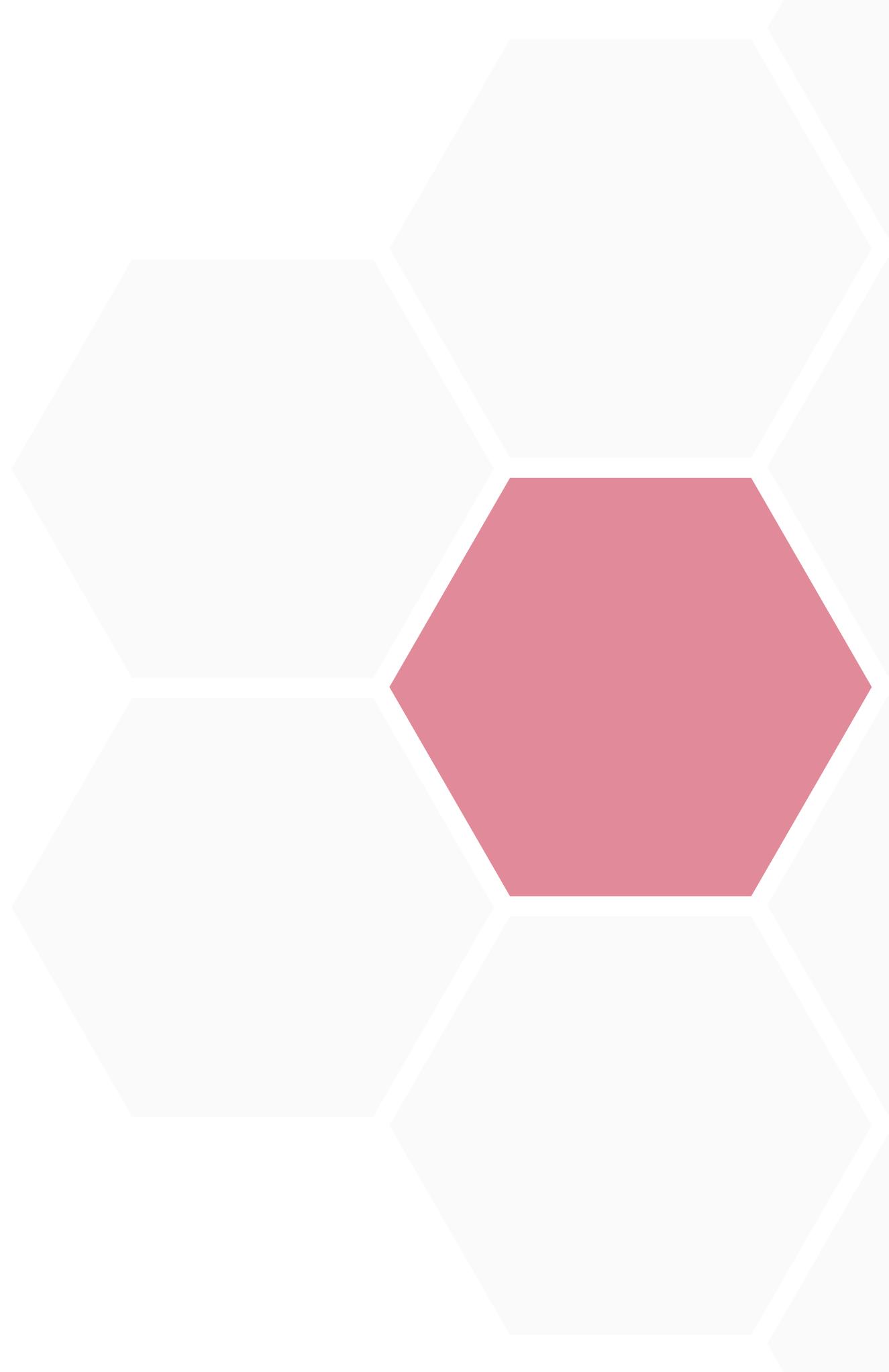
Figura 16: Destinazione dei rifiuti

■ Recupero
 ■ Smaltimento

L'aumento dei rifiuti, registrato durante il 2023, è dovuto principalmente all'ampliamento del perimetro di rendicontazione, al numero di aziende incluse e a una quantità maggiore di processi produttivi rispetto allo scorso anno. Questo incremento non ci ha però distolto dai nostri obiettivi di monitoraggio sempre più accurati e completi che riflettono una maggiore trasparenza e responsabilità nella gestione ambientale.

Durante l'anno, in linea con gli obiettivi di sostenibilità, è stato introdotto il sistema di gestione ambientale ISO 14001. L'implementazione di questa certificazione ha permesso di attuare processi rigorosi per identificare, controllare e ridurre gli impatti ambientali delle nostre attività. Questo sistema ha migliorato la nostra efficienza operativa, rafforzando la fiducia dei nostri stakeholder e promuovendo pratiche aziendali responsabili in linea con i più alti standard riconosciuti. Nel corso del processo di certificazione, a testimonianza di un impegno costante per il miglioramento continuo, sono stati stabiliti degli obiettivi ambiziosi per il 2027 riguardanti la gestione responsabile e consapevole dei rifiuti.

Coerentemente con il nostro impegno verso la sostenibilità, abbiamo integrato nelle nostre best practice il progetto di Beste, BEREDO (descritto più in dettaglio nel Capitolo 9). L'obiettivo è quello di recuperare e valorizzare gli scarti tessili generati durante la produzione, trasformandoli in materie prime seconde per la creazione di nuovi prodotti e favorendo lo sviluppo di filiere di recupero totalmente tracciabili. Collaborando con i principali brand della moda di lusso, BEREDO individua le composizioni tessili da riciclare e sviluppa prodotti circolari. Il progetto si avvale di una continua ricerca su tecnologie di riciclo esistenti e innovative, e gestisce vari livelli di scarto, inclusi tessuti invenduti e capi difettosi.



## 7.7 Progetti di economia circolare

Alla fine del 2023 è stato avviato il progetto più significativo in termini di economia circolare e gestione sostenibile dei rifiuti, il cui scopo sarà integrare tutte le attività di circolarità promosse da HPlanet per il Gruppo. Il progetto è realizzato in collaborazione con Ancitel Energia e Ambiente, società di consulenza specializzata in campo ambientale e sostenibilità con una business unit dedicata al settore moda e tessile, e con BEREDO.

L'obiettivo del progetto è anticipare l'entrata in vigore della normativa sulla Responsabilità Estesa del Produttore (EPR)<sup>4</sup> nel settore tessile, ottimizzando e implementando soluzioni di gestione dei rifiuti circolari all'interno delle aziende di HModa. Il progetto mira a migliorare le pratiche aziendali attraverso attività di scouting per individuare soluzioni innovative da presentare ai clienti, sia della filiera sia esterni, in risposta alle future normative europee sull'eco-progettazione.

Il progetto si svilupperà nei prossimi due anni, coinvolgendo inizialmente le 12 aziende di punta del Gruppo, con l'intenzione di estendere progressivamente le attività e le buone pratiche identificate anche alle altre aziende. Le potenzialità del progetto risiedono nella sua capacità di promuovere una gestione sostenibile dei rifiuti, rafforzare l'identità del Gruppo come leader nella sostenibilità e preparare le aziende alle future regolamentazioni, offrendo soluzioni avanzate e competitive.

### Plastic Free

Il progetto Plastic Free nasce nel 2022 proprio con l'obiettivo di ridurre il consumo di imballaggi in plastica per contrastare l'inquinamento e l'impatto ambientale di questa risorsa, sensibilizzando le nostre Persone e le aziende.

Il progetto si compone di due aree di intervento:

● **Plastica ad uso personale:** verte all'eliminazione dell'impiego di plastica superflua per tutti quei prodotti che vengono

utilizzati giornalmente dai dipendenti delle aziende.

● **Plastica ad uso industriale:** verte all'eliminazione dell'impiego di plastica superflua per tutti quei prodotti che vengono utilizzati giornalmente per svolgere le attività produttive di ciascuna azienda.

Durante il 2023 siamo intervenuti principalmente sulla plastica ad uso personale eliminando tutte quelle componenti facilmente sostituibili con alternative meno impattanti.

Il progetto per l'uso personale della plastica all'interno delle nostre sedi si è articolato in tre attività principali:

● Installazione di 10 nuovi erogatori d'acqua allacciati alla rete idrica, disponibili per tutti i dipendenti nelle sedi HModa ancora sprovviste di questo servizio, riducendo e in alcuni casi eliminando l'uso di bottiglie di plastica usa e getta.

● Distribuzione ai dipendenti borracce con il logo HModa, promuovendo un consumo consapevole e facilitando l'uso degli erogatori a muro.

● Sostituzione nelle vending machine delle tradizionali bottigliette in plastica con alternative realizzate in materiali a minor impatto ambientale, come il R-PET 100% riciclato, diminuendo così la quantità di rifiuti plastici generati.

Grazie a queste iniziative, non solo abbiamo favorito la sensibilizzazione dei dipendenti sulle tematiche ambientali, contribuendo al benessere dei dipendenti nel luogo di lavoro, ma abbiamo ridotto ulteriormente l'uso di plastica monouso.

Il progetto prevede diversi sviluppi per gli anni futuri, in particolare sulla plastica ad uso industriale, come il packaging e gli imballaggi. Le principali attività includeranno la sostituzione delle buste di plastica senza logo con materiali meno impattanti come LDPE rigenerato, Bio-PET e plastica compostabile, e l'adozione di soluzioni alternative con caratteristiche di

<sup>4</sup>Fonte: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L0851>

sostenibilità gradite per il film estensibile e il nastro adesivo. Inoltre, è prevista un'iniziativa per i pellet in legno, mirata a ridurre gli sprechi e massimizzare la durata del prodotto attraverso una politica di rientro uniforme per tutte le aziende del Gruppo.

Queste azioni congiunte rappresentano un passo importante verso la sostenibilità a 360 gradi, riducendo l'impatto ambientale del Gruppo e promuovendo una cultura aziendale più attenta all'uso delle risorse.

## Smokers Point

Un ulteriore intervento riguarda il recupero dei mozziconi di sigarette: in tutte le sedi delle aziende sono state installate delle colonnine, dette Smokers Point, da parte di Re-Cig, azienda Trentina che si occupa della raccolta e del riciclo dei filtri derivanti dai prodotti da fumo per trasformarli in acetato di cellulosa, polimero plastico abitualmente utilizzato per la realizzazione, ad esempio, delle montature per gli occhiali. Gli Smokers Point sono stati posizionati, su indicazione delle aziende, nei punti di maggior assembramento dei dipendenti per raccogliere la totalità dei mozziconi prodotti ed evitare che questi ultimi venissero gettati senza essere recuperati. Durante il corso del 2023 è stata effettuata la prima raccolta in Valmor, iniziando così un percorso virtuoso che proseguirà nel 2024 con la raccolta in tutte le aziende del Gruppo su base trimestrale.

I progetti Plastic Free e Smokers Point, promossi da HModa e descritti in precedenza, rappresentano le prime iniziative che vengono proposte e introdotte alle nuove aziende che entrano a far parte del Gruppo. La decisione di adottare questa politica si basa su due motivazioni fondamentali. Innanzitutto, si mira a diffondere e integrare rapidamente la cultura della sostenibilità, la quale rappresenta un pilastro essenziale per il Gruppo. In secondo luogo, si intende trasmettere ai nuovi membri l'identità distintiva e i valori cardine di HModa, affinché possano essere pienamente assimilati e condivisi all'interno dell'organizzazione.

## Slow Fiber

Slowfiber è una rete di imprese, creata nel 2022 insieme a Slow Food, che conta al 2023 21 realtà italiane specializzate nella filiera tessile e nell'arredamento. Queste eccellenze manifatturiere vogliono farsi portavoce del cambiamento positivo attraverso un processo produttivo sostenibile, incentivando la creazione di prodotti che siano belli, sani per chi li usa, puliti per il ridotto impatto ambientale dei processi produttivi, giusti per rispettare i diritti e la dignità dei lavoratori coinvolti nella loro realizzazione, durevoli per allungarne la vita utile e limitare la produzione di rifiuti.

I membri fondatori di Slowfiber, tra cui HModa, partecipano attivamente alle manifestazioni e ai canali di comunicazione dell'associazione. Attraverso questa collaborazione, si persegue l'obiettivo di diffondere e divulgare la conoscenza delle conseguenze che i prodotti tessili hanno sull'ambiente, sui lavoratori e sulla salute dei consumatori. L'intento è promuovere una nuova etica e cultura della produzione e del consumo, avvalendosi della rete capillare di Slow Food, già artefice di una rivoluzione culturale di successo nel settore agroalimentare.

In occasione di Terra Madre a settembre 2022, Slow Fiber ha presentato il Manifesto, redatto e sottoscritto dai partecipanti al progetto. Questo documento attesta la possibilità concreta di realizzare prodotti tessili per vestire e arredare che rispettino i 5 pillar: "bello, sano, pulito, giusto e durevole".

Nell'ambito dell'impegno continuo verso la sostenibilità, Slow Fiber ha definito requisiti minimi rigorosi per l'ingresso al network delle aziende. Questi criteri, sia qualitativi che quantitativi, sono orientati verso le tre dimensioni della sostenibilità: ambiente, sociale e governance. Ciascuno di essi è direttamente collegato agli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) pertinenti e ai principi distintivi di Slow Fiber per ciascuna area, supportato da chiare modalità di adempimento e sistemi di monitoraggio per garantire un continuo miglioramento. Tra i requisiti richiesti figurano,

ad esempio, il conseguimento di certificazioni ambientali e chimiche, la salvaguardia dei diritti dei lavoratori attraverso politiche dedicate e la tutela dell'ambiente e delle sue risorse.

## Monitor For Circular Fashion

Il Monitor for Circular Fashion rappresenta un Osservatorio di ricerca istituito da SDA Bocconi sulla moda circolare, con il contributo scientifico del Sustainability Lab di SDA Bocconi e supportato da Enel X. Questo progetto multistakeholder si propone di coinvolgere le aziende attive nel settore della moda al fine di promuovere le migliori pratiche di economia circolare e orientare l'industria verso modelli di business più sostenibili.

Nel corso dell'anno 2023, il Monitor for Circular Fashion ha registrato la partecipazione di 26 aziende, suddivise come segue:

- 7 Ingredient brand
- 9 Vendor, Brand & Retailers
- 7 Provider di servizi
- 4 Membri del Comitato dei KPI

Nel suo secondo anno di partecipazione al progetto, HModa ha avuto l'onore di ospitare i referenti delle aziende aderenti in una visita presso Valmor S.r.l. a Civitanova Marche. È solito, infatti, che il Monitor for Circular Fashion promuova incontri in presenza presso la sede



Progetto Pilota del Gruppo



Monitor For Circular Fashion  
Report 2023

di SDA Bocconi oppure presso le sedi delle aziende partecipanti. Al centro di questo progetto risiede infatti la condivisione delle migliori pratiche, talvolta presentate dal top management con un focus particolare sulle azioni intraprese in materia di sostenibilità e circolarità.

Durante la visita in Valmor abbiamo presentato l'azienda e la sua produzione storica di sneakers per conto terzi, dando l'opportunità ai partecipanti di vedere da vicino i suoi processi produttivi e le maestranze che ogni giorno contribuiscono alla crescita e allo sviluppo.

***“Valmor e il Gruppo HModa sono stati felicissimi di accogliere i partecipanti del Monitor for Circular Fashion. La valorizzazione del territorio e dei talenti è per noi un motivo di orgoglio, siamo stati quindi lieti di poter ospitare dei professionisti all'interno della nostra sede per mostrare loro i nostri processi interni e condividere le best practices in materia di sostenibilità e responsabilità sociale”.***

Per quanto concerne, invece, le attività svolte nel 2023 presso la sede istituzionale, queste hanno riguardato:

- Sessioni di formazione destinate ai partecipanti, finalizzate all'educazione, al brainstorming e al networking.
- Attività di ricerca finalizzate all'identificazione di KPI, all'analisi delle tendenze e delle sfide del mercato, nonché alla ricerca di soluzioni e tecnologie innovative.
- Valutazioni energetiche specifiche per ciascuna società, in collaborazione con Enel X.
- Realizzazione di progetti pilota volti alla produzione di prodotti circolari, tramite la

collaborazione di diversi attori della filiera e l'applicazione dei principi di circolarità.

● Partecipazione a iniziative multistakeholder per la creazione di linee guida per la tracciabilità e la trasparenza della filiera, tramite il Circular Fashion Manifesto.

● Iniziative dedicate alle start-up attraverso il programma C-Factor, incentrato sull'innovazione circolare.

Il Circular Fashion Manifesto, contenente le migliori iniziative del 2023, è stato presentato a delegati dell'UNECE in risposta al Sustainability Pledge, che invita gli attori del settore a intraprendere azioni concrete per implementare la tracciabilità e la trasparenza nella filiera produttiva.

Fin dalla sua fondazione, il Monitor for Circular Fashion si è posto come obiettivo primario l'identificazione di KPI per le società del settore. HModa e le altre aziende partner hanno partecipato attivamente all'identificazione e al testing dei KPI proposti, attraverso la realizzazione di progetti pilota. Questi sono stati successivamente rivisti al fine di garantire l'affidabilità delle comunicazioni in materia di sostenibilità, evitando pratiche di greenwashing.

In qualità di partner del Monitor for Circular Fashion dal 2022, HModa ha sviluppato il progetto pilota "Think Leather" per valorizzare le rimanenze di pellame trasformandole in oggetti di piccola pelletteria. Nel 2023, grazie all'entusiasmo dimostrato dall'azienda e alla volontà di espandere l'iniziativa, abbiamo industrializzato il progetto pilota, producendo 1500 astucci in tre diverse tonalità, realizzati con rimanenze di pellami. Questi astucci sono stati donati ai dipendenti del Gruppo durante le festività natalizie, spiegando loro il progetto intrapreso per valorizzare le rimanenze. La realizzazione del progetto ha coinvolto diversi partner interni ed esterni al Gruppo:

● **GAB** si è occupato della selezione e fornitura del pellame derivante da scarti di produzione

● **Progetto QUID**, una cooperativa sociale, ha curato il taglio e la confezione del prodotto finito;

● **Seriscreen** ha gestito la personalizzazione tramite stampa.

L'astuccio realizzato è stato accompagnato da matite in grafite riciclata e da un cartellino piantabile, simbolo del nostro impegno verso un ciclo di vita del prodotto che minimizzi l'impatto ambientale. Il cartellino illustra le caratteristiche del prodotto e invita a scoprire i KPI di tracciabilità associati alla catena del valore circolare:

● **Eco Design**: 100% di aderenza ai principi di eco-design, quali monomaterialità e semplice disassemblaggio.

● **Approvvigionamento di materie prime**: 40% di materiali con evidenze di tracciabilità.

● **Manifattura dei prodotti**: 25 ore dedicate al progetto.

● **Trasporti e logistica**: 0,56 tonnellate di CO<sub>2e</sub> derivanti dal trasporto dei prodotti lungo la filiera.

● **Fine vita**: dal 95% al 100% delle unità monomateriali, rendendo semplice l'upcycling.

Questo progetto ha dato la possibilità a HModa di ridurre lo spreco di risorse, riutilizzando scarti che potevano sembrare privi di valore, e ha promosso la consapevolezza ambientale e la cultura della sostenibilità tra i dipendenti delle nostre aziende.



**Bilancio sociale**

**8**



## 8.1 Il nostro capitale umano

Le Persone di HModa rappresentano la risorsa più preziosa e il pilastro fondamentale del successo delle nostre aziende. Esse incarnano i valori in cui crediamo fermamente e che guidano ogni nostra azione. Con questa visione, siamo costantemente impegnati ad attrarre nuovi talenti e a valorizzare le risorse che scelgono di unirsi al nostro Gruppo.

Ogni giorno, le nostre Persone dimostrano concretamente di aver interiorizzato i valori del Gruppo attraverso l'attenzione alle nuove generazioni, la trasmissione del savoir-faire, il rispetto e l'ascolto reciproco. Il Gruppo si impegna anche ad offrire ampie opportunità di formazione pratica, accogliendo studenti universitari per stage e studenti delle scuole superiori per tirocini nell'ambito dei programmi di alternanza scuola-lavoro. Queste iniziative non solo sostengono il percorso educativo dei giovani, ma contribuiscono anche a creare un ponte tra il mondo della formazione e quello del lavoro, preparando le nuove generazioni a diventare i professionisti di domani.

Operare nei piccoli comuni rappresenta una sfida significativa nell'attrarre persone altamente qualificate; a tal fine, abbiamo avviato una serie di iniziative, approfondite e descritte all'interno di questo capitolo, volte a rafforzare il legame tra le nostre aziende e il contesto regionale che ci ospita e pensate per creare un ambiente lavorativo che non solo attiri talenti, ma che favorisca anche un forte senso di appartenenza e collaborazione con la comunità locale.

Il nostro Gruppo si dedica con impegno a tutelare i diritti dei lavoratori e a fornire loro gli strumenti necessari per il loro sviluppo personale e professionale. Inoltre, stringiamo alleanze con talenti internazionali, ottenendo un duplice vantaggio: far conoscere la nostra realtà in contesti globali diversi e arricchirci attraverso il trasferimento di conoscenze provenienti da altre culture.



## 8.2 Il bilancio sociale

HModa è entusiasta di presentare il primo Bilancio Sociale redatto sulla base delle linee guida della Normativa di riferimento SA8000. Sebbene non tutto il Gruppo sia certificato SA8000 ma solo alcune aziende partecipate (Famar e Rilievi India), crediamo che i principi chiave di questo standard volontario siano di aiuto alle aziende nel promuovere e proteggere il benessere del personale e della catena di fornitura in materia di responsabilità sociale. Lo standard SA8000 può essere adottato volontariamente da parte delle aziende e si basa su principi universalmente riconosciuti quali la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, le convenzioni ILO, le normative internazionali, i diritti umani e le leggi nazionali del diritto al lavoro.

Il Bilancio Sociale 2023 mira a rendere conto ed illustrare gli aspetti e i progetti legati alla dimensione "Sociale" della gestione aziendale. Il capitolo rappresenta un passo avanti nel nostro impegno verso la responsabilità e la trasparenza, identificando e rendicontando le aree ed i principi chiave ai quali HModa si ispira e che monitora nella sua catena di fornitura. La comunicazione del nostro impegno in

materia di responsabilità sociale è diventata sempre più rilevante per il Gruppo e si riflette nel nostro operato nei confronti degli stakeholder.

Questo capitolo delinea e riprende i requisiti obbligatori della normativa SA8000 e fornisce informazioni dettagliate, qualitative e quantitative, che aiutano gli stakeholder a comprendere impegni e valori del Gruppo in materia di:

- Lavoro infantile
- Lavoro forzato e obbligato
- Salute e sicurezza
- Libertà di associazione
- Discriminazione
- Pratiche disciplinari
- Orario di lavoro
- Retribuzione



## Lavoro minorile

HModa condanna fermamente il lavoro infantile e minorile, al momento dell'assunzione di nuovi lavoratori.

Qualora venisse rilevato l'impiego di lavoro infantile o minorile all'interno della catena del valore, HModa collaborerebbe con gli enti e le autorità preposte per individuare soluzioni mirate a risolvere le eventuali difficoltà dell'individuo, garantendo una gestione adeguata della situazione riscontrata e in linea con i nostri principi cardine. Nell'anno 2023

non sono pervenute segnalazioni di impiego di lavoro minorile, né sono emerse durante le attività di audit dei subfornitori.

Alcune aziende del Gruppo stipulano occasionalmente accordi di alternanza scuola-lavoro con istituti scolastici locali, coinvolgendo studenti con un'età compresa tra i 16 e i 18 anni. In questi casi, si presta particolare attenzione a evitare situazioni che possano essere pericolose o dannose per la loro salute.

Si precisa che nel corso del 2023, non sono state impiegate persone al di sotto dei 18 anni all'interno del Gruppo.

| Numero di dipendenti per fascia d'età | Maschi     | Femmine    | Totale       |
|---------------------------------------|------------|------------|--------------|
| Dai 18 ai 30 anni                     | 160        | 205        | 365          |
| Dai 31 ai 40 anni                     | 153        | 167        | 320          |
| Dai 41 ai 50 anni                     | 130        | 229        | 359          |
| Dai 51 ai 60 anni                     | 119        | 242        | 361          |
| Oltre i 61 anni                       | 27         | 33         | 60           |
| <b>Totale</b>                         | <b>589</b> | <b>876</b> | <b>1.465</b> |

Tabella 17: Numero di dipendenti HModa per fascia d'età

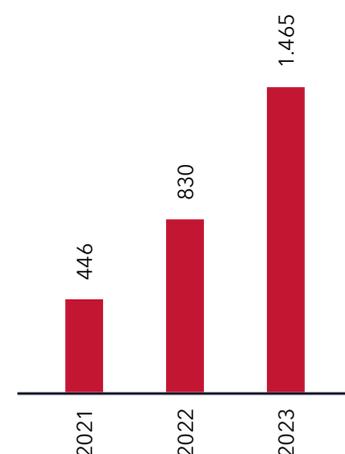


Figura 17: Andamento numero di dipendenti HModa dal 2021 al 2023

## Lavoro forzato

HModa ripudia l'impiego di lavoro forzato o obbligato, adottando una politica ferma e intransigente. È fatto divieto assoluto di trattenere beni personali o documenti di identità dei lavoratori, anche nel caso in cui fossero gli stessi dipendenti a richiederlo all'azienda. Prima di iniziare la loro attività lavorativa, tutti i dipendenti sono tenuti a firmare un contratto di lavoro che dettaglia le condizioni contrattuali, inclusi la sede di lavoro, il numero di ore di lavoro settimanali, il livello di inquadramento e la retribuzione media lorda.

Inoltre, vengono fornite ai lavoratori informazioni dettagliate sulle clausole contrattuali che regolano i rapporti di lavoro con l'azienda. Queste informazioni sono rese disponibili attraverso referenti aziendali competenti e preparati, o tramite consulenti esterni specializzati nella gestione del personale.

Le modalità di registrazione dell'orario di lavoro possono variare da un'azienda all'altra, ma il metodo più comune è l'utilizzo di un badge identificativo, che registra elettronicamente le presenze del personale. Questo garantisce un monitoraggio preciso e affidabile delle ore lavorative svolte dai dipendenti.

## Salute e sicurezza

HModa pone la salute e la sicurezza dei suoi lavoratori al vertice delle priorità aziendali. A conferma di questo impegno, l'azienda ha avviato un percorso di certificazione ISO 45001, implementando un Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza che prevede controlli periodici su diversi fronti:

- si verifica regolarmente la conformità e la manutenzione di macchinari e impianti;
- viene redatto un registro annuale della formazione in materia di sicurezza;
- si tiene un elenco aggiornato dei fornitori qualificati e della loro idoneità tecnico-professionali;
- si effettua una verifica periodica dei dispositivi antincendio.

In caso di incidenti o infortuni sul lavoro, viene condotta un'analisi delle cause per identificare le motivazioni sottostanti e adottare misure correttive volte a eliminare definitivamente il rischio.

HModa si impegna a garantire un ambiente di lavoro sicuro e salubre, fornendo ai dipendenti libero accesso a bagni, servizi igienici, spogliatoi e acqua potabile in tutti gli stabilimenti. Inoltre, sono presenti aree appositamente destinate al ristoro dei lavoratori.

Tutti i rischi presenti in azienda sono documentati nel Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), redatto ai sensi del D.Lgs 81/2008 dal Responsabile del Servizio di Protezione e Prevenzione per la Sicurezza. I rischi legati ai processi aziendali vengono studiati e riportati all'interno del DVR suddividendoli e collegandoli a ciascuna fase di produzione. In ognuna delle aziende HModa vengono nominati dei preposti per ciascuna area di rischio (prevenzione incendi, primo soccorso) i quali vengono sottoposti a formazione periodica obbligatoria. Questo documento viene regolarmente aggiornato per tener conto di eventuali cambiamenti aziendali che possano influenzare la salute e la sicurezza dei dipendenti.

Ogni azienda pone particolare attenzione alla valutazione dei rischi, alla formazione del personale e alla sorveglianza sanitaria. Vengono regolarmente svolte riunioni periodiche di coordinamento tra le figure

aziendali con ruoli attivi nella promozione della sicurezza aziendale, quali il Datore di Lavoro, il Responsabile del Servizio di Promozione e Protezione (RSPP), il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza e il Medico Competente. Queste figure, in particolare, garantiscono un monitoraggio efficace e continuo dell'applicazione delle normative di legge e la costante implementazione di miglioramenti.

Le nuove assunzioni vengono formate sulla

sicurezza generale e specifica del luogo di lavoro, includendo la conoscenza dei rischi relativi alla loro mansione specifica. All'ingresso in azienda, e in caso di cambi di mansione, vengono sottoposte a visite mediche di sorveglianza per verificare la loro idoneità al ruolo. Se un infortunio comporta un'assenza superiore ai 60 giorni, al ritorno al lavoro il dipendente è sottoposto a una visita medica per accertare la sua idoneità a continuare ad espletare la propria mansione.

#### Ore di formazione in materia di salute e sicurezza

|                            |              |
|----------------------------|--------------|
| <b>Gruppo Holding Moda</b> | <b>6.984</b> |
|----------------------------|--------------|

Tabella 18: Ore di formazione in materia di Salute e Sicurezza delle aziende HModa

In ottemperanza alle disposizioni normative, ogni azienda designa e forma il personale incaricato nella prevenzione incendi e nel primo soccorso, al fine di affrontare eventuali emergenze sul luogo di lavoro.

Ogni anno tutte le aziende conducono almeno una prova di emergenza antincendio, alcune - in relazione alla loro attività aziendale - svolgono ulteriori esercitazioni, come ad esempio l'ipotesi di sversamento di prodotti chimici coinvolgendo il personale addetto.

Il Gruppo si impegna inoltre a sensibilizzare in misura sempre maggiore i dipendenti alla segnalazione dei cosiddetti "near-miss", ovvero eventi che non hanno causato incidenti ma potrebbero rappresentare dei rischi o dei pericoli futuri. Pertanto, ogni lavoratore che sia a conoscenza o che incontri un near-miss è tenuto a segnalarlo immediatamente al datore di lavoro, il quale si occuperà di adottare misure preventive per evitare che l'incidente si

verifichi.

Nel corso del 2023, non si sono registrati casi di malattie professionali all'interno del Gruppo. Per mantenere questo risultato e mitigarne ulteriormente il rischio, il Gruppo implementa una serie di azioni preventive:

- conduce sopralluoghi periodici effettuati da RSPP e Medico Competente;
- identifica attentamente i pericoli potenziali che potrebbero provocare danni a lungo termine alla salute dei lavoratori;
- adotta prontamente le prescrizioni degli organi di vigilanza e di altri enti accreditati;
- mantiene un registro accurato degli infortuni e delle malattie professionali, al fine di monitorare la situazione e intervenire tempestivamente in caso di necessità.

| <b>Infortuni sul lavoro</b>                                    | <b>Numero infortuni</b> | <b>Tasso di infortuni (%)</b> |
|--|-------------------------|-------------------------------|
| Decessi a seguito di infortuni sul lavoro restrati nel 2023    | 0                       | 0,00                          |
| Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2023 | 0                       | 0,00                          |
| Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2023             | 12                      | 4,65                          |
| Infortuni registrati in itinere nel corso del 2023             | 6                       | 2,71                          |
| <b>Numero ore lavorate<sup>5</sup></b>                         | <b>2.578.400</b>        |                               |

Tabella 19: Infortuni e tasso di infortuni aziende HModa

<sup>5</sup> Si assume che ogni dipendente in forza al 31/12/2023 abbia lavorato 8 ore al giorno per 220 giorni lavorativi

## Libertà di associazione

HModa condanna fermamente il lavoro infantile e minorile, al momento dell'assunzione di nuovi lavoratori.

Qualora venisse rilevato l'impiego di lavoro infantile o minorile all'interno della catena del valore, HModa collaborerebbe con gli enti e le autorità preposte per individuare soluzioni mirate a risolvere le eventuali difficoltà dell'individuo, garantendo una gestione adeguata della situazione riscontrata e in linea con i nostri principi cardine. Nell'anno 2023

non sono pervenute segnalazioni di impiego di lavoro minorile, né sono emerse durante le attività di audit dei subfornitori.

Alcune aziende del Gruppo stipulano occasionalmente accordi di alternanza scuola-lavoro con istituti scolastici locali, coinvolgendo studenti con un'età compresa tra i 16 e i 18 anni. In questi casi, si presta particolare attenzione a evitare situazioni che possano essere pericolose o dannose per la loro salute.

Si precisa che nel corso del 2023, non sono state impiegate persone al di sotto dei 18 anni all'interno del Gruppo.

#### Isritti ai sindacati Percentuale rispetto alla popolazione aziendale (%)

|                            |            |              |
|----------------------------|------------|--------------|
| <b>Gruppo Holding Moda</b> | <b>255</b> | <b>17,41</b> |
|----------------------------|------------|--------------|

Tabella 20: Isritti ai sindacati e percentuale rispetto ai dipendenti nelle Aziende del Gruppo

## Discriminazione

La diversità e l'inclusione sono principi cardine di HModa e rappresentano un tema centrale nelle nostre interazioni quotidiane. Riconosciamo e celebriamo la diversità come una caratteristica che ci rende unici come esseri umani. L'inclusione è l'azione che promuoviamo affinché le persone appartenenti a categorie minoritarie non siano svantaggiate, ma piuttosto riconosciute per il loro ruolo e la loro prospettiva, che consideriamo un motore di crescita per l'azienda.

Nei principi di comportamento delineati nel Codice Etico di HModa e delle sue aziende, si sottolinea che l'azienda si impegna a fornire giustizia ed uguaglianza ai propri dipendenti, rifiutando qualsiasi forma di discriminazione basata sull'età, il sesso, lo stato di salute, l'etnia, la nazionalità, le opinioni politiche, le credenze religiose o qualsiasi altro motivo discriminatorio. Il Codice Etico è reso accessibile agli stakeholders attraverso la pubblicazione online e tramite la bacheca aziendale, garantendo così la sua diffusione e la consapevolezza della sua importanza all'interno dell'organizzazione.

| <b>Episodi di discriminazione</b>    | <b>2023</b> |
|--------------------------------------|-------------|
| Numero di episodi di discriminazione | 0           |
| Stato episodi                        | /           |

Tabella 21: Episodi di discriminazione registrati in HModa



Il processo di assunzione del personale avviene in base a criteri oggettivi e trasparenti, con l'obiettivo di evitare qualsiasi forma di favoritismo. Il team responsabile della selezione della personale opera in modo imparziale e professionale, garantendo che le decisioni siano prese in base alle competenze e alle qualifiche dei candidati.

In caso di illeciti legati alla discriminazione, i lavoratori hanno la possibilità di segnalare tali comportamenti attraverso il portale di whistleblowing accessibile dal sito web di ogni azienda del Gruppo. Le segnalazioni vengono raccolte e gestite da un consulente legale specializzato, il quale le valuta attentamente e adotta le azioni necessarie in risposta alle segnalazioni ricevute.

HModa riconosce e affronta la sfida della disparità di genere all'interno della sua struttura aziendale, evidenziando una maggiore presenza femminile nei ruoli operativi e amministrativi, mentre i ruoli dirigenziali e del top management sono prevalentemente ricoperti da uomini. L'azienda è consapevole di questa disparità e si impegna attivamente a promuovere la parità di genere mediante l'implementazione di programmi di successione volti a favorire lo sviluppo e l'avanzamento delle donne nella propria carriera. In questo contesto, HModa si impegna ad ottenere la certificazione UNI PdR:125 per la Parità di genere (trattata nel Capitolo 6) nei prossimi anni in tutte le società del Gruppo, riconoscendo l'importanza di standard rigorosi per promuovere un ambiente di lavoro equo e inclusivo. Annualmente, l'azienda rivede le proprie performance aziendali e stabilisce obiettivi specifici per ridurre qualsiasi divario di genere che potrebbe emergere

| Azienda             | Femmine    | Maschi     | Totale       |
|---------------------|------------|------------|--------------|
| Albachiara          | 52         | 20         | 72           |
| Alex&Co             | 25         | 7          | 32           |
| Alinea              | 36         | 18         | 54           |
| Beste               | 111        | 146        | 257          |
| Calzaturificio DEMA | 14         | 72         | 86           |
| Elledi              | 28         | 11         | 39           |
| Emmetierre          | 22         | 5          | 27           |
| Famar               | 81         | 6          | 87           |
| Fast Pelle          | 0          | 7          | 7            |
| GAB                 | 91         | 57         | 148          |
| HModa               | 6          | 3          | 9            |
| Project             | 57         | 17         | 74           |
| RBS                 | 41         | 12         | 53           |
| Rilievi             | 33         | 5          | 38           |
| Rilievi India       | 14         | 53         | 67           |
| Ricetto del Ricamo  | 17         | 0          | 17           |
| Seriscreen          | 9          | 31         | 40           |
| Taglionetto         | 40         | 17         | 57           |
| Uno Maglia          | 105        | 20         | 125          |
| Valmor              | 94         | 82         | 176          |
| <b>Totale</b>       | <b>876</b> | <b>589</b> | <b>1.465</b> |

Tabella 22: Presenza femminile nelle aziende HModa

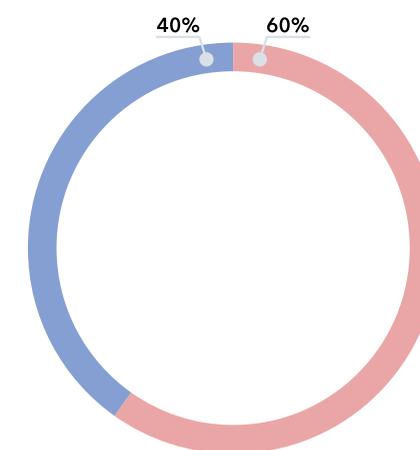


Figura 18: Presenza femminile nel Gruppo HModa

Femmine Maschi

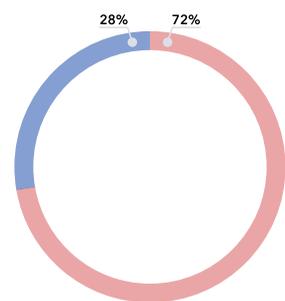


Figura 19: Presenza femminile in Albachiarà

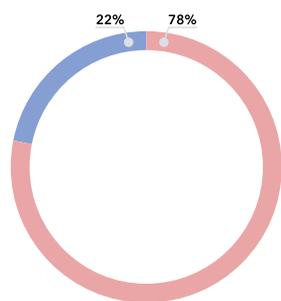


Figura 20: Presenza femminile in Alex&Co

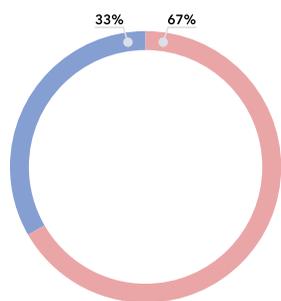


Figura 21: Presenza femminile in Alinea

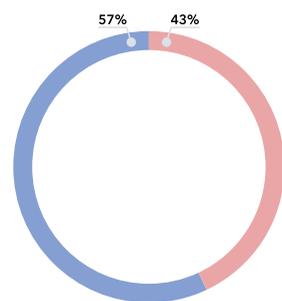


Figura 22: Presenza femminile in Beste

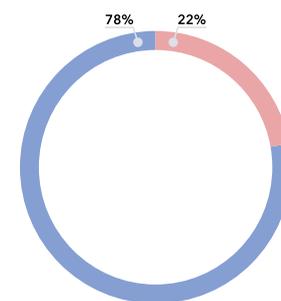


Figura 35: Presenza femminile in Seriscreen

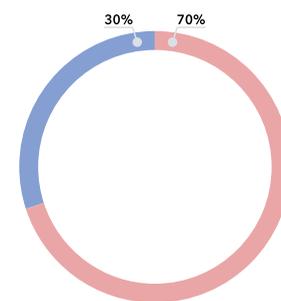


Figura 36: Presenza femminile in Taglionetto

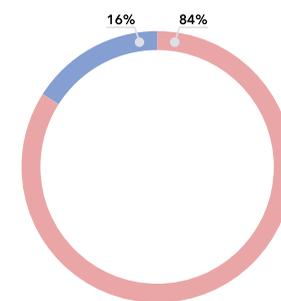


Figura 37: Presenza femminile in Uno Maglia

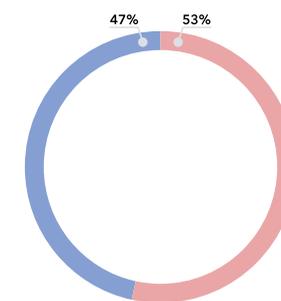


Figura 38: Presenza femminile in Valmor

Femmine Maschi

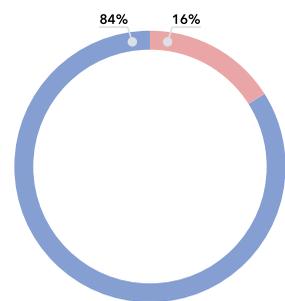


Figura 23: Presenza femminile in Calzaturificio DEMA

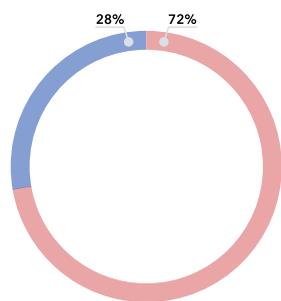


Figura 24: Presenza femminile in Elledi

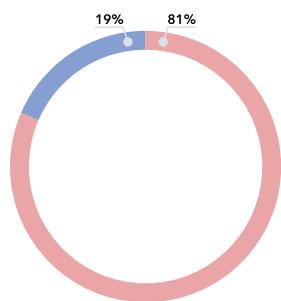


Figura 25: Presenza femminile in Emmetierre

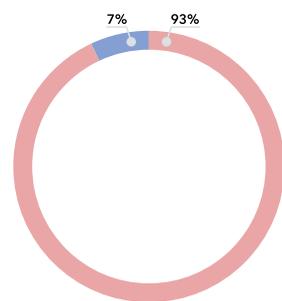


Figura 26: Presenza femminile in Famar

Inoltre, la maggior parte della nostra popolazione aziendale è composta da dipendenti assunti a tempo indeterminato, poiché crediamo fortemente nello sviluppo e nella fidelizzazione dei talenti. Le nuove generazioni che entrano a far parte dell'azienda sono spesso inserite attraverso contratti di

apprendistato, essendo necessari periodi di formazione e affiancamento con risorse più esperte per diventare le maestranze del futuro. Questo approccio non solo favorisce lo sviluppo delle nuove risorse, ma contribuisce anche a mantenere e trasferire il know-how aziendale alle future generazioni.

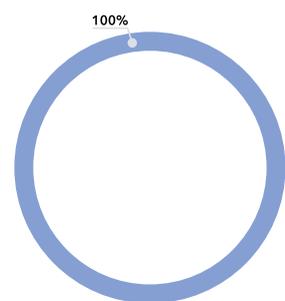


Figura 27: Presenza femminile in Fast Pelle

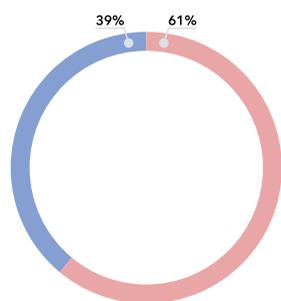


Figura 28: Presenza femminile in GAB

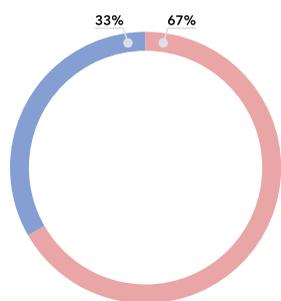


Figura 29: Presenza femminile in HModa

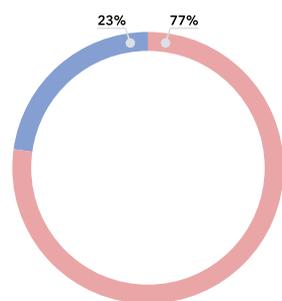


Figura 30: Presenza femminile in Project

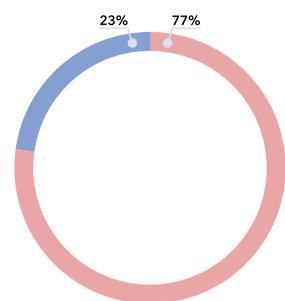


Figura 31: Presenza femminile in RBS

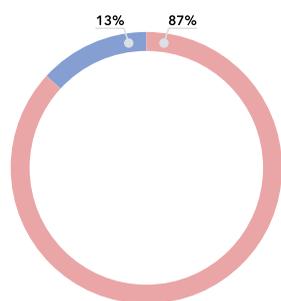


Figura 32: Presenza femminile in Rilievi Group

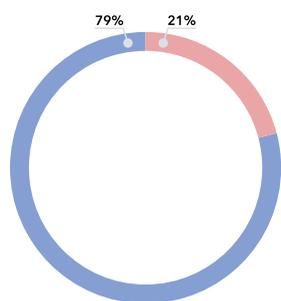


Figura 33: Presenza femminile in Rilievi India

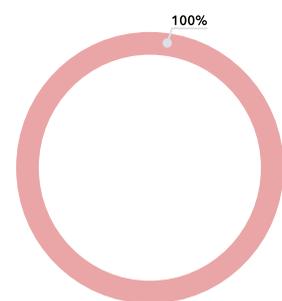


Figura 34: Presenza femminile in Ricetto del Ricamo

Femmine Maschi

| Tipologia di contratto | Femmine    | Maschi     | Totale       |
|------------------------|------------|------------|--------------|
| Apprendistato          | 93         | 60         | 153          |
| CTD                    | 107        | 60         | 167          |
| CTI                    | 676        | 469        | 1.145        |
| <b>Totale</b>          | <b>876</b> | <b>589</b> | <b>1.465</b> |

Tabella 23: Tipologia di contratto dipendenti HModa

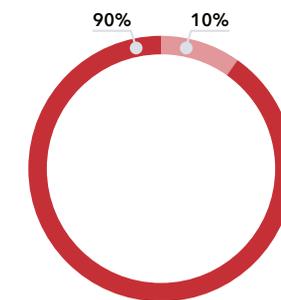


Figura 39: Apprendisti sul totale dei dipendenti

Apprendisti CTD+CTI

Siamo orgogliosi di poter contare su una forza lavoro altamente motivata e desiderosa di contribuire al successo a lungo termine dell'azienda. Anche se la maggior parte dei nostri dipendenti ha un'anzianità lavorativa compresa tra 0 e 5 anni, questo riflette la nostra strategia di reclutamento incentrata sulle giovani generazioni e sulla formazione continua per favorire un percorso di crescita interno.

Nel corso degli ultimi anni, abbiamo assistito a una forte domanda di personale e alla crescita delle nostre aziende, il che ha portato all'ingresso di nuove risorse giovani e

dinamiche. Questo approccio non solo ci ha consentito di rimanere competitivi sul mercato, ma ha anche garantito che le nostre squadre siano composte da individui talentuosi e motivati pronti a cogliere le sfide future.

Si precisa inoltre che, per alcune delle nostre aziende, non è ancora possibile disporre di personale con un'anzianità lavorativa superiore ai 25 anni, dato che queste realtà sono state costituite di recente. Tuttavia, ci aspettiamo che nel tempo anche queste risorse contribuiscano al nostro successo aziendale con il loro impegno e la loro esperienza crescente.

| Azienda             | da 0 a 5 anni | da 6 a 10 anni | da 11 a 15 anni | da 16 a 20 anni | da 21 a 30 anni | da 31 a 41 anni | Totale       |
|---------------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Albachiara          | 40            | 17             | 3               | 12              | 0               | 0               | 72           |
| Alex&Co             | 15            | 10             | 1               | 6               | 0               | 0               | 32           |
| Alinea              | 54            | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 54           |
| Beste               | 171           | 29             | 13              | 33              | 11              | 0               | 257          |
| Calzaturificio DEMA | 55            | 10             | 8               | 7               | 6               | 0               | 86           |
| Elledi              | 39            | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 39           |
| Emmetierre          | 12            | 6              | 5               | 0               | 4               | 0               | 27           |
| Famar               | 30            | 16             | 12              | 8               | 15              | 6               | 87           |
| Fast Pelle          | 7             | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 7            |
| GAB                 | 136           | 7              | 5               | 0               | 0               | 0               | 148          |
| HModa               | 9             | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 9            |
| Project             | 64            | 7              | 1               | 1               | 1               | 0               | 74           |
| RBS                 | 32            | 10             | 6               | 3               | 2               | 0               | 53           |
| Rilievi             | 14            | 13             | 6               | 1               | 4               | 0               | 38           |
| Rilievi India       | 30            | 23             | 14              | 0               | 0               | 0               | 67           |
| Ricetto del Ricamo  | 1             | 16             | 0               | 0               | 0               | 0               | 17           |
| Seriscreen          | 23            | 12             | 1               | 0               | 1               | 3               | 40           |
| Taglionetto         | 40            | 13             | 3               | 0               | 1               | 0               | 57           |
| Uno Maglia          | 66            | 31             | 10              | 4               | 12              | 2               | 125          |
| Valmor              | 147           | 13             | 2               | 3               | 8               | 3               | 176          |
| <b>Totale</b>       | <b>985</b>    | <b>233</b>     | <b>90</b>       | <b>78</b>       | <b>65</b>       | <b>14</b>       | <b>1.465</b> |

Tabella 24: Anzianità lavorativa nelle aziende HModa

HModa monitora attentamente il tasso di turnover, che indica la percentuale di dipendenti che lasciano l'azienda ogni anno. Questo dato è fondamentale per valutare la stabilità dell'organizzazione nel tempo e il livello di ritenzione dei talenti. Un tasso di turnover elevato potrebbe suggerire problemi nella cultura aziendale o nell'ambiente lavorativo, mentre un tasso più basso indica una maggiore stabilità e soddisfazione dei dipendenti.

Il nostro obiettivo è duplice: da un lato, vogliamo mantenere in azienda le risorse già presenti, valorizzandone competenze e contributi nel tempo; dall'altro canto, intendiamo inserire nuovi talenti e assicurarci di fornire loro le opportunità di crescita e lo sviluppo all'interno del Gruppo. Questo approccio ci consente di mantenere un equilibrio tra continuità e innovazione, garantendo una forza lavoro dinamica e motivata pronta a far fronte alle sfide future.

#### Turnover e tasso di turnover dei dipendenti durante l'anno

|                                   | Turnover | Tasso turnover (%) |
|-----------------------------------|----------|--------------------|
| <b>Per genere</b>                 |          |                    |
| Maschi                            | 89       | 15                 |
| Femmine                           | 142      | 16                 |
| <b>Per fasce di età</b>           |          |                    |
| Età inferiore a 30 anni           | 112      | 33                 |
| Età compresa tra i 30 e i 50 anni | 106      | 15                 |
| Età superiore ai 50 anni          | 13       | 3                  |

Tabella 25: Tasso di turnovers nel Gruppo HModa

Nel 2023, il Gruppo ha dimostrato un forte impegno nei confronti delle questioni relative alla maternità e alla paternità, nonché al benessere dei lavoratori in generale, attraverso l'adozione di una politica di lavoro remoto<sup>6</sup>. Tale politica consente ai neogenitori e ai lavoratori con particolari esigenze di salute di usufruire del lavoro remoto per un massimo di 3 giorni a settimana fino al terzo anno di vita del bambino.

Tale iniziativa, implementata dalla capogruppo e presentata a tutte le aziende controllate, è attualmente oggetto di valutazione per l'adozione individuale da parte di ciascuna

azienda. L'obiettivo è fornire ai dipendenti la flessibilità necessaria per bilanciare equamente la vita professionale e personale, soprattutto durante fasi cruciali come il periodo post-nascita di un figlio.

Quest'iniziativa riflette l'approccio del Gruppo nel sostenere i suoi dipendenti e nel promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e attento alle singole esigenze, con l'obiettivo di migliorare il benessere e la produttività. Futuri sondaggi di clima aziendale includeranno la valutazione di aspetti legati alla discriminazione, riflettendo l'attenzione continua dell'azienda nel migliorare il clima lavorativo.

| Giorni di congedo parentale | Femmine | Maschi | Totale |
|-----------------------------|---------|--------|--------|
| Gruppo Holding Moda         | 1.802   | 113    | 1.915  |

Tabella 26: Giorni di congedo parentale nel Gruppo HModa

<sup>6</sup> Questa policy è applicabile compatibilmente con le mansioni svolte; l'adesione può variare in base al ruolo specifico all'interno dell'azienda.

## Pratiche disciplinari

HModa rigetta qualsiasi forma di disciplina non autorizzata o non contemplata dalla legge e dai contratti collettivi nazionali di lavoro applicati all'interno del Gruppo. Nel corso del 2023, non sono state adottate misure disciplinari nei confronti dei dipendenti.

Le azioni disciplinari risultano essere un fenomeno estremamente limitato nel contesto della nostra organizzazione, poiché non sono stati segnalati casi di abusi fisici, verbali o molestie tramite i nostri canali di segnalazione anonima.

## Orario di lavoro

L'orario standard di lavoro può variare da un'azienda all'altra, ma la durata è stabilita a 40 ore settimanali per i dipendenti a tempo pieno e viene determinata dalle disposizioni dei contratti collettivi nazionali di lavoro (CCNL) dei settori pertinenti. L'orario lavorativo ordinario normale è diurno e consiste in 8 ore al giorno dal lunedì al venerdì. Eventuali modifiche all'orario di lavoro sono concordate con i dipendenti e comunicate con adeguato preavviso.

Attualmente, alcune aziende, per esigenze organizzative e produttive, consentono lavorazioni in orario serale attraverso la suddivisione dell'orario di lavoro in più turni, ma non ricorrono al lavoro notturno. Il lavoro straordinario è consentito solo in determinati periodi dell'anno e per esigenze produttive circoscritte a un arco temporale definito. Nella gestione degli straordinari, l'azienda richiede sempre la disponibilità dei lavoratori ad effettuare tali ore senza imporle, pertanto l'attività straordinaria è accettata volontariamente dai dipendenti.

Di seguito viene riportata una suddivisione delle tipologie di contratto per azienda:

| Azienda             | Part-time | Full-time    |
|---------------------|-----------|--------------|
| Albachiara          | 1         | 71           |
| Alex&Co             | 6         | 26           |
| Alinea              | 1         | 53           |
| Beste               | 5         | 252          |
| Calzaturificio DEMA | 0         | 86           |
| Elledi              | 15        | 24           |
| Emmetierre          | 1         | 26           |
| Famar               | 10        | 77           |
| Fast Pelle          | 0         | 7            |
| GAB                 | 1         | 147          |
| HModa               | 0         | 9            |
| Project             | 6         | 68           |
| RBS                 | 0         | 53           |
| Rilievi             | 3         | 35           |
| Rilievi India       | 0         | 67           |
| Ricetto del Ricamo  | 2         | 15           |
| Seriscreen          | 1         | 39           |
| Taglionetto         | 5         | 52           |
| Uno Maglia          | 5         | 120          |
| Valmor              | 3         | 173          |
| <b>Totale</b>       | <b>65</b> | <b>1.400</b> |

Tabella 27: Divisione contratti part-time e full-time

## Retribuzione

I criteri fondamentali per la retribuzione e l'inquadramento nella categoria e nel profilo professionale sono definiti dal contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL) di riferimento. HModa verifica che la retribuzione sia sufficiente a soddisfare le necessità essenziali dei lavoratori, prendendo in considerazione il valore rappresentato dalla soglia di povertà delle famiglie italiane, come indicato nelle statistiche ISTAT sulla povertà.

Le condizioni contrattuali e la retribuzione annua lorda vengono comunicate ai lavoratori al momento dell'assunzione, e viene loro fornita una copia del contratto firmato. I salari vengono sempre pagati tramite bonifico bancario per garantire la tracciabilità dei pagamenti regolari. Nel caso di cambiamenti di mansioni o avanzamenti di livello, la Direzione Aziendale, in collaborazione con la funzione HR, valuta il cambiamento e la necessità di adeguamenti salariali in conformità con quanto previsto dal CCNL.

Alcune aziende erogano premi di produzione

alla fine dell'anno e offrono sistemi legati al welfare. Le retribuzioni medie pagate ai dipendenti sono in linea con quanto stabilito dai Contratti Nazionali e superano la soglia minima del salario dignitoso.

Le nostre risorse sono in Italia sono inquadrare in conformità con il Contratto Collettivo

Nazionale del Lavoro (CCNL), tra cui il CCNL Tessile Abbigliamento, il CCNL Calzature e il CCNL Editoria e Grafica. HModa garantisce ai suoi dipendenti il diritto di libera adesione ad organizzazioni sindacali e favorisce gli incontri con le rappresentanze presso le sedi del Gruppo.

| Azienda             | Apprendisti (Femmine) | Apprendisti (Maschi) | CTD (Femmine) | CTD (Maschi) | CTI (Femmine) | CTI (Maschi) |
|---------------------|-----------------------|----------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Albachiara          | 3                     | 1                    | 3             | 3            | 46            | 16           |
| Alex&Co             | 4                     | 1                    | 2             | 0            | 19            | 6            |
| Alinea              | 0                     | 0                    | 18            | 16           | 18            | 2            |
| Beste               | 22                    | 33                   | 8             | 0            | 81            | 113          |
| Calzaturificio DEMA | 0                     | 0                    | 7             | 17           | 7             | 55           |
| Elledi              | 4                     | 5                    | 6             | 2            | 18            | 4            |
| Emmetierre          | 4                     | 2                    | 0             | 0            | 18            | 3            |
| Famar               | 6                     | 1                    | 10            | 1            | 65            | 4            |
| Fast Pelle          | 0                     | 0                    | 0             | 0            | 0             | 7            |
| GAB                 | 10                    | 2                    | 16            | 3            | 65            | 52           |
| HModa               | 0                     | 0                    | 0             | 0            | 6             | 3            |
| Project             | 7                     | 5                    | 12            | 3            | 38            | 9            |
| RBS                 | 4                     | 0                    | 3             | 2            | 34            | 10           |
| Rilievi             | 0                     | 0                    | 0             | 0            | 33            | 5            |
| Rilievi India       | 0                     | 0                    | 0             | 0            | 14            | 53           |
| Ricetto del Ricamo  | 0                     | 0                    | 0             | 0            | 17            | 0            |
| Seriscreen          | 1                     | 6                    | 0             | 2            | 8             | 23           |
| Taglionetto         | 7                     | 1                    | 1             | 0            | 32            | 16           |
| Uno Maglia          | 16                    | 3                    | 6             | 1            | 83            | 16           |
| Valmor              | 5                     | 0                    | 15            | 10           | 74            | 72           |
| <b>Totale</b>       | <b>93</b>             | <b>60</b>            | <b>107</b>    | <b>60</b>    | <b>676</b>    | <b>469</b>   |

Tabella 28: Numero di dipendenti suddivisi per genere e contratto

## 8.3 La formazione come driver del cambiamento

La formazione rappresenta da sempre una priorità centrale per HModa, considerata cruciale per il cambiamento ed essenziale per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. È imperativo garantire un continuo aggiornamento delle competenze attraverso un'ampia gamma di corsi formativi, progettati per coprire tutte le fasi della carriera professionale in cui è necessario mantenere un alto livello di competenza.

La formazione è accessibile a tutti i livelli di lavoratori, senza alcuna distinzione che possa limitarne la partecipazione. Nel 2023, il Gruppo ha erogato oltre 16 mila ore di formazione, di cui il 45% rappresentano ore di formazione obbligatoria e il restante 55% ore di altra formazione, come attività di accrescimento delle competenze, conoscenza di strumenti digitali e formazione operativa.

Abbiamo implementato corsi personalizzati su misura per le esigenze individuali dei dipendenti, tra cui percorsi specifici come il corso di Sustainability Manager, offerto da Process Factory e destinato a risorse dedicate alla sostenibilità, promuovendo la crescita e il miglioramento costante delle competenze in questo ambito. In aggiunta ai corsi tradizionali in aula, abbiamo introdotto corsi online sia sincroni che asincroni, consentendo una maggiore erogazione di ore formative e

offrendo flessibilità agli impiegati. Stiamo valutando ulteriormente le opportunità nel campo della formazione digitale, riconoscendo l'importanza di migliorare costantemente le competenze professionali e promuovere la crescita professionale all'interno dell'azienda.

Il Gruppo promuove la partecipazione a eventi e convegni di settore, con particolare attenzione a quelli che trattano temi di interesse rilevante e che possono contribuire allo sviluppo di nuove competenze e conoscenze nei partecipanti.

Durante l'anno, abbiamo promosso iniziative esperienziali che combinano il team building con la formazione. Tra queste si trovano le giornate di eventi "Cross Day" in cui le persone che ricoprono lo stesso ruolo nelle diverse aziende del Gruppo si ritrovano per trascorrere una giornata in cui si alternano attività di team building a riunioni e momenti di conoscenza delle altre realtà aziendali. Nel 2023 questa attività ha riscosso particolare interesse nella popolazione aziendale; pertanto, sono state creati 8 giornate di Cross Day che hanno interessato i dipartimenti di: Amministrazione, Sales&Marketing, Ghostmakers, Modelleria, Comunicazione. Questa iniziativa mira a promuovere un clima di collaborazione e rispetto reciproco, favorendo la comunicazione e il problem solving.



| Argomento trattato                 | Ore di formazione obbligatoria |
|------------------------------------|--------------------------------|
| Apprendistato + Salute e sicurezza | 7.300                          |

Tabella 29: Ore di formazione obbligatoria delle aziende HModa

| Argomento          | Ore di formazione non obbligatoria |
|--------------------|------------------------------------|
| Accademia          | 6.108                              |
| Amministrazione    | 327                                |
| Comunicazione      | 45                                 |
| Controllo qualità  | 16                                 |
| Culture & Change   | 100                                |
| Lean Production    | 18                                 |
| Legale             | 37                                 |
| Modelleria         | 83                                 |
| Operatività        | 376                                |
| Sales & Marketing  | 210                                |
| Service Management | 74                                 |
| Soft Skills        | 704                                |
| Sostenibilità      | 774                                |
| Supply Chain       | 115                                |
| <b>Totale</b>      | <b>8.987</b>                       |

Tabella 30: Ore di formazione non obbligatoria delle aziende HModa

Crediamo fermamente che la formazione delle nuove risorse e delle future generazioni debba includere un forte focus sulla sostenibilità. Per questo motivo, il dipartimento HPlanet ha organizzato un corso di introduzione alla sostenibilità rivolto agli studenti del programma "Accademia HModa". Durante questo evento, 15 studenti hanno partecipato a una lezione tenuta dalla Chief Sustainability Officer del Gruppo, che ha illustrato i principali impatti della fashion industry e le sfide attuali del mercato.

Durante la lezione, sono stati discussi temi fondamentali come l'impatto ambientale della produzione tessile, l'importanza della trasparenza nella catena di approvvigionamento, e le innovazioni sostenibili che stanno trasformando il settore. La Chief Sustainability

Officer ha condiviso esperienze concrete e dati aggiornati per evidenziare come l'industria della moda possa evolversi verso pratiche più ecologiche e responsabili.

Questo approccio nasce dalla convinzione che ogni individuo che entra a far parte dell'azienda abbia il potenziale per diventare un agente di cambiamento. È essenziale responsabilizzare le persone affinché siano consapevoli delle problematiche attuali e delle azioni necessarie per contribuire a un futuro più sostenibile. Infondere questa consapevolezza fin dall'inizio del loro percorso professionale non solo rafforza l'impegno aziendale verso la sostenibilità, ma ispira anche una cultura aziendale orientata al rispetto ambientale e all'innovazione responsabile.



L'industria della moda ha un bisogno crescente di nuovi artigiani, tecnici e operai qualificati, e il nostro impegno è quello di coltivare questi talenti fin dalla giovane età. Attraverso programmi educativi e formativi, cerchiamo di accendere la passione per il settore e di mostrare come una carriera nella moda possa essere non solo realizzabile ma anche estremamente gratificante.

Il tema della formazione delle nuove generazioni è per noi di fondamentale importanza. Il 2023 ha segnato il terzo anniversario dell'Accademia HModa, un'iniziativa che si propone di trasmettere il savoir-faire artigianale ai talenti del futuro. Oltre a questo, abbiamo intensificato la nostra collaborazione con prestigiosi istituti di moda, organizzando workshop dedicati ai giovani studenti. Questi eventi offrono un'opportunità unica di apprendimento pratico e di interazione con professionisti esperti, stimolando la creatività e l'innovazione.

Gli operai specializzati e le figure tecniche sono di difficile reperimento per tutte le aziende del comparto e si tratta di occupazioni che, da un lato sono poco attraenti per i giovani e, dall'altro, richiedono un periodo di affiancamento on the job medio-lungo. Questa

sfida è stata vinta da Famar con la creazione dell'Accademia nel 2019. Il progetto, sviluppato all'interno dell'azienda, dove si è creata una vera e propria sartoria, coinvolge operai e tecnici senior o già in pensione. I docenti interni formano giovani apprendisti/tirocinanti, trasferendo competenze tecniche ad elevata qualificazione e favorendo il ricambio generazionale. Nel 2023 sono state selezionate per il programma formativo 10 persone e 7 sono state successivamente inserite in azienda.

Non ci limitiamo però a questi sforzi: cerchiamo costantemente di spingerci oltre, coinvolgendo le generazioni più giovani per instillare in loro la cultura del bello e il fascino di costruire una carriera nel settore della moda. Vogliamo anche nobilitare professioni che, negli ultimi anni, sono diventate più difficili da reperire. A tal fine, abbiamo sviluppato un progetto di orientamento denominato "Made in Italy - storie di futuro", rivolto agli studenti delle scuole medie. Questo progetto mira a orientare i giovani verso il futuro della moda, evidenziando l'importanza e le opportunità delle professioni artigianali, tecniche e operative.

Il nostro obiettivo è creare un ponte tra la

tradizione artigianale italiana e le nuove generazioni, garantendo che le competenze e i valori che hanno reso grande il Made in Italy continuino a prosperare. Investendo nella formazione, non solo assicuriamo il futuro dell'industria della moda, ma contribuiamo anche a costruire una società in cui il lavoro artigianale è apprezzato e rispettato, offrendo ai giovani la possibilità di diventare i protagonisti del domani.

La promozione della consapevolezza sui temi della sostenibilità è un obiettivo che il Gruppo persegue con il massimo impegno, sia nei confronti del personale delle aziende sia verso la catena del valore. In particolare, nell'ambito del processo di eliminazione delle sostanze chimiche tossiche e nocive, su base annuale sono eseguite sessioni di formazione, che, in una prima fase, vedono coinvolti i responsabili

## Accademia HModa

L'Accademia HModa nasce nel 2020, con l'obiettivo di colmare il gap tra il mondo dell'istruzione e il mondo del lavoro, sensibilizzando i giovani alle professioni della moda del lusso. L'idea di questo progetto nasce dalla necessità di assicurare un ricambio generazionale nelle aziende del Gruppo e, più in generale, in tutto il settore della moda. Il nostro obiettivo è riportare in auge alcune professioni artigianali che stanno gradualmente scomparendo, non solo migliorando le competenze d'eccellenza, ma soprattutto tutelando e valorizzando il know-how radicato nel territorio. Questo impegno contribuisce a preservare le tradizioni artigianali locali, garantendo che le competenze uniche e i metodi di lavorazione d'eccellenza vengano trasmessi alle nuove generazioni.

Dal 2020 ad oggi Accademia HModa vanta l'erogazione di oltre 10.000 ore di formazione attraverso le diverse opportunità di specializzazione.

I corsi offerti spaziano tra diverse categorie

dei reparti di produzione in cui si fa uso di prodotti chimici o in cui si svolgono operazioni di immagazzinamento delle materie prime oltre ai responsabili degli acquisti, degli uffici commerciali e della produzione. Nel 2023, sono state eseguite e verbalizzate 11 sessioni di formazione i cui temi trattati sono il Sistema di Chemical Management, il protocollo ZDHC e gli impatti ambientali e sociali delle principali iniziative di riferimento.

Inoltre, i referenti della Sostenibilità all'interno delle aziende sono impegnati in un percorso di accrescimento costante delle competenze e seguono, a cadenza biennale, i corsi proposti da ZDHC per l'implementazione di sistemi di Chemical Management con rilascio di specifici attestati a seguito della verifica delle competenze acquisite e il corso di Sustainability Manager.

merceologiche, partendo dalla calzatura, pelletteria e abbigliamento, fino ad includere lavorazioni specializzate come il ricamo. L'Accademia si presenta come il partner ideale per lo sviluppo delle società di moda, facilitando una stretta collaborazione tra il network di filiera e i clienti stessi.

Dopo tre anni dalla sua prima edizione, il progetto ha visto una significativa evoluzione, differenziando i suoi target, la sua offerta e i percorsi formativi. Nel 2023, ha ottenuto l'accreditamento per la formazione nella regione Marche, diventando un'entità indipendente già nel 2022.

Attualmente i percorsi disponibili si articolano in:

◆ **Apprendistato duale:** arrivato alla sua terza edizione e con una quarta in fase di definizione, questo progetto offre 2.000 ore distribuite su 12 mesi di formazione in azienda, rivolti a giovani NEET (Not in Education, Employment or Training) under 25. Il programma coinvolge tutte le categorie merceologiche delle società di HModa e si sviluppa interregionalmente in collaborazione

con la Regione Toscana. Le classi sono composte da una media di 15 studenti e sono volte alla formazione di profili trasversali come figure di sviluppo prodotto, prototipia, modellista, controllo qualità, relazioni con il cliente. Tale percorso consente agli studenti di ottenere una qualifica di "Tecnico della realizzazione del prodotto Made in Italy" referenziato al IV livello del Quadro Europeo delle Competenze. Dal 2022 ad oggi questo progetto ha portato grandi risultati, formando 50 risorse, il 70% della quali sono state assunte e confermate in azienda.

◆ **Corsi tecnici:** attraverso la partnership con agenzie per il lavoro e l'utilizzo dello strumento Formatemp, questo percorso, della durata complessiva di 5 mesi, offre 250 ore di formazione con docenti specializzati e professionisti esterni e un successivo lavoro in affiancamento di 3 mesi. Questi corsi mirano a formare figure operative nelle mansioni produttive e tecniche e portano alla qualifica finale di Tecnico della realizzazione del prodotto Made in Italy. Fino ad oggi sono state svolte 11 edizioni che hanno permesso di formare 115 risorse contribuendo concretamente alle richieste sempre più esigenti del mercato del lavoro e rafforzando il legame tra formazione e industria locale.

◆ **Ente Formativo Calzaturiero delle Marche:** l'Ente Formativo con sede a Civitanova Marche ha l'obiettivo di sviluppare una realtà dedicata alla formazione in ambito calzaturiero di 15 nuove figure professionali. L'offerta eroga 600 ore di formazione, svolti all'interno di un laboratorio dedicato, simulando una vera manovia di produzione. I destinatari di questo progetto sono gli studenti e le studentesse provenienti da istituti tecnici, i giovani in cerca della prima occupazione, i Neet e i soggetti in riconversione professionale. L'Ente Formativo sviluppa nuove figure d'eccellenza del Made in Italy, specializzati nelle calzature d'alta manifattura e pronti all'impiego presso le manifatture di HModa o di altre realtà dell'ecosistema manifatturiero regionale e nazionale con contratto a tempo determinato o indeterminato.

Le lezioni pratiche, che rappresentano l'80%





delle ore totali, interessano nello specifico le lavorazioni di orlatura, montaggio, finissaggio e controllo qualità. Sono svolte da docenti provenienti dal mondo del lavoro e professionisti delle aziende HModa e vengono integrate con lezioni trasversali, linguistiche e legate alla sicurezza sul lavoro. Per completare la formazione, il corso prevede interventi di esperti del settore, visite formative, masterclass e webinar di approfondimento. Alla fine del percorso, dopo aver svolto uno stage immersivo in azienda e una prova finale, i partecipanti ottengono la qualifica di "Addetto alla produzione di calzature in serie", una competenza che apre le porte a numerose opportunità nel settore della produzione di calzature.

In linea con la filosofia di HModa, le attività dell'Ente Formativo Calzaturiero sono ispirate da un forte impegno verso la sostenibilità. In primis, la partnership con 18 realtà del territorio italiano ha contribuito concretamente a creare il nuovo spazio dedicato alla formazione, fornendo moderni macchinari e materie prime. Durante i corsi, infatti, saranno utilizzati materie prime provenienti da scarti di lavorazioni di pelle e fodere delle aziende partner del progetto o di quelle del Gruppo, riducendo così gli sprechi e favorendo il riuso. Inoltre, le calzature realizzate saranno donate alla Caritas diocesana, promuovendo la solidarietà e lo sviluppo sostenibile. Il progetto crea un impatto positivo sia dal punto di vista ambientale che sociale, allineandosi perfettamente con i valori di HModa.

Durante il 2023 l'Ente Formativo ha ricevuto sia il patrocinio dalla Regione Marche e dal Comune di Civitanova Marche sia i primi finanziamenti dal Fondo Sociale Europeo Plus (FSE+).

Il numero di percorsi attivati da Accademia HModa ha seguito uno sviluppo crescente in termini di numero, corsi e risorse formate, passando da 1 percorso con 15 risorse nel 2020 a 7 percorsi e 65 risorse nel 2023.

## Storie di futuro - Made in Italy

Secondo le dichiarazioni dei più importanti brand del lusso, il comparto moda avrà bisogno di oltre 90.000 tecnici, artigiani e operai entro la fine del decennio; attualmente, queste risorse non sono presenti e mancano le competenze base per il loro successo. Dalla collaborazione tra HModa, La Fabbrica e Accademia HModa nasce un ambizioso progetto di orientamento didattico volto a sensibilizzare gli studenti delle Scuole Secondarie di I e II grado allo studio negli istituti superiori a indirizzo moda.

Il percorso di didattica orientativa è rivolto principalmente alle classi seconde e terze delle Scuole Secondarie di I grado, affinché gli studenti in procinto di scegliere la specializzazione della scuola superiore siano incentivati a optare per percorsi affini al mondo della moda. Questo approccio mira a colmare il divario tra domanda e offerta di figure professionali qualificate, assicurando un ricambio generazionale nelle aziende del settore.

Il programma fornisce informazioni dettagliate sugli indirizzi di studio disponibili e sulle opportunità lavorative nel settore moda, enfatizzando le numerose specializzazioni richieste per avere successo in questa professione. Inoltre, crea opportunità dirette di interazione tra le classi e le aziende del settore operanti nel loro territorio, permettendo agli studenti di entrare in contatto con realtà professionali concrete.

Per rendere più semplice la conoscenza del

## IP Labs

Nel contesto dei pilastri strategici di HModa - innovazione, sostenibilità e sviluppo dei giovani talenti - è stata una scelta naturale per noi intraprendere il percorso di Innovazione Sociale con Impact Prototypes Labs, promosso dal Cottino Social Impact Campus di Torino. Questo

progetto da parte dei giovani e delle loro famiglie, è stato creato anche un sito web sul quale sono disponibili vari strumenti utili, tra i quali:

- Mappatura degli istituti scolastici che offrono percorsi legati al mondo della moda nelle principali regioni italiane
- Quiz per scoprire le attitudini di ogni individuo e indirizzarlo verso la tipologia di istituto di moda che meglio risponde alle sue propensioni.

Al fine di rendere il percorso formativo più interattivo e coinvolgere il maggior numero possibile di classi e studenti, è stato indetto un concorso incentrato sulla creazione di un podcast. Il tema del podcast si concentra sulla percezione del mondo della moda Made in Italy e sulle opportunità che offre ai giovani. Ogni classe partecipante è invitata a realizzare almeno tre episodi di cinque minuti ciascuno, nei quali gli studenti condividono esperienze personali, prospettive e idee creative legate al comparto moda. Questa iniziativa non solo promuove la conoscenza e l'interesse per il settore moda tra i giovani, ma sviluppa anche le loro capacità di espressione e di analisi critica attraverso un medium moderno e accessibile come il podcast.

Il progetto, presentato a fine 2023, crea un ponte tra le esigenze del settore e le aspirazioni dei giovani, contribuendo a formare una nuova generazione di professionisti capaci di mantenere vivo e innovare il prestigio del Made in Italy.

Il programma unisce il mondo imprenditoriale e quello accademico per generare un impatto sociale positivo attraverso la creazione di soluzioni innovative che integrano opportunità di mercato e sostenibilità.

Impact Prototypes Labs è un percorso di scoperta e apprendimento in cui le imprese piemontesi collaborano con gli studenti locali

per ideare nuove soluzioni di transizione sostenibile. Le imprese vengono guidate dall'innovazione e dalla prospettiva delle nuove generazioni, che apportano freschezza e approcci multidisciplinari. Insieme, si sviluppano nuovi prodotti, servizi e modelli di business che hanno un impatto positivo sulla comunità locale.

Durante questo percorso, HModa ha coinvolto un gruppo di tre studenti provenienti dall'Università e dal Politecnico di Torino per lavorare su due progetti chiave:

- Supportare la stesura del primo Bilancio di Sostenibilità di Beste Società B-Corp.

- Identificare opportunità di rigenerazione e valorizzazione di scarti e rimanenze di tessuti e pellame.

Gli studenti hanno lavorato attivamente alla definizione di soluzioni innovative per questi progetti, collaborando con il personale aziendale e partecipando a incontri con gli imprenditori delle aziende coinvolte. HModa ha fornito il supporto necessario, incluso il materiale di lavoro e la definizione dei KPI.

Il lavoro svolto dagli studenti si è concentrato principalmente sulle seguenti aree:

- Sostenibilità ambientale e riduzione dei rifiuti: Le iniziative di upcycling e recycling che HModa ha avviato, contribuiranno a

ridurre l'utilizzo di materiali vergini, mentre la comprensione delle esigenze di mercato e delle soluzioni disponibili ha permesso di concentrare le risorse sulle aziende più promettenti.

- Trasparenza e tracciabilità: La redazione del Bilancio di Sostenibilità ha promosso la trasparenza dell'operato dell'organizzazione, consentendo di valutare l'impatto ambientale e sociale. Questo processo è diventato una parte integrante dell'attività aziendale, incoraggiando la rendicontazione e l'impostazione di obiettivi di miglioramento.

Al termine del programma di lavoro e formazione per imprese e studenti, una giuria composta da esperti ha valutato i progetti realizzati sulla base di criteri di innovazione e impatto positivo, decretandone un vincitore. Indipendentemente dalla vincita, gli studenti hanno avuto l'opportunità di utilizzare il lavoro svolto come base per i loro progetti di tesi magistrale, promuovendo così la diffusione e l'applicazione pratica delle conoscenze acquisite.

Il coinvolgimento di HModa in questo progetto ha rappresentato un passo importante e un ulteriore impegno per l'innovazione e la sostenibilità. Attraverso questa progettualità siamo riusciti non solo a sviluppare soluzioni concrete per affrontare le sfide del mercato, ma anche a nutrire e valorizzare il talento emergente nel nostro territorio.

Nel 2023, questa iniziativa ha coinvolto oltre 100 dipendenti provenienti da cinque reparti differenti: Amministrazione, Sales & Marketing, Modelleria, Comunicazione e Ghostmaker. In queste occasioni le persone che ricoprono un ruolo analogo in diverse aziende del Gruppo sono chiamate a trascorrere una giornata insieme svolgendo attività di team building e di confronto operativo.

Durante le otto giornate di "Cross Days" organizzate nell'anno, sono state affrontate numerose tematiche chiave per il successo e la

crescita di HModa, tra cui:

- Processi amministrativi e gestionali
- Gestione e monitoraggio della catena di fornitura
- Laboratori di comunicazione
- Tecniche di auditing
- Approfondimento delle normative europee, come la EPR e la Legge AGEC francese

Durante questi incontri il team building è stato parte integrante, contribuendo al rafforzamento della coesione di gruppo. Tra le attività proposte vi sono stati laboratori creativi di pittura, laboratori di cucina, laboratori di fotografia ed escape room. La seconda parte fondamentale dell'incontro è stata dedicata all'aggiornamento sui vari progetti in corso che coinvolgono i partecipanti, promuovendo il confronto tra le diverse realtà aziendali e lo scambio delle migliori pratiche.

I Cross Days si svolgono nelle diverse aziende

del Gruppo, la natura dinamica e variata delle sedi permette di immergere i partecipanti in contesti nuovi e stimolanti, favorendo un apprendimento più approfondito e pratico. Complessivamente, i Cross Days rappresentano un'attività per migliorare la coesione organizzativa, stimolare l'innovazione e accelerare la crescita del Gruppo.

Gli obiettivi specifici dei Cross Days sono molteplici e mirano a:

- Contribuire al trasferimento di conoscenze e competenze, permettendo a persone che ricoprono lo stesso ruolo in aziende diverse di condividere esperienze

- Migliorare il coinvolgimento e la motivazione, offrendo un contesto in cui i partecipanti possono sentirsi valorizzati

- Aumentare la comprensione delle diverse prospettive e competenze, promuovendo uno scambio tra professionisti provenienti da diverse realtà aziendali

- Costruire relazioni positive, favorendo la creazione di una rete di contatti interaziendali.

## Cross days

HModa ha implementato una serie di iniziative volte a facilitare il trasferimento della conoscenza e della cultura organizzativa tra i vari reparti aziendali. Tra queste iniziative, i "Cross Days" rappresentano un elemento chiave per il nostro successo. Questi incontri costituiscono un'importante occasione di confronto e scambio tra i team leader delle diverse aziende del Gruppo che svolgono la stessa funzione.



**H-Innovation**

## 9.1 Innovazione digitale

### Showroom Virtuale

Lo Showroom Virtuale è una piattaforma dedicata a tutte le Aziende di HModa che intende favorire l'utilizzo a 360° degli archivi storici e del know-how aziendale, indipendentemente dal luogo dell'audience a cui questo viene presentato. Il progetto è particolarmente ambizioso in quanto rappresenta il tassello fondamentale per vivere un'esperienza immersiva all'interno del patrimonio storico delle Aziende.

Nella realizzazione dello Showroom Virtuale ci siamo affidati a tecnologie avanzate che ci hanno permesso di godere di vantaggi competitivi, fidelizzando i Clienti attuali e coinvolgendone di nuovi. La piattaforma si presta alla creazione di affascinanti contenuti di storytelling che vanno ad intercettare un ampio pubblico. Nello specifico, raccoglie le foto dei capi e alcune immagini dei dettagli di lavorazione, il tutto è visibile da uno schermo di 85". Per poter facilitare la navigazione all'interno del software, sono stati inseriti dei filtri come categoria, colore e tessuto che permettono di trovare più velocemente il capo richiesto. È inoltre possibile creare un "raccoltore" all'interno della piattaforma: uno stand con la selezione dei capi ai quali il cliente è particolarmente interessato e dal quale è possibile effettuare il download della raccolta.

La tecnologia utilizzata consente di digitalizzare i capi rendendoli esteticamente accattivanti; dunque, consente di eliminare l'impatto ambientale derivante dagli spostamenti superflui di:

◆ **Persone**, che non devono necessariamente spostarsi fisicamente

◆ **Capi**, che vengono spediti al Cliente a seguito di alcune fasi di lavorazione per ottenere l'approvazione e la conferma di conformità alle richieste.

Per lo sviluppo del progetto è stato studiato un sistema che permette una user experience immersiva e tramite un software intuitivo ed innovativo, studiato per coinvolgere l'utente

all'interno della selezione dei capi. Si sono effettuati numerosi investimenti in tecnologia per la fruibilità dello showroom, ad esempio la cabina per il posizionamento dei capi in grado di creare immagini a 360°, il carrello rotante, lo schermo per visualizzazione ed i dispositivi elettronici dai quali lo showroom viene gestito.

### Archivio Digitale

Dal considerevole patrimonio di capi realizzati, le Aziende hanno concretizzato l'esigenza di disporre delle creazioni eseguite negli anni in un formato sistematizzato e digitalizzato. A questo scopo è stata creata la piattaforma di Archivio Digitale per visualizzare lo storico delle lavorazioni realizzate dalle Aziende con utilità interna per supportare le funzioni operative nel replicare particolari lavorazioni di capi confezionati in passato e di conservare questi contenuti preziosi come patrimonio aziendale. I capi presenti nell'Archivio Digitale sono visibili da tre angolazioni differenti e sono corredati dalla propria scheda tecnica e da una descrizione puntuale. I portali attivi al 2022 sono nove, con la volontà di averne in futuro uno per ogni Azienda. L'Archivio Digitale è stato collegato al supporto di Showroom Virtuale fungendo da base di raccolta per i capi che si inseriscono nella piattaforma.

Questo progetto di digitalizzazione incarna pienamente lo spirito innovativo di HModa, che si pone l'obiettivo di proteggere il complesso e multiforme patrimonio culturale della moda, diffuso in tutte le aziende del Gruppo. L'Archivio riunisce e organizza tutti i capi di moda adottando un nuovo criterio di aggregazione: considerare la moda come bene culturale intangibile.

Nel 2023, abbiamo avviato le prime fasi della digitalizzazione degli archivi delle aziende. Tutti i capi sono stati fotografati, utilizzando le tecnologie più avanzate presenti sul mercato e inseriti nei portali degli archivi digitali di ciascuna azienda. Nei prossimi anni, abbiamo pianificato e organizzato le attività per digitalizzare oltre tremila capi. Questo progetto offre l'opportunità di creare una sinergia



proficua tra "moda e tecnologia", favorendo lo sviluppo di nuovi percorsi di ricerca.

## MetaGAB

L'innovazione è al centro della filosofia di GAB per affrontare le sfide attuali e creare un futuro migliore. Attraverso l'introduzione di nuove idee e soluzioni, la società mira a progredire e a svilupparsi in modo sostenibile.

Un anno e mezzo fa, nasce MetaGAB, la divisione dedicata alla modellizzazione 3D e alla renderizzazione dei prototipi e dei prodotti finiti. Questo approccio avanzato consente di migliorare l'efficienza dei processi produttivi, accelerare lo scambio di informazioni e ridurre l'impatto ambientale grazie a prototipi virtuali e prove di lavorazione totalmente digitali. L'utilizzo di tecnologie all'avanguardia, come gli avatar 3D, contribuisce a migliorare la precisione e la produttività, favorendo la missione del Gruppo di innovazione e sostenibilità.

Il team, composto da tre ragazze studentesse del fashion design e un responsabile modelleria, possiede competenze a 360° del mondo della moda, il che ha permesso all'iniziativa di presentare prodotti versatili e di collaborare a numerosi progetti nell'ambito 3D. Durante il processo di creazione di MetaGAB sono stati impiegati alcuni mesi per studiare e perfezionare le tecniche necessarie a ottenere dei risultati di alta qualità fotografica nei render. Essendo un team dinamico, questa è stata un'occasione stimolante per espandere il bagaglio di conoscenze e competenze, con l'obiettivo di migliorare e aggiungere nuove capacità da offrire ai clienti.

Il progetto supporta i clienti nelle diverse fasi della produzione, della creazione degli schizzi, della realizzazione dei primi volumi in 3D, fino alla concretizzazione del prototipo finale nella fase di render virtuale.

I servizi offerti sono a disposizione di tutte le aziende del Gruppo e dei loro clienti, grazie alla capacità di realizzare prototipi

virtuali di abbigliamento di diverse categorie merceologiche, accessori di pelletteria e piccola pelletteria. La prototipia virtuale, se considerata parte integrante dell'evoluzione del mondo della moda, rende il processo produttivo più sostenibile, veloce ed efficiente. Sempre più clienti richiedono questa tipologia di servizi e MetaGAB vuole essere tra i primi ad introdurre questa avanguardia nel mondo dell'artigianato, contribuendo a rendere il legame tra artigianato Made in Italy e innovazione sempre più forte ed indissolubile. Il 3D è utilizzato anche per la parte visual dei social media, progetto iniziato in collaborazione con GAB, che si estenderà in futuro anche nelle altre pagine social di HModa per comunicare e mostrare in maniera più efficace, quasi tangibile, tutte le prospettive del Gruppo.

## Metaverso

HModa investe nelle nuove tecnologie con Metaverse Experience. Il progetto è stato realizzato con il partner fiorentino di esperienze digitali interattive Monogrid, con l'intento di rendere fruibili le collezioni delle aziende del Gruppo anche a distanza, attraverso il ricorso a

innovativi strumenti di realtà aumentata.

Questo progetto è da considerarsi ad integrazione di altri due: Archivio digitale e Showroom virtuale. Rappresenta un ulteriore passo avanti del nostro piano di implementazione di tecnologie innovative che ci aiuteranno a supportare i nostri Clienti e a portare nel futuro la qualità della manifattura italiana che da sempre ci contraddistingue. Il nostro Metaverso si serve di diverse tecnologie come il virtual fashion, la VR e i sensori aptici che permettono non solo di agevolare il processo creativo e quello produttivo ma di rendere maggiormente sostenibile i processi di sviluppo e prototipazione.

L'esperienza consente ai Clienti e agli user di percepire il valore e la qualità dei capi che vengono prodotti dalle aziende, rendendo possibile la sperimentazione della "sensazione" del prodotto finito, pur non impiegando materiali fisici. I supporti come il visore e gli appositi "guantini" (guanto aptico) permettono allo user di vedere e toccare il prodotto come se lo avessero d'innanzi a loro, analizzandolo in ogni dettaglio e percependone le caratteristiche.



## 9.2 Innovazione ambientale

### Ghostmakers

Il progetto GhostMakers nasce dall'idea di raccontare e dar voce a tutti i laboratori, artigiani e non, che collaborano con le aziende del Gruppo HModa nella realizzazione dei prodotti, valorizzando il know-how e le competenze di una filiera Made in Italy. Il progetto nasce in Project, prima dell'acquisizione nel 2021, ed è stato successivamente esteso come best practice a tutte le altre aziende del Gruppo (come metodo di self-assesment e piano di miglioramento) e a tutti i loro principali sub-fornitori in modo da certificare e tracciare la propria catena di fornitura.

L'obiettivo del progetto è quello di fornire ai clienti di HModa una filiera:

- Trasparente verso i clienti dichiarando e condividendo tutti i laboratori coinvolti e tutte le fasi di trasformazione del prodotto
- Rispettosa dei requisiti sociali, ambientali e di governance richiesti dai clienti Per raggiungere questi obiettivi, è stata sviluppata la piattaforma GhostMakers.

La piattaforma funge da database, includendo tutti i laboratori partner delle aziende del Gruppo.

Una volta registrati, i laboratori hanno la possibilità di essere certificati tramite due opzioni:

- Compilazione del SAQ (Self Assessment Questionnaire): il SAQ, sviluppato in partnership con Intertek, è composto da domande aperte, a scelta multipla, e sezioni in cui effettuare l'upload di specifici documenti. Il SAQ copre quattro aree fondamentali per la certificazione di conformità di un laboratorio/azienda: governance della sostenibilità, conformità sociale, conformità ambientale, conformità salute e sicurezza. Le risposte e i documenti caricati vengono in seguito valutati da Intertek, che attribuirà un punteggio a ciascuna domanda, restituendo un risultato non solo globale, ma anche distinto nelle quattro aree di interesse.

- Upload di un audit: alternativamente, è possibile ottenere la certificazione in piattaforma GhostMakers tramite l'upload di un audit sostenuto nei 12 mesi precedenti. In accordo con l'ente partner, Intertek, sono stati

the  
GHOST  
MAKERS

selezionati gli audit dei brand considerati più precisi ed affidabili, effettuando una verifica complessiva ma allo stesso tempo molto dettagliata. Gli audit, come i SAQ, vengono revisionati da Intertek, che provvederà ad accettarli solo a seguito della ricezione delle evidenze di chiusura di tutte le eventuali non conformità e/o osservazioni di miglioramento emerse in fase di audit.

Nel corso del 2023 il progetto si è evoluto notevolmente e nel 2024 prenderà una nuova direzione grazie anche al cambio di nome (**FilieraHModa**). A partire dalla seconda metà del 2023, il precedente approccio di compilazione del SAQ o di upload di audit sostenuti è stato gradualmente abbandonato a favore di uno basato su visite sul campo da parte dei nostri professionisti. Durante questi sopralluoghi vengono raccolte le schede fornitore, contenenti dati di vario tipo e una successiva classificazione in tre macrocategorie (A, B e C). Questa categorizzazione permette di identificare quali fornitori sono idonei a continuare a collaborare con le aziende di HModa (categoria A), quali presentano delle aree di miglioramento (categoria B) e quali non sono in linea con i principi del Gruppo (categoria C).

Da settembre 2023, le site visit hanno riguardato tutti i fornitori che ci sono stati indicati come "attivi" dalle aziende, ovvero 137. Il team GhostMakers ha visitato i fornitori attivi verificando sul campo il rispetto degli standard richiesti da HModa e dai suoi clienti e fornendo supporto agli stessi laboratori per continuare il costante processo di miglioramento. Inoltre, sempre nel 2023, sono stati visitati altri 49 fornitori, che tuttavia al momento non rientrano nei 137 attivi in quanto sono stati dismessi, o meglio "inattivi", a causa di problematiche rilevate in seguito alla visita, ad esempio, per la riorganizzazione dei fornitori interna alle aziende, per fornitori con problemi di qualità/tempistiche o per un calo di lavoro.

Questa attività ha consentito lo sviluppo di un database di fornitori ancora più dettagliato, incrementando possibili sinergie industriali tra le aziende di HModa, in un'ottica di maggiore collaborazione e condivisione di best practices

all'interno del Gruppo. Il team GhostMakers continuerà a monitorare costantemente i fornitori attivi, effettuando anche attività di scouting volte a creare un pool di fornitori sempre più virtuoso.

## Lean Production

A partire dal 2022, due aziende del Gruppo, GAB e Uno Maglia, hanno avviato un percorso innovativo e strutturato per raggiungere performance d'eccellenza sia in termini qualitativi che quantitativi. Questo obiettivo ha spinto HModa a selezionare un partner per implementare una strategia di Lean process, finalizzata a migliorare continuamente i processi, ridurre gli sprechi e attuare azioni mirate. Il modello Lean è un insieme di principi e tecniche che mette al centro le persone e la qualità dei processi gestionali e produttivi, attraverso un lavoro di miglioramento continuo. L'adozione del modello organizzativo Lean ha permesso di focalizzarsi sul miglioramento del flusso di output, sull'aumento della produttività e sulla valorizzazione delle risorse umane. Questo sistema ha messo in luce le competenze dei dipendenti e definito chiaramente ruoli e responsabilità, incrementando l'engagement e ottimizzando i flussi informativi per il top management.

La strategia Lean si articola in cinque fasi: Scan (analisi dello stato corrente), Plan (progettazione e pianificazione dello stato futuro), Do (implementazione), Check (verifica dei risultati) e Act (stabilizzazione e standardizzazione). Questo approccio sequenziale favorisce il controllo e la misurabilità dei problemi complessi, rispondendo rapidamente alle inefficienze.

Nel 2023 sono stati organizzate 3 sessioni di formazione interna in GAB per diffondere e veicolare maggiormente il modello di Lean production. Durante i corsi in aula sono state coinvolte all'incirca 80 persone dei reparti di modelleria, produzione e uffici, sviluppando prima un'attività teorica, riguardante i principi generali sulla Lean system e la tecnica delle 5S, e successivamente una parte pratica.

I principi di questo sistema pongono il cliente al centro del processo decisionale, seguiti dall'azienda e dalle persone che ci lavorano ovvero gli artefici del buon esito della collaborazione con il cliente. L'attenzione alle aspettative deve essere estesa anche all'interno dell'organizzazione, rendendo prioritario comprendere cosa genera valore e come questo si sviluppa. Per facilitare tale sviluppo, è essenziale che tutte le unità operative collaborino e promuovano questo processo. Questo progresso deve essere perseguito sia nella pianificazione che nella produzione; non è sufficiente produrre in modo continuo, è necessario essere allineati con le esigenze del mercato. È quindi indispensabile un sistema di produzione snello, capace di adattarsi alla variabilità del contesto economico e di rispettare la cadenza produttiva.

L'adozione di questi principi consente all'organizzazione di ottimizzare le proprie operazioni, portando a una maggiore efficienza complessiva. Inoltre, permette di contenere i costi, migliorare la qualità dei prodotti e servizi offerti e rispondere in modo più efficace alle esigenze dei clienti.

La tecnica delle 5S, la seconda tematica trattata nel corso, è una pratica di ottimizzazione che prende le sue origini dalla tradizione giapponese; infatti, le S si riferiscono a cinque termini giapponesi che rappresentano le fasi principali della metodologia. Si compone di cinque passi:

● **Seiri**, separare ciò che è necessario da ciò che è superfluo, eliminando tutto quello che non viene usato

● **Seiton**, organizzare in modo efficiente ed ordinato gli strumenti necessari per il nostro lavoro

● **Seison**, pulire e ordinare sistematicamente le varie aree di lavoro in modo da cogliere eventuali anomalie

● **Seiketsu**, standardizzare e migliorare le procedure di lavoro

● **Shitsuke**, sostenere nel tempo il miglioramento continuo per monitorare il livello raggiunto e per individuare nuovi obiettivi

Il principale obiettivo delle 5S è quello di creare un luogo di lavoro efficiente e organizzato secondo regole condivise, in cui il lavoro di squadra rappresenti la condizione imprescindibile in un'ottica di riduzione dei tempi di lavoro e di miglioramento della produttività. Per veicolare al meglio questa tecnica sono state organizzate delle sessioni pratiche nei reparti coinvolti dalla formazione. È stato uno strumento fondamentale per trasmettere ai dipendenti l'importanza di un'organizzazione efficiente del proprio posto di lavoro e la facilità di applicazione di questo metodo.

L'approccio Lean, allineato ai principi di sostenibilità, include la creazione di standard e linee guida per garantire ordine e pulizia nei reparti, migliorando il benessere dei lavoratori. Tuttavia, restano sfide da affrontare, come l'efficientamento della catena di fornitura, attualmente in fase di progettazione, che mira a condividere esternamente il modello di pianificazione implementato in GAB. Questo obiettivo, basato sulla logica dell'Open Innovation, permetterà di condividere il know-how acquisito con la catena di subfornitura e internamente al Gruppo, creando nuove sinergie in linea con lo spirito di HModa.

## BeRedo

La produzione e il consumo di prodotti tessili continuano ad aumentare, così come il loro impatto sul clima, sul consumo di acqua e di energia e sull'ambiente. In soli cinque anni il settore tessile ha ricevuto notevole attenzione da parte dell'UE, focalizzandosi su una problematica evidente: i rifiuti. Ad essi sono legati i concetti, tra gli altri, di sovrapproduzione, di trattamento ed esportazione, di inquinamento ambientale in molte fasi della catena di approvvigionamento, con l'epilogo più frequente rappresentato dal problema delle microplastiche.

L'evento principale degli ultimi anni riguarda la comunicazione della Commissione (COM (2022) 141 final) relativa alla strategia dell'UE per prodotti tessili sostenibili e circolari. Questo strumento politico, a livello dell'Unione, individua le azioni chiave per definire un modello europeo chiaro per la progettazione ecocompatibile dei prodotti tessili, eliminando le criticità derivanti dall'inquinamento e promuovendo il riutilizzo e il riciclaggio dai rifiuti prodotti.

In aggiunta a questo quadro normativo in continua evoluzione, dal 2025 la nuova Direttiva Quadro sui rifiuti imporrà nuovi obblighi relativi alla raccolta differenziata dei rifiuti tessili. La stessa Commissione ha inoltre adottato un programma di regolamentazione sulla responsabilità estesa del produttore (EPR), in cui i produttori saranno responsabili dei propri prodotti, rispondendo in prima persona alle conseguenze della produzione e le responsabilità ad essa annesse. Tra le responsabilità rivolte al produttore sorge un altro fattore che fino ad oggi non era stato considerato: la soluzione del prodotto a fine del proprio ciclo di vita.

È in questo contesto che nasce Be-Redo. Il nome "Be-Redo" deriva dalla fusione di "Be" (= Beste) e "Re-Do" in inglese, che significa "fare di nuovo", o dal latino "riuso" e "riutilizzo". Il progetto si pone l'obiettivo di recuperare e valorizzare gli scarti tessili generati durante la produzione, trasformandoli in materia prima seconda per la creazione di prodotti che

avranno una nuova vita.



La mission del progetto è fornire soluzioni di riciclo per tutti i principali scarti tessili, innescando filiere di recupero totalmente tracciabili. In collaborazione con i principali brand della moda lusso, vengono individuate le composizioni tessili da riciclare per sviluppare prodotti circolari.

Il primo passo consiste nell'organizzare la raccolta differenziata del materiale tessile per garantire un ampio ventaglio di opzioni di recupero. Be-Redo si avvale di una continua ricerca intensiva su tecnologie di riciclo e recupero, sia esistenti sia innovative, messe a disposizione dei brand. Nella fase pre-consumer (o pre-industrial) si stima che almeno un 20% del tessuto venga scartato durante la confezione. Oltre agli sfridi, Be-Redo può gestire altri livelli di scarto, come tessuti invenduti e capi finiti invenduti o difettosi. Il progetto ha stabilito contatti con una decina di brand, con molte altre potenziali collaborazioni in fase di sviluppo. Ad esempio, sono stati sviluppati progetti di riciclo tessile che prevedono lo smembramento di capi invenduti, con un potenziale volume coinvolto di decine di migliaia di capi.

Be-Redo offre una vasta gamma di prodotti derivati, tra cui le fibre laniere riciclate, il cotone rigenerato, le fibre naturali polverizzate come la carta rigenerata e la viscosa rigenerata, oltre alle fibre sintetiche polverizzate come il poliestere riciclato e il nylon rigenerato. La produzione include anche seta rigenerata, ottenuta sia da fiocchi che da materiale polverizzato, con la possibilità di creare filati cardati e filati open-end per la produzione di tessuti innovativi.

Sebbene il tessuto realizzato con fibra riciclata incontra spesso difficoltà nell'aderire agli attuali standard qualitativi richiesti per l'utilizzo in capi finiti dei brand del lusso, si dimostra, allo stesso

tempo, altamente adatto per applicazioni nel packaging tessile. Queste applicazioni includono shoppers, sacchi porta scarpe o abiti, offrendo soluzioni sostenibili e rispettose dell'ambiente. Le potenzialità si estendono anche ad altre filiere, con risultati promettenti. Tra le alternative esplorate, il packaging di carta si presenta come un'opzione per la realizzazione di scatole completamente personalizzabili. Inoltre, l'utilizzo di compositi multifibra e multimateriale si rivela efficace per la creazione di arredamenti per negozi, ad esempio, contribuendo a valorizzare i materiali riciclati in nuovi contesti.

Per assicurare una scelta sostenibile e trasparente, Be-Redo offre la possibilità di seguire tutti gli ordini passo dopo passo attraverso il proprio sito web grazie alla tecnologia Temera. Il sistema offre la possibilità di monitorare la spedizione dei materiali dalla loro trasformazione fino al prodotto finito, assicurando un'accurata tracciabilità.

Be-Redo opera come interlocutore unico per i propri clienti, offrendo un servizio completo di ritiro, trasporto e gestione dei rifiuti tessili. Questo approccio consente di abbattere completamente i costi di smaltimento dei rifiuti tessili, stimati a circa 250-300 euro per tonnellata. Oltre a ciò, Beste funge da capofila di un network di aziende partner per attivare importanti sinergie tra imprese differenti, in grado di apportare benefici non solo ai clienti e alla filiera tessile, ma anche in altri settori, generando simbiosi virtuose che vedono la nascita di prodotti intersettoriali.

Grazie alla collaborazione coordinata di vari soggetti qualificati, si aprono diverse opportunità per il riutilizzo dei materiali recuperati. In primo luogo, attraverso il nostro know-how e la filiera verticale interna di Beste, siamo in grado di produrre nuovi tessuti. Inoltre, la fibra recuperata può essere impiegata come materia prima per l'industria della carta e del packaging, nonché per ovatte e imbottiture, trovando applicazioni nell'edilizia, nell'arredamento e nell'automotive, ad esempio come pannelli termoacustici per l'isolamento interno e l'imbottitura dei sedili. Questo processo ci consente di evitare il conferimento dei materiali negli inceneritori,

offrendo loro una nuova vita.

Anche l'attività di ricerca e sviluppo si è sviluppata ulteriormente, includendo soluzioni innovative per la separazione delle fibre nelle composizioni miste, con un'attenzione particolare alla gestione dell'elastan. È stato costruito un network di circa dieci aziende che permette di introdurre la materia prima seconda tessile in numerose altre filiere. Ai clienti viene proposto un ventaglio di opzioni di riciclo per le nove composizioni più utilizzate nei tessuti, oltre che per il pellame e le miste derivanti dalle combinazioni di queste fibre tessili. Ad esempio, solo per il cotone sono disponibili una ventina di soluzioni differenti e una decina per la lana, senza contare le rispettive miste. Questa continua esplorazione e ricerca riflettono l'impegno di Be-Redo nel proporre soluzioni complete e avanzate nell'ambito dell'economia circolare, offrendo alternative di riciclo per diverse esigenze e applicazioni industriali.

Nel corso del 2023, diversi brand hanno dimostrato interesse nel valorizzare i propri scarti attraverso Be-Redo, avviando la prima fase, quella di analisi fattibilità e test. Parallelamente, alcuni progetti hanno già superato questa fase, passando alla realizzazione concreta e commercializzazione. Considerando le esperienze già realizzate e quelle in corso, i contatti coinvolgono circa cento aziende impegnate nel riciclo tessile a vari livelli. Questo approccio integrato consente di affrontare la sfida degli scarti tessili in modo innovativo e sostenibile, valorizzando le risorse e promuovendo l'economia circolare. La completa personalizzazione di progetti per i brand, grazie al riutilizzo dei propri scarti, rende Be-Redo un programma di avanguardia nell'economia circolare della moda. Questi dati evidenziano la portata e l'impatto del progetto, mostrando il nostro impegno verso pratiche sostenibili e principi di economia circolare. Utilizzando materiali riciclati e promuovendo collaborazioni, questo progetto rappresenta il canale giusto per dare un contributo significativo agli obiettivi di sostenibilità nella produzione tessile. Negli anni a venire ci saranno sicuramente degli sviluppi interessanti dal progetto che coinvolgeranno tutte le aziende del Gruppo HModa.

## 9.3 Innovazione sociale

### Holding Moda Showroom & Lab

L' HModa Showroom&Lab, situato nel cuore del Marais, rinomato quartiere di Parigi, è un luogo d'incontro e condivisione pensato come una vetrina permanente delle maestranze delle aziende che compongono il Gruppo, nonché come hub per eventi speciali e corsi di formazione, in un ambiente innovativo e stimolante, permeato di arte e cultura. L' HModa Showroom&Lab traduce anche una volontà di prossimità con i clienti francesi e internazionali, che qui possono esplorare i materiali, le tecniche e gli archivi delle diverse aziende del Gruppo.

Questo spazio è il cuore pulsante di innovazione, crescita e collaborazione. Nel 2023 è iniziato un progetto che ha coinvolto 16 aziende del Gruppo HModa, tutte eccellenze del Made in Italy, che arriverà alla sua piena realizzazione nel 2024. Queste aziende, simili per valori e prospettive di crescita ma con specializzazioni di prodotto diverse, si uniranno sinergicamente per ideare soluzioni innovative attraverso una continua ricerca sui materiali e sulle lavorazioni. Le competenze delle società del Gruppo si completano a vicenda, intrecciando know-how ed esperienza. Il risultato finale sarà la realizzazione di una selezione di capi che verrà presentata al pubblico nel 2024 e diventerà ispirazione per progetti futuri. Ogni capo prodotto sarà il risultato di un processo di contaminazione e arricchimento reciproco tra le aziende del Gruppo.

Lo Showroom&Lab è un luogo di ispirazione e trasmissione di competenze dai nostri imprenditori e artigiani ai giovani talenti delle scuole di moda, designer e responsabili prodotto del futuro. Un luogo di incontro tra clienti e stakeholder dove creazioni visionarie prendono vita. Nel 2023 questo spazio di condivisione, collaborazione e formazione ha ospitato tre eventi legati alla Holding e dedicati alla cultura della moda, coinvolgendo più di 250 persone.

La sostenibilità, pilastro di HModa,





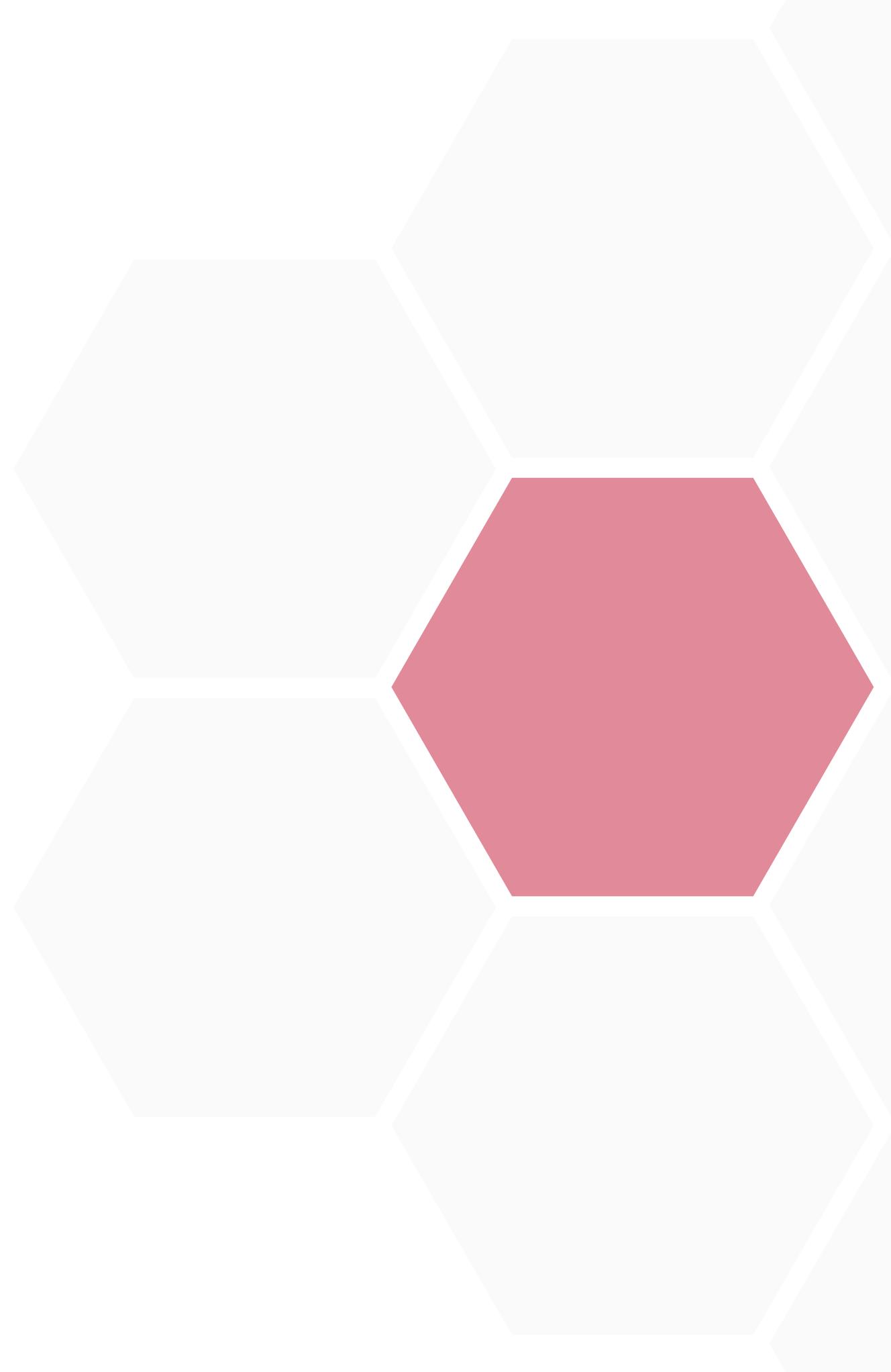
trova espressione nello Showroom&Lab attraverso incontri sul tema del "Sustainable Manufacturing" e sessioni di formazione che, nel 2023, hanno coinvolto 60 studenti del Certificat Fashion Sustainability IFM-Kering e dell'IFM Global Fashion Management Executive MBA.

Le attività svolte in collaborazione con IFM riguardano principalmente due dipartimenti: fashion management e fashion design.

Per il dipartimento di fashion management, è stata organizzata una "summer school" per undici studenti e studentesse di diverse nazionalità. Durante il periodo estivo a Parigi, hanno approfondito la filiera italiana del lusso, di cui HModa è portavoce. Per rendere l'esperienza ancora più concreta, Uno Maglia ha contribuito con un workshop nello Showroom, dimostrando la sua maestria nella creazione di capi in jersey.

Per il dipartimento di fashion design, è stato organizzato un progetto culminato nella creazione di una collezione presentata a febbraio durante la Paris Fashion Week. Inizialmente, sei aziende del Gruppo hanno condotto sei workshop per ispirare e condividere le proprie storie di eccellenza manifatturiera italiana. I progetti degli studenti più interessanti e innovativi sono stati poi ospitati in Italia nelle aziende del Gruppo, permettendo loro di collaborare alla realizzazione dei loro progetti fino al completamento.

In totale nel corso dell'anno lo Showroom&Lab ha accolto più di 200 studenti in fashion business e fashion management di 20 nazionalità differenti, tra cui una delegazione e 14 designer emergenti saudite, dimostrando l'impegno costante di HModa di diffondere l'eccellenza italiana e la cultura della sostenibilità.



## 9.4 Il nostro impegno di crescita

Abbiamo deciso di dedicare questa sezione del nostro Bilancio di Sostenibilità ai progressi che sono stati fatti nel corso dell'anno e a quelli attesi nel 2024. Vi offriamo dei "cruscotti" che ci aiutino a misurare e mappare il nostro impegno in diverse aree, tra cui:

- Stakeholder engagement
- Analisi di materialità
- Etica ed Integrità
- Certificazioni di prodotto
- Certificazioni di processo
- Energia (fonti rinnovabili, fotovoltaico)
- Emissioni GHG
- Premio Sustainability Award
- Rating ESG

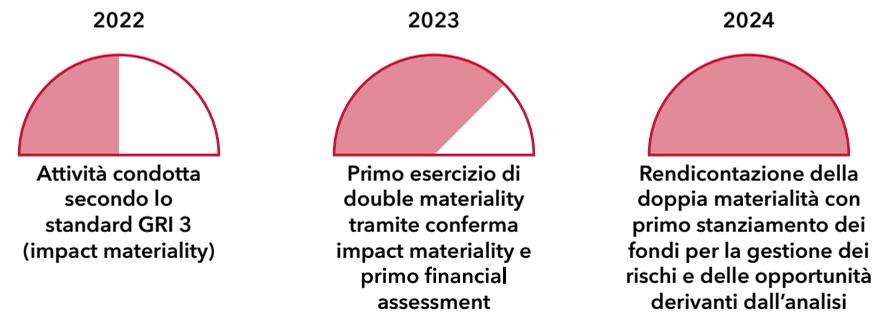
### Stakeholder engagement



Nel 2023, HModa ha ampliato il coinvolgimento degli stakeholder esterni, raggiungendo numerosi interlocutori rispetto alla nostra catena del valore. Questo percorso è iniziato nel 2022 con la decisione di strutturare l'attività tramite la creazione di un questionario dedicato e l'erogazione di linee guida e formazione per migliorare la comprensione delle tematiche di sostenibilità. Nel 2023 abbiamo coinvolto sia stakeholder esterni, come fornitori, clienti e istituzioni, sia stakeholder interni, come figure chiave all'interno delle aziende, tra cui

il top management, le funzioni Corporate del Gruppo (HR, IT, sostenibilità, finanza e controllo, servizi generali, M&A e corporate development) e le risorse di sostenibilità. A questi interlocutori abbiamo sottoposto, oltre al questionario, anche una richiesta specifica sulla probabilità di accadimento dei nostri impatti, al fine di raccogliere preziosi feedback sulla percezione della nostra attività d'impresa e migliorare le modalità di coinvolgimento di tutti gli stakeholder.

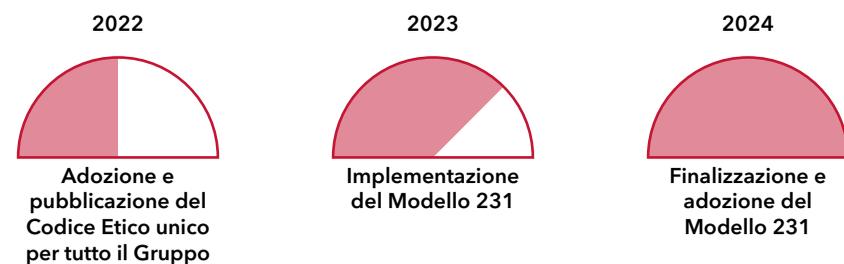
## Analisi di materialità



L'analisi di materialità per il 2023 è stata condotta realizzando un primo studio per anticipare l'obbligo normativo con la nuova direttiva dell'Unione Europea, la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Rispetto all'anno precedente, abbiamo effettuato sia l'analisi di materialità d'impatto sia un primo esercizio di quella finanziaria. Per l'impact materiality, sono stati analizzati gli impatti ambientali, sociali e di governance (ESG), i rischi connessi, la probabilità di accadimento, la gravità, la significatività e la priorità d'azione. Gli impatti identificati come maggiormente significativi sono stati poi ricondotti ai temi materiali. Per la financial

materiality, invece, sono stati esaminati solo i temi prioritari, valutando come i fattori ESG possano influenzare la stabilità finanziaria e l'operatività dell'organizzazione. Le tematiche materiali considerate sono quelle che generano rischi o opportunità per il Gruppo, fornendo ad HModa un indirizzo strategico dei propri investimenti e delle proprie attività nel breve, medio o lungo periodo. Nel 2024, oltre all'analisi di doppia rilevanza, ci impegneremo a includere nel bilancio economico-finanziario specifiche voci destinate a risorse per affrontare i rischi emersi dall'analisi della doppia materialità.

## Etica ed Integrità



L'etica e l'integrità sono di fondamentale importanza per HModa e costituiscono uno dei valori essenziali del nostro Gruppo: integrità, lealtà, onestà, correttezza e trasparenza. Nel 2021, abbiamo esaminato i codici etici esistenti delle aziende appartenenti al Gruppo e abbiamo avviato la preparazione di un nuovo codice etico unificato, che riflettesse i nostri valori e il nostro approccio aziendale. Nel corso del 2022, tale Codice Etico è stato

adottato da tutte le aziende del Gruppo ed è stato pubblicato sul nostro sito web. Contestualmente all'adozione del Codice Etico, è proseguita l'implementazione del Modello Organizzativo 231. Questo progetto riflette il nostro impegno continuo per la sostenibilità e la responsabilità aziendale. Il Modello 231, che entrerà in vigore nel 2024, rappresenta una struttura di governance fondamentale per prevenire reati e migliorare l'integrità operativa.

## Certificazione di prodotto

Nel corso del 2023 Uno Maglia, a seguito delle crescenti richieste di mercato e dei brand, ha implementato la certificazione di prodotto GOTS (Global Organic Textile Standard). Per poter ottenere questa certificazione, la società ha identificato la filiera produttiva da certificare e, successivamente, ha effettuato assessment, attività di miglioramento, monitoraggio e successivi pre-audit per verificare che le aziende individuate fossero conformi agli standard richiesti dal GOTS. Anche la società Beste, entrata a far parte del Gruppo nel corso del 2023, possiede la certificazione GOTS, offrendo una garanzia solida e affidabile ai consumatori.

Un'altra importante certificazione, conseguita nel 2023 da parte di Seriscreen, è la certificazione di prodotto LWG (Leather Working Group), attestazione ambientale a livello mondiale per l'industria manifatturiera della pelle. Il protocollo LWG valuta la conformità ambientale e le capacità prestazionali dei conciatori e dei produttori di pelle, promuovendo pratiche commerciali ambientali sostenibili e appropriate all'interno dell'industria della pelle.

Nel corso degli anni, anche Beste ha

conseguito numerose certificazioni di rilievo nel settore in cui opera. Tra queste, l'Organic Content Standard (OCS) e il Global Organic Textile Standard (GOTS) garantiscono che i materiali organici utilizzati nei prodotti siano verificati da enti terzi indipendenti. Invece, le certificazioni Responsible Down Standard (RDS) e Responsible Wool Standard (RWS) riflettono il nostro impegno per il benessere animale e la trasparenza della catena di approvvigionamento. Infine, il Global Recycle Standard (GRS), implementato nel 2023, assicura il contenuto di materiali riciclati nei prodotti e verifica il rispetto di criteri ambientali e sociali in tutte le fasi della filiera produttiva, dalla trasformazione dei materiali riciclati fino all'etichettatura del prodotto finito.

Per HModa, le certificazioni di processo rivestono un'importanza cruciale, poiché attestano il nostro impegno verso elevati standard di sostenibilità ambientale e sociale. Queste certificazioni sono essenziali per rispettare le richieste dei clienti ed essere competitivi sul mercato, garantendo la trasparenza e la tracciabilità lungo la catena di fornitura, migliorando la nostra reputazione e rafforzando la fiducia dei nostri stakeholder.

## Certificazioni di processo



Il progetto Compliance nasce dalla necessità di fornire alle Aziende HModa una metodologia comune di approccio nella gestione delle operations con particolare focus a livello ambientale, di salute e sicurezza, sociale e

chimico. Per questa ragione le certificazioni di processo sotto citate sono state selezionate per costruire un modello di gestione unico ma al contempo tailorizzato sulle peculiarità di ciascuna realtà aziendale. Il progetto si suddivide

nelle seguenti aree d'azione:

**AMBIENTE:** Sistema di gestione integrato ISO 14001(ambientale) e ISO 45001 (salute e sicurezza)

**SOCIALE:** SA8000 Certificazione per la responsabilità sociale d'impresa, UNI PdR125 per la Parità di genere

**CHIMICA:** Compliance ZDHC

Abbiamo deciso di intraprendere questo cammino per dare solidità e credibilità alle nostre aziende sul mercato e per poterci misurare con standard riconosciuti globalmente come le norme UNI EN ISO e Social Accountability.

Un'altra considerazione che è stata cruciale è relativa alla nostra crescita dimensionale che sempre più necessita di un controllo capillare al fine di mitigare e/o evitare i rischi connessi all'attività d'impresa. Dal punto di vista ambientale, pur non avendo un modello di business particolarmente inquinante connesso alle nostre attività, riteniamo che la certificazione possa essere strategica in vista delle nuove normative dell'Unione Europea

in materia di ambiente e rifiuti e propedeutica all'adozione di un metodo di lavoro comune ed efficiente.

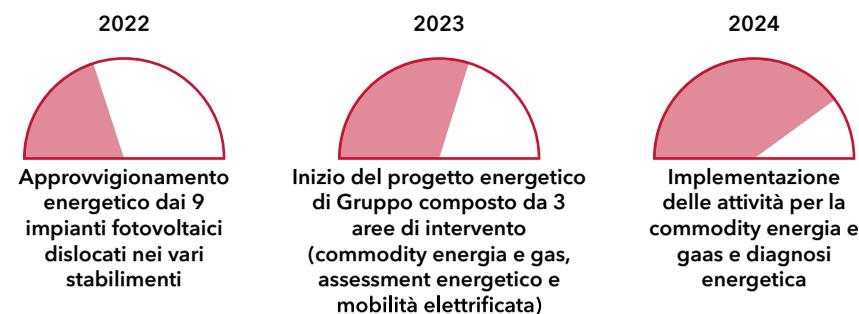
Dal punto di vista sociale le certificazioni individuate sono fondamentali per la mitigazione del rischio in quanto ci permetteranno di rendere omogenee realtà ad oggi gestite eterogeneamente e di confermare gli impegni presi all'interno del nostro Piano Strategico di Sostenibilità in materia di responsabilità sociale d'impresa e di parità di genere. Nel corso del 2023 le aziende HModa hanno adottato gradualmente un unico consulente del lavoro per gestire i dati nella maniera più uniforme possibile. L'area di compliance chimica è per noi strategica in quanto ci permette di rispettare le richieste della nostra clientela e monitorare il nostro impatto ambientale.

In conclusione, riteniamo che le certificazioni di processo siano fondamentali per uniformare il metodo di lavoro e consentirci un ottimo posizionamento di mercato. Inoltre, da esse derivano benefici organizzativi, reputazionali, di engagement delle nostre Persone e, nel caso di quelle ambientali, anche di riduzione degli sprechi.

Infine, per la mobilità elettrificata, è stata effettuata un'analisi della flotta aziendale, monitorando costi ed emissioni. Verranno selezionati veicoli e colonnine di ricarica, con una sostituzione progressiva della flotta per ridurre le emissioni di CO2.

Il progetto energetico mira a unificare la fornitura energetica sotto un unico fornitore, garantendo approvvigionamento da fonti rinnovabili certificate, riduzione dei costi e delle emissioni relative allo Scope 2, miglioramento dell'efficienza energetica, e una transizione verso una mobilità sostenibile, evidenziando l'impegno di HModa verso la sostenibilità.

## Energia



Nel 2023, è stato avviato un ambizioso progetto energetico con termine previsto nel 2025, articolato in tre aree principali. In ambito di approvvigionamento energetico, è stato selezionato un nuovo fornitore di energia elettrica, con la richiesta aggiuntiva di certificati di origine rinnovabile dal GSE. Un processo analogo verrà applicato al gas nel 2024.

Nell'area dell'assessment energetico, è stata condotta un'analisi approfondita per identificare inefficienze e proporre interventi di ottimizzazione, inclusi miglioramenti agli edifici e l'espansione degli impianti fotovoltaici. Un report dettagliato di Diagnosi Energetica sarà completato nel prossimo anno e presentato all'ENEA.

## Emissioni GHG



Il percorso di monitoraggio e rendicontazione delle emissioni di HModa, iniziato nel 2021, è proseguito nel 2023 con la misurazione delle emissioni di gas serra direttamente collegate alle attività aziendali (Scope 1 e 2) e quelle indirette a monte e a valle dell'organizzazione (Scope 3). In particolare, lo Scope 2 è stato calcolato sia con il metodo location-based, riflettendo le emissioni medie del mix energetico nazionale per Italia e India, sia con il metodo market-based, che tiene conto delle specifiche fonti energetiche acquistate.

le emissioni indirette dello Scope 3, misurando un numero maggiore di categorie rispetto all'anno precedente, in conformità con il GHG Protocol. Lo standard prevede la suddivisione dello Scope 3 in 15 categorie, delle quali 8 sono rilevanti per il settore moda, e quest'anno ne abbiamo rendicontate 6 rispetto alle due dell'anno precedente.

Di seguito è riportata una panoramica dell'andamento delle nostre emissioni (si consideri che le emissioni totali sono più alte a causa dell'aumento del numero di aziende)

Dal 2022, il Gruppo ha iniziato a rendicontare

# Emissioni Location-Based 2021, 2022 e 2023

2021

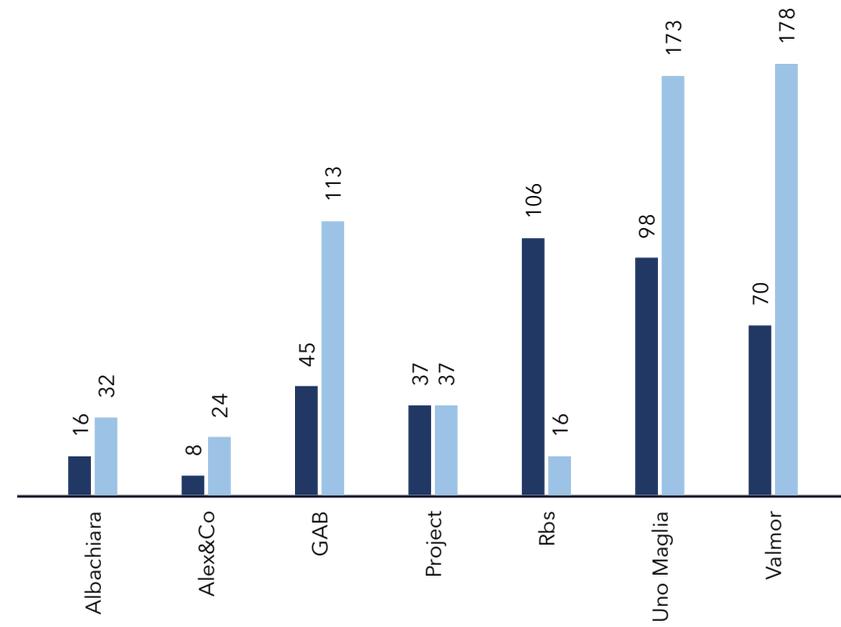


Figura 40: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2

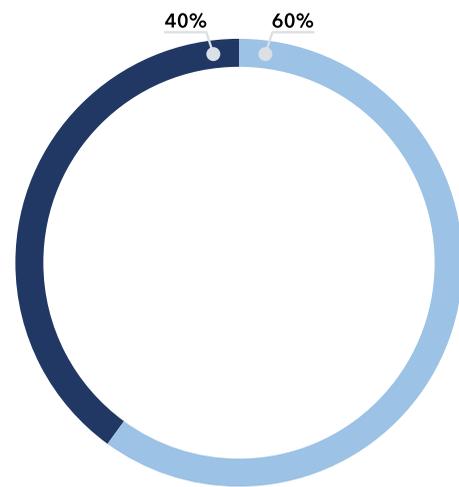


Figura 41: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2

■ Emissioni Scope 1 (tonCO2e)
 ■ Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e)

2022

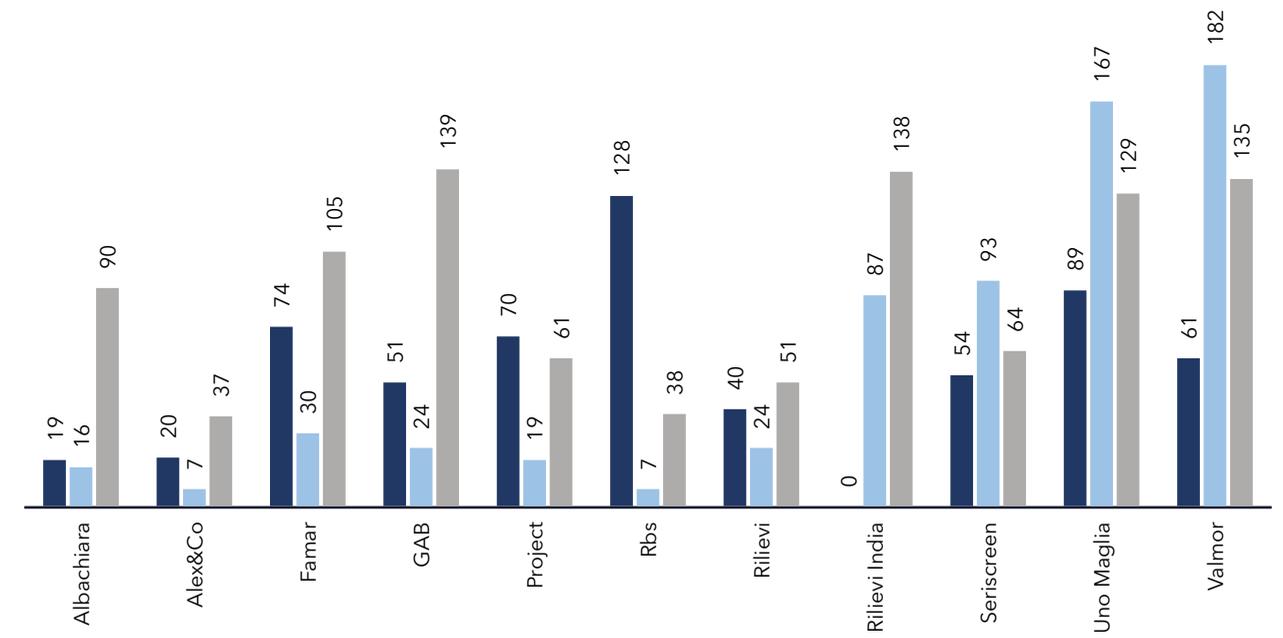


Figura 42: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

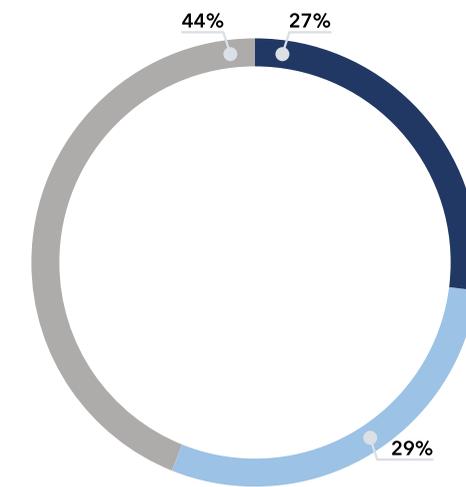


Figura 43: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

■ Emissioni Scope 1 (tonCO2e)
 ■ Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e)
 ■ Emissioni Scope 3 (tonCO2e)

2023

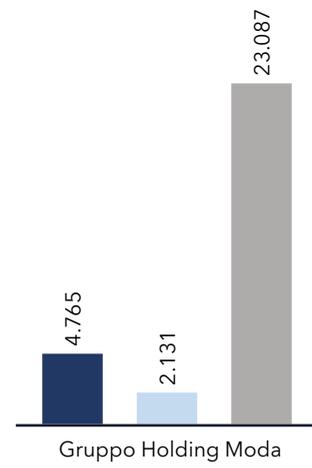


Figura 44: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

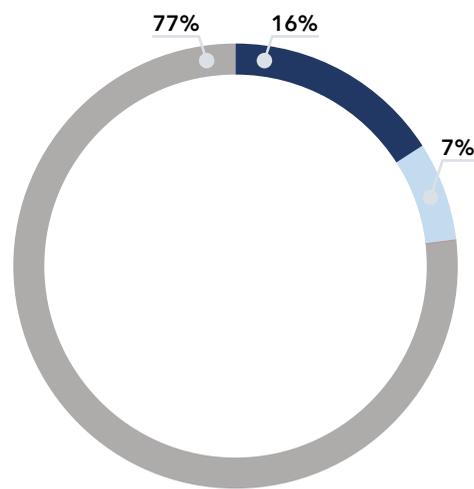


Figura 45: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

■ Emissioni Scope 1 (tonCO2e)
 ■ Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e)
 ■ Emissioni Scope 3 (tonCO2e)

## Emissioni Market-Based 2021 e 2022

2021

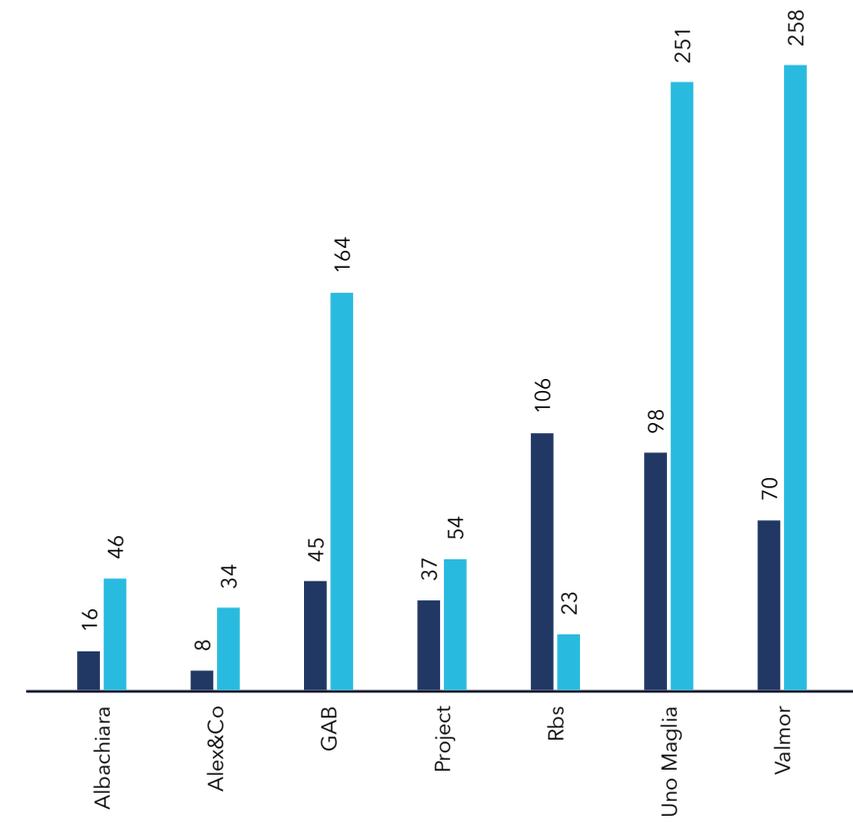


Figura 46: Emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2

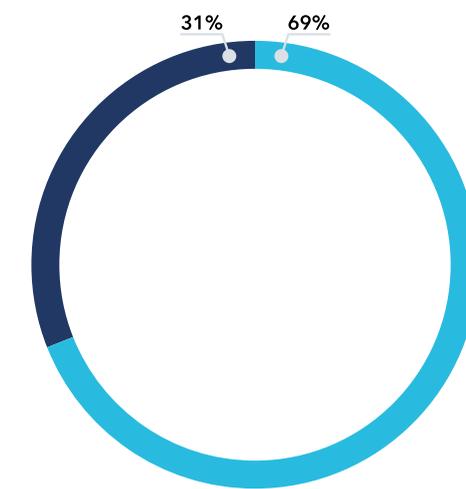


Figura 47: Composizione delle emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2

■ Emissioni Scope 1 (tonCO2e)
 ■ Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e)

2022

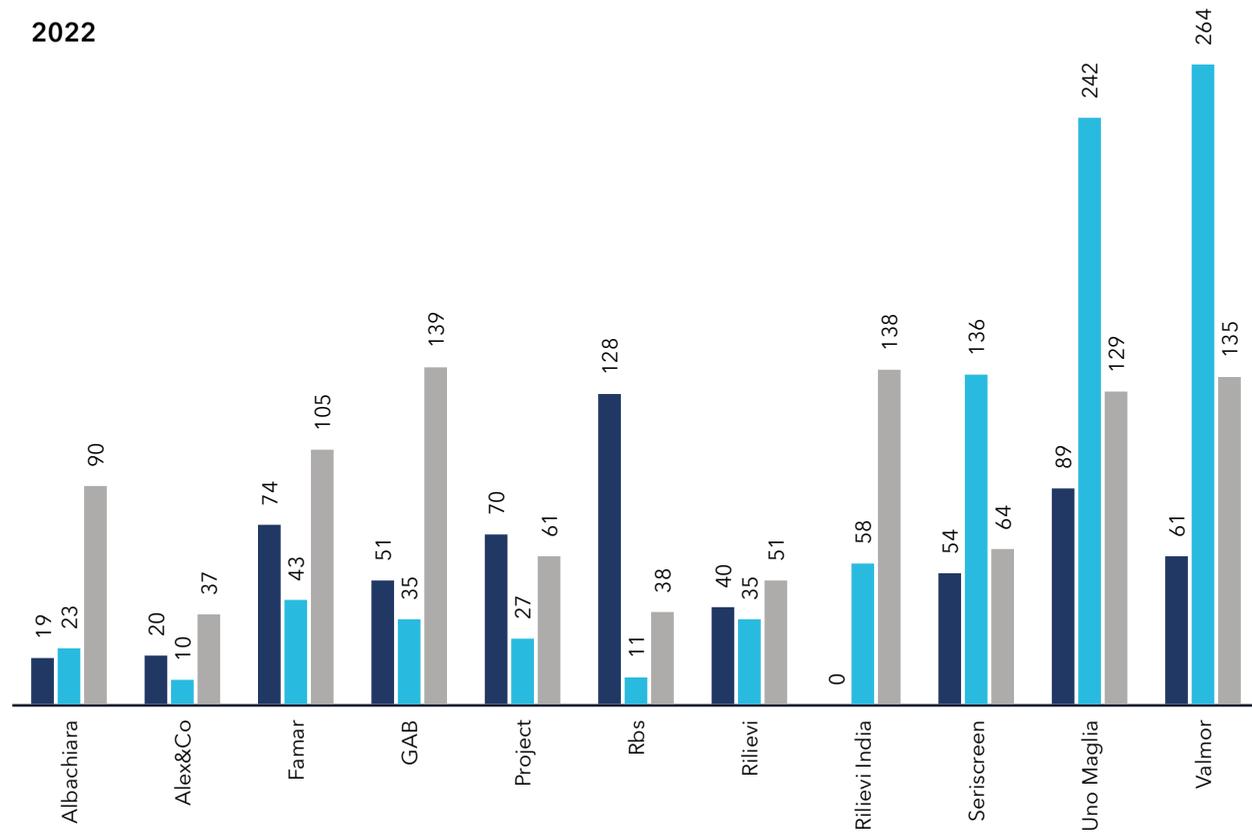


Figura 48: Emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

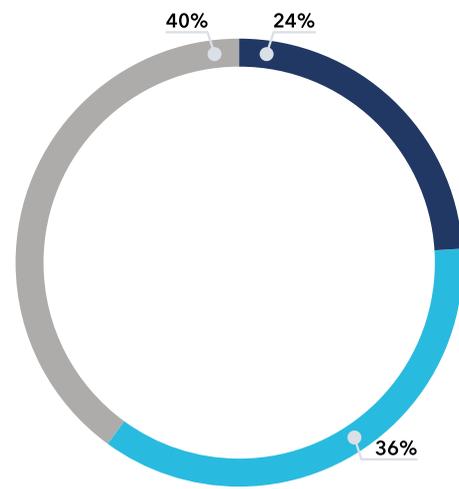


Figura 49: Composizione delle emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

■ Emissioni Scope 1 (tonCO2e) 
 ■ Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e) 
 ■ Emissioni Scope 3 (tonCO2e)

2023

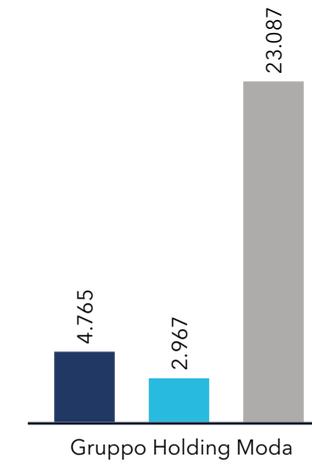


Figura 50: Emissioni totali Gruppo Holding Moda market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

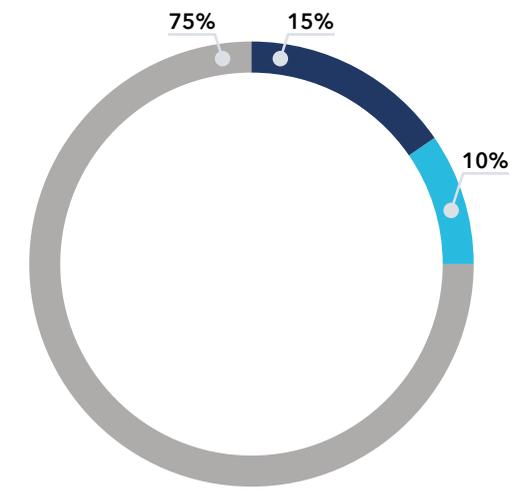


Figura 51: Composizione delle emissioni totali Gruppo Holding Moda market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

■ Emissioni Scope 1 (tonCO2e) 
 ■ Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e) 
 ■ Emissioni Scope 3 (tonCO2e)

# Rating ESG

## Rating ESG CDP

HModa nel portare avanti il suo impegno di trasparenza verso i propri stakeholder e verso il mercato, nel 2022, ha voluto misurarsi con il proprio mercato di riferimento sottoponendosi al Climate Change Questionnaire di CDP (Carbon Disclosure Project)<sup>7</sup>.

CDP è un'organizzazione non-profit globale che supporta le aziende nella divulgazione della loro impronta ecologica. Ha l'obiettivo di rendere la rendicontazione ambientale e la gestione del rischio una prassi aziendale e guidare la divulgazione, la comprensione e le azioni di mitigazioni verso un'economia sostenibile. Carbon Disclosure Project viene utilizzato dalle organizzazioni, dagli investitori e dalle banche per prendere decisioni consapevoli e premiare le aziende ad alte prestazioni.

Il questionario si è evoluto nel tempo in linea con gli ultimi sviluppi della scienza climatica e delle politiche globali. L'accordo di Parigi del 2015 è stato un punto di svolta nell'approccio globale al cambiamento climatico. Accettando di contenere l'aumento della temperatura globale al di sotto dei 2°C e proseguendo gli sforzi per limitare il riscaldamento a meno di 1,5°C, i governi si sono impegnati per una transizione verso un'economia a zero emissioni di carbonio.

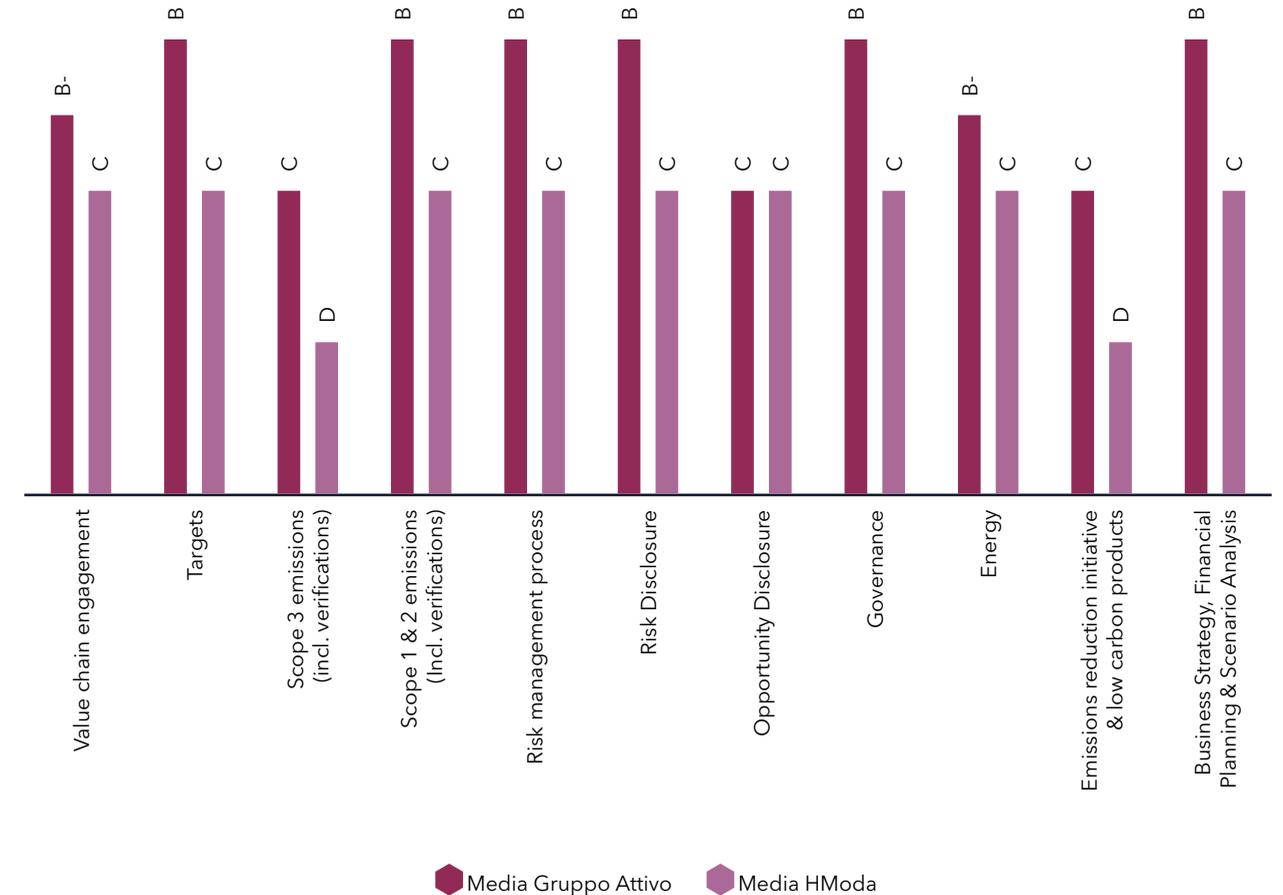
Le autorità di regolamentazione hanno iniziato a rispondere ai rischi climatici, in particolare servendosi delle raccomandazioni formulate dalla Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD). Istituita dal Financial Stability Board, la TCFD ha portato avanti l'agenda sulla divulgazione delle informazioni climatiche sottolineando il legame tra rischio legato al clima e stabilità finanziaria. La Task Force ha raccomandato che sia le aziende che gli investitori divulgino le informazioni sui cambiamenti climatici. Ciò include se stanno conducendo analisi di scenario in linea con un percorso di 1,5°C e quindi definendo

in che modo le questioni legate al clima influiscono sulla loro strategia e pianificazione finanziaria. In questo contesto la richiesta da parte degli investitori firmatari di CDP alle aziende di divulgare dati ambientali completi e comparabili nei loro rapporti principali si amplifica sensibilmente, promuovendo ulteriormente la gestione del rischio legato al clima.

Il questionario si struttura in 15 moduli a cui rispondere e su cui si viene valutati:

- Governance
- Rischi e opportunità
- Business strategy
- Obiettivi e prestazioni
- Metodologia delle emissioni
- Dati sulle emissioni
- Energia
- Metriche aggiuntive
- Verifica
- Carbon pricing
- Engagement
- Biodiversità

Di seguito si riportano le valutazioni attribuite al Gruppo su ciascun modulo.



Per ciascuna categoria sono riportati a confronto gli score della performance media del settore tessile mondiale e in rosa gli score totalizzati dal Gruppo.

HModa ha intrapreso questo percorso al fine di:

- Aumentare la trasparenza in materia di impatto ambientale, identificando le aree a maggiore rischio
- Evidenziare ed aumentare la centralità della sfera ambientale nelle decisioni di business, adeguando la reportistica ambientale a quella finanziaria e viceversa.
- Favorire la riduzione delle emissioni e la diffusione delle migliori pratiche

- Anticipare le richieste normative

Il rating al termine della compilazione rilascia uno score basato sul settore di appartenenza (Textile & Fabric per Holding Moda) e una mappa delle aree di miglioramento in modo tale da permettere di strutturare azioni misurabili e KPIs per intervenire. Le aziende vengono valutate su 4 livelli consecutivi, che rappresentano i passaggi da compiere per progredire nella gestione ambientale:

- **Score A/A-, Leadership:** l'azienda sta implementando le migliori pratiche correnti ed è per questo una guida per le aziende del settore di appartenenza;
- **Score B/B-, Management:** l'azienda sta intraprendendo azioni coordinate sulle questioni climatiche;

<sup>7</sup> <https://www.cdp.net/en>

Score C/C-, Awareness: l'azienda conosce le questioni climatiche ed è in grado di valutare i propri impatti;

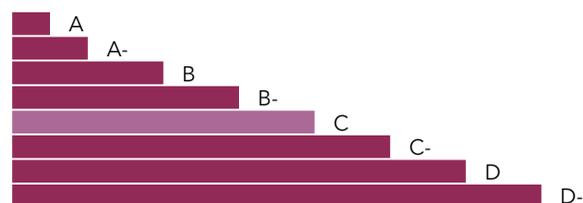
Score D/D-, Disclosure: l'azienda è trasparente sulle questioni climatiche

Score F: l'azienda non riesce a divulgare tramite CDP

Il 2023 è stato il secondo anno di sottoscrizione di CDP per HModa e si sono rendicontati i dati del 2022 e le azioni intraprese dal dipartimento di sostenibilità HPlanet. Il punteggio totalizzato da HModa nel 2023 si riferisce ai dati del 2022.

Lo score ottenuto dal Climate Change Questionnaire è C, in linea con la media mondiale del settore.

### CDP Score HModa



### Score medio



**Leadership (A/A-):** Implementing current best practices  
**Management (B/B-):** Taking coordinated action on climate issues  
**Awareness (C/C-):** Knowledge of impacts on, and of, climate issues  
**Disclosure (D/D-):** Transparent about climate issues

### Ecovadis

Ecovadis<sup>8</sup> rappresenta una piattaforma di riferimento a livello internazionale per la valutazione della sostenibilità aziendale, offrendo un sistema di rating approfondito delle pratiche di sostenibilità in ambito ambientale, sociale ed etico. La società francese è attualmente il maggiore fornitore di valutazioni sulla sostenibilità delle imprese, con una rete globale di oltre 130 mila aziende appartenenti a 220 filiere industriali in più di 180 Paesi.

Il questionario si basa su 21 criteri di sostenibilità e valuta la performance delle organizzazioni su quattro temi chiave:

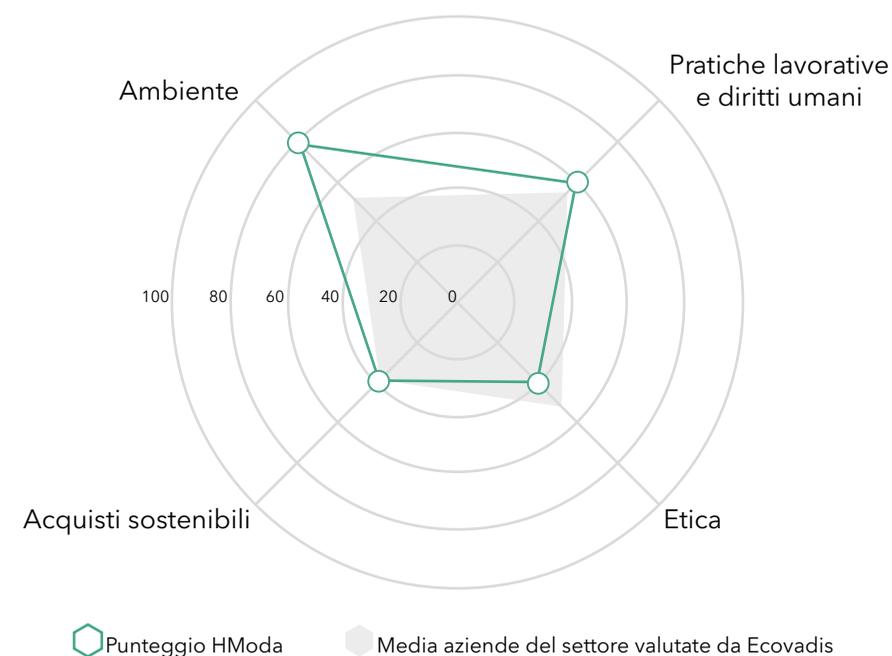
- **Ambiente**
- **Pratiche lavorative e Diritti Umani**
- **Etica**

### Acquisti sostenibili

La compilazione del rating Ecovadis riveste un'importanza strategica, poiché consente alle aziende di ottenere una valutazione dettagliata delle proprie performance sostenibili, evidenziando le aree di miglioramento e permettendo un confronto con gli standard del settore.

Per il primo anno, HModa ha ricevuto da Ecovadis una valutazione complessiva della performance di sostenibilità "Buona" corrispondente a un punteggio finale di 55 su 100.

Al termine del monitoraggio, il Gruppo risulta perfettamente in linea con i risultati del settore in ambito ESG, come evidenziato nell'immagine sottostante:



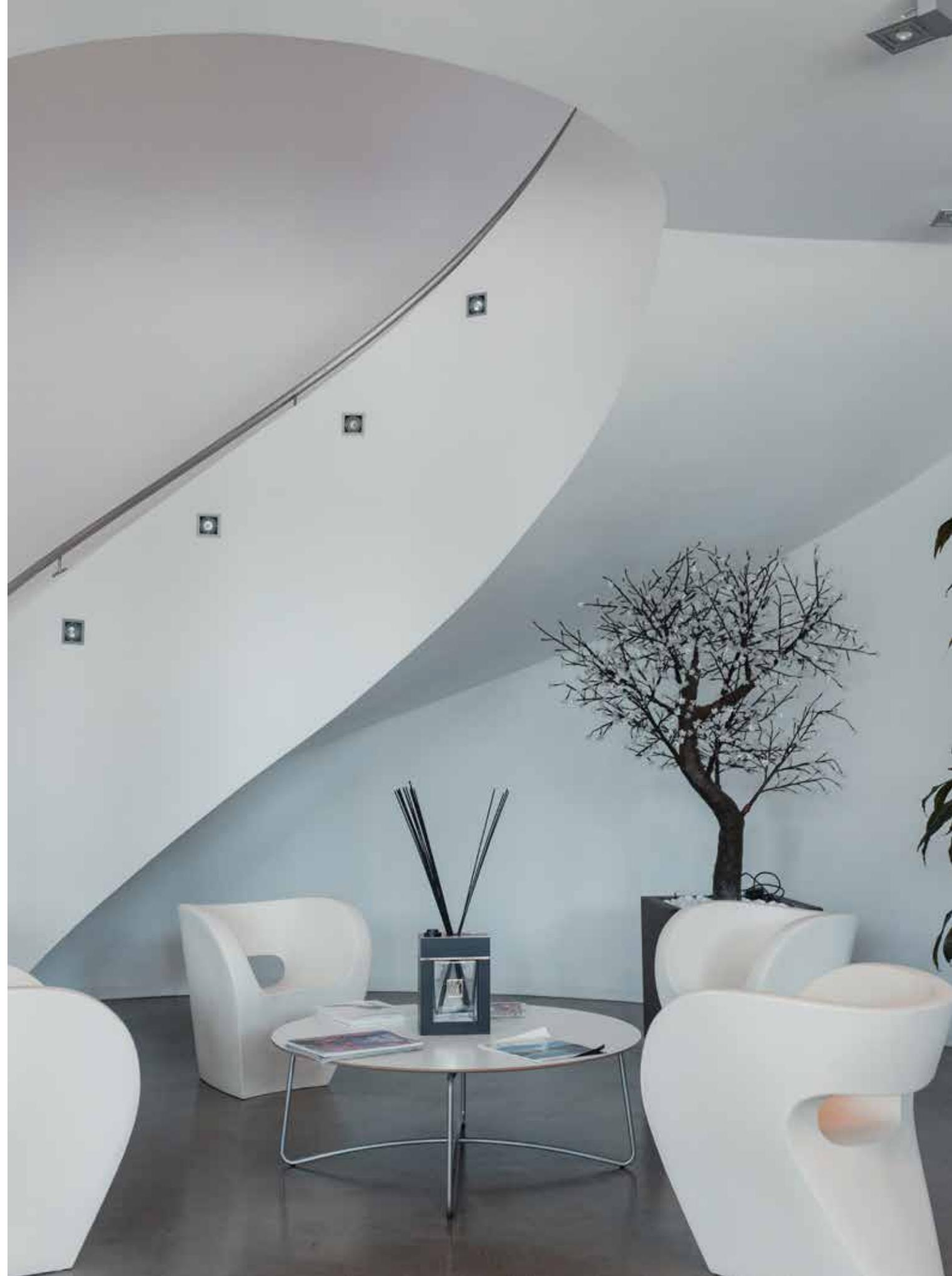
La compilazione del questionario ha offerto a HModa la possibilità di aumentare la trasparenza e la fiducia con gli stakeholder,

migliorare continuamente le proprie pratiche sostenibili e comparare le proprie performance con gli standard del settore.

<sup>8</sup> <https://ecovadis.com/>

Appendice

10



## 10.1 GRI Content Index

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Dichiarazione d'uso                | Holding Moda S.r.l. ha presentato una rendicontazione in accordance rispetto agli Standard GRI per il periodo 01.01.2023 - 31.12.2023 |
| GRI 1 utilizzato                   | GRI 1: Foundation 2021  |
| Standard di settore GRI Pertinenti | -   |

| GRI  | Dettaglio GRI Standard  | Riferimento  | Omissioni |
|--|---|--|-----------|
| GRI 2 Informativa generale 2021  | <b>L'organizzazione e le pratiche di reporting</b>  |  |           |
|  | Informativa 2-1 Dettagli organizzativi  | 8, 25-27, 85   |           |
|  | Informativa 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione       | 8-10   |           |
|  | Informativa 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto                       | 10   |           |
|  | Informativa 2-4 Revisione delle informazioni  | 10   |           |
|  | Informativa 2-5 Assurance esterna   | 10, 281-283  |           |
|  | <b>Attività e lavoratori</b>  |  |           |
|  | Informativa 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business                        | 25-27, 120-122, 136-139, 124-127   |           |
|  | Informativa 2-7 Dipendenti  | 201-202, 254   |           |
|  | Informativa 2-8 Lavoratori non dipendenti   | 255  |           |
|  | <b>Governance</b>   |  |           |
|  | Informativa 2-9 Struttura e composizione della governance                                       | 88-93  |           |
|  | Informativa 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo                               | 92   |           |
|  | Informativa 2-11 Presidente del massimo organo di governo                                       | 92-93  |           |
|  | Informativa 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti | 92   |           |
|  | Informativa 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti                            | 92   |           |
|  | Informativa 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità     | 92   |           |
|  | Informativa 2-15 Conflitti d'interesse  | <a href="https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf">https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf</a><br>95-96 |           |
| Informativa 2-16 Comunicazione delle criticità                               | 95-95   |  |           |
| Informativa 2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo         | 89-90, 92   |  |           |
| Informativa 2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo | 92  |  |           |

| GRI   | Dettaglio GRI Standard   | Riferimento  | Omissioni   |
|---|--|--|---|
| GRI 2 Informativa generale 2021               | Informativa 2-19 Norme riguardanti le remunerazioni  | 98-101, 256  |   |
|   | Informativa 2-20 Procedura di determinazione della retribuzione  | 98-101, 256  |   |
|   | Informativa 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale   |  | L'omissione riguarda tutto l'indicatore. La ragione è l'indisponibilità/incompletezza delle informazioni. Tali informazioni non sono disponibili o sono incomplete in quanto Holding Moda al momento non è dotata di sistemi di raccolta dei dati e delle informazioni interessate. |
|   | <b>Strategia, policy e pratiche</b>  |  |   |
|   | Informativa 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile                                       | 36-47, 98-101  |   |
|   | Informativa 2-23 Impegno in termini di policy  | 36-41, 42-47   |   |
|   | Informativa 2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy   | 36-41, 42-47, 98-101   |   |
|   | Informativa 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi   | 99-101   |   |
|   | Informativa 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni                            | 95-96  |   |
|   | Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti  | <a href="https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf">https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf</a><br>256 |   |
| Informativa 2-28 Appartenenza ad associazioni | 42-47, 256   |  |   |
| <b>Stakeholder engagement</b>                 |  |  |   |
|   | Informativa 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder   | 110  |   |
|   | Informativa 2-30 Contratti collettivi  | 188-202, 256   |   |
| <b>Disclosure sui temi materiali</b>          |  |  |   |
| GRI 3 Temi materiali 2021                     | Informativa 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali  | 113, 115   |   |
|   | Informativa 3-2 Elenco di temi materiali   | 113-115  |   |
| <b>Performance economiche</b>                 |  |  |   |
| GRI 3 Temi materiali 2021                     | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 104-106, 113-115, 256-255  |   |
| GRI 201 Performance economica 2016            | Informativa 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito  | 105  |   |
|   | Informativa 201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità risultanti dal cambiamento climatico | 104-106, 117   |   |
|   | Informativa 201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici               | 256-257  |   |
|   | Informativa 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo  | 257  |   |

| GRI                                       | Dettaglio GRI Standard   | Riferimento  | Omissioni |
|---|--|--|-----------|
| <b>Presenza sul mercato</b>               |  |  |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 257   |           |
| GRI 202 Presenza sul mercato 2016         | Informativa 202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale           | 257  |           |
| <b>Prassi di approvvigionamento</b>       |  |  |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 139   |           |
| GRI 204 Prassi di approvvigionamento 2016 | Informativa 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali                  | 139  |           |
| <b>Anticorruzione</b>                     |  |  |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 117, 256-257  |           |
| GRI 205 Anticorruzione 2016               | Informativa 205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione            | <a href="https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf">https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf</a><br>117 |           |
|   | Informativa 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione               | <a href="https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf">https://www.hmoda.it/wp-content/uploads/2024/03/HM-Codice-Etico-1.pdf</a><br>257 |           |
|   | Informativa 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate                             | 258  |           |
| <b>Energia</b>                            |  |  |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 151-153, 257-258  |           |
| GRI 302 Energia 2016                      | Informativa 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione                                    | 258  |           |
|   | Informativa 302-3 Intensità energetica   | 258  |           |
| <b>Acqua e affluenti</b>                  |  |  |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 133-134, 151-153, 259   |           |
| GRI 303 Acqua e affluenti 2016            | Informativa 303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa                                   | 151-153, 259   |           |
|   | Informativa 303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua                            | 133-134, 151-152, 259  |           |
|   | Informativa 303-3 Prelievo idrico  | 151-152, 259   |           |
|   | Informativa 303-4 Scarico idrico   | 151-152, 259   |           |
|   | Informativa 303-5 Consumo idrico   | 151-152, 259   |           |
| <b>Emissioni</b>                          |  |  |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 160-165, 235-238, 241, 264-268  |           |
| GRI 305 Emissioni 2016                    | Informativa 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)                         | 160-162, 238, 241, 264-268   |           |
|   | Informativa 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2) | 161-163, 238, 241, 267-268   |           |
|   | Informativa 305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)                 | 161, 164-165, 238, 241, 264  |           |
|   | Informativa 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)                           | 260  |           |

| GRI   | Dettaglio GRI Standard   | Riferimento               | Omissioni |
|---|--|---------------------------|-----------|
|   | <b>Rifiuti</b>   |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                         | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 174-183, 260-261 |           |
|   | Informativa 306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti  | 174-183                   |           |
|   | Informativa 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti   | 174-183                   |           |
| GRI 306 Rifiuti 2020                              | Informativa 306-3 Rifiuti generati   | 175, 273                  |           |
|   | Informativa 306-4 Rifiuti non conferiti in discarica   | 260                       |           |
|   | Informativa 306-5 Rifiuti conferiti in discarica   | 261                       |           |
|   | <b>Valutazione ambientale dei fornitori</b>  |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                         | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 132-134, 221-222 |           |
| GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016 | Informativa 308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e misure adottate  | 132-134, 221-222          |           |
|   | <b>Salute e sicurezza dei lavoratori</b>   |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                         | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 113-115, 191-192, 261     |           |
|   | Informativa 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro  | 191                       |           |
|   | Informativa 403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti   | 191-192                   |           |
|   | Informativa 403-3 Servizi per la salute professionale  | 191-192                   |           |
|   | Informativa 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione      | 191-192                   |           |
| GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018        | Informativa 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro  | 191-192                   |           |
|   | Informativa 403-6 Promozione della salute dei lavoratori   | 191-192                   |           |
|   | Informativa 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business | 191-192                   |           |
|   | Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro   | 192, 261                  |           |
|   | Informativa 403-10 Malattia professionale  | 192                       |           |
|   | <b>Diversità e pari opportunità</b>  |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                         | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali  | 93, 113-115, 190, 193-197 |           |
| GRI 405 Diversità e pari opportunità              | Informativa 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti  | 93, 190, 193-197          |           |

| GRI                                       | Dettaglio GRI Standard  | Riferimento               | Omissioni |
|---|---|---------------------------|-----------|
|   | <b>Non discriminazione</b>  |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali   | 113-115, 193-195          |           |
| GRI 406 Non discriminazione               | Informativa 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate                                 | 193, 279                  |           |
|   | <b>Valutazione sociale dei fornitori</b>  |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali   | 113-115, 132-134, 221-222 |           |
| GRI 414 Valutazione sociale dei fornitori | Informativa 414-2 Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese                  | 132-134, 221-222, 261     |           |
|   | <b>Privacy dei clienti</b>  |                           |           |
| GRI 3 Temi materiali 2021                 | Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali   | 113-115, 261              |           |
| GRI 418 Privacy dei clienti               | Informativa 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati | 261                       |           |

## Informativa 2-7 Dipendenti

|        |         | Contratti a Tempo Indeterminato |       |
|--------|---------|---------------------------------|-------|
|        |         | Regione geografica              |       |
|        |         | Italia                          | India |
| Genere | Femmine | 662                             | 14    |
|        | Maschi  | 416                             | 53    |

|        |         | Contratti a Tempo Determinato |       |
|--------|---------|-------------------------------|-------|
|        |         | Regione geografica            |       |
|        |         | Italia                        | India |
| Genere | Femmine | 107                           | 0     |
|        | Maschi  | 60                            | 0     |

|        |         | Totale dipendenti  |       |
|--------|---------|--------------------|-------|
|        |         | Regione geografica |       |
|        |         | Italia             | India |
| Genere | Femmine | 862                | 14    |
|        | Maschi  | 536                | 53    |

Nel totale sono ricompresi i dipendenti con contratto di apprendistato, che non figurano nelle due tabelle precedenti.

|        |         | Totale dipendenti a tempo pieno |       |
|--------|---------|---------------------------------|-------|
|        |         | Regione geografica              |       |
|        |         | Italia                          | India |
| Genere | Femmine | 806                             | 14    |
|        | Maschi  | 527                             | 53    |

|        |         | Totale dipendenti a tempo parziale |       |
|--------|---------|------------------------------------|-------|
|        |         | Regione geografica                 |       |
|        |         | Italia                             | India |
| Genere | Femmine | 56                                 | 0     |
|        | Maschi  | 9                                  | 0     |

Le cifre sono da considerarsi per i soli lavoratori dipendenti al 31.12.2023. I dipendenti appartenenti alla regione geografica Italia sono imputabili alle aziende presenti sul territorio italiano, la sola ragione sociale Rilievi India ha dipendenti situati nella regione geografica India (Mumbai). La variazione dei dipendenti è imputabile alle nuove acquisizioni aziendali.

## Informativa 2-8 Lavoratori non dipendenti

|   | Collaboratori / Amministratori | Interinale / Somministrati | Tirocinante | Totale |
|---|--------------------------------|----------------------------|-------------|--------|
| n. totale dei lavoratori non dipendenti | 18                             | 37                         | 16          | 71     |

La forza lavoro del Gruppo, comprende diverse tipologie di lavoratori non dipendenti che contribuiscono attivamente alle attività dell'organizzazione:

- gli amministratori e i collaboratori: sono generalmente gli imprenditori, rimasti in azienda con il loro ruolo direzionale, offrono la loro esperienza e competenze alla gestione dei business
- gli stagisti, i tirocinanti curricolari e extracurricolari: operano in diversi reparti, imparando l'arte di numerose lavorazioni e fornendo un supporto fondamentale alle operazioni aziendali
- i lavoratori interinali: contribuiscono alla gestione del flusso di lavoro durante i periodi di picco dell'attività e sovente vengono poi assunti come lavoratori dipendenti

Il numero totale dei lavoratori non dipendenti al 31.12.23 è di 71.

## Informativa 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale

Nel calcolo della retribuzione dei lavoratori è stato preso in considerazione esclusivamente il personale dipendente in forza al 31 dicembre 2023. Le altre tipologie di lavoratori, nonché coloro che hanno cessato il rapporto di lavoro prima di tale data, non sono stati inclusi poiché non hanno maturato il 100% della retribuzione annua a causa dell'uscita dall'azienda prima della fine dell'anno. Di conseguenza, tali lavoratori potrebbero non aver ottenuto premi o altri benefit riservati a chi rimane in forza per l'intero anno.

È stato creato un aggregato comprendente tutti i lavoratori, successivamente suddiviso in:

- Lavoratori dipendenti
- Lavoratori non dipendenti, amministratori e collaboratori

Dal calcolo della retribuzione variabile sono stati esclusi:

- I lavoratori di Rilievi India, poiché sottostanno a una legislazione differente e non possono essere paragonati con gli equivalenti italiani;
- I lavoratori interinali, in quanto non sono dipendenti delle società del Gruppo, ma di società esterne con cui il Gruppo ha rapporti commerciali;
- Gli stagisti, poiché il loro servizio non è configurabile come lavoro dipendente, ma come periodo di formazione. Per questi, il rimborso spese può variare da azienda ad azienda in quanto il minimo di rimborso spese è stabilito dalle regioni di appartenenza;
- Gli amministratori ed i collaboratori delle società del Gruppo, ove i dati dei compensi non siano stati comunicati dalle aziende.

I dati retributivi dei lavoratori che hanno iniziato la loro prestazione di servizio presso le società nel corso del 2023 sono stati riparametrati al fine di ottenere un importo equivalente a una retribuzione annua completa.

La parte variabile della retribuzione differisce da azienda a azienda, in quanto l'attribuzione di bonus ai lavoratori è una scelta aziendale, comportando così possibili variazioni significative tra le diverse imprese.

## Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti

### Conformità a leggi e regolamenti 2023

|  |   |
|--|---|
| Numero totale dei casi di non conformità                       | 0 |
| Numero dei casi in cui si sono pagate pene pecuniarie          | 0 |
| Numero dei casi in cui si è incorsi in sanzioni non pecuniarie | 0 |

## Informativa 2-28 Appartenenza ad associazioni

HModa è associata tramite la holding principale HIND a United Nation Global Compact, Unione Industriali di Torino, Sistema Moda Italia, Confindustria (tramite le aziende Famar, Valmor).

Holding Moda ha inoltre aderito al Monitor for Circular Fashion promosso da SDA Bocconi e a Slow Fiber.

## Informativa 2-30 Contratti collettivi

Tutti i dipendenti delle aziende Holding Moda sono inquadrati con Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro. Nello specifico i CCNL di riferimento per le nostre aziende sono: CCNL Tessile Abbigliamento, CCNL Calzature o con CCNL Editoria e Grafica.

## Informativa 201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici

Il piano pensionistico in vigore per il gruppo Holding Moda è il TFR, il trattamento di fine rapporto, una prestazione economica riconosciuta ai lavoratori dipendenti come emolumento aggiuntivo rispetto alla retribuzione ordinaria. Ne hanno diritto tutti i lavoratori subordinati, occupati con un contratto a tempo indeterminato o determinato, compresi i lavoratori part-time. L'importo del TFR è legato allo stipendio del lavoratore, il quale ogni matura una determinata somma accantonata dal proprio datore di lavoro. Si tratta in pratica di una retribuzione differita riconosciuta al dipendente per ogni mese di lavoro, in quanto non viene pagata subito ma quando si interrompe il rapporto lavorativo con l'azienda. Spesso il TFR viene anche chiamato comunemente liquidazione, indicando il pagamento del trattamento di fine rapporto da parte del datore di lavoro, quando effettua la liquidazione del TFR in base a quanto maturato dal lavoratore fino a quel momento. Il TFR viene pagato quando avviene la cessazione del rapporto di lavoro, a prescindere dalla motivazione.

Questo emolumento, infatti, viene corrisposto in tutti i seguenti casi:

- licenziamento del lavoratore;
- dimissioni volontarie del dipendente;

- raggiungimento dell'età pensionabile.

In queste circostanze il lavoratore ha diritto a ricevere il compenso maturato; quindi, il datore di lavoro deve realizzare il calcolo del TFR e versare quando dovuto al dipendente. La rivalutazione del TFR avviene su base annuale, tenendo conto di una serie di indici di riferimento previsti dalle normative di legge. La somma però viene maturata mensilmente, quindi i lavoratori devono ricevere il TFR anche se hanno prestato servizio per un periodo inferiore a 12 mesi. Il calcolo del TFR prevede innanzitutto il conteggio della retribuzione annua, un valore da dividere per un coefficiente di 13,5. Successivamente l'importo ottenuto è soggetto alla rivalutazione del TFR in base all'inflazione registrata durante l'anno. Per farlo si impiegano appositi indici, con una rivalutazione standard del 75% rispetto all'inflazione rilevata dall'Istat. A questa somma bisogna poi aggiungere un tasso fisso dell'1,5%, ottenendo dunque il valore del trattamento di fine rapporto spettante al lavoratore. Le due opzioni per un lavoratore dipendente sono lasciare il TFR in azienda o investirlo in un fondo pensione. Entro sei mesi dall'assunzione, infatti, il lavoratore deve decidere come gestire questo emolumento, aderendo a un fondo complementare pensionistico oppure tenendo l'importo maturato all'interno dell'azienda. Nel primo caso si tratta di una scelta che non può essere revocata, nel secondo invece è possibile decidere successivamente di destinare il TFR a un fondo complementare. Quando il TFR viene lasciato in azienda, se l'impresa ha meno di 50 dipendenti è il datore di lavoro responsabile della gestione dell'emolumento, mentre per le attività con più di 50 dipendenti il TFR viene conferito automaticamente al Fondo di Tesoreria dell'INPS. In questo caso viene applicata una tassazione di almeno il 23%, rendendo poco attrattivo mantenere il TFR nell'impresa al giorno d'oggi, considerando anche la rivalutazione minima obbligatoria piuttosto bassa (1,5% fisso più 75% del tasso di inflazione rilevato dall'Istat). Molti dipendenti infatti scelgono di aderire a un fondo pensione, utilizzando il TFR maturato per versare i contributi periodici. Si tratta di una forma di previdenza complementare, con la possibilità di ricevere al raggiungimento dell'età pensionabile il pagamento del capitale in un'unica soluzione oppure tramite una rendita. Inoltre, nei fondi pensione il TFR può rivalutarsi in modo maggiore rispetto ai minimi di legge, oltre a beneficiare di una tassazione agevolata; tuttavia, è fondamentale scegliere con attenzione i fondi giusti con il supporto di un consulente esperto<sup>9</sup>.

## Informativa 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo

Nel 2022 il Gruppo ha beneficiato del Bonus Tessile, regolarmente registrato e utilizzato in compensazione con gli F24 nel corso dell'anno. Nel corso del 2023 invece non abbiamo usufruito del Bonus Tessile.

## Informativa 202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale

Al 31.12.2023 il 90% dei principals delle aziende Holding Moda risultano essere a livello locale, ovvero sono della stessa nazionalità del paese in cui lavorano (Italia).

## Informativa 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione

Il numero di membri dell'organo di governo e dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione è pari a 0. A tutti i membri del CdA sono state comunicate le normative e le procedure anticorruzione del Gruppo, il codice etico è condiviso con tutti i dipendenti ed è esposto in tutte le aziende, nonché sul sito internet, dove è consultabile anche dai partner aziendali.

<sup>9</sup> <https://quifinanza.it/lavoro/come-funziona-il-tfr-calcolo-tassazione-e-liquidazione/595878/>

### Informativa 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate

#### Incidenti confermati di corruzione

|  |   |
|--|---|
| Numero totale e natura degli incidenti confermati  | 0 |
| Numero totale e natura degli incidenti confermati per i quali sono stati licenziati o disciplinati   | 0 |
| Numero totale di incidenti confermati per i quali sono stati rescissi o non sono stati rinnovati contratti stipulati con partner aziendali a causa di violazioni correlate a corruzione. | 0 |
| Casi legali di dominio pubblico riguardanti corruzione intentati contro l'organizzazione o suoi dipendenti durante il periodo di rendicontazione e gli esiti di tali casi.               | 0 |

### Informativa 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione

|  |   |
|--|---|
| Consumo totale di combustibili nell'organizzazione derivanti da fonti non rinnovabili, in joule o multipli, e includendo i tipi di combustibili utilizzati   | 103.570 GJ  |
| Consumo totale di combustibili nell'organizzazione derivanti da fonti rinnovabili, in joule o multipli, e includendo i tipi di combustibili utilizzati.  | 5.162 GJ  |
| In joule, wattora o multipli, il totale dei seguenti consumi:<br>consumo di energia elettrica<br>consumo di energia di riscaldamento<br>consumo di energia di raffreddamento<br>consumo di energia di vapore | Totale: 108.732 GJ<br>En. elettrica: 26.502 GJ<br>Gas e cogenerazione: 72.518 GJ<br>Carburante: 9.712 GJ  |
| In joule, wattora o multipli, il totale delle seguenti energie:<br>energia elettrica venduta<br>energia di riscaldamento venduta<br>energia di raffreddamento venduta<br>energia di vapore venduta           | n.a.  |
| Il consumo totale di energia interno all'organizzazione, in joule o multipli   | 108.732 GJ  |
| Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati   | I calcoli sono stati realizzati tenendo conto dei consumi di energia elettrica, gas e combustibili della flotta (benzina e gasolio). I fattori di conversione utilizzati sono i DEFRA2023 |

### Informativa 302-3 Intensità energetica

L'intensità energetica 2023 di Holding Moda ammonta a 0,0373 kWh consumati/fatturato. Nel calcolo dei kWh si è preso in considerazione l'intero fabbisogno di energia elettrica, gas naturale carburante nell'anno.

### Informativa 303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa

In tutte le aziende HModa l'acqua viene impiegata ai soli fini sanitari. I consumi idrici sono riconducibili alle bollette dell'acqua ricevute dalle aziende. Beste invece dispone di processi ad acqua ed è dotata di un depuratore di cui si riportano i consumi nel 2023. Il prelievo idrico e lo scarico sono normati da quanto previsto dall'acquedotto regionale.

### Informativa 303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua

Tutta l'acqua che viene acquistata viene scaricata in fognatura. Prelievo idrico e scarico sono normati da quanto previsto dall'acquedotto regionale e dalla gestione dei prodotti chimici come da Capitolo 6.

### Informativa 303-3 Prelievo idrico

Holding Moda preleva acqua al 100% dall'acquedotto, la quantità di acqua totale prelevata è pari a 291,13 ML ed appartiene interamente alla categoria "Altra acqua". Si riporta inoltre che il prelievo idrico avviene da aree a forte stress idrico secondo quanto contenuto di seguito: <https://t.ly/TS46k>.

### Informativa 303-4 Scarico idrico

|   |   |
|---|---|
| Scarico idrico totale in tutte le aree in megalitri e ripartizione di tale totale per i seguenti tipi di destinazione, se applicabile:<br>Acque superficiali<br>Acque sotterranee<br>Acqua di mare<br>Acqua di terze parti e il volume di questo totale inviato ad altre organizzazioni | 265,33 ML<br><br><br><br>L'area da cui proviene è ad alto stress idrico |
| Ripartizione dello scarico totale di acqua da ciascuna delle fonti elencate:<br>Acqua dolce ( $\leq 1.000$ mg/L di solidi totali disciolti)<br>Altra acqua ( $> 1.000$ mg/L di solidi totali disciolti)   | Altra acqua: 265,33 ML  |

### Informativa 303-5 Consumo idrico

|  |           |
|--|-----------|
| Totale del consumo idrico in tutte le aree in megalitri utilizzati.  | 25,796 ML |
| Totale del consumo idrico in tutte le aree soggette a stress idrico in megalitri.  | 25,796 ML |
| Modificazioni nello stoccaggio idrico in megalitri, se tale operazione risulta avere un impatto significativo in relazione alle risorse idriche. | n.a.      |

### Informativa 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)

L'intensità delle emissioni di gas a effetto serra calcolate sul fatturato è pari a:

0,00015 tonCO2e/euro fatturato utilizzando il metodo "location-based" per il calcolo delle emissioni indirette da consumi energetici

0,00015 tonCO2e/euro fatturato utilizzando il metodo "market-based" per il calcolo delle emissioni indirette da consumi energetici

Le emissioni incluse nel calcolo sono Scope1, Scope 2, Scope 3 (Beni e servizi, beni capitali, rifiuti generati, spostamenti casa-lavoro, viaggi di lavoro e investimenti). I fattori di conversione utilizzati sono: TERNA2019, AIB2023, DEFRA2023, EPA2021.

### Informativa 306-4 Rifiuti non destinati allo smaltimento

| Rifiuti non conferiti in discarica | Pericolosi (ton) | Non pericolosi (ton) |
|------------------------------------|------------------|----------------------|
| Metallo                            | 0,04             | 16,88                |
| Plastica                           | -                | 139,43               |
| Carta & Cartone                    | -                | 330,77               |
| Legno                              | -                | 41,49                |
| Fibre tessili                      | 0,82             | 350,00               |
| Toner                              | -                | 0,27                 |
| Apparecchiature elettroniche       | -                | 2,07                 |
| Altro                              | 10,26            | 233,17               |
| <b>Totale</b>                      | <b>11,10</b>     | <b>1.114,08</b>      |

Nella categoria "altro" rientrano:

tra i rifiuti pericolosi: adesivi e sigillanti di scarti, assorbenti, materiali filtranti e imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose, estintori, tubi fluorescenti, miscele bituminose, carbone attivo esaurito e oli;

tra i rifiuti non pericolosi: imballaggi misti e rifiuti delle operazioni di confezionamento e ripulitura, rifiuti ingombranti e materiali da costruzione a base di gesso

Il peso totale di rifiuti non conferiti in discarica in tonnellate rientra nella categoria: Altre operazioni di recupero.

### Informativa 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento

| Rifiuti conferiti in discarica | Pericolosi (ton) | Non pericolosi (ton) |
|--------------------------------|------------------|----------------------|
| Carta & Cartone                | 0,00             | 0,28                 |
| Plastica                       | 0,00             | 2,33                 |
| Pitture, vernici e inchiostri  | 1,11             | 0,00                 |
| Altro                          | 6,35             | 164,53               |
| <b>Totale</b>                  | <b>7,46</b>      | <b>167,14</b>        |

Nella categoria "altro" rientrano:

tra i rifiuti pericolosi: adesivi e sigillanti di scarti contenenti residui di sostanze pericolose, materiali filtranti, altri materiali isolante, carbone attivo esaurito e imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze;

tra i rifiuti non pericolosi: rifiuti indifferenziati o da materiali compositi e soluzioni acquose di scarto, rifiuti da operazioni di confezionamento e finitura.

Il peso totale di rifiuti conferiti in discarica in tonnellate rientra nella categoria: Altre operazioni di smaltimento.

### Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro

Lavoratori non dipendenti

| Infortuni sul lavoro   | Tasso   | Tasso |
|--|---------|-------|
| Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2023  | 0       | 0     |
| Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2023 | 0       | 0     |
| Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2023             | 0       | 0,00  |
| Infortuni registrati in itinere nel corso del 2023             | 0       | 0,00  |
| Numero ore lavorate  | 124.960 |       |

Le ore lavorate sono state calcolate partendo dal numero di dipendenti e non dipendenti presenti al 31.12.2023 e moltiplicandolo per il numero di ore lavorare e giorni lavorativi del 2023.

### Informativa 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati

#### Reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti o perdita di loro dati

|   |   |
|---|---|
| Numero totale di fondati reclami ricevuti da terze parti e comprovati dall'organizzazione | 0 |
| Numero totale di fondati reclami ricevuti da organi normativi                             | 0 |

### Informativa 308-2 e Informativa 414-2

Nel 2022 HModa aveva rendicontato i GRI 308-1 e 414-1 tramite il progetto GhostMakers. Come riportato nel paragrafo 9.2 Innovazione ambientale, il progetto nel 2023 ha mutato il modello di funzionamento e pertanto non si dispone di dati confrontabili e paragonabili all'anno precedente. Il Gruppo si impegna a renderli comparabili nella prossima rendicontazione per gli esercizi 2023 e 2024.

Nel proprio percorso di crescita, di consapevolezza del proprio impatto e della propria catena del valore HModa ha deciso di rendicontare i GRI 308-2 e 414-2.

L'obiettivo del progetto è quello di individuare dove nei subfornitori prioritari ci possono essere lacune in merito ai criteri ambientali e sociali monitorati. I subfornitori compresi nel progetto ottengono uno score e coloro che si trovano in quello più basso, a meno che non attuino opere di miglioramento, non verranno più utilizzati.

## Comparazione dati Bilancio Ambientale 2021, 2022 e 2023

### Consumi 2023

| Azienda             | Elettricità (kWh) | Gas (smc)        | Acqua (m³)     |
|---------------------|-------------------|------------------|----------------|
| Albachiara          | 217.484           | 0                | 443            |
| Alex&Co             | 81.582            | 0                | 1.163          |
| Alinea              | 258.707           | 0                | 126            |
| Beste               | 3.387.345         | 1.901.742        | 275.409        |
| Calzaturificio DEMA | 428.812           | 0                | 2.090          |
| Elledi              | 28.116            | 0                | 536            |
| Emmetierre          | 46.515            | 0                | 230            |
| Famar               | 194.390           | 15.931           | 610            |
| Fast Pelle          | 28.665            | 0                | 90             |
| GAB                 | 602.784           | 0                | 642            |
| Project             | 148.479           | 0                | 1.002          |
| RBS                 | 137.274           | 31.453           | 812            |
| Rilievi             | 69.411            | 12.007           | 1.067          |
| Rilievi India       | 159.188           | 0                | 112            |
| Ricetto del Ricamo  | 7.216             | 2.186            | 111            |
| Seriscreen          | 237.219           | 14.982           | 616            |
| Taglionetto         | 52.147            | 0                | 308            |
| Uno Maglia          | 612.823           | 5.815            | 4.512          |
| Valmor              | 663.512           | 19.699           | 1.252          |
| <b>Totale</b>       | <b>7.361.669</b>  | <b>2.003.815</b> | <b>291.131</b> |

### Consumi 2022

| Azienda       | Elettricità (kWh) | Gas (smc)      | Acqua (m³)   |
|---------------|-------------------|----------------|--------------|
| Albachiara    | 166.725           | 4.893          | 412          |
| Alex&Co       | 74.174            | 0              | 1.019        |
| Famar         | 330.487           | 18.184         | 591          |
| GAB           | 348.399           | 5.312          | 1.622        |
| Project       | 199.253           | 0              | 627          |
| Rbs           | 115.903           | 33.898         | 403          |
| Rilievi       | 75.550            | 12.455         | 1.627        |
| Rilievi India | 127.754           | 0              | 74           |
| Seriscreen    | 296.532           | 16.295         | 1.213        |
| Uno Maglia    | 709.053           | 6.625          | 811          |
| Valmor        | 577.126           | 17.086         | 966          |
| <b>Totale</b> | <b>3.020.956</b>  | <b>114.748</b> | <b>9.365</b> |

### Consumi 2021

| Azienda       | Elettricità (kWh) | Gas (smc)     | Acqua (m³)   |
|---------------|-------------------|---------------|--------------|
| Uno Maglia    | 549.625           | 7.848         | 2.396        |
| Alex&Co       | 75.254            | 0             | 1.375        |
| Rbs           | 49.342            | 37.180        | 502          |
| Albachiara    | 100.569           | 6.428         | 551          |
| GAB           | 360.008           | 6.530         | 699          |
| Project       | 117.632           | 0             | 284,5        |
| Valmor        | 565.709           | 22.364        | 779          |
| <b>Totale</b> | <b>1.818.139</b>  | <b>80.350</b> | <b>6.587</b> |

### Emissioni GHG 2023

| Azienda                    | Emissioni Scope 1 (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 3 (tonCO2e) | Totale emissioni location-based (tonCO2e) | Totale emissioni market-based (tonCO2e) |
|----------------------------|-----------------------------|--|--|-----------------------------|---|---|
| <b>Totale Gruppo HModa</b> | <b>4.765</b>                | <b>2.131</b>                               | <b>2.967</b>                             | <b>23.087</b>               | <b>29.983</b>                             | <b>30.819</b>                           |

### Emissioni GHG 2022

| Azienda       | Emissioni Scope 1 (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 3 (tonCO2e) | Totale emissioni location-based (tonCO2e) | Totale emissioni market-based (tonCO2e) |
|---------------|-----------------------------|--|--|-----------------------------|---|---|
| Albachiara    | 19                          | 16   | 23                                       | 90                          | 125                                       | 133                                     |
| Alex&Co       | 20                          | 7  | 10                                       | 37                          | 65  | 68                                      |
| Famar         | 74                          | 30   | 43                                       | 105                         | 208                                       | 222                                     |
| GAB           | 51                          | 24   | 35                                       | 139                         | 214                                       | 225                                     |
| Project       | 70                          | 19   | 27                                       | 61                          | 151                                       | 159                                     |
| Rbs           | 128                         | 7  | 11                                       | 38                          | 173                                       | 176                                     |
| Rilievi       | 40                          | 24   | 35                                       | 51                          | 115                                       | 126                                     |
| Rilievi India | 0                           | 87   | 58                                       | 138                         | 225                                       | 196                                     |
| Seriscreen    | 54                          | 93   | 136                                      | 64                          | 211                                       | 253                                     |
| Uno Maglia    | 89                          | 167  | 242                                      | 129                         | 385                                       | 460                                     |
| Valmor        | 61                          | 182  | 264                                      | 135                         | 377                                       | 459                                     |
| <b>Totale</b> | <b>606</b>                  | <b>656</b>                                 | <b>884</b>                               | <b>987</b>                  | <b>2.249</b>                              | <b>2.477</b>                            |

### Emissioni GHG 2021

| Azienda       | Emissioni Scope 1 (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 location-based (tonCO2e) | Emissioni Scope 2 market-based (tonCO2e) | Totale emissioni Scope 1 e 2 location-based (tonCO2e) | Totale emissioni Scope 1 e 2 market-based (tonCO2e) |
|---------------|-----------------------------|--|--|---|---|
| Uno Maglia    | 98                          | 173  | 251                                      | 271   | 349   |
| Alex&Co       | 8                           | 24   | 34                                       | 32  | 42  |
| Rbs           | 106                         | 16   | 23                                       | 121   | 128   |
| Albachiara    | 16                          | 32   | 46                                       | 48  | 62  |
| GAB           | 45                          | 113  | 164                                      | 158   | 209   |
| Project       | 37                          | 37   | 54                                       | 74  | 91  |
| Valmor        | 70                          | 178  | 258                                      | 249   | 329   |
| <b>Totale</b> | <b>380</b>                  | <b>573</b>                                 | <b>830</b>                               | <b>953</b>  | <b>1.210</b>  |

### Dettaglio Scope 1 2023

| Azienda             | Emissioni gas (tonCO2e) | Emissioni flotta (tonCO2e) | Scope 1 (tonCO2e) |
|---------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------|
| Albachiara          | 0                       | 14                         | 14                |
| Alex&Co             | 0                       | 21                         | 21                |
| Alinea              | 0                       | 2                          | 2                 |
| Beste               | 3.876                   | 197                        | 4.074             |
| Calzaturificio DEMA | 0                       | 17                         | 17                |
| Elledi              | 0                       | 4                          | 4                 |
| Emmetierre          | 0                       | 3                          | 3                 |
| Famar               | 32                      | 43                         | 76                |
| Fast Pelle          | 0                       | 0                          | 0                 |
| GAB                 | 0                       | 46                         | 46                |
| Project             | 0                       | 91                         | 91                |
| RBS                 | 64                      | 76                         | 140               |
| Rilievi             | 24                      | 12                         | 37                |
| Rilievi India       | 0                       | 0                          | 0                 |
| Ricetto del Ricamo  | 4                       | 0                          | 4                 |
| Seriscreen          | 31                      | 27                         | 58                |
| Taglionetto         | 0                       | 21                         | 21                |
| Uno Maglia          | 12                      | 79                         | 91                |
| Valmor              | 40                      | 26                         | 66                |
| <b>Totale</b>       | <b>4.085</b>            | <b>680</b>                 | <b>4.765</b>      |

#### Dettaglio Scope 1 2022

| Azienda       | Emissioni gas (tonCO2e) | Emissioni flotta (tonCO2e) | Scope 1 (tonCO2e) |
|---------------|-------------------------|----------------------------|-------------------|
| Albachiara    | 10                      | 9                          | 19                |
| Alex&Co       | 0                       | 20                         | 20                |
| Famar         | 37                      | 37                         | 74                |
| GAB           | 11                      | 41                         | 51                |
| Project       | 0                       | 70                         | 70                |
| Rbs           | 68                      | 59                         | 128               |
| Rilievi       | 25                      | 15                         | 40                |
| Rilievi India | 0                       | 0                          | 0                 |
| Seriscreen    | 33                      | 21                         | 54                |
| Uno Maglia    | 13                      | 75                         | 89                |
| Valmor        | 34                      | 26                         | 61                |
| <b>Totale</b> | <b>231</b>              | <b>374</b>                 | <b>606</b>        |

#### Dettaglio Scope 1 2021

| Azienda       | Emissioni gas (tonCO2e) | Emissioni flotta (tonCO2e) | Scope 1 (tonCO2e) |
|---------------|-------------------------|----------------------------|-------------------|
| Uno Maglia    | 16                      | 82                         | 98                |
| Alex&Co       | 0                       | 8                          | 8                 |
| Rbs           | 75                      | 31                         | 106               |
| Albachiara    | 13                      | 3                          | 16                |
| GAB           | 13                      | 32                         | 45                |
| Project       | 0                       | 37                         | 37                |
| Valmor        | 45                      | 25                         | 70                |
| <b>Totale</b> | <b>162</b>              | <b>217</b>                 | <b>380</b>        |

Con riferimento all'anno di rendicontazione 2021, non essendo disponibili le carte carburante, per il calcolo delle emissioni Scope 1 relative alla flotta è stato utilizzato come dato di partenza il chilometraggio effettuato dai veicoli del Gruppo.

Per il 2022 e il 2023, avendo nel frattempo adeguato il sistema di raccolta dei dati, tali emissioni sono state calcolate a partire dal consumo di carburante.

Pur non essendo pienamente comparabili, sono stati riportati i dati relativi al triennio per garantire la completezza della disclosure.

Per i calcoli sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA (2021, 2022 e 2023).

Per quanto concerne le emissioni GHG Scope 3, il 2022 rappresenta il primo anno di rendicontazione, motivo per cui non è possibile fornire il comparativo sul 2021.

#### Dettaglio Scope 2 2023

| Azienda             | Scope 2 location-based (tonCO2e) | Scope 2 market-based (tonCO2e) |
|---------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Albachiara          | 54                               | 86                             |
| Alex&Co             | 26                               | 41                             |
| Alinea              | 81                               | 130                            |
| Beste               | 980                              | 1.558                          |
| Calzaturificio DEMA | 104                              | 165                            |
| Elledi              | 9                                | 14                             |
| Emmetierre          | 15                               | 23                             |
| Famar               | 29                               | 0                              |
| Fast Pelle          | 9                                | 14                             |
| GAB                 | 175                              | 0                              |
| Project             | 47                               | 74                             |
| RBS                 | 23                               | 37                             |
| Rilievi             | 22                               | 35                             |
| Rilievi India       | 109                              | 80                             |
| Ricetto del Ricamo  | 2                                | 4                              |
| Seriscreen          | 75                               | 119                            |
| Taglionetto         | 9                                | 14                             |
| Uno Maglia          | 152                              | 242                            |
| Valmor              | 209                              | 332                            |
| <b>Totale</b>       | <b>2.131</b>                     | <b>2.967</b>                   |

### Dettaglio Scope 2 2022

| Azienda       | Scope 2 location-based (tonCO2e) | Scope 2 market-based (tonCO2e) |
|---------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Albachiara    | 16                               | 23                             |
| Alex&Co       | 7                                | 10                             |
| Famar         | 30                               | 43                             |
| GAB           | 24                               | 35                             |
| Project       | 19                               | 27                             |
| Rbs           | 7                                | 11                             |
| Rilievi       | 24                               | 35                             |
| Rilievi India | 87                               | 58                             |
| Seriscreen    | 93                               | 136                            |
| Uno Maglia    | 167                              | 242                            |
| Valmor        | 182                              | 264                            |
| <b>Totale</b> | <b>656</b>                       | <b>884</b>                     |

### Dettaglio Scope 2 2021

| Azienda       | Scope 2 location-based (tonCO2e) | Scope 2 market-based (tonCO2e) |
|---------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Uno Maglia    | 173                              | 251                            |
| Alex&Co       | 24                               | 34                             |
| Rbs           | 16                               | 23                             |
| Albachiara    | 32                               | 46                             |
| GAB           | 113                              | 164                            |
| Project       | 37                               | 54                             |
| Valmor        | 178                              | 258                            |
| <b>Totale</b> | <b>573</b>                       | <b>830</b>                     |

### Flotta 2023

| Azienda             | Benzina (l)   | Gasolio (l)    | Biodiesel (l) | Emissioni Flotta (tonCO2e) |
|---------------------|---------------|----------------|---------------|----------------------------|
| Albachiara          | 3.334         | 2.854          | 0             | 14                         |
| Alex&Co             | 0             | 8.540          | 0             | 21                         |
| Alinea              | 0             | 729            | 0             | 2                          |
| Beste               | 15.407        | 65.620         | 0             | 197                        |
| Calzaturificio DEMA | 2.130         | 4.989          | 0             | 17                         |
| Elledi              | 0             | 1.451          | 0             | 4                          |
| Emmetierre          | 0             | 1.148          | 0             | 3                          |
| Famar               | 1.472         | 15.951         | 816           | 43                         |
| Fast Pelle          | 0             | 0              | 0             | 0                          |
| GAB                 | 1.541         | 17.055         | 0             | 46                         |
| Project             | 598           | 35.788         | 0             | 91                         |
| RBS                 | 2.182         | 28.458         | 0             | 76                         |
| Rilievi             | 0             | 4.944          | 0             | 12                         |
| Rilievi India       | 0             | 0              | 0             | 0                          |
| Ricetto del Ricamo  | 0             | 0              | 0             | 0                          |
| Seriscreen          | 0             | 10.774         | 0             | 27                         |
| Taglionetto         | 1.962         | 6.730          | 0             | 21                         |
| Uno Maglia          | 204           | 31.338         | 0             | 79                         |
| Valmor              | 0             | 10.406         | 0             | 26                         |
| <b>Totale</b>       | <b>28.831</b> | <b>246.773</b> | <b>816</b>    | <b>680</b>                 |

## Flotta 2022

| Azienda       | Benzina (l)  | Gasolio (l)    | Emissioni Flotta (tonCO2e) |
|---------------|--------------|----------------|----------------------------|
| Albachiara    | 3.609        | 470            | 9                          |
| Alex&Co       | 0            | 7.938          | 20                         |
| Famar         | 1.486        | 13.248         | 37                         |
| GAB           | 2.093        | 14.100         | 41                         |
| Project       | 0            | 27.517         | 70                         |
| Rbs           | 2.359        | 21.233         | 59                         |
| Rilievi       | 20           | 5.763          | 15                         |
| Rilievi India | 0            | 0              | 0                          |
| Seriscreen    | 0            | 8.271          | 21                         |
| Uno Maglia    | 265          | 29.274         | 75                         |
| Valmor        | 0            | 10.190         | 26                         |
| <b>Totale</b> | <b>9.832</b> | <b>138.002</b> | <b>374</b>                 |

## Flotta 2021

Con riferimento all'anno di rendicontazione 2021, non essendo disponibili le carte carburante, per il calcolo delle emissioni Scope 1 relative alla flotta è stato utilizzato come dato di partenza il chilometraggio effettuato dai veicoli del Gruppo. Invece, a partire dal 2022, avendo nel frattempo adeguato il sistema di raccolta dei dati, tali emissioni sono state calcolate a partire dal consumo di carburante. Pur non essendo pienamente comparabili, sono stati riportati i dati relativi al triennio per garantire la completezza della disclosure. Per i calcoli sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA (2021, 2022 e 2023).

| Azienda       | Km percorsi      | Emissioni Flotta (tonCO2e) |
|---------------|------------------|----------------------------|
| Uno Maglia    | 496.355          | 82                         |
| Alex&Co       | 48.150           | 8                          |
| Rbs           | 183.765          | 31                         |
| Albachiara    | 27.984           | 3                          |
| GAB           | 191.150          | 32                         |
| Project       | 223.111          | 37                         |
| Valmor        | 153.313          | 25                         |
| <b>Totale</b> | <b>1.323.828</b> | <b>217</b>                 |

## Materiali 2023

| Materiali                | Kg               | m                 | mq             | Paia             | Pezzi             | Rotoli   |
|--------------------------|------------------|-------------------|----------------|------------------|-------------------|----------|
| Accessori                | 214              | 558.567           | 7              | 1.187.086        | 31.195.020        | 0        |
| Materiali di consumo     | 789.092          | 1.179.766         | 69.455         | 337.141          | 973.734           | 0        |
| Packaging                | 37.327           | 117.277           | 5.754          | 0                | 16.868.745        | 2        |
| Pelle                    | 0                | 9.532             | 298.688        | 2.056            | 208               | 0        |
| Puntali / Contrafforti   | 0                | 0                 | 2.303          | 495.490          | 0                 | 0        |
| Tomaia                   | 0                | 0                 | 0              | 51.720           | 3.133             | 0        |
| Tessuti / Filati         | 855.620          | 59.907.218        | 9.509          | 0                | 120.141           | 0        |
| Fondi / Solette          | 0                | 0                 | 0              | 776.612          | 0                 | 0        |
| Gommapiuma / Imbottiture | 13.415           | 5.913             | 789            | 0                | 73.968            | 0        |
| <b>Totale</b>            | <b>1.695.669</b> | <b>61.778.273</b> | <b>386.504</b> | <b>2.850.104</b> | <b>49.234.949</b> | <b>2</b> |

## Materiali 2022

| Materiali            | Kg            | m                 | mq             | Paia             | Pezzi             |
|----------------------|---------------|-------------------|----------------|------------------|-------------------|
| Accessori            | 184           | 20.721.207        | 10.201         | 1.472.169        | 24.982.009        |
| Fondi e Solette      | 0             | 144               | 0              | 448.824          | 0                 |
| Materiali di consumo | 4.712         | 24                | 9.115          | 0                | 1.183             |
| Packaging            | 46.834        | 29.992            | 11.216         | 0                | 3.564.110         |
| Pelle                | 0             | 6.964             | 318.301        | 0                | 3.056             |
| Piume e imbottiture  | 9.629         | 3.843             | 3.562          | 0                | 26.090            |
| Tessuti/Filati       | 7.665         | 27.123.312        | 7.036          | 0                | 637.031           |
| <b>Totale</b>        | <b>69.024</b> | <b>47.885.486</b> | <b>359.431</b> | <b>1.920.993</b> | <b>29.213.479</b> |

## Materiali 2021

| Materiali           | Kg            | m                | mq             | Paia             | Pezzi             |
|---------------------|---------------|------------------|----------------|------------------|-------------------|
| Accessori           | 81.238        | 1.949.051        | 40.053         | 2.958.693        | 23.497.747        |
| Fondi e Solette     | 0             | 0                | 0              | 431.402          | 0                 |
| Piume e imbottiture | 2.596         | 19.561           | 17.407         | 0                | 10                |
| Packaging           | 663           | 390              | 0              | 0                | 7.351.505         |
| Pelle               | 0             | 22.184           | 149.741        | 0                | 0                 |
| Tessuti/Filati      | 6.014         | 7.149.944        | 10.017         | 0                | 21.154.228        |
| <b>Totale</b>       | <b>90.511</b> | <b>9.141.130</b> | <b>217.218</b> | <b>3.390.095</b> | <b>52.003.490</b> |

**Packaging & Imballaggi 2023**

| Materiali       | Kg             | m             | Pezzi            | Risme      | Rotoli     |
|-----------------|----------------|---------------|------------------|------------|------------|
| Carta e Cartone | 37.699         | 14.000        | 1.258.838        | 676        | 564        |
| Imballaggi      | 416.415        | 75.520        | 1.259.543        | 0          | 0          |
| Pallet in legno | 0              | 0             | 1.305            | 0          | 0          |
| Taglio          | 23.126         | 0             | 5.745            | 0          | 0          |
| <b>Totale</b>   | <b>477.240</b> | <b>89.520</b> | <b>2.525.431</b> | <b>676</b> | <b>564</b> |

**Packaging & Imballaggi 2022**

| Tipologia Materiale | Kg            | m          | Risme      | Pezzi            |
|---------------------|---------------|------------|------------|------------------|
| Carta e Cartone     | 57.036        | 0          | 468        | 2.391.321        |
| Imballaggi          | 10.184        | 840        | 0          | 340.099          |
| Pallet in legno     | 420           | 0          | 0          | 2.047            |
| Plastica            | 26            | 0          | 0          | 35.819           |
| Taglio              | 7.950         | 0          | 0          | 30               |
| <b>Totale</b>       | <b>75.615</b> | <b>840</b> | <b>468</b> | <b>2.769.316</b> |

**Packaging & Imballaggi 2021**

| Tipologia Materiale | KG            | MT           | Risme        | Pezzi            |
|---------------------|---------------|--------------|--------------|------------------|
| Carta e Cartone     | 24.382        | 0            | 2.732        | 5.883.177        |
| Imballaggi          | 2.486         | 4.500        | 0            | 524.523          |
| Pallet in legno     | 0             | 0            | 0            | 1.708            |
| Plastica            | 15            | 0            | 0            | 50               |
| Taglio              | 13.323        | 0            | 0            | 0                |
| <b>Totale</b>       | <b>40.206</b> | <b>4.500</b> | <b>2.732</b> | <b>6.409.458</b> |

**Rifiuti 2023**

| Tipologia rifiuti | Recupero (ton) | Smaltimento (ton) |
|-------------------|----------------|-------------------|
| Pericoloso        | 11             | 8                 |
| Non pericoloso    | 1.114          | 167               |
| <b>Totale</b>     | <b>1.125</b>   | <b>175</b>        |

**Rifiuti 2022**

| Tipologia rifiuti | Recupero (ton) | Smaltimento (ton) |
|-------------------|----------------|-------------------|
| Pericoloso        | 3              | 1                 |
| Non pericoloso    | 182            | 54                |
| <b>Totale</b>     | <b>185</b>     | <b>55</b>         |

**Rifiuti 2021**

| Rifiuti smaltiti (ton) | Rifiuti recuperati (ton) | Totale (ton) |
|------------------------|--------------------------|--------------|
| 75                     | 188                      | 263          |

## Comparazione dati Bilancio Sociale 2021, 2022 e 2023

### Dettaglio contratti 2023

| Tipologia di contratto | Femmine    | Maschi     | Totale       |
|------------------------|------------|------------|--------------|
| Apprendistato          | 93         | 60         | 153          |
| CTD                    | 107        | 60         | 167          |
| CTI                    | 676        | 469        | 1.145        |
| <b>Totale</b>          | <b>876</b> | <b>589</b> | <b>1.465</b> |

### Dettaglio contratti 2022

| Tipologia di contratto | Femmine    | Maschi     | Totale     |
|------------------------|------------|------------|------------|
| Apprendistato          | 56         | 14         | 70         |
| CTD                    | 25         | 85         | 110        |
| CTI                    | 408        | 242        | 650        |
| <b>Totale</b>          | <b>489</b> | <b>341</b> | <b>830</b> |

### Dettaglio contratti 2021

| Tipologia di contratto | Femmine    | Maschi     | Totale     |
|------------------------|------------|------------|------------|
| Apprendistato          | 27         | 7          | 34         |
| CTD                    | 11         | 5          | 16         |
| CTI                    | 263        | 133        | 396        |
| <b>Totale</b>          | <b>301</b> | <b>145</b> | <b>446</b> |

## Dipendenti suddivisi per anzianità lavorativa 2023

| Azienda             | da 0 a 5 anni | da 6 a 10 anni | da 11 a 15 anni | da 16 a 20 anni | da 21 a 30 anni | da 31 a 41 anni | Totale       |
|---------------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|
| Albachiara          | 40            | 17             | 3               | 12              | 0               | 0               | 72           |
| Alex&Co             | 15            | 10             | 1               | 6               | 0               | 0               | 32           |
| Alinea              | 54            | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 54           |
| Beste               | 171           | 29             | 13              | 33              | 11              | 0               | 257          |
| Calzaturificio DEMA | 55            | 10             | 8               | 7               | 6               | 0               | 86           |
| Elledi              | 39            | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 39           |
| Emmetierre          | 12            | 6              | 5               | 0               | 4               | 0               | 27           |
| Famar               | 30            | 16             | 12              | 8               | 15              | 6               | 87           |
| Fast Pelle          | 7             | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 7            |
| GAB                 | 136           | 7              | 5               | 0               | 0               | 0               | 148          |
| HModa               | 9             | 0              | 0               | 0               | 0               | 0               | 9            |
| Project             | 64            | 7              | 1               | 1               | 1               | 0               | 74           |
| RBS                 | 32            | 10             | 6               | 3               | 2               | 0               | 53           |
| Rilievi             | 14            | 13             | 6               | 1               | 4               | 0               | 38           |
| Rilievi India       | 30            | 23             | 14              | 0               | 0               | 0               | 67           |
| Ricetto del Ricamo  | 1             | 16             | 0               | 0               | 0               | 0               | 17           |
| Seriscreen          | 23            | 12             | 1               | 0               | 1               | 3               | 40           |
| Taglionetto         | 40            | 13             | 3               | 0               | 1               | 0               | 57           |
| Uno Maglia          | 66            | 31             | 10              | 4               | 12              | 2               | 125          |
| Valmor              | 147           | 13             | 2               | 3               | 8               | 3               | 176          |
| <b>Totale</b>       | <b>985</b>    | <b>233</b>     | <b>90</b>       | <b>78</b>       | <b>65</b>       | <b>14</b>       | <b>1.465</b> |

Dipendenti suddivisi per anzianità lavorativa 2022

| Azienda       | da 0 a 5<br>anni | da 6 a 10<br>anni | da 11 a 15<br>anni | da 16 a 20<br>anni | da 21 a 30<br>anni | da 31 a 41<br>anni | Totale     |
|---------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|
| Albachiara    | 35               | 17                | 5                  | 13                 | 1                  | 0                  | 71         |
| Alex&Co       | 11               | 11                | 1                  | 5                  | 0                  | 0                  | 28         |
| Famar         | 17               | 17                | 13                 | 9                  | 16                 | 7                  | 79         |
| GAB           | 75               | 7                 | 4                  | 0                  | 0                  | 0                  | 86         |
| Project       | 48               | 6                 | 3                  | 0                  | 1                  | 0                  | 58         |
| Rbs           | 26               | 7                 | 1                  | 4                  | 2                  | 0                  | 40         |
| Rilievi       | 24               | 13                | 5                  | 1                  | 4                  | 0                  | 47         |
| Rilievi India | 105              | 20                | 15                 | 0                  | 0                  | 0                  | 140        |
| Seriscreen    | 28               | 8                 | 1                  | 0                  | 1                  | 3                  | 41         |
| Uno Maglia    | 54               | 23                | 11                 | 5                  | 12                 | 2                  | 107        |
| Valmor        | 102              | 14                | 3                  | 2                  | 9                  | 3                  | 133        |
| <b>Totale</b> | <b>525</b>       | <b>143</b>        | <b>62</b>          | <b>39</b>          | <b>46</b>          | <b>15</b>          | <b>830</b> |

Dipendenti suddivisi per anzianità lavorativa 2021

| Azienda       | da 0 a 5<br>anni | da 6 a 10<br>anni | da 11 a 15<br>anni | da 16 a 20<br>anni | da 21 a 30<br>anni | da 31 a 41<br>anni | Totale     |
|---------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|
| Albachiara    | 21               | 14                | 3                  | 7                  | 0                  | 0                  | 45         |
| Alex&Co       | 15               | 9                 | 6                  | 0                  | 0                  | 0                  | 30         |
| GAB           | 70               | 8                 | 4                  | 0                  | 0                  | 0                  | 82         |
| Project       | 37               | 4                 | 2                  | 0                  | 1                  | 0                  | 44         |
| Rbs           | 22               | 3                 | 5                  | 2                  | 2                  | 0                  | 34         |
| Uno Maglia    | 62               | 21                | 13                 | 6                  | 9                  | 4                  | 115        |
| Valmor        | 64               | 15                | 2                  | 3                  | 9                  | 3                  | 96         |
| <b>Totale</b> | <b>291</b>       | <b>74</b>         | <b>35</b>          | <b>18</b>          | <b>21</b>          | <b>7</b>           | <b>446</b> |

Dipendenti suddivisi per fascia d'età 2023

| Azienda                | dai 18 ai 30<br>anni | da 31 a 40<br>anni | da 41 a 50<br>anni | da 51 a 60<br>anni | oltre i 60<br>anni | Totale       |
|------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------|
| Albachiara             | 6                    | 12                 | 25                 | 25                 | 4                  | 72           |
| Alex&Co                | 5                    | 5                  | 4                  | 15                 | 3                  | 32           |
| Alinea                 | 14                   | 15                 | 18                 | 7                  | 0                  | 54           |
| Beste                  | 78                   | 59                 | 52                 | 61                 | 7                  | 257          |
| Calzaturificio<br>DEMA | 19                   | 21                 | 18                 | 22                 | 6                  | 86           |
| Elledi                 | 13                   | 3                  | 11                 | 10                 | 2                  | 39           |
| Emmetierre             | 8                    | 8                  | 7                  | 2                  | 2                  | 27           |
| Famar                  | 11                   | 8                  | 27                 | 35                 | 6                  | 87           |
| Fast Pelle             | 6                    | 0                  | 0                  | 1                  | 0                  | 7            |
| GAB                    | 68                   | 37                 | 23                 | 16                 | 4                  | 148          |
| HModa                  | 4                    | 3                  | 2                  | 0                  | 0                  | 9            |
| Project                | 16                   | 9                  | 24                 | 23                 | 2                  | 74           |
| RBS                    | 7                    | 5                  | 15                 | 25                 | 1                  | 53           |
| Rilievi                | 2                    | 8                  | 14                 | 13                 | 1                  | 38           |
| Rilievi India          | 8                    | 36                 | 16                 | 7                  | 0                  | 67           |
| Ricetto del<br>Ricamo  | 1                    | 5                  | 7                  | 3                  | 1                  | 17           |
| Seriscreen             | 10                   | 12                 | 8                  | 9                  | 1                  | 40           |
| Taglionetto            | 22                   | 21                 | 8                  | 5                  | 1                  | 57           |
| Uno Maglia             | 31                   | 21                 | 32                 | 37                 | 4                  | 125          |
| Valmor                 | 36                   | 32                 | 48                 | 45                 | 15                 | 176          |
| <b>Totale</b>          | <b>365</b>           | <b>320</b>         | <b>359</b>         | <b>361</b>         | <b>60</b>          | <b>1.465</b> |

### Dipendenti suddivisi per fascia d'età 2022

| Azienda       | dai 18 ai 30 anni | da 31 a 40 anni | da 41 a 50 anni | da 51 a 60 anni | oltre i 60 anni | Totale     |
|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| Albachiara    | 8                 | 7               | 23              | 32              | 1               | 71         |
| Alex&Co       | 5                 | 3               | 2               | 14              | 4               | 28         |
| Famar         | 8                 | 4               | 24              | 38              | 5               | 79         |
| GAB           | 35                | 20              | 17              | 12              | 2               | 86         |
| Project       | 12                | 6               | 17              | 21              | 2               | 58         |
| Rbs           | 11                | 2               | 10              | 16              | 1               | 40         |
| Rilievi       | 4                 | 12              | 17              | 14              | 0               | 47         |
| Rilievi India | 28                | 68              | 33              | 11              | 0               | 140        |
| Seriscreen    | 8                 | 15              | 9               | 7               | 2               | 41         |
| Uno Maglia    | 24                | 19              | 29              | 30              | 5               | 107        |
| Valmor        | 20                | 23              | 36              | 42              | 12              | 133        |
| <b>Totale</b> | <b>163</b>        | <b>179</b>      | <b>217</b>      | <b>237</b>      | <b>34</b>       | <b>830</b> |

### Dipendenti suddivisi per fascia d'età 2021

| Azienda       | dai 18 ai 30 anni | da 31 a 40 anni | da 41 a 50 anni | da 51 a 60 anni | oltre i 60 anni | Totale     |
|---------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| Albachiara    | 2                 | 7               | 13              | 21              | 2               | 45         |
| Alex&Co       | 6                 | 3               | 3               | 16              | 2               | 30         |
| GAB           | 31                | 22              | 19              | 10              | 0               | 82         |
| Project       | 6                 | 6               | 17              | 14              | 1               | 44         |
| Rbs           | 4                 | 4               | 12              | 13              | 1               | 34         |
| Uno Maglia    | 24                | 24              | 31              | 33              | 3               | 115        |
| Valmor        | 12                | 18              | 29              | 28              | 9               | 96         |
| <b>Totale</b> | <b>85</b>         | <b>84</b>       | <b>124</b>      | <b>135</b>      | <b>18</b>       | <b>446</b> |

### Infortuni dipendenti 2023

| Infortuni sul lavoro   | Tasso (%) |
|--|-----------|
| Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2023  | 0         |
| Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2023 | 0         |
| Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2023             | 4,65      |
| Infortuni registrati in itinere nel corso del 2023             | 2,71      |

### Infortuni dipendenti 2022

| Infortuni sul lavoro   | Tasso (%) |
|--|-----------|
| Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2022  | 0         |
| Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2022 | 0         |
| Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2022             | 0,36      |
| Infortuni registrati in itinere nel corso del 2022             | 0,36      |

### Infortuni dipendenti 2021

| Infortuni sul lavoro                                 | Tasso |
|--|-------|
| Tasso decessi dovuti ad infortuni sul lavoro         | 0     |
| Tasso malattie gravi sul lavoro (escludendo decessi) | 0     |
| Infortuni registrabili sul lavoro                    | 3     |

### Episodi di discriminazione 2023

| Episodi di discriminazione           | 2023 |
|--------------------------------------|------|
| Numero di episodi di discriminazione | 0    |
| Stato episodi                        | /    |

### Episodi di discriminazione 2022

| Episodi di discriminazione           | 2022 |
|--------------------------------------|------|
| Numero di episodi di discriminazione | 0    |
| Stato episodi                        | /    |

### Episodi di discriminazione 2021

| Episodi di discriminazione           | 2021 |
|--------------------------------------|------|
| Numero di episodi di discriminazione | 0    |
| Stato episodi                        | /    |

## 10.2 Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità



EY S.p.A.  
Piazza della Libertà, 9  
50129 Firenze

Tel: +39 055 552451  
Fax: +39 055 5524850  
ey.com

### Relazione della società di revisione indipendente sul documento “Bilancio di Sostenibilità 2023”

Al Consiglio di Amministrazione di  
Holding Moda S.r.l.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“limited assurance engagement”) del Bilancio di Sostenibilità 2023 (di seguito anche “Bilancio di Sostenibilità”) di Holding Moda S.r.l. e delle sue controllate (di seguito anche “il Gruppo Holding Moda” o “il Gruppo”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

#### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori di Holding Moda S.r.l. 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 “1.2 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 Holding Moda 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 dell’International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall’International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l’International Standard on Quality Management 1 (ISQM Italia 1) e, di conseguenza, mantiene 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

EY S.p.A.  
Sede Legale: Via Meravigli, 12 – 20123 Milano  
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 00187 Roma  
Capitale Sociale Euro 2.975.000 i.v.  
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi  
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003  
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited

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 "5.1 Generazione e condivisione del valore: performance economiche" 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 Holding Moda S.r.l. e con il personale di F.A.M.A.R. S.r.l. 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 Gruppo
  - 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.
- Per la società F.A.M.A.R. S.r.l., che abbiamo selezionato sulla base delle sue attività, del suo contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della sua 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 Holding Moda 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 "1.2 Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Firenze, 1 agosto 2024

EY S.p.A.  
  
Andrea Eronidi  
(Revisore Legale)

## 10.3 Glossario

**Decarbonizzazione:** è il processo che indica la conversione ad un sistema economico che riduca in modo sostenibile l'anidrite carbonica (CO<sub>2</sub>) fino alla sua privazione in futuro<sup>10</sup>.

**Economia circolare:** è un modello di produzione e consumo che implica condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile. In questo modo si estende il ciclo di vita dei prodotti, contribuendo a ridurre i rifiuti al minimo<sup>11</sup>.

**E-Mobility:** mezzi di trasporto, e infrastrutture collegate, che utilizzano l'energia elettrica quale fonte primaria per generare l'energia meccanica necessaria alla movimentazione<sup>12</sup>.

**Engagement:** rappresenta la misura del coinvolgimento del dipendente verso l'organizzazione. Il collaboratore che si sente coinvolto negli obiettivi dell'azienda e ne condivide i valori è più produttivo<sup>13</sup>.

**ESG:** è l'acronimo di Environmental (che riguarda l'impatto su ambiente e territorio), Social (che comprende invece tutte le iniziative con un impatto sociale) e Governance (che riguarda aspetti più interni all'azienda e alla sua amministrazione)<sup>14</sup>.

**GHG Emission:** è l'emissione nell'atmosfera terrestre di uno qualsiasi dei vari gas, specialmente l'anidride carbonica, che contribuisce all'effetto serra<sup>15</sup>.

**Good Practices:** si intendono le esperienze, le procedure o le azioni più significative, o comunque quelle che hanno permesso di ottenere i migliori risultati, relativamente a svariati contesti e obiettivi preposti di natura volontaria.

**GRI:** Global Reporting Initiative è un ente internazionale senza scopo di lucro nato con il

fine di definire gli standard di rendicontazione della performance sostenibile (conosciuto anche come bilancio sociale) di organizzazioni di qualunque dimensione, appartenenti a qualsiasi settore e paese del mondo<sup>16</sup>.

**Know-how:** complesso delle cognizioni ed esperienze per il corretto impiego di una tecnologia o anche, più semplicemente, di una macchina o di un impianto. Il possesso di cognizioni specifiche necessarie per svolgere in modo ottimale un'attività.

**SDGs:** "Sustainable Development Goals" - Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile. Sono costituiti da 17 punti, individuati dall'Onu nel 2015 con un orizzonte che arriva fino al 2030. Ecco di cosa parlano e perché hanno un impatto non solo sull'uomo e sul pianeta ma anche sul business.

**Sviluppo sostenibile:** imparare a vivere nei limiti di un solo Pianeta: in maniera equa e dignitosa per tutti, senza sfruttare - fino a depauperare - i sistemi naturali da cui traiamo risorse e senza oltrepassare le loro capacità di assorbire scarti e rifiuti, generati dalle nostre attività<sup>17</sup>.

**UNGC:** Il Global Compact delle Nazioni Unite è l'iniziativa strategica di cittadinanza d'impresa più ampia al mondo. Nasce dalla volontà di promuovere un'economia globale sostenibile: rispettosa dei diritti umani e del lavoro, della salvaguardia dell'ambiente e della lotta alla corruzione<sup>18</sup>.

**Welfare lavoratori:** il complesso delle erogazioni e prestazioni che un'azienda riconosce ai propri dipendenti con lo scopo di migliorarne la vita privata e lavorativa<sup>19</sup>.

**Stakeholder:** tutti i soggetti, individui od organizzazioni, attivamente coinvolti in un'iniziativa o progetto, aziendale, il cui interesse è negativamente o positivamente

<sup>10</sup> <https://www.anieserviziintegrati.it/2023/02/20/la-decarbonizzazione/>

<sup>11</sup> <https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circolare-definizione-importanza-e-vantaggi#:~:text=L'economia%20circolare%20%C3%A8%20un,ridurre%20i%20rifiuti%20al%20minimo.>

<sup>12</sup> <https://www.calorgasitalia.it/mobilita/>

<sup>13</sup> <https://www.peoplechange360.it/people-strategy/people-engagement/employee-engagement-come-coinvolgere-i-dipendenti-in-azienda>

<sup>14</sup> <https://www.esg360.it/environmental/esg-tutto-quello-che-ce-da-sapere-per-orientarsi-su-environmental-social-governance/>

<sup>15</sup> <https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20230316STO77629/cambiamento-climatico-gas-a-effetto-serra-che-causano-il-riscaldamento-globale>

<sup>16</sup> <https://www.esg360.it/normative-e-compliance/bilancio-di-sostenibilita-che-cose-quali-sono-obiettivi-e-caratteristiche/>

<sup>17</sup> Rapporto Brundtland, Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo, 1987

<sup>18</sup> <https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/global-compact/introduzione.html>

<sup>19</sup> <https://www.coperini.co.it/magazine/cose-welfare-aziendale>

influenzato dal risultato dell'esecuzione, o dall'andamento, dell'iniziativa e la cui azione o reazione a sua volta influenza le fasi o il completamento di un progetto o il destino di un'organizzazione<sup>20</sup>.

**ESRS (European Sustainability Reporting Standards):** nuovi standard redatti da European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), sviluppati per standardizzare la rendicontazione di sostenibilità delle aziende soggette alla CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

**Savoir-fair:** termine di origine francese che indica la competenza, l'abilità e l'esperienza pratica acquisite in un determinato settore.

**KPI (Key performance indicator):** sono indicatori di performance che consentono di valutare l'andamento o i progressi fatti in una determinata attività o progetto.

**B2B (Business-to-Business):** azienda il cui modello di business si basa sulla vendita di prodotti o servizi ad altre aziende piuttosto che ai consumatori finali.

**Sustainability pillar:** rappresenta una delle fondamenta su cui si basa il Piano Strategico verso uno sviluppo responsabile e duraturo.

**Agenda 2030:** programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto

nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU<sup>21</sup>.

**Modello 231:** sistema di gestione, controllo e organizzazione previsto dal D.Lgs. 231/2001 che introduce la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica per alcuni reati commessi nell'interesse o a vantaggio dell'ente.

**ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals):** elenco di sostanze chimiche il cui utilizzo intenzionale è vietato nella lavorazione di materiali tessili, pelle, gomma, schiuma, adesivi e finiture utilizzati nell'industria tessile, dell'abbigliamento e delle calzature<sup>22</sup>.

**Commodity:** è un bene fungibile e standardizzato, utilizzato principalmente come materia prima o prodotto di base nelle attività commerciali.

**Garanzie d'origine (GO):** certificazione elettronica che attesta l'origine rinnovabile delle fonti utilizzate dagli impianti qualificati IGO<sup>23</sup>.

**Turnover:** rappresenta il flusso naturale di persone che escono o entrano nell'impresa per effetto di normali eventi di pensionamento, assunzione, licenziamento, che non minacciano la continuità produttiva dell'impresa e la sua stabilità organizzativa<sup>24</sup>.

<sup>20</sup> <https://www.treccani.it/enciclopedia/stakeholder/>

<sup>21</sup> <https://unric.org/it/agenda-2030/>

<sup>22</sup> <https://mrsl.roadmaptozero.com/>

<sup>23</sup> <https://www.gse.it/servizi-per-te/fonti-rinnovabili/garanzia-dorigine#:~:text=La%20Garanzia%20di%20Origine>

<sup>24</sup> [https://www.treccani.it/enciclopedia/turnover\\_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/turnover_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/)

## 10.4 Ringraziamenti

A conclusione di questo bilancio di sostenibilità vogliamo riservare uno speciale ringraziamento a tutte le Persone di Holding Moda e di Holding Industriale che hanno contribuito alla realizzazione del presente documento.

Un sentito ringraziamento va al Presidente Claudio Rovere e alla Direzione per essere stati i primi sponsor della sostenibilità e per averci permesso di realizzare questo progetto.

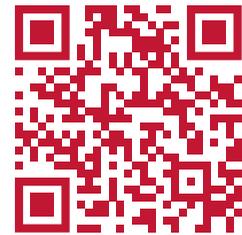
EY Spa - Revisori legali del bilancio di sostenibilità - Per la revisione del bilancio e per il supporto nell'individuazione delle migliori pratiche che spingono a migliorare ogni anno.

Gli stakeholder coinvolti nel processo per il loro continuo dialogo e i loro preziosi feedback, elementi cruciali per il miglioramento continuo delle nostre pratiche di sostenibilità.

Grazie e al prossimo anno  
Il Team HPlanet



Sito di Holding Moda



Instagram di Holding Moda



LinkedIn di Holding Moda



LinkedIn di Holding Industriale

La carta utilizzata per la realizzazione del nostro Bilancio di Sostenibilità 2023 è la Materica Fedrigoni colorazione Gesso, composta da 25% di pura cellulosa vergine ECF, 25% fibre di recupero, 40% di cellulosa CTMP e 10% fibre di cotone, certificati FSC®.



