

**BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ
2022**



Siamo lieti di presentarvi la nostra seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità.

In onore della manifattura del Made in Italy anche quest'anno abbiamo optato per la realizzazione sartoriale del presente documento. Abbiamo pensato di confezionarlo interamente 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 del precedente anno di rendicontazione che è stato prezioso per conoscere in maniera più precisa e puntale i nostri impatti sociali ed ambientali. Siamo riusciti a rendicontare i nostri primi progressi, le sfide e le opportunità di cui siamo stati protagonisti nel 2022.

La creazione della presente reportistica è stata possibile grazie al nostro Presidente Claudio Rovere a cui va un ringraziamento speciale. Con la sua visione 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 alla 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 2022

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 del CEO	16
2.3	Lettera agli stakeholder della CSO	18

3. H-Identity

3.1	HIND: Be in the Hive	22
3.2	HMODA: Holding heritage, making Moda	26
3.3	HData: You know, You manage	32
3.4	HPlanet: Change makers for a better future	36
3.5	La nostra strategia di sostenibilità	38
3.6	Il nostro impegno verso l'Agenda 2030	44
3.7	I nostri progressi di sostenibilità assieme	50
3.8	Le nostre Aziende, il nostro valore	54

4. Crescita sostenibile e responsabile

4.1	Generazione e condivisione del valore: performance economiche	78
4.2	Stakeholder engagement	81
4.3	Analisi di materialità	84
4.4	Gestione dei rischi di sostenibilità	90

5. Governance ed etica

5.1	La struttura societaria	94
5.2	Modello organizzativo e di gestione	97
5.3	Composizione degli organi di controllo HModa	100
5.4	Codice etico	102

6. Il nostro Made in Italy

6.1	I nostri prodotti	110
6.2	La nostra filiera	120
6.3	Il legame con il territorio	122
6.4	Le buone pratiche HModa	124

7. Bilancio ambientale

7.1	La gestione responsabile dei consumi	132
7.2	L'impronta ambientale	136
7.3	L'impatto ambientale positivo	144
7.4	Materie prime	146
7.5	Packaging e imballaggi	148
7.6	Il management consapevole dei rifiuti	150
7.7	Il pensiero circolare	154

8. Bilancio sociale

8.1	Il nostro capitale umano	162
8.2	La crescita delle nostre Persone	167
8.3	La diversità in HModa	169
8.4	La formazione nel cuore	173

9. H-Innovation

9.1	Innovazione digitale	181
9.2	Innovazione ambientale	185
9.3	Innovazione sociale	190
9.4	La nostra crescita insieme a Voi	194

10. Appendice

10.1	GRI Context Index	214
10.2	Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità	238
10.3	Glossario	242
10.4	Ringraziamenti	244



Introduzione

1.1 Perimetro di rendicontazione

Il perimetro di rendicontazione coincide con il perimetro del Bilancio economico 2022, considera dunque tutte le società integrate nel Gruppo Holding Moda. Si precisa che Holding Immobiliare rientra nel perimetro ma non presenta impatti specifici. Si riportano di seguito le variazioni nel perimetro di rendicontazione rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2021:

● **Famar:** società specializzata in abbigliamento leggero, entrata nel Gruppo a Maggio 2022

● **Seriscreen:** società operante nel settore delle lavorazioni speciali specializzata nella stampa digitale, entrata nel Gruppo a Luglio 2022

● **Rilievi:** società operante nel settore delle lavorazioni speciali specializzata in ricami a mano, entrata nel Gruppo a Settembre 2022

● **Rilievi India:** sede indiana della società Rilievi, entrata nel Gruppo a Settembre 2022

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: "mappatura degli stakeholder" e "individuazione delle tematiche materiali". 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

1.2 Nota metodologica

Il presente documento è la seconda edizione pubblica del Bilancio di Sostenibilità HModa, contenente la descrizione degli impatti maggiormente significativi generati dall'organizzazione, non solo come Gruppo, ma all'intera catena del valore e al 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 secondo 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 2022 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 europea¹ (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. Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo "1.1.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 e Rilievi India)

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

¹ The Corporate Sustainability Reporting Directive

nel breve ma anche nel medio-lungo periodo. Questo percorso nel 2022 ci ha portato ad approfondire le tematiche di gestione del rischio generato, con particolare attenzione a quelle legate al cambiamento climatico e alla catena di fornitura responsabile.

L'arco temporale preso in considerazione decorre dal 1° gennaio 2022 al 31 Dicembre 2022, evidenziando dati quali i consumi energetici e le emissioni ma anche progetti iniziati nel presente anno ma che vedranno la luce nel corso del 2023-24 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 2021.

Highlights 2022

**165
mln**

Fatturato consolidato

59 %

Presenza femminile

830

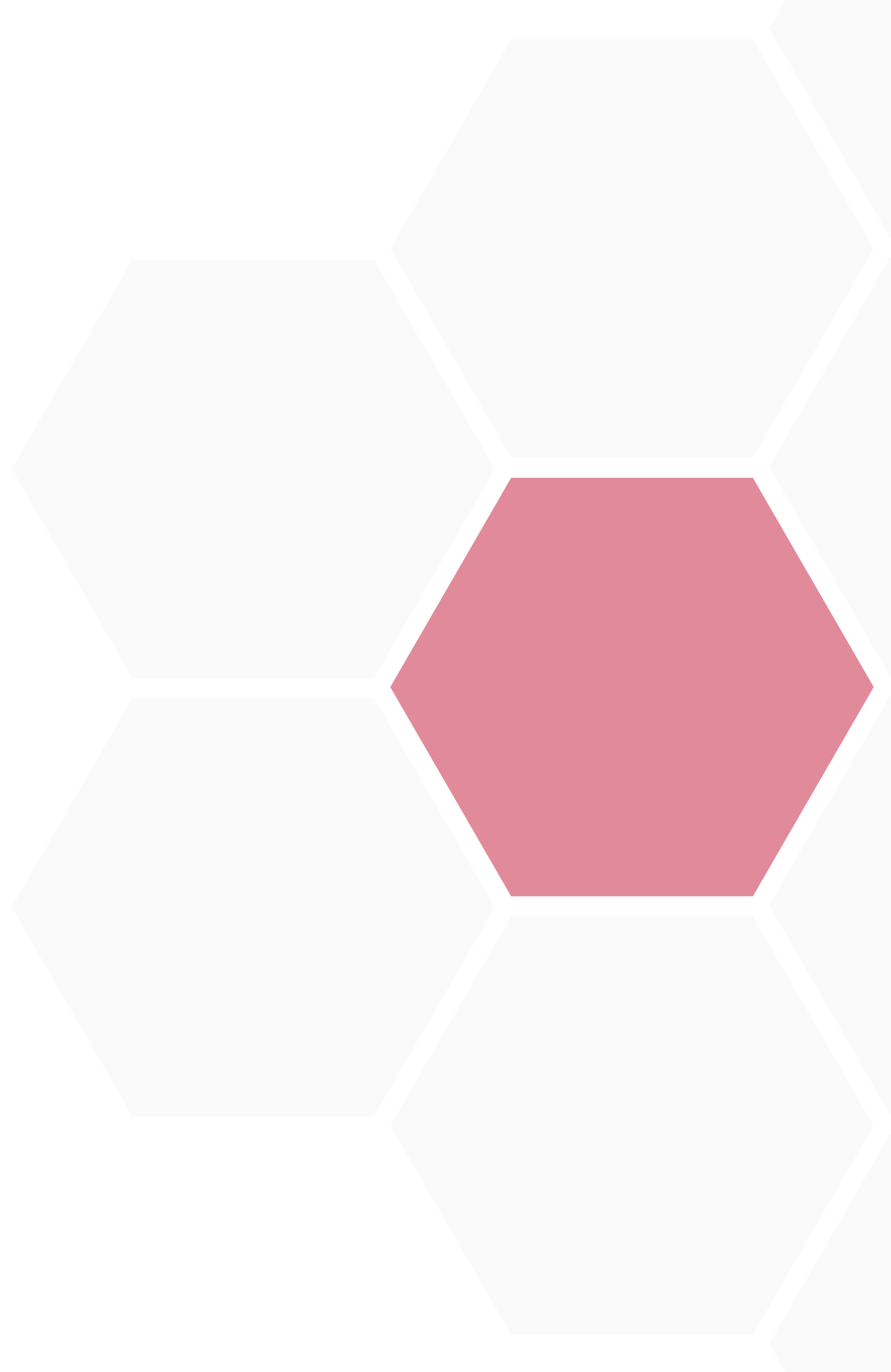
Persone impiegate

11

Siti produttivi industriali



Presenza sul territorio italiano (4 Regioni più la sede legale)



Lettera agli stakeholder

2



Lettera agli stakeholder del Presidente

Caro Stakeholder, abbiamo pubblicato il nostro secondo Bilancio di Sostenibilità perché desideriamo condividere e trasmettere i principi e valori in cui crediamo in ottica di trasparenza e condivisione dei risultati.

La sostenibilità in Holding Moda è parte integrante della governance, così come nel Gruppo Holding Industriale (HIND) di cui fa parte, e vede tutte le sue risorse coinvolte. Persone coraggiose e determinate, che lavorano eticamente per creare progetti che vanno oltre l'ordinario e che siano attori del cambiamento positivo nel territorio, nell'ambiente e nella società.

Gli ultimi anni hanno visto un'evoluzione epocale e radicale, non solo legata alla velocità del mercato globale ma anche ai rapporti umani. Per noi di HIND questo è il momento perfetto per essere gli "Innovatori del cambiamento" e per affrontare qualunque situazione con un atteggiamento positivo, capace di attrarre altra positività.

Le imprese che vogliono competere nel mercato attuale hanno la necessità di sviluppare un ambiente di lavoro e una cultura aziendale che incoraggi l'innovazione, per raggiungere l'eccellenza e la motivazione nelle persone. So di poter contare su una squadra in forte crescita, su persone ispirate e guidate dai valori fondanti di HIND, e di essere, allo stesso tempo, motivate ed entusiaste nel portare il proprio contributo al nostro progetto di aggregazione con energia e audacia.

Crediamo nell'unicità delle persone, che sono il vero valore delle aziende con cui instauriamo sinergie e collaborazioni. Per noi di HIND è importante la diversità, che diventa un'opportunità di crescita e arricchimento. Ai nostri lavoratori va il mio ringraziamento più sincero per quanto fatto finora e per tutto quello che stanno creando per il futuro di Holding Industriale e di Holding Moda.

Be in the HIVE!

Claudio Rovere
Presidente Holding Industriale

"Sostenere persone e aziende virtuose che realizzano progetti fuori dall'ordinario con etica, determinazione e innovazione."



*“HIND è l’incontro tra
persone, idee e risorse
che vogliono essere
cambiamento positivo
nel sistema industriale e
nel territorio circostante.”*



Lettera agli stakeholder dell'Amministratore Delegato

Gentili Stakeholder,
la sostenibilità è da sempre alla base dei valori e dei principi di Holding Moda, per fare in modo che le nostre Aziende siano in grado di compiere nel futuro quello che sanno fare oggi.

Essere sostenibili è quindi diventato una vera e propria strategia di crescita e di sviluppo, nata per rispondere alle esigenze di eccellenza richieste dai nostri Clienti e perseguita concretamente, con progetti e obiettivi capaci di generare un impatto sociale, etico ed ecologico positivo.

Crediamo poi in una filiera trasparente, certificata e tracciabile, che risponda agli standard produttivi sempre più elevati dei nostri Clienti.

La trasparenza e la tracciabilità sono state le due grandi protagoniste del 2022, in quanto siamo stati capaci di cogliere le nuove sfide e di anticipare le normative, studiando non solo i nostri impatti ma anche quelli della filiera a cui apparteniamo.

Le nostre Aziende sono state in grado di avvalersi di nuove opportunità mantenendo la centralità delle nostre Persone e tutelando l'ambiente in cui operiamo.

Cerchiamo di utilizzare quanto più consapevolmente e responsabilmente le risorse naturali, impiegando energia prodotta da fonti rinnovabili, riducendo gli sprechi, prediligendo materiali che rispettino l'ambiente e utilizzando prodotti chimici che rispondano ai più severi standard produttivi.

Lo facciamo perché crediamo che solo attraverso questa progettualità le Aziende del gruppo Holding Moda saranno capaci di vincere sfide straordinarie e realizzare obiettivi durevoli nel tempo.

Giulio Guasco
Amministratore Delegato Holding Moda

Lettera agli stakeholder della CSO

Ai nostri stakeholder, con orgoglio vi presento il nostro Bilancio di Sostenibilità 2022, documento con il quale Holding Moda rendiconta i propri obiettivi, attività e traguardi nelle aree ESG (Environmental, Social e Governance), all'insegna della trasparenza e della condivisione con tutti i portatori d'interesse quali le nostre Persone, gli azionisti, i clienti, i fornitori e le comunità locali che ospitano le nostre sedi.

La sostenibilità per Holding Moda è l'incontro tra realtà diverse che condividono gli stessi obiettivi di crescita sostenibile e si impegnano nella creazione di una forte sinergia per realizzarli. È il luogo d'incontro tra persone ed innovazione in grado di ispirare grandi risultati, puntando sempre all'eccellenza. Il nostro compito è quello di rendere accessibile a tutti i livelli la cultura della sostenibilità, affermando e dimostrando ogni giorno che crescita economica e sviluppo sostenibile non sono termini in contrapposizione, ma il giusto connubio per fare impresa per bene, per innovare e includere talenti ed idee in progetti che vanno oltre l'ordinario.

Siamo d'innanzi a una sfida piuttosto ambiziosa che cogliamo come grande occasione di cambiamento e riflessione per mettere in campo le nostre capacità al fine di avere una coscienza d'impresa che ci permetta di essere responsabili, forti ed entusiasti del domani che stiamo creando insieme. Il mercato sta evolvendo e le normative mutano sempre più velocemente, per questo è importante


che le aziende siano pronte, preparate al cambiamento e possano affrontare queste nuove opportunità, conseguendo dei risultati straordinari.

Il 2022 è stato un anno impegnativo che ci ha permesso di crescere e perseguire gli obiettivi che ci siamo dati nel 2021. Abbiamo costruito le solide fondamenta per la realizzazione del nostro piano strategico di sostenibilità che, giorno dopo giorno, portiamo avanti con azioni concrete e mirate puntando sempre al miglioramento continuo.

La cultura della sostenibilità, iniziata l'anno scorso, si è consolidata creando una bellissima collaborazione e una profonda intesa tra tutte le nostre Persone e le nostre Aziende. Insieme siamo stati capaci di realizzare progetti che hanno spaziato dall'energia rinnovabile, alla formazione, alla compliance, all'innovazione fino ad arrivare al delineamento di una politica di decarbonizzazione.

Con questa energia, e consapevoli della strada che ancora ci attende, siamo grati di poter condividere con Voi questo report per raccontarvi tutte le promesse che siamo riusciti a mantenere e i traguardi che dobbiamo ancora raggiungere.

Veronica Bovo
CSO Holding Industriale



“Siate audaci, siate curiosi e affamati di conoscenza. Pensate in grande nel rispetto del passato ma con uno sguardo alto e fisso al futuro.”



H-Identity

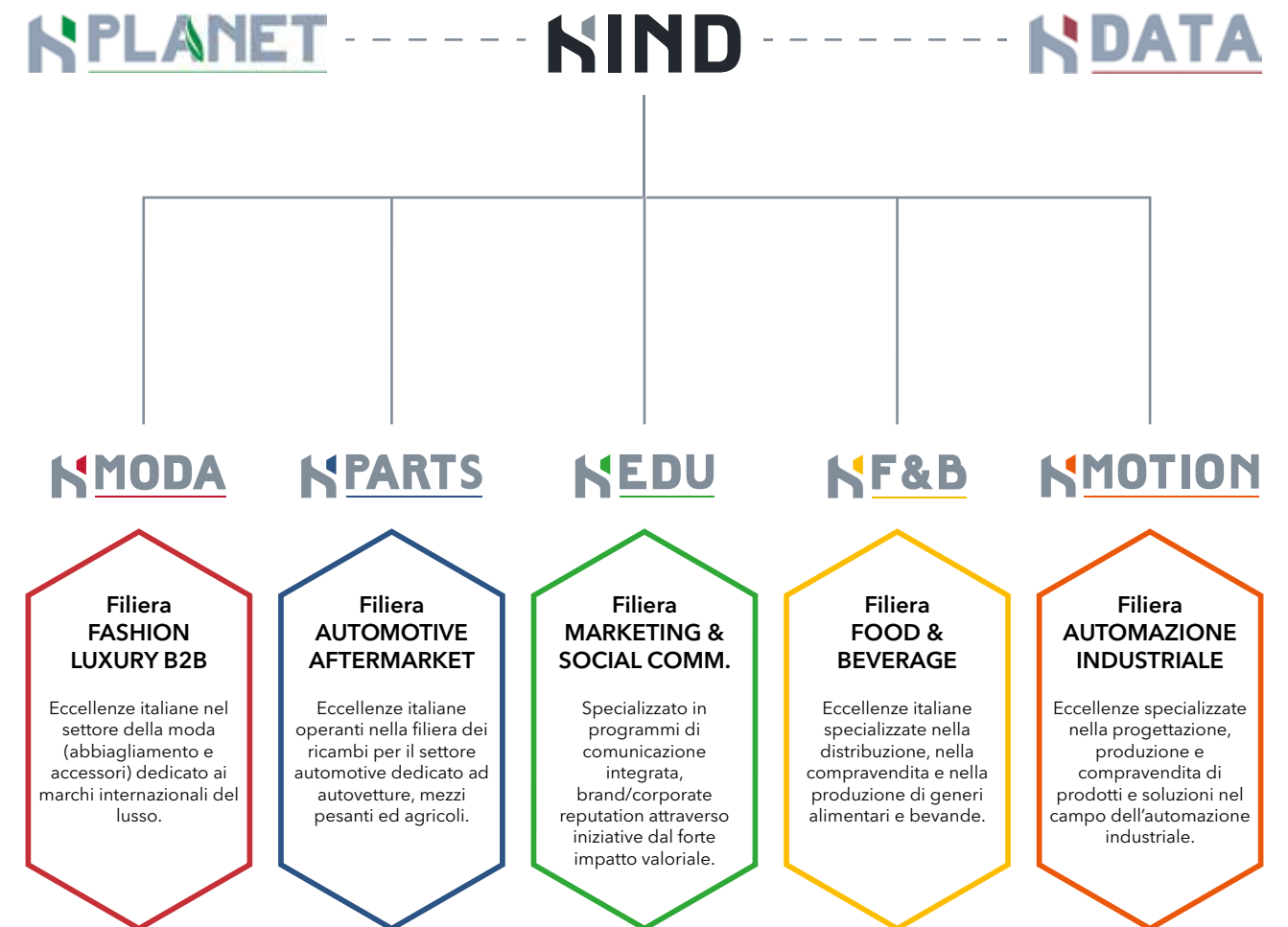
3.1 HIND Be In The Hive

Holding Industriale SpA (o in forma abbreviata HIND) è una holding company che investe nel capitale di piccole e medie imprese nel territorio italiano. Nasce nel 2011 a Torino con la missione di essere il luogo di incontro tra capitali privati e strategia d'impresa, al fine di favorire processi di crescita, progetti di aggregazione e visione di lungo periodo per aziende italiane eccellenti.

Vogliamo rappresentare un cambiamento positivo e di lungo periodo nel sistema industriale e territorio. Sosteniamo la creazione di progetti visionari che vadano

fuori dall'ordinario, vogliamo affrontare sfide e ispirare talenti attraverso innovazione, formazione continua e senza dimenticare i nostri principi etici.

Operiamo secondo una logica di investimento in club deal coinvolgendo investitori privati interessati a partecipare attivamente con noi alle iniziative sostenute. Focalizziamo i nostri investimenti in alcune filiere rappresentative del Made in Italy e per cui l'Italia è fortemente conosciuta ed apprezzata in tutto il mondo, per questo abbiamo creato le subholding verticali dedicate a 5 settori unici:



L'orientamento all'eccellenza ci porta ad essere curiosi e capire quali possono essere le opportunità di sviluppo delle subholding già consolidate, oltre ad avere la visione di espandere il nostro perimetro di operatività nella creazione di nuovi verticali.

I verticali di HIND sono supportati da due dipartimenti funzionali che lavorano trasversalmente per tutte le subholding:

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

🔴 **HPlanet**, specializzato in consulenza in materia di sostenibilità e di creazione di percorsi ESG appositi per le Aziende.

Nel nostro modo di operare siamo sempre guidati dai 3 Pillars Industriali su cui si basa il business model di HIND:

🔴 **MADE IN ITALY & INNOVAZIONE:** come garanzia di qualità e forte connessione alle proprie radici e come sguardo al futuro utilizzando un approccio creativo. Il connubio tra questi aspetti racchiude il nostro modo di fare business valorizzando le proprie origini ma guardando al futuro

🔴 **CULTURA & FORMAZIONE:** come preparazione della forza lavoro a comprendere quali sono le sfide attuali e future e come possibilità di crescita e valorizzazione dei talenti.

🔴 **ETICA & SOSTENIBILITA':** come principi imprescindibili per la creazione di valore positivo nell'azienda, nella società e nell'ambiente.

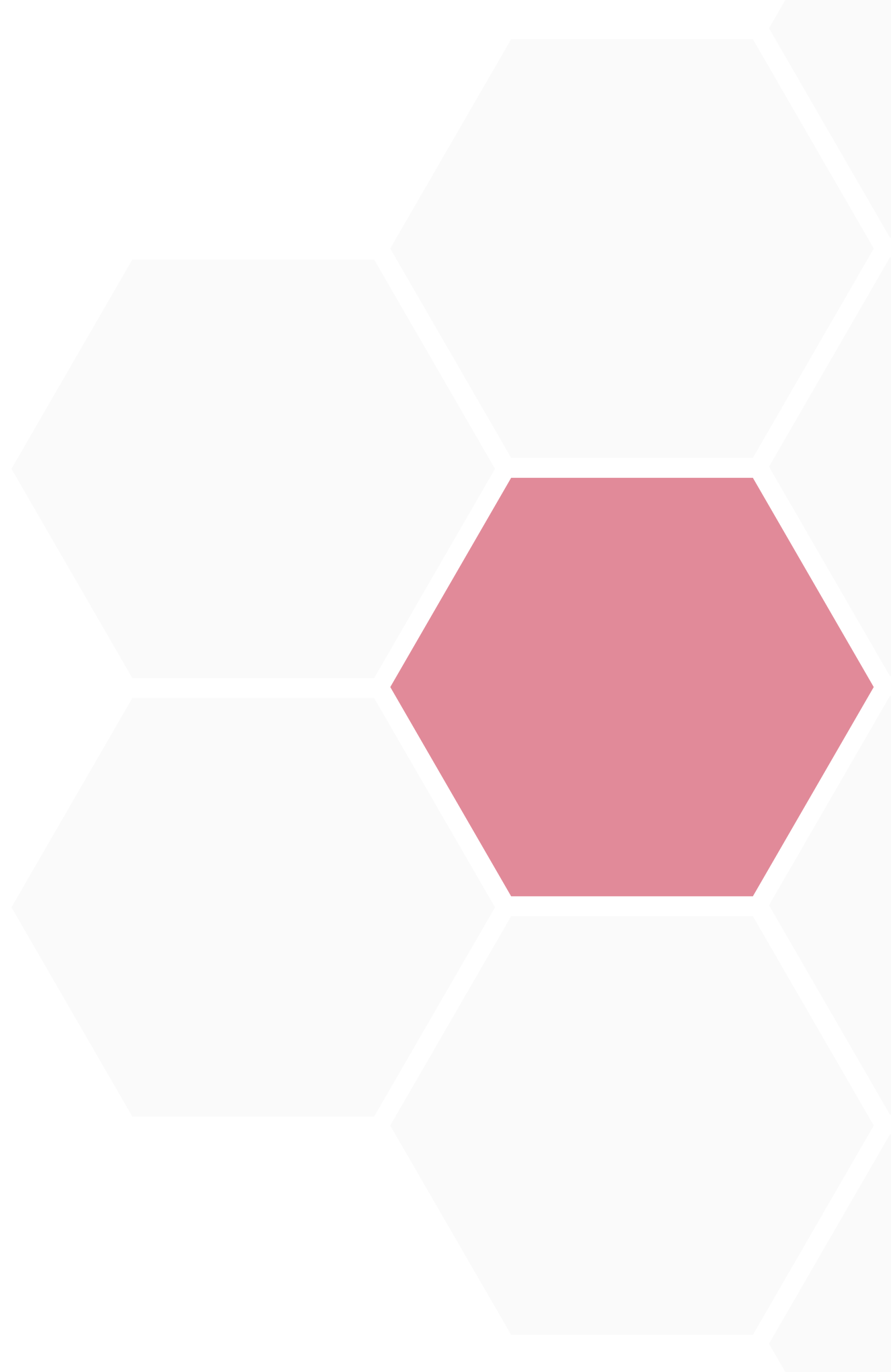
Il 2022 è stato un anno ricco di cambiamenti dal punto di vista politico, economico e sociale. Seppur non sia stato semplice, in questo contesto HIND ha posto le basi per poter instaurare nuove connessioni e momenti di aggregazione, facendo sentire le Persone come parte di un Gruppo. Abbiamo consolidato il nostro motto "**Be in the HIVE**" (*Sii nell'alveare*) e condiviso con tutti

i dipendenti, in modo che questi potessero sentire realmente parte di un Gruppo. La metafora dell'alveare è particolarmente rappresentativa del nostro modo di operare e delle connessioni intraprese; il nostro scopo è creare una comunità sostenibile in cui ogni Persona, pur mantenendo la sua individualità e le sue peculiarità, si senta contestualmente parte di un sistema. Al contempo, ogni azienda è fortemente specializzata in un determinato settore ma, grazie alle sinergie di valore presentate e proposte dal Gruppo, può crescere e trarre beneficio dalla condivisione con altre realtà adiacenti e complementari.

Abbiamo mostrato a tutte le nostre Persone che i nostri valori rappresentano la solidità, la stabilità e la comunione di intenti in un contesto globale alquanto incerto, cercando di creare spensieratezza tramite momenti di condivisione aziendale, quali HIVE Festival e HIVE Days.

L'HIVE Festival è un'iniziativa di cui siamo molto fieri perché ha dato modo a circa 800 persone di conoscersi, condividere valori aziendali e svolgere attività di team building volte ad incentivare collaborazione e coesione interna. Gli HIVE Days sono stati una naturale evoluzione dei valori e dell'energia trasmessa durante il festival, sono stati in grado di portare lo stesso entusiasmo e clima anche nell'ambiente lavorativo di tutti i giorni.

L'anno concluso ci permette di iniziare il 2023 con particolare entusiasmo e positività, pronti a cogliere nuove sfide e continuare a trasmettere i nostri valori alle nuove aziende che entreranno far parte del Gruppo e delle Persone HModa.



3.2 Holding Moda

Holding Heritage, Making Moda

Holding Moda S.r.l. è la subholding di Holding Industriale che si occupa di aggregazione di piccole e medie imprese eccellenti operanti nel fashion luxury per i brand. Viene costituita nel 2017 per volere di Claudio Rovere e Luca Ferraris con l'ottica di creare un polo che racchiudesse al suo interno il savoir faire tipico della moda Made in Italy. Nel 2022 conta due sedi: la sede legale di Via San Francesco da Paola 15 a Torino (dal 2023 Via Giolitti 55) e la sede di Largo Augusto 8 a Milano.

Il progetto di Holding Moda S.r.l. (di seguito "Holding Moda", "HModa" o "Gruppo") prevede l'aggregazione delle migliori realtà produttive italiane attive nel comparto moda di lusso B2B con l'obiettivo di valorizzarle attraverso strategie di sviluppo che favoriscano la crescita commerciale e finanziaria. A fine 2022 Holding Moda conta nel Gruppo 10 aziende, attive in 9 diversi comparti pertanto, siamo fieri di poter indicare che siamo l'unica piattaforma industriale italiana realmente diversificata che punta a valorizzare il patrimonio manifatturiero. Le aziende e le nostre Persone sono incoraggiate alla condivisione ed al coinvolgimento reciproco, nel corso del 2022 abbiamo adottato strumenti che permettessero a tutte le aziende di essere in contatto, promuovendo la cultura di partecipazione al sapere. Attraverso progetti di network dei Clienti ed investimenti in progetti comuni, le aziende, sono risultate più competitive sul mercato. Al contempo, la condivisione di know-how e innovazione ha portato le Persone ad essere maggiormente coinvolte e motivate.

Il Gruppo propone percorsi di innovazione per tutelare le conoscenze del passato traendo beneficio da tecnologie innovative, in questo modo tramanda il savoir faire alle generazioni future, mettendo loro a disposizione le conoscenze delle nostre maestranze aziendali.

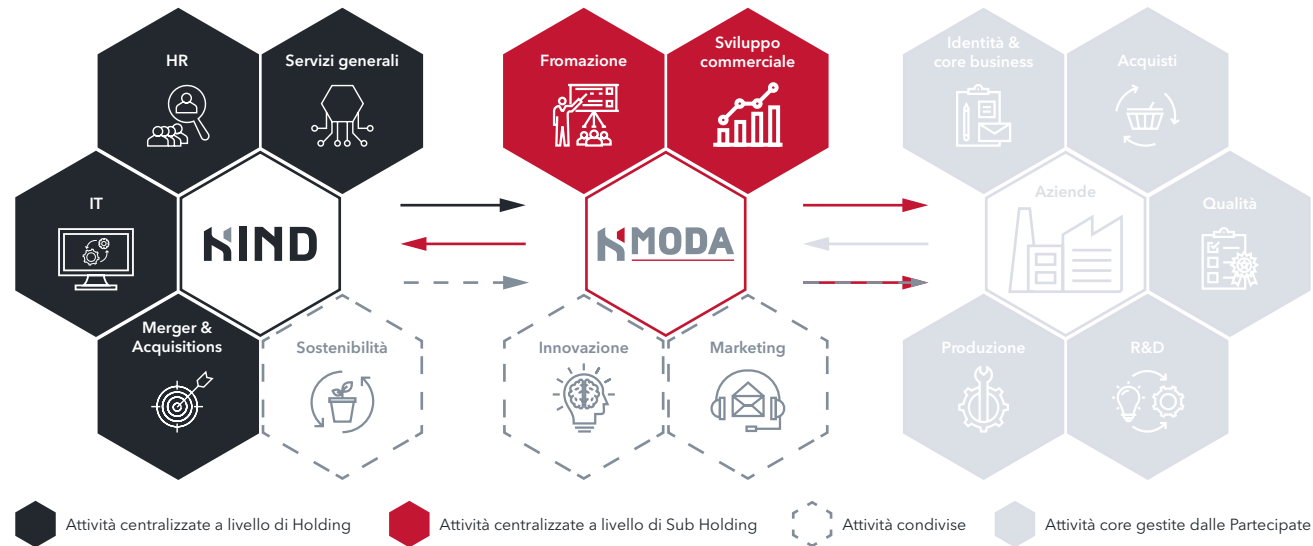
Siamo orgogliosi di poter contare sul contributo di oltre 800 dipendenti e circa 400 laboratori esterni che supportano l'operato delle aziende in 9 settori di specializzazione. I risultati raggiunti sono frutto della collaborazione tra tutte le Persone del Gruppo, ossia individui che cooperano per creare progetti volti al miglioramento continuo e all'elevazione delle

società di eccellenza nel panorama italiano. Ringraziamo fortemente le Persone che ci accompagnano in questo percorso difficile ma gratificante, tutti gli individui sono guidati da un sistema valoriale condiviso sia internamente che esternamente all'organizzazione; questo sistema, promosso dal Presidente, è fortemente radicato all'interno di HIND e di tutte le subholding ed è ciò che ci guida nel nostro modo di fare impresa. Essi si concretizzano in:

- 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

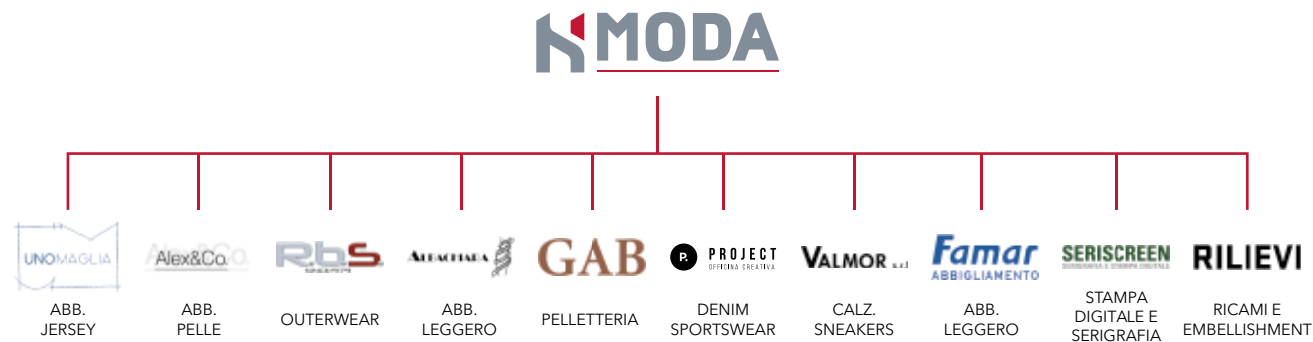
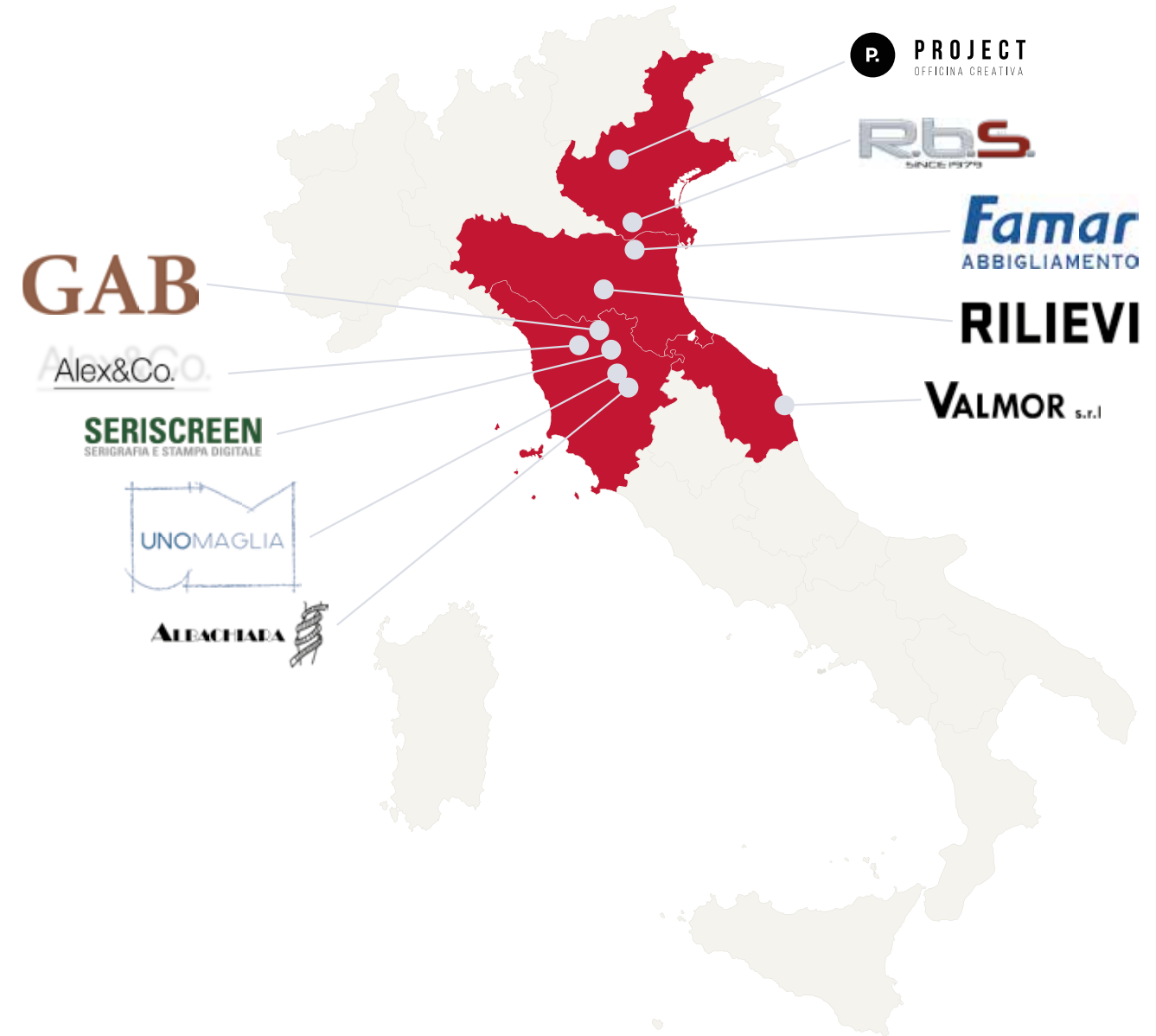
HIND si focalizza nel supportare Holding Moda attraverso l'efficientamento di attività non core mentre la subholding fornisce supporto specifico alle singole aziende partecipate,

mirando ad uno sviluppo omogeneo del progetto. Di conseguenza, le aziende riescono a focalizzare la propria attenzione sui cardini del proprio business e sull'operatività industriale.



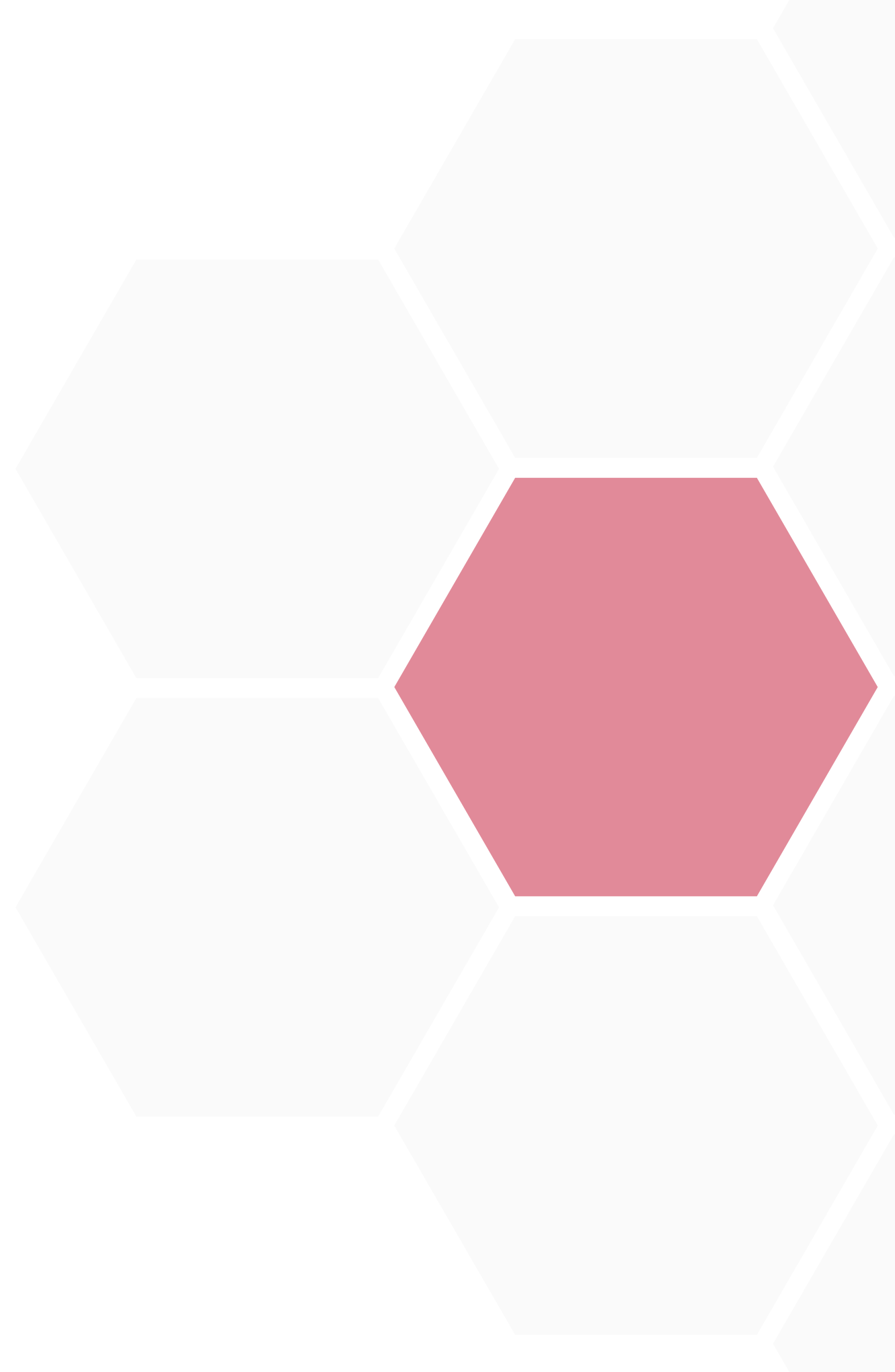
A fine anno, il Gruppo conta la partecipazione diretta di 10 aziende e la presenza in 4 diverse regioni italiane. Grazie all'acquisizione di Rilievi Group, Holding Moda espande il suo orizzonte territoriale

arrivando in India. A Mumbai risiede infatti la sede indiana di Rilievi, specializzata nella progettazione e produzione di ricami.



Il 2022 è stato per noi un anno di traguardi, abbiamo infatti dato il benvenuto a 3 nuove aziende all'interno del Gruppo e focalizzato ancor più la nostra attenzione alla supply chain italiana. Il percorso che stiamo intraprendendo di integrazione ed aggregazione di realtà eccellenti ci ha permesso di aggiungere due settori di specializzazione, grazie all'inclusione

di aziende Tier 2 operanti nel comparto della stampa e dei ricami per il mondo del lusso. Nel futuro prevediamo l'ingresso di altre aziende a monte della filiera e l'integrazione verso nuove linee di business, oltre allo sviluppo di progetti speciali ed esclusivi che ci aiutino ad elevare il progetto industriale di Holding Moda nel panorama italiano.



3.3 HDATA

You Know, You Manage

HData è il dipartimento trasversale di HIND specializzato nella ricerca ed analisi di mercato, dei competitor, dei brand e delle categorie merceologiche. Nasce nel 2021 dalla particolare necessità del comparto Moda di mappare, analizzare e condividere informazioni riguardo al settore Fashion Luxury, ma la sua funzionalità risulta utile e strategica a tutti i verticali di HIND.

Il nostro motto *"You Know, You Manage"* anticipa la mission del dipartimento, ossia documentare e diffondere conoscenza all'interno dell'organizzazione riguardo alle novità salienti del mercato che possono essere strategiche per il nostro business. HData mira a diventare un punto di riferimento all'interno ed all'esterno di HModa per la ricerca, collezione e diffusione di conoscenza tramite un approccio

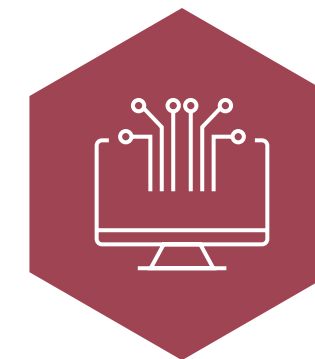
qualitativo e quantitativo.

I driver che hanno spinto alla creazione di questo dipartimento nascono dall'osservazione che il settore Moda è ricco di ricerche ed iniziative, di assoluto rilievo, ma spesso con fonti incerte o che non forniscono informazioni esaustive per comprendere la situazione attuale e prospettica. HData si propone di mettere ordine all'interno della moltitudine di notizie che ogni giorno riceviamo da fonti esterne o interne, sistematizzando gli input che riguardano il mercato, i clienti ed i competitor.

Il nostro approccio prevede una fase di analisi in cui le informazioni raccolte vengono filtrate e aggregate, estrapolando ciò che potrebbe risultare utile al Gruppo e condividendo il risultato durante incontri e output periodici.



**DIFFONDERE
CONOSCENZA**



**SUPPORTARE
STRATEGIE**



**PROMUOVERE
COMPETITIVITÀ**

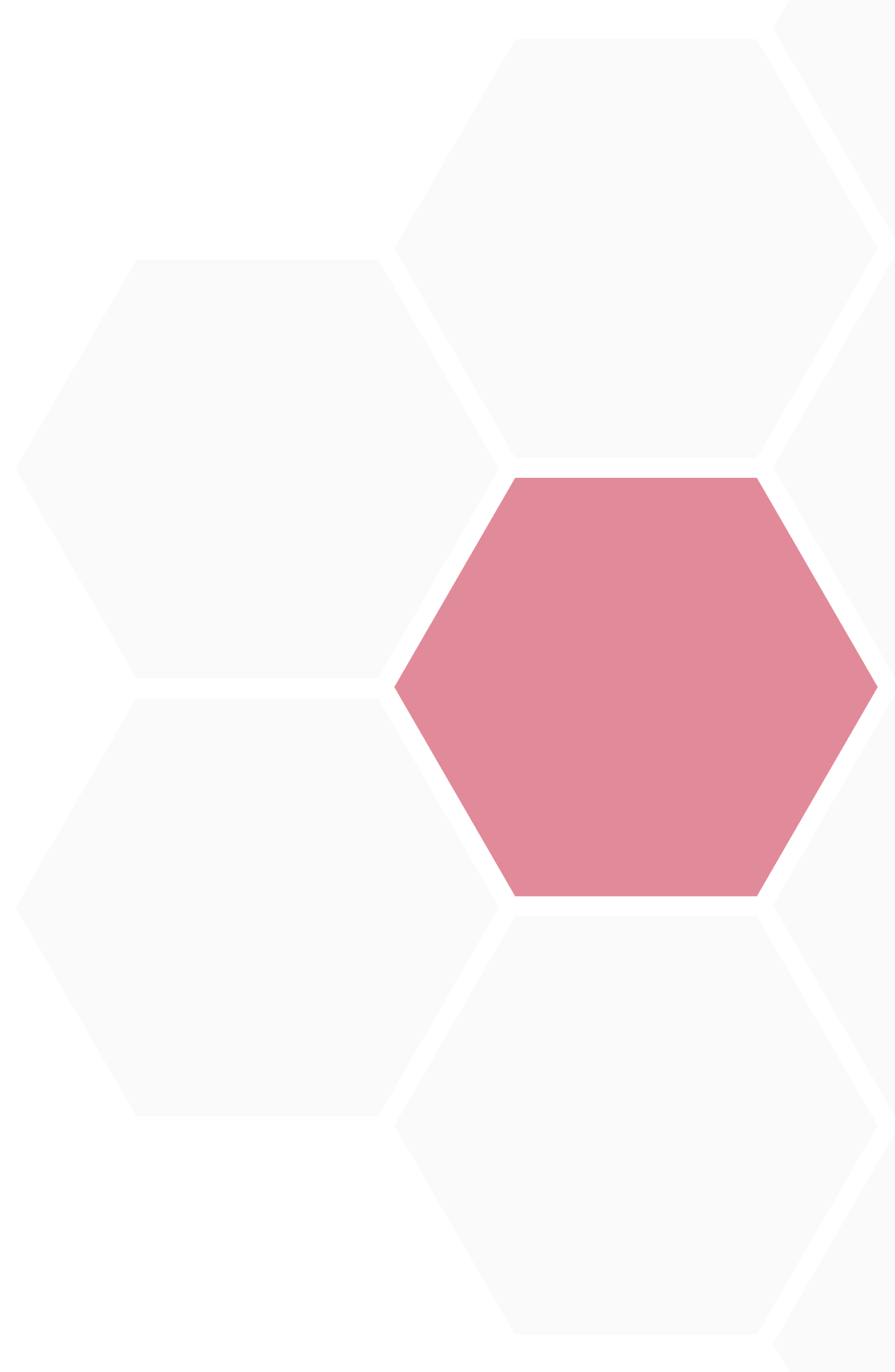
Nel 2022 il dipartimento HData è stato particolarmente impegnato nella condivisione di informazioni al top management per lo sviluppo di strategie commerciali e nello studio della distribuzione delle aziende B2B per categorie merceologiche sul territorio italiano.

Su base semestrale abbiamo pubblicato un report, denominati *"Lighthouse: shaping the fashion market"*, che si configura come collettore delle principali iniziative del settore moda in termini di mercato, risultati finanziari dei brand, sostenibilità, innovazione, formazione, collezioni, eventi passati e futuri e operazioni di M&A. I report sono redatti internamente tramite un team specializzato di business analyst e di grafici, i quali collaborano per la redazione di tutte le pubblicazioni che fanno capo a HData - a fine 2022 il team conta la partecipazione di 8 persone.

Al fine di fornire informazioni tempestive è stato necessario adottare uno strumento che permettesse la comunicazione di contenuti alle figure chiave. Per questo abbiamo adottato una Newsletter interna che evita la dispersione delle informazioni in quanto i destinatari sono multipli e le notizie condivise sono scelte accuratamente ogni settimana da un team di persone; queste dedicano una parte del loro operato al capire quali informazioni possano essere maggiormente utili al Gruppo in ottica di condivisione della conoscenza e creazione di strategie di crescita.

Per il 2023 e per gli anni a venire puntiamo ad accogliere nuovi membri nel team ed affinare gli strumenti utilizzati, in quanto siamo consci che le innovazioni tecnologiche presenti sul mercato possano aiutarci ad elevare la qualità dei nostri prodotti e dei nostri processi.

Informazioni analizzate nell'anno 2022	956
Media di informazioni analizzate settimanalmente	18
Newsletter pubblicate	40
Report pubblicati	+25



3.4 HPLANET

Change Makers for a Better Future

HPlanet è il dipartimento trasversale e integrato per lo sviluppo sostenibile di HIND e delle sue subholding che si occupa a 360° della sostenibilità, con strategie, progetti e processi appositi, dando un effettivo supporto alle società controllate nella gestione della sostenibilità in azienda.

Le aree di riferimento sono trasversali alle tre dimensioni ESG e sono fondamentali per verificare, misurare, controllare e sostenere l'impegno del Gruppo e di tutta la filiera.

HPlanet è la naturale risposta di Holding Industriale ad un periodo di forte cambiamento, mutazioni del mercato e crisi economica, politica e climatica, che si è deciso di affrontare intraprendendo un percorso di sostenibilità per guardare al futuro con ottimismo e determinazione, sviluppando la consapevolezza che l'unico modo per fare impresa sia perseguire i principi dello sviluppo sostenibile, rivoluzionando l'approccio e la visione delle attività in modo da consentire alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri. Il progresso come impresa ha come capisaldi lo sviluppo economico, sociale ed ambientale con l'obiettivo di garantire l'integrità dell'ecosistema in cui operiamo, limitando l'eccessivo utilizzo di materie prime e le emissioni di gas inquinanti e garantendo, nel frattempo, condizioni di vita soddisfacenti puntando così ad un miglioramento continuo. HIND promuove attivamente la sostenibilità all'interno dei propri pillars industriali. Il tema ha un ruolo rilevante globalmente ed è particolarmente attenzionato da parte degli stakeholders, per questo noi ci impegnano nel lungo termine ad aiutare le aziende del gruppo in una graduale transizione ed inglobamento della sostenibilità nelle leve di business.

Per farlo non siamo soli, ogni Persona deve condividere e sposare questo cambiamento, aiutandoci a contribuire allo sviluppo sostenibile del Gruppo. Solo insieme possiamo affrontare e vincere la sfida della creazione di impatto positivo.

Crediamo nel valore della condivisione e siamo fermamente convinti che nella sostenibilità non ci siano competitors ma solo possibili partners;

per questo ci confrontiamo con specialisti di aziende virtuose per raggiungere l'obiettivo comune di rendere il pianeta un luogo migliore per i suoi abitanti e per le generazioni future. Promuoviamo attivamente tavoli di dialogo multistakeholder essendo consci che, dalla condivisione di best practices, possano nascere idee da cui l'ecosistema globale ne tragga beneficio.

Questa particolare attenzione di HIND si riflette su tutte le subholding ed in particolare HModa, considerando il settore stesso come particolarmente bisognoso di attenzione e di iniziative volte a migliorare la conoscenza della sostenibilità da parte di tutti i dipendenti e di tutti gli stakeholders.

Tutti gli sforzi di Holding Moda in materia di sostenibilità sono stati identificati ed allineati a partire dal 2022 tramite un approccio strategico ed olistico che vede una maturazione grazie ad azioni collettive e sforzi individuali. Ogni Persona può fare la differenza, incoraggiamo ogni individuo a proporre e condividere idee che possano essere indici di cambiamento e crescita

La filiera di Holding Moda è piuttosto estesa e vede il coinvolgimento e dialogo con numerosi attori a monte e a valle della nostra realtà; pertanto, sentiamo il dovere di garantire la massima trasparenza nei loro confronti e nei confronti di tutti gli stakeholders. Questa convinzione ci ha portato a redigere il primo Bilancio di Sostenibilità relativo l'anno 2021 e il presente relativo al 2022 e certificarne la veridicità delle informazioni da parte terza (pur non essendo soggetti ad obbligatorietà), in modo da poter fornire informazioni trasparenti, corrette ed accessibili da tutti gli stakeholders.

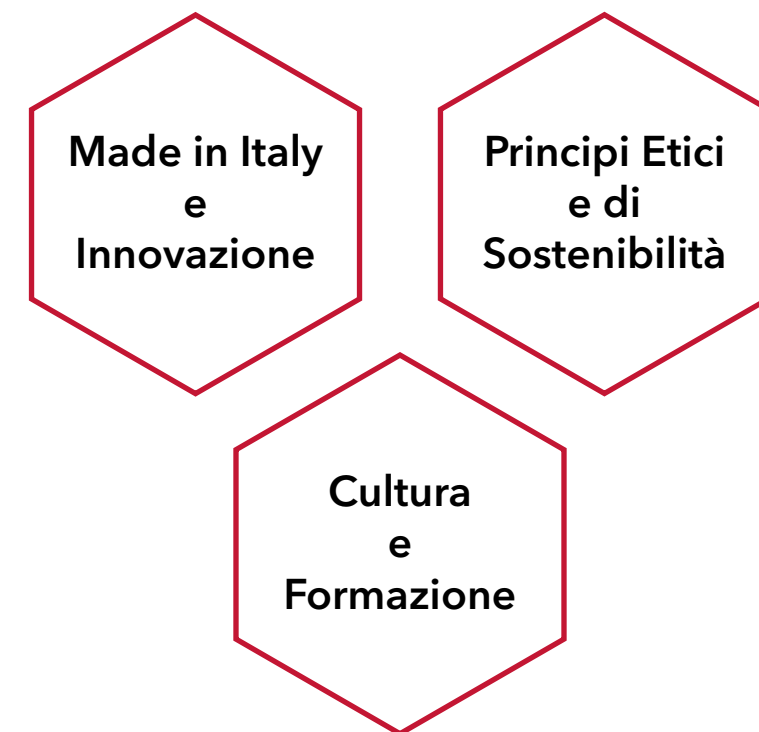
3.5 La nostra Strategia di Sostenibilità

In armonia con quanto riportato nella precedente reportistica, per la creazione della strategia di sostenibilità siamo partiti dalla consapevolezza della necessità di una trasformazione culturale e di un cambio di paradigma in grado di migliorare il benessere delle Persone e di garantire la crescita aziendale, oltre che ridurre l'impatto delle aziende sull'ecosistema in cui operano.

Il nostro approccio alla sostenibilità è partito nel 2021 cercando di promuovere l'introduzione di una nuova mentalità aziendale che, durante questi due anni di lavoro, ci ha permesso di diffondere in maniera trasversale i principi dello sviluppo sostenibile, integrarli nel progetto di sostenibilità, nella cultura e nelle operations lungo tutta la filiera. Pensiamo che la derivante strategia di sostenibilità debba

essere strutturata e complementare a quella di business; per questa ragione è stato creato un framework di riferimento che esplica i progetti in corso d'opera e futuri che il Gruppo intende realizzare per soddisfare gli obiettivi di tutela ambientale, benessere delle persone e sviluppo economico.

La nostra attenzione, anche nel 2022, è rimasta sempre focalizzata sulla creazione di valore aggiunto e di grandi opportunità di crescita per le controllate tramite la condivisione di valori, know-how e best practices. Con la creazione di HPlanet abbiamo individuato le aree di maggiore rilevanza per gli obiettivi di sviluppo sostenibile di HIND e HModa, partendo dalla comprensione degli industrial pillars sui quali si basa la Holding, ovvero:



Made in Italy & Innovazione: i verticali di HIND si sviluppano in settori strettamente collegati al territorio che rappresentano l'Italia come eccellenza a livello mondiale. Il Made in Italy è il primo pillar in quanto fonte di garanzia della qualità, dell'eccellenza e della riconoscibilità, oltre ad essere un notevole vantaggio competitivo sul mercato.

La categoria racchiude un insieme di valori e il tipico lifestyle italiano che non dimentica mai quali siano le sue origini ma tende all'innovazione; in tal senso tutti gli investimenti di HIND devono combinare questi elementi: la tradizione e l'innovazione. Quest'ultima è vista come strumento del progresso, che abbraccia l'evoluzione in un sistema culturale fondato sulle proprie tradizioni.

Cultura & Formazione: la crescita continua e le possibilità di conoscenza nobilitano le Persone grazie alla condivisione di esperienze tra individui che provengono da contesti differenti. Da questa, ne deriva una preziosa opportunità di crescita personale e professionale che concilia l'apprendimento con la pratica.

La consapevolezza di chi siamo e di chi vorremmo essere in futuro, ci rende consci dei nostri limiti e dei nostri punti di forza e ci aiuta a comprendere quali possano essere le aree di crescita.

Principi etici e di sostenibilità: al fine di garantire una crescita sostenibile e lo stesso ammontare di capitale naturale alle generazioni future, è necessario agire consapevolmente anche come impresa. L'etica e la sostenibilità sono principi imprescindibili e per i quali il Gruppo è molto sensibile.

Il senso di responsabilità nei confronti del futuro e delle Persone è un tema molto sentito e per il quale si presta particolare attenzione. Il presente pilastro è uno sguardo al futuro con la speranza che le Persone che verranno dopo di noi continuino il percorso iniziato con lo stesso fervore e disponendo delle stesse opportunità.

A questi cardini in HPlanet ne abbiamo affiancati cinque, che sono complementari ed integrati a quelli di business, e che permettono di guidare le scelte strategiche del Gruppo in

materia di sostenibilità, fungendo da driver per tutte le attività predisposte nel piano strategico di HPlanet:



Sviluppare la cultura sostenibile: come Gruppo riteniamo che l'implementazione di una cultura trasversale sia un fattore imprescindibile per perseguire lo sviluppo sostenibile e realizzare concretamente gli obiettivi dell'Agenda 2030. È importante trasmettere la cultura della sostenibilità, inclusiva ed integrata agli obiettivi e che renda possibile la realizzazione dei progetti in maniera definita e misurabile.

Mettere al centro le persone: la sostenibilità del capitale umano, e dunque delle nostre Persone, è uno dei primi obiettivi del Gruppo ed è propedeutica a riconoscere il potenziale che queste portano. Mettiamo al centro l'essere umano, crescendo assieme ai nostri lavoratori nel rispetto delle comunità locali che ci ospitano. Ci impegniamo ad ascoltare, valorizzare e premiare ciascuno affinché possa contribuire alla realizzazione del Purpose.

Creare valore per il territorio: interfacciandoci con le eccellenze del Made in Italy siamo consci dello stretto legame che intercorre tra territorio, aziende e comunità locali. Per noi è una priorità, in quanto ci prefissiamo l'obiettivo di far

crescere imprese di pregio e rappresentative del territorio nazionale, in armonia con gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Creare valore per gli stakeholder: è sicuramente un obiettivo da perseguire facendo impresa per bene, nel rispetto delle persone, dell'ambiente e dei nostri valori, creando e distribuendo valore a tutti gli stakeholder.

Responsabilità e innovazione: sono fondamentali nella crescita del nostro Gruppo. La prima è un prezioso valore che applichiamo giornalmente in tutte le nostre decisioni; la responsabilità al centro delle azioni per noi significa infatti guidare la nostra strategia assicurando uno sviluppo consapevole, sostenibile e di lungo periodo. L'innovazione è l'ispirazione del Gruppo, significa stimolare la capacità creativa, sostenere l'evoluzione e la crescita e contribuire a generare valore nel tempo. È il presupposto per perseguire risultati d'eccellenza in maniera innovativa.

L'integrazione tra i 5 principi di sostenibilità di HPlanet e i 3 di business di HIND, si completa e collega attraverso la governance, la gestione del rischio, il benchmarking, l'engagement degli stakeholders e la responsabilità sociale d'impresa. L'incrocio tra industrial pillars e sustainability pillars rappresenta la nostra risposta e il nostro contributo al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, che concretizziamo tramite i nostri progetti.

La nostra strategia integra ai suddetti pilastri anche gli SDGs (gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 che in seguito approfondiremo), che rappresentano il punto di riferimento dell'innovazione e sostenibilità d'impresa. Sono un prezioso strumento di anticipazione delle esigenze e dei cambiamenti dei vari settori e degli stakeholder. Questi ci permettono di valorizzare e comunicare le attività già realizzate in ottica di innovazione sostenibile.

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



3 PROGETTI, 8 AZIONI GOVERNANCE



6 PROGETTI, 18 AZIONI SOCIAL



3 PROGETTI, 5 AZIONI GOVERNANCE



3 PROGETTI, 13 AZIONI GOVERNANCE



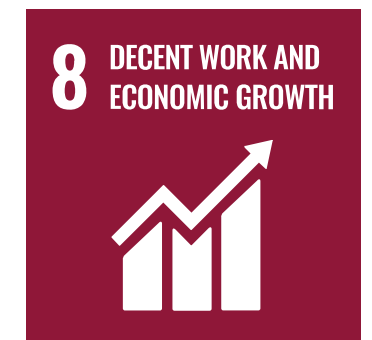
7 PROGETTI, 28 AZIONI ENVIRONMENTAL e SOCIAL

3.6 Il nostro impegno verso l'Agenda 2030

Come si evince dal precedente framework, abbiamo posto una forte correlazione tra gli industrial pillars e i sustainability pillars proprio per essere in grado di inserire la sostenibilità e tutti i progetti del nostro piano strategico all'interno del nostro modo di fare business e nelle operations quotidiane.

Sia gli industrial pillars che i sustainability pillars sono stati correlati agli SDGs e ne sono stati scelti alcuni che fossero i più connessi al nostro modo di operare, ai nostri progetti e ai nostri valori e che fossero in grado di esprimere al meglio la nostra risposta concreta agli impegni dell'Agenda 2030. Abbiamo quindi scelto 5 SDGs a livello di HIND (SDGs 5, 8, 9, 12, 13) su cui tutte le sub-holding lavorano

congiuntamente in modo da favorire anche le azioni di gruppo e le sinergie tra le sub-holding. Successivamente ne è stato individuato uno aggiuntivo per ogni sub-holding al fine di esprimere meglio la sua identità e quella del settore in cui opera. Il nostro impegno sugli SDGs e il nostro modello di riferimento a livello HIND e sub-holdings è riportato sotto. Nello specifico HModa si impegna, tramite progetti appositamente studiati, al perseguimento degli SDGs **4, 5, 8, 9, 12, 13**. Attualmente i seguenti impegni non richiedono l'attuazione di due diligence ma sono stati assunti all'interno del Piano Strategico di sostenibilità e sono stati sottoposti a revisione e validazione da parte del Presidente.



4 QUALITY EDUCATION



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

Holding Moda da sempre ritiene che l'istruzione di qualità sia alla base del fare impresa d'eccellenza. È impegnata in progetti relativi alla formazione, al tramandare il "savoir faire" delle grandi maestranze e l'indiscussa qualità che contraddistingue il Made in Italy nel mondo. Sappiamo di avere un ruolo chiave nella formazione e per questo ci stiamo impegnando in maniera sempre più crescente nella promozione di progetti di formazione. Stiamo contribuendo attivamente al raggiungimento di questo obiettivo perché abbiamo a cuore le "storie di futuro" dei nostri giovani talenti e allo stesso tempo crediamo di poter aumentare le loro opportunità lavorative ed imprenditoriali, favorendo una maggiore qualificazione e creando posti di lavoro. Crediamo che il nostro impegno possa favorire non solo i giovani all'interno dei nostri progetti ma anche il benessere della comunità locale in cui sono inseriti.

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

In HModa abbiamo chiara l'importanza della parità di genere all'interno delle imprese, il suo valore e i vantaggi che porta. Per queste ragioni crediamo fortemente nel valore aggiunto generato dalla diversità, incoraggiamo e favoriamo la presenza di entrambi i sessi nelle varie subholding, in tutte le mansioni e a tutti i livelli. Come Gruppo bandiamo ogni forma di discriminazione per quanto concerne aspetti di assunzione, retribuzione, formazione e promozione. Concorriamo al raggiungimento di questo fondamentale obiettivo adottando politiche interne e procedimenti in grado di garantire ad entrambi i generi gli stessi diritti e le stesse opportunità lavorative. Nel 2021 la parità di genere è diventata un nuovo obiettivo che ci ha fatto affacciare al Women's Empowerment Principles del United Nations Global Compact. A partire dal 2022 abbiamo implementato progetti dedicati alla parità di genere che ci vedranno ancor più protagonisti tra il 2023 il 2024.

5 GENDER EQUALITY



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

HModa persegue l'obiettivo di crescita economica sostenibile ed inclusiva a beneficio di tutta la comunità e dell'ambiente. La nostra attenzione è rivolta particolarmente ai giovani e per questo investiamo fortemente nella formazione e nello sviluppo dei talenti in ogni forma. Ripudiamo qualsiasi pratica di lavoro forzato e minorile promuovendo il life-work balance e lo sviluppo di una forte componente tecnologica e di innovazione come spinta propulsiva per tutte le nostre aziende. Come impresa abbiamo la responsabilità di creare occupazione e garantire condizioni di lavoro dignitose per le nostre Persone e per tutte quelle impiegate all'interno della nostra catena di fornitura.

Crediamo che, per supportare la crescita economica, sia necessario integrare la sostenibilità a tutti i livelli, con particolare riferimento alle decisioni di governance. Questo ci permette di guardare al futuro con fiducia, audacia e rispetto, consentendo ai nostri lavoratori di operare in un ambiente salubre e sicuro.

Come Gruppo ci stiamo impegnando attivamente a ridurre la quota di giovani disoccupati tramite la formazione e l'assunzione di giovani e giovanissimi nelle nostre subholding. Il 2022 è stato un anno importante per lo sviluppo in quanto siamo cresciuti in dimensione, fatturato, Persone e traguardi 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*

Riteniamo che innovazione e sostenibilità siano imprescindibili per fare impresa per bene, miriamo ad un nuovo modello di business in armonia con i principi dello sviluppo sostenibile e aperto all'adozione delle migliori tecnologie disponibili.

HModa promuove ed incentiva modelli di consumo responsabile. Investiamo in innovazione tra cui si annoverano progetti di archivio digitale, showroom fisici e virtuali di tipo immersivo, user experience innovative e tracciabilità della filiera. Le aziende si avvalgono delle migliori tecnologie disponibili nei propri impianti produttivi al fine di ridurre gli sprechi, i consumi energetici ed essere in grado di anticipare e fronteggiare i cambiamenti tecnologici di settore.

Al fine di studiare i mutamenti del settore di riferimento, HModa collabora con il dipartimento HData, specializzato in market data research, aggregation, analysis and reporting, per godere di una visione complessiva del comparto in termini di innovazioni, progetti e pratiche adottate dalla filiera e dai competitors, oltre che dai brand. HData, attraverso strumenti che prendono in considerazione fattori qualitativi e quantitativi, monitora ed analizza le novità del settore moda in un determinato periodo al fine di individuarne i trend di mercato; questo permette ad HModa di essere costantemente aggiornata sul fronte delle innovazioni dei brand e del comparto moda lusso.

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

Holding Moda ha raccolto l'invito delle Nazioni Unite nel cambiamento dell'attuale modello di produzione per ottenere una gestione efficiente delle risorse. Appliciamo un approccio efficiente, responsabile, informato e sostenibile sulle risorse naturali. Siamo in prima linea nella scelta di nuovi materiali e nella riduzione di sprechi e inefficienze all'interno dei nostri processi, attraverso progetti di economia circolare, efficientamento energetico e abbandono progressivo delle sostanze chimiche potenzialmente nocive dalle produzioni. Ci impegniamo ad adoperare il massimo rispetto per le nostre materie prime utilizzandole sapientemente per sprecare il meno possibile e re-impiegare gli scarti o direttamente in produzione oppure ridestinandoli in iniziative di economia circolare e a positivo impatto sociale.

Nel corso dell'esercizio 2021 abbiamo monitorato tutti i consumi di materiali, energetici, di acqua e rifiuti generati in modo da avere chiaro lo status quo delle nostre aziende e nel 2022 abbiamo lavorato al piano di miglioramento. Quest'ultimo esercizio ci ha visti protagonisti di diverse iniziative volte a promuovere la produzione e il consumo sostenibile: la partecipazione al Monitor for Circular Fashion e SlowFiber. Nello specifico siamo entrati a far parte, insieme ad altre aziende, di un'iniziativa elaborata da SDA Bocconi in collaborazione con Enel X, il Monitor for Circular Fashion, il quale accoglie le aziende e diffonde buone pratiche di moda circolare, valorizzando competenze tecniche, manageriali e scientifiche, con l'obiettivo di contribuire alla transizione verso modelli di business circolari.

Nel 2022 abbiamo aderito ad un'iniziativa che ha visto la luce nel 2023, SlowFiber. Nasce dall'incontro di Slow Food Italia e 16 realtà italiane della filiera tessile e dell'arredamento che, attraverso i loro processi produttivi, vogliono rappresentare un cambiamento positivo grazie alla creazione di prodotti belli, sani, puliti, giusti e durevoli.

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

In HModa sentiamo il cambiamento climatico come di primaria importanza nelle strategie e nei progetti che portiamo avanti grazie alla nostra Governance. Nel procedere con questo impegno abbiamo monitorato e studiato le emissioni di gas climalteranti generate direttamente e indirettamente, abbiamo stimato la nostra impronta di carbonio e predisposto un piano di miglioramento continuo a partire dal prossimo esercizio. La nostra attenzione e i nostri investimenti sono rivolti al passaggio ad una fornitura energetica totalmente da fonti rinnovabili, al graduale passaggio all'e-mobility per le società controllate, alla gestione delle sostanze chimiche lungo la catena di fornitura, alla riduzione delle emissioni, in particolare quelle Scope 3 e alla successiva compensazione delle emissioni GHG.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



13 CLIMATE ACTION



3.7 I nostri impegni di Sostenibilità assieme

Nel muovere i nostri primi passi verso gli obiettivi del Piano Strategico di Sostenibilità è stato necessario coinvolgere tutte le funzioni e combinare le competenze trasversali nelle nostre Aziende e unirle per delineare la time line delle azioni prioritarie da mettere in atto. I maggiori interventi che ci hanno visti impegnati nel 2022 riguardano principalmente:

- Energia
- Emissioni
- Economia circolare

Nel 2022 abbiamo cambiato parzialmente l'approvvigionamento di energia delle nostre aziende passando ad energia da fonti rinnovabili certificate. Questo step è stato possibile grazie ad una attenta valutazione del mercato dell'energia e alla volontà di migliorare, nonostante le fluttuazioni di mercato del 2022/23. Alcune aziende sono passate ad energia green certificata già nel corso dell'anno mentre altre, a seconda del contratto precedente, passeranno a breve. Questa azione è stata portata avanti come prioritaria grazie alla sua duplice valenza: da un lato, abbiamo colto l'opportunità di convertire le nostre attività ad un modello di consumo più responsabile; dall'altro, siamo stati capaci di ridurre le nostre emissioni Scope 2.

Altri interventi in materia di energia sono stati mirati alla riduzione degli sprechi grazie ad attività di rinnovo ed efficientamento degli impianti. Nello specifico nel 2022 hanno visto la luce il nuovo stabilimento produttivo di Albachiarà, che è stato concepito e voluto non solo in ottica di ampliamento degli spazi ma è stato anche progettato in accordo con le migliori pratiche di efficienza. Questo impianto vanta sia classe energetica A+ che illuminazione 100% LED ed è dotato di un impianto fotovoltaico fruibile dal 2023. Nel 2022 sono proseguiti i lavori per la nuova sede di GAB, di cui si era già accennato nel precedente report. La struttura, che sarà inaugurata nel 2023, sarà un virtuoso esempio di riqualificazione urbana, migliori pratiche di efficienza energetica e vanterà un impianto fotovoltaico in grado di sostenere più del 80%

del fabbisogno energetico dell'Azienda.

All'insegna di questi straordinari progetti, sono stati studiati e previsti, a partire dal 2023, ulteriori interventi di energy management ed efficientamento energetico su tutte le aziende Holding Moda che ci permetteranno di cogliere le opportunità di risparmio sia economico che di dispersione degli sprechi delle risorse naturali.

Nel portare avanti questi progetti si è affinata la procedura di monitoraggio dei consumi che è avvenuta su base trimestrale al fine di constatare il reale fabbisogno delle nostre aziende coinvolte e di individuare le soluzioni più consone alle nostre esigenze.

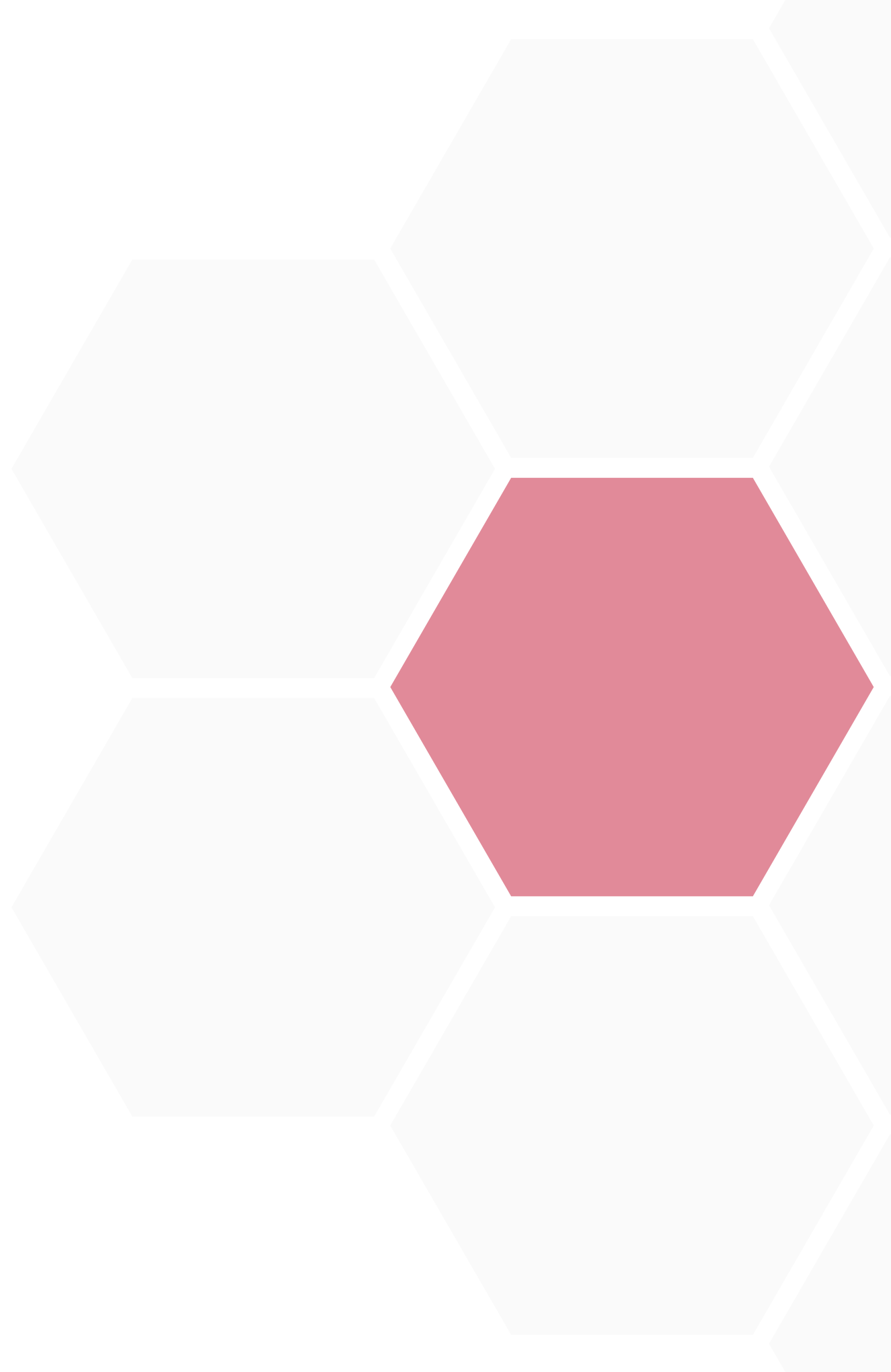
Un altro filone di obiettivi perseguiti nel 2022 riguarda i rating ESG. Nel corso dell'anno oggetto di rendicontazione ci siamo sottoposti al Climate Change Questionnaire di CDP (Carbon Disclosure Project), una disclosure volontaria utilizzata dalle aziende per divulgare informazioni ambientali ai propri stakeholders. Il questionario si compone di una combinazione di domande qualitative e quantitative utile a valutare il volume e l'intensità delle proprie emissioni Scope 1, Scope 2 location-based (considera le emissioni in base all'intensità di emissione dell'area della rete locale in cui si verifica il consumo di elettricità), Scope 2 market-based (considera le emissioni in base all'elettricità che le organizzazioni hanno scelto di acquistare) e Scope 3. Questa esperienza ci ha permesso di individuare alcune aree di miglioramento nel calcolo delle emissioni e di lavorare sulla quantificazione di una parte dello Scope 3 già nel 2022, puntando ad un ulteriore approfondimento nel 2023. Lo score che abbiamo ottenuto dal rating è C (risultato in linea con il settore di appartenenza, score medio globale: C) nel 2023 puntiamo a mantenerlo o se possibile migliorarlo.

In materia di economia circolare i nostri progressi si sono concretizzati in interventi atti a ridurre gli sprechi in primis e alla partecipazione ad iniziative con aziende virtuose del settore per lo sviluppo di progetti innovativi. Nel presente bilancio, alla sezione dedicata, si trova un'approfondita descrizione

della partecipazione all'iniziativa "*Monitor for Circular Fashion*" promossa da SDA Bocconi.

Verso la fine dell'esercizio abbiamo voluto ampliare il nostro modo di fare rete e scambiare le migliori pratiche per il raggiungimento di un obiettivo comune: un modello di produzione più sostenibile, per questo Holding Moda è stata tra le aziende fondatrici di SlowFiber.

Si tratta di una rete di aziende del tessile italiano che, attraverso il proprio operato, dimostrano come sia possibile creare prodotti tessili, per il vestire e l'arredare, che siano non solo belli, ma anche sani per chi li usa, puliti perché l'impatto ambientale dei processi produttivi è ridotto, giusti perché rispettano i diritti e la dignità dei lavoratori coinvolti nella loro realizzazione e valorizzano competenze e saperi tradizionali e durevoli perché in grado di durare nel tempo, contrapponendosi al concetto di fast-use e fast-fashion. Nel 2022 sono stati avviati i lavori per la creazione del network, per la definizione dei KPIs di riferimento e si sono fissati gli obiettivi da raggiungere assieme.



3.8 Le nostre aziende, il nostro valore

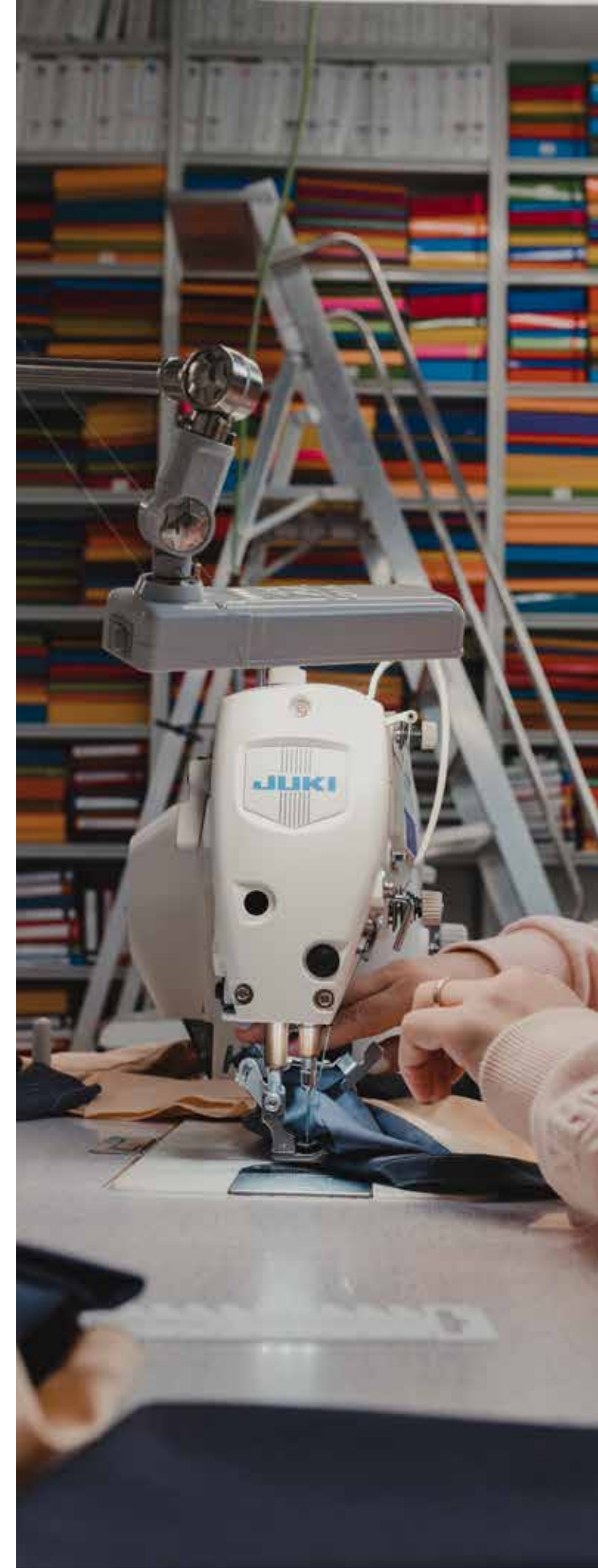
Uno Maglia

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.

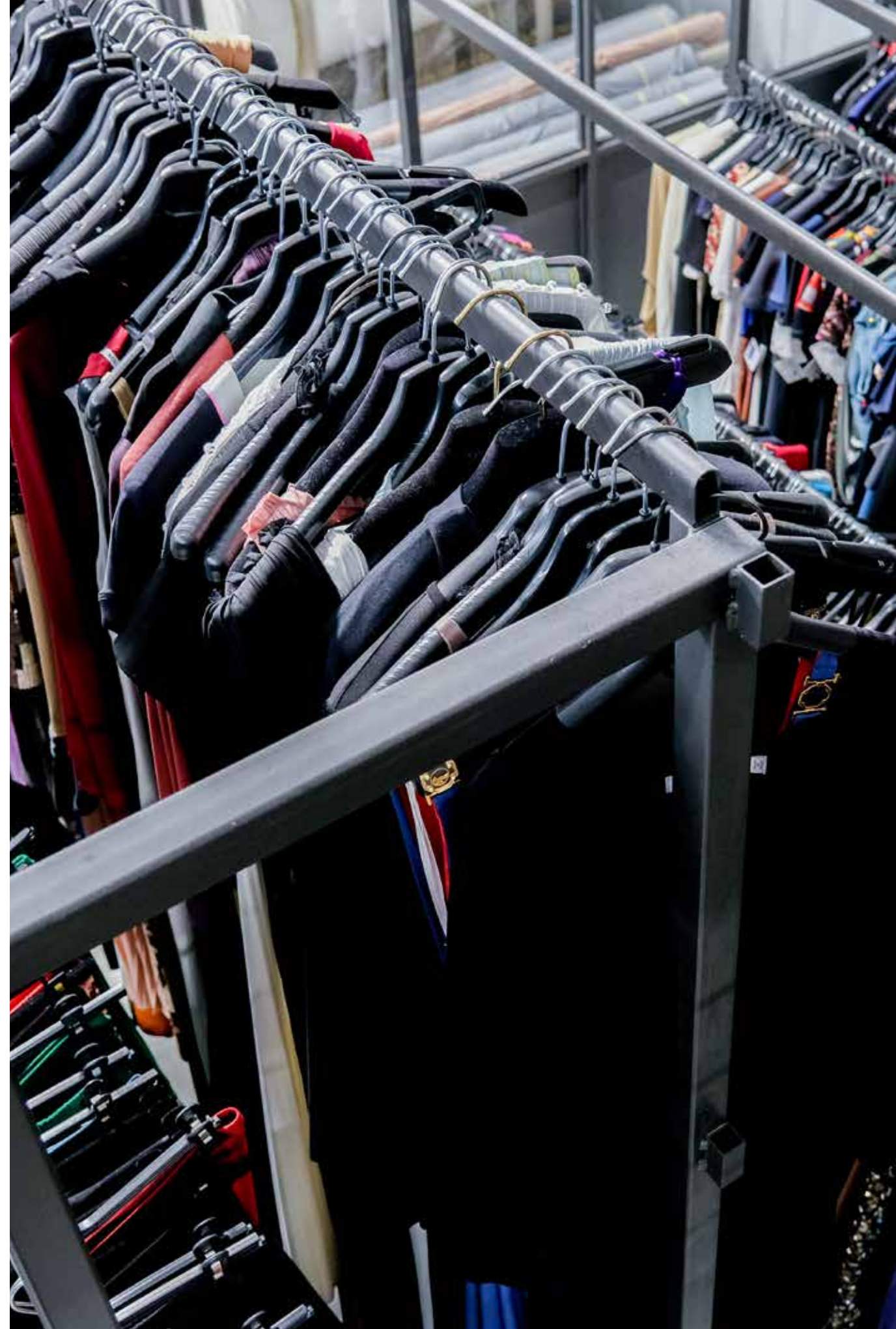


L'attenzione alla sostenibilità e all'innovazione porta l'azienda ad adottare le ultime tecnologie presenti sul mercato che permettano la riduzione dei propri impatti ambientali. Questo desiderio si concretizza ulteriormente nell'ampliamento degli spazi nella nuova sede di Montevarchi, disegnato specificatamente 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.

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





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.

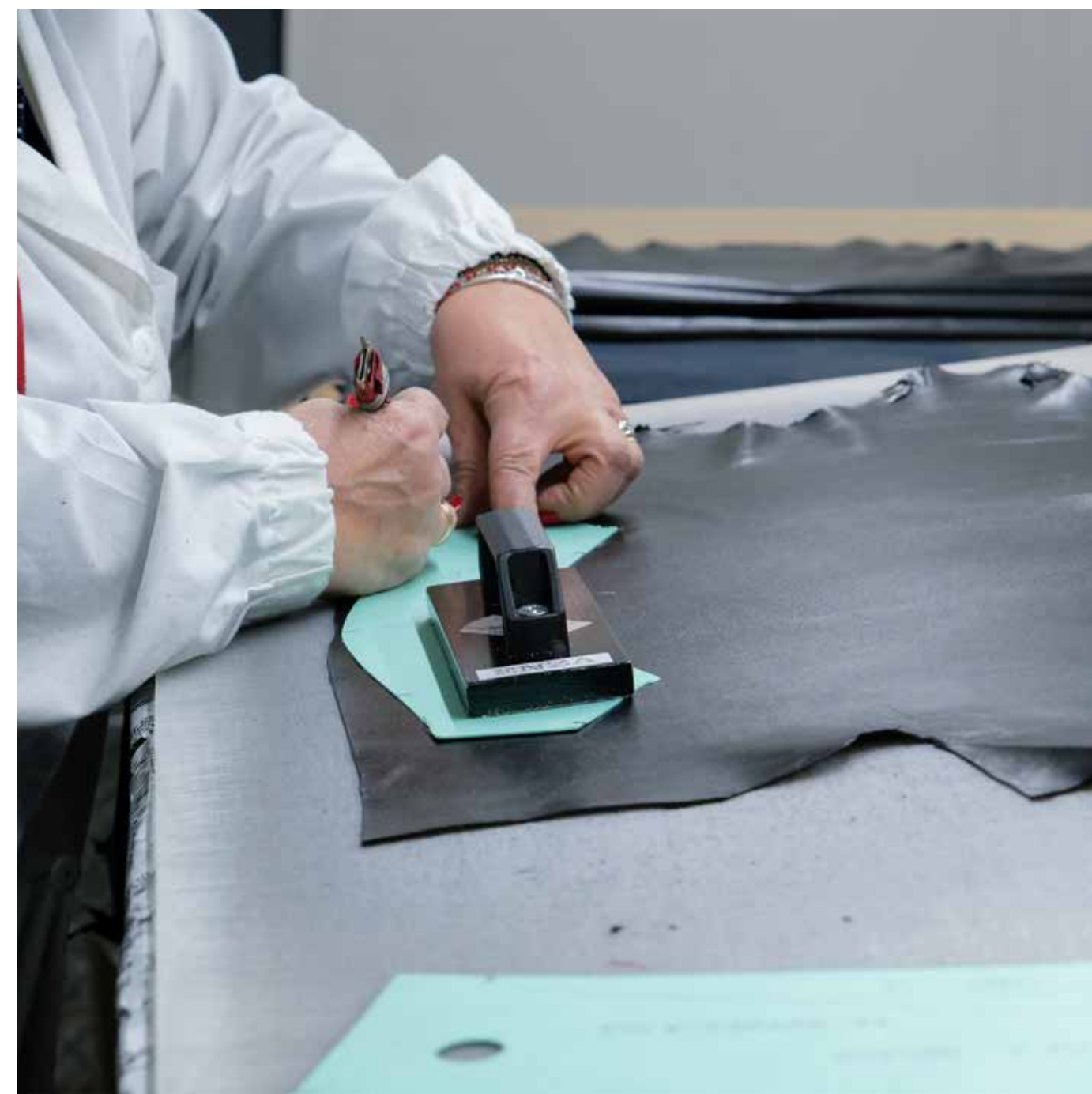
Credendo altamente nella trasmissione del savoir faire e fronteggiando il ricambio generazionale, Alex&Co dal 2020 ospita nel suo stabilimento gli studenti dell'Accademia Holding Moda per fornire loro le competenze tecnico-professionali volte a formare gli

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





R.B.S.

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 R.B.S. 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 R.B.S. 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 R.B.S. 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 R.B.S. 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 R.B.S. con i principali brand del lusso internazionale, seguendo gli stilisti nell'elevazione della qualità del prodotto.

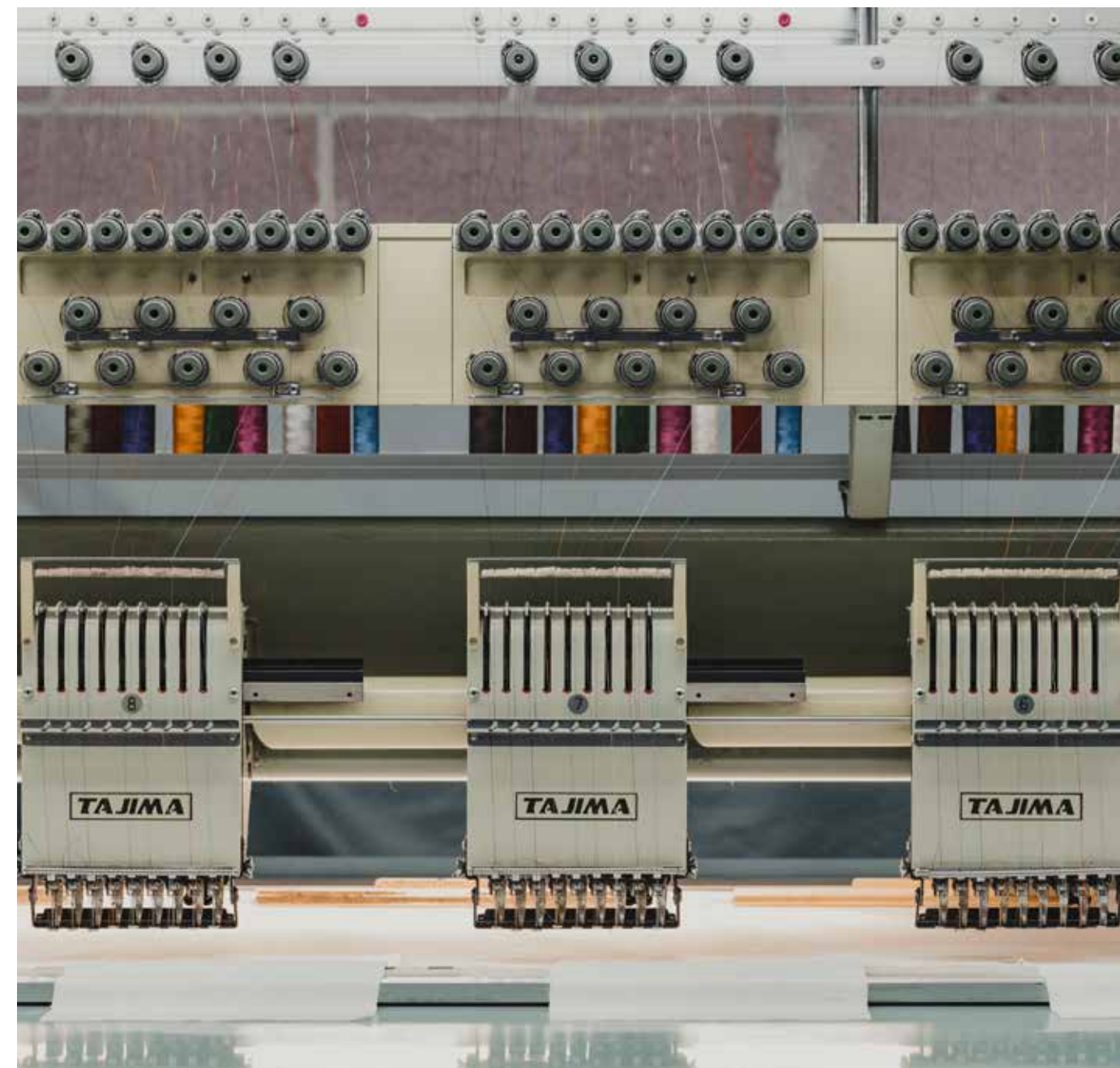
Particolare attenzione è rivolta alla filiera del lusso e alle eccellenze del savoir faire radicate in Veneto, così nel 2014 R.B.S. rileva

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 R.B.S. 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 R.B.S. 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 Montevarchi, 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, ed in Romania. 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.

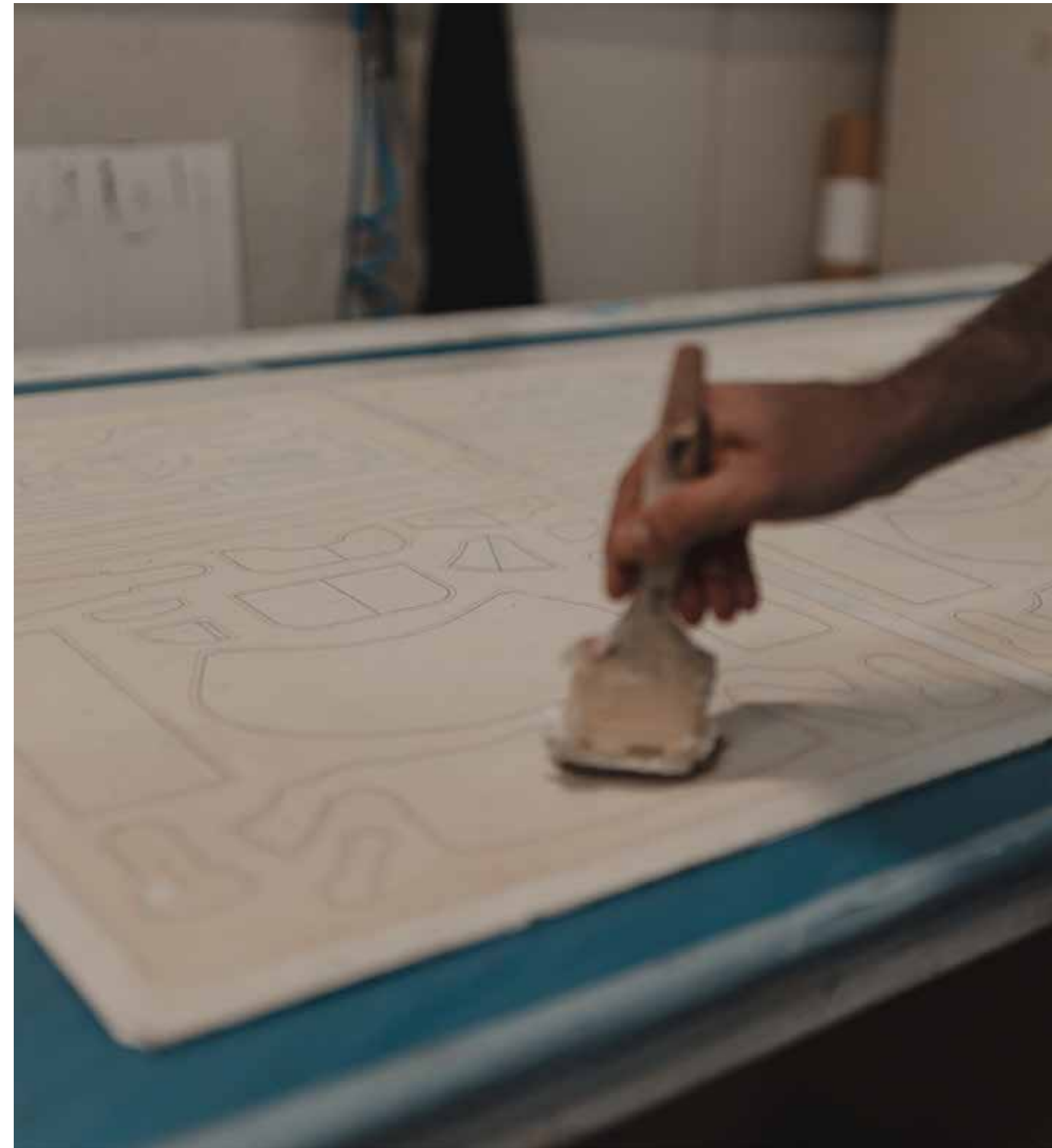
L'azienda crede nell'importanza della eliminazione delle sostanze chimiche pericolose sia per l'ambiente che per la salute dei propri dipendenti. Fin dal 2019 l'azienda si è impegnata nella ricerca di inchiostri che abbiano qualità e tenute sempre migliori ma che allo stesso tempo risultino conformi 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 realtà 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



Crescita Sostenibile e
Responsabile



4.1 Generazione e condivisione del valore: performance economiche

La generazione e la condivisione del valore sono aspetti essenziali e fondamento per l'attuazione di un'efficace strategia di sostenibilità. Il 2022 è stato caratterizzato da condizioni economiche sfidanti a causa dello scoppio del conflitto in Ucraina e alla volatilità dei prezzi di energie e

materia prime. Nonostante ciò, Holding Moda ha registrato una forte crescita in termini di fatturato, dimensioni e Persone.

Il totale del fatturato consolidato al 31 dicembre 2022 è di circa 165 milioni di euro, i ricavi sono ripartiti per area come nella tabella sottostante:

	Consolidato
Valore economico generato	165.431.127 €
A. Valore della produzione	165.255.069 €
C.16 Altri proventi finanziari	176.058 €
Valore economico distribuito	151.912.397 €
Costi operativi	116.070.112 €
B.6 Costi per materie prime	51.168.510 €
B.7 Costi per servizi	64.749.250 €
B.8 Costi per godimento di beni terzi	959.075 €
B.11 Variazioni delle rimanenze di materie prime	-1.573.258 €
B.14 Oneri diversi di gestione (al netto delle imposte)	815.566 €
Valore distribuito ai dipendenti	24.038.862 €
B.9 Costo per il personale	24.038.862 €
Valore distribuito ai fornitori di capitale	1.554.674 €
(C.17 + C.17-bis) Interessi e altri oneri finanziari	1.554.674 €
Valore distribuito alla P.A.	6.427.718 €
20. Imposte (correnti e anticipate) sul reddito	6.427.718 €
B.14 Oneri diversi di gestione (al netto delle imposte)	144.578 €
Valore distribuito agli azionisti	3.772.000 €
Dividendi distribuiti	3.772.000 €
Valore distribuito alla comunità	49.032 €
Liberalità	8.793 €
Sponsorizzazioni	- €
Contributi associativi	40.239 €
Valore economico trattenuto	13.522.594 €
Utile (o perdita) d'esercizio (al netto dei dividendi)	5.842.494 €
(B.10 + B.12 + B.13 + D.19 + D.18) Ammortamenti / Accantonamenti / Svalutazioni / Rivalutazioni	7.680.101 €
22. Imposte differite	- €

Nel corso del 2022 Holding Moda ha generato un valore economico pari a 165,4 milioni di euro. Il conto economico consolidato per il 2022, 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 13,5 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).

4.2 Stakeholder engagement

Il percorso di sostenibilità di Holding Moda dal 2022 si è ulteriormente 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 a loro connessi.

Il percorso di sostenibilità di Holding Moda dal 2022 si è ulteriormente 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 a loro connessi. Il coinvolgimento degli stakeholder è avvenuto tramite la somministrazione di un questionario,

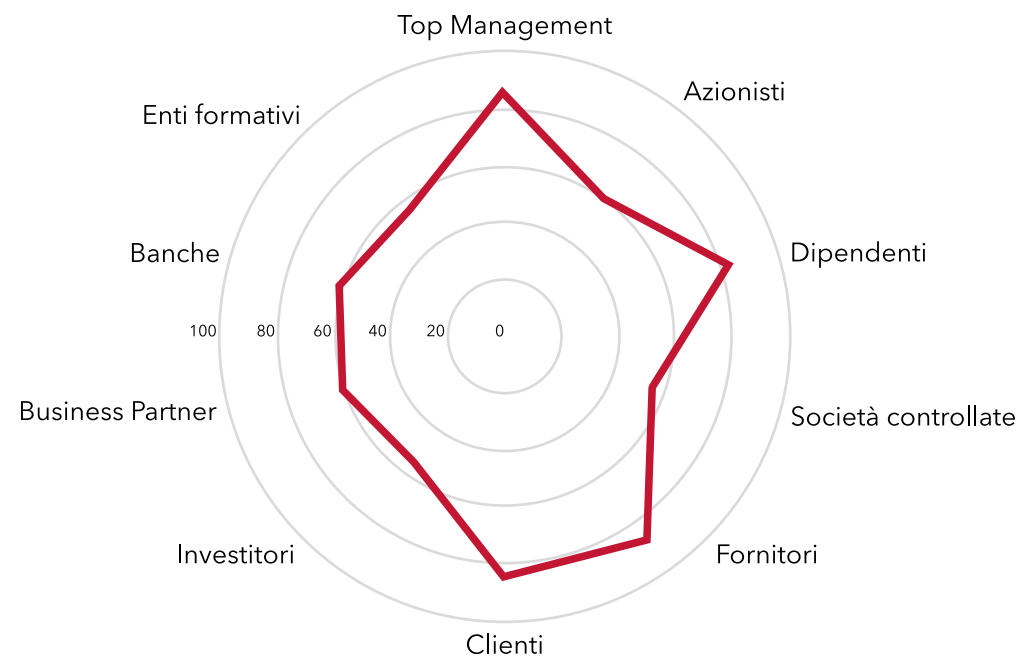
volto ad individuare gli interlocutori di HModa, le loro aspettative e l'adeguatezza delle modalità di coinvolgimento. Il confronto è stato prezioso per la comprensione delle aspettative e della loro priorità di intervento, al fine di integrarla nel Piano Strategico di Sostenibilità. Nel presente anno, 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

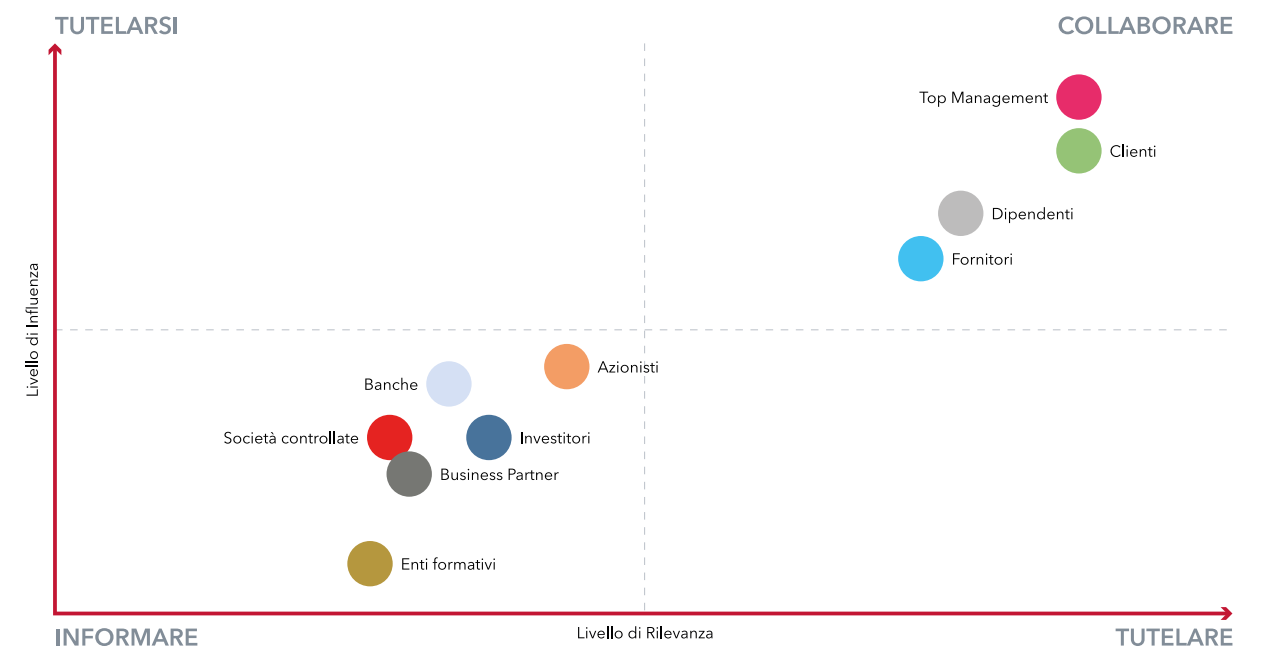


In Holding Moda riteniamo che il coinvolgimento degli stakeholder sia fondamentale per procedere insieme nel nostro virtuoso cammino di sostenibilità.

Nel 2022 l'analisi si è ulteriormente ampliata coinvolgendo direttamente nei processi di stakeholder engagement e materialità non solo il top management ma anche gli stakeholder interni, che sono stati attentamente selezionati

per garantire la massima rappresentatività del campione. Crediamo fortemente che il coinvolgimento delle figure chiave all'interno delle Aziende sia un vero valore aggiunto in quanto ci permette di individuare al meglio chi sono i nostri reali interlocutori, quali sono le loro aspettative, con quale frequenza avvengono le interazioni e in quale modo vengono soddisfatte le loro attese nei confronti di HModa.

Mappatura degli stakeholder



Il Gruppo Holding Moda opera in un contesto di mercato mutevole e in continua evoluzione, rapportandosi con una varietà di portatori di interesse sempre maggiore. Questi a loro volta influenzano e possono essere influenzati, in modo più o meno diretto, dal raggiungimento dei target aziendali nell'intersezione delle aree ESG. I rapporti e lo scambio reciproco con

Persone, Partner ed Enti sono vitali per creare valore duraturo.

Per noi è molto importante che le persone interne alle nostre aziende si sentano coinvolte e rispecchiate nella vision e nelle azioni del Piano Strategico di Sostenibilità.

4.3 Analisi di Materialità

L'analisi di materialità condotta nel 2022 ha 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.

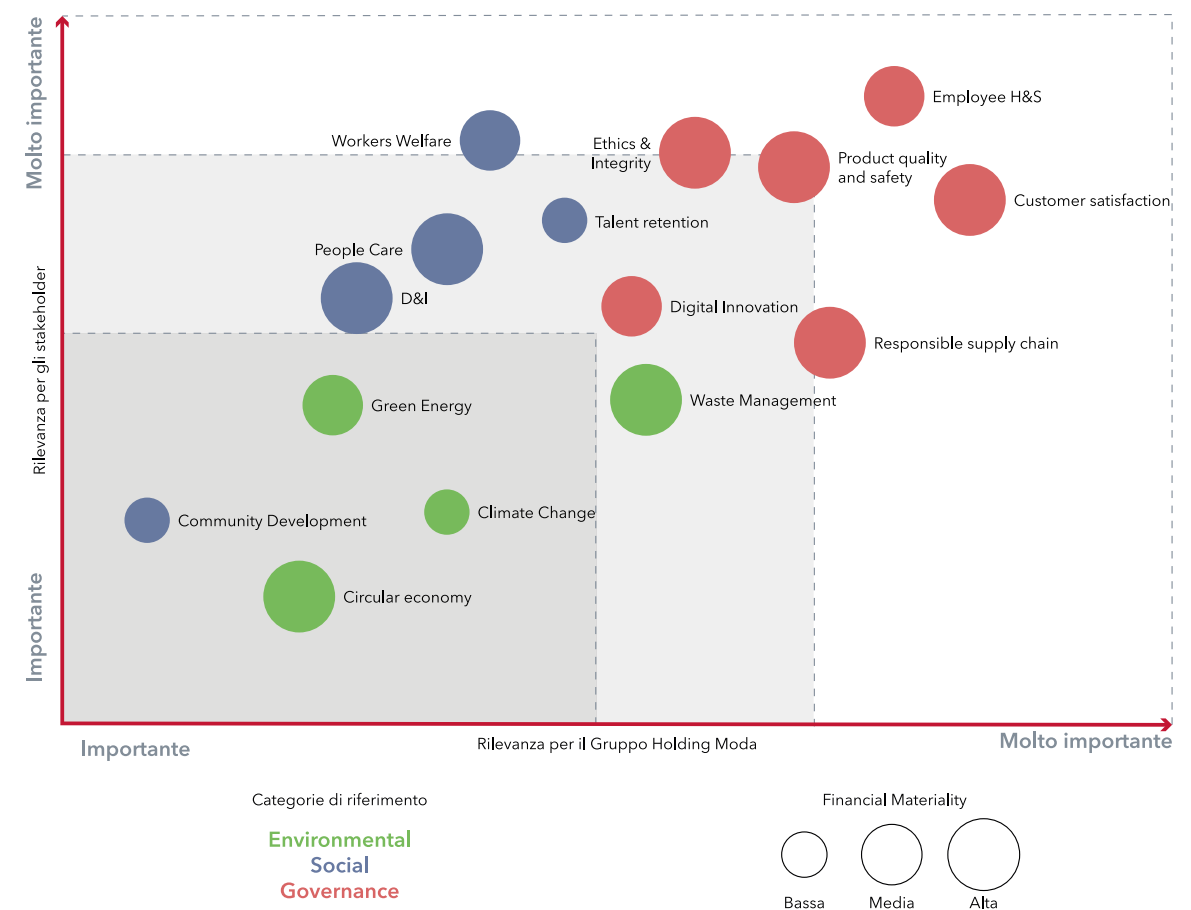
Il presente anno di rendicontazione è stato motivo di profonda riflessione interna e ci ha portato a desiderare di coinvolgere una cerchia sempre maggiore di stakeholder nell'individuazione delle tematiche rilevanti per il Gruppo, al fine di analizzare i temi rilevanti specifici del settore di appartenenza e i relativi impatti potenziali ed effettivi legati all'attività di impresa.

È stato condotto un riesame e un ricollocamento dell'analisi di materialità 2021 coinvolgendo direttamente, tramite somministrazione di

questionario, gli stakeholder interni per aiutarci a focalizzarci sugli aspetti maggiormente stringenti della vita d'impresa.

L'analisi di materialità è stata aggiornata per adeguarsi alla nuova metodologia richiesta dai GRI Standard 2021.

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.



La matrice di materialità 2022 è la rappresentazione grafica dell'analisi di materialità condotta.

In ottica di doppia materialità abbiamo effettuato una valutazione preliminare e abbiamo avviato un percorso di individuazione

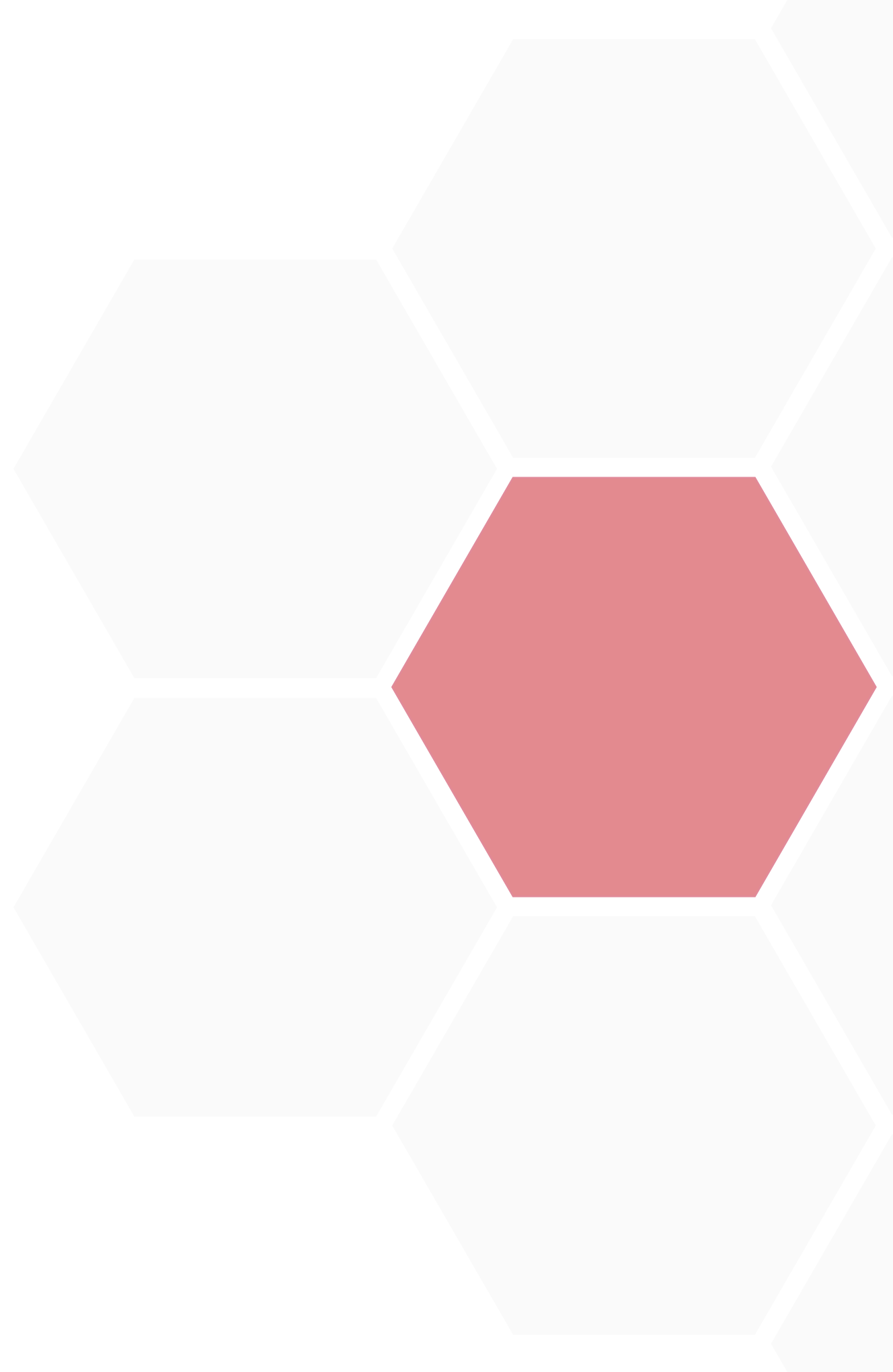
dei rischi.

Per ciascuna tematica è stata valutata la materialità finanziaria suddividendola per dimensione (alta, media, bassa) in modo da contemplare entrambe le prospettive.

Tematica materiale	Area ESG	Impatti	Effettivo/ Potenziale	Significatività	Priorità d'azione
Catena di fornitura responsabile	Environmental Social Governance	Occupazione e condizioni di lavoro dignitose (buone pratiche dei fornitori). Mantenimento delle maestranze del Made in Italy con i rischi/benefici indiretti al posizionamento dell'industria italiana nel settore fashion. Promozione dei valori lungo tutta la catena del valore. 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. Contribuzione al superamento di 2 °C Accordo di Parigi e mancata mitigazione al 1,5°C di limite. Contribuzione all'innalzamento del livello del mare e conseguente acidificazione degli oceani. 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. Scarsità delle risorse non rinnovabili e conseguenti problemi di approvvigionamento e costi.	Effettivo	Media	2
Gestione dei rifiuti	Environmental	Impoverimento del suolo. Contaminazione della falda acquifera in caso di sversamento o cattiva gestione dei rifiuti. Possibili cause legali e/o sanzioni.	Effettivo	Media	1
Economia Circolare	Environmental	Aumento dell'inquinamento dato dallo spreco di alcuni materiali. Stoccaggio di scarti in paesi poveri con conseguente aumento dell'inquinamento terrestre e delle falde acquifere. Impiego di prodotti chimici aggressivi nelle lavorazioni di recupero degli scarti/capi, con conseguente inquinamento delle acque.	Effettivo	Media	1

Tematica materiale	Area ESG	Impatti	Effettivo/ Potenziale	Significatività	Priorità d'azione
Diversità & Inclusione	Social	Rischio di discriminazione per genere, età, origine e di eventuali controversie legali connesse. Mancato rispetto dei principi sottoscritti al UNGC. Sanzioni e azioni legali commisurate all'inadempienza normativa. Mancato rispetto della UNI PdR125. Sospensione dell'attività d'impresa e conseguente disagio economico per stakeholder interni.	Potenziale	Alta	1
Salute & Sicurezza dei dipendenti	Social	Aumento degli infortuni e della malattia professione con conseguente pericolo per la salute dei dipendenti. 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.	Effettivo	Alta	2
Community development	Social	Condivisione del valore con tutti i nostri stakeholder. Incentivo dello sviluppo socioeconomico delle comunità che ospitano le aziende del Gruppo. Sviluppo di progetti formativi e di introduzione al lavoro in azienda per i giovanissimi del territorio. Trasmissione delle maestranze e del savoir faire del Made in Italy.	Effettivo	Media	3
Talent retention	Social	Occupazione dignitosa (remunerazione, premialità, benessere, inclusione). Formazione e crescita lavorativo-personale. Riconoscimento dei talenti a tutti i livelli in tutte le occupazioni.	Effettivo	Media	3
People care	Social	Condivisione del valore con tutti nostri stakeholder. Incentivo dello sviluppo socioeconomico delle comunità che ospitano le aziende del Gruppo. Sviluppo di progetti formativi e di introduzione al lavoro in azienda per i giovanissimi del territorio. Trasmissione delle maestranze e del savoir faire del Made in Italy.	Effettivo	Media	1
Welfare dei lavoratori	Social	Ingaggio dei dipendenti. Aumento della produttività. Fidelizzazione all'azienda. Miglioramento del clima aziendale. Aumento del benessere (economico e/o fisico) degli stakeholder interni.	Potenziale	Media	1

Tematica materiale	Area ESG	Impatti	Effettivo/ Potenziale	Significatività	Priorità d'azione
Qualità e sicurezza del prodotto	Social	Sviluppo di patologie connesse ai mancati standard chimici e fisici dei prodotti. Sanzioni nazionali e europee. Mancanza dei criteri necessari alla riciclabilità/riuso del prodotto.	Potenziale	Media	1
Customer Satisfaction	Governance	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. La ridotta capacità di generare valore potrebbe portare a perdita economica e compromissione degli stakeholder interni.	Effettivo/ Potenziale	Media	1
Etica & Integrità	Governance	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
Innovazione Digitale	Governance	Promozione dell'innovazione, della ricerca e dello sviluppo del settore fashion in ambito di sostenibilità. Corretta gestione dei materiali, riduzione degli sprechi e condivisione delle trasformazioni di business.	Effettivo	Alta	2



4.4 Gestione dei rischi di sostenibilità

In concomitanza con l'analisi di materialità condotta per il 2022 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 2022. Gli aspetti emersi come significativi dall'analisi di materialità e riportati nel presente documento saranno oggetto di importanti investimenti già nel 2023 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.



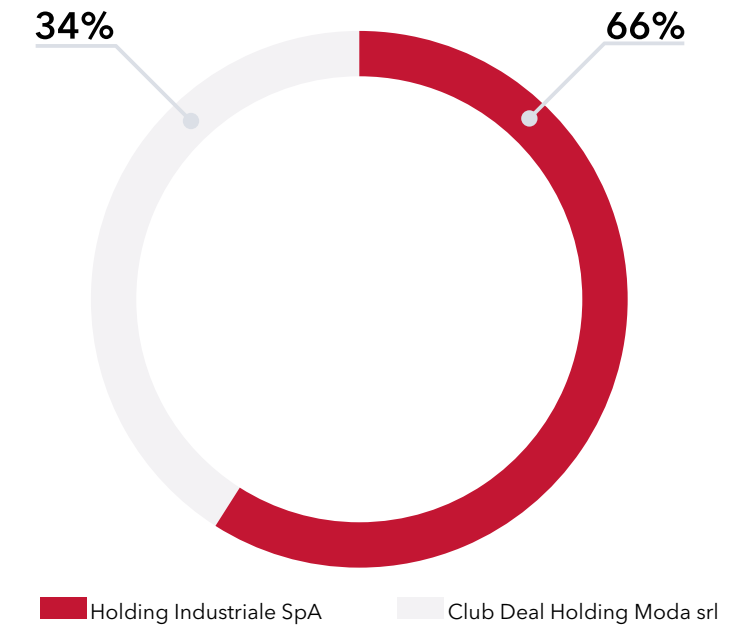
Governance ed etica

5.1 La struttura societaria

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

il 66% è detenuto da Holding Industriale SpA, di cui Claudio Rovere e Luca Ferraris detengono la maggioranza del capitale sociale

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



La struttura del Gruppo HModa per il 2022 è la seguente:



Rispetto alla rendicontazione precedente si sono unite al Gruppo Famar srl, Seriscreen srl, Rilievi srl (compreso Rilievi India Private Ltd).

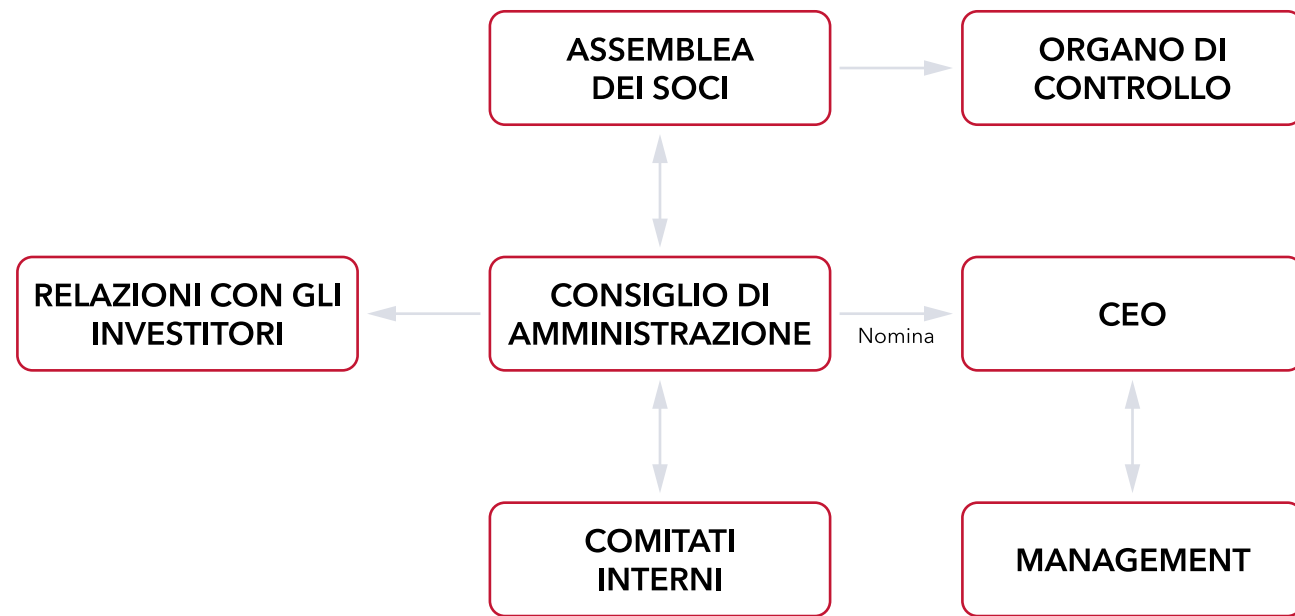
Le partecipazioni societarie sono così ripartite:

Azienda	Azionariato	Quota di partecipazione	Anno di acquisizione	Sede operativa
Una Maglia spa	Holding Moda srl	100%	2008	Via Isidoro Brazzanti, 15, 52025 Montecatini AR
Alex & Co srl	Holding Moda srl TEMA srl	80% 20%	2019	Via Ponte di Bagnolo, 2/4/6, 50059 Vinci FI
Albachiara srl	Holding Moda srl	100%	2020	Via Isidoro Brazzanti, 9, 52025 Montecatini AR
RBS srl	Holding Moda srl	100%	2020	Via P. Nenni, 17, 45026 Lendinara RO
GAB GROUP srl	Holding Moda srl L.G. Holding srl	70% 30%	2021	Via Vittorio Alfieri, 21/23, 50013 Campi Bisenzio FI
PROJECT srl	Holding Moda srl Matteo Lavezzo	60% 40%	2021	Via Ponte, 19, 36034 Malo VI
VALMOR srl	Holding Moda srl Morval Holding srl	50% 50%	2021	Via Achille Corona, 1, 62012 Zona Industriale MC
FAMAR srl	Holding Moda srl SEBA srl	51% 49%	2022	Via Bologna, 627, 44124 Ferrara FE
Seriscreen srl	Holding Seriscreen srl	100%	2022	Località Pian Dell'Isola, 70, 50067 Rignano Sull'Arno FI
RILIEVI GROUP srl	Holding Moda srl Finelli Simona Marocchi Stefania Galliano Michele	30% 23% 23% 23%	2022	Via del Trionvirato, 22/3, 40132 Bologna BO Lower Parel, Mumbai, Maharashtra 400013, India

5.2 Modello organizzativo e di gestione

Il modello organizzativo e di gestione si basa su procedure strutturate nel rispetto del principio di trasparenza. Il Gruppo ha adottato un sistema di governance, come previsto dal Codice Civile italiano, che si articola in un organo di gestione, il Consiglio di Amministrazione, e un organo di revisione e controllo contabile, la società

di revisione legale. Il processo di nomina del CdA avviene selezionando i membri in base alla loro competenza, al loro background, alla loro conoscenza delle dinamiche del settore e alla condivisione della mission e della vision di HModa.



Attualmente il CdA non ha delegato la responsabilità della gestione degli impatti in materia di sostenibilità ma si sta valutando l'ipotesi di istituire nei prossimi anni un comitato. La strategia di sostenibilità 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. Le conoscenze collettive in materia di sviluppo sostenibile sono diffuse dal team di sostenibilità in occasione di meeting trimestrali e sono un'occasione di condivisione e confronto assieme al CdA e ai Principals delle aziende HModa.

performance del CdA non sono attualmente valutate nella gestione degli impatti ESG ma ci impegniamo ad intraprendere un percorso idoneo al raggiungimento di questo risultato nei prossimi anni.

Holding Moda ha a cuore la valorizzazione delle competenze trasversali e la tutela del "savoir faire" per questo motivo in ciascuna delle partecipate rimangono in azienda gli imprenditori e le imprenditrici con un ruolo direzionale. Le imprese sono seguite nel day by day dal team di Holding Industriale e Holding Moda nelle funzioni di finanza/controllo di gestione, sostenibilità, Accademia e formazione, risorse umane, comunicazione e IT. Questa struttura consente alle aziende di preservare la loro identità, concentrarsi sulla loro creatività, condividere le buone pratiche con il Gruppo e al contempo adottare un

Per il 2022 il bilancio di sostenibilità non è oggetto di approvazione da parte del CdA ma viene sottoposto in sintesi all'attenzione del Presidente per permettere l'allineamento della strategia ai risultati conseguiti. Infine, le

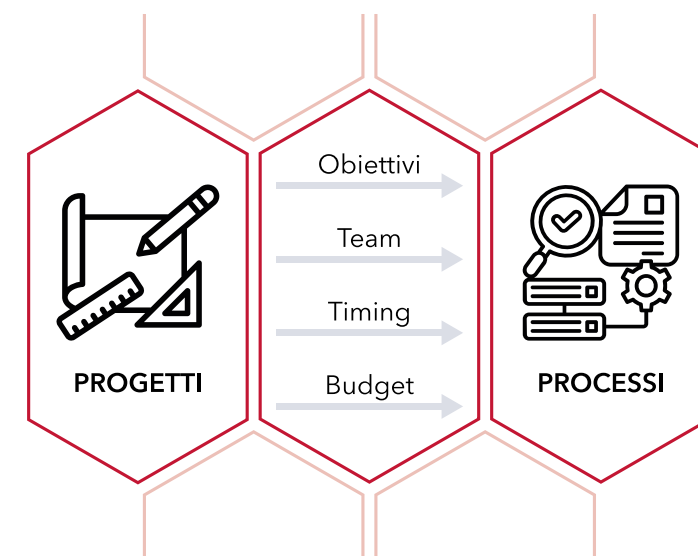
modello di lavoro unico ed innovativo.

In HModa vengono organizzate su base trimestrale delle giornate interne di incontri che si chiamano "General Meeting". In queste occasioni i principals delle aziende si riuniscono e assieme alle figure chiave si aggiornano sui progressi e condividono idee su progetti e iniziative. Gli incontri sono strutturati in modo tale da consentire a ciascuna azienda di potersi confrontare con il Presidente, con l'Amministratore Delegato e con tutte le funzioni trasversali Holding Moda.

La condivisione in occasione di questi eventi ci permette di consolidare il modello con cui ci proponiamo di far crescere ed organizzare la nostra squadra, facendo fede alla promessa che ci siamo fatti all'inizio: "Fare gruppo tra aziende

eccellenti che insieme sapranno andare ancora più lontano, mantenendo le loro origini".

Sosteniamo l'idea di squadra promuovendo un modello di lavoro basato sulle deleghe diffuse/ autonomia nella realizzazione dei progetti. Con questo sistema si procede all'assegnazione di funzioni core del Gruppo a ciascuna Persona (o ciascun team) a cui si aggiungono dei progetti comuni e trasversali da poter affrontare in autonomia e/o in concerto con un team preposto. Questo consente alle Persone di operare in una propria area di riferimento, ma anche di avere la possibilità di collaborare con professionisti di ulteriori dipartimenti e accrescere le proprie competenze. In questo modo favoriamo la comunicazione e il lavoro di squadra, creando valore derivato dall'unione di background e know-how variegati.



I nostri progetti e i processi vengono scomposti in più unità, limitandone la complessità e andando a creare tanti singoli progetti affidati a un responsabile su tre livelli:

● **Sponsor:** è la figura promotrice del progetto/processo

● **Project Manager:** è il referente identificato e responsabile dell'andamento delle attività. A lui è affidata la gestione di obiettivi, team, timing e budget

● **Team:** è l'insieme delle risorse designate a disposizione del Project Manager che contribuiscono attivamente al raggiungimento dell'obiettivo sfruttando le loro competenze specifiche.

Abbiamo organizzato la gestione della discontinuità e, in caso di imprevisti, siamo in grado di modificare gli elementi che fanno capo al Project Manager, è previsto un confronto tra il team e lo sponsor atto alla creazione di un nuovo assetto del progetto. Questo per favorire il confronto all'interno dei team di lavoro e la proattività in termini di problem solving.

Consiglio di Amministrazione

Amministratori	Ruolo	Età	Genere	Tipologia	Permanenza in carica
Claudio Rovere ²	Presidente	<50	M	Esecutivo	1 anno
Giulio Guasco	Amministratore delegato	>50	M	Esecutivo	1 anno
Luca Ferraris	Consigliere con delega	>50	M	Esecutivo	1 anno
Silvia Maria Rovere	Consigliera	>50	F	Non esecutivo	1 anno

Società di Revisione Legale

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

5.3 Composizione degli organi di controllo HModa

² Il Presidente di Holding Moda è il Presidente del Gruppo ma non è un dirigente

5.4 Codice etico

Trasparenza, correttezza ed eticità nel business, come nel quotidiano, sono valori imprescindibili per Holding Moda.

Il Gruppo è dedito non solo alla meticolosa osservanza delle normative vigenti, ma anche alla comprensione e alla presa in carico delle aspettative dei suoi portatori d'interesse. Il codice etico incarna perfettamente i nostri valori fondanti ed è documento essenziale per lo sviluppo delle Aziende, delle nostre Persone e degli stakeholder. La sua adozione ed applicazioni sono da considerarsi imprescindibili nel perseguire gli obiettivi, in quanto consiste nel creare valore per tutti gli interessati, motivo per cui non solo è condiviso con tutti i dipendenti ma è pubblicato online nel sito web di Holding Moda. Il codice etico è adottato e sottoscritto in maniera uniforme da tutte le aziende facenti parte del Gruppo e costituisce presupposto per l'instaurazione di qualsiasi rapporto commerciale con HModa. Il documento è a disposizione di tutti soggetti terzi che intrattengono rapporti con il Gruppo. I conflitti di interesse vengono prevenuti e mitigati secondo quanto previsto dal Codice Etico.

I principi cardine delineati nei codici etici di HIND, HModa e delle società controllate, riguardano:

- Il rispetto costante delle leggi e dei regolamenti del territorio su cui opera, mantenendo rapporti con istituzioni pubbliche, governative ed amministrative, cittadinanza e imprese terze
- La valorizzazione ed il rispetto delle risorse umane, attuato attraverso la creazione di un ambiente di lavoro ispirato alla correttezza che condanna ogni tipo di discriminazione
- La tutela della concorrenza e il ripudio di pratiche commerciali scorrette
- I principi di comportamento a cui deve attenersi il personale, tra cui si contano la professionalità nell'operato, la lealtà nei confronti della società, il rispetto del Codice Etico, la correttezza e riservatezza dell'utilizzo delle informazioni sensibili della società

- I criteri di condotta adottati in fase di selezione e gestione del personale, oltre alla costituzione del rapporto di lavoro
- L'integrità e la tutela della persona mediante la difesa da atti discriminatori, che vanno riportati al responsabile aziendale di vigilanza dei principi del Codice
- La salvaguardia del valore delle Persone in caso di riorganizzazione del lavoro attraverso azioni di formazione e mobilità interna
- La tutela dell'ambiente, della sicurezza e salute sul luogo di lavoro tramite training sulla consapevolezza dei rischi, la promozione dei comportamenti responsabili e la raccolta delle mancate applicazioni dei regolamenti
- L'utilizzo consentito dei beni aziendali in linea con le procedure operative
- La scelta dei fornitori tramite procedure necessarie a garantire la massima efficienza e tempestività del lavoro
- Trasparenza contabile con supporti chiari, completi e correttamente archiviati
- Rapporti con la collettività attraverso possibili sponsorizzazioni e assenza di erogazione di contributi a soggetti che potrebbero dar luogo a conflitti di interesse.

Le nostre realtà godono di riconoscibilità nella filiera della moda e questa le rende un punto di riferimento costante per il territorio nazionale ed internazionale, per questo è importante che esse consolidino gli standard etici di riferimento. Abbiamo approcciato il Codice Etico come base per lo sviluppo del Modello 231³ identificando le possibili aree di rischio e ponendo le basi per un sistema di controllo preventivo, realizzato attraverso la costruzione di un modello organizzativo adeguato. Nel 2022 il Modello 231 si trovava in fase di stesura e se ne preveniva l'adozione tra il 2023 e il 2024. Per la comunicazione di eventuali criticità c'è la possibilità di comunicare tramite l'indirizzo e-mail: info@holdingmoda.it e per gli anni a venire ci stiamo adoperando all'individuazione di uno strumento idoneo allo scopo.

³ Il D.lgs. 231/2001 individua nel Modello Organizzativo 231 e di Gestione, correttamente elaborato, adottato ed aggiornato, lo strumento privilegiato per esimere una società della propria responsabilità amministrativa dipendente da reato. Un Modello Organizzativo e di Gestione ai sensi del D.lgs. 231/2001 è un insieme di protocolli, che regolano e definiscono la struttura aziendale e la gestione dei suoi processi sensibili. Il Modello Organizzativo 231, se correttamente applicato, riduce il rischio di commissione di illeciti penali.

Governance

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 legate 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 eco-sostenibili. 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

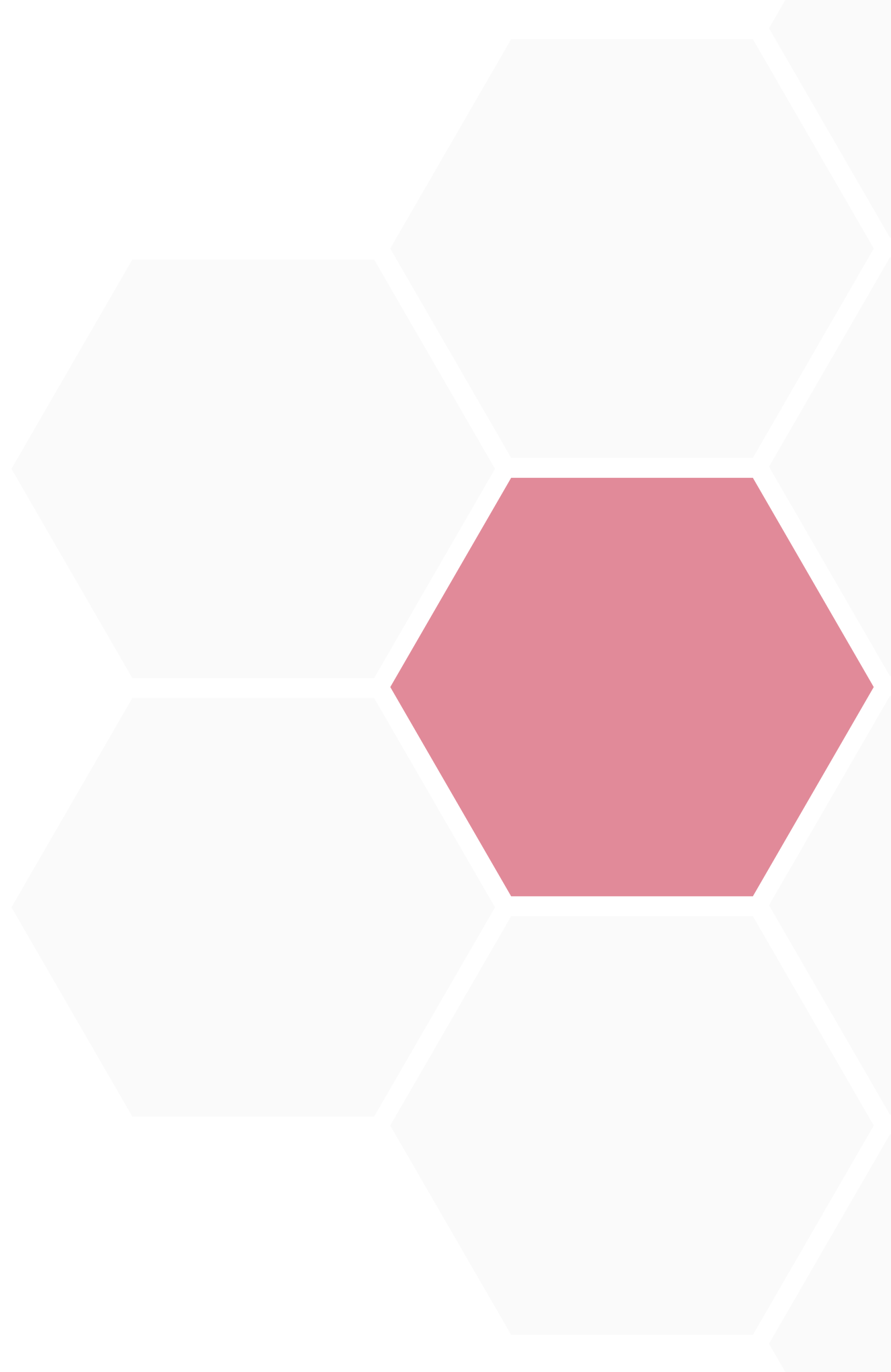
Utilizzando i risultati della job evaluation, l'analisi di mercato delle retribuzioni, le considerazioni sull'affordability, l'azienda può sviluppare una struttura salariale che definisca i diversi livelli salariali in base alla gerarchia delle posizioni, al loro valore di mercato,

all'affordability e ai diversi livelli di valutazione associabili all'interpretazione di una data posizione. Questo può essere realizzato attraverso la creazione di fasce bande 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.



Il nostro Made in Italy



6.1 I nostri prodotti

I nostri prodotti coprono quasi tutti gli ambiti merceologici del settore moda-lusso, vantando nel 2022 ben 9 aree di eccellenza manifatturiera: jersey, abbigliamento leggero, abbigliamento in pelle, pelletteria, denim, capospalla, calzatura, stampa serigrafica/digitale e ricamo. Le nostre creazioni sono

frutto dell'eccellente know-how delle nostre maestranze e sono i prodotti che vengono realizzati per i marchi del lusso e che sfilano sui red carpet più prestigiosi.

Di seguito vi proponiamo un focus su ciascuna Azienda:

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 in 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/modelleria/prodotto alla produzione, reattivo alle richieste e proattivo nel proporre soluzioni.



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. La qualità del prodotto Made in Italy è garantita dal totale controllo della filiera produttiva.

Famar crea abbigliamento per i più rinomati marchi del lusso, rispettando rigidi criteri qualitativi 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 GERBER e LECTRA 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 sapientemente 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 modelleria 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.





Pelletteria

GAB è specializzata nella produzione di pelletteria, principalmente borse a mano e altra piccola pelletteria. 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.

Denim

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 sfilati ed esposti al cliente per il primo fitting e alla loro approvazione. Successivamente, si passa alla realizzazione del campionario e agli ordini della produzione.





Capospalla

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.

Calzature

Valmor produce sapientemente calzature sportive per le più grandi maison del lusso. L'organizzazione 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: ciò consente una maggiore flessibilità produttiva e il soddisfacimento delle richieste della Clientela.



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.





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.

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 è stato schematizzato e illustrato nella figura sopra 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 innovazioni 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 consistentemente 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. Infine, si procede con il controllo qualità finale e con la consegna del prodotto al cliente. Ciascun processo è stato studiato nel massimo rispetto dei lavoratori, della loro salute e della loro sicurezza, nonché del loro benessere psicofisico.

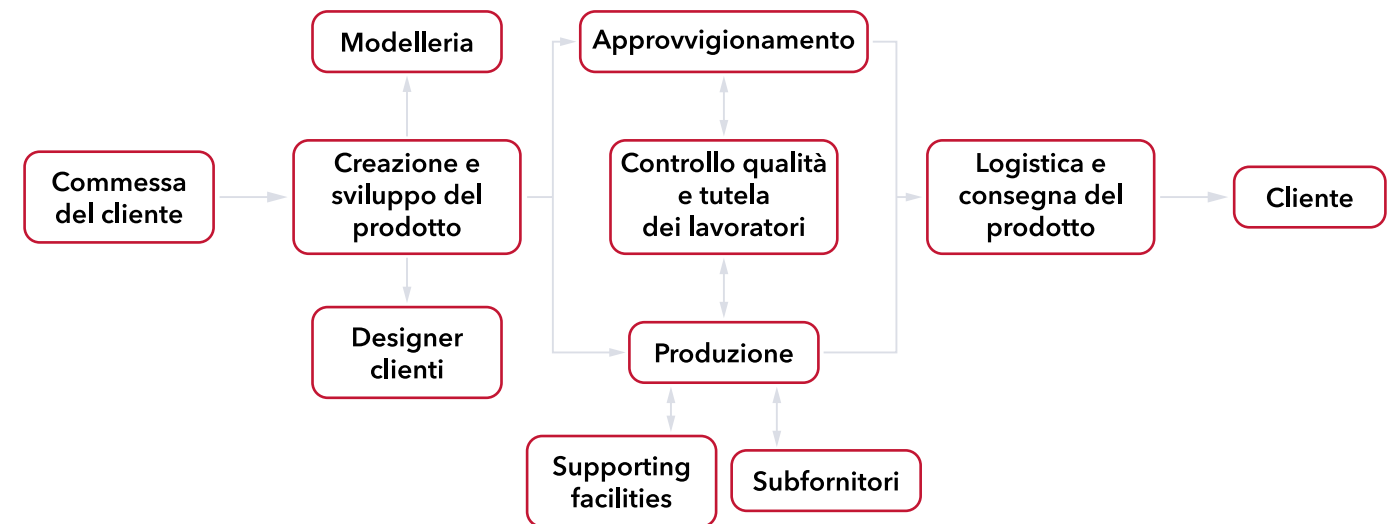


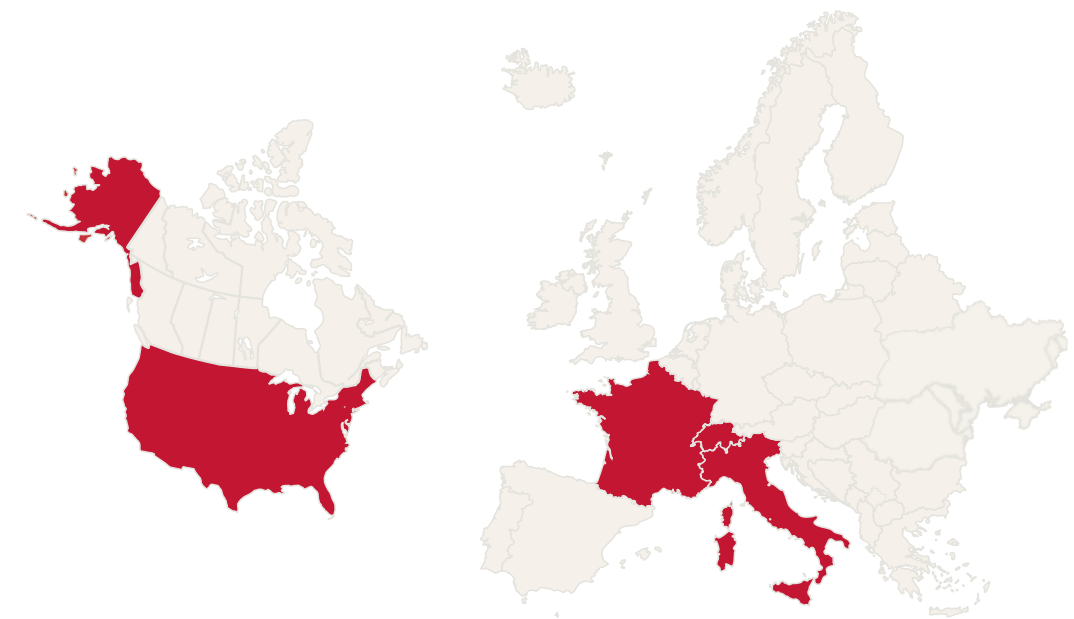
Figura 2: Modello di Business Aziende HModa

6.2 La nostra filiera

La catena di fornitura sta acquisendo un ruolo sempre più rilevante e delicato ai fini della sostenibilità ambientale e sociale. Le nuove normative richiedono un impegno sempre crescente a garantire la trasparenza e la tracciabilità della propria supply chain. La filiera di Holding Moda parte dal confronto con l'ufficio stile del Cliente al fine di decidere il design e il concept del prodotto fino ad arrivare al capo finito. Le nostre aziende si occupano della realizzazione di prodotti commissionati dalle più prestigiose maison della moda lusso. Sotto indicazione dei brand, portiamo avanti i processi di acquisto delle materie prime e dei semilavorati "a monte" e produzione e lavorazioni speciali "a valle" sulla base di rapporti volti al soddisfacimento degli

elevati standard qualitativi in conformità con principi di lealtà, trasparenza, collaborazione e condivisione dei nostri valori. La nostra catena di fornitura si sviluppa attraverso l'accurata selezione di fornitori capaci di garantire sia gli alti standard qualitativi sia l'utilizzo delle best practices e delle migliori tecnologie disponibili. I fornitori, per continuare ad operare con le Aziende di HModa, devono dimostrare la conformità in termini di rispetto dei diritti umani, delle condizioni lavorative, di salute e sicurezza e di responsabilità ambientale. Come Gruppo incentiviamo l'osservanza e l'incremento di politiche di trasparenza che permettano di quantificare correttamente gli impatti generati durante l'intero ciclo produttivo.

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)

Holding Moda opera nel settore moda e si interfaccia con una Clientela B2B, per questa ragione la metodologia applicata nelle

considerazioni geografiche per i mercati serviti fa riferimento alle sedi legali dei Clienti.

Le aziende sono strettamente legate al territorio sia per quanto riguarda i fornitori a monte sia per quelli a valle. Tale caratteristica è essenziale in quanto la collocazione geografica impatta sulle tempistiche, sulla qualità e sulla sostenibilità della produzione. Questo fa sì che la maggior parte dei fornitori, sia per le materie prime sia per le lavorazioni, si trovi in Italia e solo una piccola percentuale sia al di fuori dell'Europa. Questo fattore per noi e per la nostra clientela è importante in quanto contribuisce alla valorizzazione del territorio,

al mantenimento delle maestranze e delle tradizioni artigianali che ci contraddistinguono nel mondo. Rendiamo i nostri prodotti unici e di elevata qualità, avvalendoci delle innovazioni tecnologiche adottate dalle aziende del Gruppo.

Il legame creato con i fornitori e loro vicinanza fa sì che le nostre aziende riescano a mantenere un controllo costante garantendo il livello di qualità richiesto dalle maison internazionali del lusso.

Paese	Percentuale approvvigionamento
Extra EU	4%
Italia	90%
EU	6%
Totale	100%

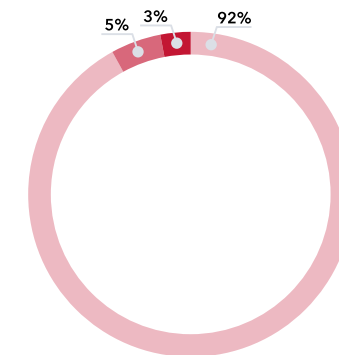


Figura 3

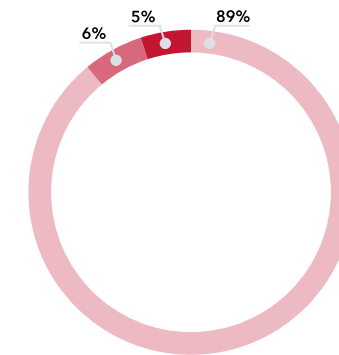


Figura 4

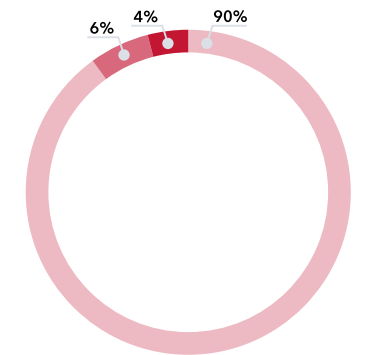


Figura 5

Italia UE Extra UE

6.3 Il legame con il territorio

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

6.4 Le buone pratiche HModa

Come Gruppo siamo consapevoli che, per ottenere ottime performance, sia necessario adottare le best practices ed estenderle a tutti; per questo motivo, in occasione del nostro report di sostenibilità, vi presentiamo le buone pratiche che si sono consolidate nel tempo all'interno delle Aziende HModa e che hanno ispirato il comportamento delle altre. Le abbiamo chiamate "good practices" in quanto siamo pronti ad abbracciare il miglioramento

continuo per crescere assieme.

Per buone pratiche si intendiamo le procedure, le azioni e gli interventi più significativi che consentono di ottenere migliori risultati in contesti diversi. In questo paragrafo abbiamo racchiuso l'insieme delle procedure virtuose delle nostre sub-holding in materia ambientale e sociale.

Materiali Sostenibili

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 abbiamo adottato delle politiche di gruppo che ci consentiranno di incrementare ulteriormente il volume d'acquisto di materiali certificati riducendo gli altri. Nel 2023 sarà inaugurata una piattaforma di acquisto per le aziende Holding Moda dedicata ai prodotti di carta ed imballaggi con una selezione prioritaria di prodotti con caratteristiche di sostenibilità preferibili individuati ad hoc.





Cura del Dipendente

In molte delle aziende HModa i dipendenti sono il motore delle nostre attività e per questo sono previste delle azioni di welfare a loro favore. Viene offerto un premio, a seconda degli obiettivi raggiunti, spendibili in attività legate al benessere della persona. In alcune aziende è previsto il servizio mensa o la distribuzione di buoni pasto. Nel 2022 abbiamo lavorato ad estendere il progetto mensa ad altre realtà aziendali di HModa e proseguito lo studio sul piano di welfare di Gruppo che si concretizzerà nel 2024-25.



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 scuole, lo IED, l'Istituto Marangoni e 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. In occasione dell'Hive Festival è stato organizzato un laboratorio di upcycling con i materiali di scarto generosamente donati dalle aziende HModa (dettaglio nel capitolo 9 Innovazione). Infine, la migliore pratica in materia di economia circolare è sicuramente il progetto Pilota realizzato in collaborazione con il Monitor for Circular Fashion (dettaglio nel capitolo 7 Bilancio ambientale).

Dipendenti giovani per l'innovazione

Holding Moda crede fortemente nel valore dei giovani e giovanissimi talenti, infatti, in molte aziende il personale è per la maggior 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.



Logistica ad impatto zero

La mobilità sostenibile è presa molto seriamente da HModa ed è un'area di miglioramento che ci accompagnerà nei prossimi anni con crescenti progressi.

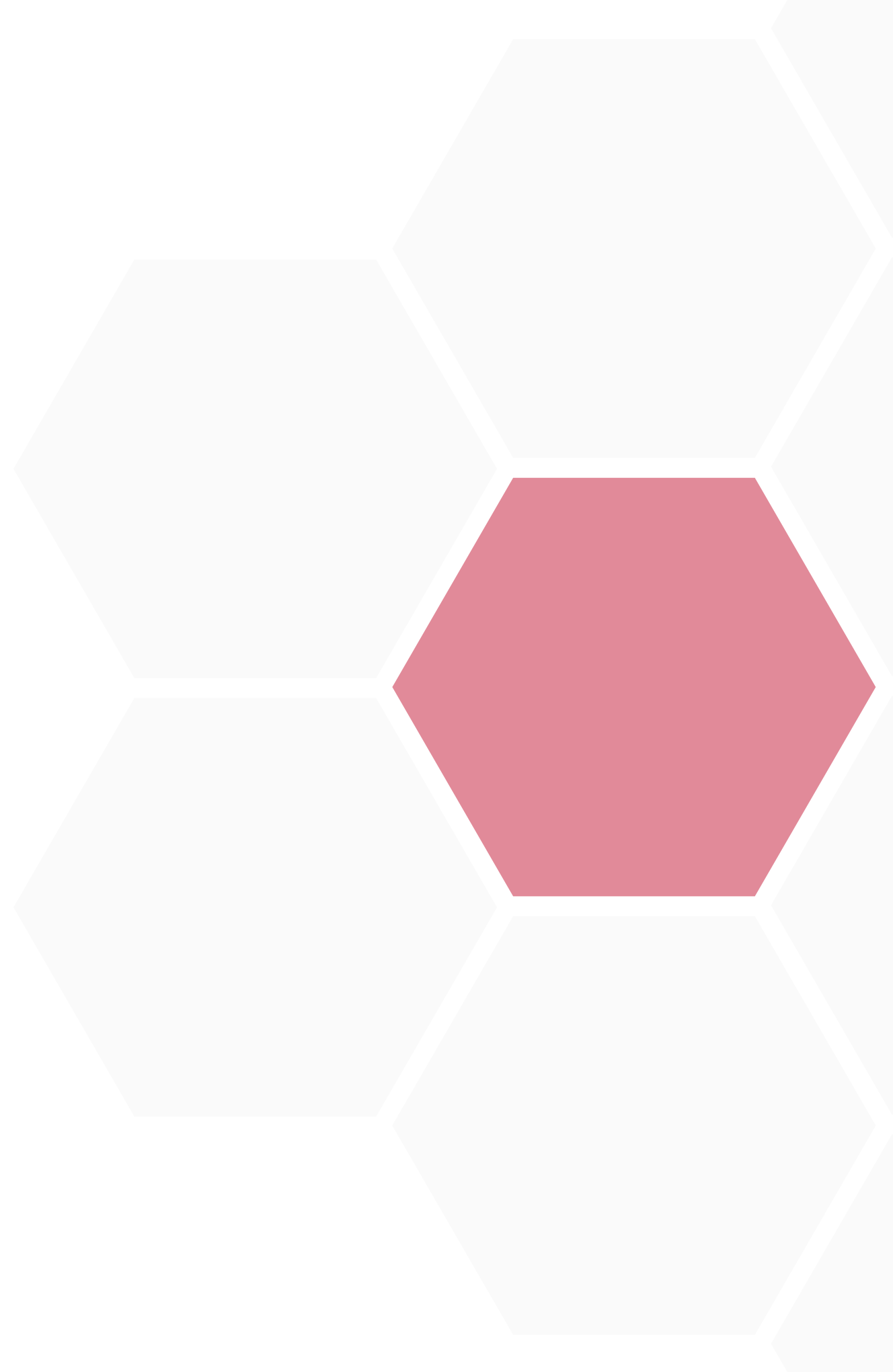
Inoltre, attualmente, in una delle aziende, è stato avanzato un ambizioso progetto: un unico grande stabilimento comprensivo di produzione propria e subfornitori che ha preso forma nel 2022 ed è stato inaugurato ad inizio 2023. Così facendo sarà possibile ridurre al massimo gli spostamenti di merci e l'impatto sull'ambiente derivante, garantendo tempistiche decisamente più brevi per la clientela. Inoltre, saremo in grado di garantire produzione a km 0, controlli capillari, maggiore flessibilità e velocità di risposta.



Comunità e Natura

Le aziende HModa vivono attivamente la partecipazione al territorio in cui sono insediate. In una delle aziende è presente oltre allo spazio verdeggiante, un orto curato, gestito e a totale disposizione dei dipendenti che possono usufruire in tutte le stagioni dei suoi frutti. La finalità di questo progetto è quella di stimolare la cooperazione e promuovere attività all'aria aperta. Le Aziende hanno a cuore il benessere psicofisico delle nostre Persone, per questo sono dotate di ampie terrazze ad uso comune al fine di svago, spazi interni dedicati all'attività ricreativa e al relax. Per incentivare ulteriormente la comunicazione e la condivisione tra i dipendenti sono state preposte mense e/o aree caffè.

Nel rispetto della comunità locale ospitate e dell'ambiente, nel 2022 sono state inaugurate due sedi produttive i cui edifici sono stati progettati con caratteristiche di efficienza e risparmio energetico e dotate di impianto fotovoltaico al fine di ridurre l'inquinamento locale.





Bilancio ambientale

7.1 La gestione responsabile dei consumi

Consumi idrici ed energetici

Il Gruppo Holding Moda considera la tutela ambientale di centrale importanza, per questo si impegna a promuovere la consapevolezza, il cambiamento e la cultura della sostenibilità nelle Aziende. HModa è consapevole dell'impatto che l'industria tessile-moda ha sul cambiamento climatico e sull'ambiente; perciò, ha intrapreso un percorso di rendicontazione, misurazione, comprensione e successiva futura decarbonizzazione che possa portare ad una riduzione dell'impronta ambientale.

Il Gruppo nel 2022 si è concentrato nella riduzione dei suoi impatti ambientali, nello specifico sono stati portati avanti progetti ed investimenti in:

- ◆ Fornitura di energia da fonti rinnovabili certificate

- ◆ Realizzazione di nuovi impianti produttivi energeticamente efficienti

- ◆ Implementazione di impianti fotovoltaici

La nostra performance ambientale 2022 è stata calcolata considerando i consumi in tutte le Aziende HModa lungo tutto l'anno solare. Le rilevazioni dei dati sono state condotte su base trimestrale e sono state oggetto di costante monitoraggio per verificare l'andamento dei consumi e le possibili aree di miglioramento.

Il fabbisogno energetico è supportato da energia prodotta da impianti fotovoltaici e da interventi di efficientamento energetico che hanno contribuito a ridurre le inefficienze e gli sprechi.

I principali consumi imputabili alle attività delle aziende HModa si concretizzano in consumi di energia elettrica, gas naturale (solo in alcune sedi per il supporto dei siti produttivi) e acqua. A questi si aggiungono i consumi di combustibile derivanti dalla flotta aziendale che rappresentano una parte del nostro impatto ambientale direttamente generato⁴.

Azienda	Elettricità (kWh)	Gas (smc)	Acqua (m ³)
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
Totale	3.020.956	114.748	9.365

Tabella 1: Consumi annui suddivisi per Azienda

⁴ Per il calcolo dei consumi energetici di energia elettrica, gas naturale, gasolio e benzina in GJ sono stati utilizzati i fattori di conversione DEFRA 2022. I consumi totali ammontano a 20.271 GJ ripartiti come segue: 10.875 GJ di energia elettrica, 4.118 GJ di gas naturale, 319 GJ di benzina e 4.958 GJ di gasolio. Si precisa che i consumi totali 2022 sono maggiori di quelli 2021 a causa dell'aumento delle aziende presenti nel gruppo al 31.12.22 che è passato da 7 a 10 (comprendendo la sede operativa di Rilievi India).

Flotta

La raccolta dei dati relativi agli impatti della flotta aziendale è stata svolta analogamente a quella dei consumi.

Abbiamo considerato tutti gli spostamenti, il chilometraggio effettuato da ciascun veicolo del Gruppo e la loro impronta attraverso la tipologia di alimentazione del veicolo.

Nel corso del 2022 sono stati condotti i primi studi per una progressiva sostituzione dei veicoli a benzina e diesel con mezzi ibridi ed elettrici. Abbiamo analizzato i nostri consumi, i costi di mantenimento, le necessità degli utilizzatori e i tragitti in modo tale da individuare

le soluzioni a maggiore elettrificazione che meglio soddisfino le nostre esigenze. Contiamo di far partire il progetto tra il 2023 e il 2024, sostituendo gradualmente i veicoli e riducendo sensibilmente il nostro Scope 1 da fonti mobili.

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
Totale	9.832	138.002	374

Tabella 2: Emissioni Flotta aziendale

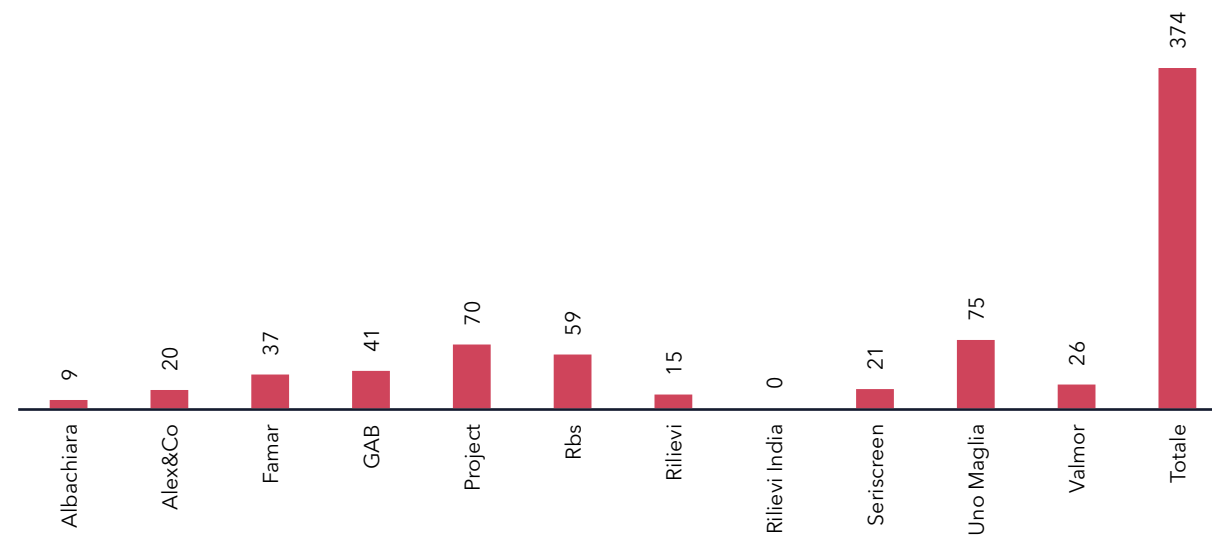


Figura 1: Emissioni Flotta aziendale

7.2 L'impronta ambientale

Emissioni GHG

Il Gruppo Holding Moda nel 2022 si è impegnato a tracciare e rendicontare il proprio inventario di emissioni di gas serra, misurando quelle direttamente correlate alle proprie attività aziendali (Scope 1⁵ e 2) e quelle indirette (Scope 3)⁶. Gli inventari si riferiscono all'anno base 2022, con l'obiettivo di aggiornare la quantificazione del nostro impatto climatico e di garantire una maggiore comparabilità ai

nostri stakeholder. Lo Scope 1 è stato calcolato da fonti stazionarie (gas naturale) e da fonti mobili (flotta aziendale). Lo Scope 2 è stato calcolato sia location-based⁷ per Italia e India che market-based⁸, al fine di rendere il risultato maggiormente comparabile. Come secondo anno di rendicontazione siamo stati in grado di misurare anche due categorie dello Scope 3: gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti e il business travel. La metodologia utilizzata per inventariare le emissioni è conforme a quanto previsto da GHG Protocol e all'indicatore GRI 305.

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
Totale	606	656	884	987	2.249	2.477

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

⁵ Scope 1 si riferisce alle emissioni dirette, in Holding Moda sono emissioni derivanti dall'utilizzo di gas naturale e dalla flotta aziendale.

⁶ Scope 3 si riferisce alle emissioni indirette, in Holding Moda per il 2022 sono derivanti dai business travel e dagli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti presenti al 31.12.22

⁷ location-based: considera le emissioni in base all'intensità di emissione dell'area della rete locale in cui si verifica il consumo di elettricità

⁸ market-based: considera le emissioni in base all'elettricità che le organizzazioni hanno scelto di acquistare

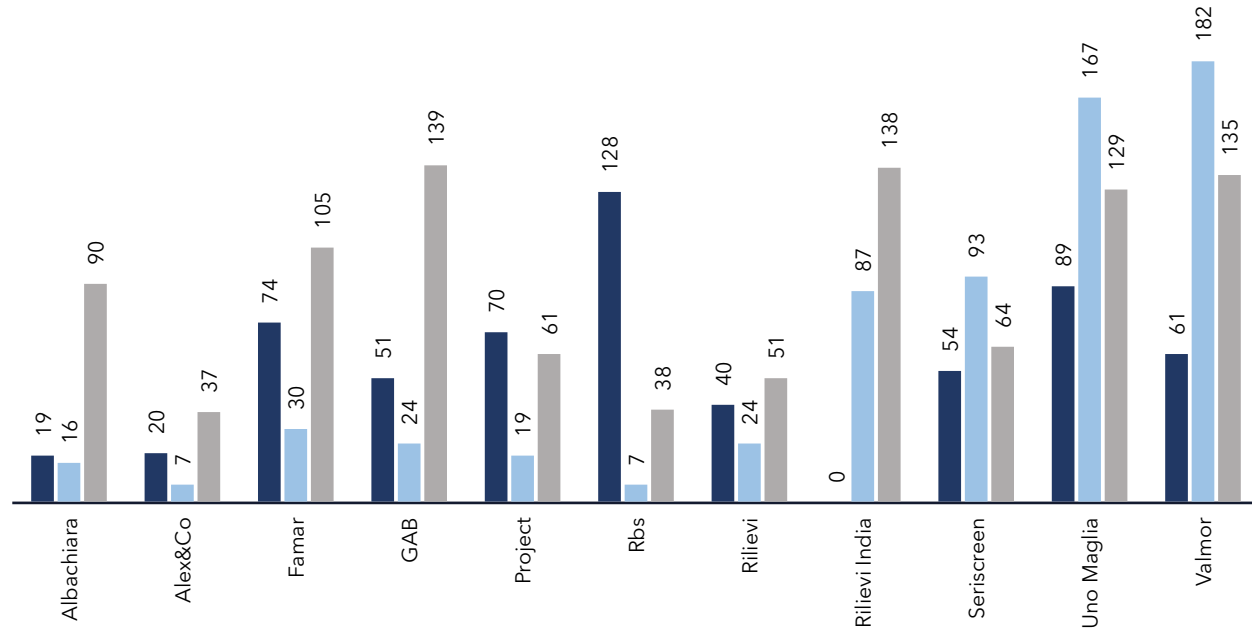


Figura 2: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

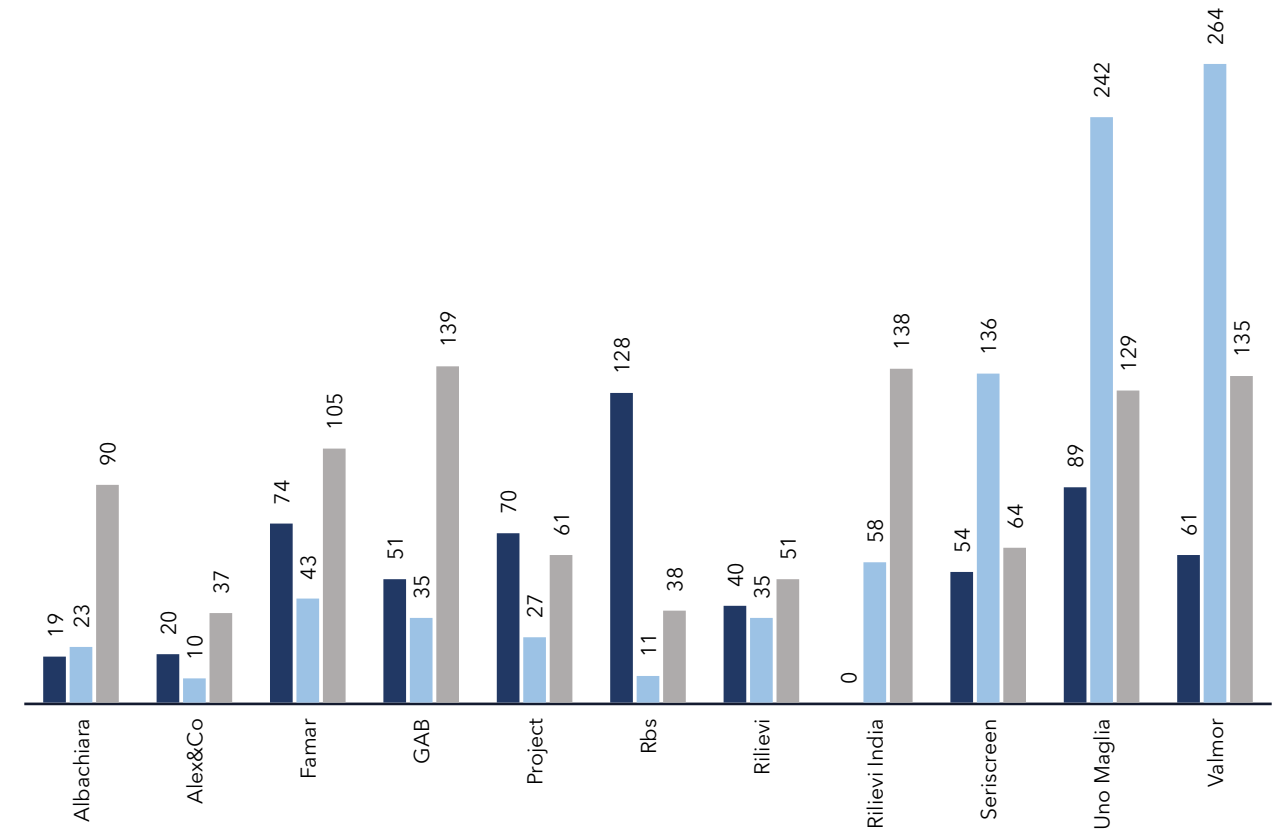


Figura 4: Emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

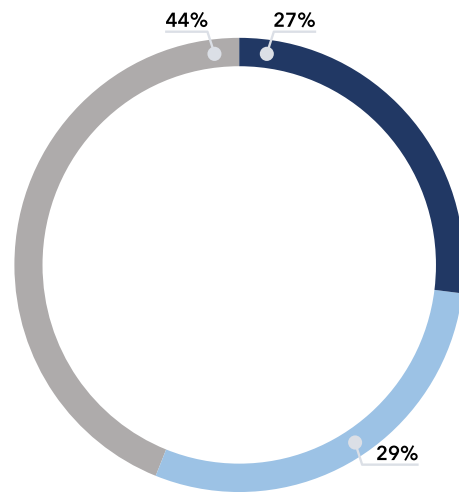


Figura 3: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

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

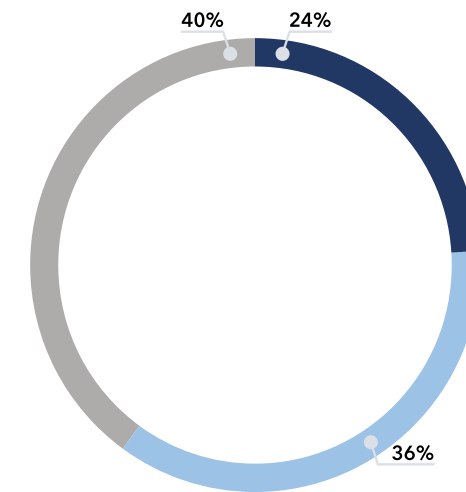


Figura 5: Composizione delle emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

■ 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	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
Totale	231	374	606

Tabella 4: Emissioni Scope 1 Aziende del Gruppo

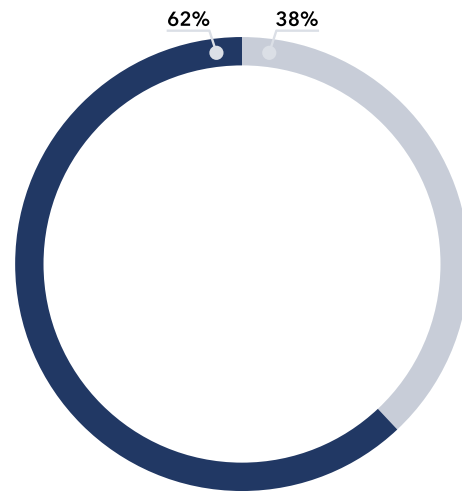


Figura 6: Composizione dello Scope 1

■ Emissioni gas (tonCO2e) ■ Emissioni flotta (tonCO2e)

Composizione Scope 2

Azienda	En. Elettrica da fonti non rinnovabili/non certificate (kWh)	Scope 2 location-based (tonCO2e)	Scope 2 market-based (tonCO2e)
Albachiara	51.387	16	23
Alex&Co	22.957	7	10
Famar	94.239	30	43
GAB	75.754	24	35
Project	59.616	19	27
Rbs	23.442	7	11
Rilievi	75.550	24	35
Rilievi India	127.754	87	58
Seriscreen	296.532	93	136
Uno Maglia	529.444	167	242
Valmor	577.126	182	264
Totale	1.933.801	656	884

Tabella 5: Emissioni Scope 2 Aziende del Gruppo

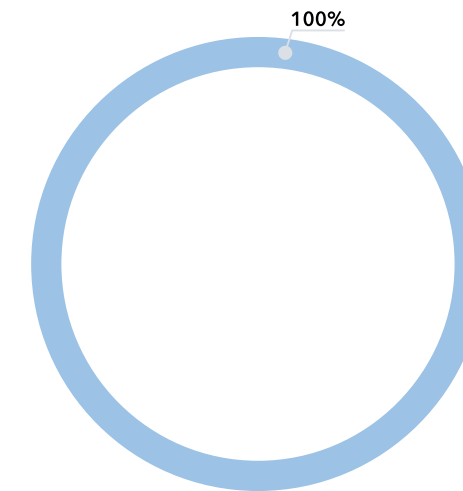


Figura 7: Composizione dello Scope 2

■ Emissioni Energia Elettrica

Lo Scope 2 è stato quantificato calcolando i kWh di energia elettrica acquistata da rete e proveniente da fonti non rinnovabili o da fonti rinnovabili prive di certificati di Garanzia

d'Origine. Il dato è da intendersi al netto dell'energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate e da impianti fotovoltaici.

Composizione Scope 3

Azienda	Emissioni Business travel (tonCO2e)	Emissioni spostamenti casa-lavoro (tonCO2e)	Scope 3 (tonCO2e)
Albachiara	0	90	90
Alex&Co	0	37	37
Famar	0	105	105
GAB	0	139	139
Project	3	58	61
Rbs	2	36	38
Rilievi	2	50	52
Rilievi India	10	128	138
Seriscreen	0	64	64
Uno Maglia	1	128	129
Valmor	1	134	135
Totale	19	968	987

Tabella 6: Emissioni Scope 3 Aziende del Gruppo

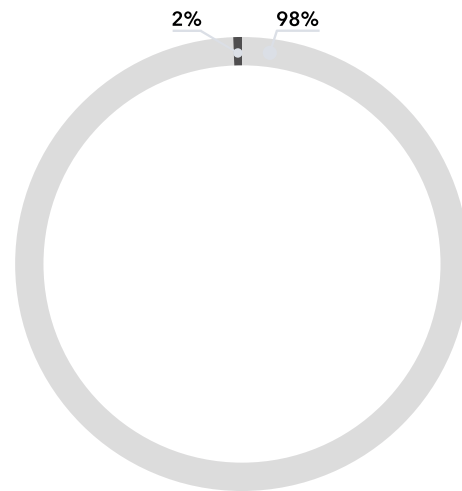


Figura 6: Composizione dello Scope 3

■ Emissioni Business travel (tonCO2e) ■ Emissioni Spostamenti casa-lavoro (tonCO2e)

Le emissioni Scope 3 coprono le categorie di Business travel e spostamenti casa-lavoro dei dipendenti HModa. La prima categoria è stata calcolata partendo dai documenti di viaggio di tutte le trasferte di lavoro avvenute nel 2022 quantificando le emissioni di aerei, automobili non appartenenti alla flotta aziendale, bus e treni. La seconda categoria 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 31.12.2022 ipotizzando che gli spostamenti siano avvenuti per tutti i giorni lavorativi dell'anno con un'automobile media diesel. I fattori di conversione utilizzati sono i DEFRA 2022.

Siamo consapevoli che lo Scope 3 rappresenti la maggiore quantità di emissioni generate dall'attività produttiva per questo per il 2023 ci stiamo adoperando a mitigare le classi già calcolate e a cercare di misurare le altre.

7.3 L'impatto ambientale positivo

Energia da fonti rinnovabili certificate

Nel corso del 2022 e nella prima metà del 2023 le Aziende presenti al 31.12.21 hanno aderito gradualmente al passaggio ad energia da fonti rinnovabili certificate, tramite un unico provider. Questo progetto ci ha permesso di ridurre la nostra impronta di carbonio e di conseguenza, tramite i certificati di annullamento GSE, di ridurre anche il nostro Scope 2.

Nel 2022 sono stati acquistati 559.644 kWh di energia da fonti rinnovabili certificate che hanno permesso una riduzione delle emissioni Scope 2 di 176 tonCO₂e, l'equivalente di circa 1.056 alberi/anno⁹.

Fotovoltaico

Le nostre aziende, ove il sito lo permetta, si sono impegnate nell'installazione di impianti fotovoltaici per venire incontro alle esigenze energetiche degli stabilimenti. Al momento vantano questo sistema due siti produttivi e altri due acquistano energia da fotovoltaico. Per fine 2023 preventiviamo l'aggiunta di un ulteriore impianto fotovoltaico e la messa in funzione di quello di GAB che sarà in grado di supportare quasi integralmente il suo fabbisogno energetico. Nel 2022 le aziende HModa hanno consumato 527.511 kWh di energia proveniente da impianti fotovoltaici, che hanno permesso di evitare 166 tonCO₂e, l'equivalente di circa 995 alberi/anno.

⁹ Nel calcolo si è ipotizzato che un albero medio assorba ogni anno 167 kg di CO₂. Fonte: <https://climate.selectra.com/it/attualita/albero-assorbe-co2>



Holding Moda si affaccia ai processi produttivi con abilità, competenza, maestranza artigianale e unicità per ogni brand. La cura e il rispetto delle materie prime sono di interesse primario per tutte le aziende del Gruppo. Holding Moda adotta protocolli stringenti in termini di compliance chimica in accordo con i limiti preposti dai principali organismi regolatori della presenza di sostanze chimiche

nei prodotti. In concerto con i nostri Clienti, informiamo la nostra supply chain relativamente alle misure adottate, assicurandoci che i fornitori sottoscrivano il loro impegno alla tutela ambientale e alla progressiva riduzione di sostanze chimiche, anche in misura minore rispetto ai limiti previsti per legge, al fine di garantire prodotti sicuri, salubri e resistenti nel tempo.

Materiali	KG	MT	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
Totale	69.024	47.885.486	359.431	1.920.993	29.213.479

Tabella 7: Materie prime e quantità HModa

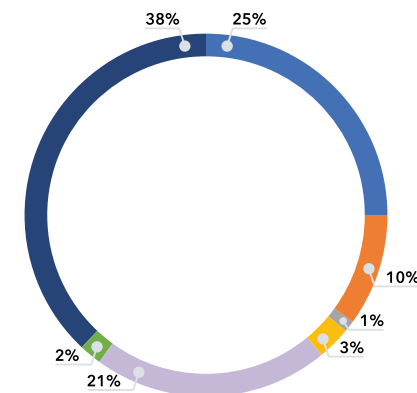


Figura 9: Materie prime per tipologia calcolate sul valore totale



7.4 Materie prime

Nella selezione dei nostri partner per le lavorazioni esterne consideriamo in primis la qualità del servizio offerto e prediligiamo quelli con maggiore prossimità geografica. Infatti, in HModa, siamo consapevoli e attenti ai nostri impatti ambientali e ci serviamo da fornitori d'eccellenza italiani.

Crediamo nelle collaborazioni di lungo periodo, nei rapporti umani insieme a quelli commerciali e nel know-how che solo le grandi

maestranze possono possedere e tramandare. Per noi la selezione dei fornitori a valle non si limita ad una mera scelta economica, ma, con consapevolezza, scegliamo quelli che offrono le migliori condizioni di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro e sull'ambiente. Questa scelta accurata ci consente di soddisfare le richieste dei Clienti, di ridurre i rischi in materia di salute sul lavoro, di instaurare rapporti duraturi e di generare valore condiviso.

7.5 Packaging ed imballaggi

Nel corso del 2022 il Gruppo ha consumato i seguenti materiali nelle quantità indicate:

Tipologia Materiale	KG	MT	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
Totale	75.615	840	468	2.769.316

Tabella 8: Carta e imballaggi HModa

Nel 2022 la percentuale sul valore del packaging certificato ammonta al 15% sul totale, per questo motivo si è deciso di dare vita al progetto **Plastic Free**. Nel corso del 2022 si è lavorato ad una piattaforma unificata per tutte le aziende, dedicata all'acquisto di packaging e materiali da ufficio. Dal 2023 sarà disponibile un'area dedicata che, per ciascun prodotto, indicherà le alternative, a parità di specifiche di prodotto, con caratteristiche di sostenibilità desiderabili in modo tale da guidare, ove possibile, le scelte delle nostre Aziende.

In HModa siamo molto attenti ad intercettare tutte le nuove normative e legislazioni per permettere alle nostre aziende un puntuale adeguamento entro i tempi prescritti, che deve necessariamente passare da un opportuno periodo di transizione di competenze e di gestione. Il team HPlanet si occupa di essere il tramite per tutte le legislazioni in materia ambientale, sociale e di sostenibilità, di informare tempestivamente le aziende che compongono il Gruppo, di raccogliere domande, dubbi e richieste e di risolverle tramite la Confindustria o l'ente di riferimento.

A questo proposito si inserisce la nuova normativa sull'etichettatura degli imballaggi. Dal 1° gennaio 2023 infatti è entrata in vigore ai sensi dell'art. 219, comma 5, del D.lgs. 152/2206, l'obbligo di etichettatura ambientale per tutti gli imballaggi, sia che essi siano utilizzati nella filiera professionale (B2B) sia che siano destinati al consumatore finale (B2C).

La normativa annuncia la necessità che tutti gli imballi siano opportunamente etichettati per riconoscerne la provenienza, la famiglia

dei materiali che lo compongono e le corrette pratiche di smaltimento degli stessi. In particolare, i nuovi imballaggi acquistati dal 01.01.2023 dovranno essere dotati di un codice alfanumerico, quando venduti, che riporta i dati ambientali. Questo codice potrebbe essere un QR code, un'etichetta sull'imballaggio ma potrebbe anche trovarsi in fattura tramite un QR code o una codifica. È prevista inoltre una corresponsabilità sul rispetto della normativa per tutti gli agenti lungo la filiera, dai fornitori di imballaggi a chi li utilizza, fino a chi spedisce il prodotto completo ed imballato.

Questa normativa ha creato non pochi dubbi e perplessità presso le nostre Aziende, tutte coinvolte in questo processo, che dispongono di svariate e differenti tipologie di imballaggi, con altrettante diverse casistiche sia all'interno dell'azienda stessa sia nel coinvolgimento dei propri fornitori e clienti. Il dipartimento di HPlanet si è incaricato quindi di raccogliere tutte queste differenti problematiche, confrontarsi con il Conai e le Confindustrie locali per poter trovare le risposte e le adeguate soluzioni per le nostre aziende. È in tal contesto, e con l'intento di cercare di uniformare le diverse aziende ad un unico standard operativo, pur mantenendo le proprie peculiarità e differenze, che nasce l'idea di sviluppare una sezione, nel sito delle Aziende, esclusivamente dedicata alle etichettature ambientali. Qui si possono scansionare tutti i QR code per accedere alle informazioni ambientali dei nostri imballaggi, allo scopo di garantire massima trasparenza per tutti gli stakeholders, caratteristica ormai imprescindibile per favorire il processo di crescita di Holding Industriale S.p.A.

7.6 Il management consapevole dei rifiuti

Nell'ottica di ridurre l'impatto ambientale delle nostre aziende i rifiuti giocano un ruolo di primo piano nella nostra strategia di sostenibilità; trovare soluzioni per minimizzare quanto più possibile i nostri scarti nelle varie categorie, riutilizzare il più possibile i nostri scarti e studiare soluzioni innovative per ridare una seconda vita ad alcune categorie di rifiuti è uno dei nostri principali progetti all'interno del piano strategico di sostenibilità. Oltre a questo, vi è il costante pensiero alla riduzione della plastica nelle nostre aziende e l'utilizzo, ove possibile, di prodotti biologici e biobased e a minor impatto ambientale. In questo contesto si inserisce il nostro progetto Plastic Free volto all'eliminazione della plastica dalle nostre aziende e l'utilizzo di questa esclusivamente ove richiesta dei brand. Inoltre, in ottica di riduzione di quest'ultima, proponiamo anche attivamente ai nostri clienti soluzioni innovative per la riduzione della plastica negli imballaggi dei loro prodotti.

Il progetto Plastic Free è un progetto che nasce nel 2022 e ci accompagnerà anche nel 2023 e che vedrà l'inserimento di erogatori di acqua, bottigliette personalizzate per i dipendenti, bottigliette bio nelle vending machines, sostituzione di tutti gli imballaggi di plastica non logati con alternative biobased o recycled.

Ricicliamo inoltre tutti i nostri rifiuti tessili, siano essi sfridi di taglio o pezze intere ma stiamo cercando soluzioni alternative ed innovative per riutilizzare questi scarti in maniera più circolare, ridando una nuova vita ai nostri rifiuti tessili. Questo progetto inizierà nel 2023 ed avrà uno sviluppo anche nel 2024 in modo da poter costruire un vero e proprio indotto capace di far fronte agli scarti di tutte le nostre aziende e, possibilmente, creare una best practice anche per le altre aziende del territorio e trovare soluzioni per far fronte ad uno dei più grandi problemi presenti nel mondo moda.

Tipologia rifiuti	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Pericoloso	3	1
Non pericoloso	182	55
Totale	186	56

Tabella 9: Destinazione rifiuti pericolosi e non pericolosi

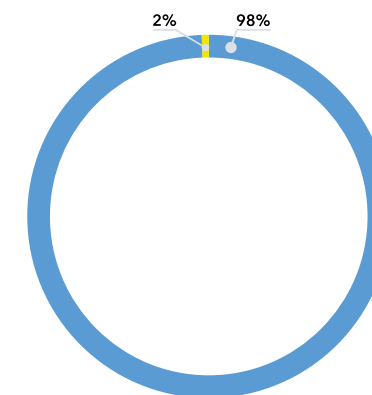


Figura 10: Pericolosità dei rifiuti

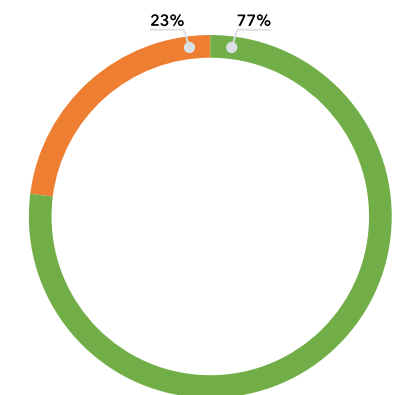


Figura 11: Destinazione dei rifiuti

■ Pericoloso ■ Non pericoloso

■ Recupero ■ Smaltimento



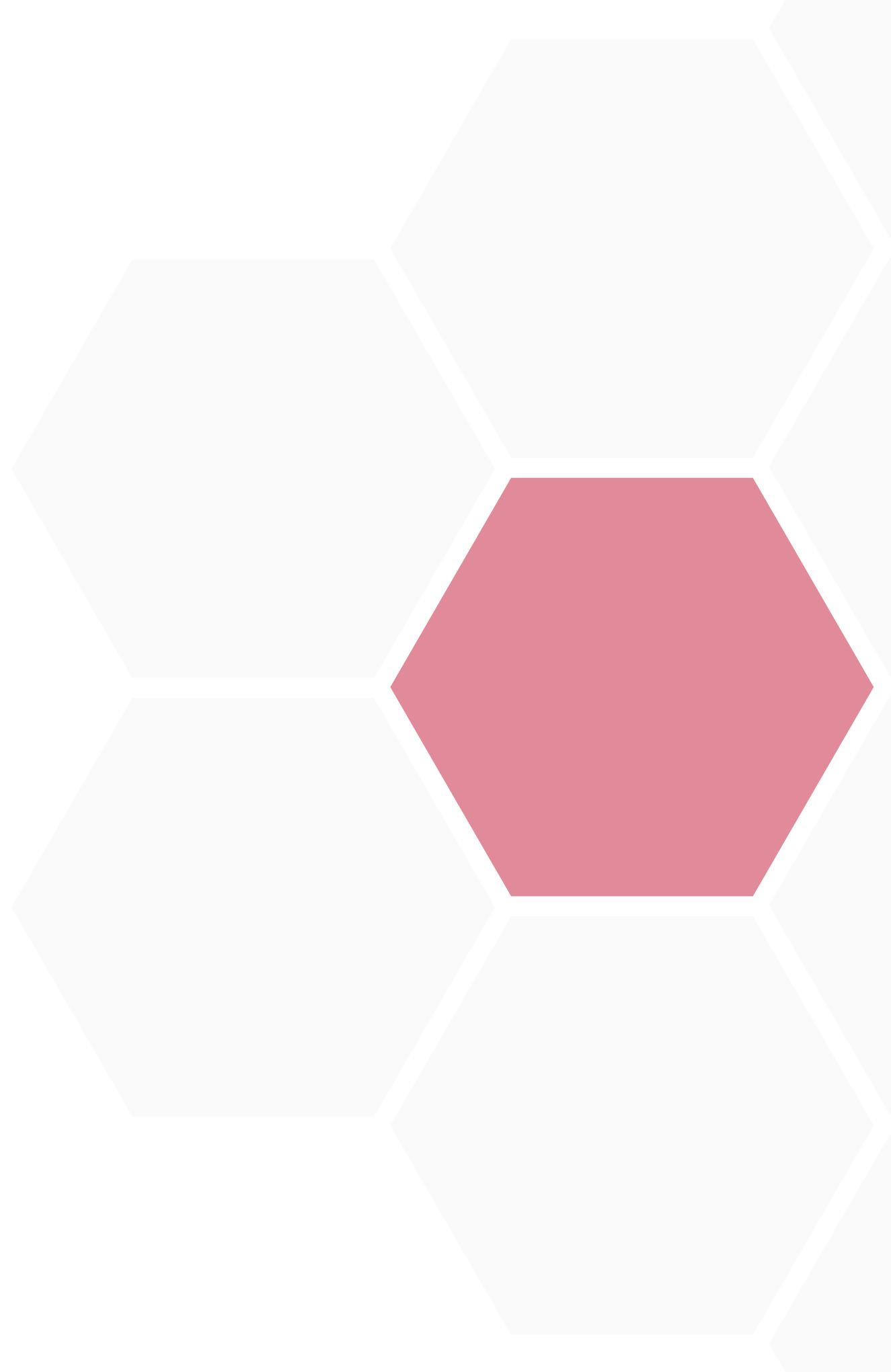
Figura 12: Diagramma generazione dei rifiuti

Holding Moda, al fine di comprendere e mitigare gli impatti delle proprie attività, ha deciso di intraprendere un percorso di certificazione per tutte le sue aziende, andando ad implementare il sistema di gestione ambientale 14001. Questo ci consentirà di monitorare i flussi dei rifiuti in entrata e in uscita in tutte le nostre sedi italiane, con procedure specifiche per una gestione efficace ed efficiente dei rifiuti oltre ad un corretto monitoraggio e separazione tra i rifiuti pericolosi e non pericolosi, alla quantità di rifiuti prodotti rispetto al fatturato e alle relative emissioni. Per l'anno di rendicontazione solo Rilievi è certificata ISO14001, ma prevediamo di portare in certificazione metà delle aziende presenti in HModa al 31.12.22 entro fine 2023 e la restante metà entro il 2024.

Il progetto prevede che le aziende implementino un sistema di gestione integrato ISO 14001 e 45001 oltre che certificazioni sociali quali SA8000 e parità di genere di cui si rimanda al capitolo "Bilancio sociale".

La produzione di rifiuti nel 2022 per il Gruppo ammonta a 242 tonnellate di cui il 97,5% di rifiuti non pericolosi e il 2,5% di rifiuti pericolosi. Inoltre, dell'ammontare totale dei rifiuti ben il 76,8% sono stati recuperati. I rifiuti generati dalle nostre attività sono principalmente identificabili in scarti di tessuti e pellami, imballaggi e materiali di ufficio.

I dati riportati fanno riferimento a quanto documentato all'interno delle aziende tramite fatture, quarte copie e registro rifiuti.



7.7 Il pensiero circolare

Il pensiero circolare è sempre stato nel DNA del nostro Gruppo, infatti fin dalla sua nascita nel 2021, il Team HPlanet ha ritenuto strategico entrare a far parte del Monitor for Circular Fashion (M4CF), ideato da SDA Bocconi. Il Monitor for Circular Fashion è un progetto multi-stakeholder a cui prendono parte aziende leader del settore moda e attori della filiera con il contributo scientifico del Sustainability Lab SDA Bocconi e della visione cross-industry di Enel X per l'identificazione dei KPIs di circolarità. Il Monitor for Circular Fashion accoglie le aziende virtuose e diffonde buone pratiche di moda circolare, valorizzando competenze tecniche, manageriali e scientifiche, con l'obiettivo di contribuire alla transizione verso modelli di business circolari.

Le aziende partecipanti al Monitor sono salite da 16 nel 2021, primo anno di attività del Monitor, a 18 nel 2022 fino a 25 nel 2023. Nel 2022 contano:

- 6 vendors, brands, retailers
- 6 ingredients
- 4 Service providers
- 2 Kpi Committee

Nel 2022 il Monitor ha promosso l'ideazione di progetti multistakeholders volti alla creazione di prodotti che rispettassero i KPI di economia circolare che sono stati definiti durante l'anno e che sono stati approvati dall'UNECE (United Nations Economic Commission of Europe).

Il progetto coinvolge uno spaccato rappresentativo dell'industria della moda italiana lungo l'intera catena del valore, riportando best practice e gap e proponendo modelli e metodi per integrare le pratiche circolari nelle operations delle aziende e dei brand. Il suo primo rapporto nel 2021 ha fornito una panoramica "istantanea" della circolarità nel settore della moda in Italia. Il secondo report del Monitor, pubblicato nell'autunno 2022, si è concentrato sull'eco-design e sulle dichiarazioni di sostenibilità per prevenire il greenwashing. L'obiettivo a lungo termine è quello di rafforzare il ruolo dell'Italia nel mondo

in termini di best practices in circular fashion ed esportare il progetto in altri Paesi.

Durante il suo primo anno, il M4CF ha tenuto, presso la SDA Bocconi di Milano, sessioni formative di brainstorming e sessioni metodologiche sui modelli di business della moda circolare, che hanno svolto un'indagine per identificare i KPI specifici del settore e approfondite interviste individuali. Enel X ha redatto un "Circular Economy Report" con valutazioni energetiche circolari aziendali e specifiche di sito produttivo e ha condotto sessioni one-to-one per individuare le principali lacune. E' inoltre stata creata una roadmap su misura contenente molteplici soluzioni per aumentare i livelli di circolarità.

Il secondo anno di attività si basa sui presupposti dell'anno precedente lavorando con 18 aziende tra cui marchi, rivenditori e fornitori di servizi lungo tutta la filiera a monte e a valle, oltre a un Comitato KPI composto da consulenti esperti nella misurazione della circolarità, di cui HModa è parte. Nel corso del 2022, gli indicatori di prestazione individuati nella ricerca dello scorso anno sono stati implementati attraverso una serie di incontri continui e progetti pilota. In questi incontri le aziende della community del Monitor hanno illustrato i propri progetti di tracciabilità, trasparenza, sostenibilità e circolarità già in corso o in fase di start-up. I progetti pilota si sono concentrati su partnership di filiera in cui le aziende del Monitor fanno rete tra loro, guidano e supportano giovani designer e startup innovative italiane operanti nel settore della circolarità, del social impact e del climate change. I progetti pilota testano in modo pratico anche i principi delle dichiarazioni di sostenibilità dell'UNECE e i KPIs di circolarità individuati dalla Commissione.

Il Monitor for Circular Fashion, infatti, utilizza una solida metodologia sviluppata dai partner del progetto: KPI intersettoriali forniti da Enel X e KPI specifici del settore moda compilati da SDA Bocconi. Gli indicatori di performance misurano come l'azienda applica i principi dell'economia circolare lungo la sua catena del valore in termini di modelli di business circolari specifici e come l'azienda applica i

principi dell'economia circolare nella gestione e nel consumo di energia in un sito specifico. Le aziende forniscono informazioni e dati compilando questionari ad hoc e interviste approfondite. I dati raccolti vengono poi aggregati nel report finale, che identifica i macrotrend del settore, e analizzati anche per

individuare eventuali gap di circolarità e le aree di miglioramento. Sulla base dei risultati e dei gap emersi, vengono forniti suggerimenti di azioni e idee per migliorare le performance di circolarità del settore, individuando soluzioni innovative applicabili lungo la catena del valore.

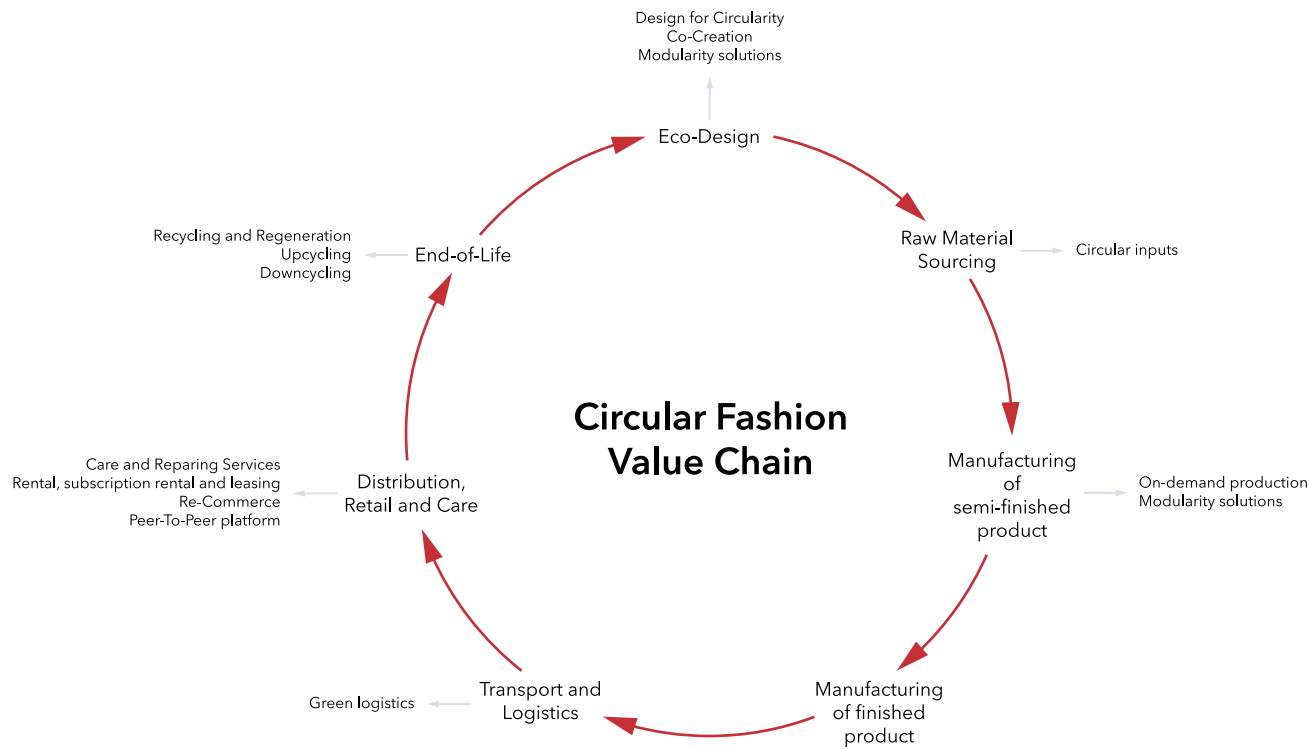


Figura 13: KPIs per il Settore Tessile presentati sul Circular Fashion Report 2021

HModa Pilot Project

Il progetto pilota di HModa **Think Leather** nasce dalla collaborazione con una delle nostre aziende, Gab, nel tentativo di ridare una seconda vita a pelli di lusso rimaste in magazzino. Avanzi di cuoio, che sarebbero altrimenti finiti in discarica, si trasformano in un bellissimo progetto di upcycling dando nuova vita agli scarti e modellandoli in oggetti di piccola pelletteria di utilità quotidiana. Diversi tipi di portapenne per svariati usi e di diverse fatture, custodie per PC, tablet, portadocumenti in diverse misure, sono stati studiati, disegnati e realizzati con pochi componenti (pelle, cerniere, filo, bottoni automatici) proprio per soddisfare i KPIs dell'ecodesign e, conseguentemente, essere facilmente disassemblabili.

Per dare ulteriore sostanza al progetto, tutti gli oggetti progettati sono stati prodotti

da un'impresa sociale, Progetto Quid, che promuove l'occupazione inclusiva e crea possibilità di empowerment per le persone vulnerabili e le donne vittime di violenza. Il progetto, inoltre, ha visto la partecipazione di Temera per aggiungere il valore della trasparenza e tracciabilità al progetto; il consumatore, quindi, può avere accesso a tutte le informazioni sia sulla tipologia di pelle, sia sulla provenienza, sugli esami tossicologici e fisici svolti sulla materia prima per assicurare la sicurezza e la qualità del prodotto, sia sulle aziende che hanno fornito il materiale e il prodotto e che ne hanno quindi composto la supply-chain.

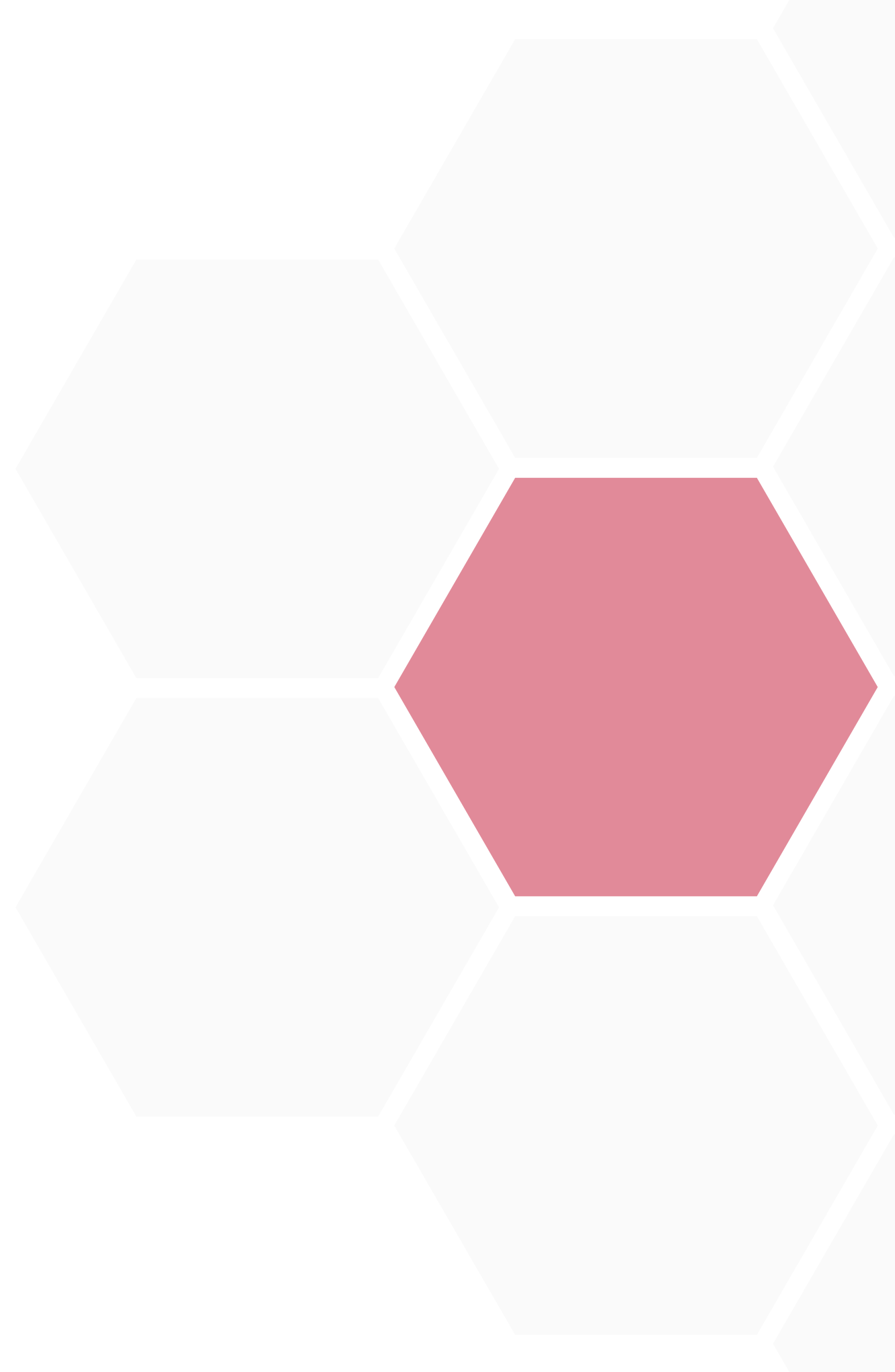
Il progetto è stato ritenuto, tra tutti quelli presentati dalle aziende del Monitor, tra i più facilmente realizzabili, a maggiore valore aggiunto e più scalabile ed industrializzabile. È stata infatti realizzata una piccola produzione di 300 pezzi per Bocconi merchandising ed il progetto è stato citato su *"La Conceria"*.



A dare ulteriore valore e scopo all'Osservatorio si sono studiate, dal secondo anno di attività nel 2022, visite in loco nelle aziende del Monitor per esaltare i modelli di business sostenibili e le best practices adottate in ognuna delle aziende partecipanti, in modo da conoscere a fondo gli stabilimenti, la tipologia di prodotto trattato, con le sue caratteristiche e criticità, i processi e le azioni innovative di ciascuno e sviluppare ulteriori conoscenze ed interconnessioni.

Il 23 giugno 2022 HModa ha ospitato presso

le sue aziende di Uno Maglia ed Albachiaro le aziende del Monitor in cui il CEO Giulio Guasco ha spiegato la vision e mission del Gruppo e la storia delle due aziende visitate. I partecipanti hanno avuto modo di vedere la nuova sede di Albachiaro, che sarebbe stata inaugurata il giorno successivo, e le due sedi di Uno Maglia, capire il nostro modo di operare ed il nostro modello di business. Le visite continueranno nel 2023 dove HModa ospiterà le aziende del Monitor nel proprio calzaturificio Valmor, situato a Civitanova Marche.



Bilancio sociale



8.1 Il nostro capitale umano

Holding Moda promuove il rispetto dei diritti umani, dei lavoratori, della comunità locale, l'equità e l'inclusione. Nel 2022 le nostre persone sono arrivate ad essere più di 800 e grazie a loro ogni giorno realizziamo progetti fuori dall'ordinario.

Le nostre risorse vengono inserite in azienda

tramite Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro, nello specifico con CCNL Tessile Abbigliamento, CCNL Calzature o con CCNL Editoria e Grafica. Holding Moda garantisce alle sue Persone il diritto di libera adesione ad organizzazioni sindacali e favorisce gli incontri con le rappresentanze presso le sedi del Gruppo.

Tipologia di contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	56	14	70
CTD	25	85	110
CTI	408	242	650
Totale	489	341	830

Tabella 1: Tipologia di contratto dipendenti HModa

Le Persone di Holding Moda sono motivo di orgoglio e ci aiutano a crescere, a sviluppare il nostro business e a far fronte alle richieste e ai progetti di una clientela dell'élite. Nel 2022 più del 78% dei nostri dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato. Sono stati reclutati diversi giovani talenti che, con la giusta formazione, ci porteranno a tramandare

l'eccellenza delle nostre imprese e a guardare il mercato con un occhio innovativo volto al cambiamento. Di seguito è riportata la rappresentazione della nostra popolazione aziendale suddivisa per anzianità lavorativa, intesa come anni di servizio nelle società del Gruppo Holding Moda.

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	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
Totale	525	143	62	39	46	15	830

Tabella 2: Anzianità lavorativa nelle aziende HModa

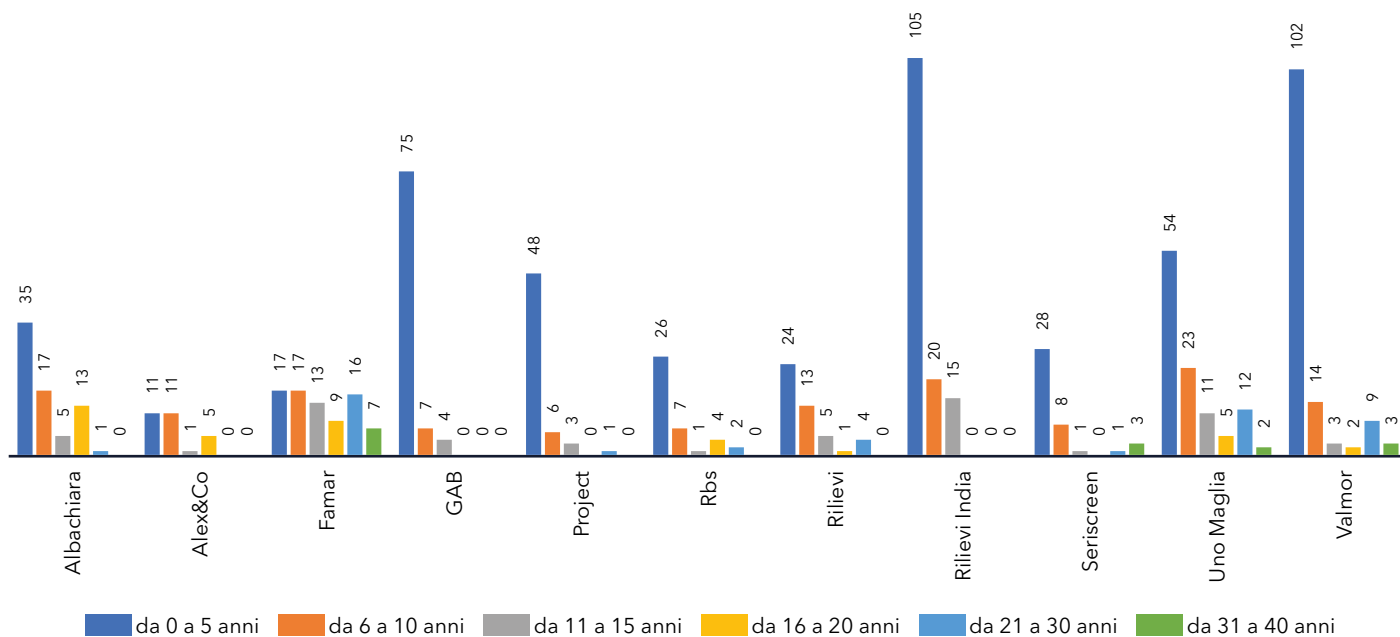


Figura 1: Anzianità lavorativa nelle aziende HModa

L'universo HModa si sta espandendo e assieme ad esso il numero delle nostre Persone. Siamo sempre attivi nella ricerca di personale altamente qualificato che possa inserirsi stabilmente all'interno della nostra organizzazione, crescere e apprendere il savoir faire delle nostre realtà aziendali. Nel corso degli ultimi anni abbiamo impiegato

con successo molte Persone, valorizzando tutto l'organico, supportando le loro preferenze e predisposizioni, arricchendo i team di lavoro con nuove skills. Crediamo fortemente nel valore dell'engagement dei dipendenti e ci impegniamo ad offrire un ambiente di lavoro proattivo e sereno per crescere assieme.

Azienda	dai 19 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	dai 61 ai 72 anni	Totale
Albachiarà	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
Totale	163	179	217	237	34	830

Tabella 3: Fascia d'età dei dipendenti HModa

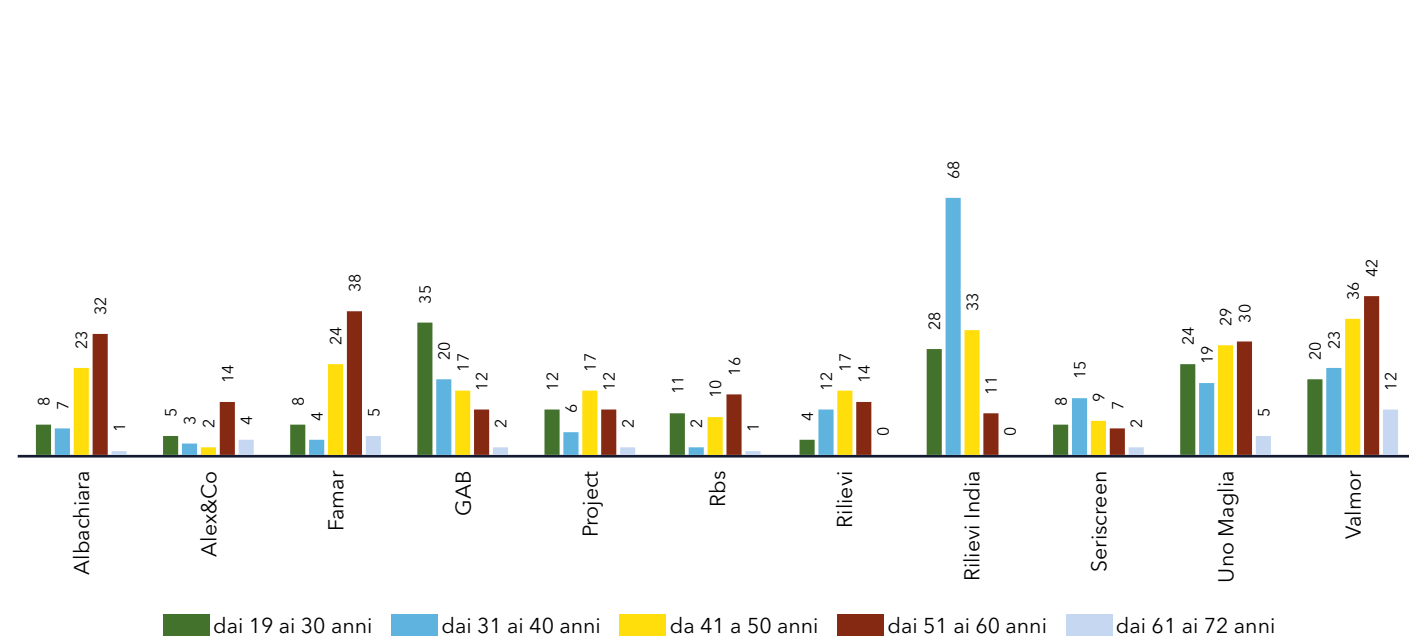


Figura 2: Fascia d'età dei dipendenti HModa

Siamo orgogliosi di annunciare non solo di aver chiuso l'esercizio con 830 persone nel Gruppo con una crescita complessiva di più del 50%, ma anche di aver "pianificato" ulteriori assunzioni di figure chiave e talenti su cui investire. Siamo altrettanto orgogliosi di vantare il 19% di

under 30 sul totale del nostro organico, che ci garantisce una vision fresca, nuove idee, adozione di tecnologie all'avanguardia e un facilitato approccio alla digitalizzazione, oltre che il reverse mentoring.

Salute e sicurezza

Il tema salute e sicurezza per noi di Holding Moda è imprescindibile dal nostro modo di operare. Infatti, ci adoperiamo a garantire posti di lavoro salubri che consentano di svolgere le attività nel migliore dei modi nel rispetto della normativa, ma soprattutto delle nostre persone. Ci impegniamo a promuovere comportamenti corretti e responsabili attuando misure di prevenzione per la messa in sicurezza degli ambienti aziendali. Il nostro impegno consiste anche nel monitorare le normative, divulgarle internamente e aggiornarci sulle nuove regolamentazioni di settore. Al fine di confermare e formalizzare l'impegno di HModa in materia di salute e sicurezza, si è deciso di implementare, tra il 2023 e il 2024, il sistema di gestione integrato ISO 45001 che, unitamente alle altre certificazioni di processo in programma di implementazione, ci

consentirà di migliorare ulteriormente, di darci un unico metodo di lavoro e di venire incontro alle esigenze di ciascuna delle nostre aziende. Attualmente tutte le aziende dispongono dell'apposito documento di valutazione dei rischi (DVR) che è redatto o dal Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione per la Sicurezza (RSPP) o dai consulenti esterni che si occupano di salute e sicurezza. 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. Ogni dipendente ha la possibilità di rivolgersi per qualsiasi necessità o segnalazione ad un referente interno. I dipendenti hanno altresì la possibilità di riferirsi alla Rappresentanza Sindacale Unitaria (RSU) ove presente o direttamente al datore di lavoro. I rischi legati

ai processi aziendali vengono studiati e riportati all'interno del DVR suddividendoli e collegandoli a ciascuna fase di produzione. Nel caso in cui si verificano incidenti professionali l'RSPP ha il compito di valutare l'accaduto, individuare le eventuali azioni correttive e apportare le migliorie necessarie aggiornando l'analisi dei rischi. Le nostre Persone sono sottoposte a visita medica periodica nei casi

di nuova assunzione, cambio di mansione e ritorno dal periodo di malattia. I dipendenti che svolgono mansioni ritenute a rischio vengono dotati dei dispositivi di protezione individuale (DPI), che vengono sostituiti ciclicamente per garantirne le migliori condizioni. Inoltre, viene erogata l'apposita formazione ai preposti.

Infortunati

Infortunati sul lavoro	Numero	Tasso
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2022	0	0%
Infortunati sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2022	0	0%
Infortunati registrati sul lavoro nel corso del 2022	3	0,36%
Infortunati registrati in itinere nel corso del 2022	3	0,36%
Numero ore lavorate	1.647.023	

Tabella 4: Infortuni registrati nel 2022

Malattia professionale

Nel 2022 non sono stati registrati casi di malattie professionali dovute al lavoro nelle aziende del Gruppo. I pericoli e i rischi sul lavoro vengono individuati da una procedura operativa che prevede:

- sopralluoghi accurati negli ambienti di lavoro e verifica di cosa può arrecare danno sulla base delle informazioni fornite dal datore di lavoro sul ciclo lavorativo, natura dei rischi, metodi e organizzazione del lavoro, consultazione e coinvolgimento dei lavoratori e/o dei loro rappresentanti per conoscere i problemi riscontrati

- identificazione dei pericoli a lungo termine per la salute, come livelli elevati di rumore o l'esposizione a sostanze nocive, nonché i rischi più complessi o meno ovvi come i rischi psicosociali o i fattori legati all'organizzazione

- prescrizioni degli organi di vigilanza
- visione del registro aziendali degli infortuni e delle malattie professionali

Per ciascun fattore di rischio individuato è stato identificato il gruppo di lavoratori esposti per meglio gestire la probabilità che si verifichi. In conclusione, è stata posta maggiore attenzione ai lavoratori che hanno particolari requisiti come: diversa abilità, giovani e anziani, donne in gravidanza, immunodepressi, lavoratori sottoposti a cure mediche che possano accrescere la vulnerabilità.

La valutazione dei rischi viene rielaborata ai sensi e per effetto dell'art.29 c.3 del D.Lgs 81/2008.

8.2 La crescita delle nostre Persone



La comunicazione, il dialogo ed il coinvolgimento continuo delle Persone sono dei capisaldi per Holding Moda e nel 2022 il Gruppo si è impegnato nell'ideazione e nello sviluppo di progetti in grado di mettere al centro la crescita delle risorse umane. Per HModa è fondamentale che, all'espansione dimensionale delle Aziende, corrisponda anche la crescita del nostro capitale umano tramite l'attrazione di nuovi talenti, la valorizzazione di quelli già presenti e un percorso di ricerca dell'eccellenza. Abbiamo particolarmente a cuore la valorizzazione del singolo e, per questo, garantiamo un modello fondato sulla meritocrazia e le medesime possibilità di crescita, di sviluppo professionale e di carriera a tutte le risorse umane.

Il crescente interesse delle nostre Persone verso le tematiche di sostenibilità ha portato all'individuazione di figure preposte all'interno delle aziende a cui è stato assegnato il compito di collaborare con il team centrale di HPlanet nella realizzazione dei progetti. La sostenibilità figura come pilastro della Holding insieme all'etica, pertanto si è proposto di avviare un percorso di formazione per le nostre Persone che permettesse alle aziende di raggiungere gli obiettivi di Gruppo fissati dal Piano Strategico di Sostenibilità.

Le persone maggiormente idonee sono state selezionate dando priorità alle risorse già presenti nelle aziende che avessero manifestato la volontà di specializzarsi e solo in seguito a recruiting esterno. La nomina e definizione delle persone designate è programmata per il 2023, anno in cui queste affronteranno un percorso di formazione e coinvolgimento volti all'apprendimento di nuove competenze spendibili nel day by day aziendale. Così facendo le nuove risorse supporteranno il team centrale nello sviluppo operativo dei progetti e diffondendo la cultura della sostenibilità all'interno delle aziende.

8.3 La diversità in HModa

La diversità e l'inclusione rappresentano due dei valori fondanti di Holding Industriale, promossi in primis dal nostro Presidente Claudio Rovere.

“Diversità come opportunità di crescita, arricchimento e spinta verso azioni fuori dall'ordinario. Inclusione come elemento di crescita e impulso alla collaborazione tra Persone con caratteristiche straordinarie”

Ogni Persona è diversa e ognuna di queste rappresenta una fonte di arricchimento per tutte le altre, pertanto, Holding Moda ripudia qualsiasi tipologia di discriminazione e molestia, accogliendo ogni differenza come vera ricchezza.

Riteniamo che la creazione di un ambiente permeato da questi valori faciliti la collaborazione e l'instaurazione di un clima di lavoro salubre.

Azienda	Femmine	Maschi	Totale
Albachiara	57	14	71
Alex&Co	22	6	28
Famar	73	6	79
GAB	42	44	86
Project	44	14	58
Rbs	32	8	40
Rilievi	40	7	47
Rilievi India	12	128	140
Seriscreen	9	32	41
Uno Maglia	86	21	107
Valmor	72	61	133
Totale	489	341	830

Tabella 5: Presenza femminile nelle aziende HModa

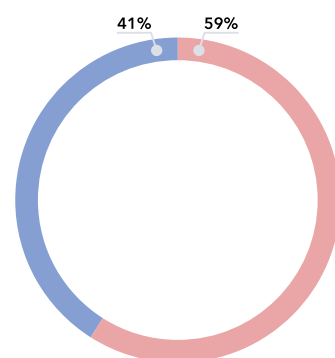


Figura 3: Presenza femminile nelle aziende HModa

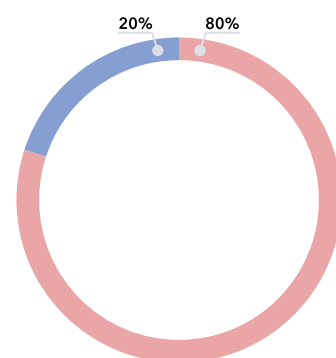


Figura 4: Presenza femminile in Albachiara

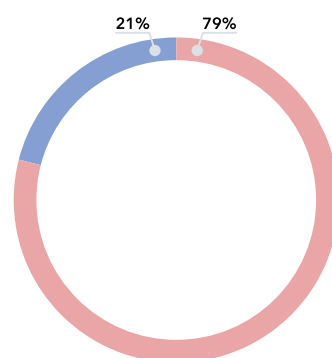


Figura 5: Presenza femminile in Alex&Co

Femmine Maschi

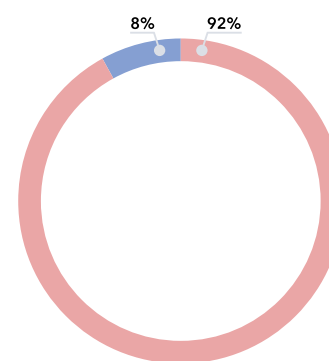


Figura 6: Presenza femminile in Famar

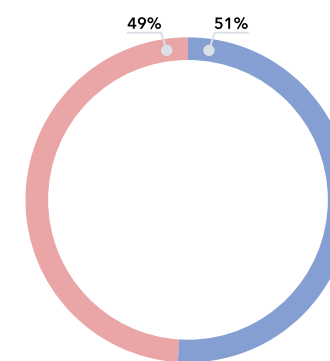


Figura 7: Presenza femminile in GAB

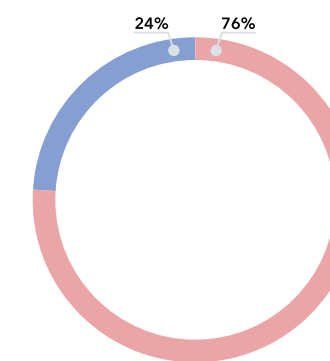


Figura 8: Presenza femminile in Project

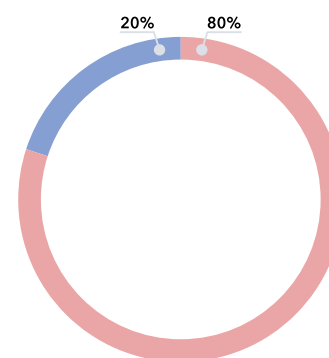


Figura 9: Presenza femminile in Rbs

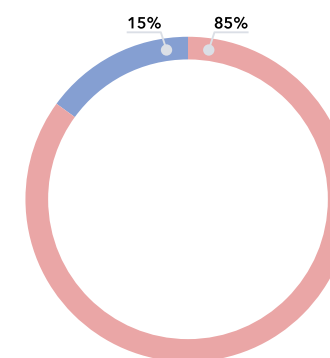


Figura 10: Presenza femminile in Rilievi

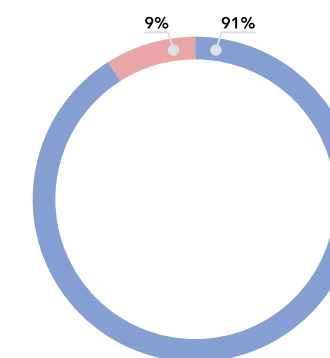


Figura 11: Presenza femminile in Rilievi India

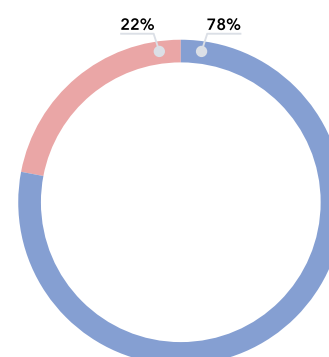


Figura 12: Presenza femminile in Seriscreen

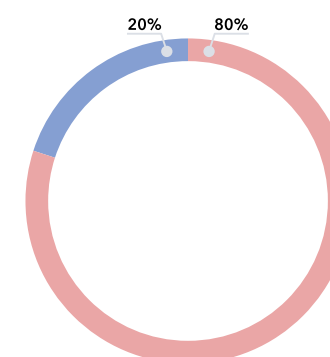


Figura 13: Presenza femminile in UnoMaglia

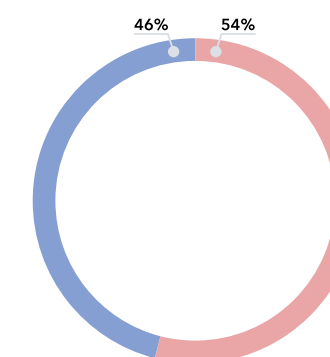


Figura 14: Presenza femminile in Valmor

Femmine Maschi

Il benessere delle Persone è al centro del nostro business model, per questo nel 2022 è stata posta particolare attenzione ai temi di genere e di empowerment femminile tramite una serie di iniziative e collaborazioni che ci hanno permesso di comprendere il nostro punto di partenza e definire le aree di miglioramento.

Tramite l'adesione all'**United Nations Global Compact (UNGC)**, Holding Moda è stata selezionata assieme ad altre 30 aziende per partecipare alla prima edizione del "Target Gender Equality", ossia un programma volto all'apprendimento e dialogo grazie ad alcuni facilitatori esperti nel tema.

Target Gender Equality è un programma di accelerazione sull'uguaglianza di genere per le aziende partecipanti al Global Compact delle Nazioni Unite. Attraverso l'analisi delle prestazioni, i workshop di capacity building, l'apprendimento tra pari e il dialogo tra più parti interessate a livello nazionale, Target Gender Equality supporterà le aziende impegnate con il Global Compact delle Nazioni Unite nella definizione e nel raggiungimento di obiettivi aziendali ambiziosi per la rappresentanza delle donne e garantire parità di retribuzione per lavoro di pari valore. Le aziende che partecipano a Target Gender Equality hanno l'opportunità di approfondire l'attuazione dei principi sull'emancipazione femminile. Rafforzeranno inoltre il loro contributo all'Obiettivo di sviluppo sostenibile 5, che richiede pari rappresentanza, partecipazione e leadership femminile nelle imprese a livello globale, nonché all'Obiettivo di sviluppo sostenibile 8, che mira a raggiungere la parità retributiva entro il 2030.

L'analisi è stata un'occasione per individuare quali sono le aree che necessitano di miglioramento per la creazione di una strategia completa per la parità di genere; successivamente abbiamo preso parte a sessioni formative volte al dialogo e alla condivisione di best practices tra aziende. Il Gruppo si pone come obiettivo il raggiungimento dell'uguaglianza di genere come indicato dall'SDG 5 tramite:

- l'adozione di misure interne in grado di garantire le medesime opportunità ad entrambi i generi
- la misurazione dei progressi su base annuale
- le agevolazioni a supporto della genitorialità

- il ripudio di ogni forma di violenza, l'implementazione di iniziative di formazione rivolte a donne,

- la collaborazione con enti impegnati nella parità di genere.

La decisione di concentrarsi sulle attività riguardanti la parità di genere e la responsabilizzazione del genere femminile è dettata dal fatto che la popolazione aziendale sia composta al 59 % da donne. La maggiore rappresentatività del campione femminile nelle aziende non implica la parità di genere; pertanto, la Holding si impegna in una serie di attività che mirano a sostenere e promuovere la partecipazione femminile nelle aziende. Abbiamo reso pubblico il nostro impegno, sottoscrivendo i Women Empowerment Principles, ossia 7 principi volti alla promozione della condizione paritaria delle donne nel mondo del lavoro.

Holding Moda è da sempre impegnata nel rispetto delle differenti culture e origini ripudiando ogni genere di discriminazione. La multiculturalità è un valore aggiunto per il Gruppo che ogni giorno si affida al savoir faire di Persone con origini eterogenee, creando relazioni professionali basate sul rispetto e apprendimento reciproco. A dicembre 2022 abbiamo accolto la filiale di Rilievi in India nella divisione di ricami ed embellishment. Rilievi India è la prima divisione localizzata al di fuori dei confini italiani ma condivide con noi la passione nell'operato, la valorizzazione del savoir faire artigianale ed il senso di responsabilità sociale per la quale ha ottenuto la certificazione SA8000. Per l'anno a venire il Gruppo ha fissato ambiziosi obiettivi riguardo alla responsabilità sociale e alla parità di genere.

8.4 La formazione nel cuore

Episodi di discriminazione	2022
Numero di episodi di discriminazione	0
Stato episodi	/

Tabella 6: Episodi di discriminazione registrati in HModa

La formazione e lo sviluppo professionale delle Persone costituiscono temi di assoluto rilievo per Holding Moda, non solo perché il settore della moda richiede continui aggiornamenti e una preparazione specifica ma anche perché la valorizzazione di ogni individuo passa attraverso lo sviluppo di competenze tecniche e trasversali.

La formazione per noi si configura in programmi volti ad aumentare la consapevolezza in materia di salute e sicurezza per tutte le Persone, indipendentemente dalla mansione o livello di inquadramento e in attività di aggiornamento sulle nuove tecnologie disponibili.

Crediamo nel trasmettere le competenze ai giovani che rappresenteranno le maestranze del futuro; pertanto, l'Accademia Holding Moda rappresenta per noi un motivo di orgoglio e un'occasione di continuo miglioramento per poter formare risorse a beneficio dell'intera filiera della moda. Il progetto dell'Accademia nasce dall'esigenza di garantire un ricambio generazionale nelle aziende del Gruppo e, più in generale, a tutto il settore, riportando in auge alcuni ruoli che stanno via via scomparendo. L'Accademia Holding Moda è un percorso che mira a fornire le corrette competenze a giovani talenti per l'ingresso nel comparto moda e la successiva crescita, valorizzando le diverse propensioni e desideri. Il percorso facilita la transizione scuola-lavoro e l'inserimento in forza di figure formate appositamente per le esigenze delle imprese, fornendo le competenze e gli strumenti adeguati. I giovani corsisti vengono inseriti con un contratto di apprendistato duale che prevede un percorso di alternanza tra le lezioni in aula, i laboratori

didattici, i training da parte di maestranze qualificate e il lavoro ordinario; al termine del percorso gli apprendisti sostengono un esame per il riconoscimento del titolo di "*Diploma di Istruzione e Formazione Tecnica Superiore (IFTS)*", corrispondente al 4° livello del quadro europeo delle qualifiche.

Fino al 2021 l'Accademia era attiva solo nella Regione Toscana, dove sono ubicate una buona parte delle aziende del Gruppo ma nel 2022 abbiamo raggiunto un grande traguardo: l'interregionalità del bando che permette di inserire i corsisti all'interno di tutte le aziende HModa. Durante l'anno in questione sono state svolte 2.000 ore di formazione in apprendistato duale nelle aziende: Uno Maglia, Albachiara, Alex&Co, GAB, RBS e Valmor; contestualmente è stato avviato un nuovo percorso che terminerà nel 2023 con 15 nuovi apprendisti (99% donne e 1% uomini). I corsisti che supereranno l'esame finale avranno quindi il Diploma di Tecnico della Realizzazione del Prodotto Made in Italy. Parallelamente al percorso di Accademia Holding Moda ha avviato dei corsi tecnici volti a fornire le competenze specifiche per lo svolgimento di alcune determinate mansioni all'interno delle aziende del Gruppo. Tutti i corsi attivati sono stati gratuiti per gli studenti ed in collaborazione con rinomati enti nazionali ed internazionali, quali Polimoda, Umana e Randstad. Holding Moda ha avviato questi nuovi corsi di formazione per l'Assemblaggio Borse, Confezione Abbigliamento, Operatore Abbigliamento e Oratura. L'andamento generale dei corsi è stato positivo e ci ha permesso di inserire più di 20 risorse all'interno delle aziende.

Azienda	Nominativo Corso	Ore svolte
Famar	Operatore Abbigliamento	248
GAB	Assemblaggio Borse	250
Uno Maglia	Confezione Abbigliamento	250
Valmor	Oratura	230
Totale		748

Institut Français de la Mode (IFM) e Fashion Institute of Technology (FIT)

Al fine di creare sinergia fra il mondo del lavoro ed il mondo della formazione abbiamo aperto canali di comunicazione con gli istituti italiani ed europei per dare il nostro contributo alla formazione dei talenti del domani. Dal 2022 abbiamo stretto alcune partnership con prestigiosi enti quali l'Institut Français de la Mode di Parigi (IFM) e il Fashion Institute of Technology di New York (FIT) considerando il loro ruolo come fondamentale nella creazione e nella scoperta di giovani talenti. Holding Moda supporta gli studenti aiutandoli a sviluppare la loro creatività attraverso un progetto di mentoring, visita agli archivi aziendali e tramite la realizzazione di prototipi. Grazie alla presenza di Holding Moda a Parigi

con il suo Showroom è stato possibile ospitare alcuni studenti presso i nostri spazi, far vedere loro le creazioni delle aziende del Gruppo e organizzare workshop dedicati a temi di loro interesse. Crediamo che questa occasione sia di particolare rilievo per il futuro dei giovani talenti che desiderano intraprendere un percorso nel settore della moda. I workshop sono stati un momento di forte condivisione e apprendimento, che si è concretizzato in una serie di attività coordinate da Holding Moda dal taglio sia teorico che pratico. La durata di questi incontri è di circa una intera giornata e sono studiati in modo da poter elargire una formazione accurata e che lasci spazio all'interazione e alla curiosità degli studenti. Con il BSc Management for Fashion and Creative Industries dell'IFM abbiamo dato la possibilità a 40 studenti di visitare lo showroom e scoprire il mondo Holding Moda. Gli studenti hanno lavorato su alcune proposte di progetti e li hanno esposti al Presidente e al CEO di Holding Moda per valutarne la possibile realizzazione. Contestualmente organizziamo visite di



studenti stranieri in Italia, accogliendoli in un percorso che sponsorizza la mission ed i valori della Holding, spiegando loro le peculiarità dei distretti industriali italiani nelle quali le aziende sono ubicate. Con queste premesse si configura la collaborazione avviata tra IFM e GAB dalla quale ha potuto beneficiare tutta Holding Moda. L'iniziativa nasce dalla volontà dell'IFM di collaborare con il settore pelletteria per la realizzazione di borse, ma si è scontrato con la mancanza di aziende e maestranze attive nel territorio limitrofo; per questo il management dell'IFM ha attivato contatti con i vertici della Holding, la quale ha subito proposto GAB in qualità di possibile partner per la prototipazione di borse e zaini. Grazie a questo progetto 6 studenti dell'IFM sono stati ospitati in GAB per seguire lo sviluppo dei loro bozzetti, fino alla realizzazione in un prodotto finito rigorosamente Made in Italy; qui hanno incontrato 6 modellisti che li hanno supportati e hanno mostrato loro come realizzare i prototipi. Sia GAB che IFM hanno tratto benefici reciproci: GAB si è confrontata con un contesto internazionale e con giovani talenti del panorama francese, l'IFM ha concretizzato i prototipi degli studenti presso un'azienda

che ha garantito la medesima qualità di cui beneficiano i brand del lusso. Il successo della prima edizione di questo progetto nato dalla partnership tra Holding Moda e l'IFM ha portato alla proposta di estendere la collaborazione ad altre aziende del Gruppo che trattino categorie merceologiche differenti, quali l'abbigliamento leggero e l'abbigliamento in pelle. Nel 2022 abbiamo realizzato due workshop per gli studenti del Master of Arts di IFM nel quale 20 partecipanti hanno presentato progetti per capi di abbigliamento in jersey ed in pelle presso le sedi di Uno Maglia ed Alex&Co. Successivamente gli esperti di Holding Moda hanno selezionato i due progetti maggiormente meritevoli e li ha tramutati in capi destinati alla sfilata finale dell'IFM. Cinque persone tra Uno Maglia ed Alex&Co hanno lavorato a distanza con i team di modellieria per la realizzazione effettiva dei capi da sfilata. Contestualmente 40 studenti del Master in International Fashion & Luxury Management dell'IFM e 50 studenti del FIT hanno visitato le aziende Uno Maglia, Albachiara e GAB e dei subfornitori delle stesse per comprendere quali siano le fasi interne ed esterne alle aziende.

Formazione per la Sostenibilità

Holding Moda e la divisione HPlanet hanno intensificato gli sforzi in materia di sostenibilità e formazione, organizzando delle lezioni aperte a tutte le Persone che avessero piacere di partecipare. Intendiamo la formazione come leva fondamentale della crescita di ogni individuo e dell'azienda stessa ed una leva culturale importante per fare in modo che la sostenibilità sia capita ed assimilata nelle operations di tutti i giorni. Pertanto, vogliamo erogare contenuti mirati che aiutino le Persone a prendere consapevolezza del ruolo e dell'impatto positivo che ognuno può realizzare per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità. Il dipartimento di HPlanet ha creato le "Sustainability Pills", ossia una serie di brevi pillole formative erogate online della durata di 30 minuti l'una in cui sono trattati

temi specifici inerenti alla sostenibilità volti a fornire le conoscenze di base a tutti i lavoratori. I temi che sono stati trattati sono: L'Agenda 2030 e gli SDGs, Certificazioni di prodotto e di processo, Il protocollo ZDHC, l'Economica Circolare e altri contenuti sono stati preparati e personalizzati dal team HPlanet sulla base del livello di conoscenza degli uditori e tenendo in considerazione i temi rilevanti per il mercato di riferimento. Al contempo, la docenza è stata svolta dalla CSO di HIND focalizzandosi su aspetti che potrebbero trovare maggiore risvolto nell'operatività quotidiana delle Aziende, dedicando uno spazio, a conclusione di ogni riunione, dedicato alle domande e agli approfondimenti. I partecipanti sono venuti a conoscenza dell'iniziativa grazie alle comunicazioni via e-mail e alle locandine apposte in tutte le Aziende, dalle quali, tramite QR Code, hanno potuto consultare il programma delle lezioni ed esprimere le loro preferenze per la partecipazione a una o più sessioni.



HPlanet è il centro di competenza, trasversale e integrato, per lo sviluppo della sostenibilità di Hind. E' una fabbrica di idee, progetti e knowledge.

SUSTAINABILITY PILLS

Le Training Pills sono pillole formative sulla sostenibilità pensate per tutte le persone che fanno parte del Gruppo Holding Moda.

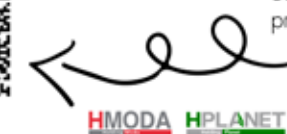
La formatrice di questi incontri online sarà la responsabile della sostenibilità Veronica Bovo che racconterà i diversi aspetti che potrebbero risultarvi utili nella vostra quotidianità e che spaziano dai principi di sostenibilità a tematiche ambientali, sociali e certificazioni.

Le training pills hanno durata di 30 minuti e sono dedicate ad argomenti specifici nel quale sono previste sessioni di Q&A in cui verranno chiariti eventuali dubbi e lasciato libero spazio alle domande.

L'adesione è libera, vi aspettiamo con la vostra curiosità e la voglia di imparare mettendovi in gioco!



Scopri il programma e prenota il tuo posto!



HMODA HPLANET



H-Innovation

Le innovazioni tecnologiche sono fondamentali per le Aziende del comparto moda che desiderano essere un punto di riferimento per il futuro. La creatività tipica del settore lascia terreno fertile alle possibilità di incontro con nuove tecnologie ed innovazione che non riguardano unicamente la sfera produttiva.

La tecnologia non fa perdere l'accezione di materialità alla moda, anzi si integra alla tradizione di molte aziende della filiera e permette che il loro grande know-how sia tramandato e fruibile dalle generazioni future.

Nel 2022 HModa ha investito molto in innovazione e nel digitale, abbracciando le nuove tecnologie, per oltrepassare i limiti legati alla fisicità e alla localizzazione dei prodotti.

9.1 Innovazione digitale

Showroom Virtuale

È una piattaforma dedicata a tutte le Aziende di Holding Moda che intende favorire l'utilizzo a 360° degli archivi storici e del know-how aziendale, indipendentemente dalla location 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.



Metaverso

Holding Moda 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 che offre 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

Con questo nostro progetto abbiamo cercato di rispondere alle domande: "Chi c'è dietro un brand? Chi si nasconde dietro a un capo che sfila alla Fashion Week?" Vogliamo provare a raccontare l'universo di laboratori che collaborano con noi per fornire prodotti italiani sostenibili di altissimo livello, con competenza, know-how e valori condivisi. I laboratori si annodano in una rete di imprese e famiglie che per anni hanno portato avanti il know-how, la qualità del Made in Italy e la loro passione. HModa vuole dare il giusto spazio e merito a queste realtà italiane rendendole visibili all'interno della filiera della moda. Il progetto **The Ghost Makers** nasce in una delle aziende del gruppo prima dell'acquisizione, Project Srl, e viene 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. Ghost Makers è un database che riunisce tutti i sub-fornitori delle nostre aziende, i quali vengono sottoposti ad un SAQ (Self Assessment Questionnaire)

sviluppato in collaborazione con Intertek, al fine di certificarne l'idoneità alla collaborazione con le Aziende del Gruppo. Tutti i laboratori possono essere monitorati periodicamente, ricevendo anche audit in campo, se richiesto dall'azienda, e ciascun certificato di conformità viene caricato in Blockchain per garantirne la trasparenza e l'anticontraffazione. Per queste sue peculiarità rappresenta un asset strategico per il ns business, apportando vantaggi in termini di sostenibilità rispetto ai competitor e favorendo i rapporti commerciali con i Clienti del Gruppo. Un altro vantaggio risiede nel migliorare l'engagement con i fornitori, attraverso attività di formazione e portando innovazione e cambiamento.

Per quanto concerne il funzionamento, è possibile accedere al questionario in due versioni: quella "full" destinata ai laboratori più strutturati e più impattanti come lavanderie, tintorie e stamperie e quella "light" destinata a tutte le altre realtà. Le versioni differiscono solo per il numero di domande contenute. Il questionario si compone di 5 macro-aree: informazioni generali, governance di sostenibilità, conformità sociale, ambientale e in materia di salute e sicurezza. Queste consentono di monitorare nel dettaglio tutta

la condotta delle aziende, tracciandone un profilo completo ed informato. Le domande appartenenti alle suddette categorie sono sia a risposta chiusa che aperta, in modo da permettere risposte precise e la possibilità di allegare documentazioni per avvalorare le dichiarazioni fornite.

Il risultato appare come un cruscotto ed è suddiviso in modo intuitivo, attribuendo un punteggio parziale per ciascuna delle macro-aree e un punteggio totale. In questo modo la piattaforma offre la possibilità di individuare le materie in cui si può intervenire migliorando e una panoramica generale della propria situazione.

Questi requisiti aiutano a comprendere anche quali laboratori operino seguendo i principi etici che lo stesso Gruppo persegue e a selezionare al meglio i propri fornitori.

La mappatura della catena di laboratori ci garantisce notevoli vantaggi competitivi e ci consente di essere tempestivi nella risposta alle richieste dei clienti, favorendo quindi l'apertura verso nuove strategie commerciali e migliorando l'engagement della filiera mediante attività connesse all'innovazione. Il 28 settembre 2022 durante l'evento organizzato da "The British Chamber of Commerce", Holding Moda ha vinto il premio "Sustainable Assurance" per il progetto di filiera "The Ghost Makers", con Intertek come partner tecnico.



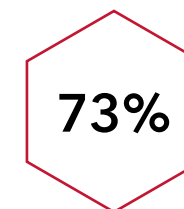
Aziende HModa che partecipano



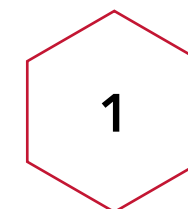
Fornitori coinvolti



Score medio ottenuto dalle Aziende HModa



Score medio ottenuto dai laboratori



Premio conseguito "BCCI Business Excellence Award 2022"

the GHOST MAKERS

Lean Production

A partire dal 2022, alcune aziende tra cui GAB e Uno Maglia hanno intrapreso un percorso innovativo e strutturato, finalizzato al raggiungimento di performance d'eccellenza sia in termini qualitativi che quantitativi. Tale ambizione ha condotto HModa a selezionare un partner per la definizione di una strategia di lean process al fine di strutturare processi di miglioramento continuo, identificare gli sprechi e attuare azioni mirate.

La metodologia impiegata e adottata dalle aziende è nota con il termine Lean processes. Il modello lean si identifica come un insieme di strumenti e tecniche volte alla creazione di valore incrementale destinato sia alle risorse interne come i dipendenti, che a quelle esterne, come i clienti. Le ragioni che hanno indotto il Gruppo a richiedere l'affiancamento di questo partner trovano fondamento nella forte espansione delle aziende, costantemente orientate all'innovazione e al progresso. Il primo macro-obiettivo si è sostanzialmente anticipato, nell'identificazione di un modello organizzativo ad hoc, in grado di valorizzare le skills e le abilità dei singoli dipendenti e al contempo di esplicitare in modo chiaro i ruoli, le mansioni ed i centri di responsabilità. La risultante di tale approccio è stato un incremento dell'engagement delle risorse interne, le quali si sono sentite parte integrante di un processo valorizzante. Inoltre, si è potuto constatare un netto miglioramento dei flussi informativi che hanno agevolato il top management nella rapida risoluzione di problematiche connesse all'attività produttiva.

L'individuazione e la successiva adozione di un modello organizzativo adeguato, basato sul concetto "lean", hanno permesso di porre l'attenzione su ulteriori obiettivi interni quali:

- Miglioramento del flusso di output;
- Aumento della produttività;
- Efficientamento e valorizzazione delle risorse umane;
- Valorizzazione delle risorse attraverso il

bilanciamento delle attività assegnate.

Nello specifico la strategia individua cinque fasi:

- **Scan** - attraverso la quale viene effettuata un'analisi dello stato corrente;
- **Plan** - che consiste nella progettazione e pianificazione dello stato futuro e delle attività per raggiungerlo, nonché nella definizione di obiettivi chiari e misurabili;
- **Do** - durante la quale viene implementato quanto definito teoricamente nella fase antecedente;
- **Check** - in cui vengono verificati i risultati raggiunti o se ne registrano eventuali discostamenti dal target prescelto;
- **Act** - fase finale di stabilizzazione e standardizzazione del progetto implementato.

Tali fasi sono concepite in modo sequenziale al fine di favorire il controllo e la misurabilità delle problematiche maggiormente complesse e, al contempo, rispondere in modo tempestivo alle inefficienze, attraverso comportamenti correttivi.

L'approccio lean, in linea con i principi di sostenibilità, risiede, inoltre, nella creazione di standard e linee guida volte a garantire la pulizia e l'ordine all'interno dei singoli reparti, conducendo ad un miglior benessere dei lavoratori.

Al momento permangono ancora aspetti sfidanti che richiedono il proseguimento del progetto, come l'efficientamento dell'intera catena di fornitura. Questo obiettivo, attualmente in fase di progettazione, mira a condividere esternamente il modello di pianificazione implementato in Gab, con il proposito di generare i medesimi risultati e beneficiarne indirettamente. Il coinvolgimento della propria filiera trova giustificazione nella logica, ormai affermata, dell'Open Innovation. Il know-how acquisito, a seguito della collaborazione, verrà condiviso non solo con la catena di subfornitura ma anche internamente al gruppo favorendo l'affermazione di nuove sinergie, nel pieno spirito di Holding Moda.

ZDHC

Come parte del Piano Strategico di Sostenibilità, nel 2022 Holding Moda pone le basi per un percorso di eliminazione delle sostanze chimiche potenzialmente dannose per le Persone e per l'ambiente, impegnandosi affinché queste vengano rimosse dalla produzione interna e presso le attività lungo la filiera produttiva.

Il Gruppo, in qualità di fornitore per i principali brand del lusso, si conforma al protocollo ZDHC per rispondere al meglio alle richieste inserite nei capitolati dei clienti e per qualificare il proprio impegno secondo standard riconosciuti globalmente. Questo impegno comporterà un'attenta scelta preventiva in merito all'immissione dei prodotti chimici nel ciclo produttivo e un costante monitoraggio delle performance orientate al miglioramento continuo.

Sebbene alcune buone pratiche fossero già adottate dalle aziende, si è resa necessaria una linea di azione ed un percorso comune per tutte le società, concretizzando il loro impegno verso gli obiettivi fondanti della fondazione ZDHC:

- Eliminare o sostituire le sostanze chimiche pericolose dai processi produttivi delle nostre aziende e dei loro subfornitori a monte e valle
- Sviluppare processi trasparenti per promuovere una chimica più sicura
- Sviluppare gli strumenti efficaci, le buone pratiche e la formazione per migliorare la gestione delle sostanze chimiche
- Sviluppare la collaborazione con gli stakeholders per promuovere la trasparenza in merito alle sostanze chimiche utilizzate/scaricate e l'applicazione delle buone pratiche

A Gennaio 2023 Holding Moda aderirà al Protocollo di Chemical Management 4Sustainability per l'implementazione della MRSZ ZDHC avviando un percorso che per il primo anno vedrà coinvolte molte delle

società del Gruppo. Il percorso sarà strutturato in modo da coinvolgere, nel tempo, tutta la catena di approvvigionamento e richiedere la loro collaborazione nel garantire il rispetto dei requisiti di tutela dell'ambiente e della sicurezza in merito all'acquisto, utilizzo e monitoraggio delle sostanze chimiche.



9.3 Innovazione sociale

HIVE Festival

Nel 2022 è stato avviato un percorso volto a mettere le Persone al centro e creare un senso di appartenenza alla nostra realtà. L'evento più rilevante è stato l'Hive Festival, il primo festival dedicato a tutti i lavoratori del Gruppo HIND che si sono potuti incontrare in un unico luogo per conoscersi, svolgere attività di team building e trascorrere del tempo insieme attraverso attività ludiche.

La location selezionata per l'evento è stata Dumbo a Bologna, scelta per gli aspetti logistici e per i suoi ampi spazi in grado di contenere le oltre 800 persone partecipanti.

Per noi è fondamentale che chi fa parte di Holding Moda si senta parte del progetto industriale, dell'"experience" e di un team affiatato. Per coinvolgere le nostre Persone sono state organizzate diverse attività pensate per il benessere psicofisico dei partecipanti. L'Hive Festival è stata un'occasione per ribadire e diffondere quelli che sono i valori fondanti di HIND e delle subholding.

Per celebrare i prodotti di eccellenza realizzati in Holding Moda è stato creato un apposito spazio ("Fuori Festival") nel quale sono stati esposti i prodotti che meglio rappresentano il savoir faire e Made In Italy di ciascuna azienda. Lo spazio dedicato ha favorito il dialogo tra le Persone che, incuriosite dai prodotti esposti, si sono intrattenute in dialoghi e hanno condiviso con fierezza l'apporto di ciascuno con gli altri partecipanti.

Il lavoro di squadra ha avuto un ruolo significativo nell'evento, sia nell'organizzazione dello stesso sia nelle attività che si sono susseguite durante la giornata (tavoli di lavoro, laboratori, attività sportive). Sono stati previsti momenti di svago e divertimento dedicati al benessere delle Persone come sport di squadra, yoga e discipline artistiche così come esperienze come wine tasting e team cooking. In questa occasione è stato organizzato anche un laboratorio di upcycling gestito da HPlanet che ha permesso di dare vita a nuove creazioni



partendo dagli scarti generosamente donati dalle aziende. È stato ideato per sensibilizzare le nostre Persone sulle tematiche di economia circolare e riduzione degli sprechi. Sono stati raccolti i materiali di scarto da ciascuna delle subholding di HIND, in maniera da poter disporre di materiali eterogenei e poter rappresentare in questa attività tutte le realtà aziendali. I partecipanti guidati da HPlanet hanno realizzato meravigliose creazioni come tote bag, marionette e decorazioni natalizie da utilizzare negli uffici. Ogni materiale donato è

stato valorizzato ed impreziosito per dare vita a qualcosa di nuovo, favorendo lo scambio di idee e delle abilità. Al termine gli oggetti realizzati sono stati omaggiati ai partecipanti come ricordo del laboratorio.

Riteniamo che questo evento ci abbia unito maggiormente, abbia permesso ai team trasversali come HPlanet di essere conosciuti da tutti i dipendenti e di dare ulteriore sostanza ai nostri valori fondanti e fornendo alle Persone la possibilità di sviluppare un senso di comunità.



Paris Experience

Nel 2022 Holding Moda ha dato vita alla prima edizione della "Paris Experience", denominata in questo modo perché vede la partecipazione di Persone meritevoli e creative ad un'esperienza parigina. I partecipanti sono stati selezionati all'interno delle aziende Holding Moda, tramite concorso. Tutti hanno avuto l'occasione di partecipare senza distinzione di funzione o anzianità di servizio, fornendo i medesimi strumenti a tutti partecipanti. Il concorso ha richiesto la stesura di un progetto creativo da proporre ad una commissione che ne ha valutato la fattibilità ed originalità per Holding Moda. I migliori 15 selezionati hanno dato l'opportunità ai loro ideatori di prendere parte alla Paris Experience e di vederne la realizzazione all'interno del Gruppo. Tra i progetti che sono stati promossi e hanno portato maggiore visibilità alla holding vi sono sicuramente l'ingresso nel Metaverso e la digitalizzazione dell'archivio.

La commissione volta a selezionare i progetti meritevoli è stata a sua volta selezionata secondo il criterio di imparzialità, non includendo al suo interno possibili partecipanti al contest e riportando al vertice aziendale il report di valutazione.

La Paris Experience ha dato la possibilità alle Persone selezionate di vivere la capitale francese per una settimana, conoscere figure di spicco del lusso mondiale, visitare lo Showroom di Holding Moda, visitare le principali maison del lusso ed entrare in archivi e sedi che custodiscono il patrimonio storico della moda. Al termine dell'Experience tutti i partecipanti sono stati invitati a condividere quanto appreso con i colleghi in azienda, favorendo lo scambio di idee.

La prima edizione si è conclusa riscuotendo un alto indice di gradimento, dando la possibilità a molti giovani talenti di realizzare il proprio progetto, per questo motivo si è pensato di riproporre la Paris Experience anche per gli anni a venire.



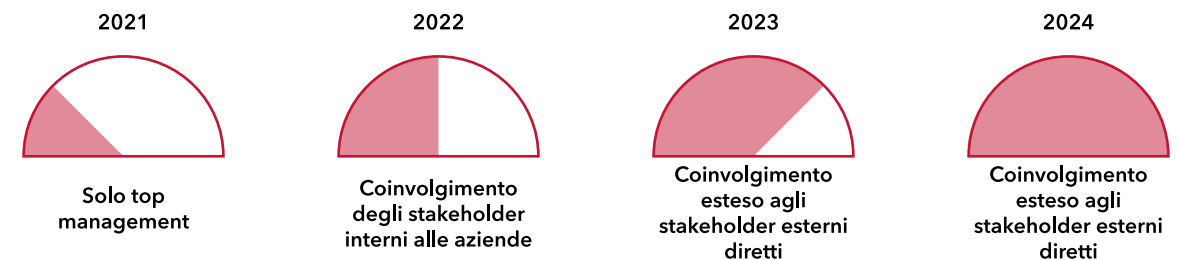
9.4 La nostra crescita insieme a Voi

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 2023 e 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
- Rating ESG
- Premi e riconoscimenti

Stakeholder engagement



Nel 2021 lo stakeholder engagement è stato condotto coinvolgendo solo il top management, riunendolo e sottoponendo alla loro attenzione le tematiche materiali tratte dal Piano Strategico di Sostenibilità. Trattandosi del primo anno di rendicontazione, il numero di persone coinvolte era limitato, lo scopo era quello di sondare il livello di cultura della sostenibilità nelle aziende e illustrare i progetti contenuti nel Piano Strategico di Sostenibilità. Nel 2022 si è deciso di strutturare l'attività tramite la creazione di un apposito questionario e l'erogazione di linee guida e conseguente formazione, per consentire una migliore comprensione delle tematiche.

Il questionario è stato somministrato a tutte le figure chiave interne alle aziende dal top management, all'ufficio acquisti, prodotto, produzione, alle risorse umane, alla logistica e magazzino per garantire la maggiore rappresentatività possibile del campione. Circa 90 persone hanno compilato il questionario. Per i prossimi anni vorremmo estendere la procedura di stakeholder engagement agli stakeholder esterni, sia diretti che indiretti, in modo tale da poter raccogliere preziosi feedback su come viene percepita la nostra attività d'impresa dall'esterno e per affinare le modalità di coinvolgimento degli stakeholder più lontani.

Analisi di materialità

Tematica materiale	2021	2022
Cambiamento climatico	4	3
Diversità & Inclusione	4	3
Catena di fornitura responsabile	4	3
Customer satisfaction	2	2
Etica & Integrità	3	2
Innovazione digitale	4	3
Energia da fonti rinnovabili	4	3
Salute & Sicurezza dei dipendenti	4	3
Community development	4	4
Talent retention	4	3
Gestione dei rifiuti	4	3
People care	4	4
Economia circolare	4	3
Welfare dei lavoratori	4	4
Qualità e sicurezza del prodotto	3	3

Legenda: 1 = Completamente soddisfatto, 2 = In via di completamento, 3 = Iniziati progetto a supporto, 4 = Da iniziare

Tabella 1: Sviluppo delle tematiche materiali dal 2021 al 2022

L'analisi di materialità 2022 è stata condotta in accordo con quanto previsto dallo standard GRI 3. Le tematiche materiali sono state analizzate

e riconciliate con quelle dell'anno precedente per garantirne la continuità e la comparabilità, di seguito si riporta il dettaglio:

2021	2022
Riduzione impatti e decarbonizzazione	Cambiamento climatico
Diversità e pari opportunità Parità di genere ai vertici	Diversità & Inclusione
Sviluppo filiera sostenibile Filiera di fornitura responsabile Valorizzazione della catena di fornitura Trasparenza e tracciabilità	Catena di fornitura responsabile
Customer care	Customer satisfaction
Lotta alla corruzione Sostenibilità integrata alla governance	Etica & Integrità
<i>Aggiunto nel 2022</i>	Innovazione digitale
Uso energia rinnovabile	Energia da fonti rinnovabili
<i>Aggiunto nel 2022</i>	Salute & Sicurezza dei dipendenti
Engagement delle persone	Community development
Know-how e sviluppo dei talenti	Talent retention
Gestione dei rifiuti	Gestione dei rifiuti
Work-life balance Clima di rispetto	People care
Economia circolare	Economia circolare
Welfare dei lavoratori	Welfare dei lavoratori
Eccellenza operativa	Qualità e sicurezza del prodotto
Solidità finanziaria Finanza sostenibile	<i>Assimilato a presupposto operatività del Gruppo</i>

Tabella 2: Riconciliazione tematiche materiali 2021 e 2022

Tutte le tematiche emerse nel 2021 sono state assorbite da quelle 2022 fuorché "Solidità finanziaria" e "Finanza sostenibile" che dal 2022 sono concepite da Holding Moda come presupposto imprescindibile per potare avanti l'attività d'impresa. Nell'esercizio a cui fa riferimento la presente reportistica sono risultate materiali anche le tematiche di "Innovazione digitale" e "Salute e sicurezza dei dipendenti". Come precedentemente riportato nell'apposito paragrafo "Analisi di materialità"

per ciascun tema sono stati analizzati gli impatti, i rischi connessi, la probabilità di accadimento, la gravità, la significatività e la priorità d'azione. Gli impatti emersi come maggiormente significativi sono stati poi ricondotti ai temi materiali.

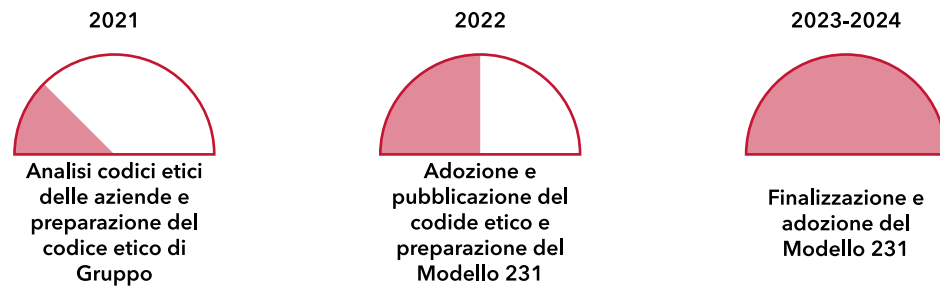
L'analisi condotta nel precedente bilancio considerava in maniera unilaterale gli impatti e li declinava rispetto alla rilevanza per gli stakeholder e quella per HModa. Quella

condotta nel 2022 si cura di comprendere gli impatti correlati al settore di appartenenza e alle attività del Gruppo.

Per il 2023/2024 ci aspettiamo che la nostra matrice di materialità possa ancora evolversi

in previsione dell'uscita dei nuovi GRI standard di settore e degli standard ESRS (European Sustainability Reporting Standards) EFRAG, nonché delle raccomandazioni TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures).

Etica & Integrità



Il tema di etica ed integrità è di centrale importanza per Holding Moda, nonché uno dei valori fondamentali in cui crediamo: "integrità, lealtà, onestà, correttezza, trasparenza". Nel 2021 sono stati analizzati i codici etici già in possesso delle aziende facenti parte del Gruppo e in seguito abbiamo iniziato a preparare un nuovo codice etico, unico per

tutte, che rispecchiasse la nostra scala valoriale e il nostro modo di fare business a livello di Gruppo. Nel 2022 il Codice Etico Holding Moda è stato adottato dalle aziende ed è stato pubblicato sul nostro sito. Unitamente è iniziata la preparazione per l'adozione del Modello 231 che si stima verrà finalizzato nel 2023 ed adottato entro il 2024.

Certificazioni di prodotto

Nel 2021 nessuna delle aziende del gruppo possedeva certificazioni di prodotto, ma, nel corso del 2022 una delle aziende Holding Moda, Uno Maglia, a seguito delle crescenti richieste di mercato e dei brand ha implementato la certificazione di prodotto GOTS. Per poter ottenere questa certificazione, è necessario identificare la filiera produttiva da certificare e, successivamente, effettuare assessment, attività di miglioramento, monitoraggio e successivi pre-audit per verificare che le aziende individuate siano conformi agli standard richiesti dal GOTS.

È fondamentale formare e sensibilizzare i dipendenti della filiera produttiva sui temi

della certificazione e sulle procedure previste per la buona riuscita del progetto. Uno Maglia, per adempiere agli obblighi previsti dalla certificazione, ha implementato alcuni spazi riservati alla lavorazione e allo stoccaggio dei materiali certificati.

La gestione GOTS prevede che per ogni modello certificato si tenga una giacenza del tessuto utilizzato per la produzione ed un bilancio di massa dove vengano registrate le spedizioni ed il peso del prodotto finito. Questi due strumenti servono alla compilazione di un "TC Application": il documento finale che l'ente certificatore valuterà per emettere un

"Transaction Certificate" identificativo del lotto di produzione da certificare.

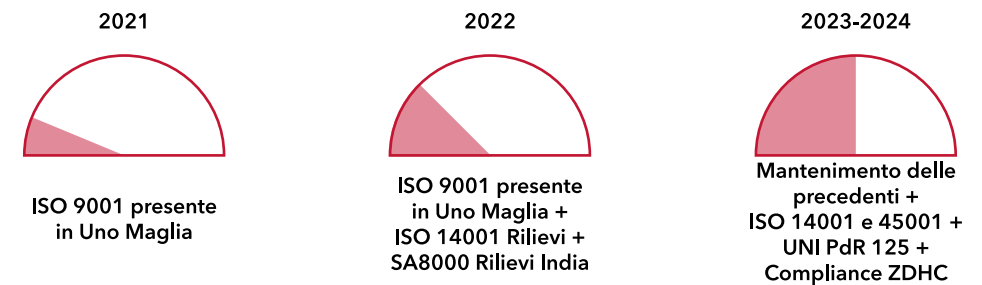
Per il 2023 si prevede che una delle aziende

Il Global Organic Textile Standard (GOTS) è lo standard di lavorazione tessile leader a livello mondiale per le fibre organiche, compresi i criteri ecologici e sociali, supportato da una certificazione di terza parte indipendente dell'intera filiera tessile. La certificazione GOTS si basa su quattro caratteristiche distintive e uniche: Fibre organiche, criteri ambientali e sociali, controllo delle fasi di lavorazione e certificazione di terza parte.

HModa, Seriscreen, implementi la certificazione di prodotto LWG a fronte della richiesta di un brand.

Il protocollo LWG valuta la conformità ambientale e le capacità prestazionali dei conciatori e dei produttori di pelle, promuove pratiche commerciali ambientali sostenibili e appropriate all'interno dell'industria della pelle.

Certificazioni di processo



Il progetto Compliance nasce dalla necessità di fornire alle Aziende Holding Moda 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 sottocitate 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 2022 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. Di seguito una panoramica sulle suddette certificazioni:

La norma ISO 9001 definisce i requisiti minimi che il Sistema di Gestione per la Qualità di un'organizzazione deve dimostrare di soddisfare per garantire il livello di qualità di prodotto e servizio che dichiara di possedere con sé stessa e con il mercato.

La norma ISO 14001 tutela la fiducia nella capacità di un'organizzazione di adempiere la propria politica ambientale e di rispettare le leggi applicabili per limitare l'inquinamento e per migliorare costantemente la propria prestazione.

La norma ISO 45001 consente alle organizzazioni di attuare un sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro che aiuta le organizzazioni a gestire meglio i rischi e a migliorare le loro prestazioni attraverso la creazione e l'attuazione di politiche e di obiettivi efficaci

Lo standard internazionale SA 8000 è un modello gestionale, riconosciuto a livello mondiale, che si propone di valorizzare e tutelare tutto il personale ricadente nella sfera di controllo e di influenza delle Organizzazioni che lo adottano.

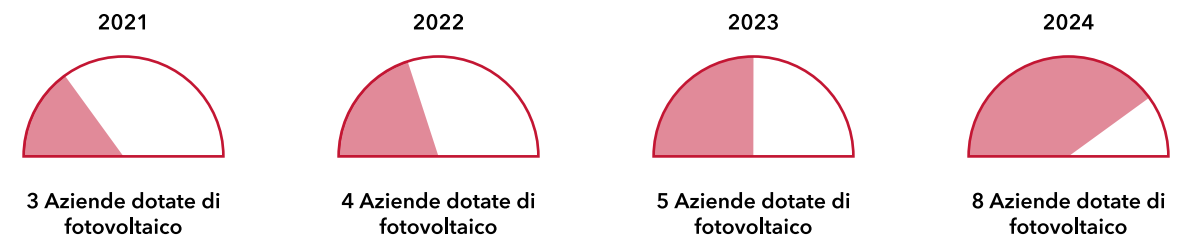
La norma UNI/PdR 125:2022 - Certificazione della Parità di Genere per fornire alle aziende un utile strumento per aderire all'agenda ONU 2030 e conformarsi ai requisiti posti dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR, Missione n.5) sulle pari opportunità e la riduzione del gap di genere.

Zero Discharge of Hazardous Chemicals e consiste in un programma nato inizialmente per volontà di alcuni dei top brands a livello mondiale, che l'hanno creato focalizzandosi sui principi di trasparenza e di gestione delle sostanze chimiche secondo un approccio integrato di prevenzione e precauzione.

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.

Energia



Nel 2021 tre aziende del Gruppo supportavano il loro fabbisogno energetico tramite energia derivante da impianti fotovoltaici. Nel 2022 si è aggiunta un'azienda già provvista di impianto ed è stato inaugurato il nuovo stabilimento di Albachiera che, oltre ad essere stato concepito in ottica di risparmio ed efficientamento energetico, è provvisto di impianto fotovoltaico di cui inizierà a beneficiare dal 2023. A fine anno

si sono conclusi i lavori al nuovo stabilimento di GAB (si veda sezione dedicata "GAB") con cui l'azienda, a partire da metà 2023, colmerà circa il 90% del suo fabbisogno energetico. Il progetto energia prenderà forma per le altre Aziende del Gruppo tra il 2023 e il 2024 apportando interventi di efficientamento energetico, energy management ed implementazione di impianti fotovoltaici individuate

Emissioni GHG

Nel 2021 in Holding Moda erano presenti sette aziende e, come primo anno di rendicontazione e raccolta dati, siamo riusciti a misurare il nostro Scope 1 (emissioni dirette) e il nostro Scope 2 (emissioni indirette location-based e market-based). Nel 2022 si sono aggiunte altre tre aziende, di cui una con due sedi produttive (Rilievi India), di cui si sono aggiunte le emissioni. In questo anno di rendicontazione siamo stati in grado di mantenere la misurazione dello

Scope 1 e 2 (sia location-based Italia/India che market-based) e di tracciare due categorie delle emissioni indirette Scope 3: i Business travel e gli spostamenti casa-lavoro. Di seguito una panoramica dell'andamento delle nostre emissioni suddivise per Azienda. Si consideri che le emissioni totali sono più alte sia a causa dell'aumento del numero di aziende considerate sia per il fattore di conversione utilizzato aggiornato al 2022.

Emissioni Location-Based 2021 e 2022

2021

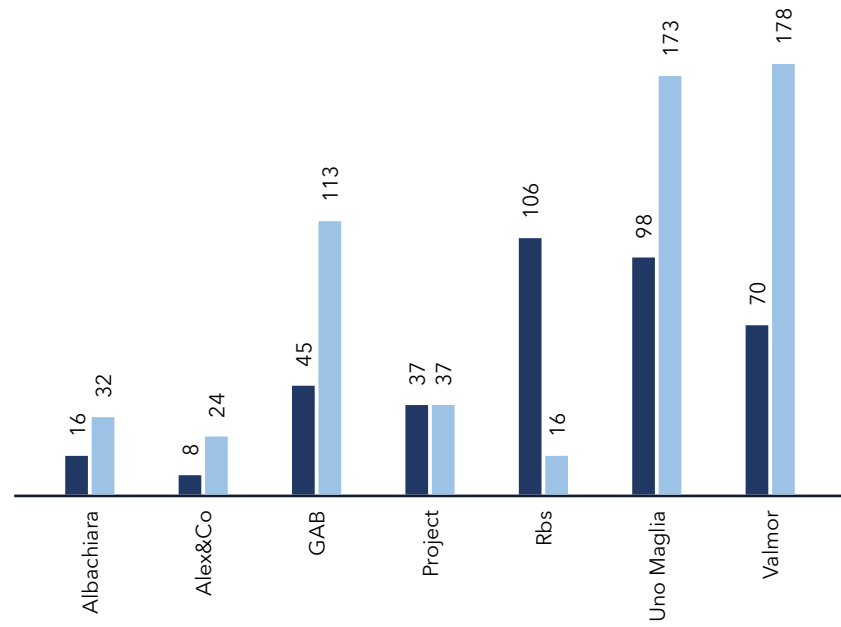


Figura 1: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2

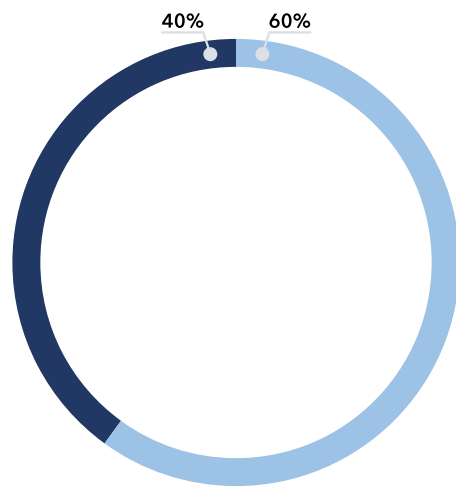


Figura 2: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2

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

2022

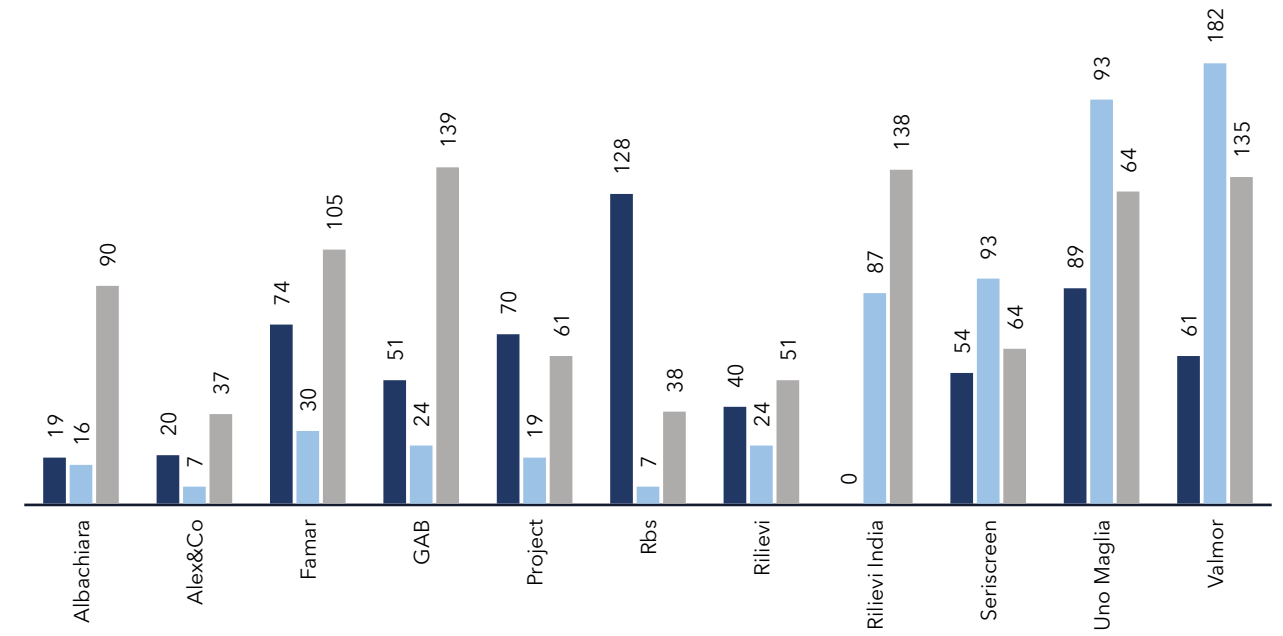


Figura 3: Emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

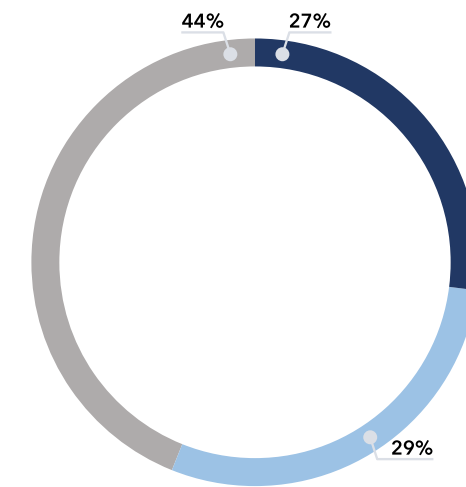


Figura 4: Composizione delle emissioni totali HModa location-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

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

Emissioni Market-Based 2021 e 2022

2021

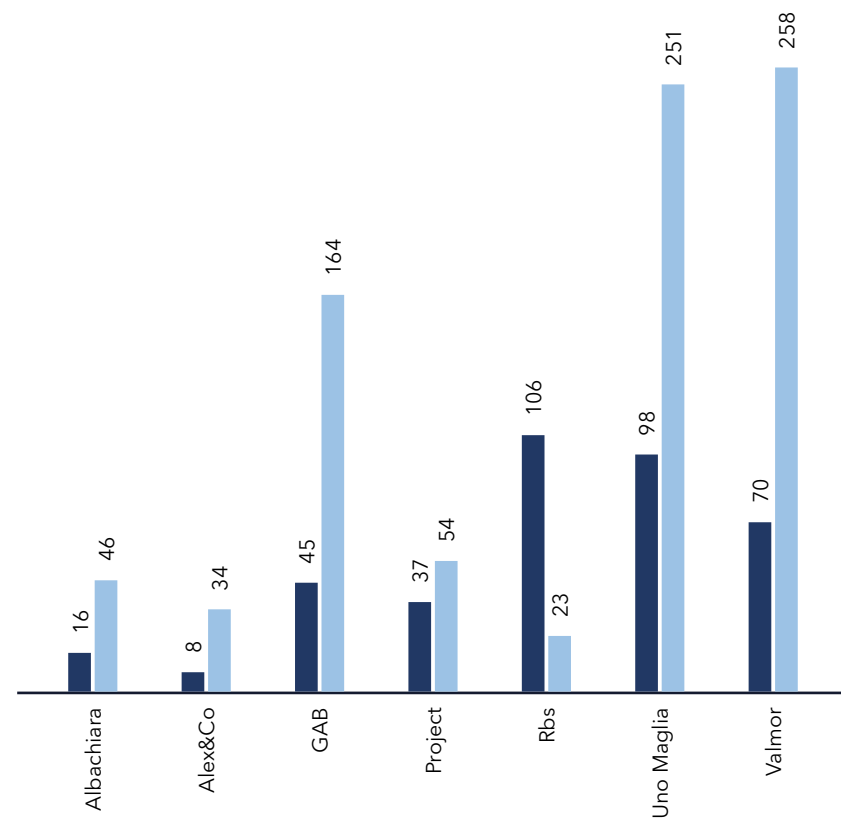


Figura 5: Emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2

2022

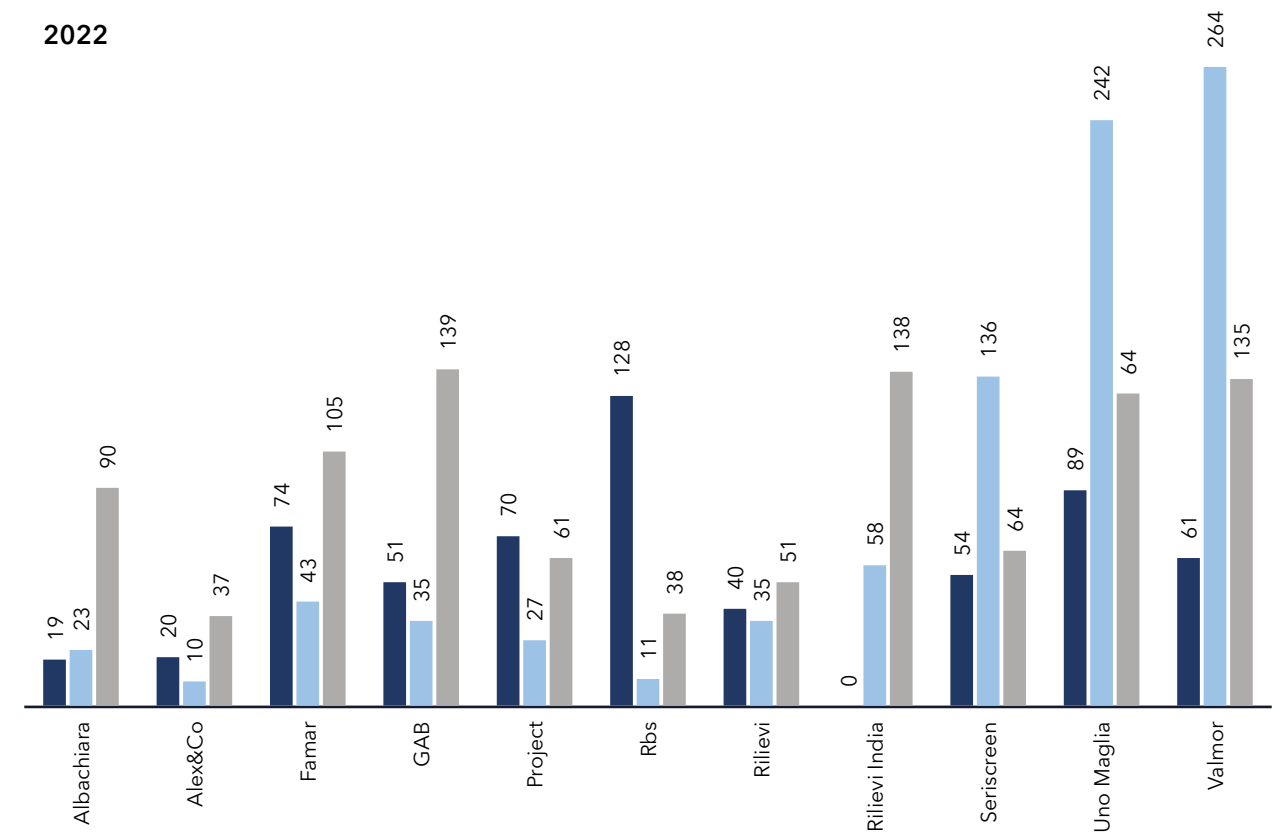


Figura 7: Emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

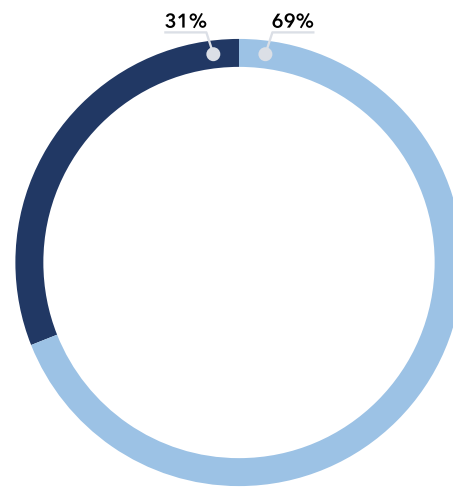


Figura 6: Composizione delle emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2

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

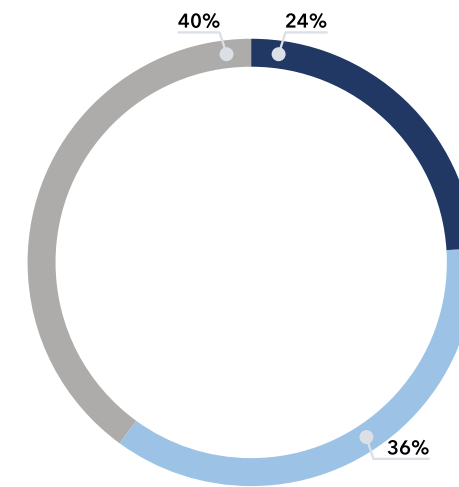


Figura 8: Composizione delle emissioni totali HModa market-based Scope 1, Scope 2, Scope 3

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

Premio Sustainability Award

Il premio Sustainability Award è un importante riconoscimento riservato a quelle aziende italiane che si sono contraddistinte nell'affrontare le sfide dell'emergenza climatica, trasformandola in un'occasione per esprimere innovazione e della transizione sostenibile, grazie all'adozione di solidi modelli di governance, trasformando le sfide attuali in opportunità di sviluppo strategico per sé e per il Paese.

HModa, previa compilazione di un questionario molto esteso ed articolato sulle 3 aree ESG ha potuto, dopo soli 6 mesi di attività, entrare a far parte delle 100 aziende più sostenibili in Italia nel 2022. Con il suo lavoro, soprattutto nella costruzione di una solida Governance della sostenibilità come punto di partenza per l'avvio di un piano strategico strettamente connesso ai business pillars aziendali, ha potuto raggiungere un alto punteggio nella Governance e discreti punteggi nella parte Environmental e Social grazie ai progetti già in fase di avvio che si sarebbero portati avanti nel 2022 - 2024. Ha così potuto accedere al Rating ESG rilasciato da Altis.



Comunicato stampa Sustainability Award



Articolo Forbes su Sustainability Award



Rating ESG

I rating ESG certificano la solidità aziendale dal punto di vista delle performance ambientali, sociali e di governance. Sono fondamentali per il Gruppo in quanto creano valore per i

nostri stakeholder, aiutano nella valutazione delle scelte d'investimento e analizzano e comunicano gli impatti per ciascun fattore.

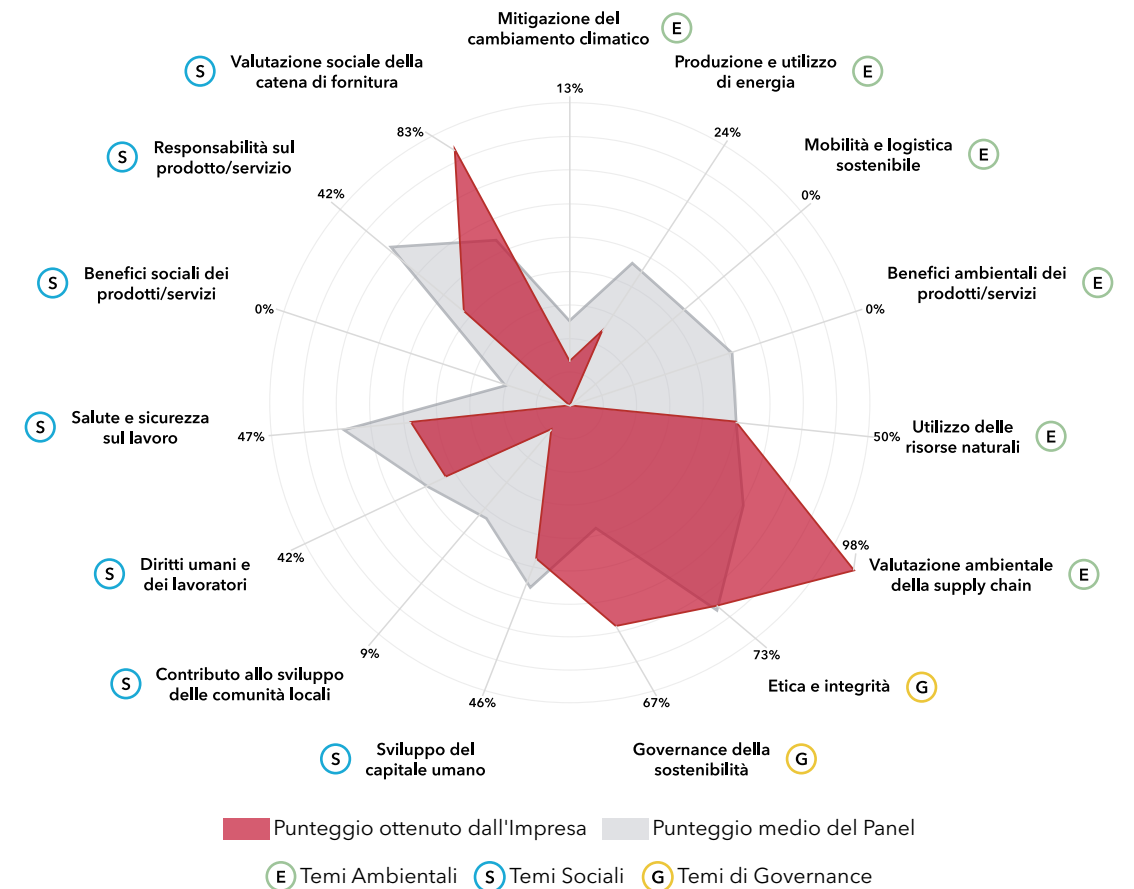
Nel 2022 HModa ha ottenuto ben due diversi rating ESG: uno da Altis, come parte del Premio di Sostenibilità, e uno da CDP (Carbon Disclosure Project)

Rating ESG Altis

I vincitori del Sustainability Award sono individuati sulla base di una graduatoria generata grazie a A4ESG, una metodologia di valutazione ESG sviluppato da ALTIS, Università Cattolica del Sacro Cuore. Il modello A4ESG, mediante un algoritmo proprietario, attribuisce un punteggio alla capacità dell'impresa di affrontare efficacemente le tematiche ESG,

mitigando i rischi connessi e capitalizzando le opportunità. Di seguito il dettaglio della valutazione ricevuta da HModa e il confronto con i punteggi medi ottenuti da tutte le imprese candidate.

I punteggi sono stati attribuiti come segue :



Holding Moda è orgogliosa di condividere il risultato raggiunto e di essere stata selezionata

tra le 100 migliori aziende che hanno potuto prendere parte a questo progetto.



Rating ESG CDP

Holding Moda 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).

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 divulgano 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

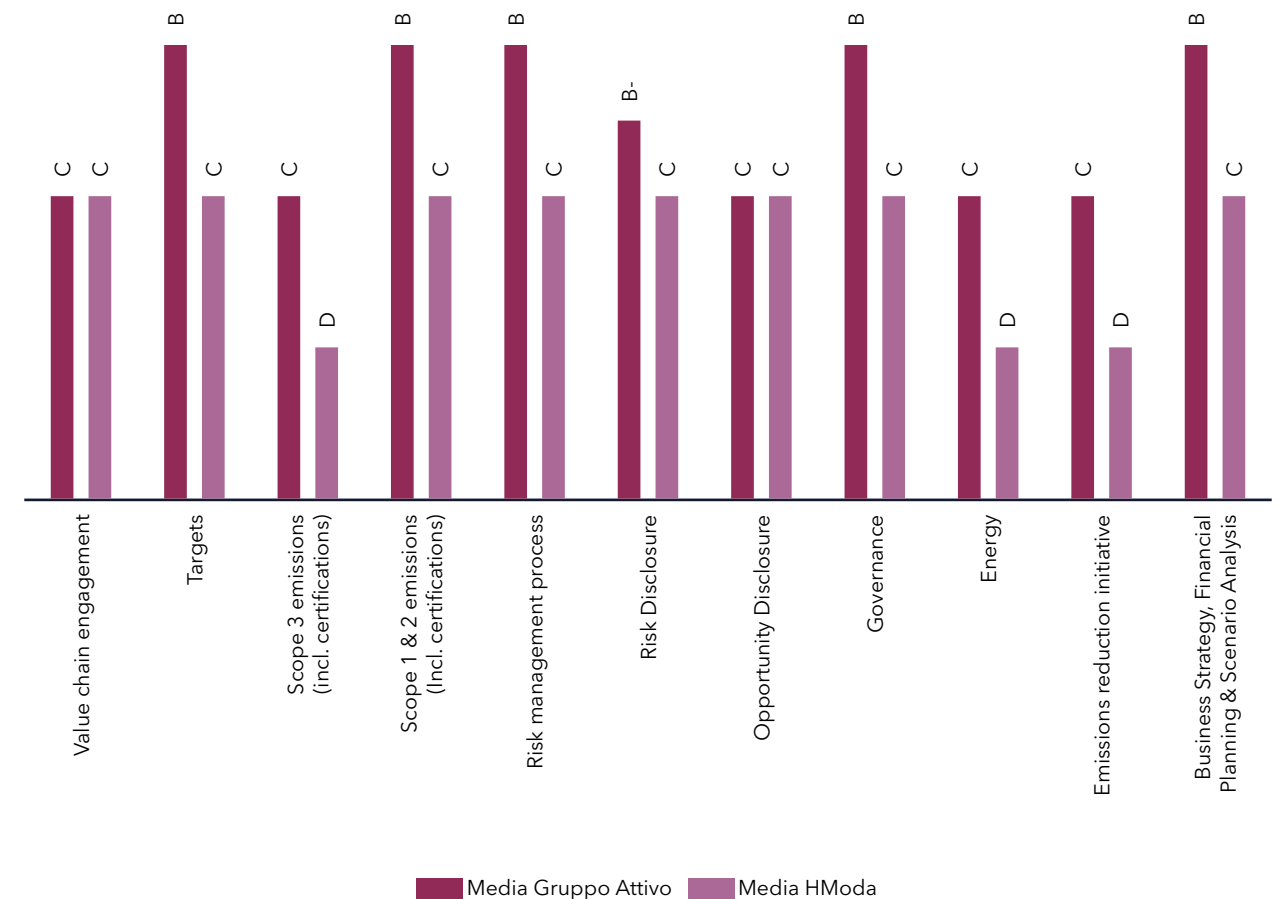
si amplifica sensibilmente, promuovendo ulteriormente la gestione del rischio legato al clima. Infatti, il numero di aziende che si sono sottoposte a Climate Change Questionnaire è passato ad essere 6.361 nel 2019 a 18.636 nel 2022.

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;

 **Score C/C-, Awareness:** l'azienda conosce le questioni climatiche ed è in grado di valutare i propri impatti;

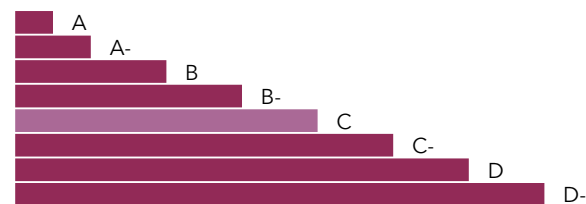
 **Score D/D-, Disclosure:** l'azienda è trasparente sulle questioni climatiche

 **Score F:** l'azienda non riesce a divulgare tramite CDP

Il 2022 è stato il primo anno di sottoscrizione di CDP per Holding Moda e si sono rendicontati i dati del 2021 e le azioni intraprese nei primi tre mesi dalla nascita del dipartimento di sostenibilità HPlanet.

Il punteggio totalizzato da HModa nel 2022 si riferisce ai dati del 2021 e con solo 3 mesi di attività da parte di HPlanet. Lo score ottenuto dal Climate Change Questionnaire è C, in linea con la media mondiale del settore, di seguito il dettaglio.

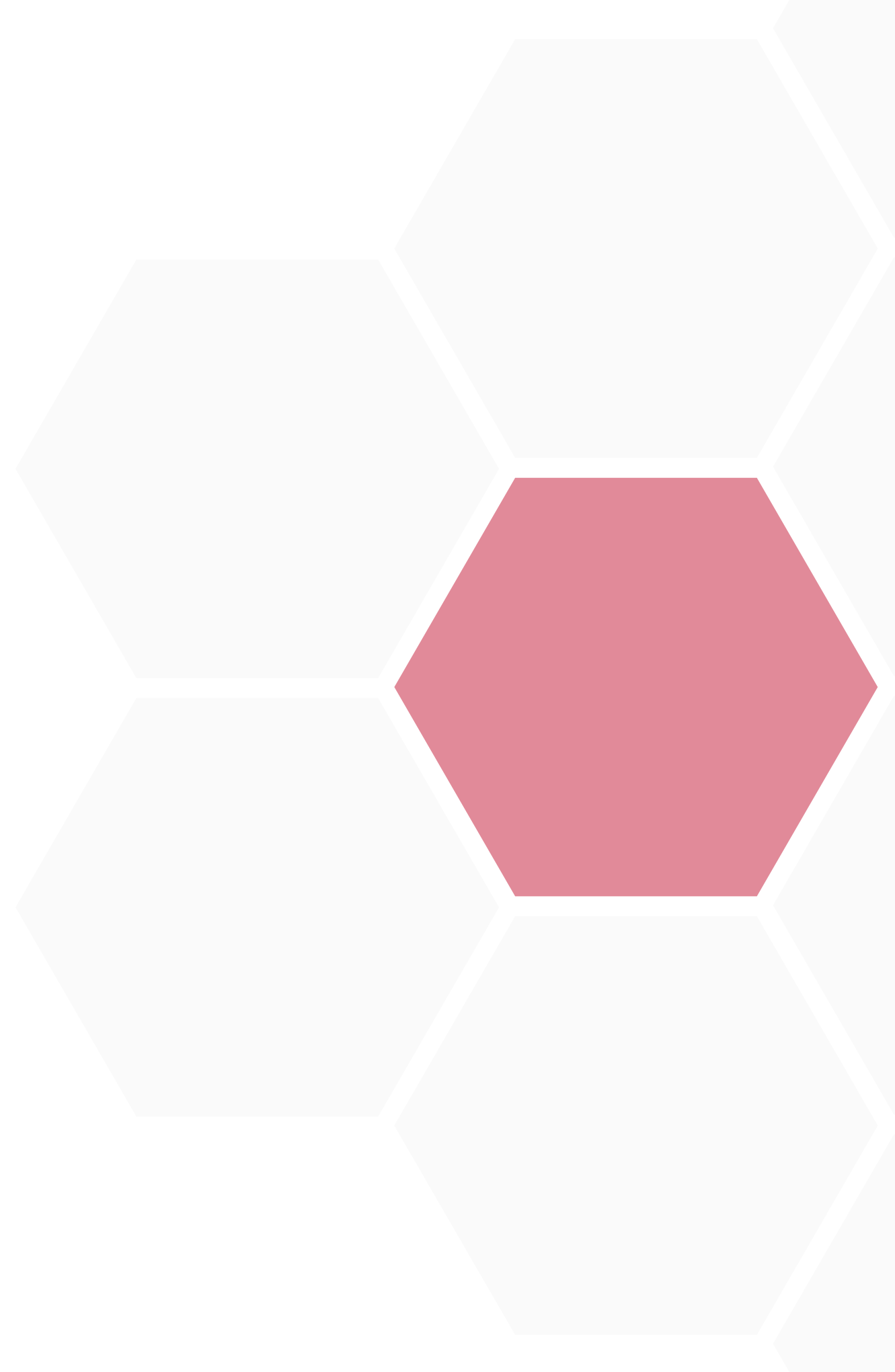
CDP Score HModa



Score medio

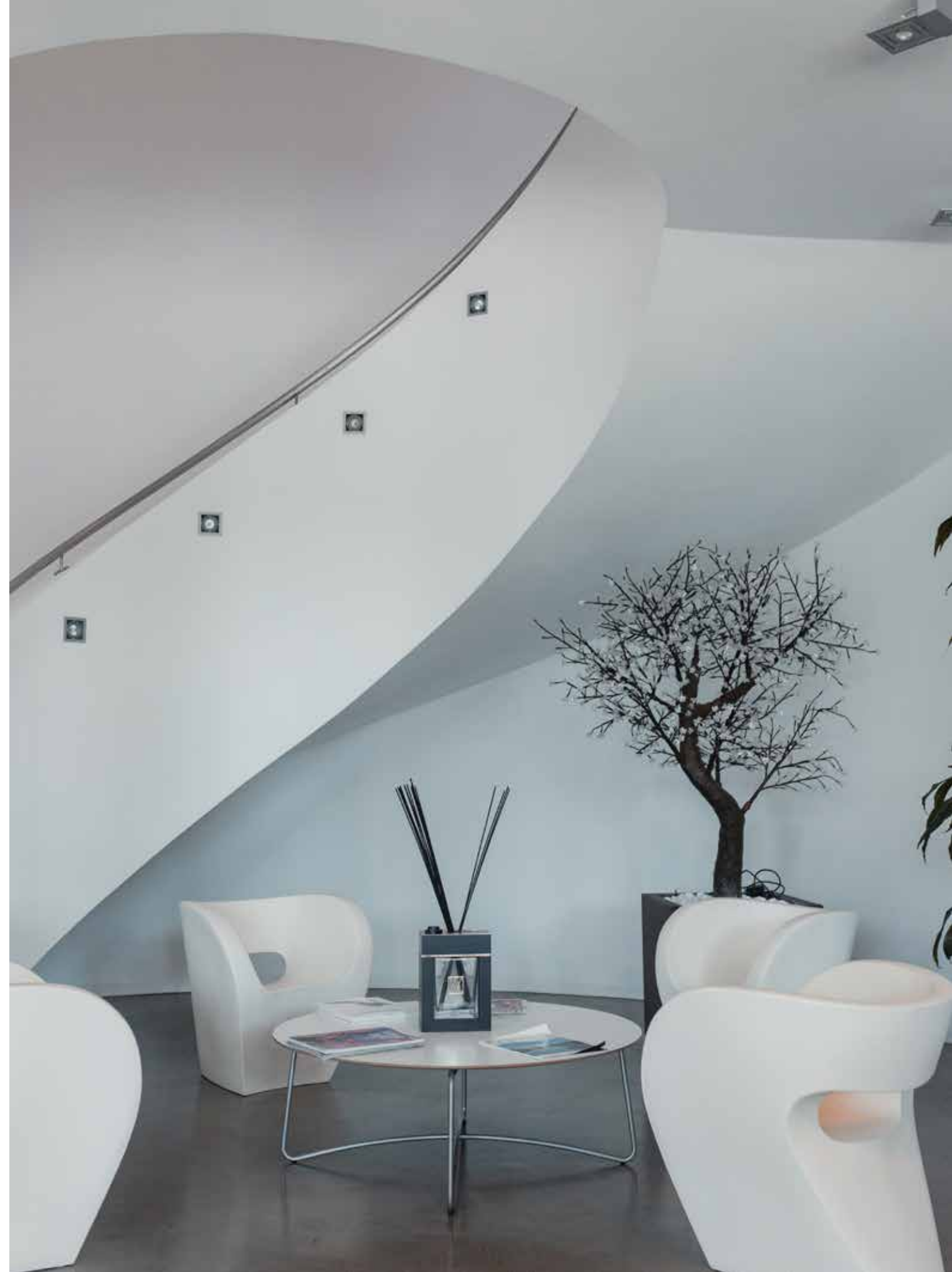


- Leadership (A/A-):** Implementing current best practices
- Management (B/B-):** Taking coordinated action on climate issues
- Awareness (C/C-):** Knowledge of impacts on, and of, climate issues
- Disclosure (D/D-):** Transparent about climate issues



Appendice

10



Dichiarazione d'uso	Holding Moda S.r.l. ha presentato una rendicontazione in accordance rispetto agli Standard GRI per il periodo 01.01.2022 - 31.12.2022
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021
Standard di settore GRI Pertinenti	-

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
	L'organizzazione e le pratiche di reporting		
	Informativa 2-1 Dettagli organizzativi	27, 95	
	Informativa 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	1, 8-9	
	Informativa 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	8	
	Informativa 2-4 Revisione delle informazioni	8	
	Informativa 2-5 Assurance esterna	8+ opinion	
	Attività e lavoratori		
	Informativa 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	27-30, 123	
	Informativa 2-7 Dipendenti	220	
	Informativa 2-8 Lavoratori non dipendenti	221	
	Governance		
	Informativa 2-9 Struttura e composizione della governance	98-99	
GRI 2 Informativa generale 2021	Informativa 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	98	
	Informativa 2-11 Presidente del massimo organo di governo	103	
	Informativa 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	98-99, 123	
	Informativa 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	98-99	
	Informativa 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	98-99	
	Informativa 2-15 Conflitti d'interesse	https://www.holdingmoda.it/wp-content/uploads/2022/11/HModa-Codice-etico-firmato.pdf sez.7,2	
	Informativa 2-16 Comunicazione delle criticità	104	
	Informativa 2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	98-99	
	Informativa 2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	98-99	

10.2 GRI Context Index

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
GRI 2 Informativa generale 2021	Informativa 2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	104-106	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.
	Informativa 2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	104-106	
	Informativa 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	104-106	
	Strategia, policy e pratiche		
	Informativa 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	39-49	
	Informativa 2-23 Impegno in termini di policy	45-49	
	Informativa 2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	45-49, 104-105	
	Informativa 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi		
	Informativa 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	104-105	
	Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti	https://www.holdingmoda.it/wp-content/uploads/2022/11/HModa-Codice-etico-firmato.pdf , 221	
Informativa 2-28 Appartenenza ad associazioni	45-49, 221		
Stakeholder engagement			
Informativa 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	82-83		
Informativa 2-30 Contratti collettivi	105-106+cap. 8		
Disclosure sui temi materiali			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	85	
	Informativa 3-2 Elenco di temi materiali	86-88	
Performance economiche			
GRI 201 Performance economica 2016	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
	Informativa 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	79-80	
	Informativa 201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità risultanti dal cambiamento climatico		
	Informativa 201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit definiti e altri piani pensionistici	223	
Informativa 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	224		

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
Presenza sul mercato			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 202 Presenza sul mercato 2016	Informativa 202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	224	
Prassi di approvvigionamento			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 204 Prassi di approvvigionamento 2016	Informativa 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	123	
Anticorruzione			
GRI 205 Anticorruzione 2016	GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91
		Informativa 205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione	https://www.holdingmoda.it/wp-content/uploads/2022/11/HModa-Codice-etico-firmato.pdf , 104-105
		Informativa 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	https://www.holdingmoda.it/wp-content/uploads/2022/11/HModa-Codice-etico-firmato.pdf , 104-105
		Informativa 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	224-225
Energia			
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 302 Energia 2016	Informativa 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	225	
	Informativa 302-3 Intensità energetica	225	
Acqua e affluenti			
GRI 303 Acqua e affluenti 2016	GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91
		Informativa 303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	226
		Informativa 303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	226
		Informativa 303-3 Prelievo idrico 11	226
		Informativa 303-4 Scarico idrico 14	
	Informativa 303-5 Consumo idrico	133, 226	
Emissioni			
GRI 305 Emissioni 2016	GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91
		Informativa 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	137-141
		Informativa 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	137-141
		Informativa 305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	137-141
	Informativa 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	226	

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
	Rifiuti		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
	Informativa 306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti		
	Informativa 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	151-158	
GRI 306 Rifiuti 2020	Informativa 306-3 Rifiuti generati	151	
	Informativa 306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	151, 227	
	Informativa 306-5 Rifiuti conferiti in discarica	151, 227	
	Valutazione ambientale dei fornitori		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016	Informativa 308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	186-189	
	Salute e sicurezza dei lavoratori		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
	Informativa 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	165-166	
	Informativa 403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	165-166	
	Informativa 403-3 Servizi per la salute professionale	165-166	
	Informativa 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	165-166	
GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018	Informativa 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	165-166	
	Informativa 403-6 Promozione della salute dei lavoratori	165-166	
	Informativa 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	165-166	
	Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro	166, 228, 238	
	Informativa 403-10 Malattia professionale	166	
	Diversità e pari opportunità		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 405 Diversità e pari opportunità	Informativa 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	103, 228	

GRI	Dettaglio GRI Standard	Riferimento	Omissioni
	Non discriminazione		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 406 Non discriminazione	Informativa 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	172, 238	
	Valutazione sociale dei fornitori		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 414 Valutazione sociale dei fornitori	Informativa 414-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	186-189	
	Privacy dei clienti		
GRI 3 Temi materiali 2021	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	86-91	
GRI 418 Privacy dei clienti	Informativa 418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	228	

Informativa 2-7 Dipendenti

		Contratti a Tempo Indeterminato	
		Regione geografica	
		Italia	India
Genere	Femmine	399	9
	Maschi	193	49
		Contratti a Tempo Determinato	
		Regione geografica	
		Italia	India
Genere	Femmine	22	3
	Maschi	6	79
		Totale dipendenti	
		Regione geografica	
		Italia	India
Genere	Femmine	477	12
	Maschi	213	128

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	446	12
	Maschi	211	128
		Totale dipendenti a tempo parziale	
		Regione geografica	
		Italia	India
Genere	Femmine	31	0
	Maschi	2	0

Le cifre sono da considerarsi per i soli lavoratori dipendenti al 31.12.2022. I dipendenti appartenenti alla regione geografica Italia sono imputabili alle aziende presenti nel 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

	Interinali	Stage	Totali
n. totale dei lavoratori non dipendenti	83	12	95

Nelle categorie di lavoratori non dipendenti sono stati considerati: i lavoratori interinali e gli stagisti. Il numero riportato è la fotografia al 31.12.22 dei lavoratori non dipendenti presenti nelle aziende HModa. La media nel periodo di rendicontazione è di 14 stage e 73 lavoratori interinali. Maggiori informazioni sui lavoratori interinali verranno raccolte e rendicontate a partire dal 2023. I lavoratori non dipendenti vengono impiegati sia per mansioni operative che impiegatizie.

Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti

Conformità a leggi e regolamenti 2022

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 3-3 Gestione dei temi materiali

Tematica materiale	Area ESG	SDGs	Ambiti D.Lgs. 254/2016	Riconciliazione Topic Specific Standard	Significatività	Priorità d'azione
Cambiamento climatico	Environmental	13	Temi ambientali	Energia, Emissioni, Performance economiche	Alta	3
Diversità & Inclusione	Social	5	Temi sociali	Diversità e pari opportunità, Non discriminazione	Alta	1

Tematica materiale	Area ESG	SDGs	Ambiti D.Lgs. 254/2016	Riconciliazione Topic Specific Standard	Significatività	Priorità d'azione
Catena di fornitura responsabile	Environmental Social Governance	12	Temi attinenti al rispetto dei diritti umani Temi sociali Temi ambientali	Valutazione sociale dei fornitori, Valutazione ambientale dei fornitori	Alta	1
Customer satisfaction	Governance	12	-	Non GRI	Media	1
Etica & Integrità	Governance	8	Temi attinenti alla lotta alla corruzione attiva e passiva	Anticorruzione, Privacy dei Clienti	Media	1
Innovazione digitale	Governance	9	-	Non GRI	Alta	2
Energia da fonti rinnovabili	Environmental	9, 13	Temi ambientali	Energia, Emissioni	Media	2
Salute & Sicurezza dei dipendenti	Social	9, 12	Temi attinenti al personale	Salute e Sicurezza sul lavoro	Alta	2
Community development	Social	8	Temi sociali	Comunità locali, Performance economica, Prassi di approvvigionamento	Media	3
Talent retention	Social	4, 5, 8	Temi attinenti al personale	Non GRI	Media	3
Gestione dei rifiuti	Environmental	12	Temi ambientali	Rifiuti	Media	1
People care	Social	4, 5, 8	Temi sociali	Non GRI	Media	1
Economia circolare	Environmental	12, 13	Temi ambientali	Rifiuti, Materiali, Acqua effluenti	Media	1
Welfare dei lavoratori	Social	8, 12	Temi attinenti al personale	Performance economiche	Media	1
Qualità e sicurezza del prodotto	Social	8	Temi sociali	Non GRI	Media	1

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 esperto¹⁰.

¹⁰ <https://quifinanza.it/lavoro/come-funziona-il-tfr-calcolo-tassazione-e-liquidazione/595878/>

Informativa 201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo

BONUS TESSILE:

Il Gruppo nel corso del 2022 ha beneficiato del Bonus Tessile per 768.000 euro. Tali contributi sono stati regolarmente registrati ed utilizzati in compensazione con gli F24 nel corso dell'anno.

Il bonus tessile prevede:

"Al fine di sostenere le imprese attive nell'industria tessile e della moda, delle calzature e della pelletteria, il decreto Rilancio ha previsto un credito d'imposta nella misura del 30% del valore delle rimanenze finali di magazzino, eccedente la media del medesimo valore registrato nei 3 anni precedenti a quello di spettanza del beneficio.

Per accedere al credito d'imposta, utilizzabile esclusivamente in compensazione mediante il modello F24, occorre comunicare all'Agenzia delle Entrate tale "incremento di valore delle rimanenze finali di magazzino", al fine di consentire l'individuazione, nei limiti delle risorse disponibili, della quota effettivamente fruibile del credito.

La comunicazione va inviata esclusivamente con modalità telematiche, direttamente dal contribuente oppure tramite un soggetto incaricato della trasmissione delle dichiarazioni:

Il credito è riconosciuto esclusivamente nell'ambito della Sezione 3.1 della Comunicazione della Commissione europea C (2020) 1863 final, del 19 marzo 2020, recante "Quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza del COVID-19", e successive modifiche.

Pertanto, con riferimento al presente credito d'imposta, non è possibile avvalersi in alcun caso dei maggiori massimali previsti dalla Sezione 3.12 della citata Comunicazione. La misura agevolativa è stata autorizzata con decisione della Commissione Europea C(2021) 8205 final del 10 novembre 2021."

Nessun governo è presente nel

Informativa 202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale

Al 31.12.2022 il 94% dei principals delle aziende Holding Moda risultano essere a livello locale, ovvero sono della stessa nazionalità del paese in cui lavorano.

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.

Informativa 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate

Incidenti confermati di corruzione

Numero totale e natura degli incedenti confermati	0
Numero totale e natura degli incedenti confermati per i quali sono stati licenziati o disciplinati	0

Incidenti confermati di corruzione

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	20.271 GJ
--	-----------

Consumo totale di combustibili nell'organizzazione derivanti da fonti rinnovabili, in joule o multipli, e includendo i tipi di combustibili utilizzati.	16.418 GJ
---	-----------

In joule, wattora o multipli, il totale dei seguenti consumi:

consumo di energia elettrica	En. elettrica: 10.875 GJ
consumo di energia di riscaldamento	Gas: 4.118 GJ
consumo di energia di raffreddamento	
consumo di energia di vapore	

In joule, wattora o multipli, il totale delle seguenti energie:

energia elettrica venduta	
energia di riscaldamento venduta	0
energia di raffreddamento venduta	
energia di vapore venduta	

Il consumo totale di energia interno all'organizzazione, in joule o multipli	20.271 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 DEFRA2022
--	---

Informativa 302-3 Intensità energetica

L'intensità energetica 2022 di Holding Moda ammonta a 0,02574 kWh consumati/fatturato. Nel calcolo dei kWh si è preso in considerazione l'intero fabbisogno di energia elettrica e gas naturale nell'anno.

Informativa 303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa

Non ci sono processi ad acqua. L'impiego di acqua avviene ai soli fini sanitari e sono equiparabili al consumo ad uso domestico. Prelievo idrico e scarico sono normati da quanto previsto dall'acquedotto regionale per ciascuna azienda.

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 per ciascuna azienda.

Informativa 303-3 Prelievo idrico

Holding Moda acquista acqua direttamente dall'acquedotto, i nessun dei casi è proveniente da aree a forte stress idrico. La potabilità dell'acqua è garantita dall'acquedotto di riferimento.

Informativa 303-5 Consumo idrico

Totale del consumo idrico in tutte le aree in megalitri utilizzati.	9,36
Totale del consumo idrico in tutte le aree soggette a stress idrico in megalitri.	0
Modificazioni nello stoccaggio idrico in megalitri, se tale operazione risulta avere un impatto significativo in relazione alle risorse idriche.	L'azienda non ha stoccaggio acqua.
Eventuali informazioni contestuali necessarie a comprendere in che modo sono stati compilati i dati, come eventuali standard, metodologie e presupposti impiegati, nello specifico se le informazioni sono risultato di calcolo, stima, modellazione o estrapolate da misurazioni dirette, nonché l'approccio adottato, ad esempio l'uso di eventuali fattori specifici del settore di pertinenza	Trattandosi di acqua ad uso sanitario assimilabile al domestico i dati sono stati raccolti dalle fatture dell'acqua per tutto l'anno 2022 per tutte le aziende del perimetro. Nel caso di Rilievi India il consumo idrico si riferisce all'acqua potabile consumata nel 2022.

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:

- 0,0000136 tonCO₂e/euro fatturato location-based
- 0,000015 tonCO₂e/euro fatturato market-based

Le emissioni incluse nel calcolo sono Scope 1, Scope 2, Scope 3 (spostamenti casa-lavoro + viaggi di lavoro). I fattori di conversione utilizzati sono: TERNA2019, AIB2022, DEFRA2022.

Informativa 306-4 Rifiuti non conferiti in discarica

Rifiuti non conferiti in discarica	Pericolosi (ton)	Non pericolosi (ton)
Metallo	0,05	1,9
Plastica	-	6,9
Carta & Cartone	-	45,3
Legno	-	2,7
Fibre tessili	-	51,1
Toner	-	0,4
Apparecchiature elettroniche	-	0,4
Altro	3,2	73,8
Totale	3,2	182,5

Nella categoria "altro" rientrano:

tra i rifiuti pericolosi: adesivi e sigillanti di scarti, assorbenti, materiali filtranti e imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose, estintori;

tra i rifiuti non pericolosi: imballaggi misti e rifiuti delle operazioni di confezionamento e ripulitura.

Il peso totale di rifiuti non conferiti in discarica in tonnellate rientra nella categoria: Altre operazioni di recupero.

Informativa 306-5 Rifiuti non conferiti in discarica

Rifiuti non conferiti in discarica	Pericolosi (ton)	Non pericolosi (ton)
Plastica	-	0,9
Toner	-	0,04
Pitture, vernici e inchiostri	1,26	-
Altro	0,1	53,4
Totale	1,3	54,4

Nella categoria "altro" rientrano:

tra i rifiuti pericolosi: adesivi e sigillanti di scarti contenenti residui di sostanze pericolose;

tra i rifiuti non pericolosi: rifiuti indifferenziati o da materiali compositi e soluzioni acquose di scarto.

Il peso totale di rifiuti non conferiti in discarica in tonnellate rientra nella categoria: Altre operazioni di recupero.

Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro

Lavoratori dipendenti

Infortuni sul lavoro	Numero	Tasso
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2022	0	0%
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2022	0	0%
Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2022	3	0,36%
Infortuni registrati in itinere nel corso del 2022	3	0,36%
Numero ore lavorate	1.647.023	

Lavoratori non dipendenti

Infortuni sul lavoro	Tasso	Tasso
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro registrati nel 2022	0	0%
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze registrati nel 2022	0	0%
Infortuni registrati sul lavoro nel corso del 2022	0	0,00%
Infortuni registrati in itinere nel corso del 2022	0	0,00%
Numero ore lavorate	182.728	

Le ore lavorate sono state calcolate partendo dal numero di dipendenti e non dipendenti presenti al 31.12.22 e moltiplicandolo per il numero di ore lavorare e giorni lavorativi del 2022.

Informativa 405-10 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti

Dipendenti Holding Moda

Minore di 30 anni		Tra i 30 e i 50 anni		Maggiore di 50 anni	
Femmine	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine	Maschi
96	67	193	203	200	71

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

Comparazione dati Bilancio Ambientale 2021 e 2022

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
Totale	3.020.956	114.748	9.365

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
Totale	1.818.139	80.350	6.587

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
Totale	606	656	884	987	2.249	2.477

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
Totale	380	573	830	953	1.210

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
Totale	231	374	606

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
Totale	162	217	380

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, per il 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 biennio per garantire la completezza della disclosure.

Per entrambi i calcoli sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA (2021 e 2022).

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 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
Totale	656	884

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
Totale	573	830

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
Totale	9.832	138.002	374

Flotta 2022

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, per il 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 biennio per garantire la completezza della disclosure. Per entrambi i calcoli sono stati utilizzati i fattori di conversione del DEFRA (2021 e 2022).

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
Totale	1.323.828	217

Materiali 2022

Materiali	KG	MT	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
Totale	69.024	47.885.486	359.431	1.920.993	29.213.479

Materiali 2021

Materiali	KG	MT	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
Totale	90.511	9.141.130	217.218	3.390.095	52.003.490

Packaging & Imballaggi 2022

Tipologia Materiale	KG	MT	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
Totale	75.615	840	468	2.769.316

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
Totale	40.206	4.500	2.732	6.409.458

Rifiuti 2022

Tipologia rifiuti	Recupero (ton)	Smaltimento (ton)
Pericoloso	3	1
Non pericoloso	182	55
Totale	186	56

Rifiuti 2021

Rifiuti smaltiti (ton)	Rifiuti recuperati (ton)	Totale (ton)
75	188	263

Comparazione dati Bilancio Sociale 2021 e 2022**Dettaglio contratti 2022**

Tipologia di contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	56	14	70
CTD	25	85	110
CTI	408	242	650
Totale	489	341	830

Dettaglio contratti 2021

Tipologia di contratto	Femmine	Maschi	Totale
Apprendistato	27	7	34
CTD	11	5	16
CTI	263	133	396
Totale	301	145	446

Dipendenti suddivisi per anzianità lavorativa 2022

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	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
Totale	525	143	62	39	46	15	830

Dipendenti suddivisi per anzianità lavorativa 2021

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	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
Totale	291	74	35	18	21	7	446

Dipendenti suddivisi per fascia d'età 2022

Azienda	dai 19 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	dai 61 ai 72 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
Totale	163	179	217	237	34	830

Dipendenti suddivisi per fascia d'età 2021

Azienda	dai 19 ai 30 anni	dai 31 ai 40 anni	dai 41 ai 50 anni	dai 51 ai 60 anni	dai 61 ai 72 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
Totale	85	84	124	135	18	446

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

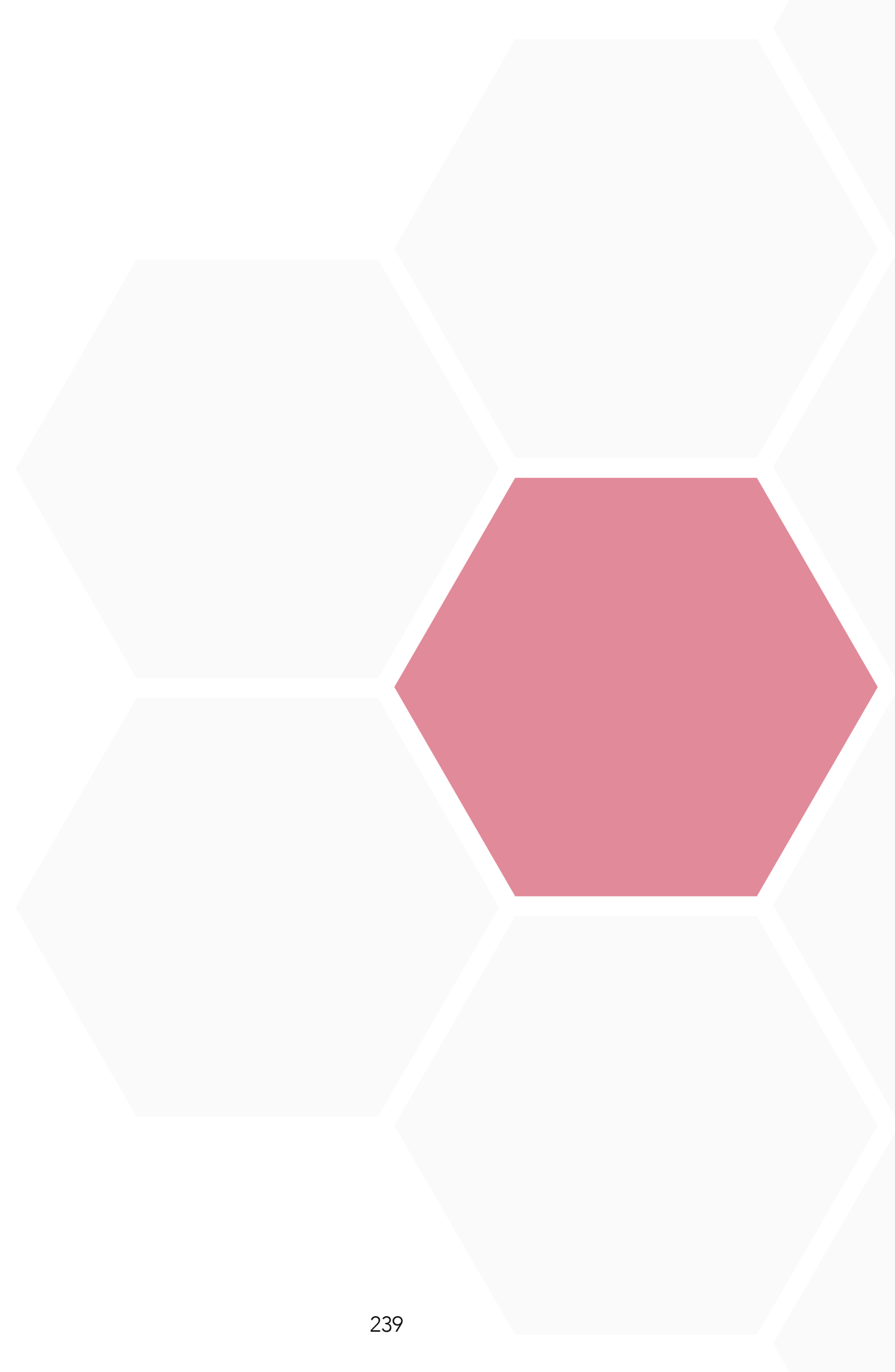
Infortuni sul lavoro	Tasso
Tasso decessi dovuti ad infortuni sul lavoro	0%
Tasso malattie gravi sul lavoro (escludendo decessi)	0%
Infortuni registrabili sul lavoro	3

Episodi di discriminazione 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

10.3 Glossario

Carbon Footprint: è una misura che esprime in CO2 equivalente il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate direttamente o indirettamente ad un prodotto, un'organizzazione o un servizio¹¹.

Decarbonizzazione: è il processo che indica la conversione ad un sistema economico che riduca in modo sostenibile l'anidrite carbonica (CO2) fino alla sua privazione in futuro¹².

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 minimo¹³.

E-Mobility: mezzi di trasporto, e infrastrutture collegate, che utilizzano l'energia elettrica quale fonte primaria per generare l'energia meccanica necessaria alla movimentazione¹⁴.

Engagement dei dipendenti: 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 produttivo¹⁵.

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)¹⁶.

GHG Emission: è l'emissione nell'atmosfera terrestre di uno qualsiasi dei vari gas, specialmente l'anidride carbonica, che contribuisce all'effetto serra¹⁷.

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 mondo¹⁸.

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 attività¹⁹.

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 corruzione²⁰.

Welfare lavoratori: il complesso delle erogazioni e prestazioni che un'azienda riconosce ai propri dipendenti con lo scopo di migliorarne la vita privata e lavorativa²¹.

WEPs: Women's Empowerment Principles, sette principi ispirati a reali pratiche aziendali e volti allo scopo di promuovere una condizione paritaria per le donne nel mondo del lavoro²².

¹¹ <https://carbonsink.it/servizi/carbon-footprint/>

¹² <https://www.anieserviziintegrati.it/2023/02/20/la-decarbonizzazione/>

¹³ <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.>

¹⁴ <https://www.calorgasitalia.it/mobilita/>

¹⁵ <https://www.peoplechange360.it/people-strategy/people-engagement/employee-engagement-come-coinvolgere-i-dipendenti-in-azienda>

¹⁶ <https://www.esg360.it/environmental/esg-tutto-quello-che-ce-da-sapere-per-orientarsi-su-environmental-social-governance/>

¹⁷ <https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/society/20230316STO77629/cambiamento-climatico-gas-a-effetto-serra-che-causano-il-riscaldamento-globale>

¹⁸ <https://www.esg360.it/normative-e-compliance/bilancio-di-sostenibilita-che-cose-quali-sono-obiettivi-e-caratteristiche/>

¹⁹ Rapporto Brundtland, Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo, 1987

²⁰ <https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/global-compact/introduzione.html>

²¹ <https://www.coperni.co/it/magazine/cose-welfare-aziendale>

²² <https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/strumenti-e-campagne/women-s-empowerment-principles.html>

10.4 Ringraziamenti

A conclusione di questo bilancio di sostenibilità vogliamo riservare uno spazio 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.

Veronica Bovo - Chief Sustainability Officer Holding Industriale - Per la direzione e la validazione del bilancio di sostenibilità nonché per il coordinamento e l'incoraggiamento del team HPlanet.

Vittoria Giachino - Sustainability Analyst & Reporter Holding Industriale - Per la redazione del bilancio di sostenibilità.

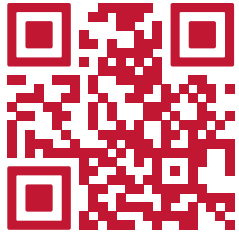
Matteo Garoglio - Sustainability Intern Holding Industriale - Per la grafica del bilancio di sostenibilità.

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 Imprenditori delle aziende per il loro supporto al team di sostenibilità e per la fiducia accordataci.

I responsabili di sostenibilità e amministrativi di tutte le aziende Holding Moda per il prezioso contributo e il supporto che ci danno dato giorno dopo giorno.

Grazie e al prossimo anno,
HPlanet



Sito di Holding Moda



Instagram di Holding Moda



LinkedIn di Holding Moda



LinkedIn di Holding Industriale

