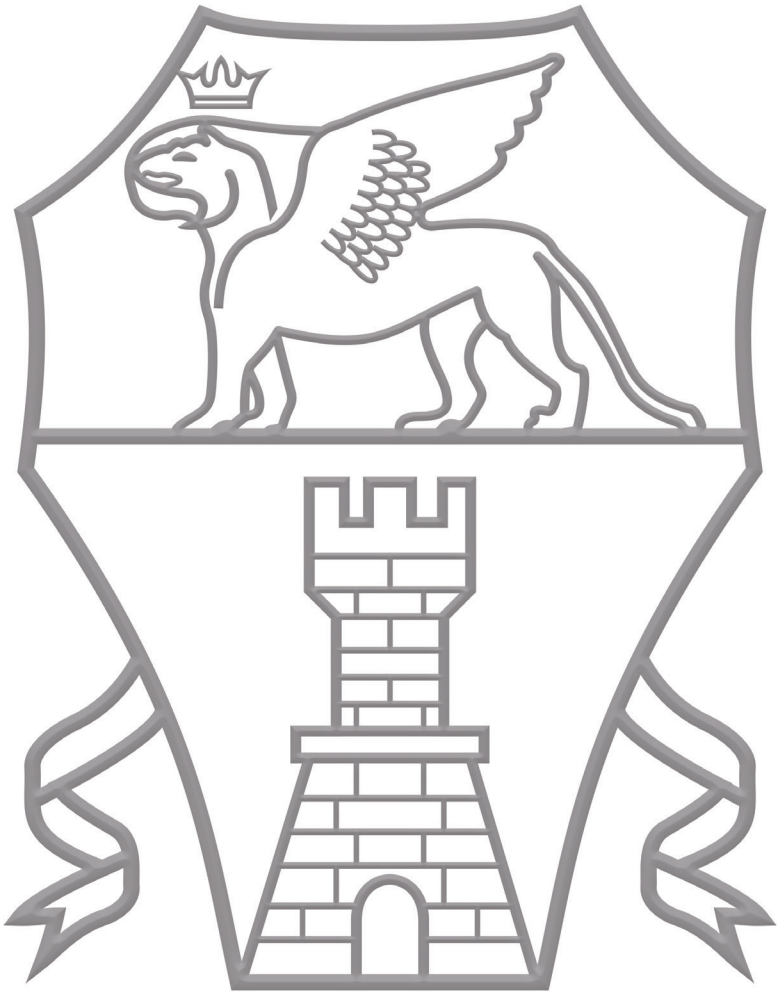
BRUNELLO CUCINELLI



DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO 2023
AI SENSI DEGLI ARTT. 3 E 4 DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 254 DEL 2016

Approvata dal CdA della Società Brunello Cucinelli S.p.A. in data 14 marzo 2024.

«Sognavo un'impresa per fare profitti con etica, con dignità,
senza arrecare sofferenza alle persone e offese al Creato,
o almeno il meno possibile.

Mi piaceva pensare a luoghi di lavoro leggermente più belli,
dove si potesse stare meglio a cospetto del paesaggio,
e volevo che le persone guadagnassero un poco di più,
perché tutti noi siamo anime pensanti,
e perché non possiamo più volgere le spalle alla povertà»

Brunello Cucinelli

INDICE

LETTERA DEL PRESIDENTE ..... **IV**

PREMESSA **1**

INTRODUZIONE. IL CAPITALISMO UMANISTICO E L'UMANA SOSTENIBILITÀ **5**

LA NOSTRA IDEA DI CAPITALISMO UMANISTICO E UMANA SOSTENIBILITÀ 5

Le sei forme dell'Umana Sostenibilità 6

LONGEVI IDEALI DI VITA E LAVORO – I NOSTRI DECALOGHI 13

RELAZIONI CON IL CREATO E TRA LE PERSONE 19

I temi che animano il nostro impegno 21

Il Piano di Sostenibilità "In Armonia con il Creato" (2022-2028) 26

Umana Sostenibilità: le principali attività del 2023 30

CAPITOLO 1. SOSTENIBILITÀ ECONOMICA - LAVORIAMO SOSTENENDO IL GIUSTO UTILE E L'ARMONIA TRA PROFITTO E DONO **36**

IL MODELLO D'IMPRESA E LA CATENA DEL VALORE 36

IDENTITÀ DEL BRAND E GUSTO DISTINTIVO 41

RAPPORTO SPECIALE E AUTENTICO CON IL CLIENTE 45

CRESCITA SOSTENIBILE E PROFITTABILITÀ SANA 51

Le scelte strategiche e i risultati del 2023 52

CAPITOLO 2. SOSTENIBILITÀ MORALE - RICORDIAMO I PADRI. CI HANNO INSEGNATO A RISPETTARE LE LEGGI, E NELLA LORO PAROLA È SCRITTA LA NOSTRA STORIA ... 58

GOVERNO SOCIETARIO ... 58

Governance della sostenibilità ... 67

UMANE RELAZIONI: IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER ... 70

RISCHI E OPPORTUNITÀ: INDIVIDUAZIONE, VALUTAZIONE E GESTIONE LUNGO LA CATENA DEL VALORE ... 78

LA GESTIONE ETICA DELLE ATTIVITÀ ... 91

UMANA RISERVATEZZA ... 98

CAPITOLO 3. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE - AGIAMO SEMPRE COME FEDELI CUSTODI DEL CREATO ... 102

LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO ... 106

LA NOSTRA ATTENZIONE ALLA PRESERVAZIONE DELLE DIVERSITÀ DEL CREATO ... 107

EQUILIBRIO TRA IL DARE E AVERE NEI RAPPORTI CON IL CREATO ... 111

Energia ... 111

Emissioni ... 114

Risorsa idrica ... 118

Rifiuti ... 121

GESTIONE SOSTENIBILE DELLA CATENA DI FORNITURA ... 126

Approvvigionamento e gestione delle materie prime ... 129

Gestione sostenibile dei rapporti con i fornitori ... 137

CAPITOLO 4. SOSTENIBILITÀ CULTURALE - CREDIAMO IN UN UNIVERSALISMO DEL MONDO E AGIAMO CON GRANDE RISPETTO PER TUTTE LE CIVILTÀ ... 140

SOLOMEO: BORGO DEL CASHMERE E DELL'ARMONIA ... 141

Il recupero dell'antico splendore del Borgo di Solomeo ... 142

La comunità e il territorio ... 146

IL VALORE DELL'ARTIGIANALITÀ E DELLA MANUALITÀ ... 156

La nostra struttura produttiva ... 156

Preservazione del savoir faire artigianale Made in Italy ... 160

CAPITOLO 5. SOSTENIBILITÀ MORALE E SPIRITUALE - CREDIAMO NELLA DIGNITÀ MORALE DELL'ESSERE UMANO **163**

LE NOSTRE UMANE RISORSE 164

Attrazione e selezione 170

LE CONDIZIONI UNIVERSALI DI LAVORO PER L'ESSERE UMANO 176

Unicità 176

Formazione e sviluppo 180

Dignità e bellezza nei luoghi di lavoro 192

Salute e sicurezza 198

CAPITOLO 6. SOSTENIBILITÀ TECNOLOGICA – ACCETTIAMO I GIUSTI CAMBIAMENTI PER VIVERE LA PARTE MIGLIORE DEI NOSTRI TEMPI **203**

TECNOLOGIA, UMANESIMO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE 204

Digitalizzazione e sviluppo tecnologico 211

ADDENDUM **215**

LA TASSONOMIA EUROPEA 215

NOTA METODOLOGICA 231

L'analisi di materialità 232

Il perimetro di rendicontazione e le metodologie di calcolo 238

GRI CONTENT INDEX 241

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE **251**

LETTERA DEL PRESIDENTE

Riportiamo le sentite parole che il Presidente Brunello Cucinelli ha pubblicato a fine novembre come riflessione riguardo all'intelligenza artificiale.

Proficua e armoniosa: l'intelligenza artificiale al nostro fianco

Da quasi un anno molti hanno iniziato a sperimentare i più noti strumenti di intelligenza artificiale generativa. All'inizio, forse, era più che altro per curiosità; poi, dinanzi ai primi risultati ottenuti, la fantasia iniziò a volare, alla ricerca del giusto utilizzo nella vita privata e nel lavoro.

Ci accade sempre più spesso di ricevere e-mail scritte in modo forbito, molto curato, da persone, partner, contatti con i quali per anni ci eravamo scambiati scritti molto semplici, a volte diretti, ma non sempre memorabili per l'incanto delle parole. Tali nuove lettere appaiono tuttavia artefatte, non vere, e si intuisce che non sono scritte da mano e da anima umane, ma dall'Intelligenza artificiale. Ed ecco un poco di delusione per quei commenti, quei ringraziamenti, complimenti ed espressioni apparentemente così umane che ci avevano aperto il cuore e avvicinato spiritualmente a chi ci aveva scritto: non è del nostro amico o del nostro collega la mano che ha scritto parole così alate e commoventi, ma è quella di un prodotto tecnologico, generato da un ampissimo modello linguistico, potentissimo e fenomenale, ma privo di sentimenti e che ignora perché e a chi sta scrivendo.

Potersi formare un'idea di quanto sta succedendo e potrà accadere non è così immediato, e astenersi da valutazioni affrettate è forse velleitario. Di fatto quello che appare è che crediamo nell'inventiva umana e nelle innovazioni che hanno accompagnato l'evoluzione delle nostre società. Però, come sempre accade quando ci troviamo di fronte ad invenzioni così innovative potenzialmente in grado di alterare il modo in cui le relazioni umane nascono, si consolidano e fluiscono, ci mettiamo a riflettere su ciò che è più o meno giusto fare, ossia su come utilizzare tali innovazioni in relazione a quei caratteri che sono nostri, di esseri umani, sociali, creativi e liberi, di persone che non pensano a sostituire mai l'essere umano con la macchina.

L'intelligenza artificiale generativa è l'invenzione contemporanea che con ogni probabilità ha di fronte a sé un periodo di grande sviluppo e diffusione. Come in altri ambiti della tecnica, ci troveremo a utilizzarla con frequenza sempre maggiore nel condurre le nostre attività lavorative quotidiane, rendendo magari meno pesanti i lavori particolarmente ripetitivi e impiegando il tempo risparmiato per quanto è più vicino alla nostra umanità antica, la creatività, il divertimento, perché no? Quel poco di follia che riprendiamo dai nostri sogni.

È abbastanza condivisibile il fatto che l'intelligenza artificiale generativa rende più agevole l'elaborazione, la sintesi e l'analisi di dati, complessi o molto consistenti per quantità, e che facilita la loro comprensione orientando più coerentemente le nostre azioni future. Potremo tradurre, correggere, farci suggerire e anche completare i prospetti, i nostri scritti, il nostro lavoro. Sarà molto utile per impostare comunicazioni formali, lettere di business, commenti amministrativi, analisi statistiche e quel tipo di comunicazioni che potremmo definire "non guidate dal sentimento". Però è difficile pensare che uno strumento come questo, una sorta di robot che non vedremo mai piangere o commuoversi, ad esempio dinanzi ad un tramonto, un assistente personale sempre disponibile e capace, possa sostituirsi a noi per quanto scaturisce dal nostro cuore: a guidare la nostra penna resta il sentimento, l'emozione, l'intimità, l'amicizia.

Tutto è nella misura. Sul fregio del tempio di Apollo a Delfi è scritto: «Nulla di troppo». È una delle più grandi virtù etiche del grande popolo che fu quello dei greci antichi. Ed Hegel pensava che la quantità determinasse la qualità, come dire che, quando si va oltre l'armonia delle cose cambia la loro stessa natura utile: se sapremo utilizzare l'intelligenza artificiale con la misura che le compete, ne avremo benefici inimmaginabili, ma non dovremo eccedere.

Viene in mente, ad esempio, il tema del linguaggio. Secondo uno studio dell'illustre linguista Tullio De Mauro, nel 1976 i ragazzi ginnasiali possedevano un vocabolario di 1500 parole; per la stessa indagine, ripetuta venti anni dopo, quel vocabolario era ridotto a 640, ed oggi forse, tenuto conto dei telefonini e dei messaggi brevi, è diminuito ancora. E cosa potrebbe accadere se deleghiamo all'intelligenza artificiale il compito di scegliere le parole? Forse, indebolita la facoltà di generare parole, potrebbe risentirne lo stesso pensiero, una pietra angolare dell'umanità.

Ma tornando al tema, quando si elabora una lettera utilizzando l'AI appare amabile, magari, aggiungere un'espressione che dica "scritto insieme all'intelligenza artificiale". Una sorta di elegante e sincero contrassegno, che possa testimoniare il rispetto che abbiamo per le nostre controparti, e per l'etica del nostro agire, un modo umano per dare il giusto valore al nostro lavoro e pensiero. Un nostro scritto potrebbe, ad esempio, concludersi così:

"… Possa sempre il Creato illuminare il nostro cammino.

Vostro,

Brunello

Scritto insieme all'AI"

Brunello Cucinelli
Presidente del Consiglio di Amministrazione

PREMESSA

Il presente documento costituisce la **settima edizione della Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario**[1] (nel seguito anche "DNF") della società Brunello Cucinelli S.p.A. (nel seguito anche "Società", "Emittente", "Impresa", "Casa di Moda").

La DNF è redatta in conformità alle previsioni di cui agli articoli 3 e 4 del D. Lgs. 254/2016 (d'ora in avanti "Decreto") attuativo della Direttiva 2014/95/UE (c.d. "Direttiva Barnier"), e successive integrazioni, che disciplina l'obbligo di rendicontazione delle informazioni non finanziarie da parte delle organizzazioni di grandi dimensioni e di interesse pubblico al fine di assicurare, in modo trasparente e completo, la comprensione dell'attività dell'impresa, del suo andamento, dei suoi risultati, dei principali rischi generati o subiti (e relative modalità di gestione e opportunità derivanti), e dell'impatto dalla stessa prodotto, relativamente ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, considerati rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell'impresa.

Il contenuto esposto all'interno della DNF è relativo al periodo ricompreso tra il **1° gennaio 2023 e il 31 dicembre 2023**. Si fornisce altresì un raffronto con i dati relativi al precedente biennio (2021-2022). Sono inserite specifiche indicazioni nel testo nel caso in cui, per taluni dati, non sia possibile garantire una sufficiente comparabilità con gli esercizi precedenti.

Ai sensi dell'art. 2, comma 2, del Decreto, nel caso di enti di interesse pubblico che siano società madri di un gruppo di grandi dimensioni, quale è il gruppo facente capo alla Società (nel seguito anche il "Gruppo Brunello Cucinelli" o il "Gruppo"), la DNF deve essere redatta su base consolidata. Maggiori informazioni in merito al perimetro di rendicontazione della presente DNF sono riportate nell'*Addendum* (rif. Sezione *Nota metodologica*).

Secondo quanto previsto dall'art. 5, comma 3 del Decreto, sebbene la presente DNF costituisca elemento distinto rispetto alla "Relazione sulla Gestione" e alla Documentazione di Bilancio dell'Emittente al 31 dicembre 2023, essa è da considerarsi a integrazione di tali documenti.

La redazione della DNF è operata in conformità ai **GRI Standards** della *Global Reporting Initiative*, in allineamento alla versione più recente ad oggi disponibile[2]: Opzione "*In accordance with*". Maggiori dettagli rispetto alle specifiche informative rendicontate in materia ambientale, sociale, economica e di governance sono riportati nell'*Addendum* (rif. Sezione *Nota metodologica*).

All'interno del documento è inoltre data visibilità del contributo, diretto e indiretto, che il Gruppo può dare al raggiungimento dell'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite e ai relativi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (**SDGs**)[3], attraverso lo svolgimento delle proprie attività, la definizione di obiettivi strategici di breve, medio e lungo termine, e l'implementazione di iniziative e azioni a supporto degli stessi. L'individua-

1 La Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario è pubblicata nella sezione: Archivio Generale - "Dichiarazione non Finanziaria" del sito internet dell'Emittente: http://investor.brunellocucinelli.com/it.
2 GRI Universal Standards 2021 e GRI Topic Specific Standards 2016 e versioni successive.
3 Il 25 settembre 2015, i 193 Paesi Membri della Nazioni Unite hanno approvato all'unanimità l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile e i relativi 17 Obiettivi (Sustainable Development Goals – SDGs nell'acronimo inglese), articolati in 169 Target da raggiungere entro il 2030. L'Italia ha avuto un ruolo centrale nei negoziati e ha assunto impegni concreti per il perseguimento degli obiettivi internazionali. Data la portata della sfida, ogni attore, pubblico e privato, rispetto alla propria sfera di influenza e di azione, è chiamato ad agire.

zione degli SDGs prioritari per il Gruppo è stata effettuata tenendo conto della strategia e delle progettualità della Brunello Cucinelli, oltre che sulla base della **SDG Industry Matrix**[4] (settore "Consumer Goods") e dei GRI Standards[5] di cui è data copertura all'interno della DNF.

La DNF, in allineamento al GRI Standard 1 – Foundation, sia dal punto di vista dei contenuti che della qualità del documento, è elaborata tenendo conto dei **concetti chiave** di **impatto, temi materiali, due diligence** e **interesse degli stakeholder**. Allo stesso modo, la rendicontazione recepisce i seguenti **princìpi fondamentali**, in seguito dettagliati all'interno della *Nota metodologica* (rif. *Addendum*):
- *accuratezza;*
- *equilibrio;*
- *chiarezza;*
- *comparabilità;*
- *completezza;*
- *contesto di sostenibilità;*
- *tempestività;*
- *verificabilità.*

Si specifica inoltre che, con riferimento al processo di analisi di materialità, il presente documento conferma i risultati dell'analisi di materialità d'impatto con un esercizio di analisi delle possibili implicazioni della cosiddetta "materialità finanziaria"[6] (rif. Sezione *I temi che animano il nostro impegno* e *Addendum*).

La presente DNF è stata sottoposta a esame limitato, secondo quanto previsto dal principio *International Standard on Assurance Engagement* (ISAE 3000 Revised) da parte della società di revisione PricewaterhouseCoopers S.p.A.

La DNF 2023 riporta, infine, le evidenze emerse dalle analisi condotte dalla Società rispetto all'Articolo 8 del Regolamento UE 2020/852 del 18 giugno 2020 (Tassonomia UE) e dei Regolamenti Delegati 2021/2178 e 2021/2139. Quanto emerso, così come la descrizione del processo di definizione metodologica, è riportato nell'*Addendum*.

La *limited assurance*, coerentemente con le interpretazioni normative vigenti, non riguarda le informazioni e i dati afferenti alla Tassonomia UE ovvero le richieste dell'art. 8 del Regolamento UE 2020/852.

Guida alla lettura del documento

Il documento è stato elaborato, sulla base della medesima struttura organizzativa della DNF 2022, per assicurare massima coerenza con l'impostazione filosofica e valoriale del Gruppo.

Infatti, nell'articolare l'indice del documento abbiamo voluto rendere immediatamente percepibile il significato che la Casa di Moda dà alla sostenibilità, esplicitando le forme in cui l'Umana Sostenibilità si presenta.

4 L'SDG Index Matrix è stata sviluppata dal Global Compact delle Nazioni Unite in collaborazione con la società KPMG.
5 L'analisi è stata effettuata sulla base del documento "*Linking the SDGs and the GRI Standards*" (edizione 2022), pubblicato dal Global Compact delle Nazioni Unite, al fine di ricondurre in modo puntuale gli SDGs, e i relativi target, agli Standard GRI selezionati per la rendicontazione della DNF.
6 L'esame limitato svolto dalla società di revisione sul testo della Dichiarazione Non Finanziaria 2023 fa riferimento al D.Lgs 254/16 e allo standard GRI e le relative conclusioni non si estendono alle eventuali informazioni derivanti dalla cosiddetta "materialità finanziaria".

Il titolo di **ciascuno dei sei capitoli riprende uno dei precetti espressi all'interno del Decalogo** "**I Nostri Longevi Ideali di Vita e di Lavoro**"[7], a cui la gestione di tutte le attività dell'Azienda si ispira quotidianamente.

Ciascun capitolo **rappresenta così la connessione tra la singola declinazione dell'Umana Sostenibilità, i precetti del Decalogo e le tematiche materiali** ad esso assegnate.

In particolare, il capitolo introduttivo *Il Capitalismo Umanistico e l'Umana Sostenibilità* approfondisce le fondamenta e i princìpi chiave alla base del modello di impresa della Brunello Cucinelli, dando al lettore una chiave di lettura per la chiara comprensione delle scelte strategiche e delle attività del Gruppo dettagliate poi nelle successive sezioni.

Seguono **sei capitoli dedicati alla rendicontazione delle performance del Gruppo** con riferimento alle tematiche materiali oggetto della presente rendicontazione, ciascuno riconducibile a una delle forme dell'Umana Sostenibilità.

Questa dimensione del documento è ulteriormente messa in evidenza dall'inserimento delle seguenti opere d'arte all'inizio di ciascun capitolo:
- **Sostenibilità ambientale** - *Storie di S. Francesco: la predica agli uccelli*, Giotto, 1266-1336, Assisi, Scala Archives;
- **Sostenibilità economica** - *Allegoria del Buon Governo - particolare (Prudenza)*, Ambrogio Lorenzetti, 1285-1348 ca., Siena, Scala Archives;
- **Sostenibilità culturale** - *Uomo che sospende la lettura*, Parmigianino, 1529 ca., Vienna, Alamy Stock Photo;
- **Sostenibilità spirituale** - *Dante e Beatrice verso il cielo del sole*, Giovanni di Paolo (attribuito), metà XV secolo, CC BY;
- **Sostenibilità morale** - *Pagamento del tributo - particolare (gruppo di Cristo con gli apostoli)*, Masaccio, 1401-1428, Firenze, Scala Archives.
- **Sostenibilità tecnologica** - Leonardo da Vinci, James Passelwhite, 1835.

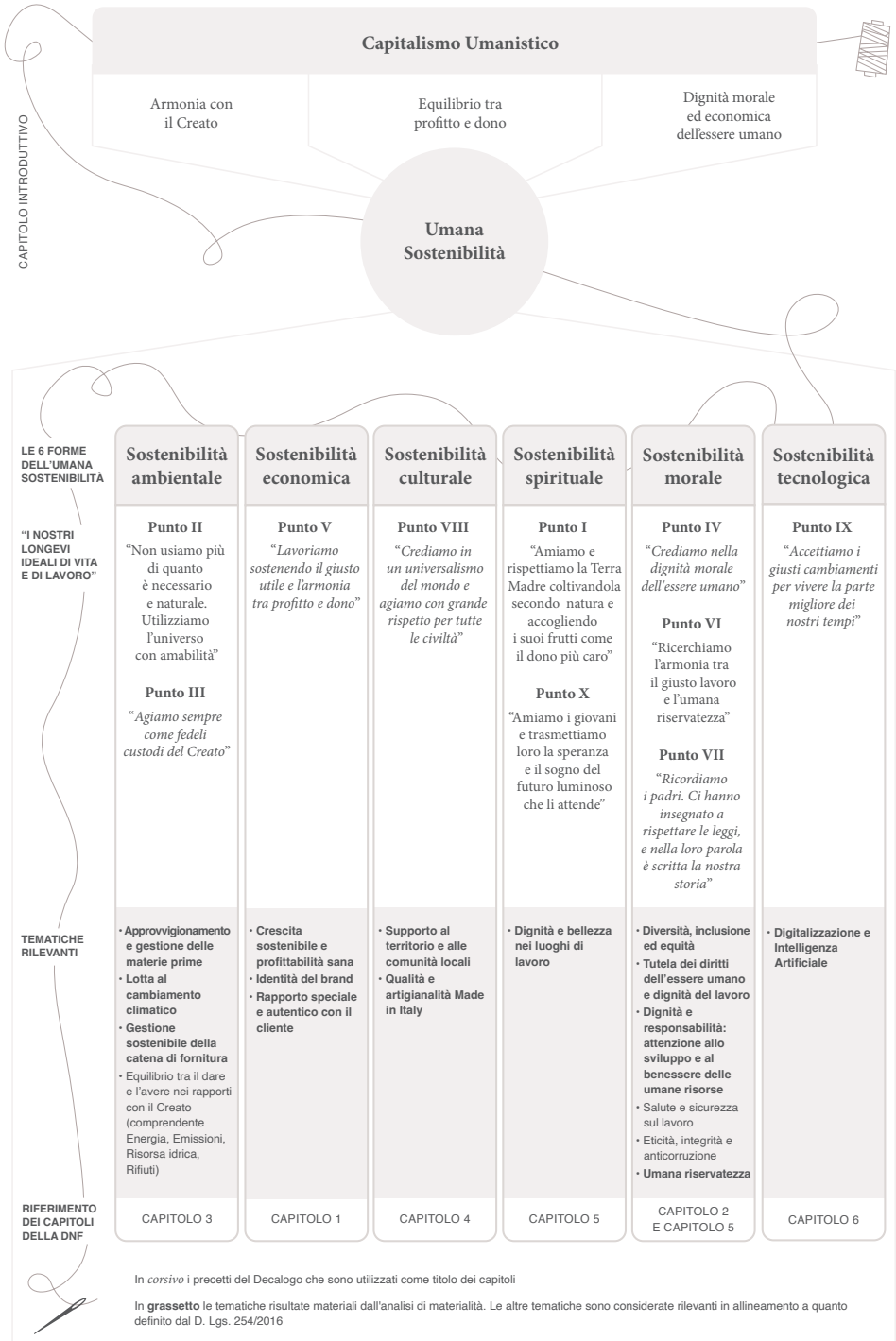
Sempre in apertura di capitolo è inserito inoltre il riferimento ai GRI Standards di cui è data copertura e, dove pertinente, agli SDGs cui il Gruppo può contribuire in maniera diretta o indiretta.

È infine integrato anche il nesso ai Dieci Princìpi del Global Compact delle Nazioni Unite.

La struttura del documento è sintetizzata nella figura che segue.

7 Nella figura 1 tale aspetto è indicato in corsivo.

Figura 1 - Struttura del documento



INTRODUZIONE. IL CAPITALISMO UMANISTICO E L'UMANA SOSTENIBILITÀ

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

2-23	**2-24**	**3-1**	**3-2**

LA NOSTRA IDEA DI CAPITALISMO UMANISTICO E UMANA SOSTENIBILITÀ

Ciò che intendiamo per **Capitalismo Umanistico** e **Umana Sostenibilità è l**'idea che l'impresa debba fare, sì, dei profitti, ma sapendo operare allo stesso tempo con **etica**, **dignità** e **morale**. Tali ideali trovano infatti fondamento nel concetto del **giusto profitto in equilibrio con il dono** e nel porre **al primo posto il rispetto verso le persone**, la loro dignità morale ed economica, **e verso il Creato**, con il quale ci impegniamo costantemente a vivere in armonia. Solo così il profitto, il dono, la custodia e la dignità della persona umana vivono nel **reciproco arricchimento**.

Per la nostra Casa di Moda l'Umana Sostenibilità è un luogo concreto dove l'ambiente, l'economia, la cultura e lo spirito possono convivere. Solo così, come affermato dal Presidente Brunello Cucinelli, «*si potrà avere un'azione sostenibile e completa, perché nonostante la tecnologia noi viviamo immersi nella natura, e come pensava Leibniz la natura "non fa salti", cioè i rapporti tra le cose sono di continuità e non di diversità*».

L'Umana Sostenibilità si compone pertanto di sei forme: **sostenibilità ambientale**, **sostenibilità economica**, **sostenibilità culturale**, **sostenibilità spirituale**, **sostenibilità morale** e **sostenibilità tecnologica**.

Le sei forme dell'Umana Sostenibilità

Lavoriamo costantemente al grande progetto "*Le condizioni universali di lavoro per l'essere umano e la nostra idea di bella fabbrica*" – al cui centro vi è la scrupolosa attenzione riservata ai luoghi e alle condizioni di lavoro (rif. Sezione *Le condizioni universali di lavoro per l'essere umano*) –, all'interno della nostra visione di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità, declinata nelle sei forme: ambientale, economica, culturale, spirituale, morale e tecnologica.

Di seguito è riportata la descrizione, con le parole del Presidente Brunello Cucinelli, delle sei forme dell'Umana Sostenibilità e dei concetti chiave attraverso i quali esse si realizzano nell'opera quotidiana del Gruppo.

Sostenibilità ambientale

«*Ogni giorno, nel tragitto che da casa mi porta al lavoro, passo attraverso il profumo dei campi, l'odore della legna che arde nei camini, accompagnato dal canto degli usignoli e dal quieto scorrere dell'acqua nel fiumicello Caina. Questa serenità, questa* ***moderazione****, questa provvidenza di vita campestre appare al mio animo come un simbolo amabile della sostenibilità ambientale. Penso a volte che tutto quello che noi oggi facciamo per un ambiente migliore, per il* ***contenimento del riscaldamento globale****, concentrando l'attenzione sulla* ***composizione dei materiali****, sulla* ***eliminazione di quelli nocivi****, sulle* ***discariche*** *e sul* ***controllo delle emissioni inquinanti****, sia per certi versi come la partenza ideale verso un mondo dove* ***si torni a rigenerare, a riutilizzare, a riparare, a recuperare****, cioè in altre parole ad* ***utilizzare i doni della Madre Terra secondo la regola naturale****, e questa è una cosa alla portata di tutti, un convincimento che è forse stato influenzato dalla prima parte della mia vita beata, trascorsa in campagna*».

Sostenibilità economica

«*Nella nostra Azienda, pensando a chi lavora con noi, facciamo così:* ***non timbriamo i cartellini*** *ma tutti rispettiamo con rigore l'orario;* ***non vogliamo che si resti connessi dopo il termine della giornata di lavoro e nel fine settimana****; vogliamo che gli* ***stipendi*** *siano* ***leggermente più elevati****; pensiamo che la pausa per il pranzo debba essere amabile come quella in famiglia; immergiamo i* ***luoghi di lavoro*** *nei giardini e nel paesaggio, che sono presenti ovunque grazie a grandi vetrate che rendono tutto visibile e attuale.*

Pensando all'azienda ci piace uno ***sviluppo garbato e costante****, e anche questo è un insegnamento che proviene dalla vita contadina, dove le grandi accelerazioni e i grandi raccolti non possono divenire regola perché così facendo verrebbe danneggiata la grande armonia della natura; la stessa natura ci insegna a non avere mai troppa paura degli eventi dolorosi, che spesso sono maestri, come diceva sant'Agostino, e di seguitare il passo regolare della nostra azione. Una tempesta di grandine non può interessare tutta la campagna, ma solo una parte; una crisi finanziaria non può durare tanto a lungo, quali che ne siano le cause. E proprio come Ulisse, basta tenere diritto il timone fino a quando non termina la tempesta, dopo la quale torna sempre il sole*».

Sostenibilità culturale

«*Quella grande parte della visione umana di tutti i tempi che è la filosofia ci offre uno scenario di pensiero spesso animato da idee molto diverse tra loro, e sono poche le cose sulle quali vi è un sostanziale identico modo di vedere; una di queste però è proprio il fatto che esiste un* ***forte legame tra la cultura e la salute dell'animo****. A Solomeo noi facciamo in modo che* ***la cultura*** *sia* ***alla portata di tutti****. È il nostro modo di contribuire a quella connessione fisica e spirituale senza la quale la cultura rimarrebbe un'isola sconosciuta quindi inutile all'umanità, e questo non ci piace. A Solomeo vi sono un Teatro, un'Accademia, una Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri e la Biblioteca Universale, che ora è in restauro, tutti luoghi liberamente aperti a chiunque, proprio per favorire quell'incontro di prossimità dal quale scocca la scintilla che fa fruttificare la cultura e la rende sostenibile rispetto all'animo umano*».

Sostenibilità spirituale

«Quasi ogni giorno, nel mirare lo spettacolo del Progetto per la Bellezza che si stende nella valle di Solomeo, rimango ammirato e commosso come fosse sempre la prima volta, e avverto subito il ***beneficio spirituale*** *di una tale esperienza. Mi piace pensare che c'****è*** *una sostenibilità della materia e una* ***sostenibilità dello spirito****. La prima è quella che abbiamo più in attenzione pratica, ed è giusto che sia così, perché mancare lo sguardo delle cose materiali non è accettabile. Ma al tempo stesso penso che i valori spirituali, anche se a volte li si nota di meno perché il rumore della vita vissuta li confonde, non sono però meno urgenti e meno importanti per la salute della persona umana, e per questo la loro sostenibilità la considero vitale come quella della materia.*

Quando al lavoro, da una finestra vedo in lontananza la grazia di un oliveto disegnato con garbo secondo la linea di tanti archi che si rincorrono, o ammiro un poggio contrappuntato da cipressi disposti regolarmente alla giusta distanza, o contemplo le curve gentili della vigna che seguono un'idea artistica, penso ammirato alla musica, che si alza in volo sulla regola matematica, e la mente va al mio stimato Pitagora, secondo il quale "il numero è la legge dell'universo". Quanti, artisti, letterati e filosofi, nella storia, non hanno posto l'accento su questo punto? Dal tempo di Platone, attraverso tutta la filosofia scolastica medioevale, e poi nell'Illuminismo, fino all'Idealismo, al Positivismo, all'Esistenzialismo e infine ai nostri giorni, l'utilità del contatto con qualcosa di bello, sia esso un quadro, un libro, o un paesaggio, è il seme dal quale nasce l'albero della ***sapienza****, di quella sapienza della quale la persona umana non può fare a meno per la sua migliore vita, allo stesso modo in cui la mia vita, il mio animo, e ne sono sicuro, l'animo di ognuno, migliora quando si è trattati con* ***rispetto*** *e* ***benevolenza****».*

Sostenibilità morale

«*Penso a quel meraviglioso libro del XV secolo intitolato* Elogio del mercante onorevole *scritto da Benedetto Cotrugli, uno di quegli spiriti universali che ho sempre riguardato come maestro, un piccolo manoscritto di importanza capitale dove egli afferma che ogni cosa andrebbe comprata e venduta al giusto prezzo. Cotrugli è certamente un mercante umanista, forse il primo in senso stretto, e in tal senso, rispetto alla storia, quasi un pacifico rivoluzionario, che proprio per questo ha ancora molto da dire al nostro tempo, specie quando tratta l'etica degli affari e asserisce la "volontà e desiderio d'acquistare roba con honore et senza ofendere Dio et lo proximo". Il suo manifesto intento di non recare danno alcuno né a Dio né al prossimo mi pare di una bellezza commovente, e con umiltà ho cercato di farlo mio nel lavoro di ogni giorno e nella cura del Creato.*

Ancora oggi, se sappiamo essere suoi eredi morali, sapremo che ***la produzione deve avere un giusto prezzo e un giusto profitto****. In un tempo non troppo lontano, l'evadere il fisco poteva essere da alcuni riguardato quasi come un'azione astuta, e a volte generava desiderio di imitazione. Oggi non è più così, le cose sembrano ben diverse.* ***Pagare le tasse è un valore, un dovere e al tempo stesso un atto di riguardo verso la società*** *della quale facciamo parte, verso il nostro prossimo. Proprio come è per il profitto, che va commensurato armonicamente. Come possono essere giustificati i profitti eccessivi? Io non ne desidero alcuno, e cerco ogni singolo giorno di* ***porre la massima attenzione a che il guadagno sia conforme alla moralità della mia attività imprenditoriale e all'alta qualità del mio prodotto****. Sono convinto che tale visione del mondo riecheggi in ogni persona umana e specialmente nei* ***giovani****, ai quali tanto dobbiamo e nei quali riponiamo ogni nostra speranza per il futuro radioso che ci attende. Oggi, con la* ***tecnologia****, tutti possono sapere tutto di ognuno, e la consapevolezza di un'azienda che fa giusti profitti, distribuendo il beneficio nell'equilibrio tra profitto e dono, crea un'atmosfera generale di fiducia, stima e di serenità*».

Sostenibilità tecnologica

«*Sono andato indietro nel tempo, e ho pensato a quando, già a partire dall'Umanesimo, ma anche molto prima, nei giardini dei nobili cinquecenteschi o nei palazzi dei sovrani orientali, venivano realizzati automi di leoni, di uccelli, di persone, mossi dall'acqua o da altri meccanismi interni, automi che potevano compiere azioni simili ai loro modelli vivi. In tutto questo il Rinascimento seppe coniugare la sapienza di Platone a quella di Archimede, perché sempre l'umanità del primo suggerì quali strade la tecnica del secondo avrebbe seguito per migliorare la vita dell'uomo: chi può dimenticare Leonardo da Vinci, Galileo? Fu dalle loro idee che dopo secoli vide la luce la macchina a vapore. Gli uomini del XIX secolo saranno stati smarriti nel veder*

sparire il carro a cavalli che li aveva accompagnati da quando l'umanità aveva memoria di sé stessa, ma seppero comprendere e utilizzare appropriatamente le nuove invenzioni. Oggi, che i prodotti della tecnologia contemporanea sono così straordinari da essere a volte meraviglia anche per i loro stessi creatori, penso che, come nel tempo andato, la nostra umanità sceglierà ogni più adeguata utilità della nuova scienza per migliorare la vita del Creato in ogni suo aspetto e governare l'innovazione tecnologica affinché non ci rubi l'anima che abbiamo ricevuto in dono. Due grandi menti del passato, Montaigne nel Rinascimento e Jacob Burckhardt nell'Ottocento, pensavano, quasi allo stesso modo, che la scienza è vana senza la guida della mente».

LONGEVI IDEALI DI VITA E LAVORO – I NOSTRI DECALOGHI

Le sei forme dell'Umana Sostenibilità sono legate ai **longevi ideali di vita e di lavoro**, espressione dei valori formalizzati in cinque decaloghi e sui quali abbiamo costruito la nostra idea di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità, indirizzando la nostra quotidianità e guidando le nostre azioni.

I Decaloghi parlano apertamente a tutti i nostri principali stakeholder; in particolare, alla nostra Terra Madre, alle nostre umane risorse e ai nostri stimati partner.

Il quinto Decalogo rappresenta i fini che vorremmo la nostra Impresa perseguisse, gli indirizzi filosofici secondo i quali ci piacerebbe venisse condotta la nostra azione umana ed imprenditoriale.

I Nostri Longevi Ideali di Vita e di Lavoro

*I. **Amiamo e rispettiamo la Terra Madre** coltivandola secondo natura e accogliendo i suoi frutti come il dono più caro.*

*II. **Non usiamo più di quanto** è **necessario e naturale**. Utilizziamo l'universo con amabilità.*

*III. Agiamo sempre come **fedeli e amorosi custodi del Creato**.*

*IV. Crediamo nella **dignità morale ed economica** dell'essere umano.*

*V. Lavoriamo sostenendo il **giusto utile** e l'**armonia tra profitto e dono**.*

*VI. Ricerchiamo l'**armonia tra il giusto lavoro e l'umana riservatezza**.*

*VII. Ricordiamo i padri. Ci hanno insegnato a **rispettare le leggi**, e nella loro parola è scritta la nostra storia.*

*VIII. Crediamo in un universalismo del mondo e agiamo con **grande rispetto per tutte le civiltà**.*

*IX. **Accettiamo i giusti cambiamenti** per vivere la parte migliore dei nostri tempi.*

*X. Amiamo i **giovani** e trasmettiamo loro la **speranza e il sogno del futuro** luminoso che li attende.*

La Nostra Terra Madre

I. *Abbiamo sempre ricercato un giusto profitto ottenuto con etica, dignità e morale, realizzando* ***manufatti di alta artigianalità che non recassero danni al Creato****, o perlomeno il meno possibile.*

II. *Sentiamo vivamente* ***la responsabilità di ciò che edifichiamo nel pianeta che ci ospita****. Per questo realizziamo le nostre fabbriche cercando sempre l'armonia con lo spirito dei luoghi, recuperando e adeguando vecchi opifici preesistenti e risparmiando la terra anziché consumarla ulteriormente.*

III. *Ciascun piano di* ***recupero delle nostre fabbriche*** *contiene sempre un progetto paesaggistico, un progetto architettonico, un progetto di manutenzione e un progetto per la loro durata nel tempo. Nessuna azione dell'uomo è accettabile se non è compatibile con la rigenerazione della terra.*

IV. *È un imperativo morale* ***usare le risorse del Creato seguendo le leggi antiche della natura****. Per questo abbiamo messo al centro del nostro progetto di vita e di lavoro il sano utilizzo delle acque e la grande importanza del loro recupero. Altrettanto facciamo per tutto quanto riguarda le altre risorse, utilizzandole con garbo e con la massima attenzione ai cambiamenti climatici.*

*V. In ogni parte del mondo gli antichi veneravano, ciascuno secondo le proprie tradizioni, la Terra Madre come divinità primaria. Il significato del suo valore non è diminuito con il trascorrere dei secoli, ed è per questo che **le nostre coltivazioni**, olio, vino, grano, frutta, sono **eseguite secondo natura**, e secondo natura i loro prodotti vengono utilizzati per preparare i cibi serviti nel ristorante della nostra mensa aziendale.*

*VI. Fin dai primi passi dell'Impresa abbiamo immaginato che **i nostri prodotti in cashmere fossero realizzati esclusivamente nello splendido Paese che è la nostra Italia**, e che in qualche maniera potessero essere lasciati in eredità. Volevamo quindi che fossero lavorati con cura in maniera artigianale, e che le materie prime fossero di elevatissima qualità.*

*VII. Dalle nostre madri abbiamo appreso che **l'arte della riparazione è il segno del valore delle cose**. John Ruskin diceva che dobbiamo necessariamente accettare la fine degli oggetti che utilizziamo, ma che dobbiamo fare tutto il possibile per prolungarne l'esistenza. Proprio questo è il dono della riparazione, e proprio per questo nella nostra Impresa un intero settore specifico è dedicato a tale attività.*

*VIII. Sempre dalla tradizione è sorta fin dall'origine della nostra Impresa la scelta primaria di **utilizzare per i nostri prodotti fibre naturali lavorate secondo natura**. Anche tale scelta, oltre quella della qualità, ci permette di risparmiare, per la nostra parte, il Creato.*

*IX. Ci piace agire quanto meglio possiamo a sostegno dei **produttori di materia prima per garantire loro la giusta dignità morale ed economica**, e ci teniamo a far sapere agli acquirenti dei nostri manufatti che abbiamo cercato costantemente di produrli nel rispetto di tutti coloro che con il lavoro hanno contribuito alla loro realizzazione.*

*X. Come a Pericle in Atene, anche a noi è stato insegnato «a rispettare i magistrati e le leggi, e a non dimenticare che dobbiamo proteggere coloro che ricevono offesa». E ci è stato anche insegnato «**a rispettare quelle leggi non scritte che risiedono nell'universale sentimento di ciò che è giusto e di ciò che è buon senso**».*

Ai Nostri Amabili Dipendenti

I. *Abbiamo sempre fatto in modo che i nostri **luoghi di lavoro** fossero **curati** e **accoglienti**, e che in essi fosse sempre possibile alzare gli occhi per guardare il cielo.*

II. *Da noi **tutti** osserviamo le **giuste ore** e gli **stessi tempi di lavoro**; ma il sabato e la domenica nessuno è connesso.*

III. *Abbiamo sempre fatto in modo che i **salari fossero un po' più alti per tutti, senza differenza alcuna**.*

IV. *Nella nostra Impresa vogliamo che tutti abbiano **pari opportunità**, nella costante consapevolezza del valore dei propri saperi.*

V. *Abbiamo dedicato **la massima cura ai sani rapporti di stima e fiducia** tra i lavoratori, che consideriamo **anime pensanti**.*

VI. *Crediamo nel grande **valore della cultura** come fattore di miglioramento dell'uomo. Per questo cerchiamo di incentivarla amabilmente.*

VII. *Siamo consapevoli che la trasmissione dei saperi sviluppi il genio del lavoro. Per questo a Solomeo abbiamo istituito la **Scuola di Arti e Mestieri**.*

VIII. *Se mai la nostra Impresa, come auspichiamo, durerà secoli, questo sarà anche grazie al **cambio generazionale** che abbiamo sempre curato nel tempo.*

IX. *È nostra abitudine **riunirci periodicamente nell'anno e parlare tra noi**, affinché tutti possano venire a conoscenza di come si evolve l'Impresa.*

X. *Non smettiamo mai di cercare nelle persone **l'istinto del genio**, e quando lo riconosciamo poniamo ogni cura per **valorizzarlo**.*

Ai Nostri Stimati Partner

*I. Ci piacerebbe che i vostri **luoghi di lavoro** fossero **accoglienti** e **amabili**.*

*II. Sarebbe bello che il **rapporto con i vostri collaboratori** continuasse ad essere **genuino** e **armonioso**.*

*III. Crediamo nel valore primario del **giusto salario**, **senza differenza alcuna**.*

*IV. Ci piacerebbe che, nei rapporti con la nostra Azienda, i vostri collaboratori fossero impegnati le **giuste ore lavorative**.*

*V. Sarebbe amabile se, un po' come facciamo da noi, operaste anche voi un **costante ricambio generazionale**.*

*VI. Riteniamo bello se in ogni vostra attività teneste sempre nel giusto conto il **rispetto e lo sviluppo del territorio**.*

*VII. Desideriamo vivamente che il nostro **atteggiamento** nei vostri riguardi continui ad essere sempre **leale e vero**.*

*VIII. Ci sembra amabile, come accade fra noi, che **si collabori in stretta connessione, consapevoli della piena e reciproca autonomia**.*

*IX. Saremmo felici di poter continuare **a sostenere insieme il pianeta** utilizzando le risorse del Creato secondo le leggi antiche della natura.*

*X. Ci piacerebbe **rinnovare ancora per molto la bella tradizione dei nostri incontri annuali**, dove parlando insieme del futuro e dei nostri progetti si rinnovi quell'amabile rapporto che ci lega ormai da tanto tempo.*

Longevità dell'Impresa

I. ***L'avidità non giova agli uomini*** *perché forza le regole della natura.*

II. ***L'arroganza non è profittevole****, in quanto non vive a lungo.*

III. Agiamo pensando di essere eterni: perciò ***costruiamo solidamente e custodiamo assiduamente*** *quanto abbiamo costruito.*

IV. Coltiviamo il ***talento*** *perché i suoi frutti sono il nutrimento della* ***creatività****.*

V. L'ambizione di formare e di istruire è l'unica che vale oltre i limiti individuali, perché ***ogni decisione deve essere presa insieme*** *e non da soli.*

VI. ***Un'impresa internazionale*** *appartiene a proprietari di livello internazionale.*

VII. I ***CEO*** *di un'impresa* ***debbono essere cambiati ogni 12-15 anni****.*

VIII. Se sapremo cambiare, sapremo ***reinventarci*** *così come la natura reinventa sé stessa.*

IX. Per un'impresa una ***liquidità sufficiente*** *è come il lievito madre che si conserva nella madia.*

X. Ogni dieci anni circa vi è una crisi, e ***dopo ogni crisi vi è una ricrescita****: così insegna la storia.*

RELAZIONI CON IL CREATO E TRA LE PERSONE

La nostra idea di Umana Sostenibilità si è definita e rafforzata nel corso degli anni attraverso le numerose attività realizzate con il fine ultimo di generare valore non soltanto per la Casa di Moda ma anche per la pluralità di stakeholder con cui interagiamo.

Tutte le iniziative portate avanti nel tempo sono ispirate al nostro modo di intendere l'Umana Sostenibilità dal punto di vista delle diverse declinazioni in cui si articola, e pertanto volte ad assicurare:
- la cura del Creato e il rispetto della nostra Terra Madre;
- la promozione e la diffusione dell'accesso alla cultura e la valorizzazione delle bellezze e tradizioni artistico-culturali locali;
- la riqualificazione del nostro territorio e delle periferie circostanti secondo l'ideale della "periferia amabile";
- la strutturazione di un sistema di governo societario orientato al rispetto delle Leggi, a una condotta responsabile e alla definizione delle attenzioni necessarie per far sì che l'Umana Sostenibilità sia non solo fondamento valoriale dell'Impresa ma anche inquadramento strategico nel breve, medio e lungo termine.

Figura 2: L'impegno per l'Umana Sostenibilità nel tempo

1978

- Nasce a Solomeo l'Impresa e con essa l'idea di ***Capitalismo Umanistico***

Inizio anni 2000

- **Creazione di nuovi spazi lavorativi**: nell'ottica del **recupero delle strutture in disuso** nella valle di Solomeo è stato acquistato e ristrutturato un opificio industriale già presente
- Attenta opera di **restauro del Borgo di Solomeo**, ispirata al **"genius loci"** per custodire luoghi e tradizioni

2010-2012

- 2010. Nascita della **Fondazione Brunello e Federica Cucinelli**
- 2012. Sigla dell'**accordo volontario con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare** per la *"promozione di progetti comuni finalizzati all'analisi, riduzione e neutralizzazione dell'impatto sul clima del settore della produzione tessile, maglieria & moda"*. Nell'ambito di questo accordo è stata realizzata un'analisi di **Carbon Footprint** del maglione basico da uomo in cashmere 100%.

2013-2017

- 2013. Nascita a Solomeo della **Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti ed i Mestieri***
- 2014. Avviati i lavori di **riqualificazione della periferia amabile** sottostante il Borgo di Solomeo – **"Progetto per la Bellezza"**, la cui presentazione ufficiale è avvenuta nel 2018*
- 2016. Utilizzo di **energia elettrica rinnovabile** per la sede di Solomeo
- 2017. Pubblicata la **prima DNF del Gruppo**

2021

- 2021. Adozione della **Policy Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato", della Policy "Diversità e Inclusione", della Policy "Umane relazioni" e della Policy di Risk Management**
- 2021. Primo **Piano di Sostenibilità "Il Tempo Nuovo"** 2019-2028
- 2021. Nasce il **Consiglio per il Capitalismo Umanistico e l'Umana Sostenibilità**
- 2021. Elaborata la **prima strategia emissiva del Gruppo al 2028**
- 2021. Adesione alla **Fashion Task Force** della Sustainable Markets Initiative
- 2021. **Eliminate le pellicce** dalle collezioni Brunello Cucinelli

2022-2023

- 2022. Secondo **Piano di Sostenibilità «In Armonia con il Creato»** 2022-2028
- 2022.Prima attività di **Stakeholder engagement diretto** con il coinvolgimento di un campione rappresentativo di: piccole imprese artigiane, comunità e territorio, umane risorse e comunità finanziaria.
- 2023. **Approvazione** dei **target di riduzione delle emissioni** previsti dalla Carbon Strategy del Gruppo da parte della **Science Based Targets Initiative** (SBTi);
- 2023. Seconda attività di **Stakeholder engagement diretto** con il coinvolgimento di un campione rappresentativo di: umane risorse, fornitori e clienti wholesale
- 2023. Adozione della **Policy di Sostenibilità Ambientale «Agiamo sempre come fedeli custodi del Creato»**

* Attività realizzata con il supporto della Fondazione Brunello e Federica Cucinelli

Il dettaglio delle attività realizzate nel corso dell'ultimo anno, oggetto della presente DNF, è approfondito all'interno della sezione *Umana Sostenibilità: le principali attività del 2023*.

I temi che animano il nostro impegno

Ragionare sui temi di sostenibilità prioritari per la Casa di Moda significa per noi innanzitutto tener conto dei suoi elementi interni fondanti così come delle evoluzioni del contesto di riferimento, incluse le istanze dei nostri stakeholder.

Pertanto anche nel 2023 abbiamo scelto di effettuare un aggiornamento dell'analisi di materialità, proseguendo lungo il percorso avviato nel 2022 in termini di:

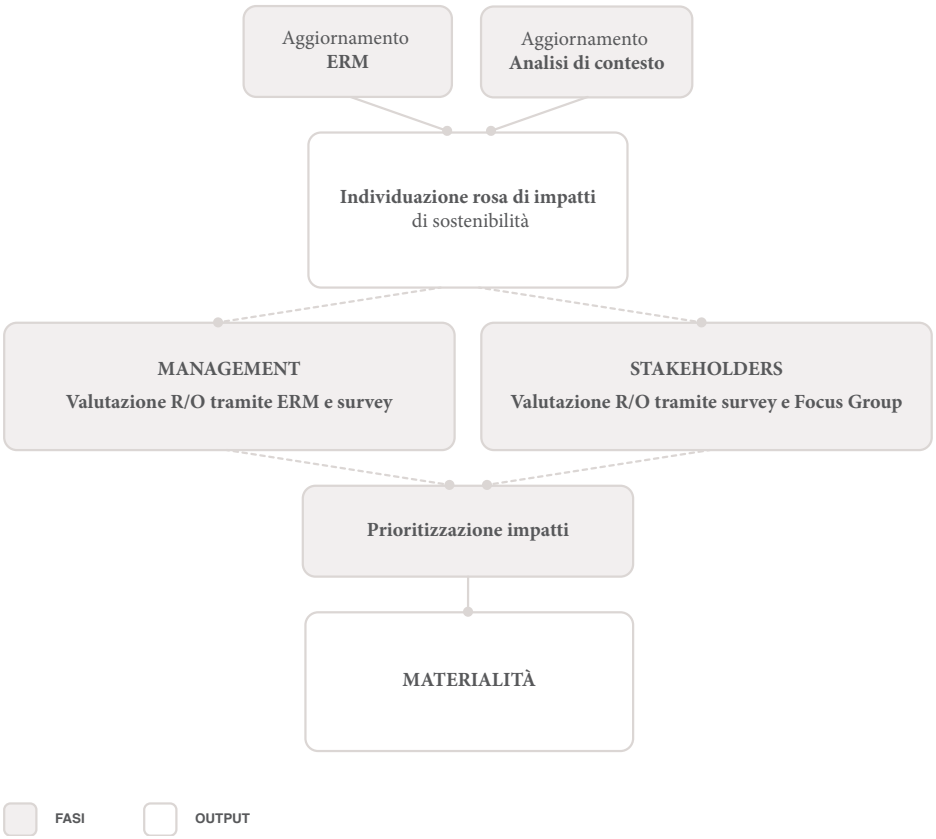
- **Coinvolgimento diretto di un gruppo di stakeholder prioritari**, tra cui le umane risorse, i clienti wholesale e i fornitori (rif. Sezione *Umane relazioni: il dialogo con gli stakeholder*), ai fini della valutazione della rilevanza strategica degli impatti di sostenibilità. La selezione è stata fatta in allineamento a quanto definito nella Policy Umane Relazioni (rif. Sezione *La Policy Umane Relazioni*);
- Svolgimento di un'attività di analisi di "**materialità finanziaria**"[8], al fine di determinare la rilevanza in termini di possibili effetti prodotti sui flussi di cassa attuali e futuri e in senso più ampio sul valore della Casa di Moda;
- **Rappresentazione tabellare dei risultati dell'analisi**.

Le fasi in cui si è articolata l'analisi di materialità e gli strumenti utilizzati sono riepilogati nella figura che segue (rif. Figura 3).

In particolare, successivamente ad una duplice fase di analisi del contesto ai fini dell'identificazione degli impatti potenzialmente rilevanti, lo svolgimento dell'analisi di materialità ha visto coinvolti **referenti** del management del Gruppo e un campione di **stakeholder selezionati** (maggiori dettagli nella sezione *Nota metodologica*).

8 Si veda la nota n.ro 6.

Figura 3 - Il processo seguito per l'analisi di materialità



Gli impatti, positivi e negativi, sono stati individuati a seguito di un'analisi del contesto interno ed esterno e sottoposti alla valutazione da parte del management e degli stakeholder. Si è proceduto in seguito a ricondurre gli impatti ai temi di sostenibilità corrispondenti, a loro volta raggruppati all'interno delle sei forme della Umana Sostenibilità.

Le tematiche emerse come potenzialmente rilevanti risultano in quasi totale continuità con quelle identificate nel 2022, fatta eccezione per la tematica "*Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale*" che è emersa per la prima volta come identificativa degli impatti correlati alla nuova forma della Sostenibilità Tecnologica.

Gli impatti sono quindi stati prioritizzati sulla base del livello di rilevanza assegnato da management e stakeholder, identificando così quelli risultati materiali.

I rischi e le opportunità oggetto di valutazione da parte del management e degli stakeholder sono stati individuati dalla Società in considerazione di un'apposita analisi di contesto e del processo annuale di Enterprise Risk Management (ERM). Una più approfondita descrizione del processo di individuazione degli impatti connessi alle tematiche di Umana Sostenibilità è riportata nella *Nota metodologica* (rif. *Addendum*).

Figura 4 – L'analisi di materialità 2023

Forme di sostenibilità	Temi di sostenibilità
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE	Approvvigionamento e gestione delle materie prime
	Lotta al cambiamento climatico
	Gestione sostenibile della catena di fornitura
	Equilibrio tra il dare e l'avere nei rapporti con il Creato
SOSTENIBILITÀ ECONIMICA	Crescita sostenibile e profittabilità sana
	Identità del brand
	Rapporto speciale e autentico con il cliente
SOSTENIBILITÀ CULTURALE	Supporto al territorio e alle comunità locali
	Qualità e artigianalità Made in Italy
SOSTENIBILITÀ SPIRITUALE	Dignità e bellezza dei luoghi di lavoro
SOSTENIBILITÀ TECNOLOGICA	Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale
SOSTENIBILITÀ MORALE	Diversità, Inclusione ed Equità
	Lotta al cambiamento climatico
	Tutela dei diritti dell'uomo e dignità del lavoro
	Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle umane risorse
	Umana Riservatezza
	Eticità, integrità e anticorruzione
	Salute e sicurezza sul lavoro

TEMI NON MATERIALI MA DA TRATTARE IN ALLINEAMENTO AI REQUISITI DEL D.LGS. 254/2016

TEMI MATERIALI

TEMA NON EMERSO COME MATERIALE DALL'ANALISI MA IDENTIFICATO COME TALE DA PARTE DEI CEO

Nella Figura 4 sono elencati i temi risultati materiali: spunti decisivi sono emersi durante la condivisione degli esiti dell'analisi di materialità con la direzione aziendale, nello specifico con gli Amministratori Delegati (CEO) della Società che, dopo averli validati, hanno espresso la decisione di considerare come materiali anche le tematiche "*Approvvigionamento e Gestione delle Materie Prime*", "*Lotta al cambiamento climatico*", "*Crescita sostenibile e profittabilità sana*", "*Diversità, Inclusione ed Equità*" e "*Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle umane risorse*", che pur non avendo ottenuto un punteggio pari o maggiore alla soglia di materialità, rivestono un'importanza strategica per il Gruppo.

Riteniamo inoltre opportuno trattare all'interno della presente DNF, in allineamento a quanto previsto dal D. Lgs. 254/2016, le seguenti ulteriori tematiche: "*Equilibrio tra il dare e l'avere nei rapporti con il Creato*" (comprendente gli aspetti afferenti alle matrici ambientali energia, emissioni, risorsa idrica e rifiuti); "*Eticità, integrità e anticorruzione*"; "*Salute e sicurezza sul lavoro*".

"*Dignità e bellezza dei luoghi di lavoro*" è il tema che ha ricevuto la valutazione nettamente superiore, rendendo la Sostenibilità Spirituale quella percepita come maggiormente rilevante, nello specifico in relazione agli impatti positivi. Per la Sostenibilità Morale risulta materiale un tema connesso sia a impatti negativi sia positivi, "*Tutela dei diritti dell'uomo e dignità del lavoro*", a cui si aggiungono "*Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle risorse umane*" e "*Diversità, Inclusione ed Equità*". "*Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale*" è un tema valutato per la prima volta dalla Casa di Moda ed emerso come materiale. "*Identità del Brand*" risulta materiale per la Sostenibilità Economica in riferimento a impatti positivi e negativi, mentre "*Rapporto speciale e autentico con il cliente*" con particolare riferimento agli impatti positivi. Per la Sostenibilità Ambientale "*Gestione sostenibile della catena di fornitura*" deriva la propria significatività a partire dagli impatti negativi. Infine, "*Qualità e artigianalità del Made in Italy*" emerge come materiale per le potenzialità di valorizzazione del brand grazie a una maggiore occupazione e sviluppo locale.

Di seguito è raffigurato il collegamento tra le tematiche materiali e la possibilità per il Gruppo di contribuire al raggiungimento degli SDGs in maniera **diretta**, ovvero quegli SDGs sui quali il contributo del Gruppo deriva direttamente dalle azioni implementate o supportate, o **indiretta** attraverso la collaborazione con gli attori della propria catena del valore o in qualità di effetti secondari generati a partire dall'implementazione delle proprie attività e iniziative.

Figura 5 - Le tematiche materiali e il contributo agli SDGs

		3	4	5	8	10	11	12	13	15	16
	INCIDENZA DIRETTA / INCIDENZA INDIRETTA										
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE	Approvvigionamento e gestione delle materie prime							◎	◎	◎	
	Lotta al cambiamento climatico								◎	◎	
	Gestione sostenibile della catena di fornitura				◎			◎	◎	⊙	◎
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA	Crescita sostenibile e profittabilità sana				◎						
	Identità del brand				◎						
	Rapporto speciale e autentico con il cliente							◎			
SOSTENIBILITÀ CULTURALE	Supporto al territorio e alle comunità locali				◎		◎			◎	
	Qualità e artigianalità Made in Italy				◎			◎			◎
SOSTENIBILITÀ SPIRITUALE	Dignità e bellezza nei luoghi di lavoro	⊙			◎	◎					
SOSTENIBILITÀ MORALE	Diversità e Inclusione		⊙	◎	◎	◎					
	Tutela dei diritti dell'essere umano e dignità del lavoro		⊙	◎	◎	◎					
	Umana Riservatezza										◎
	Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle umane risorse	◎	⊙	⊙	◎	⊙					⊙
SOSTENIBILITÀ TECNOLOGICA	Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙					⊙

Il Piano di Sostenibilità "In Armonia con il Creato" (2022-2028)

Nel marzo del 2021 il Consiglio di Amministrazione della Società aveva approvato il primo Piano strategico di Sostenibilità del Gruppo, intitolato "Il Tempo Nuovo", contenente obiettivi di natura qualitativa, in allineamento e a supporto del piano industriale decennale 2019-2028.

Il Piano ha consentito di formulare e formalizzare gli obiettivi del Gruppo in ambito di sostenibilità ambientale, sociale, economica e di governance declinandoli attraverso i temi quali l'**armonia con il Creato**, l'**equilibrio tra profitto e dono** e la **dignità morale ed economica dell'essere umano**, in continuità e coerenza con i pilastri della Policy di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato" (rif. Sezione *Governance della sostenibilità*).

Nel corso dell'esercizio 2022 si è provveduto ad aggiornare il Piano strategico di Sostenibilità attraverso il **nuovo Piano di Sostenibilità 2022-2028** della Casa di Moda, intitolato "**In Armonia con il Creato**", approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 6 dicembre 2022 insieme al piano industriale della Società. Tale seconda edizione ci ha permesso di passare da un Piano esclusivamente qualitativo a un Piano strategico di Sostenibilità **costruito sulla base di obiettivi e target quali-quantitativi** di breve, medio e lungo periodo.

La finalità del Piano "In Armonia con il Creato" è quella di proseguire nella definizione degli **obiettivi strategici in ambito di Umana Sostenibilità**, tenendo conto del contesto in cui la Casa di Moda opera, delle richieste dei principali stakeholder, delle progettualità già avviate nei diversi ambiti dell'Umana Sostenibilità e della cornice programmatica definita dall'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite** e dai correlati **SDGs**.

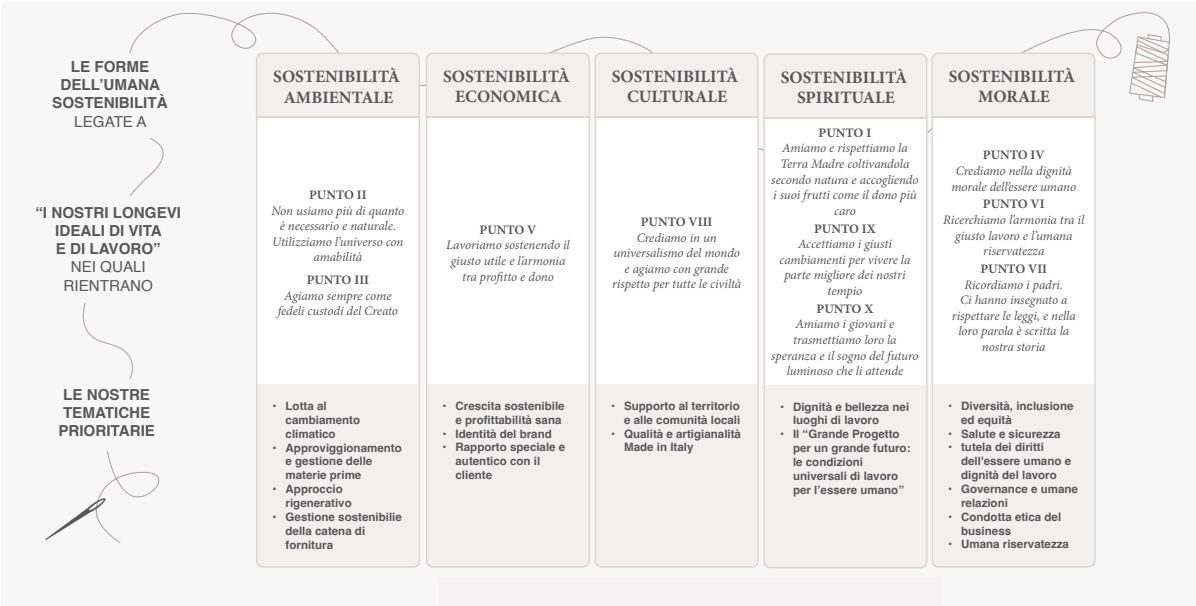
Il **Piano di Sostenibilità** "**In Armonia con il Creato**" **(2022-2028)** è organizzato in **5 pilastri** (rif. Figura 6) che rappresentano cinque forme dell'Umana Sostenibilità[9] – ambientale, economica, spirituale, culturale e morale –, mettendo in luce la **naturale sinergia tra esse**.

9 La forma della Sostenibilità Tecnologica è stata formalizzata nel 2023, per tale ragione non è inclusa nel Piano di Sostenibilità, approvato nel 2022.

Ad ognuna si ricollegano **uno o più precetti del Decalogo** "***I Nostri Longevi Ideali di Vita e di Lavoro***" che definiscono l'obiettivo ultimo che il Gruppo si pone con riferimento ad ogni pilastro e che ci piace considerare come il «***faro che ci illumina***» nel raggiungimento degli obiettivi e dei target quali-quantitativi definiti in orizzonte di breve, medio e lungo termine.

In coerenza con il Decalogo "*I Nostri Longevi Ideali di Vita e di Lavoro*" abbiamo individuato le **tematiche prioritarie** attraverso le quali intendiamo dare risposta alle principali sfide che caratterizzano oggi il settore della moda e del lusso. Lo scopo è quello di trasformare così possibili elementi di rischio in nuove opportunità per il nostro business, per la società e il nostro pianeta.

Figura 6 - La struttura del Piano di Sostenibilità "In Armonia con il Creato" (2022-2028)[10]



Ogni pilastro è accompagnato dagli SDGs per noi prioritari, rispetto ai quali riteniamo di poter dare un contributo – diretto o indiretto – significativo. In particolare:

- Sostenibilità ambientale: SDGs 8, 12, 13, 15 e 16
- Sostenibilità economica: SDG 8 e 12
- Sostenibilità culturale: SDGs 8, 11, 12, 15 e 16
- Sostenibilità spirituale: SDGs 3, 8 e 10
- Sostenibilità morale: SDGs 3, 4, 5, 8, 10 e 16

10 Come nota precedente.

Il raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità sarà frutto di un **impegno condiviso** internamente al Gruppo – con riferimento agli organi di governo aziendale per la definizione degli indirizzi strategici e a livello delle singole funzioni aziendali per l'attuazione delle azioni necessarie al compimento degli obiettivi prefissati –, ma anche attraverso la costante interazione e collaborazione con i nostri principali stakeholder.

Sono di seguito riportati alcuni dei principali impegni presi a breve, medio e lungo termine (rif. Figura 7).

Figura 7 - Alcuni degli impegni presi nel nuovo Piano di Sostenibilità[11]

LE FORME DELL'UMANA SOSTENIBILITÀ	I PRINCIPALI IMPEGNI PRESI
Sostenibilità ambientale	Piano pluriennale di riduzione delle emissioni di CO_2 dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2 e 3), coerentemente con i princìpi della Science Based Targets Initiative (SBTi)
	Progressiva sostituzione del parco auto aziendale con veicoli full electric e ibridi
	Mappatura tramite dati primari dell'impatto ambientale dei fornitori di materia prima
	Costruzione del nuovo polo produttivo nei pressi di Solomeo secondo i princìpi e le linee guida della certificazione LEED®
Sostenibilità economica	Formazione al management aziendale su tematiche di sostenibilità legate al prodotto e alle materie prime
Sostenibilità culturale	Incremento dei corsi offerti e del relativo numero di partecipanti alla Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri
Sostenibilità spirituale	Sviluppo del progetto "Abbellimento dei luoghi di lavoro" dei façonisti
Sostenibilità morale	Formazione manageriale per giovani talenti delle principali aree aziendali nell'ambito del "Patto Generazionale"
	Estensione dell'attività di stakeholder engagement diretto alla totalità degli stakeholder del Gruppo
	Estensione della formazione non obbligatoria in materia di ergonomia e fisioterapia a tutte le funzioni potenzialmente a rischio

11 Come nota precedente.

Il Piano di Sostenibilità è sottoposto ad **annuale monitoraggio**, i cui esiti sono presentati e discussi nel corso delle riunioni del CdA della Società, previo esame da parte del Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico (rif. Sezione *Governance della sostenibilità*). Riteniamo fondamentale la condivisione di feedback sia internamente che esternamente nel dialogo con i nostri stakeholder prioritari. Per questo, il monitoraggio dello stato di avanzamento del Piano sarà anche supportato dalla raccolta degli input emersi durante il normale dialogo tra le funzioni e i propri stakeholder di riferimento e le giornate di engagement che saranno organizzate.

L'**aggiornamento** del Piano, in termini di ridefinizione dei relativi obiettivi e target, è invece previsto con **cadenza biennale**.

I progressi conseguiti nel raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità vengono di seguito riepilogati:
- Avvio del progetto di mappatura dell'impatto ambientale dei fornitori di materia prima;
- Completamento dell'analisi di valutazione dell'impatto generato dall'intervento della Casa di Moda tramite la realizzazione di iniziative a supporto del territorio e delle comunità locali, attraverso l'applicazione della metodologia del Social Return on Investment (SROI);
- Avvio del progetto "Abbellimento dei luoghi di lavoro" dei façonisti;
- Prosecuzione della formazione non obbligatoria in materia di ergonomia e fisioterapia per le funzioni coinvolte in attività potenzialmente a rischio;
- Formazione manageriale per giovani talenti delle principali aree aziendali nell'ambito del "Patto Generazionale";
- Studio e definizione dell'attività di formazione e sensibilizzazione interna dedicata a tutte le umane risorse, in materia di Umana Sostenibilità;
- Completamento degli audit/assessment presso le *Region* estere Cina, America e parte dell'Europa;
- Estensione dell'attività di stakeholder engagement ad un secondo cluster di stakeholder prioritari.

Umana Sostenibilità: le principali attività del 2023

Il 2023 è stato un anno durante il quale abbiamo potuto cogliere molteplici opportunità nei diversi ambiti dell'Umana Sostenibilità, trasformandole in progetti e iniziative volte al continuo miglioramento del nostro impatto nei confronti del pianeta e delle persone.

Sostenibilità ambientale

- **Approvazione dei target di riduzione delle emissioni previsti dalla Carbon Strategy** del Gruppo da parte della Science Based Targets Initiative (SBTi);
- Svolgimento per le annualità 2022 e 2023 dell'**inventario delle emissioni di Greenhouse Gas (GHG) – gas ad effetto serra – del Gruppo**, sottoposto a Limited Assurance di parte terza, al fine di misurare le emissioni di CO_2 eq dirette e indirette – Scope 1, 2 e 3;
- Compilazione del **Questionario CDP (Carbon Disclosure Project) Climate Change 2023**, con miglioramento dello score ad **A- *"Leadership"*** e, per la prima volta, del **Questionario CDP Water Security 2023** con conseguimento dello score **B- "*Management*"**;
- Rafforzamento dell'engagement con le **piccole imprese artigiane** per l'affinamento della **raccolta annuale dei relativi consumi energetici e delle connesse emissioni di CO2**;
- **Proseguimento del progetto di sostituzione del parco auto** con mezzi a minor impatto ambientale (full electric e ibridi);
- Sostegno al progetto "**Himalaya Regenerative Fashion Living Lab**", nell'ambito della Fashion Task Force della Sustainable Markets Initiative fondata dal Re Carlo III d'Inghilterra;
- Avanzamento dei lavori di costruzione del **nuovo impianto produttivo nei pressi di Solomeo**, in allineamento ai principi e alle linee guida della certificazione LEED®;
- Avvio dei lavori di costruzione del **nuovo impianto produttivo a Penne, in Abruzzo**, in allineamento ai principi e alle linee guida della certificazione LEED®;

- Implementazione dei software "**Warehouse Management System**" (WMS) **e** "**Transportation Management System**" (TMS), per una maggiore ottimizzazione dei processi di logistica e distribuzione;
- Raggiungimento del target di **100% di cartone** riciclato utilizzato per il packaging di spedizione dei "**capi stesi**", in continuità con quanto fatto nel 2022;
- Avvio del progetto "**Gestione diretta dello smaltimento degli sfridi di produzione**", in collaborazione con i laboratori artigiani coinvolti nelle fasi di taglio e ciclo completo;
- Avvio del progetto "**Mappatura Supply Chain/Digital ID**" finalizzato ad una valutazione e misurazione dei reali impatti della filiera produttiva tramite assessment di tipo quali-quantitativo;
- **Approvazione della Policy Ambientale**.

Sostenibilità economica

- **3.439 capi riparati** (+6% rispetto al 2022) nell'ambito di servizio di riparazione capi offerto ai nostri clienti**.**

Sostenibilità culturale

- **Consolidamento dei corsi offerti dalla Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri di Solomeo;**
- **Proseguimento del progetto di misurazione dell'impatto sociale generato** dalle attività realizzate a supporto del territorio tramite l'utilizzo del framework di valutazione del **Social Return on Investment (SROI)**;
- **Restauro** dell'**acquedotto medievale di Perugia;**
- **Recupero** del Borgo di **Castelluccio di Norcia.**

Sostenibilità spirituale

– Avvio del **Progetto** "**Abbellimento dei luoghi di lavoro**" dedicato ai laboratori delle piccole imprese artigiane.

Sostenibilità morale

- **Rinnovo del Consiglio di Amministrazione** in ossequio alle raccomandazioni di Borsa Italiana;
- Svolgimento di **attività di engagement diretto** con un secondo cluster di stakeholder prioritari (fornitori di materia prima; clienti wholesale; umane risorse) nell'ambito del piano di stakeholder engagement del Gruppo e in continuità con le attività avviate lo scorso anno;
- Sviluppo dell'esercizio interno di "**materialità finanziaria**" del Gruppo[12];
- **Estensione dell'ERM Framework** alla controllata cinese e consolidamento della metodologia per l'analisi integrata dei rischi ESG;
- **Sanity check dei rischi strategici 2024**;
- Aggiornamento della **Procedura di Whistleblowing;**
- Prosecuzione del progetto "**Compliance Data Protection**" di Gruppo;
- **Sviluppo del progetto "Incident rapid response**" relativo alla gestione delle violazioni dei dati personali a livello worldwide;
- **Formazione in tema Diversità e Inclusione (D&I)**, tramite la piattaforma Sympo e tramite workshops in presenza**;**
- Prosecuzione della **formazione non obbligatoria** in ambito **di salute e sicurezza sul lavoro**, realizzata *ad hoc* per specifiche funzioni coinvolte in attività potenzialmente a rischio.

12 Si veda la nota n.ro 6.

Sostenibilità tecnologica

- Avvio del **progetto NFTaste,** volto a rendere il prodotto uno strumento di comunicazione con il cliente intorno allo stile e al mondo Brunello Cucinelli;
- Avvio della fase di definizione del **programma "Alveare Digitale" finalizzato alla trasformazione dei processi e dei sistemi informativi aziendali**;
- **Partnership** con Styleit: acceleratore digitale per l'individuazione e la selezione di start up in tema di manifattura digitale.

CAPITOLO 1. SOSTENIBILITÀ ECONOMICA
LAVORIAMO SOSTENENDO IL GIUSTO UTILE E L'ARMONIA TRA PROFITTO E DONO

Sostenibilità economica - *Allegoria del Buon Governo - particolare (Prudenza), Ambrogio Lorenzetti, 1285-1348 ca., Siena, Scala Archives*

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

2-1	**2-6**	**3-3**	**201-1**

IL MODELLO D'IMPRESA E LA CATENA DEL VALORE

Eccellenza, artigianalità e manualità Made in Italy, esclusività, Lifestyle, contemporaneità e costante ricerca creativa sono i pilastri dell'identità aziendale e della nostra Casa di Moda.

Dall'approvvigionamento di materie prime di altissima qualità alla continua ricerca di equilibrio tra tradizione artigiana e innovazione, sviluppiamo la nostra proposta *prêt-à-porter*, simbolo di un autentico Made in Italy e apprezzata dai nostri clienti quale espressione di una forma di "*lifestyle contemporaneo*".

La **dignità del profitto**, la **valorizzazione della tradizione e dell'identità del territorio**, il **progetto di sviluppo e crescita garbato e costante** sono gli elementi valoriali che caratterizzano il brand e che ispirano il processo di produzione dei manufatti in ogni sua fase.

Il gusto chiaro e distintivo per cui siamo riconosciuti e i valori dell'alto artigianato e della dignità del lavoro manuale, nel segno del genio italiano e dei valori del Capitalismo Umanistico e dell'Umana Sostenibilità che caratterizzano la nostra Casa di Moda fin dalle sue origini, sono stati premiati nel 2023 attraverso l'assegnazione di due prestigiosi riconoscimenti: il "**Neiman Marcus Fashion Award for Distinguished Service in the field of Fashion**"[13], che rende merito alle figure che nel mondo hanno maggiormente influenzato la Moda, e il "**Designer of the Year**" assegnato dall'edizione cinese della celebre rivista di moda maschile GQ China.

I prestigiosi riconoscimenti ottenuti nell'anno

Nella splendida cornice del ristorante Girafe in Place du Trocadero, il nostro Presidente ha ricevuto il prestigioso riconoscimento internazionale "Neiman Marcus Award for Distinguished Service in the Field of Fashion 2023". Per la nostra Società è un grande onore venire riconosciuti come un'azienda profondamente **radicata nei valori del Made in Italy e dell'eccellenza italiana,** che possa ispirare con i concetti di **Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità.**

Riportiamo le sentite parole del Presidente: *"Sono immensamente grato ai miei stimatissimi Geoffroy van Raemdonck e Lana Todorovich, che in questo particolare momento hanno l'onore di rappresentare Neiman Marcus, una delle più alte espressioni della moda e del lusso nel mondo, ma anche un'icona di lifestyle ed eleganza. Desidero inoltre ringraziare tutte le persone di Neiman che ho ammirato durante i nostri vent'anni di collaborazione come persone di grande umanità, oltre ad apprezzarle come professionisti davvero speciali. Mi sento particolarmente onorato e mi piace pensare a questo premio come un alto riconoscimento che rende merito alla gente di Solomeo, alle mani creative del migliore artigianato italiano che – con la loro dedizione quotidiana – hanno costruito 'Il Sogno di Solomeo' insieme alla mia famiglia e a tutti i miei collaboratori. Nel nostro lavoro, come nella vita, abbiamo sempre cercato di ispirarci ai valori del Capitalismo Umanistico, legati alla Sostenibilità Umana, nel rispetto di tutti gli esseri umani e in armonia con l'intero Creato. Grazie, grazie mille".*

Un ulteriore riconoscimento ricevuto nel 2023 è il prestigioso premio "**Designer dell'Anno 2023"** dalla rinomata rivista di moda maschile GQ China.

Brunello Cucinelli è stato premiato dalla famosa modella cinese He Cong e da Roger Lynch, Amministratore Delegato Globale di Condé Nast, per "essersi distinto come trendsetter nella moda e nello stile di vita".

13 Istituito nel 1938 da Carrie Marcus Neiman e Stanley Marcus.

Si tratta di un ulteriore riconoscimento molto importante per i valori dell'alta artigianalità e della dignità del lavoro manuale, nel nome del genio italiano e dei principi del Capitalismo Umanistico e della Sostenibilità Umana, che contraddistinguono la nostra Casa di Moda.

Brunello Cucinelli ha così commentato:

"Con vivo sentimento ringrazio tutto il team di GQ, a partire da Roger Lynch, Will Welch, Gill Zhou e Rocco Liu. Quelli appena trascorsi sono stati due anni molto speciali per la vita della nostra Casa di Moda, anni illuminati da eventi commoventi come l'invito a parlare ai grandi della Terra in occasione del G20 dedicato ai problemi del Clima e da illustri premi come quello ricevuto a Londra da British GQ nel 2021 e il Neiman Marcus Fashion Award ricevuto a Parigi lo scorso marzo; ma una grande commozione è quella che tocca oggi il mio cuore per questo formidabile premio della Rivista GQ China, che mi onora sia per la motivazione di "creatore di tendenze nella moda e nel Lifestyle" sia perché proviene da una terra da me molto stimata. Dedico questo premio a tutti i giovani dell'umanità, e a loro dico: mi raccomando, sentitevi sentinelle del creato! Non volgete le spalle alla povertà, ritrovate un giusto equilibrio tra la vita e il lavoro, tra la mente, l'anima e il corpo. Abbiate un moderato rapporto con le giuste ore di connessione, perché potrebbe rubarci l'anima che il creato ci ha dato. E come mio padre disse a me per tanto tempo, vi esorto ad essere persone per bene, modulando armonicamente tra il profitto e il dono. Sorridete alla vita! Quando l'animo è pesante, quando qualcosa non vi riesce, quando qualcuno vi umilia uscite all'aperto e volgete gli occhi al cielo e alle stelle e tutto si riequilibrerà. Un antico proverbio cinese di 2500 anni fa ci dice: "se vuoi il raccolto a un anno, coltiva il riso: se vuoi un raccolto a dieci anni, pianta il melo; ma se vuoi un risultato a cento anni, allora educa l'umanità". Ho sempre seguito queste parole».

La realizzazione delle collezioni di abbigliamento, accessori e prodotti di lifestyle a marchio Brunello Cucinelli coinvolge, al contempo, molteplici soggetti interni ed esterni alla Casa di Moda che concorrono alla creazione del valore derivante dall'implementazione del nostro modello imprenditoriale, di seguito raffigurato (rif. Figura 8).

Figura 8 - Il nostro modello d'impresa

Lo sviluppo delle collezioni ha inizio con la fase di **creatività** (1)[14], che ha avvio con lo svolgimento di analisi di mercato e la ricerca di nuove tendenze da parte degli addetti dell'Ufficio Stile e Design – un team creativo composto da oltre 60 persone che collaborano giornalmente con oltre 100 sarti, per le collezioni uomo, donna e bambino. Durante il processo creativo vengono definiti gli stili delle collezioni, i disegni dei manufatti e la scelta dei materiali in linea con standard di qualità e sostenibilità.

Una volta approvati dall'Ufficio Stile e Design, i modelli ideati vengono trasmessi al Dipartimento Prototipia, interno alla Società e sede del lavoro altamente specializzato di più di 100 maestri e tecnici, figure altamente specializzate che custodiscono e tramandano i saperi, cercando di coniugare innovazione, creatività e manualità. La presenza di tale dipartimento permette di produrre internamente un numero molto elevato di prototipi. Si specifica che, con riferimento agli accessori, la realizzazione dei prototipi è eseguita da laboratori artigiani terzi (piccole imprese artigiane) a cui la Società affida i modelli da essa approvati, nel caso degli accessori in pelle (scarpe e borse) unitamente anche ai campioni di pellame con le relative tonalità da utilizzare.

L'insieme dei prototipi validati costituisce la base per lo **sviluppo del campionario delle collezioni** (2), presentato sia internamente, sia ad **eventi e manifestazioni di settore** (3), quali Pitti Uomo a Firenze e la Milano Fashion Week.

La presentazione delle collezioni è seguita dalla **raccolta ordini** (3) nei nostri showroom di tutto il mondo e dal **completamento dell'approvvigionamento delle materie prime** (4), nella consapevolezza di voler offrire capi pregiati e preziosi, sempre nel rispetto delle condizioni ambientali e sociali del territorio in cui la materia prima è reperita. La qualità delle materie prime è verificata attraverso attenti controlli in collaborazione con i fornitori, principalmente italiani (rif. Capitolo 3).

Seguono **le lavorazioni e la produzione dei manufatti** (5), caratterizzati da una componente altissima di manualità che abbiamo stimato essere pari al 52% circa, che vengono eseguite esclusivamente in Italia – prevalentemente in Umbria e in selezionati distretti produttivi di riferimento – presso i laboratori delle piccole imprese artigiane, di comprovata affidabilità e altamente specializzati anche in singole lavorazioni (rif. Capitolo 4).

L'intero processo produttivo è caratterizzato dalla presenza di **ripetuti e rigorosi controlli di qualità** (5) operati direttamente dalla Società, la cui finalità è quella di garantire la qualità del semilavorato durante il suo avanzamento e fino alla trasformazione in prodotto finito.

Nel caso specifico dei capi di maglieria è inoltre previsto il trattamento di "*follatura*", passaggio estremamente importante e delicato del processo produttivo perché influisce sulla qualità finale del manufatto e consistente nel lavaggio dei capi cui segue la verifica delle loro caratteristiche di morbidezza e consistenza. Tale fase è infatti eseguita esclusivamente all'interno della Casa di Moda.

La **presenza sul mercato** (6), sia nel canale fisico che nel mondo digitale, avviene attraverso una distribuzione esclusiva nei canali monomarca retail, monomarca wholesale e multimarca, concentrati nelle vie del lusso delle principali città e località resort, coerentemente con il posizionamento nella fascia più alta del lusso e il gusto raffinato e sobrio riconosciuto al brand.

14 I numeri indicati tra parentesi richiamano gli elementi rappresentati all'interno della Figura 8.

Ricerchiamo sempre un **rapporto speciale con il cliente finale** (7), incentrato sull'esperienza con il brand e la condivisione dei valori della Società (rif. Sezione *Rapporto speciale e autentico con il cliente*).

La relazione con i clienti, per noi "**amici del brand**", non si esaurisce al momento dell'esperienza d'acquisto nei nostri canali monobrand, multibrand e online ma continua nel tempo, nel desiderio di creare un rapporto "speciale" e autentico. Grande importanza attribuiamo alla durabilità degli stessi capi, anche attraverso l'offerta del servizio dedicato alla **riparazione dei capi** (8), disponibile a livello worldwide e finalizzato a trasmettere il valore e il fascino della custodia e del riutilizzo (rif. Sezione *Rapporto speciale e autentico con il cliente*).

IDENTITÀ DEL BRAND E GUSTO DISTINTIVO

La storia della nostra Casa di Moda racconta l'evoluzione costante negli anni: dalla **lavorazione del cashmere** – ancora oggi materia prima icona delle nostre collezioni – fino all'estensione al **total look femminile, maschile, bambino** e, più recentemente, anche al **new born 0-4 anni, occhiali e profumi** secondo un'offerta capace di raccontare l'intero mondo Brunello Cucinelli, e completare un vero e proprio **lifestyle esclusivo** di riferimento.

Nel rapporto con il cliente, così come nella comunicazione più ampia, poniamo sempre attenzione al concetto di "**protezione**" dell'identità del brand, della sua unicità, autenticità e *allure*, piuttosto che di "promozione", e l'idea di "attrazione" del cliente invece che di "spinta" verso il Brand.

Infatti, fin dal principio abbiamo scelto di non legare l'identità del prodotto strettamente al logo – quasi impercettibile sul manufatto – ma piuttosto a un **gusto distintivo** che rappresenta una forma di eleganza moderna e contemporanea. Ricerchiamo quindi la nostra identità attraverso combinazioni di materiali, colori e forme che possano immediatamente richiamare la forte ispirazione derivante dal nostro territorio.

Il brand è riconosciuto in tutto il mondo attraverso la connotazione distintiva di **massima espressione del Made in Italy**, nella quale tradizione artigianale e innovazione, creatività e stile, qualità delle materie prime ed eccellenza di prodotto sono elementi ampiamente percepiti e apprezzati.

Alla base del successo del brand vi sono gli elementi che ne contraddistinguono l'identità, rispetto ai quali siamo rimasti fedeli nel tempo: **altissima artigianalità e manualità, esclusività del prodotto e del posizionamento, raffinata sobrietà nel gusto**. La fusione di questi caratteri identitari definisce il fascino del brand: manufatti che racchiudono al loro interno storie personali e speciali da vivere, custodire e proteggere per il futuro.

L'identità del brand ha preso forma nel Ready To Wear, categoria che riteniamo possegga una grande forza di connotazione del proprio stile, e continuiamo a credere che il posizionamento del brand debba rimanere sempre fedele al **lusso assoluto,** con l'**esclusività** quale nostra unica vocazione.

Vorremmo quindi che la progressiva crescita di nuove categorie, quali l'**eyewear e le fragranze**, abbiano come finalità l'ulteriore rafforzamento dell'idea di lifestyle.

Per quanto riguarda l'eyewear, il 2023 è l'anno dell'avvio dell'importante accordo decennale con EssilorLuxottica.

Insieme per il prossimo decennio

Dal 1° gennaio 2023, Brunello Cucinelli ed EssilorLuxottica sono unite in un esclusivo accordo di "Licenza Contemporanea", avente ad oggetto la progettazione, produzione e distribuzione di occhiali da vista e da sole "Brunello Cucinelli". Nato dalla comune **ispirazione derivante dalla cultura e dalla bellezza** e dalla passione condivisa per la **qualità superiore**, l'**altissima artigianalità**, l'**estetica raffinata** e l'**approccio sobrio al lusso**, tale accordo decennale si basa su valori condivisi imprescindibili.

La prima collezione uscirà nel primo trimestre 2024.

Crediamo che la contemporaneità di questa licenza parta dallo **sviluppo delle collezioni**, con il nostro team creativo che collabora, passo dopo passo, allo stile e alla creazione dei prototipi, per poi seguire direttamente, insieme a EssilorLuxottica, tutte le fasi correlate alla **produzione**, esclusivamente Made In Italy e realizzate partendo dalla "bella fabbrica" di Agordo, come il Cavalier Leonardo Del Vecchio amava definirla.

Aspetto fondamentale di questa "Licenza Contemporanea" è infine l'importantissima ed estrema collaborazione nella **distribuzion**e, indentificando insieme gli spazi più esclusivi all'interno dei quali presentare le collezioni "eyewear", con una presenza limitata alle nostre boutique monomarca, agli spazi più prestigiosi di EssilorLuxottica, e agli ottici indipendenti di maggior rilievo.

Per quanto riguarda le fragranze, nel corso della prima parte dell'anno sono stati presentati a Milano i **due profumi** nati dalla creatività della nostra Casa di moda; le fragranze **"Brunello Cucinelli pour Femme"** e **"Brunello Cucinelli pour Homme"**. Sviluppate in collaborazione con l'azienda lombarda EuroItalia, le due fragranze vogliono essere sofisticate ambasciatrici della cultura del bello e dei valori artigianali della Casa di Moda; contribuendo ad arricchire le collezioni ready-to-wear per Donna e per Uomo e in generale l'interpretazione del lifestyle del nostro brand, andando ad aggiungere un ulteriore tassello alla definizione di un gusto distintivo, basato sempre sulla selezione di materiali di altissima qualità, sulla creatività artigianale e sulla ricerca di uno stile equilibrato e senza tempo. Entrambe le creazioni sono state ispirate dall'amata regione dell'Umbria e nascono da un lavoro sinergico ed estremamente accurato - iniziato nel 2019.

I valori cardine del brand e l'idea di lifestyle in esso racchiusa sono ulteriormente promossi dalla comunicazione dell'Azienda, da sempre concentrata sulla **trasmissione di valori** basati sulla qualità della vita e sul rapporto stretto con la bellezza dell'arte e della natura.

Pertanto, anche il **visual merchandising** – rappresentato tramite un'esposizione dinamica, ciclicamente rinnovata e attenta alle evoluzioni del mondo contemporaneo –, sia esso relativo alle boutique monobrand, multibrand o digitale, è pensato per enfatizzare la sintonia che caratterizza l'offerta Brunello Cucinelli, costantemente animata dall'innovazione portata dai talenti dei nostri uffici creativi e caratterizzata dal concetto di gusto coerente che attraversa i generi e le generazioni. Questo ci consente di esporre in vetrina sia la collezione femminile che quella maschile, in quanto il gusto delle collezioni è coerente e armonioso.

Le nostre boutique aspirano ad essere percepite come dei luoghi prima di tutto ospitali ed accoglienti, dove gli store manager si propongono come veri e propri ambasciatori del brand, attenti ai dettagli che contribuiscono a rendere l'atmosfera familiare e calorosa. Anche nelle boutique più piccole è sempre a disposizione dei clienti uno spazio che offre un servizio di bar e caffetteria come segno di attenzione dedicata alla relazione creata nel tempo con gli amici del brand e, al tempo stesso, quale espressione di un lifestyle distintamente italiano, che celebra il piacere dell'incontro con l'offerta di un caffè o di un piccolo rinfresco nel segno della più amabile cordialità. Nel

corso del 2023, abbiamo percepito un crescente desiderio degli amici del brand di immergersi nella nostra realtà, specialmente attraverso un caloroso ritorno nelle boutique e un'aumentata voglia di partecipare dal vivo agli incontri con la Casa di Moda vivendo appieno l'esperienza di toccare i nostri capi e sentendosi parte integrante del nostro mondo.

II concetti di **ospitalità** e **familiarità**, anch'essi caratterizzanti l'identità del brand, sono replicati all'interno degli spazi "**Casa Cucinelli**", presenti oggi a Solomeo, Milano, Parigi, Londra, New York, Tokyo, a cui si è aggiunta nel 2023 quella di Hong Kong e alle quali si aggiungeranno prossimamente quelle di Roma e Los Angeles. Questi amabili spazi sono pensati per accogliere e incontrare gli amici del brand, tra i quali clienti, partner e giornalisti, oltre a investitori e analisti finanziari, esprimendo a tutto tondo l'idea di lifestyle che ci caratterizza. Tali spazi si sviluppano in **piena armonia con il contesto e gli elementi naturali dei luoghi in cui sorgono**, così da creare un **autentico ed equilibrato continuum tra etica ed estetica, tradizione e innovazione, stile italiano e valori locali**. Tale tipologia di spazio è chiamato "Casa" perché è teso a ricreare il **senso di calore e familiarità** di una vera e propria casa dove il **valore del tempo** e i sentimenti di **amicizia** e **gentilezza** caratterizzano l'atmosfera percepita, richiamando l'esperienza dello stile di vita come è intesa a Solomeo: **armonia del tempo**, **benessere dello spirito**, **piacere dell'incontro**. All'interno è possibile trovare una **biblioteca** con i testi in lingue differenti, una **cucina** dove si amalgamano i sapori della tradizione italiana, il grande **salone** conviviale e lo spazio raccolto dedicato allo **studio**: tutti gli ambienti della Casa Cucinelli rappresentano **luoghi dell'anima**. L'arredamento è realizzato con attentissima cura, ricercando i materiali più rari e pregiati della tradizione italiana e l'armoniosa distribuzione degli spazi.

Il racconto della Casa di Moda e dei valori che la caratterizzano

Le nostre **campagne pubblicitarie** vengono pensate per avere una valenza evocativa e non meramente commerciale, focalizzandosi su tematiche culturali e filosofiche, come testimoniato anche dal **progetto** "**Be your Change**" – dove le iniziali delle parole "Be" e "Change" richiamano quelle del nostro brand.

Il progetto si articola in una **serie di video-racconti** dove i protagonisti sono *testimonial* riconosciuti e acclamati nel mondo per la loro arte e le loro competenze. Persone con le quali condividiamo non soltanto un gusto estetico o la medesima predisposizione rispetto al nostro lifestyle, ma anche i **valori alla base dell'identità del nostro brand**.

Attraverso la loro voce vengono toccati temi importanti come la **speranza**, il **coraggio**, il **futuro** e il **cambiamento**.

Gli episodi sono stati pubblicati anche in forma di podcast, attraverso il progetto "**Voice**", disponibile nella nostra boutique online e sulle principali piattaforme musicali. La scelta di adoperare questo nuovo canale di comunicazione si fonda sulla volontà di raccontare e far percepire ancora di più l'essenza del brand e i valori che esso rappresenta.

I video-racconti sono poi stati usati anche come contenuti all'interno del nostro account social *Tik Tok*.

"Be your Change"

Nel 2023 abbiamo avuto modo di coinvolgere Tasya Van Ree, pittrice e fotografa, una grande personalità artistica.

Nelle parole di Tasya, si percepisce come il cambiamento sia sinonimo di evoluzione, presente in ogni aspetto che ci circonda, non dobbiamo temerlo ma accoglierlo. L'arte è un mezzo potente per la pittrice e fotografa, le consente di entrare in contatto con sé stessa da un lato, esplorare l'universo dall'altro; divenendo uno specchio della propria interiorità e della connessione con gli esseri umani.

Ancora, nella campagna "*Timeless Dream*" le collezioni Brunello Cucinelli sono presentate come un sogno di **capi che trascendono il tempo e le stagioni**; capi da **tramandare alle generazioni future** non solo intatti, ma pieni di nuovi significati personali, richiamando così anche l'importante concetto della **riparazione.**

Infine, l'approccio perseguito sul web – sia per quanto riguarda il sito Corporate (dedicato alla filosofia e alla storia del brand) che la Boutique Online, che complessivamente hanno accolto oltre 13,5 milioni di visite nel 2023 – si riflette nelle figure ideali degli "Artigiani Umanisti del Web". A loro è affidato il compito di trasporre anche nella dimensione digitale il medesimo livello di cura, qualità e garbo che da sempre ispira l'Impresa di Solomeo nella speciale relazione coltivata quotidianamente con i clienti, nel segno di una condivisione continua e attiva dei propri valori. L'esperienza d'acquisto online è stata infatti studiata e calibrata sugli stessi obiettivi che nutrono il rapporto diretto tra i clienti e gli advisors delle Boutique fisiche: umanità, attenzione e riservatezza sono infatti le stesse parole chiave alla base della relazione interpersonale creata con gli amici del brand. Per tali motivi, la piattaforma digitale della Boutique Online viene costantemente aggiornata con nuove funzionalità e nuovi contenuti valoriali, editoriali e di prodotto, al fine di offrire un'esperienza di navigazione, di condivisione e, infine, di acquisto sempre fresca, curata nel dettaglio, immediata e coinvolgente.

RAPPORTO SPECIALE E AUTENTICO CON IL CLIENTE

Il rapporto creato nel tempo con i nostri clienti, che ci piace chiamare "**amici del brand**", parte dalla condivisione dei **valori umani** propri della filosofia dell'Impresa.

Un rapporto che amiamo definire autentico e speciale, umano e armonioso, incentrato su un **approccio consapevole dell'unicità di ciascun interlocutore** e caratterizzato da **cura**, **rispetto** e **integrità**.

Nella relazione con i clienti, l'Ufficio **Customer Relationship Management** (CRM) è responsabile della gestione del rapporto e del dialogo con i clienti e, in generale, di tutto ciò che riguarda la *client experience* nei punti vendita fisici in tutto il mondo e all'interno della boutique online.

La funzione è a diretto riporto dei CEO e opera in continua collaborazione con altre funzioni e figure aziendali, a ulteriore conferma dell'idea della centralità del cliente. In particolare, per quanto riguarda i canali digitali, risulta fondamentale la collaborazione con la funzione Digital/E-commerce a garanzia di un utilizzo garbato delle odierne tecnologie in ogni momento di interazione. È poi essenziale l'ausilio della figura del Data Protection Officer (DPO) per la garanzia della privacy e la protezione dei dati personali dei clienti.

L'utilizzo di un apposito gestionale consente alle boutique, al CRM e al Customer Care di avere una visione unificata del cliente e garantire una pronta assistenza a livello globale.

Il servizio di **Customer Care**, totalmente interno all'azienda, è offerto in 8 lingue diverse, e opera nelle sedi di Solomeo, New York e Shanghai. In tal modo ci è possibile garantire una copertura del servizio allineata alle esigenze anche temporali dei clienti provenienti da diverse aree geografiche, garantendo la stessa funzionalità dalle diverse sedi e soprattutto lo stesso approccio e lo stesso "*tone of voice*" nel contatto con i clienti finali di tutto il mondo.

Oltre ai canali tradizionali di e-mail e telefono, negli ultimi anni sono stati attivati nuovi canali di comunicazione che consentono un dialogo immediato tra il Customer Care e il cliente, tra i quali la live chat presente all'interno della nostra boutique on-line e i canali di **messaggistica istantanea** WhatsApp e WeChat. Inoltre, nel 2023 abbiamo fornito a ciascun client advisor un'applicazione che consente di creare contenuti digitali personalizzati, come proposte di look, anche quando il cliente non dovesse trovarsi in boutique. Nonostante la riconosciuta utilità delle tecnologie, la persona rimane per noi il fulcro della relazione con il cliente e con piacere registriamo anche da parte della nostra clientela una crescente preferenza degli strumenti che favoriscono la **connessione umana**. Infatti, i nostri clienti scelgono sempre di più di recarsi in boutique, e di interagire con il Customer Care attraverso canali di comunicazione sincrona, quali telefono, chat e sistemi di messaggistica; solo in secondo luogo la nostra clientela ha scelto l'uso di un canale meno diretto e asincrono quale la posta elettronica.

Il dialogo alla base della "omnipersonal client experience"

La **centralità che, come Impresa, riserviamo alla persona** ha una naturale prosecuzione nella relazione con il cliente, con cui l'interazione non si riduce al solo momento dell'acquisto, ma dura nel tempo anche grazie all'utilizzo garbato e discreto dei canali di comunicazione, in linea con il nostro concetto di "*omnipersonal client experience*", volto ad affascinare il cliente piuttosto che a spingerlo verso il brand. La nostra comunicazione si pone l'obiettivo di parlare al cuore e alla mente delle persone che la incontrano.

Tutti i mezzi che esprimono l'immagine del brand nel mondo – siano essi i media, i canali digitali o le boutique stesse – si evolvono tracciando i nuovi percorsi attraverso i quali il Gruppo comunica la filosofia e i valori aziendali e la vita nel Borgo di Solomeo, cuore pulsante della Casa di Moda.

Stando al passo con lo sviluppo delle tecnologie, la Società continua a prediligere un **approccio comunicativo garbato, misurato e non invadente**. La scelta mira a proteggere l'umana riservatezza di ognuno e a cercare un giusto equilibrio per supportare le umane risorse nel loro lavoro, senza invadere o delegarlo completamente alla tecnologia.

La scoperta del brand da parte del cliente si arricchisce ancora di più nei nostri **spazi di vendita presenti in location di primissimo livello**, luoghi in cui gli "amabili consiglieri" (ossia, il personale delle boutique) ne trasmettono i valori e la filosofia attraverso un atteggiamento garbato e di assoluto rispetto. Coloro che lavorano presso le nostre boutique sono infatti attentamente formati riguardo la gestione delle diverse fasi della relazione con i clienti, puntando sull'ascolto della persona e sulla valorizzazione della sua identità.

Viene così a crearsi **una naturale connessione emozionale**, che permette di trasferire il focus dal prodotto offerto a quell'**esperienza unica e speciale** che ciascun cliente vive durante l'interazione con il brand e la Casa di Moda.

Durante le esperienze in boutique, così come durante tutte le altre occasioni di incontro, **calda ospitalità** e **autentica accoglienza** rappresentano i tratti principali del nostro modo di porci nei confronti degli amici del brand. Ciò è particolarmente percepito negli **spazi** "**Casa Cucinelli**", presenti a Solomeo e in diverse parti del mondo.

Proprio grazie al legame speciale creato e coltivato con cura negli anni, abbiamo l'impressione che il **senso di appartenenza al brand**, di **fiducia nei confronti dell'operato del Gruppo**, così come la **volontà di essere parte del brand stesso**, si facciano sempre più forti.

Solomeo experience

Il ruolo che il **territorio** e le **tradizioni umbre** ricoprono nell'identità del brand trova diretta esplicitazione nella relazione con i clienti.

Far vivere l'esperienza del brand nel Borgo di Solomeo e in Umbria, ad esempio attraverso le visite organizzate, ci consente di **condividere con gli amici del brand la nostra quotidianità**, trasmettendone la **cultura** e i **valori** a noi cari, e mostrando il modo in cui il processo creativo artigianale è accuratamente realizzato. Questo fa sì che i capi, raccontando di cosa sono fatti e come sono fatti, assumano nuova luce agli occhi dei visitatori.

Vivere Solomeo permette ai clienti di cogliere appieno il valore, il gusto e l'essenza stessa dei manufatti Brunello Cucinelli.

Numerose sono state le **occasioni di incontro con i nostri clienti** in tutto il mondo durante l'anno: dalle cene organizzate nelle nostre Case Cucinelli al "Simposio del Vino", evento organizzato nella nostra cantina di Solomeo e che ha coinvolto circa 400 persone, per scoprire, in un'atmosfera di grande convivialità, il vino "Castello di Solomeo", annata 2018, omaggio alla Madre Terra e frutto di una lunga opera di cura e di custodia.

A maggio a Londra è stata ospitata una **cena di gala** con alcuni amici del brand all'interno della **National Gallery**, per celebrare **l'apertura della mostra "Saint Francis of Assisi"** che esplora la vita e l'eredità di San Francesco d'Assisi, una delle figure spirituali più emblematiche e venerate della storia.

Durante l'estate abbiamo percorso le località resort in cui siamo presenti con le nostre Boutique, organizzando eventi e incontrando gli amici del brand direttamente nelle loro destinazioni di vacanza.

I nostri tornei di golf svolti a maggio e ottobre presso il Royal Park I Roveri di Torino hanno tessuto nuovi legami e consolidato amicizie, trasformando le giornate in autentiche "Giornate dell'Amicizia".

Il Simposio del Vino – 2023

Per confermare la nostra attenzione verso gli sport giovanili, nel mese di ottobre abbiamo ospitato nel Teatro Cucinelli di Solomeo la serata di presentazione dei finalisti dell'European Golden Boy 2023.

Alcuni amici del brand hanno partecipato in Cina, nell'ambito delle attività per la **celebrazione dell'anno della cultura e del turismo italiano e cinese**, all'iniziativa iniziata nel 2022 volta a far conoscere l'arte e la cultura italiana grazie alla collaborazione tra il **Museo Bund One Art di Shanghai e la Galleria degli Uffizi di Firenze.**

La Galleria degli Uffizi a Shanghai

In occasione delle celebrazioni dell'anno della cultura e del turismo italiano e cinese, la Galleria degli Uffizi di Firenze e il Bund One Art Museum di Shanghai hanno stretto una collaborazione portando in Cina, per la prima volta, le collezioni d'arte conservate dalla galleria italiana.

Le prime due mostre "***Masterpieces of Self Portraits***" e "***100 Years of Modern Art***" – in esposizione a Shanghai tra settembre 2022 e Febbraio 2023 – hanno celebrato i capolavori del periodo rinascimentale, tra i quali l'Autoritratto di Raffaello, e le opere d'arte – pittura ad olio, scultura e altre forme d'arte – create tra il XVI e il XXI secolo, per un totale di 50 e 57 opere rispettivamente esposte nelle due mostre.

Abbiamo quindi organizzato per alcuni clienti delle visite guidate private, accompagnando gli inviti con un messaggio introduttivo di Brunello Cucinelli sul progetto.

A Maggio 2023 è stato organizzato un evento dal titolo "Museum Night with Botticelli & Renaissance" a porte chiuse. L'evento ha coinvolto 50 amici del Brand e ha visto la partecipazione di un ricercatore esperto di arte che ha intrattenuto gli ospiti con una dissertazione sull'arte e la cultura sino-italiana. A seguire c'è stato un tour privato delle opere in mostra.

La mostra "Botticelli and the Renaissance" ha visto la partecipazione di altri amici del Brand che sono stati accompagnati dai propri client advisor di fiducia in visite private nel periodo Aprile – Ottobre 2023.

Gli amici del brand che vi hanno preso parte hanno apprezzato non soltanto la volontà della Casa di Moda di diffondere la cultura e i valori alla base del brand, ma anche **l'impegno alla diffusione della conoscenza umanistica, della cultura italiana e all'avvicinamento all'arte**.

L'arte della riparazione

I capi Brunello Cucinelli sono presentati ai clienti come "**manufatti senza tempo**", grazie alla qualità intrinseca dei materiali e del lavoro profuso per la loro realizzazione che fanno sì che il prodotto possa essere tramandato di generazione in generazione. Ispirazioni moderne dalle quali prendono vita creazioni uniche, che racchiudono al loro interno storie personali e speciali da vivere, custodire e proteggere per il futuro.

Per favorire tutto ciò, mettiamo a disposizione di tutti i clienti un **servizio esclusivo e gratuito di riparazione,** offerto a livello mondiale e senza alcun vincolo di tempo, con l'obiettivo di continuare a **donare longevità nel tempo ai capi Brunello Cucinelli** e trasmettere agli amici del brand **il valore e il fascino della custodia e del riutilizzo**, che da sempre sono alla base della filosofia aziendale dell'Impresa di Solomeo.

Per la nostra Casa di Moda la riparazione racchiude in sé un concetto di azione etica: «*Nel valore umano e nella dignità di tutti quelli che hanno vissuto per donarci i beni che utilizziamo è concentrato l'alto significato della riparazione. Riparare è prassi ma è anche simbolo*». La riparazione è infatti parte della vita dell'uomo e rappresenta l'agire "secondo natura", ossia, per quanto possibile, «*impiegando mezzi naturali, ricorrendo agli strumenti meccanici o tecnologici con saggezza e prudenza e seguendo le giuste necessità*».

Allo stesso modo tale arte consente di definire un legame con la tradizione, conservandola e facendo allo stesso tempo tesoro degli insegnamenti del progresso. Dunque, per usare le parole del Presidente Brunello Cucinelli, «*immaginare un luogo dove conservazione e cambiamento si uniscono armonicamente può essere la strada per arrivare al sano, equilibrato e sostenibile progresso*».

La riparazione, che rappresenta nella nostra catena del valore l'ultima fase di gestione del manufatto, è quindi per noi identificata dal concetto di cura, in inglese "*CARE*" (rif. Figura 9).

Figura 9 – Riparare è prendersi cura

La C di **creazioni**

Perché per noi riparare è un'arte dal significato profondo. Prendersi cura delle nostre creazioni è un gesto d'amore e di riconoscenza verso tutti gli artigiani che le hanno realizzate.

La A di **artigianale**

Perché da sempre realizziamo i prodotti artigianali con materiali e lavorazioni di alta qualità con il desiderio di creare qualcosa di bello che possa essere tramandato e trovare nuova vita.

La R di **riparazione**

Come servizio attraverso cui vogliamo rimanere sempre al fianco del cliente, prendendoci cura delle creazioni nel tempo.

La E di **esperienza**

Perché i nostri tecnici mettono a disposizione la loro conoscenza e passione per realizzare un'attenta valutazione dei capi.

Invitiamo i nostri clienti a portarci i capi ai quali sono più affezionati e che necessitano di essere rinfrescati o ricondizionati, così da prendercene cura personalmente e ridar loro una nuova vita.

Nel complesso, nell'anno sono stati riparati **3.439 capi**, in aumento del 6% rispetto al 2022.

CRESCITA SOSTENIBILE E PROFITTABILITÀ SANA

Tra le fondamenta del Capitalismo Umanistico vi è l'idea di una dignità umana che sia al contempo anche dignità economica: un **profitto garbato** e **umanamente sostenibile**, a partire dal suo essere naturalmente e armoniosamente **commisurato con il dono**.

I nostri manufatti per loro natura sono costosi, ma confidiamo nel fatto che i nostri clienti, soprattutto i più giovani, prima di acquistare un capo, amino informarsi sui profitti della nostra Impresa.

L'ideale della crescita garbata si esplicita dunque in uno **sviluppo di lungo periodo**, che possa portare beneficio a tutti coloro che – a vario titolo e con diverse mansioni – contribuiscono come stakeholder al nostro progetto di lungo e lunghissimo termine.

In tal senso, la crescita economica e i risultati annuali sono raggiunti nel rispetto dei valori dell'Impresa, sui quali il Gruppo continua a progettare anche la crescita futura. In una realtà imprenditoriale in cui **l'uomo è al centro dell'Impresa** e il **lavoro** è **espressione diretta del valore umano**, il profitto diviene quindi un mezzo attraverso cui conseguire il fine superiore del vero bene e per **migliorare la vita di chi lavora**. La naturale vocazione alla crescita non prescinde mai dalla **fedeltà ai princìpi e ai valori che ci ispirano quotidianamente.**

Ci sentiamo estremamente grati per i **bellissimi risultati** raggiunti nel 2023, con **ricavi pari a 1.139,4 milioni** di Euro e una crescita del +23,9%.

Ci piacerebbe soffermarci su alcuni aspetti che riteniamo abbiano giocato un ruolo centrale in tutto il 2023:
- l'**esclusività**, che ha rappresentato, a nostro modo di vedere, un elemento fondamentale nel lusso assoluto, con la domanda di prodotti rari, e di altissima qualità;
- il focus sul posizionamento nella fascia più alta del settore luxury, con un'offerta caratterizzata dall'**altissima artigianalità dei manufatti**;
- il riconoscimento di Brunello Cucinelli quale **brand di lifestyle**, con un solido fondamento nel Ready to Wear, espressione di un gusto riconoscibile e allo stesso tempo sobrio ed elegante;
- i nobili riconoscimenti internazionali ricevuti (rif. Sezione "*Il modello d'Impresa e la catena del valore*");
- l'**equilibrio** tra i diversi canali di vendita e le varie aree geografiche in cui siamo presenti a livello mondiale.

Le scelte strategiche e i risultati del 2023

Il 2023, anno **molto positivo** per la nostra Casa di Moda, è stato caratterizzato dall'ottenimento di importanti risultati grazie all'altissima percezione del lifestyle e dell'allure che esprime il nostro brand.

Sono molteplici gli elementi che contribuiscono a tali risultati, in particolare l'alta artigianalità infusa nel prodotto, una dimensione industriale capace di creare manufatti unici, una programmazione e un'organizzazione che permettono consegne puntuali ed efficaci, il posizionamento nel lusso assoluto e la ricerca continua del rafforzamento della percezione di esclusività del nostro brand.

Siamo fortemente riconosciuti come un brand di lifestyle, con un solido fondamento nel Ready to Wear, un gusto chiaro e distintivo, un posizionamento unico ed un livello di qualità artigianale altissimo. Crediamo che la preferenza accordataci da molti clienti sia frutto anche dell'apprezzamento della creatività delle Collezioni, della qualità artigianale e della portabilità dei nostri prodotti, creati secondo **criteri etici** oltre che destinati a **durare nel tempo**.

Nel 2023, abbiamo vista confermata la forte domanda rivolta verso i nostri prodotti e l'apprezzamento di Brunello Cucinelli quale brand di lifestyle, con un solido fondamento nel Ready to Wear, espressione di un gusto riconoscibile e allo stesso tempo sobrio ed elegante.

Il gusto che cerchiamo sempre di esprimere incorpora il ritorno a concetti fondamentali: la ricerca di una grande manualità, l'abbigliamento lussuoso, bello, pregiato e facilmente riconoscibile. Tale definizione sottolinea certamente il concetto di "lusso silenzioso", ma al contempo etichettare il nostro lavoro come "silenzioso" è riduttivo. Infatti, siamo noti per il nostro modo di fare impresa e lifestyle.

Così come nelle annualità precedenti, anche nel 2023 è stato decisivo il **rafforzamento della nostra rete di boutique dirette** e **delle partnership wholesale**, e contemporaneamente la complementarità tra i due canali ci ha permesso di considerare "domestici" tantissimi Paesi al mondo e di "incontrare" la domanda sia nelle grandi città che nelle città di provincia e nelle località resort.

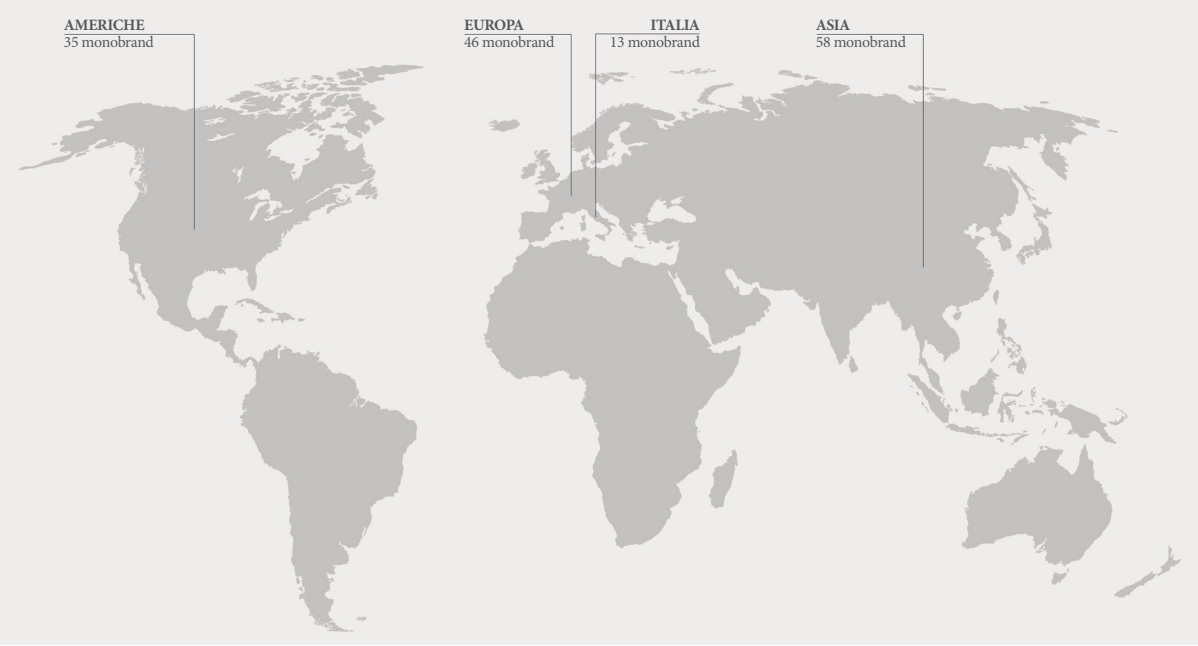
In particolare, il network **retail** rappresenta il canale di distribuzione con cui il Gruppo vende al cliente finale, attraverso boutique gestite direttamente, i cosiddetti "DOS" (Directly Operated Stores) e hard shop, ovvero spazi posizionati all'interno dei Department Stores e gestiti sotto la responsabilità del Gruppo.

Le **boutique** retail sono pari a **152** al 31 dicembre 2023, rispetto alle 119 boutique dell'anno precedente.

Gli **hard shop** gestiti direttamente all'interno dei Department Stores sono **49**, rispetto ai 42 del 2022.

Crediamo inoltre che il nostro **network di Boutique** risulti oggi ulteriormente rafforzato grazie alle selezionate aperture nel 2023 di **Roma in via Condotti, Dubail Mall of Emirates e Hong Kong World Tower.**

Figura 10 - La presenza di boutique retail e wholesale nel mondo



La rete **wholesale** è il canale di distribuzione attraverso cui il Gruppo vende a partner indipendenti: tale canale comprende sia i punti vendita monomarca gestiti da terzi con accordi di distribuzione commerciale (**Wholesale monomarca**), sia punti vendita multimarca indipendenti e spazi shop-in-shop dedicati nei Department Stores (**Wholesale multimarca**).

Al 31 dicembre 2023 le **boutique wholesale monomarca** sono pari a **27**, rispetto alle 30 nel 2022. Il canale wholesale, caratterizzato nel 2023 da una significativa crescita del relativo fatturato e verso il quale continuiamo a coltivare una grande fiducia, continua dunque a rappresentare un canale sano e di grande valore, oltre che una garanzia per la custodia del nostro brand, in grado di offrire un apporto significativo nel mantenere sempre fresche, moderne e contemporanee le nostre collezioni.

Per quanto riguarda i **grandi Department Stores del lusso**, crediamo sempre che questi spazi restino la destinazione preferita di milioni di clienti del mondo e siamo molto focalizzati sull'esecuzione nei singoli spazi a noi dedicati. Ad esempio, nell'ottobre 2023 Saks Fifth Avenue di New York ha inaugurato una vetrina speciale per celebrare i 25 anni di collaborazione con il marchio Brunello Cucinelli. A simboleggiare la profonda condivisione dei valori di entrambi, è stato allestito il "Solomeo Express": la scenografia di un treno che, sullo sfondo dei grattacieli di Manhattan, rappresenta la congiunzione ideale tra Solomeo e New York.

Gli **Speciality Stores**, ovvero le boutique dedicate al brand all'interno dei Department Stores, rappresentano per noi dei veri e propri ambasciatori del brand poiché ci permettono quotidianamente di entrare in contatto con nuovi clienti in ambienti di assoluto valore. Attraverso questi negozi siamo in grado di portare la nostra offerta anche in tantissime realtà locali, proteggendo così l'esclusività del marchio.

Infine, il **canale digitale**, sempre importantissimo per l'immagine del brand, prosegue un sostenuto cammino di crescita, secondo una velocità "armoniosa", complementare alla bellezza degli incontri di persona.

Con riferimento agli **investimenti** sostenuti nel corso dell'ultimo anno, è continuato il nostro progetto volto a mantenere altissima l'immagine del brand e la sua desiderabilità, cercando di far sì che la nostra Casa di Moda e la nostra "bella fabbrica" possano essere sempre moderne.

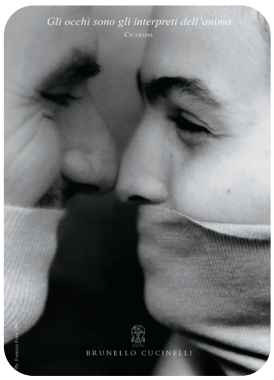
Inoltre, nel 2022 la Casa di Moda aveva acquisito una quota pari al 43**%** del prestigioso Lanificio Cariaggi, da sempre uno dei più importanti fornitori di filato in cashmere. Nel maggio 2023 la Casa di Moda ha raggiunto un accordo con Chanel e con la famiglia Cariaggi per la **cessione a Chanel di una quota del capitale del Lanificio Cariaggi**. All'esito delle operazioni di cessione, il capitale sociale della società risulta posseduto dalla famiglia Cariaggi per il 51% e da **Brunello Cucinelli e Chanel per il 24,5% ciascuno**. È previsto nell'accordo che il controllo e la gestione della società restino in capo alla famiglia Cariaggi.

Riportiamo le sentite parole del Presidente Brunello Cucinelli in merito: «*Sono particolarmente contento di questa giornata di un'importanza davvero storica. L'intesa che abbiamo raggiunto rappresenta uno splendido diadema che va a impreziosire il valore dell'intera filiera italiana, enormemente gratificata dal fatto che una Maison di assoluta eccellenza della moda mondiale come Chanel abbia scelto di investire nel Made in Italy condividendo con noi il bellissimo Progetto Lanificio Cariaggi. Lo considero perciò un gioioso giorno di festa, al quale crediamo seguiranno anni pieni di grandi soddisfazioni in virtù di questa collaborazione molto, molto speciale. Con Chanel, del resto, siamo al cospetto di una vera e propria icona internazionale di stile, di eleganza e di bellezza e sono immensamente onorato che abbiano deciso di lavorare proprio con noi. Questa intesa, ne sono sicuro, per tutti noi costituirà il miglior lievito possibile per una magnifica crescita umana prima ancora che professionale per i prossimi decenni».*

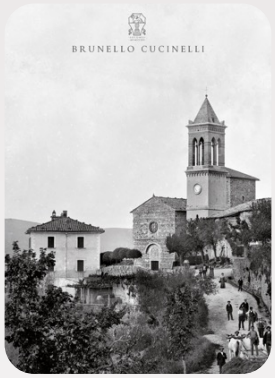
Nell'anno di riferimento i ricavi hanno superato **1.1 miliardi di Euro**. Nella figura che segue (rif. Figura 11) viene data evidenza dei dettagli economici.

Figura 11 – Dati di sintesi

"La Natura è una guida dolce, prudente e giusta"
Montaigne



"Gli occhi sono gli interpreti dell'anima"
Cicerone



"Le virtù sono necessarie alle città"
Aristotele

(*Euro/Milioni*)	2021	2021 normalizzato*	2022	2022 normalizzato*	2023	2023 normalizzato*
Ricavi netti	712,2		919,7		1.139,4	
EBITDA	193,3	110,0	266,4	172,4	326,3	230,3
Risultato netto	56,3		87,2		123,8	
Posizione Finanziaria Netta	569,8	23,0	569,5	7,1	561,1	6,1
CAPEX	61,6		87,5		79,1	
Offerta	84% abbigliamento, 16% accessori		84% abbigliamento, 16% accessori		84% abbigliamento, 16% accessori	

* La normalizzazione dei dati al 31 dicembre 2021 si riferisce alla sterilizzazione degli effetti contabili relativi all'applicazione del principio IFRS 16 (per maggiori dettagli si rinvia alla Relazione sulla Gestione).

* La normalizzazione dei dati al 31 dicembre 2022 si riferisce alla sterilizzazione degli effetti contabili relativi all'applicazione del principio IFRS 16 (per maggiori dettagli si rinvia alla Relazione sulla Gestione).

* La normalizzazione dei dati al 31 dicembre 2023 si riferisce alla sterilizzazione degli effetti contabili relativi all'applicazione del principio IFRS 16 (per maggiori dettagli si rinvia alla Relazione sulla Gestione).

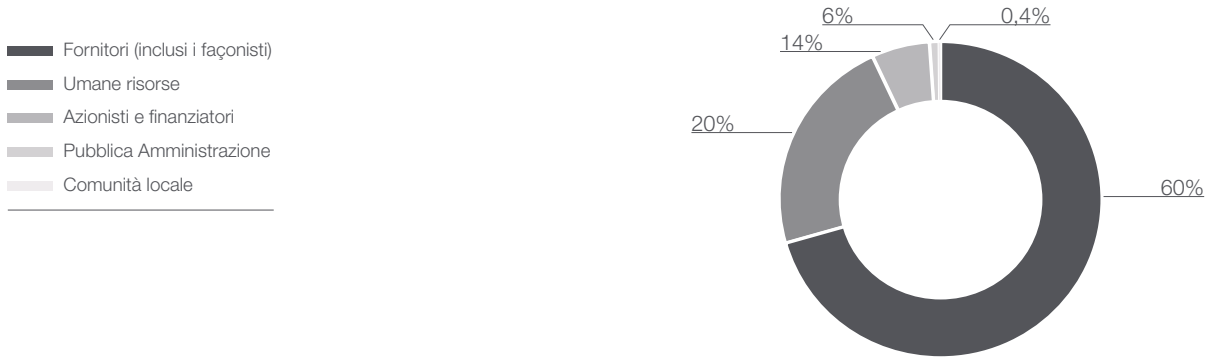
La creazione del giusto profitto si accompagna imprescindibilmente all'impegno di **remunerare adeguatamente gli stakeholder dell'Impresa**, rendendoli partecipi dei risultati conseguiti. Nella tabella che segue è riportato il valore economico generato dalla Casa di Moda nel corso dell'ultimo triennio, con evidenza della componente distribuita agli stakeholder e di quella trattenuta internamente a garanzia e supporto dell'evoluzione e della crescita dell'Impresa.

Tabella 1 - Il valore economico generato e distribuito agli stakeholder

Euro/000	2021	2022	2023
Ricavi netti	712.179	919.708	1.139.420
Altri ricavi operativi	10.054	1.947	2.369
Proventi finanziari	21.898	70.472	63.461
Altri costi operativi (Perdite su crediti)	120	72	45
Valore economico generato	**744.251**	**992.199**	**1.205.295**
Costi per materie prime e materiali di consumo	113.610	95.537	114.343
Costi per servizi	271.084	372.224	475.769
Valore economico distribuito ai fornitori	**384.694**	**467.761**	**590.112**
Costo del personale	132.948	164.713	194.969
Valore economico distribuito alle umane risorse	**132.948**	**164.713**	**194.969**
Distribuzione dei dividendi	28.560	44.200[15]	61.880
Oneri finanziari	34.908	80.917	77.526
Valore economico distribuito ad azionisti e finanziatori	**63.468**	**125.117**	**139.406**
Imposte sul reddito	7.731	36.762	49.532
Altri costi operativi (Imposte e tasse)	4.478	5.397	6.709
Valore economico distribuito alla Pubblica Amministrazione	**12.209**	**42.159**	**56.241**
Investimenti per il territorio e le comunità[16]	1.144	1.683	3.658
Valore economico distribuito alla comunità locale	**1.144**	**1.683**	**3.658**
Valore economico distribuito	594.463	801.433	984.386
Valore economico trattenuto (valore economico generato – valore economico distribuito)	**149.788**	**190.766**	**220.909**
GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito			

15 Il dato relativo ai dividendi del 2022 è stato è stato confermato rispetto alla precedente annualità, in quanto il valore proposto è corrisposto al valore effettivamente erogato.
16 Sono esclusi gli investimenti a carico della Fondazione.

Figura 12 - Ripartizione tra gli stakeholder del Gruppo del valore economico generato nel 2023



Il **valore economico generato** nel 2023 è pari a **Euro 1,2 miliardi** circa (+21% rispetto al 2022): l'**82%** del valore creato **è stato distribuito agli stakeholder del Gruppo** nella ripartizione rappresentata nella figura 12. La quota più significativa è stata distribuita ai fornitori e alle piccole imprese artigiane (Euro 590 milioni circa, quale voce di spesa per approvvigionamento di materie prime e materiali di consumo e costi per servizi) e alle umane risorse (costo del personale, pari a Euro 195 milioni circa). Rispetto al precedente esercizio si è registrato per tutti gli stakeholder un incremento del valore economico distribuito dal Gruppo.

La restante parte del valore generato (18%) è invece stata trattenuta internamente e dedicata alla futura crescita sostenibile dell'Impresa.

Gli ottimi risultati del 2023 ci riempiono di soddisfazione, sentimento accompagnato da uno stato d'animo melancolico in relazione alle tensioni internazionali in corso, che non avremmo mai immaginato nei tempi contemporanei. Come sempre, coerentemente con lo spirito che anima il lavoro e la vita di Solomeo, cerchiamo di coltivare quotidianamente la speranza che si giunga presto a una nuova era di pace e di dialogo tra i popoli. Invochiamo i grandi della terra affinché possano essere illuminati a gettar luce sul buio della guerra, e trovare il cammino della pace.

Nonostante l'aumento delle criticità micro e macro-economiche legate al conflitto russo-ucraino, si menzionano in particolare i seguenti elementi che ci hanno permesso di limitarne l'impatto sulle nostre attività:
– non acquistiamo materie prime in Ucraina o in Russia e, anche nei casi in cui la materia prima all'origine proviene dall'estero (come nel caso del cashmere), la nostra filiera non transita in alcuna occasione per i territori impattati dal conflitto e pertanto la rete di approvvigionamento non ha subito rallentamenti;
– la produzione è svolta interamente in Italia.

L'evoluzione del conflitto è in ogni caso oggetto di attento e continuo monitoraggio al fine di identificare puntualmente le conseguenze sulla situazione attuale e prospettica del Gruppo.

Durante il periodo legato alla pandemia da Covid-19 vennero aumentati i **momenti di confronto con la comunità finanziaria** per condividere costantemente informazioni circa l'andamento del business in un momento così complesso. Successivamente, il numero degli incontri è stato mantenuto al fine di intrattenere un dialogo costante e continuo con la comunità finanziaria, essenziale per una condivisione costante delle dinamiche che caratterizzano il contesto macro-economico e il settore del lusso cui apparteniamo.

CAPITOLO 2. SOSTENIBILITÀ MORALE

RICORDIAMO I PADRI. CI HANNO INSEGNATO A RISPETTARE LE LEGGI, E NELLA LORO PAROLA È SCRITTA LA NOSTRA STORIA

Sostenibilità morale - *Pagamento del tributo - particolare (gruppo di Cristo con gli apostoli), Masaccio, 1401-1428, Firenze, Scala Archives*

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

2-9	2-10	2-11	2-12	2-13	2-14	2-15
2-16	2-17	2-18	2-19	2-20	2-26	2-27
2-29	3-3	201-2	205-1	205-2	205-3	207-1
207-2	207-3	207-4	405-1	418-1		

Dieci Princìpi UNGC
Principio I
Principio X

GOVERNO SOCIETARIO

Al 31 dicembre 2023, il Gruppo Brunello Cucinelli[17] è costituito da 28 società. La Capogruppo da più di dieci anni è quotata sul mercato telematico azionario (Euronext Milano) organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. e aderisce al Codice di Corporate Governance delle società quotate.

17 È possibile consultare l'organigramma societario del Gruppo Brunello Cucinelli all'interno del Bilancio Consolidato 2023, disponibile nella sezione "Archivio generale" del sito http://investor.brunellocucinelli.com/it.

I dieci anni dalla quotazione

Dopo poco più di 10 anni dalla quotazione alla Borsa Italiana, il 18 dicembre 2023 segna l'i**ngresso del titolo Brunello Cucinelli all'interno del FTSE MIB**, indice principale di Piazza Affari. Un risultato importantissimo e di grande prestigio per l'azienda, che ci rende molto orgogliosi soprattutto per il modo in cui crediamo di averlo raggiunto. In questo percorso si è sempre cercato di mantenere fede ai principi che contraddistinguono la base etica della nostra impresa, dai valori del Capitalismo Umanistico e dell'Umana Sostenibilità, alla valorizzazione del lavoro artigianale in ogni sua forma, fino alla ricerca dell'armonia con il Creato e di una crescita sana e sostenibile.

Il ruolo della Corporate Governance è fondamentale per lo svolgimento corretto e responsabile delle attività aziendali e per assicurare, in un orizzonte temporale di lungo termine, la creazione di valore sostenibile e condiviso.

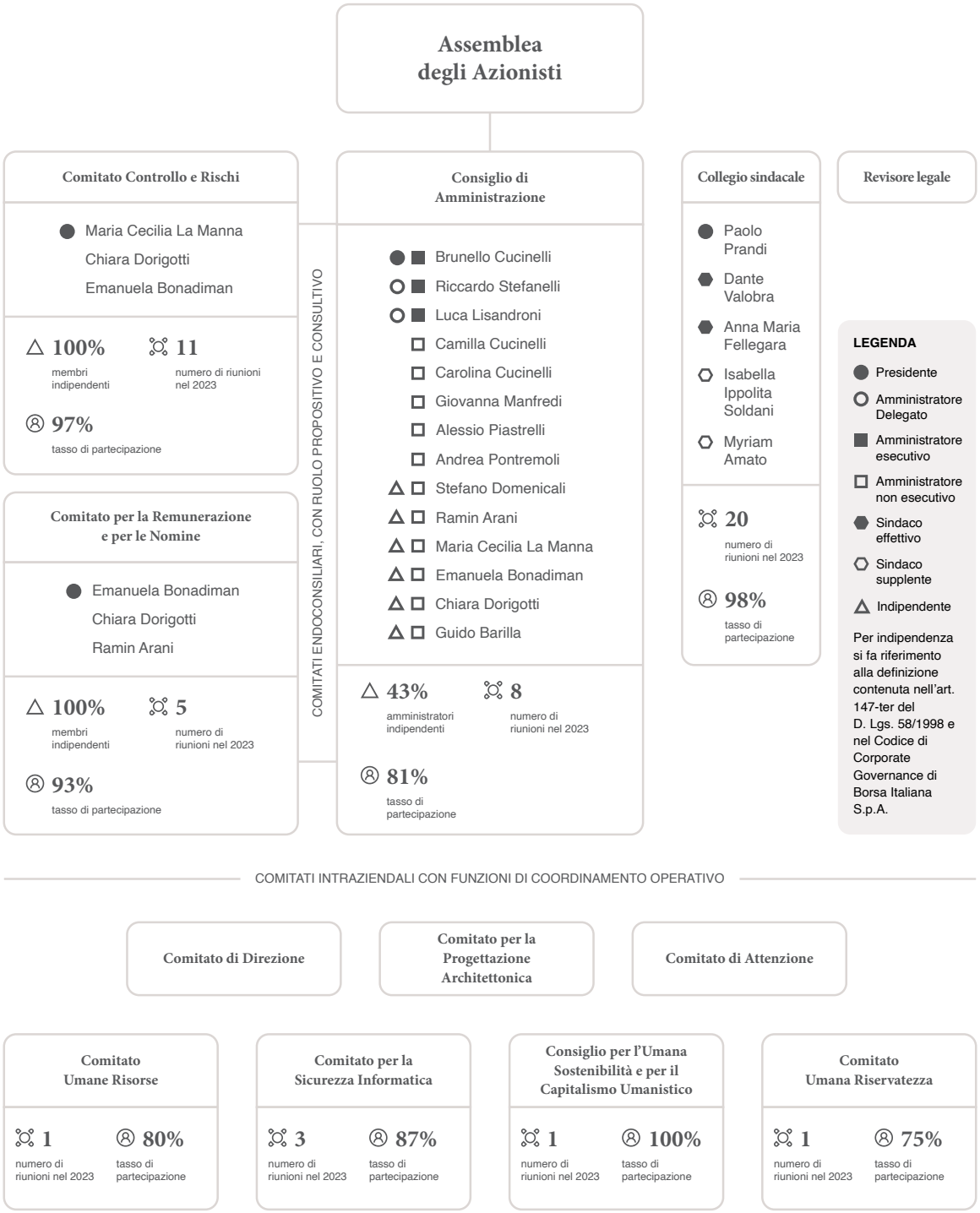
Il sistema di governo societario[18] definisce infatti il contesto operativo all'interno del quale perseguire obiettivi di crescita garbata e di lungo termine.

Nello specifico, esso si conforma al cosiddetto "modello tradizionale" e la sua composizione si articola nei seguenti organi, dettagliati successivamente nella figura 13:
- Assemblea degli azionisti;
- CdA;
- Collegio Sindacale;
- Revisore legale;

A tali organi si aggiunge l'Organismo di Vigilanza ex D.lgs. 231/2001 (OdV).

18 Per ogni ulteriore approfondimento in merito alla Governance aziendale si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari per l'esercizio 2023 consultabile al seguente link: http://investor.brunellocucinelli.com/it/governo-societario/assemblea-azionisti.

Figura 13 - La struttura della governance aziendale



La gestione sociale è rimessa al CdA, attualmente composto da 14 membri il cui mandato ha avuto inizio con la nomina da parte dell'Assemblea del 27 aprile 2023. Il CdA rimarrà in carica fino all'approvazione del bilancio della Società al 31 dicembre 2025. Contestualmente sono stati nominati anche i membri dell'Organismo di Vigilanza che resteranno in carica sino alla medesima data di efficacia del CdA. In aggiunta, in conformità a quanto raccomandato dal *Codice di Corporate Governance*, sono stati nominati i membri del Comitato Controllo e Rischi e quelli del Comitato Nomine e Remunerazione; tali comitati hanno una funzione consultiva ed istruttoria relativamente alle materie che ricadono sotto la loro responsabilità e competenza, secondo quanto previsto dal *Codice di Corporate Governance*. Per una rassegna delle funzioni e delle attività di competenza dei due comitati si rinvia alla Relazione di Corporate Governance relativa all'esercizio 2023, pubblicata nel marzo 2024.

L'Assemblea degli Azionisti di Brunello Cucinelli in data 27 aprile 2023 ha introdotto la disciplina del **voto maggiorato**.

Gli Amministratori sono nominati tenendo fede ai princìpi di **equilibrio tra generi**, **competenza** – manageriale e professionale, anche di carattere internazionale e valorizzando le diverse fasce di età e di anzianità lavorativa – e **indipendenza**.

Si specifica che il coinvolgimento degli stakeholder nel processo di nomina e selezione dei membri del CdA è previsto attraverso l'invito a presentare liste di candidati da sottoporre all'Assemblea dei Soci.

Le tabelle proposte di seguito riassumono la composizione e le caratteristiche del CdA al 31 dicembre 2023[19].

Tabella 2 - La composizione del CdA al 31 dicembre 2023

Membri CdA	**14**
<30 anni	**0**
di cui uomini	0
di cui donne	0
30 ≤ x ≤ 50 anni	**5**
di cui uomini	3
di cui donne	2
>50 anni	**9**
di cui uomini	5
di cui donne	4
GRI 405-1 ***Diversità nell'organo di governo***	

19 Per ogni altra informazione in merito alle caratteristiche dei membri del CdA, tra le quali il numero di altre cariche ricoperte, è possibile fare riferimento alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari 2023.

Tabella 3 - Evoluzione delle caratteristiche del CdA negli ultimi due mandati

	2022[20] (termine del mandato precedente)	2023
Totale membri CdA	11	14
Percentuale consiglieri donne	45%	43%
Età media	46	53
Nazionalità rappresentate	2	2
Tasso di indipendenza	45%	43%
Percentuale di rinnovo	58%	79%

Tabella 4 - Cariche ricoperte dai Consiglieri

Membri del CdA	Cariche ricoperte
Brunello Cucinelli	Presidente Esecutivo e direttore creativo
Riccardo Stefanelli	AD
Luca Lisandroni	AD
Camilla Cucinelli	Co-responsabile dell'Ufficio Stile donna
Carolina Cucinelli	Co-Presidente e co-direttore creativo
Giovanna Manfredi	Direttore creativo Ufficio Stile donna
Stefano Domenicali	Membro CdA
Andrea Pontremoli	Membro CdA
Ramin Arani	Membro Comitato per la Remunerazione e per le Nomine
Maria Cecilia La Manna	Presidente Comitato Controllo e Rischi
Emanuela Bonadiman	Presidente Comitato per la Remunerazione e per le Nomine
Alessio Piastrelli	Responsabile Ufficio Stile Uomo con focus su accessori (tra cui occhiali e fragranze)
Chiara Dorigotti	Membro Comitato per la Remunerazione e per le Nomine Membro Comitato Controllo e Rischi
Guido Barilla	Membro CdA

GRI 2-9 ***Struttura e composizione della governance***

Il ruolo del Consiglio si esplicita, tra l'altro, nella definizione e nel perseguimento degli obiettivi strategici della Società e delle sue controllate, ivi compresi gli obiettivi in ambito di Umana Sostenibilità e Armonia con il Creato.

L'imprenditore Brunello Cucinelli ricopre il ruolo di **Presidente Esecutivo** della Società, oltre che di Direttore Creativo, a cui sono attribuite funzioni di supervisione strategica con potere di gestione e rappresentanza, volto alla realizzazione della funzione di coordinamento, supervisione e indirizzo strategico della Società e del Gruppo. Al Presidente si affianca il Consigliere Carolina Cucinelli, che ricopre il ruolo di **Co-Presidente** e **Co-Direttore Creativo** al 31 dicembre 2023.

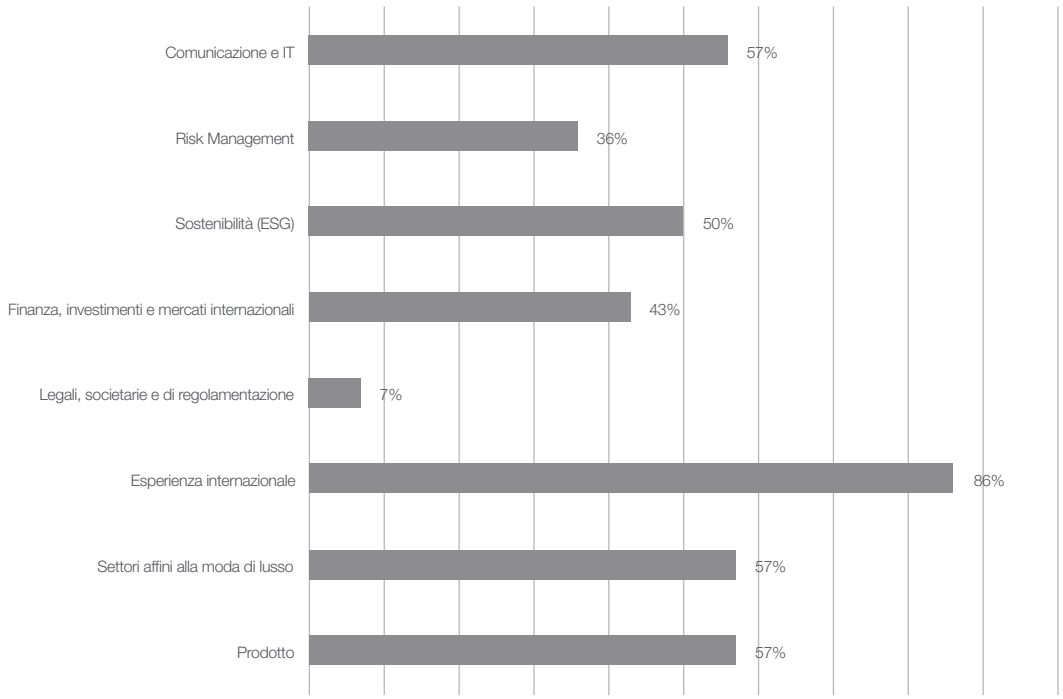
20 I dati riportati nella tabella si riferiscono alla composizione del CdA al 31 dicembre 2022. Prendendo in considerazione la composizione del CdA alla data di nomina, il tasso di indipendenza e la percentuale di consiglieri donne sarebbero pari al 50%.

La carica di Amministratore Delegato (CEO) della Società è ricoperta, a partire dal 2020, da Riccardo Stefanelli e Luca Lisandroni. I due Amministratori Delegati hanno attribuzioni e competenze diverse: Riccardo Stefanelli si occupa delle attività riguardanti l'area prodotto e *operations*, cioè quelle attività che si riferiscono alla produzione, alla logistica, al controllo di qualità, alla gestione degli immobili e alla ricerca e sviluppo; Luca Lisandroni si occupa delle attività riguardanti l'area mercati e quindi presiede alla rete distributiva (sia retail che wholesale), alle attività di e-commerce e a quelle di marketing.

Tra i membri del CdA sono attualmente in carica manager della Società e Amministratori indipendenti aventi esperienze e competenze pluriennali nel settore della moda e del lusso o nell'ambito delle società quotate.

Nel grafico seguente sono riepilogati, in forma aggregata, gli ambiti di competenza dei consiglieri della Società[21].

Figura 14 - Le aree di competenza dei membri del CdA



Nello svolgimento delle proprie funzioni, il CdA è coadiuvato da due **comitati endoconsiliari** aventi un ruolo consultivo e propositivo.

21 Per approfondire le competenze tecniche e specifiche di ognuno dei membri è possibile far riferimento ai curricula vitae pubblicati sul sito Investor Relations della Società, al seguente link http://investor.brunellocucinelli.com/it/governo-societario/consiglio-di-amministrazione.

In particolare, il **Comitato Controllo e Rischi** (CCR) supporta, con un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del CdA relativamente al Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR).

Almeno in occasione dell'approvazione da parte del CdA della relazione finanziaria annuale e semestrale, il Comitato deve riferire al Consiglio sull'attività svolta e in particolare il proprio giudizio in merito all'adeguatezza del SCIGR[22].

Inoltre, insieme al dirigente preposto, assiste il CdA nella redazione e nell'approvazione dei documenti contabili societari, valutando, in particolare, la corretta applicazione dei princìpi contabili.

Il CCR opera altresì come comitato per le operazioni con parti correlate.

Il **Comitato per la Remunerazione e per le Nomine**[23] è un organo consultivo e propositivo con il compito principale di coadiuvare il Consiglio nell'elaborazione della politica per la remunerazione.

In particolare, il Comitato per la Remunerazione e per le Nomine assolve i seguenti compiti:
- valutazione periodica dell'adeguatezza, della coerenza complessiva e della concreta applicazione – di cui è responsabile insieme al CdA – della politica per la remunerazione degli Amministratori e del Top Management, con particolare riferimento all'effettivo raggiungimento degli obiettivi di performance, e formulazione di proposte al CdA in materia;
- presentazione di proposte o pareri al CdA in merito alla remunerazione degli amministratori esecutivi e degli altri amministratori che ricoprono particolari cariche;
- formulazione di pareri al CdA in merito alla composizione ottimale dello stesso e dei comitati.

22 Per ulteriori informazioni in merito alle funzioni attribuite al Comitato Controllo e Rischi si rinvia alla Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari per l'esercizio 2023 consultabile al seguente link: http://investor.brunellocucinelli.com/it/governo-societario/assemblea-azionisti.

23 Ulteriori informazioni di dettaglio circa le funzioni attribuite al Comitato per la Remunerazione e per le Nomine sono reperibili nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari per l'esercizio 2023 consultabile al seguente link: http://investor.brunellocucinelli.com/it/governo-societario/assemblea-azionisti. Ai fini di completezza, si segnala che, con delibera del Consiglio di Amministrazione del 14 marzo 2024, è stata approvata una nuova versione della Politica di Remunerazione.

La Politica di Remunerazione[24]

La politica di remunerazione degli Amministratori, del Top Management e dei Sindaci della Società è approvata dall'Assemblea dei Soci, su proposta del Consiglio di Amministrazione coadiuvato dal Comitato per la Remunerazione, secondo quanto raccomandato dal *Codice di Corporate Governance* di Borsa Italiana.

Nella seduta del 27 aprile 2022 l'Assemblea ha approvato la politica di remunerazione applicabile agli esercizi 2022, 2023 e 2024.

Nella riunione del 14 marzo 2024 il Consiglio di Amministrazione della Società ha deliberato di proporre all'Assemblea dei Soci che si terrà il 23 aprile 2024 l'adozione di una nuova politica di remunerazione per l'esercizio 2024.

La nuova politica di remunerazione non differisce dalla precedente quanto ai principi ispiratori. La proposta che sarà esaminata dalla Assemblea dei Soci del 23 aprile 2024 contempla elementi di novità come l'istituto delle deroghe e la possibilità di porre in essere correttivi ai compensi variabili in casi straordinari, la possibilità di premi eccezionali, una maggiore chiarezza in merito al collegamento tra la remunerazione e la performance aziendale; la proposta nasce dall'esigenza di poter contare su uno strumento più funzionale a garantire la necessaria flessibilità della policy di remunerazione che il contesto storico, sociale ed economico richiede al fine del perseguimento, anche attraverso la remunerazione del top management, degli obiettivi e della missione della Società e del Gruppo.

Il principio alla base tanto della politica di remunerazione valida per l'esercizio 2023 quanto della proposta di politica di remunerazione per l'esercizio 2024 è quello di una **giusta remunerazione**, commisurata all'impegno richiesto agli Amministratori, ai dirigenti aventi responsabilità strategiche e ai membri del Collegio Sindacale.

Lo scopo della politica di remunerazione della Società è di attrarre, trattenere e motivare persone dotate di specifiche competenze e qualità professionali, favorendo una gestione di successo e la competitività della Società nel lungo periodo.

La politica di remunerazione prevede la corresponsione una **remunerazione fissa** e di una **remunerazione variabile.** Per il Presidente del Consiglio di Amministrazione, gli Amministratori non esecutivi e i Sindaci, la remunerazione prevista è esclusivamente fissa. Per gli Amministratori Delegati e per i dirigenti aventi responsabilità strategiche è prevista anche la possibilità di erogare una remunerazione variabile in aggiunta a quella fissa, entro parametri e limiti fissati di volta in volta dalla politica di remunerazione approvata dall'Assemblea dei Soci.

Per la definizione delle **componenti variabili** previste per gli Amministratori Delegati, la politica di remunerazione distingue tra componenti di breve periodo (con un orizzonte temporale annuale), legate al raggiungimento di obiettivi di performance di breve termine, anche di natura non economica (i.e. ESG), e consistenti (in prevalenza) in una retribuzione in danaro, e componenti di medio-lungo periodo, legate al raggiungimento di obiettivi di performance di medio-lungo termine (obiettivi di almeno 24 mesi), consistenti "anche" in strumenti finanziari (*equity-based*).

24 Nella predisposizione della Politica di Remunerazione dell'Emittente non è intervenuto alcun esperto indipendente.

I compensi variabili di breve termine previsti per i CEO sono ancorati per il 50% a criteri di performance economica (fatturato) e per il restante 50% ad **obiettivi relativi a tematiche di Umana Sostenibilità**, in linea con il Piano di Sostenibilità "*In Armonia con il Creato*" (rif. Sezione *Relazioni con il Creato e tra le persone*)[25].

Per l'esercizio 2023, conformemente a quanto previsto nella politica di remunerazione approvata il 27 aprile 2022, gli obiettivi di natura quali-quantitativa legati agli ambiti dell'Umana Sostenibilità hanno riguardato, in particolare, lo svolgimento dell'Inventario GHG 2022, la predisposizione del Questionario CDP 2022, l'attuazione dell'attività di *Stakeholder Engagement* con il coinvolgimento di un secondo cluster di stakeholder prioritari, l'implementazione del progetto "*Sustainable Supply Chain*" con il coinvolgimento dei fornitori di materia prima che rappresentano il 70% del valore annuale per il Gruppo e la verifica dei dati condivisi da 50 fornitori, l'implementazione del progetto "Gestione sfridi di produzione" con il coinvolgimento di 50 laboratori di *façonisti* e l'estensione della misurazione SROI a ulteriori progetti.

La politica di remunerazione contempla, inoltre, quale ulteriore strumento di remunerazione, un piano di compensi basato sull'attribuzione, a titolo gratuito, di azioni ordinarie Brunello Cucinelli S.p.A. in favore degli Amministratori Delegati e degli ulteriori beneficiari identificati nello stesso piano, previa verifica del raggiungimento di taluni obiettivi di performance. Per informazioni sul Piano di Stock Grant 2022-2024, attualmente in essere, e della proposta di nuovo Piano di Stock Grant 2024-2026 si rinvia alla Relazione sulla Remunerazione e alle relazioni illustrative degli amministratori pubblicate sul sito *investor* della Società[26].

Le informazioni inerenti alle politiche retributive previste per le umane risorse del Gruppo sono riportate nel Capitolo 5 (rif. Paragrafo *Formazione e sviluppo*).

La Società, su base volontaria, ha altresì istituito alcuni comitati intraziendali con funzioni prevalentemente di coordinamento operativo.

Il **Comitato di Direzione** è composto da amministratori esecutivi e dirigenti responsabili delle funzioni produttiva, commerciale, comunicazione e marketing, *digital*, finanziaria e legale della Società. Ha il compito di supportare l'organo amministrativo nella gestione sociale e nell'attuazione dei piani industriali e strategici.

Il **Comitato di Attenzione**, istituito per la prima volta nel marzo 2020 durante l'emergenza COVID-19, è composto da responsabili di vari uffici e si riunisce per la gestione di situazioni straordinarie o senza precedenti. Il suo compito principale consiste nello sviluppare strategie di mitigazione e piani di contingenza per far fronte a minacce o cambiamenti significativi nell'ambiente esterno che potrebbero impattare negativamente l'azienda. Nel caso del COVID-19, ad esempio, il Comitato di Attenzione ha studiato le azioni da attuare per mitigare i rischi per la salute dei dipendenti e l'impatto negativo dell'emergenza sanitaria sull'operatività aziendale. Il comitato coordina le azioni tra i diversi dipartimenti, assicurando che l'intera organizzazione sia allineata e pronta a rispondere efficacemente. Inoltre, supporta i vertici aziendali nelle decisioni, monitora l'evoluzione della situazione e adatta le strategie in base alle nuove informazioni, contribuendo alla resilienza e all'adattabilità dell'azienda in tempi di crisi.

25 Per maggiori informazioni in merito alle politiche retributive si rimanda alla Relazione sulla Remunerazione approvata annualmente dal CdA di Brunello Cucinelli S.p.A. e sottoposta all'Assemblea dei Soci. La relazione è consultabile al seguente link: http://investor.brunellocucinelli.com/it/governo-societario/assemblea-azionisti.

26 In particolare, si veda con riguardo al Piano di Stock Grant 2022-2024 il documento informativo redatto ai sensi dell'art. 84-bis della delibera Consob n. 11971/99 e l'ulteriore documentazione messa a disposizione all'indirizzo http://investor.brunellocucinelli.com/it, nella sezione dedicata all'Assemblea degli Azionisti 2022. Per informazioni sul nuovo Piano di Stock Grant 2024-2026 si rinvia al documento informativo redatto ai sensi dell'art. 84-bis della delibera Consob n. 11971/99 e all'ulteriore documentazione messa a disposizione dalla Società all'indirizzo http://investor.brunellocucinelli.com/it, nella sezione dedicata all'Assemblea degli Azionisti 2024.

Il **Comitato Umane Risorse** è composto da dirigenti della Società e si occupa di definire le linee guida relative alla gestione e allo sviluppo professionale delle Umane Risorse, con particolare riferimento all'ascolto delle istanze raccolte dall'Ufficio Umane Risorse, per il continuo miglioramento del benessere delle persone impiegate nel gruppo.

Il **Comitato per la Progettazione Architettonica** ha il compito di definire il concept dei negozi monomarca e degli spazi espositivi (ad esempio, gli showroom) e la progettazione architettonica delle sedi e degli stabilimenti della Società e del Gruppo.

Il **Comitato per la Sicurezza Informatica** - composto da dipendenti di diversi reparti (IT, sicurezza informatica, gestione del rischio, finanza, privacy e ufficio legale) - si occupa di valutare e mitigare i rischi connessi all'uso dei sistemi informatici della Società. In particolare, ha il compito di identificare le minacce informatiche a cui l'azienda è esposta e valutare la probabilità e l'impatto potenziale di tali rischi; sviluppare piani strategici per proteggere l'azienda dalle minacce cyber (mediante la definizione di standard di sicurezza, protocolli e procedure); promuovere la formazione e la consapevolezza sulla sicurezza informatica tra i dipendenti per ridurre il rischio di incidenti causati da errori umani; stabilire le procedure per la gestione e la risposta a eventuali incidenti di sicurezza informatica.

Il **Comitato Umana Riservatezza** – composto da dirigenti e responsabili delle funzioni principalmente coinvolte nel trattamento dei dati personali, tra cui Umane Risorse, CRM, Legale, IT Security – ha competenze in materia di protezione dei dati personali. Nei confronti del suddetto Comitato, così come in generale nell'organizzazione aziendale, il DPO rappresenta un organo di consulenza e di controllo rispetto al Titolare dei dati, con riporto diretto ai CEO. Il suddetto Comitato si riunisce periodicamente per affrontare le questioni e i progetti aventi implicazioni dal punto di vista della protezione dei dati personali e ogniqualvolta sia necessario un intervento di natura decisionale in materia di data protection e privacy.

Il **Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico**, costituito con l'obiettivo di integrare la sostenibilità dell'attività di impresa nella definizione delle strategie, anche sulla base di un'analisi di rilevanza dei fattori che possono incidere sulla generazione di valore nel lungo periodo, ha funzioni istruttorie di natura propositiva e consultiva nei processi valutativi e decisionali aventi ad oggetto i temi della sostenibilità (rif. Paragrafo *Governance della sostenibilità*).

La vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione è affidata al **Collegio Sindacale.** Il Collegio Sindacale in carica è stato nominato dall'Assemblea dei Soci del 27 aprile 2023; il suo mandato cesserà con l'approvazione del bilancio della Società al 31 dicembre 2025.

Governance della sostenibilità

La costituzione del **Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico**, avvenuta nel 2020, ha rappresentato un'ulteriore tappa per la formalizzazione della gestione della sostenibilità nel Gruppo.

Il Consiglio prende la forma di **steering committee a composizione mista**: è costituito da 11 membri – dei quali 8 Amministratori, inclusi i due CEO, e 3 dipendenti/manager della Società – ed è presieduto dallo stesso Presidente della Società, Brunello Cucinelli.

Tabella 5 - La composizione del Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico

Membri del Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico, per fascia d'età e genere nel 2023	
<30 anni	**0**
di cui uomini	0
di cui donne	0
30 ≤ x ≤ 50 anni	**6**
di cui uomini	4
di cui donne	2
>50 anni	**5**
di cui uomini	4
di cui donne	1
Totale	**11**
GRI 2-9 ***Struttura e composizione della governance***	

Tabella 6 – I membri del Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico

Membri del Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico	
Brunello Cucinelli	Presidente del Consiglio, Presidente Esecutivo
Riccardo Stefanelli	Membro del Consiglio, Amministratore esecutivo
Luca Lisandroni	Membro del Consiglio, Amministratore esecutivo
Camilla Cucinelli	Membro del Consiglio, Amministratore non esecutivo
Carolina Cucinelli	Membro del Consiglio, Amministratore non esecutivo
Alessio Piastrelli	Membro del Consiglio, Amministratore non esecutivo
Giovanna Manfredi	Membro del Consiglio, Amministratore non esecutivo
Andrea Pontremoli	Membro del Consiglio, Amministratore non esecutivo
Dario Pipitone	Membro del Consiglio, CFO e Dirigente Preposto
Michele Baiocco	Membro del Consiglio, Dirigente/Manager della Società
Giuseppe Labianca	Membro del Consiglio, General Counsel della Società

Ha il compito di supportare il CdA nel coordinamento delle attività e nella diffusione della cultura in materia di Umana Sostenibilità e Capitalismo Umanistico all'interno del Gruppo.

Nello specifico, il Consiglio è incaricato di portare alla condivisione del CdA e dei Comitati endoconsiliari politiche fondate sui princìpi dell'Umana Sostenibilità e del successo sostenibile che tengano conto, in particolare, degli aspetti di etica, tutela dei diritti umani, cura e tutela dell'ambiente e rapporto equilibrato con il Creato per la protezione e la valorizzazione delle sue diversità.

Inoltre, esso è diretto responsabile dell'attuazione, del coordinamento, del monitoraggio e dell'aggiornamento dei contenuti della Policy di Umana Sostenibilità, così come dell'attuazione del Piano di Sostenibilità.

Il Consiglio promuove la continua integrazione delle *best practice* nazionali e internazionali nella governance di sostenibilità della Società e dei fattori ambientali, sociali e di governance nelle strategie aziendali, monitorando il posizionamento del Gruppo rispetto ai mercati finanziari sui temi di sostenibilità e le iniziative rivolte alle comunità locali e agli stakeholder.

In particolare, nell'ultimo biennio, il Consiglio ha partecipato attivamente alla definizione della Strategia Climatica del Gruppo i cui target sono stati sottomessi alla Science Based Targets initiative (SBTi) e da quest'ultima approvati nel 2023 (rif. Sezione *Lotta al cambiamento climatico*).

Sul piano operativo, il Consiglio è coadiuvato dal team di lavoro interfunzionale sulla sostenibilità – il **Team Human Sustainability** – avente altresì un ruolo propulsivo, oltre che consultivo, in materia per detto Consiglio e il CdA.

Il Team Human Sustainability, anche grazie alla collaborazione con i responsabili delle funzioni rilevanti, supporta il Consiglio nell'individuazione delle aree di miglioramento, così come delle possibili azioni concrete da implementare per favorire il continuo conseguimento delle performance del Gruppo nell'ambito dell'Umana Sostenibilità. Il Team è inoltre responsabile del processo di raccolta delle informazioni, qualitative e quantitative, di sostenibilità ambientale, sociale, economica e di governance necessarie ai fini della predisposizione della DNF.

Nell'ambito dell'implementazione del Piano di Sostenibilità, coordina e monitora lo stato di avanzamento degli obiettivi e target stabiliti dal Piano, confrontandosi con le funzioni aziendali direttamente coinvolte e riportando agli Amministratori Delegati (CEO).

La responsabilità ultima per le decisioni strategiche e le attività in materia di sostenibilità è in capo allo stesso CdA. In particolare, il CdA ricopre un ruolo di **definizione e orientamento delle linee strategiche**, poi esplicitate all'interno del Piano di Sostenibilità, oltre che di approvazione formale degli obiettivi e target in esso contenuti. Ciò riguarda anche le priorità climatiche del Gruppo e la supervisione dei target definiti: entrambi i CEO partecipano attivamente ai tavoli di lavoro istituiti internamente con l'obiettivo di definire le azioni specifiche della Strategia Climatica, collaborando alla definizione delle iniziative di riduzione delle emissioni di CO2, dirette e indirette.

I due CEO sono altresì direttamente coinvolti nella supervisione e nell'aggiornamento della Politica di Umana Sostenibilità, al fine di assicurare la corretta applicazione dei princìpi in essa sanciti.

Infine, con riferimento alla rendicontazione di sostenibilità, il CdA è responsabile della verifica e dell'approvazione dei contenuti della DNF e delle analisi sottostanti, con particolare riferimento all'analisi di materialità.

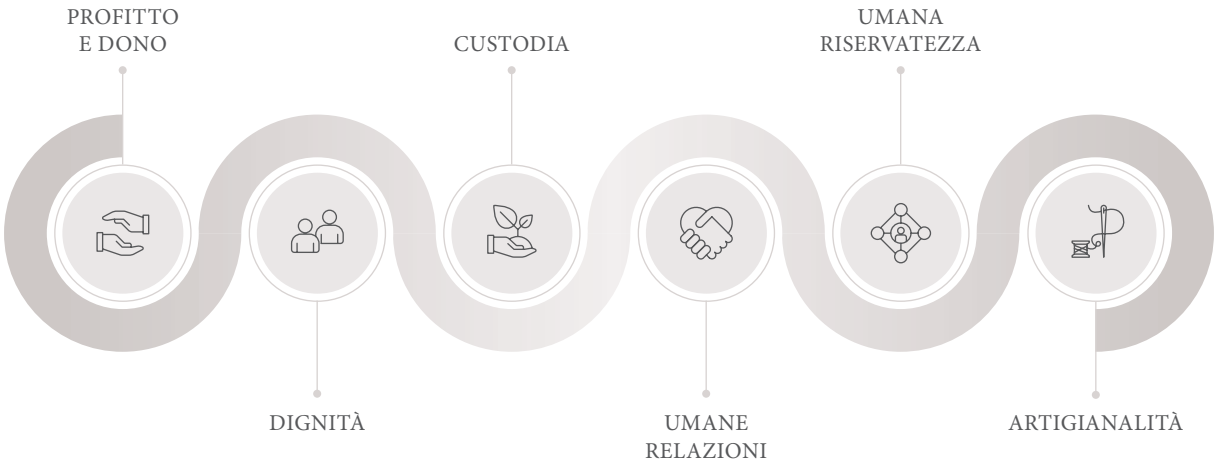
La Politica di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato"

Intendiamo l'Umana Sostenibilità quale atteggiamento di cura e custodia che non si esaurisce nella valorizzazione e promozione di una cultura della dignità umana, ma si estende ad ogni aspetto del vivere in armonia con il Creato, provando a non arrecarvi danno alcuno o quantomeno impegnandosi ad arrecarne il minore possibile.

Il nostro percorso di sostenibilità trova le sue fondamenta negli ideali di vita e di lavoro espressione dei valori formalizzati nei Quattro Decaloghi alla base della nostra idea di Capitalismo Umanistico e che, all'interno della Politica di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato" – adottata dal CdA in data 11 marzo 2021 –, si traducono in impegni rappresentati secondo una struttura a **sei "pilastri"**[27].

27 Per maggiori informazioni in merito alla Politica di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato" è possibile fare riferimento all'edizione 2020 della DNF, presente sul sito Investor Relations, sezione "Archivio Generale".

Figura 15 - I pilastri della Policy di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato"



Tramite l'adozione della Policy, la Società ha inteso recepire i princìpi distintivi della filosofia a cui l'intero Gruppo si ispira e dare veste formale alle pratiche già in uso nella Società.

Attraverso la diffusione della Politica, sia internamente che esternamente nella relazione con i nostri partner, auspichiamo di poter condividere la cultura e i valori in essa coltivati e che sostengono il nostro modo di fare impresa.

UMANE RELAZIONI: IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

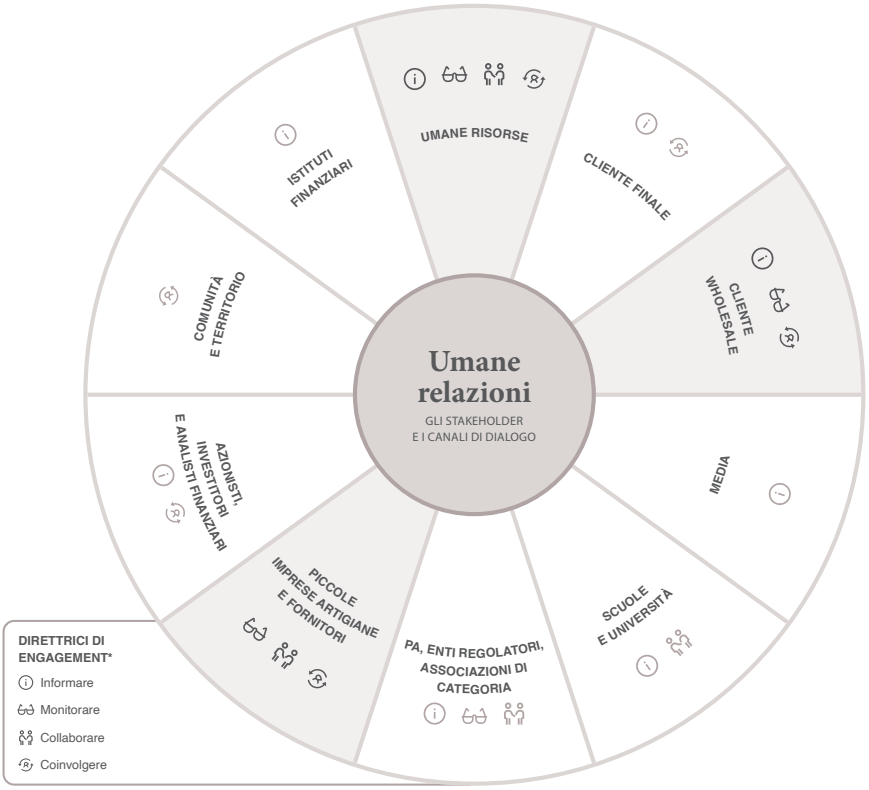
Nella gestione del rapporto con i nostri stakeholder auspichiamo che essi siano sempre **aggiornati rispetto al commitment, alla strategia e alle attività di Umana Sostenibilità del Gruppo**, al fine anche di **raccogliere i loro feedback** in maniera sempre più consapevole e ambiziosa.

Tale obiettivo è al centro della Policy Umane Relazioni, approvata dal CdA nel marzo 2021 e pubblicata sul sito Investor Relations[28], così come delle attività di engagement avviate nel corso dell'ultimo anno coerentemente con quanto definito dal Piano di Stakeholder Engagement, naturale prosecuzione operativa dei princìpi sanciti nella Policy.

La molteplicità e l'eterogeneità delle categorie di stakeholder (rif. Figura 16) con cui interagiamo ci richiede di adoperare strumenti e canali di dialogo che tengano conto delle specificità e degli interessi di ogni tipologia. Da sempre la comunicazione e il coinvolgimento degli stakeholder avviene principalmente attraverso canali di dialogo di tipo informale, che si esprimono in un rapporto diretto tra la funzione aziendale di riferimento e lo specifico stakeholder. La frequenza di dialogo è variabile a seconda della tipologia di stakeholder e di canale attivato: possono esservi occasioni esclusivamente annuali, così come relazioni che si traducono in un continuo confronto, anche quotidiano.

28 È possibile consultare la Policy nella sezione "Documenti" della pagina "Governo Societario" del sito Investor Relations della Società, al seguente link: http://investor.brunellocucinelli.com/it/servizi/archivio-generale/governance/documenti.

Figura 16 - I nostri stakeholder e i canali di dialogo



COINVOLGIMENTO DIRETTO NELL'AGGIORNAMENTO DELL'ANALISI DI MATERIALITÀ 2023

Umane risorse

CANALI DI DIALOGO
- Dialogo informale e formale via email e telefono/video call
- Incontri one-to-one/one-to-many online e in presenza
- Incontri annuali di valutazione delle performance e definizione degli obiettivi futuri
- Cultura del feedback
- Incontri istituzionali di aggiornamento sull'andamento del business
- Interazione con gli amabili consiglieri
- Piattaforma di e-learning «Sympo»
- Piattaforma Skilla per attività di formazione (manager aziendali)
- Store managers meeting e retail meeting

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE EMERSI DALL'ENGAGEMENT DIRETTO
- Percezione e consapevolezza della cura dei luoghi di lavoro
- Apprezzamento dell'impegno dell'Azienda nella riqualificazione del territorio
- Consapevolezza di lavorare per un'azienda d'eccellenza
- Equilibrio tra il «tempo dello spirito» e il «tempo del lavoro»
- Rafforzamento della comunicazione interna
- Valorizzazione e applicazione ulteriormente rafforzata del Decalogo «Ai nostri amabili dipendenti»
- Scarsa consapevolezza delle progettualità nell'ambito della Umana Sostenibilità

Cliente finale

CANALI DI DIALOGO
- Incontri face-to-face nelle boutique e negli spazi di vendita "Casa Cucinelli"
- Trunk show
- Presenza digitale e user experience (es. sito web istituzionale ed e-commerce) e Social Media
- Eventi dedicati
- Esperienze personalizzate a Solomeo (Borgo e sede)
- Servizio clienti (boutique online)
- Selezionate comunicazioni valoriali e di prodotto (es. Newsletter)
- Strumenti di messaggistica istantanea, telefono e video-call

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
Richiesta di informazioni sul prodotto: composizione dei capi, con riferimento ai materiali utilizzati (es. metalli nickel-free; lavorazione dei pellami con riferimento ai processi di concia – chimica o vegetale –, al colore e alle colle utilizzate)

* Le direttrici di engagement sono state definite sulla base dell'analisi svolta con il coinvolgimento del management del Gruppo

Cliente wholesale

CANALI DI DIALOGO
- Incontri valoriali e di formazione
- Pitti Uomo
- Milano Fashion Week
- Raccolta ordini e condivisione feedback
- Piattaforma di e-learning «Sympo»
- Visite a Solomeo per condividere filosofia e valori
- Roadshow (digitali) con i titolari dei multibrand e i loro manager
- Telefono/e-mail/video-conferenza

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE EMERSI DALL'ENGAGEMENT DIRETTO
- Coinvolgimento sempre maggiore dei fornitori
- Comunicazione continuativa verso l'esterno dell'eccellenza aziendale

PA, Enti Regolatori, Associazioni di categoria

CANALI DI DIALOGO
- Incontri con rappresentanti Pubblica Amministrazione locale
- Visite aziendali
- Telefono/email
- Incontri con rappresentanti delle associazioni di categoria
- Collaborazioni per supporto al territorio e alle comunità locali

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
Autorizzazioni/supervisioni legate all'attività di impresa

Comunità e territorio

CANALI DI DIALOGO
- Pianificazione e svolgimento di interventi sul territorio per custodire la bellezza del territorio e dargli valore nel tempo
- Attività della Fondazione Brunello e Federica Cucinelli
- Organizzazione di eventi per portare l'arte nel territorio e permettere ai cittadini di vivere l'esperienza in modo diretto e coinvolgente
- Incontri con rappresentanti di Associazioni

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
- Affidamento sul ruolo della Casa di Moda nel territorio
- Estensione del perimetro di riqualificazione delle periferie
- Inclusione sociale
- Creazione di più frequenti momenti di confronto tra i diversi attori locali

Comunità finanziaria (azionisti, investitori e analisti finanziari)

CANALI DI DIALOGO
- Dialogo mezzo telefono/email e video call
- Visite a Solomeo
- Assemblea degli azionisti
- Sito web istituzionale e Investor Relations
- Interviste
- Release (comunicati stampa) dei risultati e delle conference call (incrementati nel 2023)
- Comunicazioni e informazioni price-sensitive
- Roadshow
- Settimana della Moda (Milano) e Pitti (Firenze)
- Group meeting
- Eventi dedicati
- Store visits (anche Casa Cucinelli)
- Cene della gratitudine

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
- Maggior coinvolgimento della catena di fornitura nel percorso di Umana Sostenibilità della Casa di Moda
- Modalità di gestione delle Umane Risorse
- Economia circolare e riutilizzo delle materie prime
- Trasparenza e tracciabilità dei manufatti

Media (locali, nazionali e internazionali)

CANALI DI DIALOGO
- Dialogo mezzo telefono/email
- Colloqui informali
- Colloqui formali
- Comunicati stampa

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
- Supporto alle richieste di verifiche quantitative; aggiornamento sull'andamento del business e sulle iniziative realizzate/in corso di progettazione (es. presentazione del progetto Biblioteca universale di Solomeo)
- Interesse verso iniziative legate alla comunità e al territorio e nell'ambito della Sustainable Markets Initiative (SMI)

Scuole e università

CANALI DI DIALOGO
- Scuola di Arti e Mestieri
- Stage formativi e visite in azienda
- Collaborazione con "Sistemi Formativi Confindustria Umbria"
- Giornate di open day presso le università
- Interventi e testimonianze presso Scuole e Università
- Telefono/email

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
Organizzazione di stage; career day; programmi di formazione già attivi; sviluppo di nuovi progetti di formazione o di inserimento al lavoro

Piccole imprese artigiane e fornitori

CANALI DI DIALOGO
- Supporto costante con un team dedicato
- Visite aziendali
- Incontro annuale di condivisione dei risultati e attese
- Incontri singoli o collettivi
- Programma Filiera
- Intervista telefonica biennale per la valutazione delle performance annuali e analisi del grado di soddisfazione del façonista

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE EMERSI DALL'ENGAGEMENT DIRETTO
Piccole imprese artigiane:
- Cura dei luoghi di lavoro e ricerca del bello
- Trasparenza, dialogo e rispetto della relazione umana con la Casa di Moda
- Collaborazione massima sui temi della sostenibilità con tutta la filiera
- Richiesta affinchè l'Azienda si ponga quale leader trainante dell'evoluzione digitale e tecnologica

Istituti finanziari

CANALI DI DIALOGO
- Comunicati stampa
- Incontro in presenza con la direzione, su base trimestrale, con la partecipazione di specialisti su varie tematiche
- Incontro collegiale a Solomeo (organizzato da 30 anni) nel mese di novembre con tutte le direzioni bancarie
- Incontri one-to-onee Hub

ALCUNI ARGOMENTI DI INTERESSE RACCOLTI DALLE FUNZIONI REFERENTI
Aspetti strategici e di relazione; operatività bancaria (gestione dei conti correnti, delle condizioni bancarie, affidamenti, finanziamenti e operatività ordinaria); piattaforma WellMakers; piattaforma Welfare Hub

La Policy Umane Relazioni

La Policy Umane Relazioni è stata redatta con l'obiettivo di condividere internamente princìpi e valori che devono guidare i momenti di dialogo con tutti gli stakeholder, indirizzare le modalità di coinvolgimento degli stessi – diversificate a seconda delle categorie di portatori di interesse coinvolte –, e individuare le funzioni interne responsabili del processo di engagement e della relativa rendicontazione.

In base a un approccio strategico e disciplinato alla relazione con ogni categoria di stakeholder, la Policy invita le funzioni responsabili del dialogo a fare in modo che i momenti di interazione con i propri stakeholder di riferimento e i canali di dialogo attivati, o da implementare, possano garantire una sempre maggiore trattazione delle tematiche di Umana Sostenibilità.

Nello specifico, i princìpi che riteniamo possano sempre ispirare i diversi momenti di dialogo con tutti i nostri stakeholder sono i seguenti:
- **Fornire informazioni complete, tempestive e accurate agli stakeholder**, in merito ad attività, decisioni, progetti e iniziative del Gruppo attraverso una comunicazione quanto più trasparente possibile;
- **Lavorare insieme per generare valore nel lungo termine**, nell'intento di creare le giuste condizioni per massimizzare il contributo di ogni singolo stakeholder;
- **Ricevere feedback e raccogliere il punto di vista degli stakeholder**: a tal proposito riteniamo fondamentale lo sviluppo di una *cultura del feedback*, sia internamente che esternamente, in termini di confronto aperto rispetto ai temi ritenuti rilevanti nelle dimensioni ambientale, sociale ed economica/di governance e di restituzione dei risultati derivanti dal coinvolgimento;
- **Accrescere soddisfazione e fiducia nei confronti del Gruppo**, in quanto l'efficacia dell'interazione è fortemente correlata alla percezione che gli stakeholder sviluppano nei confronti dell'identità del brand e della reputazione aziendale.

Il Piano di Stakeholder Engagement e i canali di dialogo

Per poter rendere la Policy Umane Relazioni a tutti gli effetti operativa abbiamo formalizzato un Piano di Stakeholder Engagement, definito sulla base dei criteri di **influenza** e **dipendenza** degli stakeholder rispettivamente sulla e dall'Impresa.

Il Piano si pone i seguenti obiettivi:
- Promuovere un **engagement degli stakeholder strategico** e **continuativo**;
- Individuare eventuali **aree di miglioramento** nelle attività di coinvolgimento già avviate da parte delle funzioni referenti;
- Pianificare le migliori soluzioni in termini di **iniziative di coinvolgimento**, che siano **allineate e rispondenti alle peculiari caratteristiche di ogni categoria di stakeholder** e degli obiettivi sottostanti la singola attività;
- Prevedere un meccanismo di **valutazione delle occasioni di engagement** avvenute.

L'analisi compiuta per lo sviluppo del Piano – si specifica che nel 2021 era stato svolto un assessment dettagliato al fine di approfondire le attività in essere di stakeholder engagement all'interno del nostro Gruppo, coinvolgendo le figure aziendali di riferimento – ci ha permesso di classificare i nostri stakeholder secondo **quattro direttrici di rilevanza strategica** sulla base della valutazione dei criteri di influenza e dipendenza eseguita dal management aziendale per ciascun stakeholder.

Ogni direttrice è identificata da una linea di interazione trasversale ai canali di dialogo che vengono utilizzati per rafforzare le interlocuzioni tra il Gruppo e i suoi stakeholder, in base alla volontà, alla disponibilità e al livello di maturità dello stakeholder nel ricevere/dare informazioni ed essere coinvolto nelle attività della Casa di Moda.

Conseguentemente, abbiamo sviluppato degli strumenti a supporto del monitoraggio delle attività di ingaggio degli stakeholder portate avanti da ciascuna funzione referente, con l'obiettivo di mappare semestralmente le attività svolte, i risultati ottenuti ed effettuare una valutazione dell'efficacia dell'engagement operato da ciascuna funzione. Gli esiti di tale riepilogo semestrale sono poi condivisi, in maniera aggregata, con il Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico, al fine di informare i vertici aziendali delle principali istanze manifestate dagli stakeholder, delle occasioni in cui il dialogo si è focalizzato anche sui temi afferenti alle sei forme dell'Umana Sostenibilità e di eventuali criticità segnalate dagli stakeholder coinvolti.

Il coinvolgimento degli stakeholder

In allineamento a quanto definito nella Policy Umane Relazioni e alla valutazione strategica operata dal punto di vista delle dimensioni di dipendenza e influenza degli stakeholder, la Società ha deciso di proseguire con l'**attività di engagement diretto** dei propri portatori di interesse coinvolgendo le seguenti categorie: **clienti wholesale**, **fornitori**, **umane risorse** (maggiori dettagli nella sezione *Nota metodologica*).

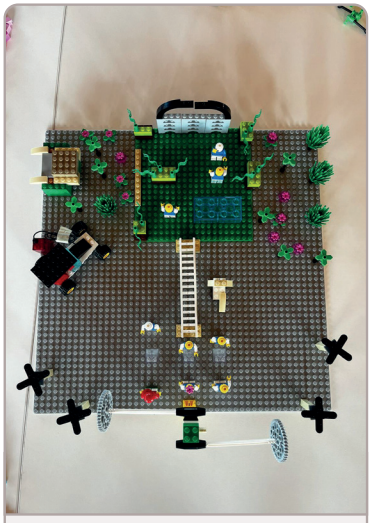
Il coinvolgimento dei clienti wholesale è avvenuto tramite un **questionario**, così come quello dei fornitori. Invece, per le umane risorse sono state organizzate delle **giornate ad hoc finalizzate al confronto** e svolte secondo il metodo di facilitazione *LEGO Serious Play®*, ovvero uno strumento basato sul "gioco serio" attraverso cui è stato possibile favorire lo sviluppo del pensiero creativo e accrescere il senso di collaborazione ingaggiando in maniera interattiva, divertente e riflessiva i partecipanti.

Figura 17 - Alcuni esempi degli output ottenuti dalle giornate di engagement con le umane risorse con la tecnica di facilitazione del LEGO Serious Play®, finalizzata a suscitare il pensiero creativo e il confronto attivo tra i partecipanti

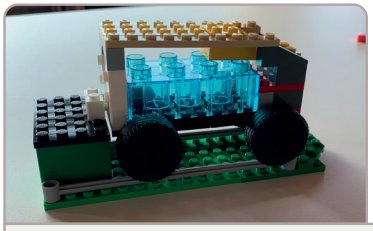
Diversità e inclusione:
incontro tra diversità

La **riqualicazione e valorizzazione dei luoghi del territorio**, come il restauro del Borgo di Solomeo e la ricostruzione di Norcia

Progetto Himalaya



La **comunicazione trasparente**
(personaggi Lego separati
da un pezzo di Lego trasparente),
diversità e inclusione
e la **tracciabilità delle materie prime**
(rappresentato dalla capra)



La cura del **verde aziendale e del territorio;**
iniziative di riduzione delle emissioni (ad esempio: utilizzo di **furgoni elettrici**)

Gli spazi interni ed esterni
all'azienda, la **Scuola di Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri**

Macchina Epson PaperLab

Gli obiettivi alla base delle attività di engagement organizzate a inizio settembre 2023 rispondevano innanzitutto ai princìpi sanciti dalla Policy Umane Relazioni quale fonte di ispirazione per il dialogo con gli stakeholder. In particolare, l'engagement aveva le seguenti finalità:

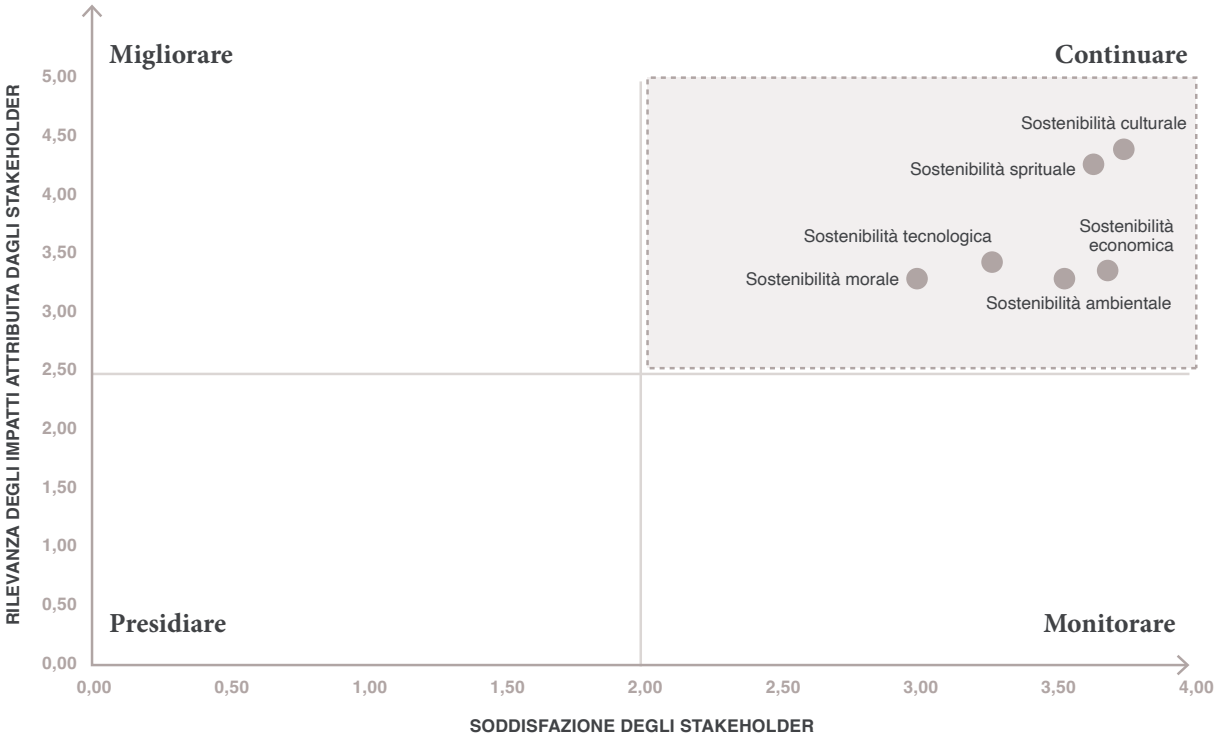
- **Rafforzare** in maniera continua il **dialogo** e il **rapporto** instaurato nel tempo con gli stakeholder;
- **Ascoltare attivamente le aspettative, le istanze e i suggerimenti degli stakeholder** rispetto alle azioni del Gruppo portate avanti nell'ambito delle sei forme dell'Umana Sostenibilità;
- **Coinvolgere in maniera diretta** gli stakeholder nell'aggiornamento dell'**analisi di materialità** ai fini della DNF 2023 del Gruppo (rif. *Addendum*, Sezione *Nota metodologica*, per approfondimenti tecnici in merito).

In particolare, è stato chiesto agli stakeholder coinvolti di esprimere il proprio parere, sul livello di soddisfazione circa iniziative, azioni e progetti che il Gruppo ha implementato o sta sviluppando con riferimento alle sei forme di Umana Sostenibilità, offrendo altresì spunti di riflessione e di miglioramento.

La rilevazione della rilevanza e del livello di soddisfazione assegnata con riferimento alle forme della sostenibilità dal cluster di portatori di interesse preso in esame, umane risorse, clienti wholesale e fornitori, è stata funzionale alla costruzione della matrice di rilevanza-soddisfazione degli stakeholder; che nel tempo ci aiuterà a definire le modalità attraverso le quali rafforzare il nostro impegno e dar riscontro alle attese dei nostri stakeholder prioritari. La matrice (rif. Figura 18) ha restituito il **giudizio più elevato assegnato alla forma della Sostenibilità culturale**, seguito dalla Sostenibilità spirituale. Nel complesso, le valutazioni aggregate espresse dagli stakeholder posizionano la percezione circa l'impegno del Gruppo nelle sei forme dell'Umana Sostenibilità all'interno del quadrante in alto a destra, che esprime il più alto livello di soddisfazione e di priorità attribuita dai nostri interlocutori.

Pur evidenziando **alcuni aspetti di miglioramento** – con particolare riferimento alla forma della Sostenibilità morale –, gli stakeholder hanno manifestato il loro sostegno a **continuare lungo il sentiero già intrapreso** nei diversi ambiti dell'Umana Sostenibilità.

Figura 18 - La matrice di rilevanza-soddisfazione degli stakeholder



Nel complesso, le giornate di engagement organizzate per le umane risorse hanno evidenziato una forte adesione e un alto grado di coesione della percezione e soddisfazione da parte dei partecipanti. Inoltre, sono stati raccolti diversi input anche dalla restituzione dei questionari di clienti wholesale e fornitori circa nuovi possibili impatti positivi e negativi della Casa di Moda relativi al ciclo di vita dei prodotti e alle iniziative di educazione e sensibilizzazione del consumatore e del fornitore delle materie prime.

Il nostro obiettivo per il prossimo anno è di continuare a rafforzare la condivisione e la comunicazione verso tutti i portatori di interesse delle modalità grazie alle quali il nostro impegno per l'Umana Sostenibilità si definisce e delle azioni portate avanti per ridurre gli impatti negativi e incrementare il beneficio che possiamo apportare al Creato, alle persone e alla collettività.

RISCHI E OPPORTUNITÀ: INDIVIDUAZIONE, VALUTAZIONE E GESTIONE LUNGO LA CATENA DEL VALORE

La **prevenzione** e la **gestione dei rischi** in grado di pregiudicare il raggiungimento degli obiettivi e la *business continuity* del Gruppo e la chiara **individuazione delle opportunità** che possono contribuire al nostro progetto di crescita garbata e sana rappresentano per noi una **priorità strategica**.

Alla luce di ciò, la Società ha implementato un **modello ERM** all'interno del proprio Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi ("**SCIGR**"). Il modello ERM è stato sviluppato tenendo in considerazione l'impatto globale dei rischi individuati (c.d. "*enterprise-wide*" risk assessment). A partire dal 2022, il perimetro di *assessment* è stato esteso alle controllate nordamericane del Gruppo; tale estensione è proseguita nel 2023 includendo la controllata cinese.

Obiettivo del modello è quello di definire gli elementi chiave alla base dell'identificazione, comprensione, prevenzione e gestione dei rischi rilevanti per l'organizzazione, con particolare riguardo anche a quelli connessi alle tematiche dell'Umana Sostenibilità.

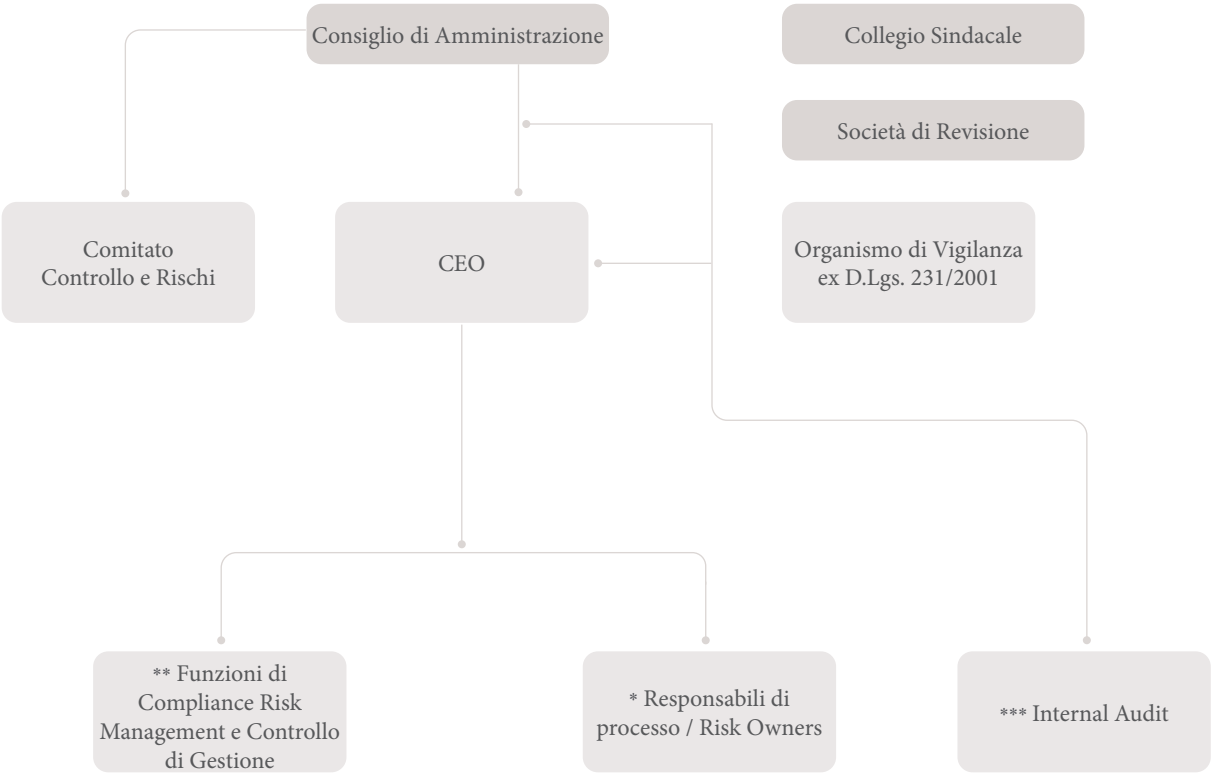
Proprio in riferimento a ciò, nell'esercizio 2023 il modello ERM ha visto una modifica dell'impianto metodologico, al fine di prendere in considerazione i principali elementi della recente direttiva CSRD; tutto come meglio precisato nella *Nota metodologica* (rif. *Addendum*).

Il modello ERM adottato si basa sui seguenti princìpi:
- **Supporto ai processi decisionali** con la finalità di integrare le logiche *risk-based* e quelle di valutazione delle opportunità;
- Diffusione di una **cultura del rischio** all'interno dei vari livelli organizzativi volta all'identificazione dei rischi, proattiva e coerente con il sistema dei valori della Casa di Moda, con particolare riferimento ai Quattro Decaloghi: un'attenzione particolare è stata prestata ai rischi con possibili risvolti sulle tematiche di Umana Sostenibilità;
- **Identificazione, prioritizzazione e gestione dei principali rischi** (cosiddetti "Top Risk");
- **Allineamento alle migliori pratiche** relative alla valutazione e alla gestione dei rischi;
- **Adattabilità del modello** all'evoluzione del contesto interno ed esterno.

Le "**Linee Guida ERM**" – approvate dal CdA nel dicembre 2021 – definiscono, tra l'altro, le responsabilità riguardanti l'identificazione, l'analisi, la valutazione, la gestione e il monitoraggio dei rischi.

Infatti, il SCIGR prevede il presidio e l'interazione di diversi organi societari e soggetti aziendali, come riepilogato di seguito, in allineamento agli ultimi aggiornamenti del Codice di Corporate Governance di Borsa Italiana, come pure al modello delle "tre linee"[29] alla base della governance del SCIGR.

Figura 19 - Gli organi societari e le funzioni aziendali coinvolte nel Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi



Legenda
* First line
** Second line
*** Third line

In particolare, il CdA definisce le linee di indirizzo del sistema, valutandone periodicamente adeguatezza ed efficacia, e approva il piano di lavoro predisposto dal responsabile della funzione di Internal Audit (IA). Il Consiglio definisce la natura e il livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici della Società, includendo nelle proprie valutazioni tutti gli elementi che possono assumere rilievo nell'ottica del successo sostenibile. Il CDA, inoltre,

29 "Three Lines Model" al posto del precedente "Three Lines of Defense".

approva le linee guida ERM, il Piano di Audit e su base almeno semestrale riceve informative in materia di rischi e sugli esiti dell'attività della Funzione IA. Inoltre, con cadenza almeno annuale, previo parere del CCR, esprime la propria valutazione sul SCIGR.

I CEO della Società hanno il compito di curare l'identificazione dei principali rischi aziendali e di dare esecuzione alle linee di indirizzo definite dal CdA; ciò avviene anche attraverso l'attuazione del modello ERM e del Piano di Audit.

Approfondimento circa i rischi strategici della Casa di Moda

Nell'esercizio 2023, nel quadro delle attività ERM, è stato condotto un approfondimento quali-quantitativo sui rischi strategici della Casa di Moda, al fine di valutare il rispetto del *risk appetite* definito in relazione alle iniziative strategiche previste per l'esercizio 2024. Tale approfondimento è stato condotto dalla funzione Internal Audit, con il supporto di *risk advisors*, attraverso un confronto con i CEO sull'analisi delle variabili macroeconomiche e di settore astrattamente idonee ad influenzare le assunzioni di piano relative alle prospettive di crescita garbata nel 2024 e, in particolare, i KPI delle operazioni *brick-and-mortar* ivi previste.

Dal confronto non sono emersi elementi idonei a pregiudicare il rispetto del *risk appetit*e definito per le iniziative strategiche esaminate.

Cyber Risk Management

Nel corso dell'esercizio, la funzione ERM & Internal Audit e la funzione Tecnologia, con il supporto di una società di consulenza specializzata, hanno affinato una metodologia riguardante la valutazione del rischio tecnologico "Compromissione della triade CIA: Confidenzialità, Integrità e Affidabilità del dato", mappato nell'Enterprise Risk Management.

L'obiettivo consta nell'incremento della frequenza di valutazione di tale rischio, da annuale a trimestrale, al fine di incrementare la capacità di risposta del Gruppo.

Al termine dell'esercizio 2023, l'implementazione del progetto risultava in corso.

Il CCR supporta le valutazioni e le decisioni di competenza del CdA relativamente al SCIGR, secondo quanto raccomandato dal Codice di Corporate Governance, cui la Società aderisce. In particolare, il CCR:
- può esprimere pareri in merito ad aspetti specifici connessi al processo di assessment dei rischi aziendali;
- può esaminare le relazioni periodiche a carattere non finanziario ai fini del SCIGR, oltre che quelle predisposte dalla funzione IA;
- è incaricato di monitorare l'autonomia, l'adeguatezza, l'efficacia e l'efficienza della funzione IA;
- può richiedere alla suddetta funzione lo svolgimento di attività di verifica relativamente a specifiche aree operative della Società, dandone contestuale comunicazione ad altri soggetti del SCIGR.

Il Responsabile della funzione IA dipende gerarchicamente dal CdA e riferisce circa il proprio operato ai CEO, al CCR, al CdA e al Collegio Sindacale.

Il Collegio Sindacale ha un potere di vigilanza interna sull'efficacia del sistema, a cui si affianca l'**OdV**, che ha il compito di verificare il funzionamento e l'osservanza del "Modello Organizzazione Gestione e Controllo" adottato dalla Società ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001 (c.d. "Modello 231") e di curarne l'aggiornamento.

La metodologia su cui si basa l'ERM ci consente di ottenere una rappresentazione completa delle esposizioni al rischio, con la relativa definizione delle priorità. I rischi sono valutati innanzitutto a livello "inerente" da parte dei referenti di funzione coinvolti per la propria area di interesse (i.e. senza tenere in considerazione l'adozione di misure di prevenzione e correzione), sulla base della probabilità e dell'impatto. Successivamente, la valutazione del rischio "residuo" viene ricavata attraverso l'applicazione di un fattore di riduzione del rischio derivante dalla valutazione delle misure di controllo esistenti.

Tali valutazioni sono condotte attraverso metriche in cui sono stati valorizzati dei parametri quantitativi (ad esempio, economico-finanziari) e qualitativi, con l'obiettivo di facilitare la valutazione omogenea delle varie tipologie di rischio, ivi compresi i rischi con risvolti ESG. Inoltre, i CEO hanno la possibilità di integrare una visione *top-down* dei rischi individuati.

I rischi individuati e valutati sono successivamente posti a confronto con i livelli di "*risk appetite*" e "*risk tolerance*" predeterminati dal CdA con il supporto dei CEO e del CCR, per ciascuna categoria e sottocategoria di rischio considerata nel *risk model* definito all'interno dell'ERM (rif. Figura 20). Resta inteso che tutti gli elementi del modello sono soggetti ad aggiornamento periodico per recepire le variazioni nel contesto interno ed esterno.

Figura 20 - Categorie di rischio nel risk model

Rischi strategici	Rischi finanziari	Rischi di compliance	Rischi operativi		Rischi esterni
Business model: clienti, canali, façonisti	Capital structure	Compliance alla normativa esterna	Business continuity (legato a fattori interni/ façonisti/ materie prime)	Wholesale: monomarca e multimarca	Eventi naturali/ cambiamenti climatici
Iniziative startegiche	Mercato	Legale	Retail	Salute e sicurezza	Competizione
Governance	Liquidità	Compliance alla normativa interna	Persone	Ambiente	Evoluzione normativa
Brand/ reputation	Credito		Sistemi ICT	Qualità del prodotto (legato a fattori interni/ façonisti/ materie prime)	Cambiamenti macroeconomici e socio-politici
			Processi e procedure		Atti illeciti esterni

Dimensioni ESG: Environmental Social Governance

In particolare, nel corso del 2023, si è proceduto all'aggiornamento della campagna di *risk assessment* relativa alla Capogruppo e alle società nordamericane (in continuità con il passato esercizio), nonché alla conduzione del **primo *risk assessment* con riferimento alla Cina**. A tale ultimo scopo, è stato organizzato un workshop formativo al fine di fornire ai manager della controllata cinese tutti gli elementi metodologici per svolgere correttamente le attività di individuazione e valutazione.

Nel complesso, sono stati coinvolti 31 *Risk owner*, al fine di identificare e valutare gli scenari di rischio e le misure di mitigazione in atto per ognuna delle unità organizzative di interesse.

L'analisi compiuta nel 2023 ha fatto emergere complessivamente **198 rischi** (155 nel 2022). I rischi, valutati e prioritizzati, vengono rappresentati all'interno della *Heat Map*[30]. Grazie ai controlli esistenti, la maggior parte di tali rischi risulta di livello basso in termini di rischio residuo. Inoltre, sono stati individuati 7 rischi non allineati al risk appetite definito dal CdA, ancorché nei limiti di tolleranza.

Il 47% circa dei rischi emersi ha implicazioni ambientali, sociali e di governance, per un totale di **93 rischi ESG individuati** (61 nel 2022).

A conferma dell'integrazione tra i molteplici processi interni, i rischi inerenti emersi dall'aggiornamento dell'ERM 2023, ove connessi a tematiche ESG e considerati pertinenti (rif. Sezione *L'analisi di materialità*), sono serviti per la definizione degli impatti negativi (rischi) associati alle tematiche potenzialmente rilevanti da sottoporre, nell'ambito dell'**analisi di materialità**, sia agli stakeholder sia al management. A tali rischi sono stati integrati anche ulteriori elementi di rischio derivanti da quanto mappato e rendicontato nella precedente DNF e dall'aggiornamento dell'analisi di contesto effettuato nel 2023[31].Queste medesime fonti sono state utilizzate anche per l'individuazione delle opportunità da presentare all'attenzione degli stakeholder coinvolti nelle attività di engagement e del management del Gruppo per la valutazione degli impatti positivi connessi alle tematiche potenzialmente rilevanti.

Si riportano di seguito (rif. Tabella 7) i risultati emersi – in termini di impatti negativi e positivi - connessi alle tematiche di Umana Sostenibilità. Si specifica che nella tabella sono inclusi anche i rischi e le opportunità identificati nell'ambito dell'esercizio preliminare svolto in relazione alla "materialità finanziaria"[32].

30 La Heat Map è uno strumento che consente di ottenere una rappresentazione bidimensionale dei rischi individuati (rischio inerente e rischio residuo), all'interno del quale i cui valori sono individuati attraverso l'utilizzo di colori.

31 Queste ultime fonti di rischio sono state fatte valutare anche al management del Gruppo, con specifico riferimento a coloro che erano stati già precedentemente individuati come Risk Owner nell'ambito dell'ERM 2023. Per i rischi inerenti emersi dall'analisi ERM 2023 sono invece state considerate le valutazioni espresse dai Risk Owner in sede di aggiornamento del risk assessment.

32 Si veda la nota n.ro 6.

Tabella 7 - Risultanze dell'analisi di materialità 2023

Tematiche materiali	Materialità d'impatto (prospettiva inside-out)	Materialità Finanziaria[33] (prospettiva outside-in)
Sostenibilità ambientale		
Approvvigionamento e gestione delle Materie Prime	**Positivo**: Implementazione di meccanismi per incentivare le modifiche progettuali a favore della circolarità e della riduzione dell'impatto ambientale, con particolare riferimento alla longevità dei capi	**Opportunità**: Sviluppo e diffusione sul mercato di materiali sostitutivi in grado di assicurare pari qualità al prodotto finale, con conseguente possibilità per la Casa di Moda di diversificazione delle materie prime
	Positivo: Riduzione dell'impatto ambientale generato lungo la catena del valore del Gruppo attraverso l'utilizzo di materiali sostitutivi ricercando alternative in fase di design dei capi	
	Negativo: Scelta di materiali per le Collezioni che non rispecchiano i princìpi di sostenibilità ambientale	**Rischio**: Ridotta disponibilità di materie prime rispetto alle esigenze del business, in conseguenza del cambiamento climatico
	Negativo: Ridotto livello di innovazione tecnologica della fase creativa delle Collezioni Uomo/Donna, anche in ottica di efficientamento/sostenibilità	**Rischio**: Sviluppo di norme o standard a limitazione dello sfruttamento animale per la produzione delle materie prime o imposizione di limiti nell'importazione/ esportazione
	Negativo: Scelta di materiali e/o soluzioni di spedizione percepiti come non in linea con i principi di sostenibilità ambientale	**Rischio**: Evoluzione del quadro normativo/ regolamentare in ambito sostenibilità e circolarità dei prodotti tessili
Lotta al cambiamento climatico	**Positivo**: Riduzione dell'impatto emissivo attraverso la progressiva adozione di tecnologie di produzione a ridotto impatto emissivo (es. iniziative di efficientamento energetico)	**Opportunità**: Aumento della competitività e della reputazione grazie alle azioni di riduzione della propria impronta ambientale avviate per contribuire alla mitigazione del cambiamento climatico
	Negativo: Impatto ambientale legato all'operatività del business superiore rispetto ai limiti prefissati (sebbene entro i limiti di legge)	**Rischio:** Indisponibilità/ malfunzionamento dei sistemi ICT/ reti dati/ applicativi legato ad eventi naturali/ accidentali
		Rischio: Evoluzioni normative o regolamentari in materia di lotta al cambiamento climatico e assenza di una governance/strategia aziendale sul clima
Gestione sostenibile della catena di fornitura	**Positivo**: Sviluppo e condivisione con i fornitori di materie prime di una condotta responsabile, unitamente all'adozione di strumenti di controllo e verifica, così da contribuire fattivamente al mantenimento di un modello d'impresa che operi in "armonia con il Creato"	
	Negativo: Fornitori/ façonisti non conformi al sistema di valori del Gruppo, con riferimento alla sostenibilità ambientale	

33 Si veda la nota n.ro 6.

Tematiche materiali	Materialità d'impatto (prospettiva inside-out)	Materialità Finanziaria[33] (prospettiva outside-in)
Equilibrio tra il dare e l'avere nei rapporti con il Creato	**Positivo**: Riduzione o eliminazione dell'uso di sostanze chimiche pericolose all'interno dei processi produttivi grazie alla maggiore collaborazione con i fornitori di materie prime, unitamente all'adozione di strumenti di controllo e verifica	
	Negativo: Inquinamento delle acque legato ad un'inadeguata gestione degli scarichi della lavanderia	**Rischio**: Compromissione della continuità delle attività aziendali (e.g. operatività magazzino/ attività di supporto al business) a causa di eventi naturali estremi
	Negativo: Inquinamento del suolo/ delle acque legato ad un'inadeguata gestione dei rifiuti	
	Negativo: Perdita di biodiversità conseguente a un utilizzo non regolato del suolo e a interventi di deforestazione operati ai fini dell'edilizia aziendale	**Rischio**: Percezione, da parte degli stakeholder esterni, di una mancata/ ridotta diffusione, all'interno del Gruppo, dei principi di sostenibilità ambientale
	Negativo: Iniziativa strategica (e.g. nuova linea/ prodotto) percepita come non in linea con i principi di sostenibilità ambientale	
Sostenibilità economica		
Crescita sostenibile e profittabilità sana	**Positivo**: Attuazione di investimenti sostenibili, sfruttando il ruolo della finanza per implementare soluzioni innovative	**Opportunità**: Potenziali benefici economico-finanziari per la Casa di Moda derivanti da politiche di finanza sostenibile (e.g. SFDR)
		Opportunità: Possibile incremento delle vendite dovuto alla capacità di intercettare l'orientamento crescente dei clienti in favore di prodotti più sostenibili
	Negativo: Violazione della normativa in ambito Intellectual Property (i.e. marchi, disegni, brevetti)	**Rischio**: Contraffazione (linea eyewear)
		Rischio: Contestazioni da parte dell'autorità fiscale in merito ad operazioni ordinarie (es. in materia IVA/ compensazione crediti d'imposta/ transfer pricing) o in merito ad operazioni straordinarie (es. acquisto ramo d'azienda, fusioni, scissioni)
	Negativo: 'Reato di abuso di informazioni privilegiate (i.e. insider trading)	**Rischio**: Diffusione di informazioni strategiche da parte di fornitori/ façonisti
		Rischio: Presenza di capi BC all'interno di store non autorizzati (i.e. vendite parallele)
	Negativo: 'Compromissione della brand reputation con ripercussioni sul prezzo del titolo legata a fattori interni	**Rischio**: Sottrazione indebita di fondi da parte di soggetti esterni (e.g. fake president fraud)
		Rischio: Sottrazione indebita di prodotti finiti dal magazzino
	Negativo: 'Inadempimenti con riferimento agli obblighi informativi (i.e. informazione periodica e continua) verso il Mercato e la Consob	**Rischio**: Schemi di frode esterna nell'ambito dell'E-commerce
		Rischio: Peggioramento delle condizioni di finanziamento legato a fattori interni

Tematiche materiali	Materialità d'impatto (prospettiva inside-out)	Materialità Finanziaria[33] (prospettiva outside-in)
Identità del brand	**Positivo**: Esclusività e allure del brand come opportunità di sviluppo/promozione della qualità ed artigianalità che risiedono nel territorio	**Opportunità**: Percezione esterna del brand come esempio positivo di adozione dei principi chiave della sostenibilità e conseguente generazione di valore per la Casa di Moda
	Negativo: Prodotti e profumi (i.e. manufatti/ linea lifestyle) non conformi agli standard di qualità di Brunello Cucinelli (potenzialmente dannosi per il cliente finale)	**Rischio**: Violazione, da parte di terzi, della proprietà intellettuale del Gruppo (i.e. marchi, disegni, brevetti)
		Rischio: Compromissione della reputazione del Gruppo riconducibile a fattori esterni
		Rischio: Compromissione dell'unicità/ ricercatezza della collezione per cause riconducibili ai fornitori
		Rischio: Compromissione della brand reputation con ripercussioni sul prezzo del titolo legata a fattori esterni
		Rischio: Ridotta tutela del marchio Brunello Cucinelli sul web
		Rischio: Accesso indebito ai profili social aziendali e alterazione dei contenuti digital
		Rischio: Compromissione della reputazione del Gruppo sul web riconducibile a fattori esterni
Rapporto speciale e autentico con il cliente	**Positivo**: Capacità di intercettare le esigenze e i trend e darne risposte concrete	
	Positivo: Rafforzamento del rapporto di fiducia con il cliente, costante e continuativo nel tempo	
	Negativo: 'Infortuni occorsi ai clienti all'interno del punto vendita	**Rischio**: Insorgere di controversie/ contenziosi con clienti/ associazioni (i.e. class action)
	Negativo: 'Parziale accessibilità dei contenuti del canale e-commerce ad utenti con disabilità (e.g. ipovisione e disturbi visivi, epilessia, limitazioni motorie, etc.)	
	Negativo: 'Parziale accessibilità dei punti vendita a persone con disabilità motoria	
	Negativo: 'Mancato adeguamento del Business Model ai cambiamenti nelle preferenze/ comportamento d'acquisto del cliente (Stile Uomo e Stile Donna)	

Tematiche materiali	Materialità d'impatto (prospettiva inside-out)	Materialità Finanziaria[33] (prospettiva outside-in)
Sostenibilità culturale		
Supporto al territorio e alle comunità locali	**Positivo**: Sostegno alla riqualificazione del territorio e alla valorizzazione del patrimonio artistico-culturale locale	**Opportunità**: Sviluppo di partnership con gli attori locali e conseguente generazione di valore per la Casa di Moda
	Positivo: Promozione della dignità morale ed economica delle comunità locali che abitano la periferia	
		Rischio: Percezione, da parte degli stakeholder esterni, di un mancato/ carente sostegno, da parte del Gruppo, nei confronti delle comunità locali
Qualità e artigianalità Made in Italy	**Positivo**: Creazione di lavoro e sviluppo dell'economia locale, valorizzando l'heritage e le competenze artigianali del territorio	**Opportunità**: Valorizzazione del brand grazie a una maggiore occupazione e sviluppo locale
	Positivo: Promozione del modello Made in Italy	
		Rischio: Indisponibilità sul mercato di capacità artigianali necessarie alle esigenze del business
Sostenibilità spirituale		
Dignità e bellezza dei luoghi di lavoro	**Positivo**: Valorizzazione dell'arte e della bellezza dei luoghi di lavoro della Casa di Moda per offrire ai lavoratori condizioni migliori dal punto di vista del benessere personale e favorire una maggiore creatività	**Opportunità**: Aumento della talent acquisition e retention grazie all'offerta di luoghi e condizioni di lavoro di elevata qualità
	Positivo: Valorizzazione dell'arte e della bellezza dei luoghi di lavoro delle imprese artigiane per offrire ai lavoratori condizioni migliori dal punto di vista del benessere personale e attrarre giovani artigiani	
Sostenibilità tecnologica		
Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale	**Positivo**: Utilizzo della tecnologia e di un'intelligenza artificiale "giusta", aperta e disponibile per tutti che sia in grado di generare impatti positivi al servizio dell'umanità e del Creato	**Opportunità**: Aumento della competitività aziendale grazie all'utilizzo maturo e ponderato della tecnologia, inclusa l'Intelligenza Artificiale
	Positivo: Digitalizzazione dei processi come leva per aumentare efficienza e flessibilità lungo l'intera catena del valore (façonisti, fornitori)	
		Rischio: Indisponibilità/ malfunzionamento profili social/sito web (i.e. Instagram, Pinterest, WeChat, TikTok, YouTube, Spotify) legato ad attacco logico
		Rischio: Indisponibilità/ malfunzionamento sito e-commerce legato ad attacco logico

Tematiche materiali	Materialità d'impatto (prospettiva inside-out)	Materialità Finanziaria[33] (prospettiva outside-in)
Sostenibilità morale		
Diversità, Inclusione ed Equità	**Positivo**: Valorizzazione delle diversità presenti in Brunello Cucinelli	**Opportunità**: Miglioramento della percezione, interna ed esterna, grazie a un clima aziendale rispettoso e inclusivo delle diversità
	Negativo: Percezione, da parte delle umane risorse, di una mancata/ridotta diffusione dei valori di diversità e inclusione all'interno della Casa di Moda	**Rischio**: 'Percezione, da parte degli stakeholder esterni, di una mancata/ ridotta diffusione, all'interno del Gruppo, dei valori di diversità e inclusione
	Negativo: 'Campagna di comunicazione non in linea con le esigenze/ caratteristiche dei mercati in cui il Gruppo opera	
Tutela dei diritti dell'uomo e dignità del lavoro	**Positivo**: Rafforzamento della tutela dei diritti umani e del lavoro fondamentali attraverso una maggiore attenzione agli aspetti inerenti al personale nella catena di fornitura, in allineamento ai principi ispiratori della filosofia del Gruppo	**Opportunità**: Vantaggio competitivo e impatto reputazionale crescenti grazie al presidio della Casa di Moda circa la tutela dei diritti umani in anticipo rispetto ai crescenti requisiti legislativi (e.g. Corporate Sustainability Due Diligence Directive)
	Positivo: Promozione di una cultura aziendale che tuteli l'equilibrio vita/lavoro dei dipendenti, la loro soddisfazione e che abbia come fine principale il bene della persona	
	Negativo: Fornitori/ façonisti non conformi al sistema di valori del Gruppo, con riferimento alla sostenibilità sociale e morale, con particolare riferimento ai fenomeni di lavoro forzato/ obbligatorio e lavoro minorile	**Rischio**: Scelta di partner Wholesale non conformi al sistema di valori del Gruppo
Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle umane risorse	**Positivo**: Potenziamento della capacità del Gruppo di valorizzare, formare e far crescere le umane risorse già presenti in azienda	**Opportunità**: Incremento della reputazione e della competitività aziendale conseguente alla capacità di intercettare le esigenze formative delle umane risorse
	Negativo: Non adeguata valorizzazione delle umane risorse della Casa di Moda, in termini professionali e personali	**Rischio**: Difficoltà nel reperire sul mercato/ attrarre risorse e/o competenze specifiche, prevalentemente legato alla sempre maggiore richiesta di flessibilità da parte del mercato
	Negativo: Livello di competenze/conoscenze interne inferiore rispetto alle necessità del proprio percorso lavorativo, in conseguenza di una non adeguata offerta formativa dedicata alle umane risorse	**Rischio**: Difficoltà nel reperire sul mercato/ attrarre risorse e/o competenze specifiche, con riferimento alle figure di vendite commerciali
	Negativo: Compromissione del benessere psico-fisico dei dipendenti (e.g. equilibrio tra lavoro e vita privata, rischio burn-out)	**Rischio**: Insorgere di contenziosi in ambito giuslavoristico
	Negativo: Riduzione del morale delle umane risorse e/o aumento del tasso di dimissioni a causa della situazione post-pandemica	

Tematiche materiali	Materialità d'impatto (prospettiva inside-out)	Materialità Finanziaria[33] (prospettiva outside-in)
Umana Riservatezza	**Positivo**: Armonizzazione del modello di gestione dei dati sensibili all'interno del Gruppo, prendendo come riferimento i più elevati standard legislativi ad oggi vigenti	
	Negativo: Rischio di incapacità da parte del Gruppo di far fronte alle richieste da parte degli interessati o di non rispettare i termini di legge (e.g. cancellazione, accesso ai dati, rettifica dei dati, revoca del consenso)	**Rischio**: Compromissione della riservatezza di dati strategici aziendali/ dati price sensitive legata ad attacco logico
	Negativo: Compromissione della riservatezza/ disponibilità/integrità dei dati dei clienti e delle umane risorse legata a fattori interni (i.e. non conformità procedurali, di governance, dei sistemi applicativi in materia di privacy) e/o esterni (es. fornitori responsabili del trattamento di dati di cui la Casa di Moda è titolare)	
Eticità, integrità e anticorruzione	**Positivo**: Sensibilizzazione dei collaboratori a comportamenti corretti e sviluppo di una cultura etica aziendale, fondata sui valori di legalità, equità e onestà	
	Negativo: Compromissione della reputazione della Casa di Moda riconducibile a fattori interni	
	Negativo: Frodi interne nella gestione dei flussi monetari in uscita	
	Negativo: Appropriazione indebita di capi d'abbigliamento da parte del personale del negozio	
	Negativo: Mancata divulgazione di informazioni rilevanti al mercato (ad esempio, cambiamenti relativi alla governance).	
	Negativo: Scelta di fornitori / façonisti in assenza di valutazioni relative a professionalità, affidabilità, livello di qualità, integrità e convenienza economica della controparte	
Salute e sicurezza sul lavoro	**Negativo**: Insorgere di malattie professionali legate alle attività svolte dalle umane risorse della Casa di Moda	
	Negativo: Rischi connessi alla mobilità internazionale di breve o medio termine con possibile compromissione della safety/ security del personale	
	Negativo: 'Diffondersi di malattie infettive/ emergenze epidemiologiche con impatto sulla salute e sicurezza dei dipendenti	
	Negativo: Rischio di infortuni durante lo svolgimento delle attività lavorative e/o legati ad interferenze (ad esempio rischi specifici della location) sia con riferimento alle umane risorse della Casa di Moda che ai collaboratori di fornitori e imprese artigiane	

Nella Tabella 8 che segue è presentato un focus relativamente ai rischi e alle opportunità connesse al cambiamento climatico, con evidenza del modo in cui tali impatti – attuali e potenziali – hanno una capacità di influenzare la strategia aziendale e i flussi di cassa finanziari della Società.

I principali rischi individuati sono quelli derivanti da eventi di danno ambientale riconducibili all'attività dell'organizzazione e/o da un'inefficiente gestione delle risorse o rischi derivanti dal verificarsi di eventi naturali (come terremoti e alluvioni) e/o legati ai cambiamenti climatici, sia in termini di **rischi fisici**, ossia eventi metereologici estremi più frequenti o mutamenti graduali del clima, sia in termini di **rischi di transizione**, ossia legati al passaggio ad un'economia a bassa emissione di carbonio e alle politiche governative che ne conseguono.

Attualmente, l'esposizione del Gruppo alle conseguenze del cambiamento climatico risulta limitata.

Tabella 8 - Rischi, opportunità e implicazioni finanziarie connesse al cambiamento climatico

Rischio	Tipologia di rischio	Implicazioni finanziarie/strategiche potenziali	Modalità di gestione
Compromissione della continuità delle attività aziendali (e.g. operatività magazzino/ attività di supporto al business) a causa di eventi naturali estremi	Fisico	Costi e mancati ricavi derivanti dall'inoperatività del magazzino di Solomeo (potenzialmente soggetto ad allagamenti dovuti ad esondazione). Conseguenti costi dovuti al ripristino delle attività. L'impatto economico-finanziario di questo rischio, ancorché presente, è considerato non significativo in base alle metriche ERM.	• Installazione di un sistema di paratie in caso di esondazione e formazione del personale per renderlo capace di far fronte a tale eventualità. • Presidio della fabbrica continuativo. • Organizzazione dei prodotti in magazzino al fine di prevenirne il danneggiamento in caso di allagamento. • Predisposizione di procedure scritte per interventi in emergenza.
Ridotta disponibilità di materie prime rispetto alle esigenze del business, in conseguenza del cambiamento climatico	Fisico Normativo	Incremento dei costi diretti per l'acquisto di materie prime, in seguito all'approvvigionamento di materiali più sostenibili in sostituzione di materie prime vergini (ad esempio materiali da imballaggio, come la plastica vergine). Anche le spese in conto capitale sono destinate a crescere, poiché potrebbero essere necessari ingenti investimenti anche per implementare un sistema di recupero-riutilizzo degli sfridi di lavorazione.	Orientamento degli acquisti di materie prime vergini verso materiali riciclati (iniziative di sostituzione di plastica e cartone già attuate) e valutazione dell'opportunità di sviluppare iniziative di recupero/riutilizzo degli sfridi di produzione con l'obiettivo di reintrodurre nel ciclo produttivo (limitatamente al packaging) gli scarti di lavorazione come materiali di riciclo, nel pieno rispetto dei princìpi di circolarità.

Rischio	Tipologia di rischio	Implicazioni finanziarie/strategiche potenziali	Modalità di gestione
Indisponibilità/ malfunzionamento dei sistemi ICT/reti dati legato ad eventi naturali/accidentali	Fisico	Il verificarsi di eventi naturali – la cui occorrenza è amplificata dal cambiamento climatico – può comportare dei danni alle strutture operative del Gruppo ed anche problemi in termini di indisponibilità e/o malfunzionamento dei sistemi ICT o delle reti dati. Ciò potrebbe quindi provocare un impatto negativo diretto sulla business continuity del Gruppo.	• Misure fisiche di protezione (ad esempio, allarmi, impianti antincendio e antiallagamento, sistema di rilevazione fumi etc.). • Consolidamento della business continuity in ambito ICT. • Definizione di piani di *Disaster Recovery* a cura della Direzione ICT. • Sviluppo di un manuale di *Disaster Recovery* attualmente in corso. • Architettura on premises messa in Business Continuity nel 2017, aggiornata e migliorata in termini prestazionali • Sala UPS • Back up dati • Sito di Disaster Recovery IBM a Milano
Evoluzioni normative o regolamentari in materia di lotta al cambiamento climatico e assenza di una governance/strategia aziendale sul clima	Normativo	Nell'attuale scenario, il Green Deal Europeo si pone l'obiettivo di trasformare l'Unione Europea in un'economia efficiente dal punto di vista delle risorse e competitiva, dove la crescita economica non è direttamente proporzionale all'utilizzo di risorse. In tal senso, il Green Deal Europeo e l'avvicinarsi di nuove leggi sul clima potrebbero influenzare profondamente le future operazioni quotidiane. Ad esempio, dal punto di vista operativo, potrebbero essere necessari nuovi impianti elettrici per sostituire il consumo di gas naturale sia per il riscaldamento che per la produzione. Inoltre, la Comunità finanziaria è sempre più interessata a comprendere le performance di sostenibilità delle aziende (con particolare attenzione ai cambiamenti climatici). Di conseguenza, le richieste di divulgare e migliorare le prestazioni di sostenibilità sono in costante aumento. Per questo motivo, in caso di mancata divulgazione, la Società può subire un impatto negativo in termini di reputazione e accesso agli investimenti. Lo stesso effetto si verificherebbe se il Gruppo non raggiungesse gli obiettivi iscritti nel Piano di sostenibilità, con particolare riferimento alla propria strategia climatica, dichiarati pubblicamente. Al tempo stesso, il mancato allineamento alle legislazioni climatiche attuali e future potrebbe comportare un incremento nei costi indiretti, oltre che una possibile insorgenza di rischi sanzionatori.	• Sostituzione, ove possibile, del gas naturale utilizzato per la produzione e il riscaldamento con energia elettrica. • Definizione della traiettoria emissiva del Gruppo al 2028.

Rischio	Tipologia di rischio	Implicazioni finanziarie/strategiche potenziali	Modalità di gestione
Opportunità	**Tipologia di opportunità**	**Implicazioni finanziarie/strategiche potenziali**	**Modalità di gestione/investimenti sostenuti**
Riduzione dell'impatto emissivo attraverso la progressiva adozione di tecnologie di produzione a ridotto impatto emissivo (es. iniziative di efficientamento energetico)	Altro		Progressiva adozione di tecnologie di produzione a ridotto impatto emissivo (es. iniziative di efficientamento energetico)
GRI 201-2 ***Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico***			

LA GESTIONE ETICA DELLE ATTIVITÀ

Il rispetto delle leggi, l'onestà, la trasparenza, la correttezza e la buona fede guidano ogni nostra azione, così come la definizione dei nostri obiettivi per contribuire alla creazione di uno sviluppo sostenibile.

Al fine di assicurare la corretta applicazione di tali princìpi e una gestione etica del business, il Gruppo si è dotato nel tempo di diversi strumenti, tra i quali il Modello 231, il Codice Etico, la Policy Anticorruzione, la Procedura Whistleblowing (ex L. 24/2023), la Procedura per le operazioni con parti correlate, la Procedura Internal Dealing[34] e la Procedura per la gestione delle informazioni privilegiate[35] (rif. Figura 21).

34 Ultima revisione effettuata nel 2017.
35 Ultima revisione effettuata nel 2017.

Figura 21 - Gli strumenti a supporto della gestione etica delle attività

Modello 231 (aggiornato a marzo 2022)

Definisce un sistema di controllo delle cosiddette "Attività Sensibili", ossia quelle aree di attività maggiormente esposte al verificarsi dei reati-presupposto identificati dal D. Lgs. 231/2001. Tra queste, meritano particolare attenzione l'acquisto di materiali per la produzione, l'affidamento delle lavorazioni ai laboratori artigiani e l'affidamento di consulenze a vario titolo.
Il Modello 231 è lo strumento atto a orientare il comportamento di tutti i soggetti destinatari dello stesso, che operano all'interno del Gruppo o in nome e per conto di esso, promuovendo una condotta ispirata ai principi di correttezza e trasparenza.
Le disposizioni ivi contenute consentono alla Società di intervenire tempestivamente al fine di prevenire e contrastare la commissione di reati commissivi od omissivi, e, se del caso, sanzionare i comportamenti tenuti dai destinatari in violazione del modello.
I provvedimenti disciplinari previsti sono adeguati e commisurati alla gravità delle singole violazioni delle regole statuite.

Procedura Whistleblowing

La Procedura Whistleblowing, è stata da ultimo aggiornata dal Consiglio di Amministrazione della Società in data 19 ottobre 2023 ed è entrata in vigore a decorrere dal 15 dicembre 2023. L'aggiornamento recepisce le ultime disposizioni normative previste dal D. Lgs. 24/2023. La Procedura Whistleblowing è parte integrante del Modello 231 e disciplina il meccanismo di segnalazione al Responsabile Internal Audit di tutte le condotte illecite e di qualsiasi violazione del Modello 231 e del Codice Etico, nonché, più in generale, le violazioni delle procedure e delle disposizioni adottate internamente. Nel caso di comportamenti contrari alle disposizioni contenute all'interno di tali documenti sono attivati procedimenti che, nei casi più gravi, possono comportare anche la risoluzione del contratto in essere.

ETICA

Codice Etico

Definisce le regole, i valori e i principi alla base dell'operare della Società Brunello Cucinelli S.p.A. e delle sue controllate, e assume un ruolo di guida dei comportamenti e delle azioni di tutti gli stakeholder rilevanti per l'Impresa. L'adozione e applicazione del Codice Etico è imprescindibile per il raggiungimento dell'obiettivo primario della Società, che consiste nella creazione di valore per l'insieme degli stakeholder del Gruppo.
È parte integrante e quadro deontologico di riferimento del Modello 231 della Brunello Cucinelli, a formalizzazione di un sistema coerente di principi, disposizioni e procedure organizzative, gestionali e di controllo.

Politica Anticorruzione

La Policy esprime le disposizioni aziendali finalizzate al contrasto delle fattispecie corruttive, promuovendo al contempo la diffusione di una cultura responsabile e consapevole e prevenendo e scoraggiando la commissione di condotte illecite a tutti i livelli.

Procedura per le operazioni con parti correlate

Disciplina le operazioni di maggiore e minore rilevanza con le parti correlate, prevedendo specifiche disposizioni in merito all'istruttoria e all'approvazione delle stesse.
Le operazioni con parti correlate figurano potenzialmente come situazione in cui potrebbero crearsi conflitti di interessi; la Procedura è pertanto lo strumento attraverso cui assicuriamo un presidio costante e preventivo.

L'OdV[36] – *ex* D. Lgs. 231/2001 – ha il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello 231 e di curarne l'aggiornamento.

Nell'ambito della Procedura Whistleblowing vengono dettagliati i processi volti a garantire la possibilità, a tutti i soggetti, persone fisiche e giuridiche, che intrattengono o hanno intrattenuto rapporti contrattuali con la Società, di segnalare eventuali reclami circa comportamenti non corretti e non allineati ai princìpi e alle disposizioni contenuti in tali documenti.

Le segnalazioni possono essere effettuate in forma anonima o nominativa, dove la seconda è raccomandata al fine di consentire – ove sia necessario – una più efficace ed efficiente attività d'indagine, assicurando sempre la completa salvaguardia del segnalante, o di chiunque collabori con le attività d'indagine, da possibili atti di ritorsione. Nell'esercizio 2023, la procedura whistleblowing è stata rivista ai sensi del D.lgs. 24/2023 e, in tale contesto, il Responsabile Internal Audit è stato designato, in sostituzione dell'OdV, come soggetto incaricato della ricezione delle segnalazioni e della loro gestione. Il Responsabile Internal Audit ha comunque il dovere di coinvolgere l'OdV laddove sia ravvisabile la sua competenza e inoltre, nel caso in cui il Responsabile Internal Audit fosse uno dei soggetti coinvolti all'interno della segnalazione, la piattaforma consentirà di inoltrare direttamente le segnalazioni al Collegio Sindacale.

I canali messi a disposizione per le segnalazioni sono i seguenti:
- **e-mail** all'indirizzo internal.audit@brunellocucinelli.it;
- **lettera cartacea**, inviata all'indirizzo "Brunello Cucinelli S.p.A. – Viale Parco dell'Industria n. 5, Solomeo – 06073 Corciano (PG) – Italia". La lettera dovrà essere indirizzata esclusivamente all'attenzione dell'Internal audit e marcata come "STRETTAMENTE CONFIDENZIALE / STRICTLY CONFIDENTIAL";
- **canali di Segnalazione** che garantiscono, anche tramite il ricorso a strumenti di crittografia, la riservatezza dell'identità della persona segnalante, della persona coinvolta e della persona comunque menzionata nella segnalazione, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione nelle fasi di gestione della Segnalazione, ai sensi e nei limiti dell'art. 4, del Decreto Whistleblowing:
- **lettera raccomandata**, inviata in busta chiusa alla sede legale di Unione Fiduciaria (all'attenzione dell'Area Consulenza Banche e Intermediari Finanziari), che gestirà l'identità del segnalante nel rispetto delle disposizioni del Decreto Whistleblowing. La lettera dovrà riportare la seguente didascalia sulla busta: "WHISTLEBLOWING BRUNELLO CUCINELLI – STRETTAMENTE CONFIDENZIALE / STRICTLY CONFIDENTIAL";
- in forma orale o scritta, mediante l'applicazione "**Comunica Whistleblowing**" accessibile dalla sezione "Governo Societario / Whistleblowing" del sito investor del Gruppo, all'indirizzo http://investor.brunellocucinelli.com, seguendo le relative istruzioni. Detta applicazione è gestita da un soggetto terzo e garantisce, con modalità informatiche, la riservatezza dell'identità del Soggetto Segnalante, della persona coinvolta e della persona menzionata nella segnalazione, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione.
- **Portale web ANAC** (piattaforma informatica messa a disposizione dall'Autorità Nazionale Anticorruzione) nei soli casi previsti dalla procedura.

Il soggetto preposto alla ricezione e all'esame delle segnalazioni è il responsabile Internal Audit al quale è richiesto di svolgere un'indagine tempestiva e accurata, nel rispetto della legge applicabile e dei princìpi di equità, imparzialità e riservatezza nei confronti di tutti i soggetti coinvolti. Il modello di gestione delle segnalazioni adottato dalla Società è esteso a tutte le società controllate che abbiano adottato una procedura whistleblowing ai sensi della normativa applicabile.

36 L'OdV attualmente in carica è stato nominato il 27 Aprile 2023 dall'Assemblea dei Soci di Brunello Cucinelli S.p.A. e rimarrà in carica fino al 31 dicembre 2025.

Al CdA vanno riportati tutti quegli atti e/o fatti che siano astrattamente qualificabili come rilevanti, attraverso:
– flussi informativi dall'OdV ex D. Lgs. 231/2001 verso il CdA (che nel 2023 non ha segnalato criticità rilevanti ai sensi del D. Lgs. 231/2001);
– flussi informativi della Funzione IA verso il Comitato Controllo e Rischi, il Collegio Sindacale e il CdA.

Ulteriori criticità potrebbero essere comunicate al massimo organo di governo dai CEO (competenti, ai sensi del Codice di Corporate Governance, per l'istituzione e il mantenimento del SCIGR), come pure mediante ulteriori flussi informativi provenienti, direttamente o indirettamente, da altre funzioni aziendali (ad esempio, Funzione Informativa Façon e Fornitori, Dirigente Preposto, DPO, Delegati funzionali dei datori di lavoro).

Internamente al Gruppo, per guidare l'attuazione di condotte virtuose da parte delle umane risorse così da garantire la dignità del lavoro di ognuno secondo un operare equo e onesto, la Società assicura una diffusione accurata dei contenuti e dei princìpi espressi negli strumenti sopra citati.

In particolare, l'attività di comunicazione e formazione relativa al Modello 231 è diversificata a seconda dei destinatari cui essa si rivolge ed è improntata a princìpi di completezza, chiarezza, accessibilità e continuità, al fine di consentire una piena consapevolezza sia delle disposizioni aziendali che si è tenuti a rispettare, sia delle regole etiche che devono ispirare i comportamenti di ciascuno. Anche nel 2023, come negli anni precedenti, tutti i membri del CdA così come tutti i dipendenti del Gruppo sono stati destinatari di comunicazioni in materia, attraverso la condivisione dei documenti pertinenti.

La formazione avviene attraverso incontri periodici organizzati dall'OdV con i collaboratori della Società, di volta in volta interessati dalla tipologia di reato presupposto preso in esame. Tali occasioni consentono inoltre di approfondire gli impatti della normativa di riferimento sull'attività aziendale.

Si specifica che tutti i dipendenti sono informati dell'adozione della Policy Anticorruzione. Inoltre, le procedure ex art. 154-bis del TUF, richiamate anche nel Modello 231, sono state pubblicate nell'intranet aziendale a disposizione di tutti i dipendenti del Gruppo. Non c'è stata finora formazione specifica sulla Policy Anticorruzione. C'è stata invece formazione "*on the job*" rispetto a talune specifiche procedure L. 262/2005 e D.Lgs. 231/2001. I contratti con i principali fornitori e con i collaboratori esterni (inclusi façonisti) recano menzione dell'adozione della Policy Anticorruzione da parte della Brunello Cucinelli S.p.A. (e in taluni casi prevedono anche le conseguenze sul contratto di condotte della controparte contrattuale poste in essere in violazione di tale policy).

L'obiettivo della Società è quello di comunicare i contenuti e i princìpi del Modello anche tra coloro che, pur non essendo legati da rapporti di lavoro subordinato, contribuiscono – anche occasionalmente – al conseguimento degli obiettivi della Casa di Moda in forza di altri rapporti contrattuali.

Ad esempio, nei confronti delle piccole imprese artigiane, la Società si impegna anche in un'attività di "moral suasion" enfatizzando, quando necessario, l'importanza dei princìpi e dei valori a fondamento delle attività del Gruppo, che pertanto devono essere di ispirazione anche per il comportamento e le azioni dei partner strategici dell'Impresa.

Nel 2023 è stato svolto un accertamento riguardante un caso di whistleblowing segnalato nei confronti di alcuni manager in Cina. L'indagine svolta, anche con l'ausilio di un soggetto esterno, non ha portato all'individuazione di responsabilità a carico dei manager indicati nella segnalazione.

L'approccio del Gruppo alla fiscalità

Pagare le tasse è un valore, un dovere e al tempo stesso un atto di riguardo verso la società della quale facciamo parte, verso il nostro prossimo. Proprio come è per il profitto, che va commisurato armonicamente.

Nel box che segue si propone un approfondimento in materia di fiscalità e strategia fiscale del Gruppo.

Sostenibilità, legalità e trasparenza: il nostro approccio alla fiscalità

Riteniamo fondamentale, nell'ambito della sostenibilità morale, il rispetto per le leggi, tra cui il giusto pagamento delle tasse nel nostro Paese, fonte di creazione di valore economico e sviluppo sociale per il territorio.

Legalità, trasparenza, correttezza e onestà – valori cardine alla base della filosofia aziendale, richiamati anche all'interno del Codice Etico – ispirano e sono punti di riferimento nella gestione delle attività fiscali da parte del Gruppo Brunello Cucinelli.

Legalità, attraverso un comportamento orientato al rispetto delle normative fiscali applicabili nei Paesi in cui il Gruppo opera.

Trasparenza, attraverso un rapporto con le autorità fiscali competenti improntato al dialogo e di massima collaborazione.

Correttezza e onestà, attraverso una scelta imprenditoriale che da sempre è volta a non utilizzare schemi di cosiddetta "pianificazione fiscale strumentale", realizzati per ragioni di mera convenienza fiscale. In coerenza e in applicazione di tali valori, condivisi da tutte le entità appartenenti al Gruppo, l'approccio fiscale ha l'obiettivo di:

- garantire la corretta e tempestiva determinazione e liquidazione delle imposte dovute per legge e l'esecuzione degli adempimenti relativi;
- mitigare il rischio fiscale, inteso come rischio di incorrere nella violazione di norme tributarie o nell'abuso dei principi e delle finalità dell'ordinamento tributario. I vertici aziendali sono informati degli impatti fiscali relativi a tutte le operazioni strategiche e operative di business, pianificate e da realizzare, assicurando in tal modo che ogni decisione presa in ambito fiscale sia coerente con la strategia fiscale del Gruppo.

La responsabilità delle attività in materia fiscale del Gruppo è assegnata al Chief Financial Officer (CFO) e al Dirigente Preposto, al quale sono conferite, tra le altre, le funzioni connesse alla gestione e supervisione di tutte le attività, italiane ed estere, volte a garantire il tempestivo assolvimento degli adempimenti in materia fiscale e tributaria, gestire eventuali accertamenti fiscali e relativo contenzioso.

Il CFO si avvale della collaborazione del Co-CFO, nonché di un "Team fiscale" interno dedicato alla corretta gestione della fiscalità delle società italiane ed estere del Gruppo, formato da figure di primo livello (Dirigenti e Quadri).

L'organizzazione si avvale inoltre della consulenza di professionisti esterni, tra i quali si evidenziano:

- consulente fiscale Italia, con cui il Gruppo collabora da oltre 15 anni;
- consulente fiscale internazionale, dedicato specificatamente da anni alla materia del Transfer Pricing;
- consulenti fiscali specifici nei diversi Paesi in cui il Gruppo opera.

Il Gruppo si impegna ad applicare le normative fiscali dei Paesi in cui è attivo, assicurando che siano rispettati lo spirito e lo scopo che le norme, o più in generale gli ordinamenti, prevedono per la specifica materia fiscale oggetto di interpretazione. Nella gestione degli aspetti fiscali, il Gruppo si ispira a principi e approcci di prudenza, semplicità e linearità. Il Gruppo adotta un'interpretazione ragionevole e responsabile della normativa in vigore e, in considerazione della significatività della fattispecie, è possibile che ricorra al supporto del parere di professionisti esterni, di associazioni di categoria, nonché della società di revisione incaricata alla certificazione del bilancio finanziario.

Le società del Gruppo possono beneficiare, in modo legittimo e trasparente, di incentivi ed agevolazioni fiscali previsti dalla normativa vigente nei singoli Paesi. I rapporti infragruppo sono regolati, a fini fiscali, in base all'*arm's length principle*, come stabilito dall'OCSE, perseguendo la finalità di allineare le condizioni e i prezzi di trasferimento con gli effettivi luoghi di creazione del valore nell'ambito del Gruppo. Il metodo applicato dal Gruppo per la cessione dei prodotti finiti è il ***Transactional Net Margin Method*** (TNMM). Per contenere i rischi fiscali e ricercare una certezza preventiva il Gruppo valuta favorevolmente la stipula di ruling (*Advance Pricing Agreements* – APA) con le autorità fiscali locali in merito alla definizione dei metodi di determinazione dei prezzi di trasferimento.

A tal proposito si segnala che in data 26 febbraio 2021 Brunello Cucinelli USA Inc., facendo seguito ad analoga istanza presentata da Brunello Cucinelli S.p.A. in data 29 dicembre 2020, ha inoltrato la richiesta di *Advance Pricing Agreement* bilaterale tra Italia e Stati Uniti d'America per disciplinare, ai fini transfer pricing, le transazioni commerciali relative al più rilevante mercato estero del Gruppo.

La Società e la controllata statunitense hanno concluso nel mese di settembre 2023, con le rispettive autorità fiscali (Agenzia delle Entrate e *Internal Revenue Service*, rispettivamente) l'accordo bilaterale a valere, anche retroattivamente, sul quinquennio 2020-2024.

Le sopracitate modalità di gestione del rischio fiscale sono state valutate nelle attività di risk assessment condotte nel *framework* ERM, in termini di capacità riduttiva della probabilità e/o degli impatti individuati. Il rischio fiscale residuo così valutato è risultato in linea con l'appetite definito dalla Società.

Il Gruppo Brunello Cucinelli è consapevole che attraverso lo sviluppo dal proprio business ha l'opportunità di contribuire al gettito fiscale degli Stati in cui è presente, sostenendo così lo sviluppo economico e sociale dei territori in cui opera. È altresì consapevole dell'importanza che questi flussi finanziari hanno per il benessere collettivo e pertanto adotta un comportamento coerente con i principi sopra ricordati.

Di seguito si fornisce l'informativa specifica di rendicontazione per aree geografiche omogenee riferita al triennio 2021-2023, relativamente alle seguenti informazioni[37].

(Euro/000)	Italia			Europa			Americhe			Asia			Totale		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Attività materiali diverse da disponibilità liquide[38]	83.635	96.303	130.984	20.373	24.304	23.230	44.666	51.506	49.318	23.952	23.803	19.577	172.626	195.915	223.109
Ricavi da operazioni infragruppo	243.465	374.871	436.803	1.462	2.155	2.880	3.302	3.316	3.783	8.638	10.966	17.624	256.867	391.308	461.090
Imposte sul reddito pagate	3.607	26.867	76.287	648	233	342	2.690	2.568	6.241	835	1.606	806	7.781	31.275	83.676
Dipendenti (FTE)	1.138,20	1.224,80	1.415,3	282,5	282,4	288,5	287	332,3	400,9	452,5	468,9	518,6	2.160,20	2.308,40	2.623,3

GRI 207-4 ***Rendicontazione Paese per Paese***

37 Per ulteriori informazioni si rimanda alla Relazione del Consiglio di Amministrazione sull'andamento della gestione.
38 Il dato ha subito aggiustamenti per il triennio a seguito di una modifica nella metodologia di calcolo.

La tutela dei diritti universali dell'essere umano

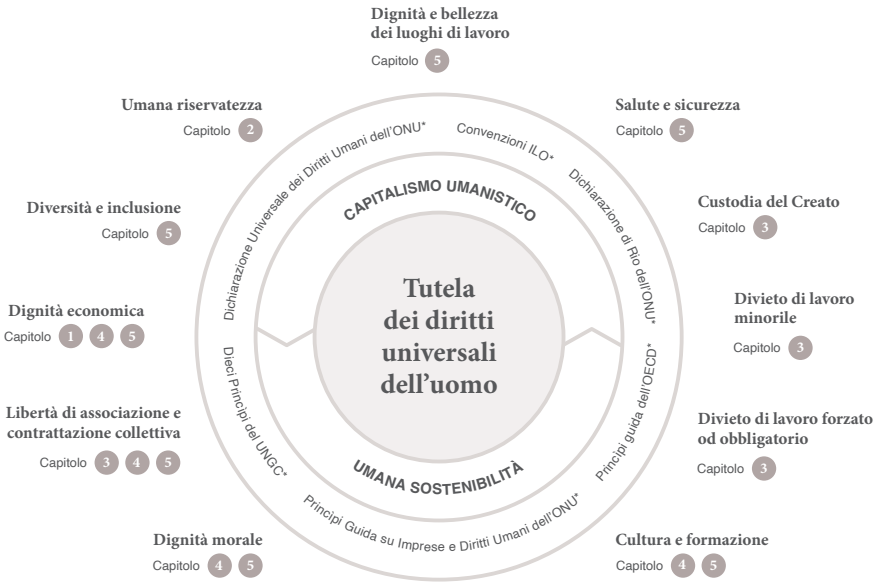
La tutela e il rispetto dei diritti umani ispira trasversalmente l'intera catena del valore della Casa di Moda, dalla gestione delle umane risorse all'organizzazione del processo produttivo, all'attenzione ai rapporti umani con i fornitori di materia prima e le piccole imprese artigiane, finanche all'esclusivo rapporto che condividiamo con gli amici del brand.

Guardiamo ai diritti universali dell'essere umano secondo un **approccio olistico e inclusivo**, volto a ricomprendere dunque tutti i diritti sanciti dalla **Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite** del 1948, dalle **Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro**, in particolare la Convenzione n. 111 sulla Discriminazione, e dalla **Dichiarazione di Rio del 1992** con riferimento specifico al diritto degli esseri umani di ad una vita sana e produttiva in armonia con la natura.

Il nostro agire è operato in accordo a quanto definito dai Princìpi Guida su Imprese e Diritti Umani delle Nazioni Unite, dai princìpi guida dell'OECD e dai Dieci Princìpi del Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), con particolare riferimento ai sei princìpi connessi alla tutela dei diritti umani.

L'infografica che segue mette in evidenza i presìdi attivati dal Gruppo con riferimento alla tutela dei diritti universali dell'essere umano, rispetto ai quali ci impegniamo a garantire una giusta e sempre più attenta tutela e valorizzazione, come parte anche del nostro grande progetto denominato "***Le condizioni universali di lavoro per l'essere umano e la nostra idea di bella fabbrica***".

Figura 22 - La nostra declinazione della tutela dei diritti universali dell'essere umano



* Fonti internazionali a cui la Società ha fatto riferimento per un'analisi complessiva del proprio impatto in materia di diritti umani (con riferimento ai Dieci Principi del Global Compact delle Nazioni Unite si sono considerati in particolare i 6 Princìpi afferenti ai diritti umani)

UMANA RISERVATEZZA

Consideriamo l'umana riservatezza quale **approccio genuino e discreto nella comunicazione e nell'utilizzo dei dati personali**, alla base di tutti i momenti di interazione sia con le nostre umane risorse che con i clienti. La nostra volontà è infatti quella di costruire una relazione di stima e fiducia che trova fondamento non tanto nella quantità di dati e informazioni raccolte e veicolate, quanto piuttosto nella loro qualità, dalla raccolta dei dati dei clienti in boutique, sul sito internet o durante gli eventi, all'acquisto presso le boutique o l'e-commerce, alla comunicazione, fino all'assistenza post-vendita.

In conformità alla normativa europea sulla protezione dei dati personali, la Società ha adottato misure adeguate a ridurre al minimo l'esposizione a rischi derivanti da eventuali non conformità normative o derivanti dalla compromissione dei dati stessi a seguito di eventuali perdite, furti, distruzioni e alterazioni delle informazioni raccolte.

In particolare, la figura del DPO (*Data Protection Officer*) è stata designata internamente alla Brunello Cucinelli S.p.A. al fine di vigilare sull'osservanza della normativa vigente in materia e fornire assistenza e consulenza nella valutazione e minimizzazione dei rischi relativi al trattamento dei dati personali alla luce della natura, dell'ambito di applicazione, del contesto e delle finalità di tali trattamenti. Al DPO è stato inoltre conferito l'incarico per il coordinamento a livello centrale delle attività legate alla privacy svolte dalle diverse società del Gruppo.

L'istituzione del **Comitato Umana Riservatezza** ha consentito di ottimizzare la struttura organizzativa della Società a livello privacy, delineando il ruolo del DPO e le relazioni con i CEO e le altre funzioni aziendali, distinguendo tale figura rispetto alle altre funzioni e rispetto alle attività di carattere decisionale, anche al fine di garantire un maggior coinvolgimento degli Uffici con poteri decisionali sulle questioni inerenti a privacy e data protection. Nei confronti del Comitato Umana Riservatezza, il DPO ricopre un ruolo di uditore e relatore su specifici punti all'ordine del giorno.

La Società richiede e tratta solo i dati necessari allo svolgimento delle proprie attività, nel rispetto dei princìpi di **necessità, liceità, correttezza, trasparenza, minimizzazione, esattezza, integrità e riservatezza**.

Il medesimo approccio è adottato per il trattamento dei dati personali (anche "particolari") delle umane risorse, agendo nel rispetto delle norme vigenti e in conformità al GDPR e ai provvedimenti e raccomandazioni dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, garantendo il rispetto dei diritti inviolabili delle persone, quali il **diritto alla riservatezza e il diritto alla non discriminazione**.

La **Privacy Policy** della Società, ai sensi degli artt. 13 e 14 GDPR, è resa nota mediante pubblicazione sul sito web aziendale, sul sito e-commerce ed è contenuta nella digital customer card, oltre che nelle altre informative aziendali (i.e. nei confronti dei fornitori e dei terzi). In particolare, attraverso la **digital customer card** i clienti esprimono liberamente il proprio consenso informato rispetto alla condivisione delle informazioni personali e al loro trattamento per le specifiche finalità espresse dalla Società. La digitalizzazione del processo di raccolta e gestione dei dati, operata attraverso un sistema in cloud mediante apposito gestionale informatico, permette alla Società di garantire ai clienti una miglior gestione dei loro dati e, di conseguenza, una maggiore tutela degli stessi.

Grazie ai presìdi implementati possiamo affermare che, nel corso del 2023, così come negli anni precedenti, la Società non ha ricevuto reclami da parte dei propri clienti per violazioni della normativa vigente.

Inoltre, con specifico riferimento alle relazioni che intercorrono tra la Società e i propri fornitori, ove necessario, la Società condivide con tali partner il proprio modello di gestione della privacy, fornendo loro, qualora trattino dati personali per suo conto, le proprie istruzioni e checklist di verifica.

La volontà della Società di estendere il presidio anche alle altre *Region* in cui è attiva si è concretizzata, a partire dal 2021, con lo sviluppo del **progetto "Compliance Data Protection Worldwide"**, finalizzato all'implementazione di un piano di adeguamento al GDPR e alle relative normative locali delle società del Gruppo, avviato a partire dal 2022. In tal modo si potrà raggiungere uno standard di compliance privacy di Gruppo sostanzialmente allineato al modello GDPR, ad oggi il più sviluppato a livello internazionale.

In particolare, il progetto di adeguamento si articola su tre livelli di azione:
- **Adeguamento**: a ottobre 2022 è stata avviata la conduzione di un audit/assessment sulle società del Gruppo da parte di consulenti locali specializzati, per la maggior parte coordinati a livello centrale dal consulente esterno italiano con il supporto del DPO. La gap analysis condotta ha restituito alla Società dei report di dettaglio sulle singole entità analizzate; sulla base di tale analisi sono poi stati definiti specifici piani di remediation;
- **Awareness**: attraverso lo svolgimento di attività di formazione e-learning – tramite la piattaforma "Sympo" – sul modello del "legal design", volta a coinvolgere i collaboratori delle boutique di tutto il mondo e le funzioni di staff che lavorano a stretto contatto con esse in un training operativo customizzato per la realtà operativa delle boutique. Tale formazione, con frequenza obbligatoria, è stata erogata in 9 lingue, così da assicurare una completa partecipazione al corso;
- **Localizzazione del modello di gestione della privacy della Brunello Cucinelli S.p.A.**: attraverso l'estensione, con gli opportuni adattamenti, del modello di gestione privacy della Società, adeguato allo standard GDPR nonché alle diverse realtà territoriali UE ed extra-UE.

L'implementazione della fase di assessment è stata realizzata mediante l'utilizzo di checklist predisposte dal consulente esterno e gestita dallo stesso consulente a livello centrale, con il supporto del DPO. Le relative attività sono state condotte sul campo dai corrispondenti locali del consulente esterno con il coinvolgimento di referenti locali nelle diverse *Region* (tra cui, Regional Manager, Area Manager e responsabili di funzione), non essendo presenti specifiche risorse dedicate in ambito data protection a livello locale.

In continuità con il 2022, anno in cui sono stati eseguiti gli assessment in Germania, Belgio, Spagna, Austria, Svizzera, Cina, Stati Uniti, Canada, Grecia e Regno Unito, nel corso del 2023 è stato eseguito l'assessment dedicato alla Francia. Per questi Paesi è stato avviato il secondo step, ossia lo sviluppo di un "*remediation plan*" che prevede la creazione di un modello privacy, composto da un complesso documentale di policy, procedure, informative e istruzioni, destinato ad essere implementato presso le controllate del Gruppo. Il secondo passaggio di questo processo è attualmente in corso e costituirà un caso studio di riferimento funzionale agli assessment che saranno avviati entro la fine del 2024 nelle restanti aree, tra le quali Giappone, Russia, Macao, Taiwan, Singapore, Hong Kong e Dubai.

Nel corso del 2023 è stato inoltre sviluppato a livello internazionale e con l'aiuto di consulenti esterni il progetto "*Incident rapid response*" relativo alla gestione delle violazioni dei dati personali a livello worldwide. È stato quindi istituito un team operativo esterno, composto da risorse facenti parte della struttura dello stesso consulente che cura il progetto "*Compliance Data Protection Worldwide*" in corso, disponibile 24/7, accessibile tramite un numero di telefono e una mail dedicata, quale punto di contatto per i singoli referenti locali individuati per ciascuna controllata. Quest'iniziativa è volta ad ottimizzare le tempistiche di risoluzione di segnalazioni in caso di incidenti (anche solo "sospetti") che possano coinvolgere dati personali. Il team operativo ha il compito di esaminare la

segnalazione pervenuta dai referenti locali e di interfacciarsi con loro per raccogliere eventuali informazioni o elementi utili all'analisi dell'evento segnalato nonché di fornire istruzioni puntuali per la gestione dell'evento alla luce della specifica normativa locale di riferimento, riducendo così barriere come fuso orario, differenze linguistiche. In tal modo si assicura un'assistenza legale specializzata ed esperta della specifica normativa locale; detto servizio sarà attivato nel corso del 2024.

Con riferimento al secondo filone progettuale dedicato alla formazione, si specifica che nel corso del 2023 è proseguita l'erogazione della formazione obbligatoria in materia di GDPR dedicata all'area Retail. Inoltre a dicembre è stato implementato un nuovo modulo del Corso di formazione in materia GDPR (tradotto in 9 lingue) specificamente dedicato alla violazione dei dati personali (*Data Breach*).

È continuata anche l'organizzazione di incontri di induction con le nuove risorse del CRM nonché con gli staff delle boutique (Store Manager, Client advisor) e sono stati realizzati dei colloqui One-to-One o di gruppo con gli Uffici corporate (CRM, Customer Care, Digital Marketing, E-commerce, IT, Umane Risorse e Amministrazione del Personale) ritenuti strategici in materia di trattamento dei dati personali dei clienti e dei dipendenti

In conformità al GDPR, la Società, prima del varo di nuovi progetti e/o di modifiche nelle attività di trattamento svolte che possano avere impatti rilevanti sui diritti e le libertà degli interessati, è tenuta a effettuare delle **valutazioni di impatto privacy** (*Data Protection Impact Assessment* - DPIA), attraverso le quali operare un bilanciamento tra i benefici ottenuti dal trattamento dei dati personali degli interessati – clienti, fornitori, umane risorse – e gli eventuali rischi associati al trattamento.

La Società svolge inoltre, con il supporto del DPO e del consulente legale esterno, le attività di re-auditing finalizzate ad effettuare un periodico *assessment* dal punto di vista della compliance *data protection*.

Inoltre, nel corso dell'anno è stata sviluppata una soluzione di Prevenzione della Perdita dei Dati **(Data Loss Prevention) "ItsMine"**, pienamente operativa a partire da settembre 2023, che permette di tracciare preventivamente la localizzazione dei dati e, se necessario, di attivare una misura correttiva bloccandone l'accesso.

Dal punto di vista della cyber security, si specifica che i device aziendali sono protetti da software *Endpoint Detection and Response* (EDR) e *Network Detection and Response* (NDR) e sono altresì previste soluzioni specifiche per l'ambito mobile security. Inoltre, i log di tutti i sistemi server, security appliance e apparati di networking sono raccolti da un sistema SIEM, presidiato continuamente (senza interruzioni) da un Security Operation Center (SOC) esterno all'azienda.

L'utilizzo di device personali in ambito aziendale è altresì disciplinato tramite apposita procedura "*Bring Your Own Device*" (BYOD). Nella piattaforma aziendale di e-learning (Sympo) è disponibile un corso di "**Cyber Security Awareness**" (realizzato in italiano, inglese, francese, cinese e giapponese), il cui completamento è stato richiesto a tutte le umane risorse.

Inoltre, con il fine di riunire all'interno di un'unica soluzione in cloud aspetti di sicurezza e di gestione delle reti, nell'anno è stato avviato il progetto "**Secure Access Service Edge**".

A gennaio 2023 è stata rilasciata alle prime country del Gruppo, una nuova policy di sicurezza informatica di Gruppo.

Nel corso dell'anno oggetto di rendicontazione, la Società non ha notificato all'Autorità Garante **alcuna violazione dei dati personali** (c.d. "*Data Breach*") in quanto non si sono verificati eventi suscettibili di notifica ai sensi della normativa vigente.

CAPITOLO 3. SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE
AGIAMO SEMPRE COME FEDELI CUSTODI DEL CREATO

Sostenibilità ambientale - *Storie di S. Francesco: la predica agli uccelli*, Giotto, 1266-1336, Assisi, Scala Archives

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

2-6	2-29	3-3	204-1	301-1	302-1	302-3
302-4	303-1	303-2	303-3	303-4	304-4	305-1
305-2	305-4	305-5	306-1	306-2	306-3	306-4
306-5	407-1	408-1	409-1			

Dieci Princìpi UNGC
Principio I
Principio II
Principio III
Principio IV
Principio V
Principio VII
Principio VIII
Principio IX

Nella piena consapevolezza che "armonioso è sostenibile", agiamo quotidianamente guidati dalla **volontà di non recare alcun danno al Creato**, o cercare di recarne il meno possibile.

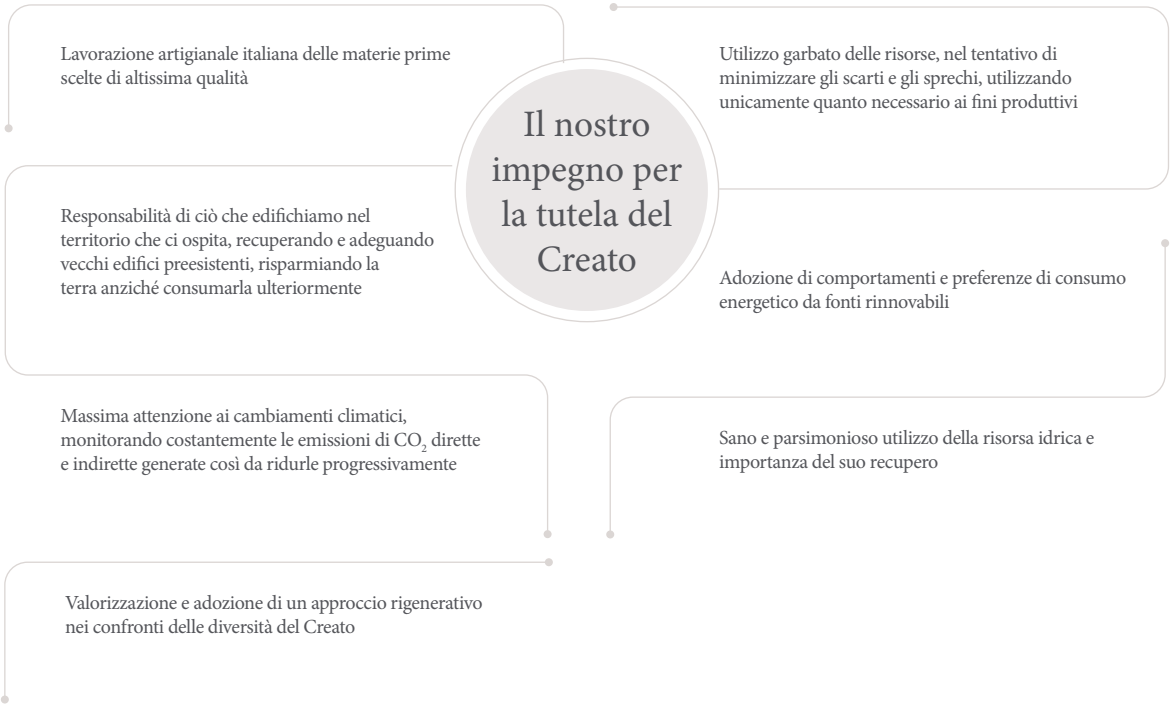
La cura e la custodia per l'ambiente e il territorio circostante sono elementi cardine nella nostra filosofia aziendale che considera l'uomo come "fedele e armonioso custode del Creato" chiamato a porsi di fronte alla natura in maniera rispettosa e responsabile, prestando la massima attenzione all'equilibrio tra il dare e l'avere nei rapporti tra noi e il Creato stesso.

Solo così potremo **garantire alle nuove generazioni di vivere in un mondo migliore rispetto a quello odierno**.

Cerchiamo infatti di agire secondo un **approccio proattivo, preventivo e prudenziale** in allineamento al principio di precauzione esplicitato nel principio 15 della Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo delle Nazioni Unite (1992), all'Accordo di Parigi del 2015 e agli ambiziosi obiettivi di *carbon neutrality* stabiliti a livello europeo.

La Società opera in conformità alle normative nazionali e internazionali in materia ambientale e contempla le violazioni della normativa ambientale tra i reati-presupposto previsti dal Modello 231 del Gruppo: con riferimento a quest'ultimo punto, predisponiamo protocolli e presìdi volti alla disciplina dei processi che potrebbero generare fattispecie di non conformità ambientale.

Figura 23 - Gli elementi alla base del nostro impegno per la tutela del Creato



Al fine di garantire una piena osservanza dei suddetti valori abbiamo definito la nostra **Policy di Sostenibilità Ambientale "Agiamo sempre come fedeli custodi del Creato"**, adottata dal CdA in data 29 agosto 2023.

I contenuti della Policy richiamano i valori e le regole di condotta enunciati nel Modello di Organizzazione e Gestione ex D. Lgs 231/2001 (rif. Sezione "*La gestione etica delle attività*") e sono inoltre allineati ai pilastri e agli impegni definiti all'interno del Piano di Sostenibilità "In Armonia con il Creato" (2022-2028) (rif. Sezione "*Il Piano di Sostenibilità* "*In Armonia con il Creato*" (2022-2028)"). Allo stesso modo tali impegni di natura ambientale sono espressi nell'Accordo Quadro e nel Codice Etico della Casa di Moda. (rif. Sezione "*Gestione sostenibile dei rapporti con i fornitori*").

La trattazione degli argomenti garantisce un allineamento rispetto alla normativa vigente e ai princìpi sanciti dalle organizzazioni internazionali in materia, con particolare riferimento alla **Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo delle Nazioni Unite (1992)**[39], ai **Dieci Princìpi del Global Compact delle Nazioni Unite** – con particolare riferimento ai Princìpi VII, VIII e IX –, **all'Agenda 2030 per lo Sviluppo Responsabile delle Nazioni Unite** e ai correlati **Sustainable Development Goals (SDGs)** – in particolare, gli SDGs #7 – *Energia pulita e accessibile*, #12 - *Consumo e produzione responsabili*, #13 - *Agire per il clima* e #15 - *Vita sulla terra* –, **all'Accordo di Parigi del 2015** e agli ambiziosi **obiettivi di *carbon neutrality*** stabiliti a livello europeo, e alle **Linee Guida OCSE per le Imprese Multinazionali per la Condotta di Impresa** Responsabile (2023).

Nello specifico, la struttura della Policy si articola in tre aree prioritarie di intervento: **Lotta al cambiamento climatico**, **Approvvigionamento e gestione delle materie prime** ed **Approccio rigenerativo;** rispetto a ciascuna di esse sono espressi gli impegni concreti assunti dalla Casa di Moda. Facendo riferimento al Decalogo "La Nostra Terra Madre" (rif. Sezione "*Longevi ideali di vita e lavoro – I nostri decaloghi*"), tale Policy evidenzia dettagliatamente come la tutela del Creato rappresenti difatti un imprescindibile elemento di valutazione preventivo al compimento di ogni scelta della Casa di Moda.

Per quanto concerne invece l'organizzazione aziendale, la gestione degli aspetti ambientali concernenti le sedi operative è di pertinenza dell'**Ufficio Facility Management,** incaricato di assicurare una corretta acquisizione/locazione, gestione, manutenzione e riordino dei beni immobili della Società, supervisionandone in particolare gli aspetti di natura ambientale, ovvero gli impatti che possono generarsi a partire dalle attività aziendali.

Prendiamo consapevolezza degli impatti che possiamo generare in maniera diretta (attraverso le nostre dirette attività) e di quelli a cui possiamo contribuire indirettamente (lungo l'intera catena del valore).

Ciò riguarda innanzitutto dal punto di vista degli **impatti ambientali diretti (**attraverso le nostre dirette attività):
- i consumi energetici derivanti dal funzionamento degli uffici, dei reparti di produzione, incluso il controllo della qualità dei prodotti, e dei magazzini di ricezione e stoccaggio;
- i consumi energetici associati al funzionamento dei centri di deposito, alla spedizione dei prodotti finiti, nonché all'attività delle boutique gestite dalla Società con riguardo alle fasi di distribuzione e deposito presso i negozi;
- il consumo di carburante per i veicoli di proprietà del Gruppo utilizzati per gli spostamenti necessari al trasporto dei capi tra i laboratori delle imprese artigiane e l'Azienda;
- i prelievi e gli scarichi idrici associati all'attività del reparto di lavanderia – presente presso la sede centrale di Solomeo;
- i rifiuti direttamente generati dalle attività dell'Impresa.

39 Anche nota come Convenzione delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (UNFCCC).

Rilevano poi i seguenti **impatti ambientali indiretti (**lungo l'intera catena del valore):
– gli impatti connessi alla fase di acquisto delle materie prime;
– i consumi energetici e idrici connessi alle lavorazioni effettuate dalla struttura produttiva esterna;
– gli sfridi prodotti dalle lavorazioni curate dalle piccole imprese artigiane;
– i consumi energetici presso i clienti franchising e multimarca;
– gli impatti connessi alle fasi di logistica e distribuzione (outbound);
– l'utilizzo dei prodotti da parte dei clienti wholesale e finali.

Il modello e la natura stessa del business della Casa di Moda fanno sì che gran parte degli impatti ambientali del Gruppo siano di natura indiretta. Per tale motivo ci impegniamo a sensibilizzare tutti i nostri principali stakeholder con ognuno di loro condividiamo i valori fondamentali in cui crediamo.

Il nostro modo di intendere la Sostenibilità ambientale si esprime innanzitutto nella **tutela consapevole di quel bene comune dall'inestimabile valore che rappresenta il nostro pianeta**, con tutta la ricchezza della sua **bio-diversità**, e anche con una particolare attenzione al **massimo rispetto possibile delle risorse** e dei **cicli naturali**.

A tal proposito, ci impegniamo a ridurre il più possibile il consumo di suolo e a far sì che tutti i nostri interventi edilizi siano realizzati secondo il principio del **rispetto della terra che occupiamo** e della **valorizzazione della periferia** circostante secondo l'ideale di "**periferia amabile**".

Infatti, le scelte immobiliari effettuate dall'Impresa sono sempre attente e orientate alla **bonifica dei terreni ed al recupero di immobili preesistenti** nel totale rispetto del territorio naturale e urbano locale, realizzando soluzioni edilizie che possano rispecchiare il *genius loci* e che non siano impattanti anche dal punto di vista estetico.

Sulla base di tale logica, abbiamo previsto che tutti i futuri ampliamenti aziendali – che avverranno sia nei dintorni di Solomeo, sia in altre parti del mondo – avranno l'obiettivo di recuperare ex-fabbriche od opifici in disuso.

In particolare, con riferimento alla costruzione in corso del nuovo edificio aziendale (impianto produttivo) nei pressi di Solomeo, su un'area edificata e abbandonata, il nostro intervento è volto alla sottrazione di spazi al rischio di degrado paesaggistico proponendo così un'importante opera di riqualificazione del territorio circostante. (rif. Sezione *"La nostra attenzione alla preservazione delle diversità del Creato"*)

Il capitolo presenta dunque gli impatti ambientali diretti e indiretti significativi, attuali e potenziali, lungo la catena del valore del Gruppo.

LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Abbiamo assunto come peculiare e irrinunciabile un **modello produttivo ad alta manualità ed artigianalità**, che contempla, di per sé, delle **basse emissioni**.

La consapevolezza dei trend ambientali attuali e l'impegno nella lotta ai cambiamenti climatici rende centrale per il Gruppo l'aspetto del monitoraggio, gestione, e definizione di obiettivi di riduzione delle emissioni, orientando le scelte strategiche e le azioni che saranno implementate nel corso dei prossimi anni secondo un "**approccio alle emissioni**" e non più un "approccio al consumo".

La **definizione** della nostra **Carbon Strategy** ci ha consentito di individuare – nel rispetto degli standard scientifici definiti dalla **Science Based Target Initiative (SBTi)** – specifici e virtuosi target di riduzione delle emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2 e 3) generate dal Gruppo.

Nel 2023 abbiamo accolto con piacere la validazione da parte della Science Based Targets initiative (SBTi) dei nostri target di riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra di breve e lungo termine, giudicati coerenti con le azioni necessarie per raggiungere il contenimento del riscaldamento climatico a 1,5°, secondo quanto definito nell'Accordo di Parigi. In particolare, i target convalidati e presentati dalla nostra Casa di Moda prevedono:
- riduzione delle emissioni GHG Scope 1 e 2 del 70% entro il 2028 rispetto al 2019;
- riduzione delle emissioni GHG Scope 3 del 22,5% entro il 2028 rispetto al 2019;
- riduzione delle emissioni GHG Scope 1, 2 e 3 del 90% entro il 2050 rispetto al 2019;
- raggiungimento del net-zero entro il 2050, secondo quanto indicato nel the Science Based Targets initiative (SBTi) net-zero Standard prendendo parte alle iniziative Business Ambition for 1.5°C e net-zero UNFCCC Race to zero Campaign. In termini di intensità economica[40], si otterrà dunque una riduzione delle emissioni di GHG del 60% entro il 2028.

Inoltre, abbiamo eseguito un'analisi di scenario "*Business As Usual*" che ci ha consentito di studiare la nostra traiettoria emissiva nell'ipotesi di crescita senza azioni di riduzione delle emissioni e nell'ipotesi di crescita che considera, invece, le azioni di riduzione individuate al fine di raggiungere i target definiti.

Per quanto riguarda le **emissioni dirette (Scope 1)** rilevano soprattutto:
- gli spostamenti effettuati dai collaboratori aziendali, con veicoli di proprietà della Società, per il trasporto dei capi tra i laboratori delle imprese artigiane e la sede di Solomeo durante le diverse fasi di controllo di qualità;
- i consumi di gas naturale, per produzione e riscaldamento;
- le ricariche di gas refrigerante (F-GAS) utilizzate per gli impianti di condizionamento degli uffici e dei locali di proprietà (in Italia). Nel 2023, sono state effettuate due ricariche di R410A.

Le **emissioni indirette** (**Scope 2**) sono invece derivanti dai consumi di energia elettrica della Società, con riferimento alle sedi operative e alle boutique di proprietà.

40 Si è utilizzato come parametro di calcolo il *Gross Margin*, assumendo una marginalità costante.

LA NOSTRA ATTENZIONE ALLA PRESERVAZIONE DELLE DIVERSITÀ DEL CREATO

Il nostro modo di intendere la Sostenibilità ambientale si esprime innanzitutto nella **tutela consapevole di quel bene comune dall'inestimabile valore che rappresenta il nostro pianeta**, con tutta la ricchezza della sua **bio-diversità**, e anche con una particolare attenzione al **massimo rispetto possibile delle risorse** e dei **cicli naturali**, come pure all'utilizzo responsabile degli amabili frutti che provengono dalla nostra Madre Terra.

A tal proposito, ci impegniamo a ridurre il più possibile il consumo di suolo e a far sì che tutti i nostri interventi edilizi siano realizzati secondo il principio del **rispetto della terra che occupiamo** e della **valorizzazione della periferia** circostante secondo l'ideale di "**periferia amabile**".

Infatti, le scelte immobiliari effettuate dall'Impresa sono sempre attente e orientate alla **bonifica dei terreni ed al recupero di immobili preesistenti** nel totale rispetto del territorio naturale e urbano locale, realizzando soluzioni edilizie che possano rispecchiare il *genius loci* e che non siano impattanti anche dal punto di vista estetico.

Sulla base di tale logica, abbiamo previsto che tutti i futuri ampliamenti aziendali – che avverranno sia nei dintorni di Solomeo, sia in altre parti del mondo – avranno l'obiettivo di recuperare ex-fabbriche od opifici in disuso.

In particolare, con riferimento alla costruzione del nuovo edificio aziendale (impianto produttivo) nei pressi di Solomeo, su un'area edificata e abbandonata, il nostro intervento è volto alla sottrazione di spazi al rischio di degrado paesaggistico proponendo così un'importante opera di riqualificazione non soltanto dell'edificio ma anche del territorio circostante.

Lo studio condotto nel 2021, basato sull'ipotesi che la costruzione del nuovo edificio fosse realizzata su un terreno non edificato, ci ha permesso di **quantificare il beneficio della nostra scelta in termini di preservazione della capacità di assorbimento di CO**2, in un arco temporale di 20 anni. Infatti, nel caso avessimo utilizzato un terreno coltivato al 50% e per il restante 50% boschivo (totale 80.000 m^2), la capacità di assorbimento perduta sarebbe stata pari a circa 4.311 tCO2eq; mentre, nel caso avessimo utilizzato un terreno al 100% boschivo (totale 80.000 m^2), la capacità di assorbimento perduta sarebbe stata pari a circa 5.915 tCO_2eq.

La grande area alle porte di Solomeo per lo sviluppo della nostra fabbrica

Nel primo semestre del 2022 la Società ha finalizzato l'acquisto di una grande area di 8 ettari nelle immediate vicinanze di Solomeo, dove sorgerà il nuovo polo produttivo della Casa di Moda: il piano di riconversione edilizia prevede un'area edificabile fino a circa 40 mila mq (oltre ai servizi connessi e spazi esterni).

Attraverso tale progetto saranno resi disponibili ampi spazi per la nostra Casa di Moda, in una posizione strategicamente vicina alla fabbrica di Solomeo, in modo da accompagnare la crescita dell'Impresa negli anni a venire, in base alle necessità, "per i prossimi 50 anni".

Nel corso del 2022 sono state completate le attività di bonifica sul luogo e, sempre nel corso dell'anno, si è realizzata la recinzione perimetrale dell'area, la riprofilatura delle scarpate, la tombinatura del Fosso Rigo e il riporto in quota di tutto il lotto di cantiere.

I lavori sono proseguiti anche nel corso del 2023 ed hanno previsto, nello specifico:

- La realizzazione delle fondazioni e della struttura portante in elevazione del prefabbricato con parziale completamento delle coperture;
- Il completamento della recinzione perimetrale e posa in opera di siepe;
- Il termine dei lavori circa la riprofilatura delle scarpate perimetrali con piantumazione delle aree verdi circostanti;
- La realizzazione del marciapiede perimetrale lungo la strada.

Il nuovo polo produttivo aziendale verrà inoltre realizzato secondo i criteri necessari per l'ottenimento della **certificazione LEED®-Leadership in Energy and Environmental Design**[41], prestando particolare attenzione all'adozione di un approccio attento ai **materiali utilizzati**, all'**utilizzo dell'energia rinnovabile** (fotovoltaico), al **benessere delle persone**, alla **qualità delle condizioni lavorative interne** allo stabile e alla **riqualificazione ambientale e paesaggistica del territori**o.

Si prevede che i lavori termineranno nel 2025.

41 LEED® è un programma di certificazione volontario che può essere applicato a qualsiasi tipo di edificio (sia commerciale che residenziale) e concerne l'applicazione di metodologie di costruzione orientate alla sostenibilità, affinché le performance dell'edificio, con riferimento a tutto il relativo ciclo di vita, dalla progettazione alla costruzione, possano essere basate su indicatori di efficientamento sia dal punto di vista ambientale che del benessere delle persone che vi abitano/lavorano all'interno.

La nuova "bella fabbrica" a Penne (Abruzzo)

Nel 2023 è stata avviato a Penne, in Abruzzo, l'importante **progetto per la costruzione di una nuova "bella fabbrica"**, finalizzata alla realizzazione di abbigliamento maschile e abiti su misura.

I lavori svolti fino ad ora hanno previsto:

La realizzazione delle fondazioni, della struttura portante in elevazione del prefabbricato con parziale completamento delle coperture e della struttura destinata al ristorante aziendale;

- La costruzione di un parcheggio esterno riservato ai dipendenti provvisto di illuminazione;
- La manutenzione della strada di collegamento fra il parcheggio e l'edificio industriale esistente con bitumatura e nuova illuminazione.
- Il nuovo stabilimento vedrà la luce nella primavera del 2025 e occuperà una superficie di 4500 metri quadrati, impiegando circa 350 artigiani specializzati.

La costruzione del nuovo polo produttivo aziendale segue i criteri necessari per l'ottenimento della **certificazione LEED®-Leadership in Energy and Environmental Design**.

In linea con gli ideali che da sempre ispirano l'azienda di Solomeo, il progetto ha l'ambizione di **valorizzare il territorio** in virtù di una visione imprenditoriale di lungo periodo, sia in termini di occupazione che di ambiente.

In attesa del completamento del nuovo impianto, nel 2023 l'attività produttiva è iniziata nella cittadina abruzzese in uno stabilimento in affitto.

Il Presidente Brunello Cucinelli ha commentato: *"Penne rappresenta un luogo speciale, dove la tradizione della più raffinata arte e artigianalità italiana si è espressa al meglio nella realizzazione e nella confezione di abiti maschili; per questo mi piace immaginare di poter contribuire in maniera significativa alla generazione di un futuro radioso per questa amabile tradizione, unendo le competenze artigianali di Abruzzo e Umbria. Per tutto questo abbiamo pensato a una nuova "bella fabbrica" e cercheremo di creare tutte le migliori condizioni affinché le nostre maestranze specializzate e quelle che formeremo possano rinnovare la più affascinante creatività sartoriale italiana, così grandemente ammirata in tutto il mondo".*

Inoltre, i parchi all'interno e nelle vicinanze della nostra sede di Solomeo contribuiscono alla **preservazione** e al **continuo rinnovamento della biodiversità del luogo**.

Dal 2010 è stato avviato il **progetto "Ripiantumazione"** – tuttora in corso – relativo alla ripiantumazione e progressiva sostituzione di diverse tipologie di alberi e piante in maniera continuativa nel territorio limitrofo all'area di Solomeo (sono attualmente presenti più di 230 mila piante, in aumento dal 2022 complice l'intensa opera di piantumazione presso il nuovo polo produttivo alle porte di Solomeo).

Nessuna delle piante censite è stata ritenuta esposta ad elevata vulnerabilità grazie all'analisi svolta attraverso il database della *Red List dell'International Union for Conservation of Nature* (IUCN): **tutte le piante presenti risultano infatti ricompresi tra le specie** "**a minor preoccupazione**" **secondo l'IUCN**.

Infine, nell'ambito della **Sustainable Markets Initiative - Fashion Task Force** (rif. *Capitolo 4*), la Casa di Moda Brunello Cucinelli si è impegnata come parte attiva per contribuire all'ambizioso progetto "**Himalaya Regenerative Fashion Living Lab**", volto alla rigenerazione di paesaggi degradati e al recupero delle tradizionali abilità artigianali in alcuni territori del Western ed Eastern Himalaya, affrontando le sfide globali legate al cambiamento climatico e alla perdita di biodiversità, al fine di supportare le economie locali del cashmere, del cotone e della seta.

Himalaya Regenerative Fashion Living Lab

Nel mese di marzo 2022 la Casa di Moda ha aderito, impegnandosi economicamente nel sostegno, al progetto "**Himalayan Regenerative Fashion Landscapes**" sviluppato come risultato di una partnership tra la Fashion Task Force della Sustainable Markets Initiative (SMI) e la Circular Bioeconomy Alliance (CBA).

Nel 2023 è proseguito il sostegno al progetto da parte della Casa di Moda.

La partnership mira a sviluppare un nuovo programma per la creazione di paesaggi rigenerativi della moda, per dimostrare il potenziale di tale industria nella transizione verso un percorso inclusivo, rispettoso del clima e positivo per la natura, creando al contempo catene di valore sostenibili.

Al centro di tutto vi è, ancora una volta, il valore fondamentale di un **ambiente umanamente sostenibile** nel tentativo di aiutare le piccole comunità locali di alcune zone dell'Himalaya a prosperare preservando la natura, in nome della tutela della biodiversità.

Con tale finalità il progetto si occuperà della rigenerazione di paesaggi degradati e di favorire il recupero delle tradizionali abilità artigianali e tessili dei luoghi di riferimento, potendo così incidere positivamente sulle economie locali, affrontando le sfide globali legate al cambiamento climatico e alla perdita di biodiversità.

La nostra Casa di Moda si ritrova perfettamente in questo progetto, in primo luogo perché vi è il desiderio di far **rivivere**, in maniera contemporanea, il **tradizionale sapere artigiano** radicato in una terra tra le più nobili e belle come quella dell'Himalaya e poi anche perché un simile progetto è pensato per i benefici che ne verranno alle **generazioni a venire**.

Nello specifico, l'"**Himalayan Regenerative Fashion Landscape**" contribuisce a riqualificare i paesaggi degradati in due diverse aree dell'India:

- il primo progetto si svolge nell'Himalaya orientale, nella **provincia di Assam**, e consiste nel ripristinare le foreste con molteplici specie di alberi endemici piantati in aree disboscate per rigenerare il suolo e la copertura forestale che le popolava solo pochi decenni fa e nello sviluppare l'agroforestazione formando gli agricoltori locali a includere gli alberi come componente integrale della loro agricoltura attraverso la creazione di sistemi agroforestali. L'obiettivo di piantare 1 milione di alberi è stato raggiunto nel 2022, di cui 300.000 finanziati dalla Casa di Moda;
- il secondo progetto si svolge nell'Himalaya occidentale, nella **regione del Ladakh**, e mira a sviluppare la catena del valore del cashmere. Si concentra su Kharnak, nel Parco nazionale di Hemis, dove cerca di coinvolgere le comunità locali per migliorare in modo sostenibile la produzione locale e aiutarle ad affrontare le conseguenze del cambiamento climatico nelle loro pratiche agricole quotidiane. Nel 2023 si è conclusa la prima fase del progetto pilota finalizzata alla coltivazione, attraverso l'implementazione di un sistema rigenerativo agrosilvopastorale, di piante da frutto e vegetali utili al soddisfacimento delle necessità alimentari della comunità locale, nonché di foraggio ed erbe medicinali destinate al pascolo.

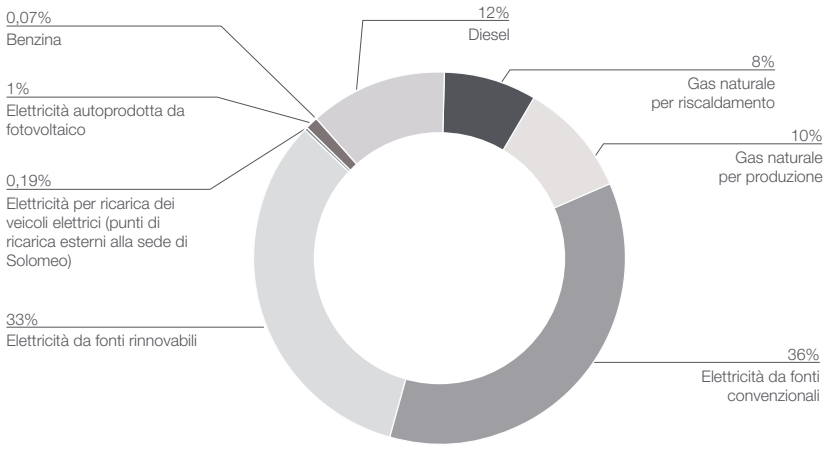
Questi progetti sono realizzati secondo il concetto di Living Labs della CBA, che utilizza un progetto di restauro del paesaggio come punto di partenza per catalizzare lo sviluppo di catene di valore della bioeconomia circolare, ripristinando al contempo la biodiversità e i mezzi di sussistenza locali. Sono l'inizio di un viaggio verso comunità e paesaggi più resilienti.

EQUILIBRIO TRA IL DARE E AVERE NEI RAPPORTI CON IL CREATO

Energia

Nel corso degli ultimi anni il Gruppo ha operato nella direzione della progressiva elettrificazione dei propri consumi. Segue la composizione del **mix energetico worldwide**.

Figura 24: Il mix energetico del Gruppo 2023



Legenda di dettaglio

Gas naturale per riscaldamento

utilizzato soltanto in mancanza di energia elettrica per quanto concerne l'Italia, per le boutique in Russia, dove è ancora complesso ipotizzare una sostituzione del gas con l'elettricità, e le boutique negli USA, in Canada (riduzione del 59% circa nel 2022 in Nord America rispetto al 2021) e in Giappone.

Gas naturale per produzione

utilizzato a fini produttivi e non di riscaldamento nel reparto di lavanderia della sede di Solomeo e presso la fabbrica artigiana Pinturicchio S.r.l. Attualmente risulta complessa la transizione verso fonti energetiche rinnovabili in tale ambito poiché alcuni macchinari utilizzati nei processi produttivi (nello specifico per la produzione di vapore) possono essere alimentati esclusivamente con gas naturale e ne risulta complessa la sostituzione.

Elettricità da fonti convenzionali

ai fini dell'illuminazione e della climatizzazione degli ambienti delle diverse sedi (uffici e boutique) in Europa ed extra-Europa dove non sono attivi contratti di approvvigionamento da fonti rinnovabili.

Elettricità da fonti rinnovabili (in Italia e, in parte, in Europa)

utilizzata per l'operatività delle strutture aziendali, l'illuminazione e la climatizzazione degli ambienti delle diverse sedi (uffici e boutique), così come per il funzionamento delle colonnine di ricarica presenti a Solomeo per i veicoli aziendali full electric.

Elettricità per la ricarica dei veicoli aziendali full electric

tramite i punti di ricarica esterni.

Elettricità autoprodotta dall'impianto fotovoltaico installato presso la sede di Solomeo

la potenza dell'impianto è di 160 KW; l'energia elettrica prodotta viene immessa in cabina e poi consumata dalla Società. Nel 2022, lo 0,01% dei volumi di elettricità così prodotti è ceduto in rete.

Carburante (benzina)

per l'uso, in Italia, dei veicoli di proprietà aziendale non ancora sostituiti con mezzi funzionanti a motore full electric.

Carburante (diesel)

per l'uso, in Italia, della flotta aziendale non ancora sostituita con mezzi funzionanti a motore full electric.

Nella tabella che segue sono riepilogati i consumi energetici dell'ultimo triennio, con evidenza delle diverse fonti energetiche utilizzate.

Tabella 9 - Consumi energetici (GJ)

Fonte energetica	2021[42]	2022	2023
Gas naturale	**18.148**	**19.053**	**15.777**
Elettricità[43]	**43.271**	**48.867**	**54.863**
di cui da fonti rinnovabili	21.654	24.241	25.961
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili (impianto fotovoltaico a Solomeo)	**537[44]**	**576**	**466**
di cui autoconsumata	536,52	575,71	465,85
di cui venduta/ceduta in rete	0,13	0,04	0,00
Parco auto aziendale con motore termico[45]	**7.264**	**7.289**	**9.893**
Benzina	0	16	53
Diesel	7.264	7.273	9.840
Metano	0	0	0
Totale consumi energetici	**69.220**	**75.785**	**80.999**
Intensità energetica[46] (GJ/€)	**0,10**	**0,08**	**0,07**

GRI 302-1 ***Energia consumata all'interno dell'organizzazione***
GRI 302-3 ***Intensità energetica***

I consumi energetici del Gruppo, nell'anno, hanno registrato un aumento del 7% rispetto al precedente esercizio, aumento decisamente contenuto rispetto all'incremento del business aziendale (+24% ricavi dalle vendite e dalla produzione). L'intensità energetica è conseguentemente scesa a 0,07 (0,08 nel 2022). L'incremento dei consumi energetici è dettato soprattutto dalle variazioni in positivo dei consumi di carburante (+31% rispetto al 2022), motivato dall'aumento dei mezzi del parco auto aziendale (+43% rispetto all'annualità precedente). Si è altresì registrato un aumento dei consumi di energia elettrica (+12% rispetto al 2022) – in conseguenza anche alla scelta di prediligere l'utilizzo di tale fonte energetica anche per il riscaldamento.

42 Si specifica che i dati relativi al consumo di energia elettrica rinnovabile, al consumo di carburante (diesel) e al consumo di gas naturale relativi al 2021, sono stati riesposti a seguito di un aggiustamento operato nelle modalità di calcolo che presentavano in precedenza delle imprecisioni.

43 Nel dato 2022 è incluso il valore dei consumi di energia elettrica ai fini della ricarica degli automezzi aziendali elettrici, sia attraverso le colonnine di ricarica presenti presso la sede di Solomeo sia attraverso i punti di ricarica esterni.

44 Nel 2022 è stato possibile raccogliere il dato relativo all'energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili (impianto fotovoltaico operativo presso la sede di Solomeo dal gennaio 2021) – con evidenza della parte consumata dall'Impresa e della componente reimmessa in rete – precedentemente non disponibile. In conseguenza di tale integrazione si è modificato anche il valore totale dei consumi energetici nel 2021.

45 Si specifica che i dati non comprendono le auto aziendali ad uso promiscuo. I dati si riferiscono infatti a 74 automezzi a gasolio (72 della società Brunello Cucinelli S.p.A., 1 di Max Vannucci S.r.l., 1 di Pinturicchio S.r.l.) e 1 automezzo a benzina.

46 L'intensità energetica è calcolata attraverso il rapporto tra i consumi energetici totali e il valore dei ricavi dalle vendite e dalla produzione per l'esercizio (in migliaia di Euro). Si segnala che a partire dal 2021, al fine di una maggior chiarezza espositiva, la voce del Conto Economico "Altri ricavi" è stata classificata all'interno della sezione "Totale costi operativi", anziché essere iscritta nella sezione "Ricavi delle vendite e delle prestazioni".

Siamo consapevoli che il raggiungimento dei target della nostra strategia climatica è direttamente correlato all'**attuazione di iniziative volte a ridurre gli impatti ambientali diretti e indiretti, con particolare riferimento ai consumi energetici**.

Infatti, il Gruppo ha avviato un **programma di progressiva transizione verso l'approvvigionamento di energia elettrica da fonti energetiche rinnovabili**, sostanzialmente completata a livello italiano a partire dal 2021. Sempre in Italia, in taluni immobili – uffici, boutique e showroom – è stato possibile adottare un sistema di illuminazione a LED di ultima generazione, al fine di efficientare i consumi.

Anche nel resto delle *Region* in cui il Gruppo è operativo rimane centrale il nostro impegno rispetto all'efficientamento energetico.

Nella ***Region* Europa** abbiamo avviato un percorso di progressiva sostituzione delle precedenti forniture di energia elettrica, con contratti di approvvigionamento da fonti rinnovabili.

Con riferimento alla ***Region* extra-Europa** sussistono alcune specificità che rendono il percorso di transizione energetica più complesso: tra queste, la Cina dove la presenza del monopolio statale della fornitura energetica consente limitate possibilità di scelta, il Giappone, che si approvvigiona prevalentemente di energia nucleare, e infine la Russia dove il riscaldamento è quasi esclusivamente basato sull'utilizzo di gas naturale.

Le iniziative implementate nel corso dell'anno hanno consentito di ottenere una **percentuale di consumo di energia elettrica rinnovabile, sul totale dell'energia elettrica consumata worldwide**, **pari al 47%**[47].

Stiamo inoltre lavorando con le **piccole imprese artigiane** per accompagnarle in un **cammino di miglioramento del loro mix energetico**, supportandole nel caso in cui decidessero di procedere verso la transizione a fonti energetiche rinnovabili.

Anche con i **clienti franchising e multimarca** abbiamo rafforzato la collaborazione al fine di effettuare, anche in questo caso, una **mappatura puntuale dei loro consumi energetici**, da fonti convenzionali e da fonti rinnovabili certificate (maggiori informazioni nel paragrafo *Emissioni*).

Con riferimento al parco auto aziendale, la Casa di Moda ha previsto le seguenti attività:
– progressiva sostituzione dei veicoli aziendali con veicoli elettrici e ibridi;
– studio e analisi di nuove soluzioni volte all'utilizzo di biocarburanti;
– progettazione e messa in servizio dell'infrastruttura di ricarica interna;
– integrazione di sistemi di pianificazione e calcolo preventivo all'interno dei software aziendali;
– formazione del personale all'uso dei veicoli elettrici e dei software di navigazione.

In merito alla sostituzione del parco auto aziendale (Solomeo), nel 2023 su un totale di 106 automezzi (di cui 38 automobili appartenenti alla flotta civile e 68 autocarri della flotta industriale), i veicoli aziendali full electric rappresentano il 32% e i veicoli ibridi il 18%.

47 È inclusa nel calcolo della percentuale anche la quota di energia elettrica autoprodotta e autoconsumata da fotovoltaico.

Nel 2023 ha preso avvio la fase di studio e analisi interna volta all'utilizzo di biocarburanti a minor impatto emissivo per i mezzi che compongono la nostra flotta aziendale. Nello specifico, è in valutazione il possibile impiego, a partire dai primi mesi del 2024, del biodiesel HVO[48].

Si tratta di una nuova tipologia di carburante sintetico prodotto da materie prime di scarto, utilizzabile per i mezzi diesel, secondo le specifiche caratteristiche tecniche del mezzo in termini di compatibilità, in sostituzione o congiuntamente al diesel tradizionale. Da una prima analisi è emerso che, al netto dei veicoli full electric, più dell'80% dei veicoli che compongono la nostra flotta aziendale (sia civile che industriale) risulta essere compatibile con l'utilizzo dell'HVO. Di questi, la totalità dei mezzi ibridi.

Nella sede di Solomeo sono installate 22 colonnine elettriche in grado di coprire il 99% del fabbisogno energetico dei veicoli elettrici (comprese le eventuali automobili dei dipendenti). I consumi di energia elettrica associati alla ricarica dei veicoli presso i punti di ricarica installati a Solomeo sono ricompresi nel computo complessivo dell'energia elettrica consumata presso la sede di Solomeo.

Ad oggi, la totalità dei veicoli che percorrono tragitti brevi sono elettrici; risulta invece necessario svolgere delle valutazioni per il futuro per quanto concerne i veicoli che percorrono lunghe distanze, in quanto la ricarica in azienda non permette un viaggio in completa autonomia per l'intera tratta di andata e ritorno.

Inoltre, per una maggiore efficienza dei veicoli full electric vengono utilizzati i **software di navigazione** "***Power Cruise Control***" in grado di rendere più efficienti i tragitti dei veicoli sulla base di parametri di tempo di ricarica, percorsi da svolgere e autonomia della batteria.

Nell'ambito di tale attività, è risultata essenziale la formazione di tutto il personale aziendale che ha accesso ai mezzi elettrici. Nello specifico, all'interno della formazione rientra anche l'utilizzo dei software di navigazione a vari livelli:
- in fase di pianificazione del tragitto, grazie all'integrazione con i sistemi informatici gestionali aziendali;
- in fase di gestione operativa del viaggio, grazie al controllo tempo reale dell'energia disponibile rispetto alla previsione iniziale di viaggio comprendente le varie tappe programmate.

Emissioni

Nella tabella che segue si dà evidenza del trend delle emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2) generate dal Gruppo nel triennio 2021-2023. Con riferimento al 2023 è possibile notare un incremento in entrambe le categorie di emissioni, in conseguenza dei maggiori consumi energetici registrati nell'anno: nel complesso le emissioni totali dirette e indirette (Scope 2 location based) sono pari a 7.100 tonCO2eq (6.328 tonCO2eq nel 2022).

Ciononostante, l'intensità emissiva si riduce del 17% nel caso delle emissioni dirette (Scope 1) e rimane costante con riferimento alle emissioni Scope 2 location based e Scope 2 market based.

48 L'HVO, acronimo di Hydrotreated Vegetable Oil, è un tipo di carburante derivato principalmente da rifiuti e scarti provenienti dal settore agricolo, da oli vegetali esausti e da grassi animali sottoposti a un processo di idrotrattamento.

Tabella 10 - Emissioni dirette (Scope 1) e indirette (Scope 2) di GHG (tonCO2eq)

Tipologia di emissioni	2021[49]	2022	2023
Emissioni dirette (Scope 1)	**1.595[50]**	**1.639[51]**	**1.682[52]**
Intensità emissioni[53] dirette Scope 1	**0,002**	**0,002**	**0,001**
Emissioni indirette (Scope 2)			
Location based	**4.106**	**4.688**	**5.418**
Intensità emissioni indirette (Scope 2) location based	0,006	0,005	0,005
Market based	**2.552**	**2.955**	**3.696**
Intensità emissioni indirette (Scope 2) market based	0,004	0,003	0,003
Totale emissioni Scope 1 e Scope 2 (location-based)	**5.701**	**6.328**	**7.100**
Intensità delle emissioni Scope 1 e Scope 2 (location based)[54]	**0,008**	**0,007**	**0,006**
Totale emissioni Scope 1 e Scope 2 (market-based)	**4.147**	**4.595**	**5.378**
Intensità delle emissioni Scope 1 e Scope 2 (market based)	**0,006**	**0,005**	**0,005**
GRI 305-1 ***Emissioni dirette di GHG (Scope 1)***			
GRI 305-2 ***Emissioni indirette di GHG (Scope 2)***			
GRI 305-4 ***Intensità delle emissioni***			

Nel 2023, con riferimento all'anno 2022, abbiamo proseguito l'attività di inventario delle emissioni di GHG – **sottoposto a Limited Assurance da parte terza** – generate indirettamente dalle attività aziendali (**Scope 3**), che, nel complesso sono pari a **84.641 tonCO2eq**, risultano essere le più significative per il Gruppo (pari al 95% delle emissioni di GHG totali del Gruppo).

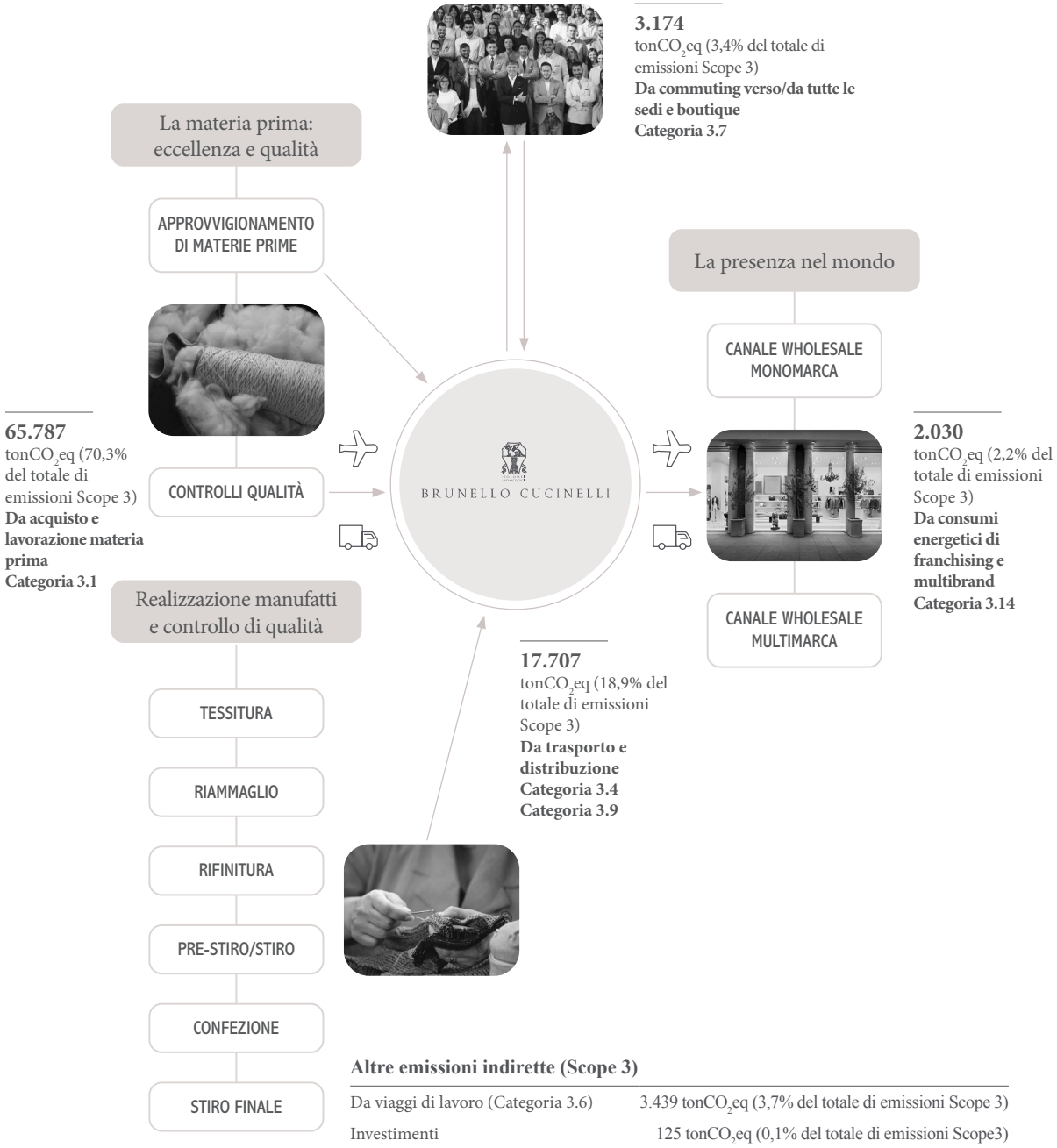
Allo stesso modo, per la prima volta per questa annualità abbiamo predisposto **l'inventario delle emissioni di GHG – sottoposto a Limited Assurance da parte terza** – generate indirettamente dalle attività aziendali (**Scope 3**) anche per il **2023**. Il totale di emissioni del Gruppo durante tale annualità risulta essere **93.522 tonCO_2eq** (+10% al 2022).

49 Si specifica che i dati 2021 sono stati riesposti per aggiustamenti nelle modalità di calcolo, che presentavano in precedenza delle imprecisioni.
50 Il dato include 38,25 tonCO_2eq di gas refrigeranti.
51 Il dato include 24,01 tonCO_2eq di gas refrigeranti (R410A).
52 Il dato include 102,312 tonCO_2eq di gas refrigeranti (R410A).
53 L'intensità delle emissioni è calcolata attraverso il rapporto tra le emissioni (dirette, indirette location based, indirette market based e la loro somma) e il valore dei ricavi dalle vendite e dalla produzione per l'esercizio (in migliaia di Euro). Si segnala che a partire dal 2021, al fine di una maggior chiarezza espositiva, la voce del Conto Economico "Altri ricavi" è stata classificata all'interno della sezione "Totale costi operativi", anziché essere iscritta nella sezione "Ricavi delle vendite e delle prestazioni".
54 Si specifica che l'unità di misura è in CO_2.

Le fonti emissive analizzate sono le seguenti (rif. Figura 25):

- l'**acquisto** e la **lavorazione delle materie prime** (pari al 70,3% del totale delle emissioni Scope 3 2023), al cui interno sono ricompresi anche i consumi di energia e gas delle piccole imprese artigiane. Nel 2023 è continuata l'attività di raccolta dati primari attraverso il coinvolgimento diretto di tali imprese, per un totale di **338 laboratori artigiani interpellati attraverso la condivisione di un questionario** volto a mappare le fonti energetiche e i consumi associati. Le risposte ottenute sono pari all'77% del campione analizzato (78% nel precedente coinvolgimento effettuato nel 2022) ed equivalente al 93% del valore del fatturato.
- È stato altresì possibile avviare la **mappatura della destinazione d'uso del gas** utilizzato da alcuni dei laboratori.
- Con riferimento invece ai **processi di allevamento** (per lana, cashmere, pelle, ecc.) e di **coltivazione** (ad esempio, cotone) delle materie prime, in continuità con l'anno precedente, i dati di riferimento sono stati inclusi secondo un approccio conservativo, basato sulle raccomandazioni SBTi che assegnano tutte le relative emissioni alla Società;
- le **operazioni di trasporto e distribuzione** (logistica upstream e downstream), pari al 18,9% del totale delle emissioni Scope 3;
- gli **spostamenti casa-lavoro delle umane risorse**, che impattano per il 3,4% sul totale delle emissioni Scope 3 generate;
- i **consumi energetici dei negozi franchising e multibrand** (2,2% delle emissioni Scope 3 totali). Tali dati sono stati raccolti attraverso un'attività di **mappatura dei consumi di energia elettrica** di tale tipologia di clienti, con esplicita richiesta di indicare se si è optato per l'approvvigionamento di energia rinnovabile o se vi è l'intenzione di farlo;
- i **viaggi di lavoro** (3,7% delle emissioni Scope 3 totali);
- gli **investimenti**, ossia i consumi legati a Lanificio Cariaggi rapportati alle quote detenute (0,1% delle emissioni Scope 3 totali);
- **altro** (1,3% delle emissioni Scope 3 totali), ovvero la restante parte di emissioni indirette riconducibili ai rifiuti generati dalla produzione e alla produzione di energia.

Figura 25 - Misurazione delle emissioni indirette di CO2 (Scope 3) afferenti all'anno 2023



Altre emissioni indirette (Scope 3)

Da viaggi di lavoro (Categoria 3.6)	3.439 $tonCO_2eq$ (3,7% del totale di emissioni Scope 3)
Investimenti	125 $tonCO_2eq$ (0,1% del totale di emissioni Scope3)
Altro	1.260 $tonCO_2eq$ (1,3% del totale di emissioni Scope 3)
Totale emissioni indirette (Scope 3)	**93.522 $tonCO_2eq$**

Nello svolgimento dell'inventario di GHG **non sono state ricomprese le emissioni generate dal trattamento di fine vita dei manufatti venduti**, in quanto il nostro business si focalizza sulla produzione di capi di altissima qualità e durevoli nel tempo. In tal senso, considerando la possibilità di estensione della vita utile del prodotto grazie alla trasmissione del manufatto di generazione in generazione e al nostro servizio di riparazione dei capi, è stato assunto che le emissioni associate allo smaltimento del prodotto non siano rilevanti.

Risorsa idrica

Riconosciamo l'importanza di un **consumo responsabile** e **parsimonioso dell'acqua**, in quanto primaria risorsa essenziale alla vita.

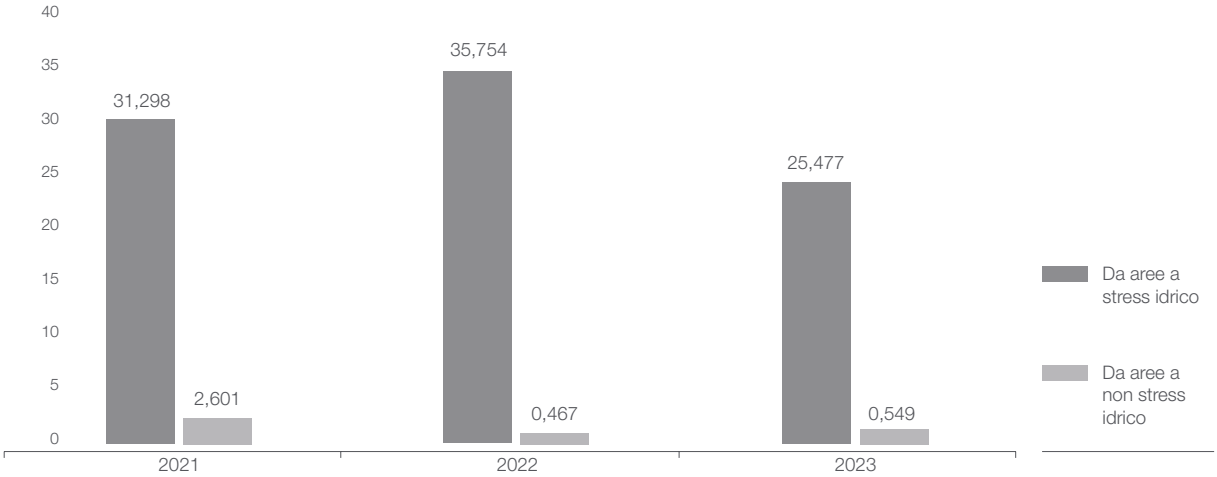
Seppur gli impatti sulla matrice idrica siano limitati al funzionamento della lavanderia presso la sede centrale di Solomeo e all'uso di tipo civile, il Gruppo si dimostra particolarmente attento alla gestione di tali consumi.

In particolare, per quanto concerne i **prelievi idrici** derivanti dalle **attività di lavanderia**, l'acqua viene emunta da pozzi, di proprietà della Società, specifici per il recupero e lo stoccaggio delle acque piovane.

Il ciclo di lavaggio comprende molteplici processi, indispensabili per assicurare ai manufatti la giusta consistenza e morbidezza: nel caso dei capi di maglieria il lavaggio avviene per tramite delle **lavasecco a idrocarburi**, per poi passare alla follatura in acqua a temperatura non superiore ai 40°C e infine essere riposti nei tumbler per l'asciugatura finale.

Ai consumi di acqua per le attività di lavanderia si aggiungono i **consumi per uso civile** negli uffici e nei negozi. In particolare, con riferimento all'Italia, l'acqua prelevata all'interno del sito di Solomeo e dai restanti uffici e negozi presenti sul territorio nazionale – trattasi per il 100% di prelievi in zone a stress idrico (99% nel 2022) – proviene dall'acquedotto pubblico.

Figura 26 - Prelievi idrici in Italia (ML) per tipologia di area (2021-2023)



Per quanto riguarda le *Region* Europa[55] ed extra-Europa[56] – in entrambi i casi l'acqua prelevata deriva da acquedotto pubblico – nel 2023 rispettivamente il 69% e il 43% dei prelievi idrici è effettuato in aree ritenute a stress idrico.

Nella tabella che segue sono riportati i dati relativi ai prelievi idrici del Gruppo.

Tabella 11 - Prelievi idrici (ML)[57]

Tipologia di area e fonti di prelievo idrico	2021		2022[58]		2023	
	Italia	Extra-Italia	Italia	Extra-Italia	Italia	Extra-Italia
Da aree non a stress idrico	**2,601**	**13,363**	**0,467**	**3,790**	**0,549**	**4,474**
Pozzo	0	0	0	0	0	0
Acquedotto pubblico	2,601	13,363	0,467	3,790	0,549	4,474
Intensità dei prelievi idrici[59] (aree non a stress idrico)	0,000004	0	0,000001	0	0,0000005	0
Da aree a stress idrico	**31,298**	**5,866**	**35,754**	**4,174**	**25,477**	**4,515**
Pozzo	13,09	0	13,818	0	6,888	0
Acquedotto pubblico	18,208	5,866	21,936	4,174	18,589	4,515
Intensità dei prelievi idrici (aree a stress idrico)	0,00004	0	0,00004	0	0,00002	0
Totale	**33,899**	**19,228**	**36,221**	**7,964**	**26,026**	**8,989**
Intensità totale dei prelievi idrici	**0,00005**	0	**0,00004**	0	**0,00002**	0
GRI 303-3 *Prelievo idrico*						

Complessivamente, in Italia si è riscontrata una diminuzione del 28% nei prelievi idrici totali effettuati nel 2023 rispetto al precedente esercizio, in particolare per quanto concerne le aree a stress idrico (-50% da pozzo e -15% da acquedotto pubblico rispetto al 2022). Per quanto concerne le *Region* Europa ed extra-Europa si è invece riscontrato un aumento dei prelievi idrici totali (+13% rispetto all'annualità precedente).

Con riferimento agli **scarichi idrici di tipo industriale**, questi avvengono esclusivamente presso la sede di Solomeo, dove un depuratore interno tratta gli scarichi aziendali prima che vengano immessi in corpo idrico superficiale.

Tale destinazione di scarico è dettata dalla mancanza di una fognatura pubblica in una parte dell'area industriale (edificio "A" e parte dell'edificio "B").

Si specifica che il sito di Solomeo è soggetto e in possesso di **Autorizzazione Unica Ambientale** (A.U.A.).

55 Sono localizzati in aree a stress idrico alcuni negozi in Germania e in Francia, la maggior parte dei negozi in Russia e la totalità dei negozi nel Regno Unito, a Montecarlo, in Belgio, in Spagna e in Grecia.
56 Rientrano tra le aree a stress idrico alcuni negozi in Giappone, in Cina (Mainland), negli Stati Uniti e a Dubai.
57 I prelievi idrici sono interamente costituiti da acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti).
58 I dati relativi ai prelievi idrici sono oggetto di stima per quanto riguarda la maggior parte dei negozi e degli uffici commerciali all'estero e per i siti di Torino, Roma e Firenze. Si specifica che a partire dal 2022, per garantire una rappresentazione più veritiera dei prelievi idrici in tali sedi, si è considerato un consumo di 30 litri al giorno a persona. Tale stima era pari a 100 litri al giorno a persona nel 2021 e 2020.
59 L'intensità dei prelievi idrici è calcolata rapportando il valore dei prelievi idrici, per area in cui sono effettuati, al valore dei ricavi delle vendite e delle prestazioni dell'anno di riferimento (in migliaia di Euro). Si segnala che a partire dal 2021, al fine di una maggior chiarezza espositiva, la voce del Conto Economico "Altri ricavi" è stata classificata all'interno della sezione "Totale costi operativi", anziché essere iscritta nella sezione "Ricavi delle vendite e delle prestazioni". Tale indicatore è riportato con esclusivo riferimento alla *Region* Italia, considerando che l'utilizzo di acqua per scopi industriali avviene soltanto in Italia.

La Società effettua periodicamente campionamenti e analisi chimico-biologiche delle acque reflue, al fine di verificarne la conformità rispetto ai limiti di legge previsti dal D. Lgs. 152/06 (rif. Tabella 12).

Tabella 12 – Qualità dell'acqua

Parametro di qualità acqua scaricata	2021	2022	2023
pH	7.52	7.34	7.2
Solidi Sospesi Totali (SST)	6.0	7.1	N.D.
Azoto ammoniacale (come NH4)	14.0	10.2	9.8
Azoto nitroso	5.0	< 0.1	< 0.02
Azoto nitrico	0.6	1.1	0.8
C.O.D (come O2)	14.0	26	21
B.O.D5 (come O2)	5.0	8	11
Piombo	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro
Cadmio	<0.01 mg/litro	<0.01 mg/litro	<0.01 mg/litro
Nichel	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro
Rame	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro
Cromo totale	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro
Manganese	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	N.D.
Zinco	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro
Ferro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	N.D.
Cromo VI	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro	<0.03 mg/litro
Cloruri	140.2 mg/litro	52.9 mg/litro	N.D.
Solfati (come SO4)	147.8 mg/litro	83.1 mg/litro	N.D.
Fosforo totale (come P)	2.8 mg/litro	2.4 mg/litro	0.2 mg/litro
Grassi e oli animali/vegetali	ND.	< 1.0 mg/litro	< 1.0 mg/litro
Idrocarburi totali	<1,0 mg/litro	< 1.0 mg/litro	< 1.0 mg/litro
Tensioattivi anionici	0.20	0.11	0.34
Tensioattivi cationici	0.25	< 0.20	< 0.20
Tensioattivi non ionici	0.10	< 0.20	0.33
Tensioattivi totali	0.55	0.51	0.9
Selenio	<0.01	< 0.01	< 0.01
Fenoli	0.1	< 0.1	< 0.1
Solventi organici aromatici	<0.1	< 0.1	< 0.1
Solventi clorurati	<0.1	< 0.1	< 0.1
Azoto totale (come N)	N.D.	9.3	9.2
Conducibilità elettrica	N.D.	N.D.	N.D.
Oli minerali persistenti e idrocarburi di origine petrolifera persistenti	<1,0 mg/litro	<1.0 mg/litro	<1,0 mg/litro

La tabella successiva riporta il volume totale degli scarichi idrici industriali e la relativa intensità. Nel 2023, non vi sono scarichi associati all'attività di lavanderia poiché la totalità di questi ultimi confluisce nelle fognature pubbliche.

Tabella 13 - Scarichi idrici (ML)

Scarichi idrici lavanderia – Solomeo (area a stress idrico)	2021	2022	2023
In acque di superficie	21,623	25,1475	0,000
Intensità degli scarichi idrici[60]	**0,00003**	**0,00003**	**0,000**
GRI 303-4 *Scarico di acqua*			

Rifiuti

È nostra prerogativa assicurare l'utilizzo delle risorse a disposizione secondo il principio della massima efficienza, al fine di evitare ogni spreco. Tale obiettivo è implementato a partire da un'attenta gestione delle materie prime fino alla valorizzazione del nostro approccio nella comunicazione con i clienti, improntata alla rilevanza del valore, alla durabilità e alla contemporaneità dei capi nel tempo. In questo modo ci è possibile operare nella direzione della **minimizzazione della produzione dei rifiuti in ogni fase della catena del valore**.

Nello specifico, con riferimento alla gestione e lavorazione delle materie prime, attraverso un'**attenta programmazione a monte** solo i materiali conformi alle scelte stilistiche e ai canoni di qualità ricercati dalla Società sono inviati ai laboratori artigiani, che provvedono a riconsegnarci il materiale in eccesso per essere reimmesso e recuperato nel processo produttivo.

In merito alle fasi di produzione e magazzinaggio, i rifiuti generati vengono gestiti con raccolta differenziata e per tramite di un'azienda specializzata.

Con riferimento agli sfridi generati nella lavorazione del tessuto, è stato implementato il **progetto di** "**Gestione diretta dello smaltimento degli sfridi di produzione**", in collaborazione con le piccole imprese artigiane impegnate nelle fasi di taglio e ciclo completo.

60 L'intensità degli scarichi idrici è calcolata rapportando il valore degli scarichi idrici al valore dei ricavi delle vendite e delle prestazioni dell'anno di riferimento (in migliaia di Euro). Si segnala che a partire dal 2021, al fine di una maggior chiarezza espositiva, la voce del Conto Economico "Altri ricavi" è stata classificata all'interno della sezione "Totale costi operativi", anziché essere iscritta nella sezione "Ricavi delle vendite e delle prestazioni".

Progetto "Gestione diretta dello smaltimento degli sfridi di produzione"

Da tempo la gestione degli sfridi di produzione rappresenta per noi un elemento di attenzione e cura. Infatti, attraverso l'utilizzo delle tecnologie adoperate nella fase di taglio, abbiamo sempre cercato di minimizzare quanto più possibile la quantità di scarti prodotta. Dal 2022 abbiamo ampliato i nostri sforzi in tale ambito avviando uno studio per il recupero degli sfridi di materie prime derivanti dalle fasi di lavorazione di tali materiali, al fine di evitare che questi si trasformino in rifiuti destinati ad essere smaltiti in discarica, favorendo invece un **processo di recupero che dia loro una seconda vita** attraverso la produzione di nuovi materiali (filato, tessuto, carta) utilizzabili dalla Società per la realizzazione di materiali di consumo e prodotti che accompagnano i nostri manufatti, come ad esempio articoli per il packaging, nel pieno rispetto dei princìpi di circolarità.

Durante la presente annualità il progetto ha effettivamente preso avvio: circa **50 laboratori artigiani (taglio e ciclo completo) sono stati coinvolti** ed è stata predisposta la raccolta del materiale di scarto derivante dalle loro lavorazioni.

A seguito dei primi test realizzati a partire da campioni di filato e tessuto riciclato nel 2022, ad oggi siamo stati in grado di trovare una valida alternativa al cotone, che siamo in grado di usare per generare nuovo tessuto composto al 50% da scarti di lavorazione. Adoperiamo tale tessuto per generare componentistica del packaging (copri abiti, copri scarpe, copri stampelle).

Per ciò che riguarda altri eventuali impieghi del cotone e delle altre fibre di tessuto oggetto della raccolta, così come della pelle, stiamo portando avanti un'attenta fase di studio e analisi volta ad individuare e valutare ogni possibile opportunità di utilizzo, soprattutto per la realizzazione di materiali di consumo (es. carta).

Per quanto riguarda poi la fase di lavaggio a secco, si generano tre diverse tipologie di rifiuti: i fanghi, le acque di contatto e i "pelucchi" dei capi.

In particolare, l'operatore addetto controlla il livello di produzione dei fanghi e, periodicamente, aziona lo scarico automatico che li convoglia all'interno di fusti metallici, poi smaltiti come rifiuti pericolosi tramite ditta specializzata.

Nel caso specifico di Solomeo, i fanghi di tipo non pericoloso (ad esempio, prodotti dall'impianto di depurazione a servizio della lavanderia) sono destinati al depuratore esterno.

Medesimo processo interessa le acque di contatto.

I "pelucchi" dei capi sono invece accumulati nella cosiddetta "prendispilli", svuotata dall'operatore all'interno di specifici raccoglitori, a loro volta smaltiti tramite una ditta specializzata.

Infine, i rifiuti derivanti dall'attività d'ufficio sono assimilabili a rifiuti solidi urbani e pertanto vengono ritirati dalla società locale che gestisce gli stessi. Con particolare riferimento all'utilizzo di carta, a partire dal 2022 si sono attivati degli interventi di utilizzo consapevole e recupero della stessa.

È stato infatti inserito un cip all'interno delle stampanti al fine di permetterne l'utilizzo solo attraverso apposita password, in modo tale da inibire la stampa in uscita nel caso di mancato controllo da parte della persona interessata a stampare. In questo modo speriamo di poter limitare l'utilizzo di carta al solo necessario.

Allo stesso modo, proseguono gli ottimi risultati ottenuti dalla **macchina Epson PaperLab**, prima installazione in Europa, in grado di riciclare la carta utilizzata: la tecnica di rigenerazione del macchinario permette di riutilizzare un foglio fino a 6/7 volte. Nel 2023 i **fogli di carta riciclati sono stati** 125.808. Oltre alla mera raccolta, vi è una forte sensibilizzazione interna alla Casa di Moda, atta a spronare i collaboratori ad un utilizzo moderato e ponderato della stampante.

Nel complesso, sono state prodotte nell'anno **547,41 tonnellate di rifiuti** (478,6 tonnellate nel 2022), di cui il 99% è di tipo non pericoloso. L'aumento del 14% circa registrato nel volume complessivo di rifiuti generali nell'anno, rispetto al 2022, è principalmente legato ad un aumento nella produzione.

Tabella 14 - Rifiuti prodotti, per tipologia e metodo di smaltimento (ton)

Rifiuti correlati al processo di produzione	2021		2022		2023	
	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi	Pericolosi	Non pericolosi
Rifiuti totali	**5,7**	**619**	**3,04**	**475,59**	**3,39**	**544,19**
Di cui inviati a recupero (riciclo)	0,02	444,17	2,34	470,76	1,21	507,39
Di cui destinati in discarica	5,6	1,9	0,71	4,828	2,18	36,63
Altri rifiuti (sede di Solomeo)						
Di cui destinati a depuratore esterno[61]	0	173	0	0	0	0
GRI 306-3 ***Rifiuti generati***						
GRI 306-4 ***Rifiuti non inviati a smaltimento***						
GRI 306-5 ***Rifiuti inviati a smaltimento***						

61 Si specifica che a partire dal 2022, la gestione dei fanghi dalle fosse settiche non è più responsabilità del produttore ma dello smaltitore. Per questo motivo, il valore dei rifiuti destinati a trattamento tramite depuratore esterno è nullo nel 2022 e nel 2023.

Tabella 15 - Rifiuti prodotti nel triennio 2021-2023 (ton), per tipologia, metodologia di smaltimento e attività da cui sono generati

	2021			2022			2023	
	Non destinati a smaltimento (riciclo)	Destinati a smaltimento	Depuratore esterno	Non destinati a smaltimento (riciclo)	Destinati a smaltimento	Depuratore esterno	Non destinati a smaltimento (riciclo)	Destinati a smaltimento
Non pericolosi	**444,17**	**2,45**	**173,04**	**470,76**	**4,83**	**0**	**507,39**	**36,63**
Beni e servizi acquistati								
Output								
Componenti in ferro e acciaio	0,71	0	0	0	0	0	0	0
Elementi in legno (mobilio)	56,42	0	0	58,27	0	0	51,46	0
Ingombranti - Mobilio	19,34	0	0	27,64	0	0	9,16	0
Rifiuti generati durante le attività								
Output								
Batterie alkaline	0	0,075	0	0	0	0	0	0,09
Componenti rimosse da apparecchiature fuori uso	0,2609	0	0	0,19	0	0	0,298	0
Depuratore residui di vagliatura	0	0,04	0	0	0,24	0	0	0,10
Depuratore Resine a scambio ionico saturate o esaurite	0	1,462	0	0	0	0	0	0
Fanghi fosse	0	0	173,038	0	0	0	0	35,02
Filtrato asciugatrici	0	0,24	0	0	0,23	0	0	0,32
Imballaggi carta - cartone	223,639	0	0	233,84	0	0	277,75	0
Imballaggi in legno	34,62	0	0	23,90	0	0	37,52	0
Imballaggi plastica	47,36	0	0	42,76	0	0	36,03	0
Materiali misti	42,72	0	0	65,91	0	0	64,81	0
Toner per stampa esauriti	0	0,633	0	0,69	0,02	0	0,85	0
Residui prodotti tessili	14,3	0	0	13,03	0	0	15,73	0
Rifiuti da fibre tessili lavorate	4,805	0	0	4,53	0	0	12,70	0
Assorbenti, materiali filtranti, stracci ed indumenti protettivi (diversi da quelli di cui alla voce CER 150202)	0	0	0	0	1,22	0	0	0
Rifiuti liquidi acquosi (diversi da quelle di cui alla voce CER 161001)	0	0	0	0	3,12	0	0	1,10
Apparecchiature fuori uso (diverse da quelle di cui alle voci CER da 16 02 09 a 16 02 13)	0	0	0	0	0	0	0,95	0
Rifiuti inorganici	0	0	0	0	0	0	0,13	0

	2021			2022			2023	
	Non destinati a smaltimento (riciclo)	Destinati a smaltimento	Depuratore esterno	Non destinati a smaltimento (riciclo)	Destinati a smaltimento	Depuratore esterno	Non destinati a smaltimento (riciclo)	Destinati a smaltimento
Pericolosi	**0,02**	**5,08**	**0**	**2,34**	**0,71**	**0**	**1,21**	**2,18**
Beni e servizi acquistati								
Output								
Apparecchiature fuori uso, contenenti clorofluorocarburi, HCFC, HFC	0,02	0	0	0	0	0	0,15	0
Rifiuti generati durante le attività								
Output								
Acque di contatto	0	1,88	0	0	0	0	0	0
Fanghi o rifiuti solidi, contenenti altri solventi	0	2,6	0	2,22	0	0	0	1,50
Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose	0	0,269	0	0	0,49	0	0,93	0
Imballaggi metallici contenenti matrici solide porose pericolose (es. bombolette spray esaurite)	0	0,017	0	0,017	0,003	0	0,035	0
Materiali assorbenti contaminati	0	0,25	0	0	0	0	0	0,40
Tubi fluorescenti	0	0,067	0	0,10	0,0	0	0	0,031
Oli minerali per motori	0	0	0	0	0,21	0	0	0,25
Rifiuti inorganici contenenti sostanze pericolose							0,096	0

GRI 306-1 ***Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti***
GRI 306-3 ***Rifiuti generati***
GRI 306-4 ***Rifiuti non inviati a smaltimento***
GRI 306-5 ***Rifiuti inviati a smaltimento***

GESTIONE SOSTENIBILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Per gli **acquisti delle materie prime** la Società fa riferimento ad aziende di comprovata affidabilità, con le quali si è sviluppato un autentico partenariato pluriennale fondato su una forte complementarità delle conoscenze e sul rispetto reciproco.

Ad oggi sono **273 i fornitori di materia prima** (255 nel 2022) con cui collaboriamo per supportare l'offerta di collezione Brunello Cucinelli, che nel 2023 si compone per l'84% di abbigliamento e per il 16% di accessori.

I fornitori cui ci rivolgiamo sono per il **94,5% operativi sul territorio italiano**, per il 4,8% aventi sede in Europa – in particolare, Spagna, Portogallo e Francia – e per lo 0,7% in Giappone, da cui proviene l'approvvigionamento del denim.

Per quanto riguarda il cashmere, intratteniamo con il nostro principale fornitore Cariaggi Lanificio S.p.A. – avente sede nelle Marche – un rapporto consolidato, umano e di fiducia da più di trent'anni. Relazione che si è ulteriormente rafforzata nel marzo 2022 con l'acquisizione da parte della Società del 43% del capitale sociale del prestigioso lanificio e nel 2023 con la suddivisione di tale quota con Chanel. Si tratta di un'operazione il cui primario obiettivo è stato quello di sostenere un'importante eccellenza del Made in Italy (rif. Sezione *Crescita sostenibile e profittabilità sana*).

Presso tale fornitore è realizzata anche la fase di tintura del cashmere nelle tonalità da noi definite dopo un'attentissima ricerca e fase di sviluppo del colore.

L'approvvigionamento dei pellami è effettuato principalmente presso concerie italiane, collocate in prevalenza in Toscana, Campania e Veneto. Alcuni dei pellami pregiati provengono anche da concerie francesi e dalla penisola iberica.

Nel 2023 la spesa per approvvigionamento si è attestata intorno a Euro 155 milioni circa, di cui il 97% circa verso fornitori italiani[62] (come nel 2022); l'ammontare dell'approvvigionamento verso fornitori di altre spese è invece pari a Euro 8 milioni circa (96% da fornitori italiani). La spesa complessiva per approvvigionamento nel 2023 è aumentata del 22% circa rispetto all'anno precedente.

62 Anche nel caso della collezione Eyewear, la produzione avviene al 100% sul territorio italiano.

Tabella 16 - Spesa per approvvigionamento nel triennio 2021-2023 (in Euro/000), per area geografica

	2021	2022	2023
Spese per materie prime, per area geografica			
Italia	84.429	123.880	149.887
Di cui Umbria	10.994	13.856	20.518
Altri Paesi UE	2.811	3.105	3.424
Paesi extra-UE	591	829	1.729
Totale materie prime	**87.831**	**127.814**	**155.040**
Altre spese, per area geografica			
Italia	5.018	5.901	7.772
Di cui Umbria	2.087	2.672	3.576
Altri Paesi UE	33	86	209
Paesi extra-UE	345	71	110
Totale altre spese	**5.396**	**6.057**	**8.090**
Totale	**93.227**	**133.871**	**163.130**
GRI 204-1 ***Proporzione di spesa verso fornitori locali***			

Con riferimento invece alla nostra struttura produttiva esterna, contiamo oggi circa **393 imprese artigianali** di medio-piccole dimensioni – tutte utilizzate in maniera continuativa[63] –, selezionate sulla base di **competenze e tradizioni del territorio di appartenenza** e delle quali più della metà lavora in maniera esclusiva per la nostra Società. Nel complesso, tali laboratori occupano **circa 7.100 addetti**, ognuno dei quali ha in organico in media 18 dipendenti.

Negli anni, abbiamo potuto ammirare sia una crescita dimensionale dei laboratori con i quali collaboriamo, sia l'incremento della quota del lavoro a noi riservata da parte di quelle imprese artigiane che operano in regime di pluricommittenza.

L'elevato numero di laboratori ai quali ci rivolgiamo ci garantisce anche di operare un'importante **diversificazione nell'assegnazione delle lavorazioni**, facendo in modo che ci sia sempre una pluralità di soggetti altamente qualificati e specializzati in ciascuna delle fasi di produzione.

Valorizziamo una **filiera di produzione corta** – così come anche nel caso dell'approvvigionamento delle materie prime principalmente acquistate da fornitori italiani – localizzata esclusivamente in Italia, con il **76% circa** delle imprese artigiane localizzate **in Umbria** (301 laboratori artigianali umbri con cui collaboriamo in maniera continuativa), culla di tecniche artigianali, insegnate e tramandate di famiglia in famiglia.

Per il restante 24% la Società si rivolge ad alcuni laboratori di **distretti d'eccellenza** per le specifiche tipologie di lavorazione: in Toscana, nelle Marche, in Abruzzo, nel Lazio, in Lombardia e in Veneto. La maggiore lontananza con tali imprese non compromette la **vicinanza valoriale e relazionale** che cerchiamo di instaurare costantemente con ognuno di essi.

63 Tra questi, anche le fabbriche artigiane di Pinturicchio S.r.l. (giacche uomo) e Max Vannucci S.r.l. (maglieria).

Figura 27 - La distribuzione sul territorio italiano delle piccole imprese artigiane

Nel 2023, la spesa relativa al pagamento delle lavorazioni esterne è stata pari a Euro 193 milioni circa (+22% rispetto al 2022), di cui è riportato il dettaglio nella tabella che segue.

Tabella 17 – Spesa per approvvigionamento verso le piccole imprese artigiane (in Euro/000)

Spesa per lavorazioni esterne su prodotti finiti	2021	2022	2023
Italia	114.875	158.186	193.044
di cui Umbria	63.055	78.195	89.713
Altri Paesi UE	0	0	0
Paesi extra-UE	0	0	0
Totale	**114.875**	**158.186**	**193.044**
GRI 204-1 ***Proporzione di spesa verso fornitori locali***			

Approvvigionamento e gestione delle materie prime

L'elevata qualità dei manufatti Brunello Cucinelli è intrinsecamente connessa ad un'**accurata selezione delle materie prime**, rispetto alle quali – così come vale anche per la fase di acquisto – abbiamo una responsabilità diretta, garantita anche dalla collaborazione con i migliori fornitori italiani, e all'**altissima cura e attenzione prestata nelle diverse fasi di lavorazione dei capi**.

I materiali utilizzati dal Gruppo sono riconducibili principalmente a **due macro-categorie**:
- le materie prime destinate alla realizzazione dei capi (filati, tessuti e pellame) e degli accessori;
- il materiale per il packaging.

La ricerca e la selezione delle **materie prime utilizzate per la realizzazione dei manufatti** è operata direttamente dall'Ufficio Stile e Creatività, in collaborazione con le funzioni dedicate agli acquisti e ai controlli di qualità delle materie prime scelte.

Con riferimento alle materie prime utilizzate per le collezioni Uomo, Donna e Bambino, tra i **filati** si annoverano il cashmere, materia prima iconica del brand, alcune lane pregiate come il mohair e il cammello, la lana leggera, il lino, la seta e il cotone.

Vi sono poi i **tessuti**, tra cui il denim, e i **pellami**.

A partire dal 2021, la Casa di Moda ha scelto di **non ricorrere più all'utilizzo di pellicce animali** per la realizzazione delle proprie collezioni.

La **localizzazione** dei fornitori di materie prime riflette una **primaria provenienza nazionale**. Fanno eccezione i fornitori di denim – acquistato, come anticipato, direttamente in Giappone – e di alcuni pellami, localizzati in Europa.

Il cashmere è acquistato da fornitori italiani, tra i quali il principale è Cariaggi Lanificio S.p.A. Tale filato viene scelto tra le qualità più preziose originarie principalmente dagli **allevamenti della Mongolia interna** (Cina): l'origine del cashmere risale alle antiche comunità di pastori dell'Asia centrale, dove la preziosa risorsa nasce come protezione naturale dal rigore del clima. Da allora, la storia di questa eccellente fibra, che chiamiamo "vello d'oro", attraversa l'evoluzione delle civiltà, legando oriente e occidente, cultura tradizionale e creazioni contemporanee.

Per la nostra Casa di Moda, l'utilizzo di tale materia prima nobile rappresenta il mezzo attraverso cui, negli anni, è stato possibile dare vita a manufatti pregiati, creare occupazione e valorizzare i saperi artigianali della tradizione italiana.

È per noi importante visitare gli allevamenti e mantenere costante il dialogo costruito negli anni con le comunità locali, aspetti che sono garantiti soprattutto dalle visite operate periodicamente dal nostro fornitore principale, spesso accompagnato anche dal Presidente Brunello Cucinelli e dai membri della sua famiglia, promuovendo così una convivenza tra lontananza e vicinanza.

Così, **il cashmere è diventato per il Gruppo il simbolo della bellezza del Creato e della fratellanza tra i popoli**.

Il prelievo delle fibre tiene conto sia delle particolari condizioni climatiche della regione, sia del benessere delle capre Hircus dalle quali il filato è ottenuto.

Nello specifico, la razza Hircus sviluppa un denso sottomanto composto da migliaia di fibre finissime, nascoste dal pelo più lungo e grossolano visibile all'esterno. Il sottovello, detto anche *duvet*, funge da isolante termico per gli animali e pertanto la qualità della fibra dipende in maniera imprescindibile dalle avversità climatiche del luogo. Il prelievo delle fibre è operato prestando estrema attenzione: in primavera, quando il clima si fa più mite, i pastori prelevano il sottovello dalle capre attraverso la c.d. "*pettinatura*", processo che viene eseguito senza provocare alcun maltrattamento agli animali, che anzi vengono accarezzati con un piccolo pettine nelle sole parti del sottogola e del sottopancia, dove le fibre sono più dense, compatte e morbide. Da una singola capra Hircus è possibile ottenere circa 150-200 grammi di sottomanto ogni anno: alla base dell'altissimo pregio vi è proprio la quantità molto contenuta della fibra della più alta qualità.

È di seguito riportato il dettaglio quantitativo (in aumento rispetto al 2022) di materie prime utilizzato per le collezioni dal Gruppo nell'ultimo triennio.

Tabella 18 - Materie prime impiegate per la realizzazione dei manufatti

	Unità di misura	2021	2022	2023
Tessuti	**m**	**2.409.137**	**3.230.629**	**3.558.124**
Di cui CITES[64]	%	0	0,03%	0,05%
Filati	**kg**	**165.826**	**212.722**	**207.004**
Di cui cashmere	%	36%	35%	30%
Di cui CITES	%	-	-	-
Pellami	**mq**	**236.106**	**324.682**	**338.060**
di cui CITES	%	0	0,06%	0,07%
GRI 301-1 ***Materiali utilizzati per peso o volume***				

Guardando invece ai materiali utilizzati per gli accessori/la componentistica, si specifica che in alcuni casi l'acquisto è demandato ai laboratori artigianali incaricati della realizzazione del prodotto.

Di seguito, il dettaglio quantitativo relativo agli accessori e alla componentistica utilizzati nell'ultimo triennio; il volume dei materiali acquistati è variabile sulla base delle esigenze di produzione. In particolare nel 2023, tutti i materiali utilizzati hanno registrato un incremento rispetto all'anno precedente, fatta eccezione per il numero di zip che ha subito un lieve decremento.

64 La Convenzione sul commercio internazionale delle specie di flora e fauna selvatiche minacciate di estinzione (CITES) è un accordo internazionale tra governi, il cui scopo è quello di garantire che il commercio internazionale di animali e piante selvatiche non minacci la sopravvivenza delle relative specie. La Convenzione prevede l'autorizzazione, tramite un sistema di licenze, di tutte le importazioni, esportazioni, riesportazioni e introduzioni dal mare delle specie ricomprese nella lista riportata nelle Appendici alla Convenzione.

Tabella 19 - Accessori/componentistica

	Unità di misura	2021	2022	2023
Catenina	mt	2.373.293	3.008.713	3.012.052
Zip	nr	457.213	721.276	714.126
Zip/Metro	mt	15.584	21.020	22.565
Bottoni/Automatici	nr	4.688.410	8.041.916	8.674.271
Nastri	mt	502.885	782.904	831.900
Etichette	nr	1.541.013	2.254.517	2.570.545
Fibbie/Rivetti/Metallo	nr	636.348	719.509	1.166.665

GRI 301-1 ***Materiali utilizzati per peso o volume***

Oltre all'attenzione dedicata alla selezione e all'acquisto delle materie prime, ulteriore elemento cardine nella gestione delle stesse è l'implementazione dei **controlli di qualità interni**, effettuati all'arrivo del materiale in azienda.

Innanzitutto, viene svolto un controllo visivo destinato all'attento esame di eventuali imperfezioni da segnalare.

Seguono verifiche più tecniche per testare la sensazione al tatto, la consistenza, la pesantezza, la luminosità, il colore, l'elasticità, l'esposizione del tessuto al verificarsi di eventuali ritiri a seguito dei lavaggi.

Sono poi appositamente realizzati dei prototipi per il test di "indosso", che consente di verificare, tramite l'indosso del capo per un determinato periodo di tempo, la conformità del materiale agli standard altissimi della Società. Per i nuovi materiali inseriti nelle collezioni quindi, solo se il capo risponde agli standard qualitativi ricercati sarà confermata l'introduzione nel ciclo produttivo.

Effettuiamo infine specifiche e costanti **verifiche a campione sui materiali utilizzati** per mappare e prevenire rischi in termini di adeguatezza e di insufficienza di controllo sulle materie prime.

È inoltre intenzione della Società strutturare ulteriormente il presidio operato attraverso controlli periodici e preventivi sulle materie prime per assicurare la loro conformità rispetto agli standard previsti in materia di sicurezza di prodotto, in connessione all'utilizzo di sostanze chimiche considerate potenzialmente nocive e pertanto appositamente disciplinate.

Tra i materiali utilizzati dal Gruppo rientra anche il materiale per il packaging.

Il packaging, proprio come i capi, dal punto di vista estetico riflette l'incontro tra la scelta di elementi semplici e la ricerca di grande esclusività, contribuendo a comunicare l'identità e i valori del brand.

In termini funzionali, invece, è nostra premura che garantisca sempre la necessaria protezione e cura dei prodotti, in particolare durante le molteplici e fondamentali fasi di trasporto durante la produzione e il controllo di qualità tra la sede di Solomeo e i laboratori artigianali, durante la distribuzione ai canali di vendita e in termini di protezione dei capi dall'esposizione ai raggi UV.

I materiali principalmente utilizzati sono carta/cartone, plastica di origine biologica, legno e *liquid wood* per le grucce. Sono inoltre utilizzati contenitori di tessuto (cotone) per una migliore conservazione di determinati prodotti, come le calzature, le borse o gli accessori, pensati anche per un successivo riutilizzo da parte del cliente retail.

Per le confezioni regalo spedite attraverso il canale e-commerce, sempre in virtù del valore della sostenibilità, si è optato per una scatola prodotta con fonti certificate FSC® e una confezione interna ideata per essere conservata e riutilizzata nel tempo anche grazie alla struttura auto-montante, che consente di appiattirla e riporla in pochissimo spazio.

Inoltre, a partire dalla precedente annualità, **tutte le buste usate per il packaging non sono più in plastica vergine di origine fossile, ma ricavata da biomassa e compostabile**.

Segue il dettaglio relativo ai quantitativi (in tonnellate) di materiale principalmente utilizzato per il packaging e la distribuzione nel corso del triennio 2021-2023.

Tabella 20 - Materiali utilizzati per il packaging e la distribuzione (ton)

	2021	2022	2023
Carta/Cartone[65]	**747**	**803**	**1.060**
di cui riciclato	229	561	7
di cui FSC	386	141	991
Plastica	**61,3**	**13,0**	**18,5**
Materiale plastico biocompostabile	**47**	**94**	**99**
Legno[66]	**92**	**95**	**94**
Tessuto[67]	**56**	**78[68]**	**111**
di cui riciclato[69]	11,00	17,00	25,29
Grucce	**125**	**172**	**158**
In legno	5,81	31,49	54,79
In plastica	105,42	121,05	72,93
Materiale metallico	13,36	19,87	30,15
GRI 301-1 ***Materiali utilizzati per peso o volume***			

Tra i principali materiali usati per gli imballaggi, in termini di quantitativi adoperati, figurano la carta e il cartone: nel 2023 sono state impiegate 1.060 tonnellate (+32% rispetto al precedente esercizio), delle quali l'1% proviene da carta riciclata, il 93% da componente certificata FSC, ed il 6% vergine non certificata FSC.

65 Nella rappresentazione sono compresi i contenitori di cartone acquistati direttamente dalla Società per essere spediti successivamente alle boutique monomarca del Gruppo presenti in tutto il mondo.
66 Principalmente pallet e pallet in legno compresso per uso in magazzino.
67 Il tessuto utilizzato per il packaging è riconducibile ai seguenti materiali: cotone, lana vergine, poliestere, viscosa, cupro, poliuretano, altre fibre riciclate.
68 Il dato del 2022 include anche il packaging in tessuto acquistato direttamente da alcuni laboratori artigiani che si occupano della fornitura delle calzature.
69 Cotone riciclato, poliestere riciclato e altre fibre riciclate (indeterminate).

In particolare, circa la componente certificata FSC, si specifica il dettaglio seguente: delle 990 tonnellate, 502 sono di FSC riciclata, 482 di FSC mix ed infine 7 di FSC vergine.

Per quanto concerne invece ulteriori materiali impiegati, figurano 18,50 tonnellate di plastica (+42% rispetto al 2022), 99 di materiale plastico biocompostabile (+5% al 2022), 94 tonnellate di legno (+21% rispetto alla precedente annualità) e 111 di tessuto (di cui 25 tonnellate di riciclato).

Per quanto riguarda invece il packaging di produzione, nel caso degli "accessori di vendita" – costituiscono il 93% circa di tale tipologia di packaging – il 27% di carta/cartone utilizzato è riciclato. Il restante 7% del packaging di produzione è composto al 100% da carta/cartone riciclati.

Il complessivo incremento registrato nel 2023 nei consumi di carta/cartone, prevalentemente correlato al materiale utilizzato per il packaging di spedizione, è risultato decisamente inferiore a quello dei ricavi generati (+23,9% rispetto al 2022). Tale ottimizzazione è stata resa possibile grazie all'implementazione del software "***Warehouse Management System***" (WMS).

Sia il progetto WMS che il software di "***Transportation Management System***" (TMS) – che consente una maggiore tracciabilità delle diverse fasi della logistica e distribuzione, fino alla consegna dei prodotti al cliente finale – sono proseguiti nel corso dell'anno oggetto di rendicontazione.

I progetti "Warehouse Management System" e "Transportation Management System"

Il WMS è un progetto *in house* – partito nel 2021– di **ottimizzazione e razionalizzazione dei colli spediti**, attraverso l'efficientamento dei volumi degli stessi. L'implementazione di tale sistema ha consentito di ottenere nel 2022, – primo anno di introduzione dello stesso –, confrontando i dati con quelli del 2021 e a parità di numero di capi, i seguenti benefici:

un risparmio in termini di volumi dei colli spediti intorno al 5-6%;

una diminuzione del 10% circa dell'uso del packaging, in termini di CO_2 e costi risparmiati;

un miglioramento dei processi operativi.

Il TMS – software acquistato nel 2021 – ha integrato a partire dal 2023 i nostri sistemi informatici con quelli di tutti i nostri spedizionieri consentendo di ottimizzare e gestire i trasporti fino alla consegna della merce al cliente finale, con **tracciamento in tempo reale di tutte le fasi di logistica**.

Nello specifico, il software è in grado di guidare la scelta dello spedizioniere tramite l'implementazione e l'utilizzo di specifici KPI, tra i quali coefficienti economici e di quantificazione delle emissioni di CO_2 (operazione non ancora operativa).

Si aggiunge inoltre che la gestione digitalizzata dei documenti correlati alle operazioni di logistica e distribuzione *outbound* ci ha permesso di ridurre del 80% circa la carta utilizzata nelle fasi di trasporto.

Nel 2023 è stato avviato un progetto per il packaging dei capi appesi (circa il 35% del packaging di spedizione/vendita) finalizzato allo studio e alla realizzazione di bauletti totalmente composti da carta e cartone riciclati. Nel rispetto della circolarità, i bauletti a fine vita verranno riciclati e reimmessi nel ciclo produttivo dallo stesso fornitore. I test svolti sui prototipi nell'annualità hanno dato esito positivo, pertanto l'utilizzo dei nuovi bauletti è previsto per il 2024.

Con l'obiettivo di ridurre i volumi di carta/cartone utilizzati per il packaging, il Gruppo ha avviato nel corso del precedente esercizio un'attività di analisi relativamente a materiali alternativi, come il polistirolo riciclato, tenendo in considerazione anche l'applicazione di logiche di circolarità.

Studio per l'introduzione di scatole in polistirolo riciclato

Nel corso del 2022 è stato avviato un progetto per il packaging dei semilavorati (equivalenti al 20% del packaging dei "capi stesi") che prevede l'introduzione di scatoloni in polistirolo ad alta densità, riciclabili e con vita utile di 3/4 anni. Il fornitore individuato è in grado non soltanto di riciclare il materiale al suo fine vita, ma anche di restituircelo successivamente implementando così un modello circolare a ciclo chiuso.

In particolare, l'utilizzo di tali scatole ridurrebbe in maniera significativa il consumo di cartone, attualmente utilizzato per queste specifiche spedizioni, considerando che si stima possano essere utilizzate appunto per più anni. Inoltre, possono essere riciclate sia in caso di danneggiamento che in caso di "fine vita" della scatola.

I test effettuati nell'esercizio precedente hanno dato tutti esito positivo, assicurando il non deterioramento della scatola anche per l'utilizzo di capi caldi appena stirati.

Nel corso del 2023, i prototipi prodotti sono stati testati nei viaggi di produzione, finalizzati a trasportare la materia prima ai façonisti e, successivamente alle lavorazioni che avvengono presso di essi, il semilavorato alla Casa di Moda. Dai test svolti, è emerso che ogni scatola potrebbe affrontare dieci cicli di andata e ritorno senza che il polistirolo che le compone subisca danneggiamento.

Nel corso dell'esercizio 2023 è proseguito lo studio, avviato nella precedente annualità, per la ricerca di buste maggiormente trasparenti, che facilitino l'individuazione del contenuto all'interno. Tale progettualità è ancora in divenire, a causa di difficoltà nel reperimento sul mercato di materiali compostabili che presentino le caratteristiche ricercate. I risultati di tale studio saranno comunicati non appena disponibili.

Lo smaltimento delle buste di plastica di origine biologica

Nel 2022 abbiamo avviato l'implementazione di una soluzione ottimale per lo smaltimento delle buste di plastica di origine biologica, in quanto precedentemente e in via transitoria, non esistendo un codice CER per lo smaltimento di rifiuti organici di tipo industriale, erano smaltite insieme alla componente di rifiuti organici del ristorante aziendale.

Le buste non riutilizzabili, prive di ogni tipologia di altro materiale (ad esempio, i cartellini penduli), sono **riconsegnate al fornitore per poter essere inviate al produttore di materia prima per la successiva trasformazione in materia prima seconda**.

A partire dal 2023 è stato individuato un secondo fornitore di buste di plastica.

Con riferimento poi alle **grucce** si è verificato un aumento delle stampelle in legno (+74%) legato all'utilizzo della fibra di legno in sostituzione della plastica (-40% rispetto al 2022).

Nell'ambito del progetto volto alla ricerca di soluzioni a minor impatto ambientale, nell'anno siamo riusciti ad ottenere una **prima campionatura delle grucce** in carta/cartone riciclato. A seguito di molteplici prove estetiche e funzionali della stampella in carta, abbiamo difatti definito i modelli sulla base dei quali prenderà avvio la fase di produzione nel 2024. Da tale momento, prevediamo di sostituire gradualmente tutte le stampelle ad ora utilizzate per le Collezioni Uomo, Donna e Bambino.

Si specifica inoltre che attualmente lo smaltimento della gruccia in *liquid wood* avviene come smaltimento di materiale plastico in quanto la percentuale di plastica in essa contenuta è superiore alla percentuale di legno.

Infine, proseguono gli studi in merito alle etichette adesive di maggiori dimensioni apposte sul packaging, attualmente in materiale non compostabile, per ricercare soluzioni che ne consentano uno smaltimento ancor più sostenibile.

Figurano inoltre, tra i materiali acquistati, anche i prodotti utilizzati per il funzionamento della lavanderia, il cui quantitativo può variare di anno in anno a seconda delle specifiche necessità di lavaggio richieste dai capi delle collezioni.

Nel 2023, rilevano soprattutto il sapone neutro (+83% rispetto al 2022), il cui incremento è legato a nuove tipologie di filato (cotone) trattate con processi di pulitura e lavaggio differenti rispetto ad altri materiali, e l'ammorbidente (+15% rispetto al 2022). Sono poi utilizzati il detersivo in polvere (+9% rispetto al 2022) ed il solvente per idrocarburo utilizzato al posto del percloroetilene (-17% rispetto al 2022).

Tabella 21 – Materiali utilizzati per la lavanderia (kg)

	2021	2022	2023
Sapone neutro	**600**	**720**	**1.320**
Ammorbidente	**12.240**	**13.200**	**15.120**
Percloroetilene (lavaggio a secco)	**862,5**[70]	**0**	**0**
Detersivo in polvere	**455**	**416**	**455**
Nuovo solvente per idrocarburo	**1.890**	**2.704**	**2.250**
GRI 301-1 ***Materiali utilizzati per peso o volume***			

Infine, rientrano tra gli acquisti anche i materiali d'ufficio – in particolare, carta e cartone (PEFC) – di cui si riporta il dettaglio nella tabella che segue.

70 Il quantitativo indicato è riferito al periodo gennaio-agosto 2021.

Tabella 22 – Materiali utilizzati per le attività d'ufficio (kg)

	2021	2022	2023
Carta/Cartone (PEFC)	34.396	37.091	40.226
Di cui utilizzati presso la sede centrale di Solomeo	28.067	30.257	31.996
GRI 301-1 ***Materiali utilizzati per peso o volume***			

Gestione sostenibile dei rapporti con i fornitori

La gestione dei rapporti con i fornitori di materie prime, così come con le piccole imprese artigiane, è attribuita internamente alla Direzione di Produzione che opera in stretto contatto con l'Ufficio di Informativa Façon e Fornitori.

La fase di selezione rappresenta un passaggio di fondamentale importanza all'interno del processo di sviluppo delle collezioni al fine di garantire la qualità e la contemporaneità della nostra offerta.

La ricerca dei fornitori si sviluppa pertanto secondo un processo costante che vede, da un lato, relazioni solide e pluriennali e, dall'altro, un accreditamento continuo di nuovi partner, in linea con i princìpi e i valori alla base della nostra filosofia e con le esigenze stilistiche delle collezioni.

I fornitori sono selezionati sulla base dell'altissima qualità, affidabilità e capacità di innovazione dei materiali.

In accordo con quanto previsto dalla normativa di riferimento, ci impegniamo a garantire che i processi di **selezione** avvengano nel rispetto dei princìpi e delle leggi a **tutela della concorrenza**, assicurando **la massima trasparenza ed efficienza del processo** e che siano improntati alla promozione delle **pari opportunità** di partecipazione e all'**imparzialità** di valutazione nei confronti del fornitore in possesso dei requisiti richiesti.

Valutiamo inoltre l'eventuale ottenimento di certificazioni di processo e di prodotto.

In sede di stipula del contratto, l'Azienda condivide l'**Accordo Quadro** al cui interno sono riportate le regole di condotta alle quali essi devono attenersi, oltre che specifici impegni e doveri.

In particolare, le previsioni in **materia sociale** riguardano:
- il corretto inquadramento e l'equa retribuzione dei propri dipendenti;
- il rispetto di ogni legge e regolamento vigenti in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro, previdenziale, assicurativa, assistenziale, retributiva, tributaria e fiscale;
- il riconoscimento della libertà di associazione a tutti i propri lavoratori;
- la prevenzione e la tutela del proprio personale da episodi di discriminazione, abuso e molestie;
- il divieto di fare ricorso a lavoro minorile o lavoro forzato.

D'altro canto, le previsioni in **materia ambientale** richiedono di:
- operare nel rispetto del Creato, adottando un atteggiamento di cura e custodia dell'ambiente;
- rispettare le norme e gli standard ambientali previsti dalle leggi applicabili e di essere in grado di dimostrare l'effettiva attuazione delle relative previsioni in materia;
- provvedere a una corretta gestione dei rifiuti, soprattutto qualora classificati come pericolosi;
- garantire la migliore tracciabilità delle materie prime, con riferimento anche ai propri subfornitori.

In sede di contratto, nello specifico i fornitori si impegnano a garantire la loro conformità ai seguenti regolamenti e standard:
- normative che regolamentano l'impiego nell'industria tessile e conciaria di determinate materie e sostanze a tutela della salute delle persone e dell'ambiente, tra le quali il **Regolamento REACH** dell'Unione Europea (2007) circa l'uso delle sostanze chimiche, la legge californiana **Proposition 65** e i **GB Standards** cinesi;
- **Lista delle Sostanze Ristrette** (RSL) definita dalla Società, condivisa con i fornitori a partire dal 2020 e costantemente aggiornata. La RSL è volta a regolare, e ridurre progressivamente, l'utilizzo di sostanze chimiche adoperate per il trattamento dei materiali che possano essere nocive per la salute umana e per l'ambiente, e garantire quindi una maggiore sicurezza al prodotto finale;
- Direttiva 2001/95/CE denominata "***General Product Safety Directive***";
- conformità alle **norme a presidio del** "**rischio fuoco**" o del "**rischio meccanico**", con particolare riguardo ai capi della collezione bambino.

L'Accordo Quadro richiama inoltre l'osservanza del **Codice Etico** e del **Modello 231** della Società.

È altresì ricompresa tra i requisiti e le responsabilità dei fornitori, e dei laboratori artigiani, la lotta alla corruzione attiva e passiva. Infatti, come esplicitato all'interno della nostra **Policy Anticorruzione**, il Gruppo si riserva di cessare il rapporto contrattuale con i soggetti terzi le cui condotte e pratiche aziendali siano in contrasto con quanto contenuto nella Policy.

In qualità di parte integrante del Modello 231, i nostri partner sono anche destinatari della **Procedura Whistleblowing** della Società volta a regolare eventuali segnalazioni circostanziate di condotte illecite o segnalazioni di possibili comportamenti irregolari, commissivi od omissivi, che costituiscano o possano costituire una violazione, o induzione a violazione, di leggi o regolamenti, del Codice Etico o del Modello 231. Pertanto è dovere dei destinatari della Procedura di provvedere alla segnalazione di tali condotte qualora si ritenga che possano causare un danno di qualunque tipo al Gruppo, servendosi dei canali di segnalazione messi a disposizione dalla Società.

Al fine di rafforzare il nostro impegno rispetto al monitoraggio e alla promozione di pratiche sostenibili lungo l'intera catena del valore, a partire dal 2021, abbiamo integrato i documenti contrattuali condivisi con i nostri partner con la nostra **Policy di Umana Sostenibilità** "**In Armonia con il Creato**", aggiornata per il 2023, e la **Policy Diversità e Inclusione**, rispetto alle quali è richiesta la loro presa visione e l'adozione di una condotta del business allineata ai princìpi in esse enunciati.

A partire dal 2020, abbiamo condiviso con i nostri partner, quale ulteriore elemento di gestione del rapporto con i fornitori e di monitoraggio della loro compliance e del loro livello di maturità anche in ambito ambientale, sociale ed etico, il **questionario di autovalutazione** – intitolato "*Il valore: un circolo virtuoso di umana sostenibilità*".

A partire dal 2023, il questionario di autovalutazione è stato sostituito attraverso l'implementazione di un processo di raccolta dei dati primari quali-quantitativi completamente digitalizzato e utile a garantire un monitoraggio più puntuale dell'impronta ambientale delle materie prime.

Coinvolgimento e raccolta dati primari dei fornitori di materie prime

Con il fine di operare una maggiore strutturazione della fase di engagement dei fornitori di materie prime e di garantire un monitoraggio sempre più puntuale del loro livello di maturità in ambito di sostenibilità (ambientale, sociale e di compliance), il Gruppo ha deciso di implementare nuovi processi e modalità di coinvolgimento dei propri fornitori.

A tal fine, nel 2022, al termine di un percorso di studio e valutazione di alcuni potenziali partner esterni, la Casa di Moda ha individuato il soggetto incaricato di svolgere l'attività di supporto nella mappatura puntuale dei propri fornitori e nella raccolta dei dati. Tutte le fasi del progetto vengono gestite attraverso la piattaforma tecnologica sviluppata e fornita dal partner esterno.

In particolare, tale piattaforma consente, tramite assessment di tipo quali-quantitativo, di raccogliere dati primari per misurare e valutare il grado di maturità e gli impatti della filiera produttiva, al fine di individuare le priorità d'azione, oltre che porre le fondamenta per la realizzazione di una progressiva tracciabilità delle materie prime.

Dopo una prima fase di coinvolgimento dei fornitori utile alla presentazione e introduzione al progetto, nel settembre 2023 l'attività è stata avviata con 156 fornitori che rappresentano la fonte di circa il 95% delle materie prime. Dei fornitori coinvolti, 133 hanno fornito entro l'anno una risposta completa al questionario condiviso in piattaforma. Per la restante parte dei fornitori, i cui dati risultavano parziali al termine dell'annualità di riferimento, la raccolta dei dati verrà ultimata nel 2024.

Inoltre, con il fine di garantire un monitoraggio più puntuale dell'impronta ambientale delle materie prime, tramite il supporto della piattaforma esterna sono in fase di definizione le attività di verifica dell'impatto emissivo di un campione di fornitori coinvolti.

In qualità di membro della **Fashion Task Force della Sustainable Markets Initiative**, la Società partecipa al progetto circa **l'implementazione del Passaporto Digitale (o Digital ID)** per i prodotti del settore della moda e del lusso.

I nuovi processi implementati dalla Casa di Moda nella fase di engagement e raccolta dati primari della propria catena di fornitura sono cruciali per poter ottenere un database completo e affidabile che possa al meglio alimentare le informazioni necessarie al passaporto digitale.

CAPITOLO 4. SOSTENIBILITÀ CULTURALE

CREDIAMO IN UN UNIVERSALISMO DEL MONDO E AGIAMO CON GRANDE RISPETTO PER TUTTE LE CIVILTÀ

Sostenibilità culturale - *Uomo che sospende la lettura, Parmigianino, 1529 ca., Vienna, Alamy Stock Photo*

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

2-6	2-28	2-29	3-3	204-1
407-1	408-1	409-1	413-1	414-2

Dieci Princìpi UNGC
Principio I
Principio II
Principio III
Principio IV
Principio V

SOLOMEO: BORGO DEL CASHMERE E DELL'ARMONIA

Siamo sempre stati consapevoli dell'**importanza** e del **valore del territorio**, così come del nostro grande amore per il ***genius loci*** che caratterizza Solomeo.

Il legame speciale con Solomeo contribuisce in maniera significativa al fascino e all'allure del brand. Infatti, il **Borgo del Cashmere e dell'Armonia** rappresenta il «***centro della vita familiare, imprenditoriale e spirituale***» del Presidente Brunello Cucinelli e costituisce un elemento fondante intorno al quale si è sviluppata la nostra idea di Capitalismo Umanistico.

Lo stesso logo figurativo della Società contiene la rielaborazione dell'antico stemma del Borgo e la scritta in latino SOLOMEI MCCCXCI. È in esso richiamato quindi il 1391, anno di edificazione dell'antico castello ristrutturato dall'imprenditore Brunello Cucinelli e che ha ospitato l'Azienda sin dai suoi primi anni di vita.

Il legame con Solomeo, esempio di un «*percorso umanistico che dalla spiritualità passa alla storia, all'arte e alla cultura, al lavoro dell'uomo, artigiano o contadino, e alla celebrazione della persona umana*», si esplicita nella **responsabilità della Casa di Moda nei confronti del territorio**, delle vicine **periferie** e della **comunità locale** che ci ospita.

Da sempre riteniamo che il percorso di crescita intrapreso dall'Impresa possa continuare a svilupparsi in maniera sostenibile e rispettosa, anche grazie allo "spirito dei luoghi" nei quali viviamo e lavoriamo, e crediamo che uno dei principali obiettivi per il futuro sia mantenere sempre intatto l'ideale di custodia, provando a viverlo quotidianamente, in ogni attività aziendale, ma anche nella vita di tutti i giorni.

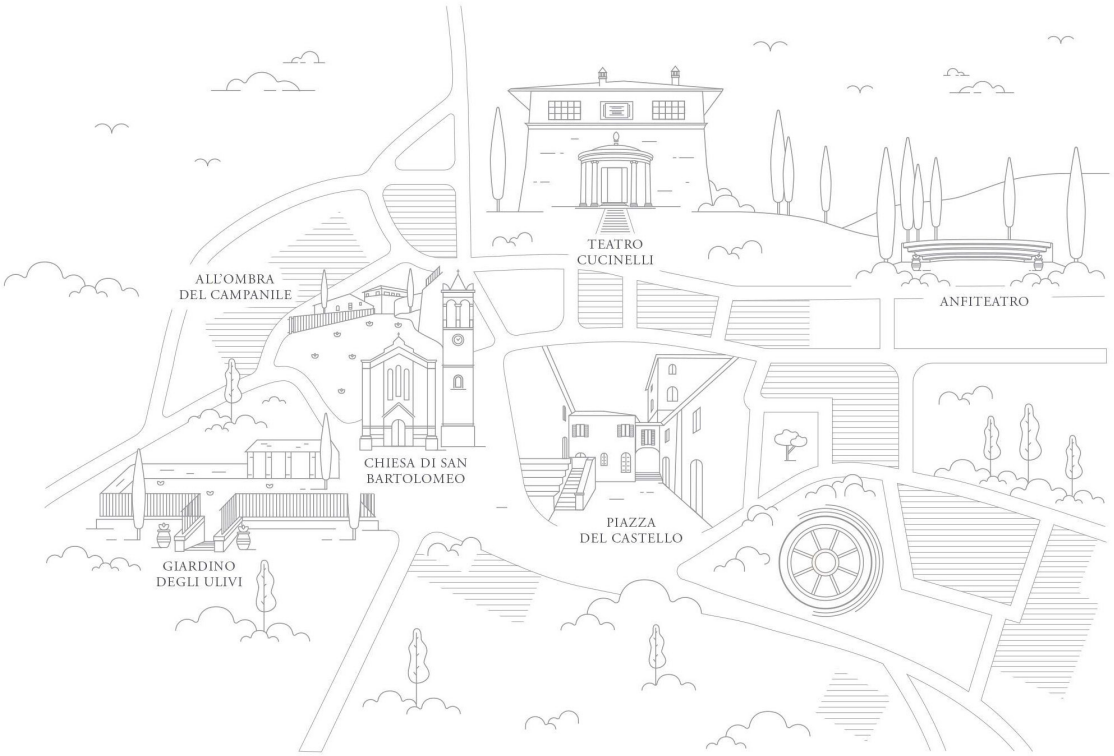
Così, negli oltre quarant'anni di vita dell'Impresa di Solomeo, la nostra attività di business si è sempre accompagnata a una **costante dedizione per il sostegno, il ripristino e lo sviluppo del Borgo** e in generale del **territorio umbro**, supportando la crescita delle comunità locali.

Il Borgo è diventato quindi un luogo amabile, dove desideriamo sentirci, insieme agli attori locali, **custodi pro tempore della bellezza**.

Il recupero dell'antico splendore del Borgo di Solomeo

L'intensa opera di riqualificazione voluta dalla famiglia Cucinelli è iniziata nel 1985 e grazie ad essa è stato possibile recuperare l'antico splendore rinascimentale del Borgo. Ogni intervento realizzato o sostenuto dalla Casa di Moda ha sempre avuto come principio ispiratore e presupposto fondamentale il **costante rispetto del paesaggio e dell'identità storica e architettonica del luogo**. Si è così costituito un contesto armonico, dove si incontrano produzione e creatività, vita lavorativa e vita culturale, cura del manufatto e custodia dei valori umani.

Figura 28 - I luoghi del Borgo di Solomeo



In particolare, la progettazione del **Foro delle Arti** ha avuto inizio nel 2001: esso si compone del **Teatro Cucinelli**, considerato da noi come tempio laico dell'Arte; dell'**Anfiteatro** all'aperto, dedicato agli spettacoli durante la stagione estiva; del cosiddetto **Giardino dei Filosofi**, aperto a chiunque voglia riflettere e contemplare la natura circostante; e dell'**Accademia Neoumanistica** con la **Biblioteca Aureliana**.

Ogni anno il Foro delle Arti si anima con l'organizzazione di eventi, momenti di incontro e spettacoli, come ad esempio il **Festival Villa Solomei** che ospita musicisti e compositori del variegato panorama italiano e internazionale, promuovendo la sostenibilità culturale e **l'accesso universale alla cultura**.

L'idea del Teatro Cucinelli nasce dalla necessità di **dare all'arte un luogo ideale dove potersi esprimere e dalla necessità di donare al Borgo un edificio che potesse durare per i prossimi secoli**. Moderno nella versatilità della struttura, nella forma il Teatro s'ispira ai canoni estetici dei modelli rinascimentali, a linee palladiane e nello specifico al Teatro di Sabbioneta (MN).

La programmazione del Teatro si declina in spettacoli di prosa, danza e musica a **forte respiro internazionale** e caratterizzata da una spiccata vocazione per le prime nazionali. Il Teatro, inoltre, può godere nell'arco dell'anno dell'esclusiva, all'interno del circuito regionale, degli spettacoli rappresentati a Solomeo.

Tale creazione di occasioni per vivere l'arte e la cultura a Solomeo e dintorni **consente a tutta la comunità locale di fruire di spettacoli e manifestazioni prima difficilmente accessibili in loco**, inoltre il tutto ad un **costo contenuto** grazie al finanziamento della Fondazione Brunello e Federica Cucinelli.

L'opera di restauro e la nuova vita del Borgo è proseguita con la fondazione, nel 2013, della **Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti ed i Mestieri**. La scuola, con i suoi laboratori dedicati, ha sede in diversi edifici, compreso il castello medievale, ed è il punto di riferimento nella formazione delle nuove generazioni per gli antichi mestieri sartoriali e artigianali (rif. Paragrafo *Preservazione del savoir faire artigianale Made in Italy*).

Tra i valori che rappresentano i pilastri della cultura della nostra Casa di Moda, particolare importanza è attribuita alla **Periferia Amabile**, espressione che definisce nel modo più profondo il desiderio di **partecipare al miglioramento del territorio** e, appunto, delle **periferie circostanti**.

Così, dal cuore del Borgo di Solomeo è germogliata un'idea nuova di progettare, amministrare, tutelare e custodire la bellezza di una periferia. Quella voluta e realizzata dal Presidente Brunello Cucinelli è quindi una nuova concezione e realizzazione della periferia, volta ad **arricchire la qualità della vita** e a creare una **continuità armoniosa nel paesaggio**, nel quale si intrecciano natura, creatività e produttività.

Il "**Progetto per la Bellezza**" ha permesso infatti di riqualificare l'area della valle sottostante al Borgo, realizzando così un **equilibrio tra profitto e Umana Sostenibilità, tradizione ed evoluzione, economia locale ed economia globale**.

Il progetto è stato completato dopo quasi otto anni di lavori e si estende oggi su un'area di circa cento ettari, divisi in tre parchi:

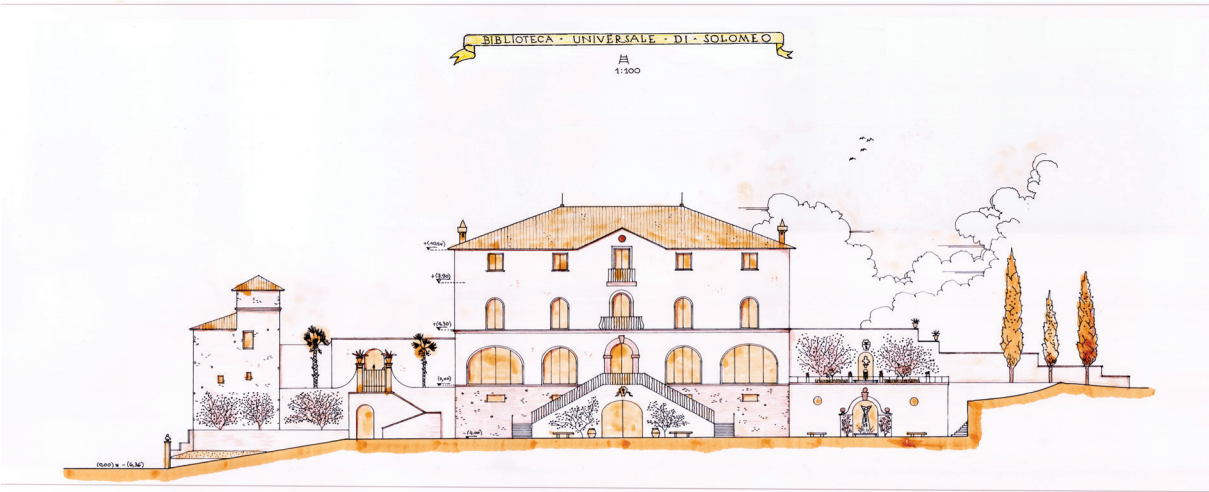
- il *Parco Industriale*, che si estende su circa 35.000 metri quadrati e che comprende la nuova sede della Società, fa sì che quest'ultima sia armonicamente inserita in un vasto giardino in onore del mondo del lavoro;
- il *Parco Don Alberto Seri*, dedicato alla memoria dell'amato e indimenticato parroco di Solomeo ed immerso in 7 ettari. Esso è dotato di uno stadio senza barriere che rappresenta la parte ricreativa, pensata in particolare per i più giovani e che si propone quale Oratorio Laico Contemporaneo: a ciascun giovane atleta è così offerta la possibilità di sviluppare le potenzialità sportive oltre che sviluppare armoniosamente la crescita sociale e personale;
- il *Parco Agrario*, che si sviluppa in circa 70 ettari intorno a 3 centri fondamentali, ovvero il frantoio, la cantina e il **monumento** "**Tributo alla Dignità dell'Uomo**", completati nell'estate 2018. Il parco e in particolare il frantoio e la cantina esprimono l'ideale del "**vivere secondo natura**" dove **lavorazioni antiche** e **tecniche manuali** si prendono cura della vigna (costituita da vitigni della tradizione umbra), dell'oliveto e dei terreni coltivati. Il monumento "Tributo alla Dignità dell'Uomo" è nato dal desiderio di **lasciare una testimonianza sensibile e durevole nel tempo**, un simbolo dell'attività di Brunello Cucinelli nei riguardi dell'umanità. È costituito da un'esedra di travertino, sormontata da cinque archi al di sopra dei quali è riportata con lettere in bronzo la dicitura: "*Tributo alla dignità dell'uomo*". Per trasmettere il significato universale della costruzione, al di sotto di ogni arco è riportato, sempre con lettere in bronzo, il nome dei cinque continenti, con al centro quello africano a sottolineare il luogo di origine della specie umana. Un tripode è posto al centro dell'esedra. Per garantirgli una durata secolare, il monumento è stato costruito secondo la maniera antica e ricorrendo al travertino, fedeli alle prescrizioni di Vitruvio, Palladio e Sebastiano Serlio. Il disegno rispetta le regole e le proporzioni dell'architettura classica, nell'insieme e in ogni singolo dettaglio.
  Il monumento è percepito da tutti coloro che lo visitano quale lascito simbolico dell'idea che l'**arte possa essere elemento motore del miglioramento e della cura costanti del territorio**.

Nel tentativo di porci come fedeli custodi del Creato e con la volontà di donare all'umanità qualcosa per i prossimi mille anni, si è scelto di seguire il sogno dei grandi Adriano Imperatore e Alessandro Magno, i quali seppero generare azioni a beneficio del mondo. Il lancio del progetto della **Biblioteca Universale di Solomeo** – nato dal desiderio del Presidente Brunello Cucinelli e dell'architetto e paesaggista Massimo de Vico Fallani, suo fraterno amico, è avvenuto nel 2021 e l'inaugurazione – completamente sostenuta dalla Fondazione Brunello e Federica Cucinelli – è prevista per il 2024.

Si tratta di un **progetto** "**a mille anni**", il cui fine è quello di **contribuire nei tempi a venire alla crescita etica, spirituale e culturale del territorio** e dei suoi abitanti.

La Biblioteca Universale di Solomeo, eretta sull'universalità del pensiero degli autori dei libri che vi saranno custoditi e pertanto "**universale**", sarà collocata vicino al Teatro Cucinelli, nella cornice di una nobile villa settecentesca di 2.000 mq, e al suo interno saranno custoditi, anno dopo anno, libri antichi e libri nuovi, non solo in italiano ma anche in altre lingue, così da incarnare la sapienza di tante parti del mondo.

Sarà uno spazio dedicato a chiunque desidererà entrarvi per studio, per leggere un libro o per passeggiare all'interno dell'area verde che diventerà il parco pubblico di Solomeo, realizzato secondo le linee di Villa Adriana a Tivoli.



Immaginiamo quindi la nuova Biblioteca di Solomeo come un **luogo diffuso, aperto e attrattivo**, luogo di incontro ideale, come avveniva negli antichi parchi dei filosofi, o come nella stessa Biblioteca di Alessandria, dove si insegnava, si leggeva, si discuteva, si lavorava e nel tempo del riposo si sostava insieme in amabili simposi, all'aperto o al chiuso, secondo la stagione.

Ad un gruppo di esperti è stato dato il compito di selezionare le opere classiche di ogni parte del mondo in base a quattro macroaree: la Filosofia, la Letteratura (compresa la Poesia classica), l'Architettura e l'Artigianato.

La nostra ambizione è di arrivare a raccogliere **tra i 30 e i 35 mila libri nel 2024** al momento dell'inaugurazione, che potranno poi arrivare, negli anni a seguire, fino all'eccezionale traguardo dei **500 mila volumi**. I libri vengono acquistati dalla Fondazione, senza fare ricorso a donazioni o all'aiuto di soci-sostenitori.

La comunità e il territorio

Nel desiderio di **generare un impatto positivo** sulle comunità locali e supportare i territori che ci ospitano, riteniamo da sempre una priorità e un preciso dovere morale offrire il nostro contributo prevalentemente alla **promozione della qualità della vita e allo sviluppo economico, sociale, culturale, civile e medico-scientifico dei territori** nella cui cornice svolgiamo la nostra attività e delle comunità che li abitano.

Al fine di rendere ancora più formalizzato e disciplinato il contributo – attraverso donazioni, monetarie e in natura (ad esempio, condividendo competenze a servizio della collettività), e sponsorizzazioni di tipo non commerciale – a favore di enti, organizzazioni, associazioni e per iniziative realizzate nei e per i territori e le comunità di riferimento, in Italia e all'estero, nel 2022 abbiamo redatto la nostra **Charity Policy**[71].

La Policy si ispira ai quattro Decaloghi e in particolare ai valori fondamentali di **cura e responsabilità nei confronti della collettività e del territorio**: coerentemente ad essi abbiamo definito i princìpi ispiratori alla base dei nostri interventi per il supporto alle opere di riqualificazione urbanistica-architettonica locale, valorizzazione artistica-culturale e sviluppo socio-economico del territorio.

I princìpi guida sono i seguenti:
- garanzia della coerenza dell'intervento eseguito con gli ideali di **Capitalismo Umanistico** e **Umana Sostenibilità**;
- generazione di un **impatto positivo** per le persone che, direttamente o indirettamente, beneficeranno del supporto erogato;

71 Sottoposta ad approvazione da parte dei CEO.

– **comportamenti proattivi e affidabili** da parte di tutte le parti coinvolte;
– selezione delle iniziative od organizzazioni da supportare sulla base dei princìpi di **legalità**, **dignità** e **benessere della persona**, **trasparenza**, **onestà**, **correttezza** e **inclusione**.

Soprattutto per assicurare sempre il pieno allineamento alle nostre idee di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità abbiamo inoltre definito alcune **aree di intervento prioritario**, rispetto alle quali vogliamo essere promotori di un cambiamento e di un impatto positivo continuo e duraturo. Tali aree richiamano le sei forme di Umana Sostenibilità già richiamate: ambientale, economica, culturale, spirituale, tecnologica e morale.

Il sostegno del Gruppo Brunello Cucinelli può essere prestato o sulla base di specifiche **richieste avanzate direttamente dall'ente terzo** oppure a partire dalla **volontà diretta della Società** di contribuire a una determinata causa. L'Ufficio della Presidenza, il Presidente Brunello Cucinelli e i CEO sono incaricati della verifica e dell'approvazione delle richieste pervenute.

Fondamentale è inoltre il **monitoraggio dei progetti/iniziative sostenuti dalla Società**, con riferimento all'avanzamento e al buon fine dei progetti sostenuti, permettendo così alla Società di **valutarne l'impatto generato**. È definito come imprescindibile il **coinvolgimento diretto dei destinatari di tali interventi** per poter ottenere una visione quanto più completa possibile della creazione di valore ambientale, economico, culturale, spirituale e morale, derivante dalla nostra partecipazione alle suddette iniziative.

I temi del benessere sociale, della valorizzazione del paesaggio naturalistico e della tutela del patrimonio storico-artistico rientrano infatti in una visione olistica e di ampio respiro che vede il concetto di sostenibilità come un insieme armonioso di valori, aspirazioni e obiettivi cui l'impresa guarda naturalmente nei piani di medio termine e, soprattutto, in quelli di lungo periodo.

Per tali motivi, a partire dal 2022 è stata realizzata un'analisi approfondita volta alla misurazione e alla valutazione degli impatti positivi – in termini di benefici sociali per le comunità interessate – generati dalle iniziative messe in atto dalla nostra Casa di Moda, consapevoli che il valore di tali azioni vada naturalmente ben oltre ogni tipo di misurazione numerica.

Per comprendere il valore sociale che la Casa di Moda contribuisce a creare a beneficio del proprio territorio è stata scelta come metodologia di analisi il calcolo del **Social Return on Investment** (SROI). Il calcolo del *ratio* SROI si basa su una formula che sottrae al valore sociale generato dal progetto i costi sostenuti (dalla Casa di Moda e dagli stakeholder), per poi suddividere il quantitativo ottenuto per il capitale investito.

Successivamente alla definizione degli impatti desiderati e i risultati che devono essere raggiunti (ovvero i cambiamenti nel sistema sociale) attraverso gli interventi realizzati, l'analisi ha previsto il **coinvolgimento** – tramite questionari e interviste dirette – delle diverse categorie di **stakeholder** interessate (beneficiari) per comprendere quale sia il cambiamento vissuto grazie alla realizzazione dei progetti.

L'analisi dettagliata è proseguita anche nel 2023, avendo come oggetto le "Grandi Opere" realizzate negli anni a Solomeo, nel territorio umbro e a livello internazionale, con particolare riferimento ai seguenti progetti.

La misurazione dello SROI sui progetti della Casa di Moda

Segue il dettaglio dell'analisi e degli esiti ottenuti con riferimento ad alcuni dei progetti considerati per la valutazione degli impatti[72] sociali generati dalla Casa di Moda sul territorio e le comunità locali di riferimento.

Agli stakeholder individuati quali beneficiari diretti dei progetti realizzati è stato chiesto in particolare di **valutare l'importanza del cambiamento** e il **contributo della Casa di Moda sugli outcome** (cambiamenti) **considerati**.

1) **Valutazione dell'impatto sociale generato dalla Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri**

   Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:
   - Allievi della Scuola;
   - Maestri della Scuola.

   Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: aumento dell'occupazione e acquisizione di nozioni di imprenditorialità per gli allievi; percezione di una maggiore sensazione di benessere individuale per entrambe le categorie di stakeholder.

   Dall'analisi effettuata sugli anni 2013-2022 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€3,22** per ogni Euro investito.

2) **Valutazione dell'impatto sociale generato dalle progettualità rivolte alle comunità del distretto di Zomba in Malawi**

   Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:
   - Abitanti del distretto di Zomba (nello specifico: capi villaggio, donne coinvolte nei progetti locali, anziani e ragazzi interessati dalle attività e le rispettive famiglie);
   - Soggetti attuatori dei progetti in loco.

   Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: percezione di una maggiore sicurezza da parte degli abitanti; diminuzione dei livelli di malnutrizione e della mortalità; sviluppo di una maggiore capacità relazionale e stabilità nei rapporti familiari; rivalutazione della figura dell'anziano da parte dei componenti della comunità.

   Dall'analisi effettuata sugli anni 2018-2022 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€4,38** per ogni Euro investito.

72 Ai fini del calcolo del *ratio* SROI è necessario considerare tutti gli impatti (positivi e negativi) generati dal progetto sulle varie categorie di stakeholder.

3) **Valutazione dell'impatto sociale generato dalle progettualità rivolte alle comunità delle regioni himalayane di Assam e Ladakh**

Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:
- Comunità locali;
- Popolazione nomade pasturale interessata dal progetto;
- Imprenditori locali.

Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: aumento della sicurezza nelle attività svolte nel territorio; diminuzione degli impatti generati dal cambiamento climatico; protezione della value chain della pashmina locale; aumento della retention degli abitanti nel territorio.

Dall'analisi effettuata sugli anni 2022 e 2023 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€2,58** per ogni Euro investito.

4) **Valutazione dell'impatto sociale generato dal progetto "For Humanity"**

Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:
- Enti assistenziali;
- La comunità e il territorio circostante.

Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: supporto alle economie locali; creazione di un senso di serenità generalizzato per i destinatari del progetto.

Dall'analisi effettuata sugli anni 2021-2023 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€2,50** per ogni Euro investito.

5) **Valutazione dell'impatto sociale generato dagli interventi di restauro artistico a Perugia**

Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:
- Enti pubblici;
- Attività commerciali;
- Comunità locale.

Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: incremento del senso di comunità per i residenti; crescita dell'indotto delle attività commerciali per i commercianti; crescita dell'indotto per il Comune; benessere diffuso per residenti e turisti.

Dall'analisi effettuata sugli anni 2018-2022 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€2,71** per ogni Euro investito.

6) **Valutazione dell'impatto sociale generato dagli interventi di ricostruzione a Norcia**

Ai fini della valutazione sono state coinvolte le seguenti categorie di stakeholder:
- Enti pubblici;
- Attività commerciali;
- Comunità locale.

Per ogni categoria di stakeholder sono stati individuati molteplici risultati/cambiamenti, dei quali si riportano alcuni esempi: incremento del senso di comunità e aumento della percezione di sicurezza per i residenti; crescita dell'indotto delle attività commerciali per i commercianti; crescita dell'indotto per il Comune; benessere diffuso per residenti e turisti.

Dall'analisi effettuata sugli anni 2018-2022 sulla base della formula per il calcolo SROI è stato possibile ottenere un risultato pari a **€3,43** per ogni Euro investito.

Inoltre, nel 2023, sono state effettuate donazioni alle comunità locali – in denaro e in natura – per un totale di **Euro 3,7 milioni circa** (+117% rispetto al 2022) intervenendo a supporto di associazioni operanti in Italia e all'estero (Stati Uniti e Canada).

Inoltre, la Società contribuisce al sostegno degli eventi e delle stagioni culturali dell'Umbria, sostenendo la programmazione del Teatro Stabile dell'Umbria[73].

Prosegue anche il progetto "**Brunello Cucinelli for Humanity**", avviato nel corso del 2020 al fine di donare i capi rimasti invenduti a causa del lockdown in favore dei più bisognosi[74].

In modo distinto e complementare rispetto agli interventi sostenuti dalla Società opera invece la **Fondazione Brunello e Federica Cucinelli**[75], non avente scopo di lucro e istituita nel 2010 con l'intento di diffondere e realizzare gli ideali che hanno alimentato l'aspirazione umanistica di Solomeo.

La Fondazione si pone l'obiettivo di sostenere, tramite i propri programmi, le iniziative in grado di promuovere la cultura, la conoscenza, la tutela del territorio e dei monumenti, i valori della tradizione, i valori spirituali e quotidiani dell'essere umano**,** affiancando le attività condotte dal Gruppo e diffondendo gli ideali che alimentano l'aspirazione umanistica di Solomeo.

Nel segno di tali obiettivi, la Fondazione supporta diversi progetti, con il desiderio di contribuire all'innalzamento dello spirito umano, anche grazie ad azioni volte ad abbellire lo spirito dei luoghi. Attività culturali, iniziative a favore della tutela delle bellezze artistiche e progetti di cura e sostegno alle persone e al territorio in cui esse vivono e lavorano sono al centro di ogni coinvolgimento della Fondazione, in Italia e nel mondo. Le iniziative realizzate a Solomeo e nel suo territorio circostante sono un esempio di tale aspirazione.

73 Sotto forma di "art bonus".
74 Per maggiori informazioni si rimanda alla DNF 2020.
75 Sebbene le attività gestite dalla Fondazione non siano ricomprese nel perimetro di rendicontazione della DNF, come evidenziato nella *Nota metodologica*, si ritiene opportuno e corretto darne evidenza. Tale scelta risulta coerente con la decisione aziendale, nei periodi immediatamente precedenti alla quotazione in Borsa della Brunello Cucinelli, di "trasferire" la gestione di molte delle attività a supporto del territorio e della comunità, prima sostenute dalla Società, alla Fondazione di Famiglia, che si è impegnata a proseguire l'opera iniziata, consolidando e promuovendo quei valori che da sempre ispirano l'Impresa in tutte le sue attività. Maggiori informazioni al link https://www.brunellocucinelli.com/it/the-cucinelli-foundation.html

Inoltre, nel 2023 l'impegno finalizzato al supporto del territorio si concretizza in due ulteriori progettualità concentrate sui territori limitrofi a Solomeo: il **recupero di Castelluccio di Norcia** e il **restauro dell'acquedotto Medievale di Perugia**.

Rinascita del territorio: il progetto di Ricostruzione del borgo di Castelluccio di Norcia

Il progetto mira all'opera di **ricostruzione e riqualificazione** del piccolo borgo umbro con l'idea di fondo di riproporre alla comunità tutta, nel profondo rispetto del suo *genius loci*, un borgo a misura d'uomo.

Il progetto è il risultato di un lungo e accurato studio svolto sui documenti d'archivio e a stampa e fisicamente con numerosissimi sopralluoghi sul posto. Tale **studio**, complessivamente definibile **di restauro paesaggistico** nel suo più ampio significato di relazione tra natura e artificio, è stato inteso a conoscere il significato storico e artistico del nucleo urbano a confronto con il grandioso scenario naturale di cui è il fulcro, dominato dall'austero profilo del Monte Vettore.

Iniziato nel 2017, e interrotto poi per due anni durante la pandemia virale, lo studio è stato ripreso e concluso nello scorso anno. Il tema precipuo del progetto è quello della **forma del borgo e del paesaggio**, concepita come risultato delle tecniche esecutive, dei dettagli decorativi e dell'ambiente geologico e floristico, seguendo i criteri dello "Ambientismo" che venne formulato dal Gustavo Giovannoni negli anni Trenta dello scorso secolo.

Brunello Cucinelli ha così commentato: "*Il progetto di idee che intendiamo donare al borgo di Castelluccio come auspicio per una sua ricostruzione racconta molto di quello che è il nostro modo di vivere e di lavorare a Solomeo. Lo abbiamo pensato "in armonia con il Creato" e sempre tenendo dinanzi ai nostri occhi la priorità del pieno rispetto della dignità dei luoghi. Ho sognato che Castelluccio possa risorgere nuovamente proprio così come era prima del terremoto e questa idea che ci siamo impegnati a realizzare è un tributo alla sua straordinaria bellezza, alla sua antica storia, alla sua popolazione silenziosa, laboriosa e dignitosa. Allo stesso tempo il progetto vuol anche essere un dono pensato per un futuro ispirato alla Umana Sostenibilità così da provare a portare un significativo contribuito di bellezza all'umanità che animerà i secoli a venire*".

Il restauro dell'acquedotto medievale di Perugia

Perseguendo lo scopo di **donare una nuova vita alla storica bellezza dell'Acquedotto Medievale di Perugia**, nel 2023 abbiamo sostenuto il restauro con Art Bonus.

L'Acquedotto, la cui prima costruzione risale al 1254 e che è stato dismesso nel 1835, necessita di un intervento di restauro conservativo che possa riportare tale opera di ingegneria idraulica al suo originario splendore. Il restauro interesserà le arcate site in Via dell'Acquedotto, che rappresentano il collegamento con il Centro Storico, apportando benefici anche dal punto di vista turistico.

Da parte della famiglia e dell'azienda, il restauro si considera un **dono rivolto all'amato capoluogo umbro** e alla sua comunità, e altresì un contributo per l'abbellimento del Creato, nel segno della cura della memoria urbanistica della città e della salvaguardia di un preziosissimo bene comune da tramandare alle future generazioni.

A tal proposito, riportiamo le sentite parole del Presidente Brunello Cucinelli: *"Abbiamo pensato di dedicare la giusta attenzione a una delle più affascinanti imprese dell'antichità perugina come il bellissimo Acquedotto Medievale, che è insieme una straordinaria impresa idraulica, architettonica, urbanistica e culturale. Aveva bisogno di cure e, d'intesa con il Comune di Perugia, abbiamo studiato un'opera in armonia con il contesto urbano e paesaggistico che possa durare per secoli. Il mio sogno è che l'antica bellezza di questo monumento così speciale possa essere restituita a tutti noi che, in qualità di custodi pro tempore, la potremo con gioia consegnare alle generazioni a venire in tutto il suo splendore".*

Il termine dei lavori è previsto per il 2025.

La nostra presenza sul territorio italiano si esprime infine attraverso la partecipazione ad associazioni nazionali e locali, che rappresentano le istanze del settore della Moda e del Lusso e, più in generale, l'imprenditoria del Made in Italy.

Le associazioni nazionali e locali di cui la Casa di Moda è membro Di seguito è riportato il dettaglio circa la membership della Società presso alcune associazioni operanti su scala nazionale e locale:	
Camera Nazionale della Moda Italiana	La **Camera Nazionale della Moda Italiana** (CNMI) è l'Associazione che disciplina, coordina e promuove lo sviluppo della Moda Italiana. Essa rappresenta il punto di riferimento e l'interlocutore privilegiato per tutte le iniziative nazionali e internazionali volte a valorizzare e a promuovere lo stile, il costume e la Moda italiana. L'impegno dell'Associazione, e dei suoi associati, in ambito di sostenibilità è centrale: infatti, la sostenibilità rappresenta un pilastro della strategia di CNMI, che a partire dal 2011 ha anche istituito un apposito tavolo di lavoro. Successivamente, sono stati istituiti all'interno di CNMI la Commissione Sostenibilità e i Gruppi di Lavoro "Commissione Tecnica Chemicals", "Commissione Tecnica Retail" e "Tavolo dei Laboratori di Analisi Chimiche", che hanno un ruolo chiave nella definizione di linee guida in materia.
smi SISTEMA MODA ITALIA FEDERAZIONE TESSILE E MODA	**Sistema Moda Italia** è un'organizzazione di rappresentanza degli industriali del tessile e moda italiani, il cui obiettivo è garantire la tutela del settore del tessile e della moda a livello nazionale attraverso il confronto con le istituzioni, le amministrazioni pubbliche, le organizzazioni economiche, politiche, sindacali. Le aziende associate hanno la possibilità inoltre di accedere a importanti database funzionali alla loro attività: ad esempio, informazioni in merito al prezzo delle materie prime.
ALTAGAMMA CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA	**Fondazione Altagamma** riunisce le imprese dell'alta industria culturale e creativa italiana, riconosciute come autentiche ambasciatrici dello stile italiano nel mondo: sono parte della Fondazione tutte le aziende che operano nell'ambito del lusso nei settori di moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità, velocità e wellness. La sua missione è contribuire alla crescita e alla competitività di tali imprese e, a tal fine, organizza diverse iniziative, tra le quali eventi, master e seminari.

Council for INCLUSIVE CAPITALISM	Il **Consiglio per il Capitalismo Inclusivo** è un movimento globale che raggruppa i principali leader, incluse alcune figure del mondo imprenditoriale, che condividono l'obiettivo di creare un capitalismo più inclusivo, affidabile, equo, responsabile, dinamico e sostenibile, a beneficio delle persone, delle comunità e del pianeta. In linea con i nostri ideali di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità, la Società ha aderito al Consiglio per il Capitalismo Inclusivo in qualità di "Steward Member" e il Presidente Brunello Cucinelli è inoltre membro dello Steering Committee dell'organizzazione. Attraverso il perseguimento degli obiettivi definiti nel Piano di Sostenibilità "In armonia con il Creato" (2022-2028) la Casa di Moda risponde agli impegni definiti dal Consiglio per il Capitalismo Umanistico e partecipa così alla loro realizzazione.
VIA MONTENAPOLEONE I MADE IN ITALY	L'**Associazione Via Montenapoleone** è stata istituita nel 2002 per promuovere il rilancio del Made in Italy e sviluppare il ruolo di Milano come capitale europea della moda. Essa disciplina, coordina e promuove lo sviluppo della Via Montenapoleone di Milano. Si occupa inoltre dell'organizzazione degli eventi che coinvolgono tutte le boutique della via.
Fondazione Italia Cina 意中基金会	La **Fondazione Italia Cina** – di cui siamo Soci Sostenitori dal giugno 2021 – è un'organizzazione privata e non profit, fondata nel novembre 2003 da Cesare Romiti, che agisce e supporta le istituzioni e le imprese per promuovere gli scambi politici, economici, commerciali, scientifici e culturali tra i due Paesi amici. La Fondazione conta oggi oltre 200 Soci e vede all'interno del proprio CdA la presenza di importanti enti istituzionali politici ed economici di entrambi i Paesi. In particolare, attraverso la sua Scuola di Formazione Permanente, ci accompagna in un percorso di mediazione culturale focalizzato sulla cultura cinese e sull'esperienza del cliente in tale *Region*. Inoltre, attraverso il suo Centro Studi ci consente di essere sempre aggiornati sull'andamento del mercato cinese, con particolare attenzione al settore del lusso.
CONFINDUSTRIA UMBRIA	**Confindustria Umbria** è la principale organizzazione che riunisce circa 900 imprese umbre. In particolare, la Società è parte dell'Associazione Industriali Perugia, un'Associazione indipendente appartenente al Sistema nazionale Confindustria. L'AD Riccardo Stefanelli ricopre la carica di Presidente della divisione Sistemi Informativi (SFCU) dell'Associazione.

La partecipazione della Casa di Moda alla **Sustainable Markets Initiative Fashion Task Force** è descritta nel box che segue, mentre il dettaglio approfondito dei due progetti chiave dell'Iniziativa è fornito in appositi box nei capitoli di riferimento (rif. Sezioni *La nostra attenzione alla preservazione delle diversità del Creato* e *Digitalizzazione e Sviluppo tecnologico*).

Sustainable Markets Initiative Fashion Task Force

Nell'ambito della Sustainable Market Initiative, nata dall'iniziativa dell'allora Principe oggi Re Carlo III d'Inghilterra nel 2020 a Davos con l'obiettivo di accelerare la transizione verso un futuro più sostenibile, nel 2021 alcuni tra i principali brand di moda del mondo sono stati riuniti nella Fashion Task Force impegnandosi a favorire la transizione verso un modello produttivo e di consumo maggiormente sostenibile all'interno del settore della moda e del lusso. Federico Marchetti, fondatore di The YOOX Net-a-Porter Group, su invito del Re Carlo III d'Inghilterra, presiede la Sustainable Markets Initiative Fashion Task Force.

Il Gruppo Brunello Cucinelli, considerata la profonda stima che il Presidente Brunello Cucinelli nutre per il Re Carlo III d'Inghilterra, incontrato anche in occasione del G20 di Roma in cui entrambi sono stati relatori, ha subito abbracciato i sani princìpi ispiratori e gli ambiziosi obiettivi della Fashion Task Force, aderendo in qualità di membro tramite la partecipazione dell'AD Riccardo Stefanelli.

La Fashion Task Force si concentra sulla definizione e sullo sviluppo di un passaporto digitale (Digital ID) volto a consentire ai clienti di poter essere maggiormente informati sulle caratteristiche dei manufatti che acquistano e sull'adozione di pratiche agricole rigenerative rispetto alle diverse tipologie di materie prime utilizzate.

In particolare, con riferimento al progetto di passaporto digitale, l'obiettivo principale è di ottenere una maggiore trasparenza e tracciabilità dei prodotti tessili, fornendo informazioni ai clienti sulla progettazione, fabbricazione e produzione dei manufatti raccolte tramite il contributo dell'intera catena del valore dell'industria della moda: produttori, brand, retailer e piattaforme. L'iniziativa pone inoltre le basi per lo sviluppo di modelli di business fondati sui princìpi dell'economia circolare, consentendo di attivare nuovi servizi ad essi ispirati, come il servizio di riparazione, oltre che di recupero, riciclaggio e rivendita potendo così incrementare la longevità dei prodotti.

La Società, in qualità di membro della Task Force, ha aderito affermando il proprio commitment al progetto. La nostra volontà è di affiancare la trasmissione di tali informazioni anche con aspetti di tipo valoriale che possano raccontare l'essenza e l'ispirazione del nostro brand, fornendo così ai nostri clienti la percezione di come le idee di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità siano sempre alla base anche dello sviluppo dei nostri capi.

Con riferimento alla seconda declinazione progettuale della Fashion Task Force relativa alle **pratiche di agricoltura rigenerativa**, si menziona in particolare il progetto "Himalaya Regenerative Fashion Living Lab" al quale la nostra casa di Moda ha aderito nel marzo 2022: tale progetto si pone l'obiettivo di ripristinare l'armonia tra le piccole comunità locali di alcune aree dell'Himalaya, la natura e l'ambiente circostante e, al tempo stesso, creare catene di valore della moda che siano sostenibili.

In particolare, in allineamento al Manifesto for Regenerative Fashion rispetto al quale i membri della Fashion Task Force hanno formalizzato il proprio commitment, gli obiettivi alla base del progetto sono i seguenti:

- affrontare in modo olistico la crisi climatica e la perdita di biodiversità, generando al contempo una prosperità equa e inclusiva lungo le catene del valore dell'industria della moda e del tessile;
- ripristinare l'armonia tra l'umanità, la natura e l'ambiente attraverso la conciliazione di scienza, innovazione e tradizione;
- coinvolgere le comunità locali e indigene al fine di tutelare i loro diritti e assicurare il loro coinvolgimento nella progettazione ed esecuzione delle pratiche rigeneratrici affinché possano fruire pienamente dei benefici derivanti dal progetto.

IL VALORE DELL'ARTIGIANALITÀ E DELLA MANUALITÀ

La nostra struttura produttiva

"Manualità e artigianalità italiana" significa **massima attenzione alla qualità della materia prima e del lavoro**, **cura del dettaglio**, **passione per il bello** e **gratificazione dei talenti** che sanno dare vita a manufatti apprezzati in tutto il mondo.

La bellezza e l'eleganza, la resistenza e la vestibilità della nostra offerta sono infatti sintesi del lavoro delle sapienti mani degli artigiani delle imprese che da anni collaborano con noi. Grazie al loro lavoro, la nostra Casa di Moda è in grado di garantire un'altissima componente di **manualità autentica** (ago, filo, forbici) che abbiamo stimato essere pari in media al 52% di ciascun prodotto delle collezioni, posizionando così la nostra proposta nella fascia del lusso assoluto.

Il costante e speciale **rapporto di fiducia, stima e collaborazione** che nel tempo si è consolidato con loro ci ha consentito di essere riconosciuti come "**industriali artigiani**" e i prodotti della nostra terra, dalla cura nella scelta della materia prima alla ricerca di un'altissima qualità e creatività lungo ciascun passaggio della filiera produttiva, sono elemento di fascino per il mondo intero.

Il valore dell'eccellenza del Made in Italy ispira la realizzazione e il confezionamento di vere e proprie **opere d'arte artigianali**, destinate a preservare e rappresentare nel tempo il gusto italiano in tutto il mondo.

La possibilità di poter contare sulle nostre piccole imprese artigiane nel tempo è altresì confermata dal **passaggio generazionale**, avvenuto o in corso, che è tutelato e valorizzato all'interno di tali imprese. In tal senso, siamo lieti di vedere che nel 50% delle imprese con cui collaboriamo, le nuove generazioni – i figli dei titolari – sono state inserite nell'organico aziendale.

Inoltre, l'analisi dell'età media dei titolari e dei dipendenti di tali imprese ha restituito dei valori pari rispettivamente a 51 e 43,5 anni nel 2023.

Riteniamo fondamentale questa evoluzione per rendere possibile una **trasmissione dell'arte, delle conoscenze tecniche e del *savoir faire* artigianale** all'interno dei laboratori.

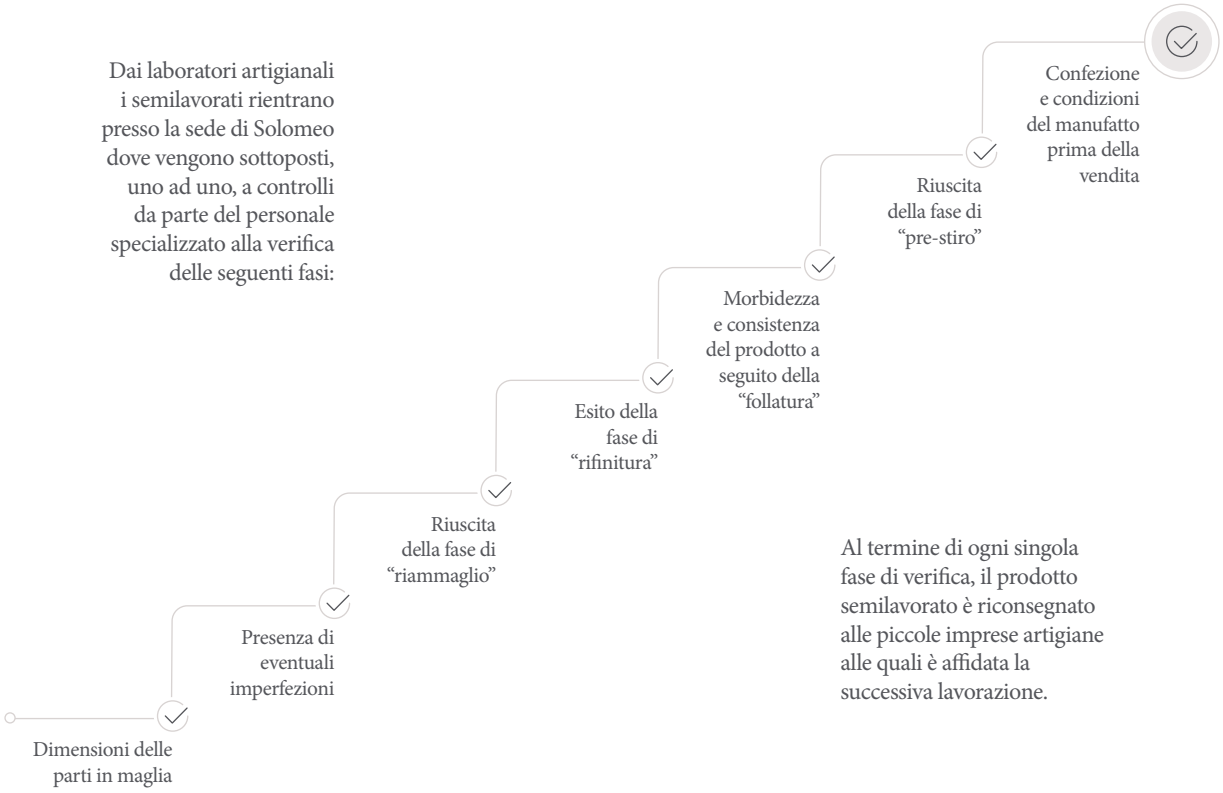
La **quotidiana interazione**, favorita dalla vicinanza geografica con la maggior parte dei laboratori artigianali, è altresì condizione abilitante dell'attuazione di **continui e rigorosi controlli lungo tutte le fasi di sviluppo e realizzazione delle collezioni e della produzione**: il 100% dei nostri manufatti è soggetto a un attento e scrupoloso controllo di qualità.

Nel caso specifico dei capi di maglieria, tutti i semilavorati rientrano presso la sede di Solomeo al termine di ciascuna fase di lavorazione per essere sottoposti uno ad uno a meticolosi controlli.

Tra questi: la verifica delle dimensioni delle parti in maglia, la presenza di eventuali imperfezioni, la riuscita della fase di "riammaglio", l'esito della fase di "rifinitura", la morbidezza e la consistenza del prodotto a seguito della "follatura", la riuscita della fase di "pre-stiro" e, infine, la confezione e le condizioni del manufatto prima di essere destinato ai canali di vendita.

La puntuale attività di controllo qualità nelle diverse fasi ci consente di **minimizzare il numero di prodotti finiti non idonei alla vendita**.

Figura 29 - I controlli di qualità della maglieria



Le imprese artigiane sono inoltre soggette anche a un'ulteriore tipologia di controllo – i cosiddetti **controlli di compliance** –, in capo all'Ufficio Informativa Façon e Fornitori.

Si tratta di verifiche volte a favorire il rispetto della normativa in materia previdenziale, retributiva, fiscale, assicurativa, e di salute e sicurezza da parte dei laboratori. Il nostro obiettivo infatti è di salvaguardare la capacità economica e operativa dei nostri partner e, al tempo stesso, tutelare le condizioni di lavoro e di benessere dei lavoratori all'interno dei laboratori artigianali.

Tali imprese hanno la possibilità di evadere la richiesta di informazioni esclusivamente attraverso autocertificazioni o documentazione ufficiale. L'analisi ci consente di conoscere il livello di maturità dei laboratori in materia, potendo individuare prontamente le aree di miglioramento sulle quali è necessario intervenire. In casi di rilevata non conformità, ove possibile e in base al livello di gravità della stessa, vengono sviluppati specifici programmi, piani o attività per il risanamento della situazione.

Trasparenza, **dialogo** e **rispetto della relazione umana** sono riconosciuti trasversalmente dai laboratori come fattori che alimentano la durata e la crescita della relazione nel tempo. Tali valori caratterizzano infatti anche la gestione da parte della Società delle eventuali situazioni rilevate come non propriamente allineate agli standard e ai requisiti previsti. La risoluzione del rapporto contrattuale è dunque prevista solo nei casi più gravi, cercando sempre di considerare gli impatti e le conseguenze ad essa connessi.

Come nel caso dei fornitori di materie prime, i documenti contrattuali alla base della relazione con le piccole imprese artigiane sono i seguenti: l'**Accordo Quadro**, contenente le regole di condotta sociale e ambientale alle quali ogni nostro partner deve attenersi, insieme a specifici impegni e doveri; il **Codice Etico**, il **Modello 231** e le correlate **Policy Anticorruzione** e **Procedura Whistleblowing**; infine, a partire dal 2021, la nostra **Policy di Umana Sostenibilità** "**In Armonia con il Creato**" e la **Policy Diversità e Inclusione**.

Nel corso del 2023 sono stati svolti complessivamente **384 audit** (98% sul totale dei façonisti con cui collaboriamo), che hanno fatto emergere un totale di 4 nuove non conformità[76], che si aggiungono alle 4 rivenienti dall'anno precedente.

L'attività di audit svolta ha permesso, nel 2023, la risoluzione di 3 criticità; in nessun caso abbiamo dovuto interrompere il rapporto di collaborazione.

Infine, si specifica che il presidio dell'Informativa Façon si estende anche ai **subfaçonisti**. Infatti per talune mansioni sono previsti livelli di specializzazione tali per cui il laboratorio artigiano stesso potrebbe, a sua volta, necessitare di esternalizzare la lavorazione.

La piccola impresa artigiana, contando sul rapporto di lungo periodo e di fiducia instaurato con la Brunello Cucinelli, comunica il nominativo del potenziale subfaçonista alla Società.

Per la selezione e la conseguente scelta, vengono definiti alcuni criteri, tra i quali, ad esempio, quello per cui la totalità dell'attività deve essere svolta sul territorio italiano ed effettuata in linea con i valori e i princìpi del Gruppo.

Rispetto ai controlli relativi all'attività dei subfaçonisti, le verifiche sono effettuate direttamente dall'impresa artigiana di riferimento.

76 Tra le nuove non conformità si segnala un rapporto di collaborazione recentemente avviato per il quale, oltre alle criticità rilevate in sede di audit, sono in fase di valutazione da parte del reparto Produzione anche ulteriori criticità emerse nelle consuete valutazioni in termini di standard qualitativi e specializzazione delle lavorazioni.

Preservazione del savoir faire artigianale Made in Italy

La relazione con le piccole imprese artigiane, che si prendono cura delle nostre lavorazioni, è condotta nel segno dell'impegno che l'Impresa si è assunta nel voler ridare al lavoro artigianale la giusta dignità morale ed economica, che si sostanzia nella riscoperta e valorizzazione dell'artigianato, in particolare nei confronti delle nuove generazioni, nell'assicurare che sia sempre riconosciuto il giusto salario, senza differenza alcuna, e nel contribuire all'abbellimento dei luoghi di lavoro e al conseguente miglioramento delle condizioni di benessere delle persone che li vivono.

Da sempre, ci è stato insegnato a immaginare la fabbrica come un luogo prettamente industriale; quello che noi desideriamo promuovere è invece la creazione di una "bella fabbrica" dove le condizioni di lavoro possano essere migliori e dove la creatività possa svilupparsi grazie al contributo di tutte le persone che vi lavorano.

Il progetto "Abbellimento dei luoghi di lavoro"

Il progetto, pensato per fornire un supporto nel lungo termine ai nostri laboratori, ha origine da alcune **specifiche esigenze che si sono manifestate negli ultimi anni durante il dialogo con le piccole imprese artigiane**: il miglioramento dei luoghi e delle condizioni di lavoro all'interno dei laboratori artigiani; la riduzione dell'impatto ambientale di ciascun laboratorio; l'autoproduzione di energia elettrica, da fonti rinnovabili, raggiungendo quindi l'obiettivo di indipendenza energetica; la garanzia di business continuity da un punto di vista produttivo per la Brunello Cucinelli; l'eliminazione della volatilità dei costi per energia dal conto economico delle piccole imprese artigiane; evitare un indebitamento significativo delle stesse.

Il progetto si focalizza anche sul guardare all'abbellimento dei luoghi di lavoro come **leva per l'attrazione delle nuove generazioni** nei confronti del lavoro manuale, rendendolo un **lavoro più contemporaneo** – anche grazie alla digitalizzazione – e al tempo stesso garante delle tradizioni artigianali locali.

Dopo una prima fase di studio e di sviluppo iniziata nel 2022, il progetto è stato formalizzato e avviato nel 2023.

Con il fine di garantire un sostegno sempre maggiore ai nostri laboratori artigiani, nel corso del 2023 è avvenuto il rinnovo di accordi di filiera già esistenti e la creazione di nuovi accordi con alcuni primari istituti di credito.

Consapevoli che la manualità e l'alta artigianalità sono elementi fondanti della nostra Casa di Moda, abbiamo dato origine nel Borgo di Solomeo alla **Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri**, che rappresenta il luogo in cui il sapere tecnico, l'artigianalità, la maestria, ma anche l'etica, la dignità e il senso di responsabilità si tramandano di generazione in generazione, sull'esempio delle botteghe rinascimentali italiane. La Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri è stata fondata con la finalità di incitare i nostri ragazzi a **comprendere il giusto valore del lavoro manuale**, a non lasciare le nostre preziose tradizioni, traendo ispirazione dalle idee di quei grandi visionari che furono John Ruskin e William Morris e dalla rivalutazione umanistica delle *Arts and Crafts*.

La Scuola nasce infatti quale espressione concreta della fortissima attenzione che la Casa di Moda ha sempre riposto sul lavoro di **chi produce i capi**, valore aggiunto alla base delle proposte di collezione del brand e del suo posizionamento nel segmento del lusso assoluto.

Infine, la relazione con le piccole imprese artigiane si estende anche alla **condivisione di servizi di consulenza specifici** rispetto a temi strategici e operativi, oltre che al **supporto al credito** attraverso la sottoscrizione di accordi di filiera con importanti istituti bancari italiani. Il supporto è esteso anche ai dipendenti delle piccole imprese artigiane.

La Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri

Nei laboratori della Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri, da diversi anni, si formano gli artigiani in quelle arti e mestieri che da tempo sono gloria della creatività italiana, e la tecnologia, prezioso dono della mente umana, è messa al servizio della mano e dell'occhio dell'uomo.

Negli anni, si sono tenuti corsi di **Maestra di moda** (corso triennale), **Sartoria maschile** (corso triennale), **Rimaglio** (corso annuale), **Rammendo di Maglieria** (corso annuale), **Maglieria** (corso annuale), **Stiro** (corso annuale).

A seguito della grande richiesta di tali mestieri, si è presa la decisione di raddoppiare nell'anno i corsi di rammendo, rimaglio, stiro e maglieria.

Le iscrizioni all'offerta formativa della Scuola sono aperte a ragazzi e ragazze dai 18 ai 30 anni – esteso in quest'ultima edizione dal limite massimo precedente di 26 anni -, di qualunque nazionalità.

I corsi erogati nell'anno hanno registrato le seguenti presenze, per un totale di **73 allievi iscritti** (dei quali 19 hanno terminato i corsi nel 2023: 8 allievi al corso di Maglieria e 7 al Corso di Stiro che termineranno nel gennaio 2024; 4 allievi di Sartoria Maschile che termineranno nel settembre 2024, 3 allievi che proseguiranno fino al 2025 ed altri 3 al 2026; 20 allieve per il corso di Rimaglio e Rammendo che concluderanno ad ottobre 2024; ed infine 6 allieve del corso Maestra di Moda che termineranno al 2025 ed ulteriori 4 al 2026).

Sono state svolte complessivamente **66.092 ore di corso nel 2023** (45.956 ore nel 2022).

Gli insegnamenti impartiti sono di tipo pratico, sulla base del modello didattico del "laboratorio in impresa", e condotti dalla figura del maestro esperto; la tecnologia è utilizzata a supporto del lavoro manuale e visivo dell'uomo.

La frequenza, in base alla specifica tipologia di corso scelto, prevede un **orario di lezione di 5 o 8 ore**; i ragazzi che vi prendono parte ricevono un **rimborso mensile** che, a partire da settembre 2022, è stato significativamente aumentato per entrambi gli orari di lezione.

Attraverso la Scuola per le Arti e i Mestieri, molti giovani possono apprezzare il valore reale dell'artigianalità, quale forma d'arte e di eccellenza italiana, così come la dignità del lavoro svolto.

I benefici che ne derivano hanno effetti diretti non soltanto per i partecipanti, ma anche per l'artigianato locale e le nostre piccole imprese artigiane, attualmente esposte a difficoltà nell'attrazione di nuovi talenti, soprattutto giovani.

Infatti, una volta terminato il percorso formativo, vi è la possibilità per i ragazzi di essere assunti direttamente dalle imprese artigiane o dalla Società.

CAPITOLO 5. SOSTENIBILITÀ MORALE E SPIRITUALE
CREDIAMO NELLA DIGNITÀ MORALE DELL'ESSERE UMANO

Sostenibilità spirituale - *Dante e Beatrice verso il cielo del sole, Giovanni di Paolo (attribuito), metà XV secolo, CC BY*

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

2-7	2-8	2-16	2-25	2-29	2-30
3-3	202-2	401-1	401-2	401-3	403-1
403-2	403-3	403-4	403-5	403-6	403-7
403-8	403-9	404-1	404-2	404-3	405-1
405-2	406-1				

Dieci Princìpi UNGC
Principio I
Principio VI
Principio X

LE NOSTRE UMANE RISORSE

Il nucleo della filosofia aziendale che anima e sostiene il lavoro a Solomeo, e che da qui si proietta verso il mondo, fa sì che l'Impresa ponga sempre **l'essere umano al centro di tutto**, con la propria **rete di relazioni interpersonali**, rispettandolo nella sua **dignità morale ed economica** e nel suo **genio creativo**.

Le umane risorse sono il motore della nostra Casa di Moda e ne garantiscono il valore e la continuità nel tempo. Pertanto, la promozione della **dignità e del benessere di ognuno**, valorizzando le **competenze individuali** e la **personalità** nella **consapevolezza del valore dei saperi di ciascuno**, è da sempre un obiettivo prioritario perseguito dall'Impresa.

La quotidiana gestione del rapporto con le umane risorse si sviluppa secondo un'organizzazione interna di tipo strategico e operativo, che vede un'importante collaborazione tra le figure responsabili della sede centrale di Solomeo e le diverse *Region* in cui siamo presenti.

Nello specifico, il coordinamento della relazione tra la Società e i collaboratori e lo sviluppo delle linee strategiche riguardanti i diversi aspetti della vita in Azienda è in capo al Comitato Umane Risorse (rif. Sezione *Governo societario*).

A livello operativo, il Responsabile Umane Risorse gestisce e supervisiona i processi al fine di attuare gli indirizzi del suddetto Comitato: tutte le attività ricomprese nel ciclo di vita delle persone in azienda, in termini di attrazione, selezione, organizzazione, gestione, formazione e sviluppo, sono in capo a suddetta funzione.

Nelle principali *Region* è nominato un HR Director, che riporta funzionalmente al Dipartimento Umane Risorse presso la sede centrale di Solomeo e gerarchicamente al Presidente, o *Managing Director,* delle diverse strutture locali. Il ruolo di tali figure consiste nell'implementare gli aspetti chiave della cultura aziendale e della gestione delle umane risorse definiti a Solomeo, tenendo conto delle peculiarità dei diversi ordinamenti nazionali.

Laddove, nelle *Region* estere, non siano espressamente disciplinati a livello legislativo tutti gli aspetti pertinenti al rapporto di lavoro, la Società ha sviluppato e applica gli Employee Handbook[77], ovvero un corpo di regole aziendali che integrano la normativa nazionale e il contratto individuale[78].

Riteniamo l'ascolto e coinvolgimento delle persone nella vita aziendale, nelle diverse sedi e con canali diversificati, un aspetto chiave e trasversale della relazione creatasi tra la Società e i suoi collaboratori. Oltre a generare un senso di appartenenza che vada oltre il mero rapporto professionale, tale condivisione contribuisce alla definizione di obiettivi condivisi.

A tal proposito, in un'ottica di continuo aggiornamento sull'andamento generale dell'attività della Casa di Moda e sulle prospettive future, le seguenti occasioni rappresentano un momento essenziale per tutti i collaboratori:
- **Assemblea aziendale**;
- **Consiglio dei 50**, organizzato con cadenza biennale, che a partire dall'edizione dell'ottobre 2022 è stato rinominato in "**Consiglio dei 100**", vista l'estensione della partecipazione;
- **Sales Meeting**, dedicato al personale delle boutique.

Infine, si specifica che nell'anno 2023 è stato possibile dare avvio al funzionamento di un **nuovo sistema informativo per la gestione di tutti i processi** caratterizzanti la relazione con le umane risorse, dalla selezione di lavoro allo sviluppo professionale, fino alla conclusione del rapporto di lavoro. Il sistema consente a tutti i collaboratori di accedere online o attraverso l'apposita App al fine di consultare la propria pagina personale e allo stesso tempo approfondire la conoscenza tra colleghi, anche se non appartenenti allo stesso ufficio o alla stessa sede.

Tale applicativo – operativo per le strutture HR in tutte le *Region* da fine novembre 2022 – ci consente da un lato di assicurare **piena visibilità dell'organizzazione aziendale** – attraverso la visualizzazione di un organigramma dinamico di tutti i nostri collaboratori a livello globale – e dei vari **aspetti di gestione delle persone in azienda**, e dall'altro di **armonizzare i processi in tutte le sedi e boutique**, anche grazie all'impostazione di utilizzo in 5 lingue diverse.

In particolare, con riferimento alla fase di attrazione e selezione delle nuove risorse, la pagina del sito web aziendale "*Lavora con noi*" è stata collegata in maniera diretta al sistema. In questo modo, è possibile sia inviare la propria candidatura spontanea registrandosi sulla piattaforma (funzionalità già attiva per l'Italia), sia prendere visione e candidarsi alle posizioni aperte, dove quest'ultima funzionalità è disponibile anche per le persone già presenti nell'organico del Gruppo.

Nell'area "*Career*", pensata come un social network professionale, è possibile inserire le esperienze e le competenze ottenute sia direttamente dal singolo dipendente, sia arricchita da parte del Dipartimento Umane Risorse.

Inoltre, attraverso un accesso diretto alla propria **scheda di valutazione** – impostata sul modello delle 10 qualità –, ogni collaboratore potrà richiedere feedback non solo al proprio responsabile, ma anche ad altri colleghi con l'obiettivo di **diffondere ancora di più una cultura del feedback a 360°**, valorizzando sempre anche gli incontri One-to-One di restituzione.

77 Tale strumento è oggi previsto nelle sedi di Regno Unito, Cina, Giappone, Stati Uniti, Russia ed Emirati Arabi Uniti.
78 Per maggiori informazioni si rimanda alla DNF 2021.

Nel 2023 le umane risorse del Gruppo sono pari a **2.913** (+18% rispetto al 2022), con la maggior parte della popolazione aziendale che si concentra in Italia (54%). Sul totale delle umane risorse il 63% sono donne ed il 37% uomini. L'82% dei nostri collaboratori è assunto con contratto a tempo indeterminato e il 96% full time.

Tabella 23 - Le umane risorse: tipologia di contratto e di lavoro

	2021				2022[79]				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa[80]	Extra-Europa	Totale
Tempo indeterminato	**1.031**	**279**	**496**	**1.806**	**1.139**	**287**	**578**	**2.004**	**1.373**	**308**	**719**	**2.400**
di cui uomini	379	94	187	660	426	97	221	744	529	106	285	920
di cui donne	652	185	309	1.146	713	190	354	1.257	844	202	434	1.480
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	3	3	0	0	0	0
Tempo determinato	**179**	**13**	**264**	**456**	**169**	**11**	**291**	**471**	**211**	**11**	**291**	**513**
di cui uomini	93	6	67	166	80	5	73	158	87	5	75	167
di cui donne	86	7	197	290	89	6	218	313	124	6	216	346
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	**1.210**	**292**	**760**	**2.262**	**1.308**	**298**	**869**	**2.475**	**1.584**	**319**	**1.010**	**2.913**
Full time	**1.165**	**274**	**739**	**2.178**	**1.263**	**277**	**847**	**2.387**	**1.534**	**287**	**968**	**2.789**
di cui uomini	453	97	250	800	490	99	291	880	599	106	352	1.057
di cui donne	712	177	489	1.378	773	178	553	1.504	935	181	616	1.732
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	3	3	0	0	0	0
Part time	**45**	**18**	**21**	**84**	**45**	**21**	**22**	**88**	**50**	**32**	**42**	**124**
di cui uomini	19	3	4	26	16	3	3	22	17	5	8	30
di cui donne	26	15	17	58	29	18	19	66	33	27	34	94
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	**1.210**	**292**	**760**	**2.262**	**1.308**	**298**	**869**	**2.475**	**1.584**	**319**	**1.010**	**2.913**

GRI 2-7 ***Dipendenti***

Collaborano con il Gruppo anche altri **lavoratori non dipendenti**, tra cui stagisti, interinali e altri partner. Nel 2023, tali risorse sono pari a **185**.

79 Sono inclusi 3 lavoratori interinali che hanno lavorato part-time in qualità di dipendenti in alcuni mesi dell'anno in Giappone.
80 Le tre risorse operative in Spagna con part-time verticale sono conteggiate come part-time.

Tabella 24 - Altri collaboratori

	2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia[81]	Europa[82]	Extra-Europa[83]	Totale
Lavoratori interinali	**33**	**62**	**27**	**122**	**23**	**62**	**32**	**117**
di cui uomini	17	11	2	30	9	36	4	49
di cui donne	16	51	25	92	14	26	28	68
Stage	**7**	**1**	**0**	**8**	**12**	**0**	**0**	**12**
di cui uomini	3	0	0	3	4	0	0	4
di cui donne	4	1	0	5	8	0	0	8
Tirocinio (Scuola delle Arti e i Mestieri di Solomeo)	**34**	**0**	**0**	**34**	**53**	**0**	**0**	**53**
di cui uomini	9	0	0	9	9	0	0	9
di cui donne	25	0	0	25	44	0	0	44
Contingent (Partner)	**0**	**3**	**1**	**4**	**0**	**3**	**0**	**3**
di cui uomini	0	3	0	3	0	3	0	3
di cui donne	0	0	1	1	0	0	0	0
Totale	**74**	**66**	**28**	**168**	**88**	**65**	**32**	**185**

GRI 2-8 ***Lavoratori non dipendenti***

L'età media dei collaboratori del Gruppo è di 38 anni.

Il 41% delle umane risorse appartiene alla categoria professionale dei White Collar - sales (1.180 risorse nel 2023, 64% donne).

Nella categoria professionale dei Dirigenti e Quadri, nell'anno, considerando tutte le *Region* nelle quali siamo operativi, le donne rappresentano il 49% dei collaboratori rientranti in tale categoria.

81 Il riferimento è esclusivamente alla Brunello Cucinelli S.p.A. Le società Max Vannucci S.r.l., Pinturicchio S.r.l. e Raffaello S.r.l. hanno soltanto lavoratori dipendenti nel proprio organico.
82 In Russia non sono presenti lavoratori non dipendenti.
83 Sono presenti lavoratori non dipendenti soltanto in Giappone, Kuwait e Singapore.

Tabella 25 - La diversità come ricchezza

	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa[84]	Totale	Italia[85]	Europa	Extra-Europa	Totale
Dirigenti e Quadri	**52**	**7**	**49**	**108**	**59**	**5**	**48**	**112**	**76**	**4**	**39**	**119**
di cui <30 anni	**0**	**0**	**2**	**2**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
uomini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
donne	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui 30 ≤ anni ≤ 50	**35**	**7**	**44**	**86**	**42**	**5**	**45**	**92**	**51**	**4**	**36**	**91**
uomini	24	1	17	42	29	1	19	49	33	1	12	46
donne	11	6	27	44	13	4	26	43	18	3	24	45
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui >50 anni	**17**	**0**	**3**	**20**	**17**	**0**	**3**	**20**	**25**	**0**	**3**	**28**
uomini	8	0	1	9	8	0	2	10	13	0	2	15
donne	9	0	2	11	9	0	1	10	12	0	1	13
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
White Collar - no sales	**511**	**24**	**115**	**650**	**533**	**11**	**117**	**661**	**608**	**22**	**158**	**788**
di cui <30 anni	**100**	**2**	**29**	**131**	**117**	**0**	**38**	**155**	**153**	**1**	**51**	**205**
uomini	23	1	14	38	23	0	8	31	40	0	15	55
donne	77	1	15	93	94	0	30	124	113	1	36	150
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui 30 ≤ anni ≤ 50	**362**	**21**	**71**	**454**	**367**	**10**	**74**	**451**	**407**	**18**	**96**	**521**
uomini	145	**7**	**33**	185	146	2	37	185	165	4	45	214
donne	217	**14**	**38**	269	221	8	37	266	242	14	51	307
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui >50 anni	**49**	**1**	**15**	**65**	**49**	**1**	**5**	**55**	**48**	**3**	**11**	**62**
uomini	16	0	7	23	16	0	1	17	15	0	3	18
donne	33	1	8	42	33	1	4	38	33	3	8	44
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
White Collar - sales	**93**	**261**	**596**	**950**	**92**	**282**	**695**	**1.069**	**89**	**293**	**798**	**1.180**
di cui <30 anni	**17**	**47**	**92**	**156**	**15**	**51**	**112**	**178**	**19**	**51**	**104**	**174**
uomini	6	18	35	59	4	19	38	61	9	22	39	70
donne	11	29	57	97	11	32	73	116	10	29	65	104
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	1	1	0	0	0	0

84 Sono inclusi 3 lavoratori interinali che hanno lavorato part-time in qualità di dipendenti in alcuni mesi dell'anno in Giappone e presenti al 31.12.2022.
85 Il dato relativo alle categorie professionali del 2023 ha subito degli aggiustamenti operativi nelle modalità di calcolo.

	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
di cui 30 ≤ anni ≤ 50	**59**	**189**	**410**	**658**	**60**	**190**	**451**	**701**	**67**	**193**	**524**	**784**
uomini	29	67	124	220	29	68	146	243	29	68	188	285
donne	30	122	286	438	31	122	303	456	38	125	336	499
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	2	2	0	0	0	0
di cui >50 anni	**17**	**25**	**94**	**136**	**17**	**41**	**132**	**190**	**3**	**49**	**170**	**222**
uomini	11	6	71	88	10	12	40	62	0	16	50	66
donne	**6**	**19**	**23**	48	7	29	92	128	3	33	120	156
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Blue Collar - no sales	**554**	**0**	**0**	**554**	**624**	**0**	**9**	**633**	**811**	**0**	**15**	**826**
di cui <30 anni	**162**	**0**	**0**	**162**	**203**	**0**	**2**	**205**	**269**	**0**	**4**	**273**
uomini	**92**	**0**	**0**	92	115	0	2	117	149	0	4	153
donne	**70**	**0**	**0**	70	88	0	0	88	120	0	0	120
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui 30 ≤ anni ≤ 50	**251**	0	0	**251**	**272**	**0**	**5**	**277**	**340**	**0**	**7**	**347**
uomini	**95**	0	0	95	101	0	1	102	127	0	2	129
donne	**156**	0	0	156	171	0	4	175	213	0	5	218
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui >50 anni	**141**	0	0	**141**	**149**	**0**	**2**	**151**	**202**	**0**	**4**	**206**
uomini	**23**	0	0	23	25	0	0	25	36	0	0	36
donne	**118**	0	0	118	124	0	2	126	166	0	4	170
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	**1.210**	**292**	**760**	**2.262**	**1.308**	**298**	**869**	**2.475**	**1.584**	**319**	**1.010**	**2.913**

GRI 405-1 ***Diversità nell'organo di governo e tra i dipendenti***

In Italia, tutte le umane risorse sono coperte da **accordi di contrattazione collettiva**.

Per tutti i collaboratori si applica il CCNL del settore industria abbigliamento e confezioni fatta eccezione per il personale di vendita al quale si applica il CCNL settore terziario.

Nella *Region* Europa[86], invece, nel 2023 la percentuale di collaboratori coperti da accordi di contrattazione collettiva è pari a circa il 47% (50% nel 2022). Non sono previsti accordi di contrattazione collettiva per le sedi extra-europee.

Pertanto, considerando il totale delle nostre umane risorse, a livello worldwide, il 60% circa delle persone è coperto da accordi di contrattazione collettiva.

86 La percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva è riferita ai dipendenti delle sedi di Austria, Belgio, Francia (inclusa Montecarlo), Grecia e Spagna. In Russia non sono previsti accordi di contrattazione collettiva. Il dato del 2022 è stato rivisto in funzione del metodo di calcolo adottato nel 2023.

Attrazione e selezione

Il Gruppo considera strategicamente rilevanti i processi di **attrazione** di figure altamente qualificate e di profili specialistici e attribuisce un profondo significato al **mantenimento** di tali risorse all'interno dell'organizzazione, in modo da poter costruire rapporti lavorativi stabili e duraturi nel tempo, basati sulla **fiducia reciproca** e sullo sviluppo di un **senso di appartenenza** alla nostra Casa di Moda.

Diversi sono i canali e le procedure messe in atto per la fase di selezione dei nuovi talenti, dove particolare attenzione è volta al dialogo con le nuove generazioni, delle quali il Gruppo apprezza lo spirito distintivo, la determinazione e il coraggio.

I principali canali utilizzati per la selezione delle risorse più giovani all'interno dell'organico aziendale sono riportati nell'infografica che segue (rif. Figura 30).

Figura 30 - Le opportunità di carriera per le risorse più giovani

PRIME OPPORTUNITÀ DI CARRIERA

Svolgimento di stage formativi in azienda

Prima occasione per far sì che le ragazze e i ragazzi possano vivere un'esperienza pratica e il più formativa possibile della nostra realtà aziendale. Per gli stage è previsto un significativo rimborso spese. A Solomeo, nel corso del 2023, si sono svolti 33 progetti di tirocinio (10 curriculari e 23 extracurriculari), con un aumento dell'37% rispetto all'anno precedente; il 36% di questi è stato poi trasformato in contratti a tempo determinato e di apprendistato.

Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri

Maggiori dettagli nel paragrafo *Preservazione del savoir faire artigianale Made in Italy* del Capitolo 4.

Programma di alternanza scuola-lavoro

Programma pensato per gli studenti che frequentano licei o altri istituiti superiori locali. Nel 2023 abbiamo ospitato 8 ragazzi presso la nostra sede di Solomeo nell'ambito del suddetto programma.

Partecipazione alle giornate di orientamento universitario

Nel 2023 la Società ha partecipato alle giornate organizzate presso l'Università degli Studi di Perugia, l'Università LUISS Guido Carli di Roma e l'Università Polimoda di Firenze.
Talenta Solomei: Nel corso del 2023, abbiamo coinvolto 70 giovani universitari con background scientifico e nel campo dell'IT in un incontro a Solomeo. L'obiettivo era offrire a queste figure, non facilmente reperibili sul mercato, un'esperienza immersiva e attrattiva che consentisse di conoscere da vicino la nostra realtà aziendale attraverso l'incontro di alcuni direttori del management.

Con riferimento alle figure con maggiore esperienza professionale, i canali diretti di selezione sono invece dettagliati di seguito (rif. Figura 31).

Figura 31 - I canali di attrazione delle figure professionali

ALTRI CANALI DI CONTATTO CON LA NOSTRA CASA DI MODA

Job posting

- Attraverso il Career site, tramite il quale le persone interessate possono sottoporre la propria candidatura in maniera spontanea o rispondendo agli annunci pubblicati;
- In altre piattaforme (social network professionali), dove sono pubblicate le offerte di lavoro per posizioni aperte sia in Italia che all'estero.

Scouting

- Scouting diretto – effettuato dall'Ufficio Umane Risorse – tramite l'utilizzo di piattaforme terze;
- Scouting effettuato da parte di società di reclutamento specializzate per ogni determinata tipologia di lavoro, utilizzate soprattutto nei Paesi (Europa ed extra-Europa) in cui il Gruppo opera con un presidio fisico, seguendo i medesimi principi che caratterizzano il processo di selezione diretto.

Database interno

Analisi del database interno, al fine di individuare possibili candidati tra le umane risorse già presenti in Azienda per la tipologia di ruolo ricercato, alle quali viene poi richiesto di completare la domanda attraverso il Career site.

Internal referral

Utilizzato soprattutto per le candidature spontanee. Tale pratica consente di individuare possibili candidati per una determinata posizione a seguito del "referral" operato da parte di altri dipendenti, nel pieno rispetto della privacy delle persone suggerite.
È infatti richiesto alle persone così individuate di inserire direttamente il proprio profilo nel Career site, procedura a seguito della quale l'Ufficio Umane Risorse è autorizzato a consultare il CV della persona.

Ci assicuriamo di condividere sempre un feedback al termine del processo di validazione delle candidature, sia in caso di esito positivo che negativo, coerentemente con il nostro profondo rispetto della persona.

Nel 2023 sono state assunte[87], a livello globale, 851 nuove persone, per il 50% appartenenti alla fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni, per il 62% donne, 38% uomini. Nell'anno sono stati assunti complessivamente 339 ragazzi e ragazze al di sotto dei 30 anni, in aumento del 41% rispetto ai nuovi assunti della stessa fascia d'età nel 2022.

87 Nel calcolo delle assunzioni e delle cessazioni non sono stati presi in considerazione i lavoratori con contratto a tempo determinato, assunti per coprire posizioni ed esigenze di carattere temporaneo quali picchi produttivi e di carattere sostitutivo (malattie, maternità, ecc.). Le assunzioni tengono conto di tutte le figure inserite nell'organico aziendale come figure permanenti, a prescindere dalla tipologia contrattuale prevista (tempo determinato e indeterminato). Le cessazioni non ricomprendono invece i dipendenti i cui contratti sono giunti a termine per scadenza prefissata.

Tra i nuovi assunti della categoria dei Dirigenti e Quadri, il 47% sono donne.

Il turnover in entrata è pari complessivamente a 34% (25% nel 2022) anche a seguito dell'inaugurazione della nuova struttura a Penne, avvenuta il 13 novembre 2023, che ha portato all'assunzione di 63 nuove persone.

Tabella 26 - Nuove assunzioni nel triennio 2021-2023

Nuovi assunti per età e genere	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
<30 anni	**38**	**30**	**93**	**161**	**111**	**39**	**90**	**240**	**204**	**21**	**114**	**339**
di cui uomini	15	16	37	68	48	15	27	90	81	4	49	134
di cui donne	23	14	56	93	63	24	63	150	123	17	64	204
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	1	1
30 ≤ anni ≤ 50 anni	**15**	**49**	**215**	**279**	**40**	**48**	**198**	**286**	**141**	**51**	**231**	**423**
di cui uomini	7	25	72	104	20	23	77	120	53	25	90	168
di cui donne	8	24	143	175	20	25	119	164	88	26	141	255
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	2	2	0	0	0	0
>50 anni	**1**	**1**	**35**	**37**	**3**	**5**	**33**	**41**	**48**	**6**	**35**	**89**
di cui uomini	0	0	13	13	0	3	14	17	7	3	13	23
di cui donne	1	1	22	24	3	2	19	24	41	3	22	66
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale nuovi assunti	**54**	**80**	**343**	**477**	**154**	**92**	**321**	**567**	**393**	**78**	**380**	**851**
Turnover in entrata[88]	**5%**	**27%**	**50%**	**22%**	**13%**	**32%**	**42%**	**25%**	**30%**	**26%**	**44%**	**34%**

GRI 401-1 ***Nuove assunzioni e turnover***

88 Il turnover in entrata – o anche tasso di turnover positivo – è dato dal rapporto tra i nuovi assunti al 31/12 dell'anno oggetto di analisi e il numero di dipendenti al 1/01 dell'anno oggetto di analisi (che si assume essere uguale al numero di dipendenti al 31/12 dell'anno precedente).

Tabella 27 - Dettaglio del numero delle assunzioni nel triennio 2021-2023, per categoria professionale, fascia d'età e genere

	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
Dirigenti e Quadri	**3**	**2**	**21**	**26**	**3**	**0**	**9**	**12**	**11**	**0**	**6**	**17**
<30 anni	**0**	**0**	**1**	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
di cui uomini	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui donne	0	0	1	**1**	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
30 ≤ anni ≤ 50 anni	**3**	**2**	**17**	**22**	**3**	**0**	**8**	**11**	**8**	**0**	**6**	**14**
di cui uomini	2	1	10	**13**	2	0	0	2	6	0	1	7
di cui donne	1	1	7	**9**	1	0	8	9	2	0	5	7
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
>50 anni	**0**	**0**	**3**	**3**	**0**	**0**	**1**	**1**	**3**	**0**	**0**	**3**
di cui uomini	0	0	1	**1**	0	0	1	1	2	0	0	2
di cui donne	0	0	2	**2**	0	0	0	0	1	0	0	1
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
White collar - no sales	**25**	**8**	**59**	**92**	**63**	**1**	**52**	**116**	**129**	**1**	**63**	**193**
<30 anni	**20**	**2**	**26**	**48**	**39**	**1**	**24**	**64**	**84**	**1**	**33**	**118**
di cui uomini	7	1	13	**21**	7	0	4	11	28	0	11	39
di cui donne	13	1	13	**27**	32	1	20	53	56	1	22	79
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
30 ≤ anni ≤ 50 anni	**5**	**6**	**27**	**38**	**24**	**0**	**28**	**52**	**41**	**0**	**26**	**67**
di cui uomini	2	4	14	**20**	12	0	16	28	17	0	14	31
di cui donne	3	2	13	**18**	12	0	12	24	24	0	12	36
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
>50 anni	**0**	**0**	**6**	**6**	**0**	**0**	**0**	**0**	**4**	**0**	**4**	**8**
di cui uomini	0	0	3	**3**	0	0	0	0	2	0	2	4
di cui donne	0	0	3	**3**	0	0	0	0	2	0	2	4
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
White collar – sales	**3**	**70**	**263**	**336**	**7**	**91**	**256**	**354**	**32**	**77**	**309**	**418**
<30 anni	**1**	**28**	**66**	**95**	**5**	**38**	**65**	**108**	**9**	**20**	**79**	**108**
di cui uomini	0	15	24	**39**	2	15	22	39	6	4	36	46
di cui donne	1	13	42	**56**	3	23	43	69	3	16	43	62
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0

	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
30 ≤ anni ≤ 50 anni	**1**	**41**	**171**	**213**	**2**	**48**	**159**	**209**	**23**	**51**	**200**	**274**
di cui uomini	0	20	48	**68**	0	23	60	83	12	25	75	112
di cui donne	1	21	123	**145**	2	25	97	124	11	26	125	162
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	2	2	0	0	0	0
>50 anni	**1**	**1**	**26**	**28**	**0**	**5**	**32**	**37**	**0**	**6**	**30**	**36**
di cui uomini	0	0	9	**9**	0	3	13	16	0	3	11	14
di cui donne	1	1	17	**19**	0	2	19	21	0	3	19	22
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Blue collar - no sales	**23**	**0**	**0**	**23**	**81**	**0**	**4**	**85**	**221**	**0**	**2**	**223**
<30 anni	**17**	**0**	**0**	**17**	**67**	**0**	**1**	**68**	**111**	**0**	**2**	**113**
di cui uomini	8	**0**	**0**	**8**	39	0	1	40	47	0	2	49
di cui donne	9	**0**	**0**	**9**	28	0	0	28	64	0	0	64
di cui non dichiarato	0	**0**	**0**	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
30 ≤ anni ≤ 50 anni	**6**	**0**	**0**	**6**	**11**	**0**	**3**	**14**	**69**	**0**	**0**	**69**
di cui uomini	3	**0**	**0**	**3**	6	0	1	7	18	0	0	18
di cui donne	3	**0**	**0**	**3**	5	0	2	7	51	0	0	51
di cui non dichiarato	0	**0**	**0**	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
>50 anni	**0**	**0**	**0**	**0**	**3**	**0**	**0**	**3**	**41**	**0**	**0**	**41**
di cui uomini	0	**0**	**0**	**0**	0	0	0	0	3	0	0	3
di cui donne	0	**0**	**0**	**0**	3	0	0	3	38	0	0	38
di cui non dichiarato	0	**0**	**0**	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale nuovi assunti	**54**	**80**	**343**	**477**	**154**	**92**	**321**	**567**	**393**	**78**	**380**	**851**

GRI 401-1 ***Nuove assunzioni e turnover***

Al tempo stesso, nel 2023 nel Gruppo si sono verificate 424 cessazioni di contratti lavorativi, numero che si attesta in lieve aumento rispetto all'anno precedente (+10%). Si è trattato principalmente di cessazioni legate ad un equilibrato avvicendamento fra le nostre umane risorse. Il turnover in uscita è pari complessivamente a 17% (come nel 2022).

Tabella 28 - Cessazioni e turnover nel triennio 2021-2023

Cessazioni, per età e genere	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
<30 anni	**9**	**22**	**58**	**89**	**18**	**26**	**41**	**85**	**36**	**12**	**78**	**126**
di cui uomini	2	17	15	34	7	10	21	38	9	0	31	40
di cui donne	7	5	43	55	11	16	20	47	27	12	47	86
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
30 ≤ anni ≤ 50 anni	**33**	**56**	**161**	**250**	**36**	**61**	**160**	**257**	**41**	**44**	**176**	**261**
di cui uomini	19	18	42	79	15	28	58	101	17	23	63	103
di cui donne	14	38	119	171	21	33	102	156	24	21	113	158
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
>50 anni	**16**	**9**	**24**	**49**	**22**	**2**	**18**	**42**	**16**	**2**	**19**	**37**
di cui uomini	3	0	10	13	5	0	6	11	5	0	6	11
di cui donne	13	9	14	36	17	2	12	31	11	2	13	26
di cui non dichiarato	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale cessazioni	**58**	**87**	**243**	**388**	**76**	**89**	**219**	**384**	**93**	**58**	**273**	**424**
Turnover in uscita[89]	**5%**	**29%**	**35%**	**18%**	**6%**	**30%**	**29%**	**17%**	**7%**	**19%**	**31%**	**17%**
GRI 401-1 *Nuove assunzioni e turnover*												

89 Il turnover in uscita – o anche tasso di turnover negativo – è dato dal rapporto tra le cessazioni al 31/12 dell'anno oggetto di analisi e il numero di dipendenti al 1/01 dell'anno oggetto di analisi (che si assume essere uguale al numero di dipendenti al 31/12 dell'anno precedente).

LE CONDIZIONI UNIVERSALI DI LAVORO PER L'ESSERE UMANO

Unicità

Unicità, **equità** e **inclusione** sono valori centrali nell'organizzazione aziendale e pertanto fonti insostituibili di arricchimento e di stimolo reciproco, a livello personale e professionale.

Per assicurare una piena promozione e tutela dei suddetti valori abbiamo definito la nostra **Policy Diversità e Inclusione**, approvata dal CdA della Società nel marzo 2021 e successivamente condivisa **internamente con tutte le umane risorse del Gruppo ed esternamente con i nostri fornitori** (rif. Sezione *Gestione sostenibile della catena di fornitura)* e le **piccole imprese artigiane** (rif. Sezione *Il valore dell'artigianalità e della manualità*), a cui è richiesto di ispirarsi ai princìpi in essa contenuti nel rapporto instaurato con le proprie persone.

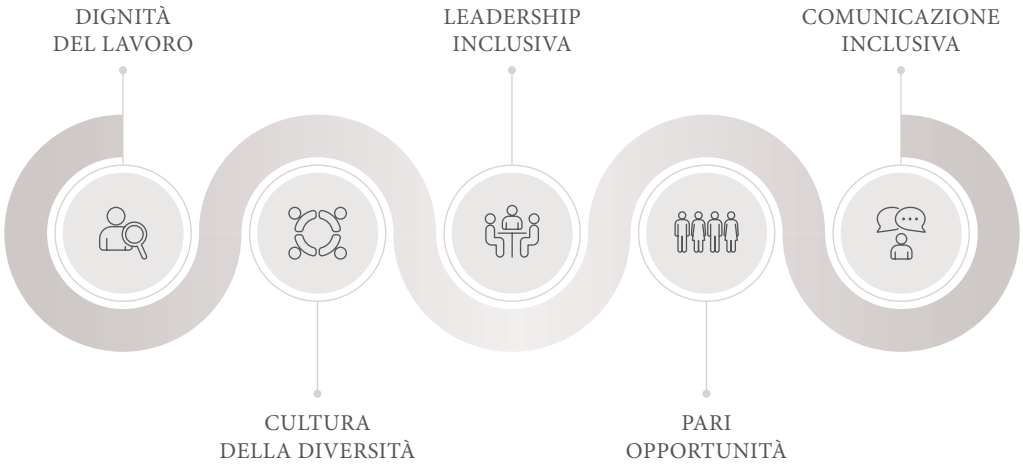
La Policy formalizza il nostro impegno nel comprendere, accogliere e valorizzare l'unicità di ogni persona all'interno di tutti i processi organizzativi e gestionali. Attraverso essa ci poniamo dunque l'obiettivo di prevenire ogni forma di discriminazione, di pregiudizio e molestia sul luogo di lavoro – verbale, fisica o visiva –, pur inconsapevole che sia, atta a intaccare l'integrità personale dell'individuo.

I contenuti sono stati elaborati in modo tale da garantire un allineamento alla normativa vigente e ai princìpi definiti dalle Organizzazioni Internazionali in materia, con particolare riferimento alla **Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite** e alla **Convenzione n. 111 sulla Discriminazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro** (OIL). Allo stesso modo, costituiscono una fonte centrale di ispirazione gli **SDGs**, in particolare il **Goal #5 – Uguaglianza di genere** e il **Goal #10 – Ridurre le disuguaglianze**.

In alcune *Region* la Policy si integra con i documenti adottati localmente in coerenza con le normative locali, nonché con le specificità culturali in materia.[90]

Nello specifico, la struttura della Policy è articolata in cinque pilastri attraverso cui ci impegniamo a favorire una sempre maggiore inclusione delle dimensioni di diversità riconosciute – attraverso un processo di ascolto che ha visto coinvolte le figure degli HR Manager delle diverse *Region* – come al momento più rappresentative per la nostra realtà aziendale: **l'identità di genere, l'età, la diversa abilità fisica e psichica, l'orientamento sessuale e il multiculturalismo**. Dimensioni che ci impegniamo a monitorare nel tempo per cogliere eventuali nuove specificità e unicità che caratterizzeranno la nostra organizzazione negli anni.

Figura 32 - I pilastri della Policy D&I



I primi quattro pilastri – "dignità del lavoro", "cultura della diversità", "leadership inclusiva" e "pari opportunità" – si applicano all'intero ciclo di vita professionale delle persone in azienda: dalla selezione, ai percorsi di crescita interni, al raggiungimento di posizioni apicali, fino all'accompagnamento al pensionamento. Il quinto pilastro – "comunicazione inclusiva" – è invece rivolto a una dimensione estesa, esplicitata nella relazione con tutti gli stakeholder del Gruppo, a dimostrazione del nostro impegno che deve sempre più connaturarsi e diffondersi tramite ogni nostra azione e comunicazione.

90 Si rinvia alla DNF 2021 per un maggior dettaglio.

Per ogni pilastro la Policy definisce specifiche azioni che ci impegniamo a implementare dando evidenza dei progressi compiuti e del nostro costante orientamento al miglioramento.

Tutti i destinatari della Policy hanno la facoltà, ma anche l'obbligo morale, di **segnalare eventuali comportamenti problematici o inaccettabili** che risultano essere, in violazione dei princìpi delineati nel documento.

Le segnalazioni possono essere effettuate tramite due principali modalità e canali:
– in **maniera informale**, tramite contatto diretto con il proprio manager di funzione;
– in **maniera formale**, in forma anonima o nominale, all'indirizzo email previsto dalla Procedura Whistleblowing ex D. Lgs. 24/2023.

In entrambi i casi, al segnalante è garantita la protezione da qualsiasi atto ritorsivo o discriminatorio, diretto o indiretto, nei suoi confronti.

Ogni violazione della Policy comporta l'attivazione di una procedura disciplinare che contempla diversi livelli di provvedimento a seconda della gravità dell'atto, fino al licenziamento e alla risoluzione del contratto in essere con la Società nei casi più gravi e difficili da sanare.

A livello locale, poi, sono attive **specifiche grievance procedure** – come nel Regno Unito, in Cina, in Russia e negli Emirati Arabi Uniti –, in linea con quanto disciplinato negli Employee Handbook vigenti. Diversamente dal Whistleblowing, tali procedure prevedono un **contatto diretto – e non anonimo** – con i dipartimenti Umane Risorse.

Riconosciamo le uniche caratteristiche dei nostri collaboratori e nel percorso verso una maggiore equità promuoviamo le pari opportunità, il riconoscimento di una giusta retribuzione e la valorizzazione delle conoscenze, competenze ed esperienze professionali sulla base di imparzialità e correttezza.

Nella direzione di una progressiva consapevolezza in merito agli aspetti chiave in materia, nel corso del 2021 abbiamo avviato un percorso di formazione interna consolidato successivamente in questi ultimi due anni.

Erogazione della formazione interna in materia di Diversità e Inclusione

Nel 2023, è proseguita la formazione sui temi di diversità e inclusione attraverso il corso "***Brunello Cucinelli – Diversity & Inclusion***" messo a disposizione di tutti i dipendenti sulla piattaforma e-learning "Sympo" a partire dal 2022. I contenuti diffusi sono stati sviluppati e personalizzati interamente da noi per incrementare la cultura aziendale in materia.

Il percorso di formazione, elaborato in modalità interattiva e modulare, consta di **3 moduli di approfondimento** verticale sulle tematiche della diversità e dell'inclusione, secondo una modalità formativa volta al massimo coinvolgimento dei partecipanti. Tutti i moduli prevedono lo svolgimento da parte dei partecipanti di esercizi e casi pratici, implementati secondo la logica della *gamification*.

Il corso, inizialmente accessibile alle umane risorse in Italia, è stato esteso nel 2022 alle *Region* delle sedi europee e americane e appositamente **tradotto in inglese, russo, cinese e giapponese** e messo a disposizione nei Paesi di riferimento delle ultime tre lingue nel corso del 2023.

In particolare, il primo modulo – intitolato "*La D&I: Un Universo da Esplorare*" e ambientato negli uffici della Brunello Cucinelli, grazie all'utilizzo di apposite soluzioni di gamification – si è focalizzato in particolare sui seguenti aspetti:
- I concetti chiave in materia di diversità e inclusione;
- Il verificarsi di bias inconsci nell'ambiente lavorativo e le modalità di gestione degli stessi;
- I principali riferimenti normativi nazionali e internazionali in materia;
- Il business case della D&I e il ruolo fondamentale di una leadership in evoluzione, che deve essere essa stessa inclusiva per permettere la creazione di un clima aziendale veramente accogliente ed equo, nei confronti di tutte le diversità.

Il secondo modulo "*La D&I in Brunello Cucinelli – Parte 1*" – le cui scene si svolgono nell'ambiente dei dipartimenti Prototipia e Controllo qualità – è invece finalizzato ad approfondire i contenuti della Policy Diversità e Inclusione di Gruppo, entrando nel merito delle singole dimensioni di diversità disciplinate nelle Policy, a partire dalle dimensioni di età e multiculturalismo.

Le ulteriori caratteristiche di diversità – ovvero, diversa abilità fisica e psichica, identità di genere e orientamento sessuale – sono invece trattate nel terzo e ultimo modulo "*La D&I in Brunello Cucinelli – Parte 2"*, ambientato nello scenario delle boutique del Gruppo.

A partire da 2023, a supporto della formazione e-learning, sono stati avviati dei workshops formativi dedicati ai temi della diversità e dell'inclusione. Ciascun Workshop si compone di due moduli formativi della durata di 4 ore con un numero massimo di 12 partecipanti. Attraverso le esercitazioni pratiche e il feedback in diretta si favorisce la traduzione dei contenuti appresi durante il training in comportamenti inclusivi da applicare nella pratica quotidiana.

Tra novembre e dicembre 2023 sono state organizzate due edizioni, una nella sede di Solomeo e una in quella di Milano; l'obiettivo è di estendere il percorso ad un numero sempre maggiore di dipendenti nel corso del 2024.

Abbiamo altresì avviato un programma di formazione mirato a promuovere la collaborazione all'interno dei team, focalizzandoci sulla comunicazione efficace. Il percorso è stato progettato su misura tramite la realizzazione di workshop in presenza che mirano a rispondere ai bisogni specifici di singoli dipartimenti; verrà esteso nel corso del 2024 abbracciando ulteriori tematiche, quali multiculturalità e generazioni. È anche previsto un approfondimento in tema di leadership e motivazione intrinseca ed estrinseca.

Al fine di creare un clima che favorisca maggiormente l'interazione positiva tra le persone e fare in modo che nessuno si senta escluso, stiamo inoltre intervenendo in modo significativo anche per limitare l'insorgenza di barriere linguistiche all'interno del luogo di lavoro.

Ad oggi, infatti, abbiamo inoltre il privilegio di confrontarci con **68 differenti nazionalità**, ognuna delle quali contribuisce alla vita aziendale con le proprie specificità, arricchendola.

In tal senso, nelle diverse sedi operative del Gruppo, in Italia e all'estero, si è sempre prediletta l'assunzione di collaboratori di nazionalità locale, naturali conoscitori del mercato, della cultura e delle tradizioni di riferimento, dove il brand si sviluppa con il massimo rispetto della tradizione del luogo ospitante. Nel 2023, infatti, nelle sedi operative significative del Gruppo (ad eccezione della Russia) si conferma una percentuale del 100% di senior manager[91] assunti dalla comunità locale[92], in allineamento ai precedenti esercizi.

Tuteliamo e valorizziamo le **diverse abilità fisiche e psichiche**, garantendo un ambiente di lavoro che sia sicuro, salubre e soprattutto che possa essere di supporto alle necessità, visibili e invisibili, di tutti i nostri collaboratori. Sono 81 le persone in Italia[93] che appartengono a categorie vulnerabili[94] (69 nel 2022), tra le quali 26 uomini e 55 donne.

Formazione e sviluppo

La relazione che si crea tra il Gruppo e le umane risorse è improntata alla **valorizzazione dello spirito propositivo e innovativo di ognuno**, attraverso l'offerta di **percorsi di ampliamento e perfezionamento delle conoscenze**, **competenze** ed **esperienze professionali**, e il riconoscimento di una **giusta dignità economica**, uno dei pilastri su cui si realizza l'Impresa Umanistica.

Oltre a corsi di formazione standard, proposti sulla base di un catalogo presentato annualmente, vengono attivati all'uopo **corsi di formazione *tailor-made***, disegnati sulla base di specifiche esigenze espresse in particolare dai mercati.

91 Per quanto riguarda l'Italia sono stati considerati come "senior manager" i dirigenti; per la Russia si fa riferimento ai Retail Director; per il Giappone, Mainland China e Hong Kong si intendono i Responsabili di area; infine, per gli USA sono stati presi in considerazione i collaboratori aventi autonomia strategica con riferimento agli aspetti economici e finanziari della *Region*.

92 Sono stati considerati ai fini del calcolo dei senior manager assunti dalla comunità locale quei collaboratori aventi nazionalità del luogo in cui sono operativi o italiani aventi un permesso di residenza nel paese in cui lavorano ("permanent visa holders").

93 Il dato è comprensivo dei dipendenti appartenenti a categorie vulnerabili delle società Brunello Cucinelli S.p.A., Pinturicchio S.r.l. e Raffaello S.r.l.

94 Per categorie vulnerabili si intendono i dipendenti appartenenti a categorie protette (es. Legge 104/92).

Nello specifico, sono previste le seguenti tipologie di percorsi di formazione (rif. Figura 33).

Figura 33 - I nostri percorsi formativi

FORMAZIONE SOFT SKILLS
sviluppo di competenze trasversali utili nel lavoro quotidiano e nella relazione con i colleghi

FORMAZIONE ALLA LEADERSHIP
mirata a promuovere una filosofia di leadership condivisa per guidare le Umane Risorse

PERCORSI INDIVIDUALI
coaching e mentoring attivati sulla base di specifiche richieste e/o esigenze

FORMAZIONE DELLE CAPACITÀ ARTIGIANALI
per trasmettere alle giovani generazioni il valore della creatività manuale (Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri)

FORMAZIONE ALLA RELAZIONE CON IL CLIENTE
per condividere i valori fondamentali che ispirano la relazione con il Cliente e applicare strumenti e metodi utili a consolidarla

FORMAZIONE PRODOTTO
mirata ad affinare la conoscenza su tutte le linee prodotto

FORMAZIONE ESPERIENZIALE
per allenare le competenze cognitive, emotive, relazionali nel lavoro di squadra

PIATTAFORMA SYMPO
contenitore elearning che ospita contenuti digitali e masterclass live relativi a quattro aree tematiche (Brand Awareness, Product Knowledge, Client Relationship, Human Relations)

FORMAZIONE TECNICA
sviluppo di hard skills come utilizzo di specifici software (Excel) o competenza linguistiche (inglese, tedesco, italiano)

Con riferimento al mondo corporate, abbiamo introdotto un approccio alla formazione che comprende sia delle ore obbligatorie svolte durante l'orario di lavoro, che la possibilità di partecipare volontariamente a corsi linguistici fuori dagli impegni lavorativi, anche al fine di esplorare nuove mansioni, approccio che verrà ulteriormente sviluppato nel 2024 soprattutto per i dipendenti del ramo produttivo. L'offerta formativa in generale abbraccia hard e soft skills e il progetto, molto ben accolto, sarà ulteriormente sviluppato nel 2024.

Nella volontà di promuovere il dialogo e l'interazione tra le diverse generazioni presenti in azienda, in un'ottica di continuo passaggio generazionale, ci premuriamo inoltre di verificare che ad ogni livello sia mantenuto dalle risorse più esperte un sano orientamento alla condivisione della propria conoscenza e che le stesse abbiano la possibilità di dedicare del tempo di qualità ai colleghi più giovani. In questo ambito si inserisce anche il progetto intitolato "**Patto Generazionale**", volto a supportare la **crescita del management e del middle management** attraverso un percorso che facilita l'avvicendamento nelle posizioni di responsabilità dei più importanti dipartimenti in cui si articola la struttura organizzativa della Società, attraverso la selezione, l'inserimento e la formazione di una nuova generazione di manager.

Nel complesso, il 2023 ha visto l'erogazione di **40.731** ore di formazione[95], ovvero circa 13,98 ore medie di formazione per dipendente, a livello di Gruppo.

Tabella 29 - Ore medie di formazione nel triennio 2021-2023[96]

Ore medie di formazione, per categoria professionale e genere	2021	2022	2023[97;98]
Dirigenti e quadri	**6,72**	**4,44**	**9,36**
di cui uomini	4,5	4,32	10,34
di cui donne	8,7	4,58	8,39
di cui non dichiarato	0	0	0
White collar - no sales	**4,67**	**6,21**	**7,10**
di cui uomini	4,5	6,07	6,01
di cui donne	4,8	6,28	8,19
di cui non dichiarato	0	0	0
White collar - sales	**22,78**	**20,39**	**22,81**
di cui uomini	13,5	12,03	18,16
di cui donne	29,1	24,77	27,46
di cui non dichiarato	0	20	0
Blue collar - no sales	**4,8**	**0,55**	**6,72**
di cui uomini	6,45	0,85	8,04
di cui donne	3,79	0,35	5,40
di cui non dichiarato	0	0	0
Ore medie totali di formazione[99]	**12,4**	**10,81**	**13,98**
di cui uomini	9,2	6,96	11,55
di cui donne	14,2	13	15,43
di cui non dichiarato	0	20	0
GRI 404-1 ***Ore medie di formazione annua per dipendente***			

95 Nel valore è inclusa la formazione asincrona effettuata attraverso la piattaforma di e-learning Sympo.
96 Nelle ore di formazione vengono conteggiate sia le ore dei cessati sia le ore dei lavoratori in essere.
97 Il dato relativo alle categorie professionali del 2023 ha subito degli aggiustamenti operativi nelle modalità di calcolo, di conseguenza essi si riflettono anche su tale indicatore.
98 Si specifica che in tale calcolo non sono incluse 8,5 ore di formazione per il Taiwan. Esse sono state erogate tramite account comuni di boutique che vengono utilizzati da tutto lo staff, non è stato quindi possibile risalire alla distribuzione per genere e per categoria professionale di tale ore. Altresì, non sono incluse 27 ore di formazione per stagiste donne negli Stati Uniti.
99 Si specifica che in alcune Region estere, nel 2021, erano incluse anche le ore di formazione di Sympo. Nel 2022, tale dato è stato scorporato dalle restanti tipologie di formazione erogata nell'anno. Nel 2023 la formazione Sympo è totalmente integrata nell'indicatore 404-1.

Formazione delle capacità artigianali

La **formazione delle capacità artigianali, secondo la nostra visione del lavoro**, si realizza attraverso l'affiancamento delle giovani umane risorse alle maestranze specializzate del Gruppo (sia all'interno di programmi di stage sia nei percorsi formativi dei nuovi assunti) e attraverso la presenza della **Scuola di Alto Artigianato contemporaneo per le Arti e i Mestieri**. Nel 2023, sono state erogate 66.092 ore di formazione ai 73 allievi iscritti (rif. Approfondimento "*La Scuola di Alto Artigianato Contemporaneo per le Arti e i Mestieri*").

Formazione alla relazione con il Cliente

Nel corso del 2023 abbiamo dato seguito ai progetti formativi già avviati negli anni precedenti, nello specifico il percorso "**Hortus Simplicium**" – suddiviso nei moduli *Robur* e *Diffusio*, rivolto sia a Store Manager che a Client Advisor.

In particolare, è stata implementata la **terza fase del programma Robur** – cosiddetta "**Robur Pro**" – dedicata agli store manager in Europa. Tale formazione si è in particolare focalizzata sulle dinamiche all'interno dei team, ponendo specifica attenzione ai temi dell'intelligenza emotiva, del pensiero positivo, della gestione dei conflitti e dell'importanza del feedback.

Nel 2023 è stato mantenuto il percorso di **Onboarding** tramite la piattaforma *Sympo* già avviato nel 2022, che consente a tutti i nuovi dipendenti Retail di ricevere tutte le informazioni necessarie alla gestione dell'interazione con il cliente – ad esempio, apprendendo anche il corretto utilizzo dei cellulari in dotazione e interiorizzando specifici suggerimenti in ambito di *data protection* per la gestione dei dati personali dei clienti –, ma anche la filosofia e i valori cardine del modello imprenditoriale del Gruppo, attraverso appositi contenuti dedicati al Capitalismo Umanistico e all'Umana Sostenibilità.

Questi ultimi aspetti sono approfonditi su Sympo anche attraverso altri materiali a disposizione degli utenti, come il libro *Il sogno di Solomeo*, tradotto in 13 lingue, e le lettere scritte dal Presidente Brunello Cucinelli, affinché possano essere a disposizione di tutti gli amabili consiglieri ed essere di ispirazione nel dialogo con gli amici del brand.

La raccolta di buone pratiche – ossia quei comportamenti e competenze emersi come i più efficaci nella relazione con i clienti – realizzata nel 2020 e riepilogata all'interno del "***Libellus***", è stata digitalizzata nel 2022 e integrata con alcuni elementi della *gamification* (ad esempio, quiz), mantenendo sempre un approccio volto alla continua ispirazione per tutti coloro che lavorano nelle nostre boutique, ma consentendo allo stesso tempo una maggiore efficacia all'apprendimento e alla consultazione della stessa.

Considerando che la gestione da parte dei client advisor dell'esperienza di vendita va sempre più rafforzandosi anche attraverso gli strumenti e i canali di comunicazione digitali, abbiamo continuato a realizzare e condividere con gli amabili consiglieri una serie di video-tutorial, strumento innovativo finalizzato alla formazione relativa alla cerimonia di vendita oltre che alla presentazione di prodotti.

Nel percorso di crescita delle nostre umane risorse, riteniamo assolutamente importante il c.d. ***training on the job***, svolto direttamente in Azienda o in boutique con il duplice scopo di migliorare le competenze tecnico-professionali e di permettere un mirato e armonico inserimento di ogni neoassunto all'interno del contesto aziendale. Questa metodologia è stata ampiamente utilizzata nel 2023 in occasione di induction di nuovi Store Manager, Assistant Store Manager e in caso di nuove aperture, in cui tutto il nuovo team è stato coinvolto in questo genere di iniziativa.

Nel 2023 sono state inoltre avviate due iniziative di formazione *tailor-made*, in risposta a specifiche esigenze pervenute dai mercati:
- il **Dubai Campus**: un nuovo format di apprendimento e lavoro di squadra, volto a supportare il team retail UAE a sostenere la crescita del mercato, attraverso il rafforzamento della conoscenza prodotto e la riflessione sulle dinamiche di funzionamento del team in termini di gioco di squadra.
- **Train the Trainer** che ha visti coinvolti alcuni Store Manager in Nord America, con l'obiettivo di condividere con loro strumenti e tecniche per poter svolgere in autonomia con i propri team alcune attività di formazione, al fine di rafforzare competenze soft come il lavoro di squadra.

Ulteriore percorso proseguito nel 2023 è **Solomeo Talent Academy**, il cui obiettivo è individuare giovani talenti da poter inserire in un percorso professionale in azienda, sviluppando abilità tecniche e relazionali. La formazione avviene sia in aula sia secondo la modalità esperienziale, prevedendo workshop presso le strutture aziendali dedicate al design, al visual merchandising e al retail.

A seguito delle prime quattro edizioni, una svolta nel 2021, due nel 2022 e una nel 2023, si è deciso di rinnovare il percorso al fine di ricercare giovani umane risorse altamente motivate a rimanere nella Società oltre il periodo definito dell'Academy. Nella prima fase di selezione è stata posta maggiore cura e questo ha consentito che il 41% delle persone selezionate sia stato trattenuto nella Casa di Moda (rispetto al 40% del 2022). I giovani coinvolti provengono prevalentemente dall'Italia, dall'Europa e dagli Stati Uniti.

Nel novembre 2023 è stato avviato il progetto **Men's Ambassador Academy**, che ha visto coinvolti 44 dipendenti Retail provenienti da tutte le *Region*, nominati ambasciatori di valori aziendali e stilistici specifici della linea uomo quali: Equilibrium, Uniqueness, Charme, Stylistic flair, Client-oriented mindset, Personal care & Standing.

Nel 2024 è in programma una edizione Women's Ambassador Academy, dedicata ai valori aziendali e stilistici della linea donna.

Nel corso dell'anno è stato ripreso il progetto "**Traditions**", avviato circa 13 anni fa, ed esteso al mondo retail. I colleghi provenienti dalle sedi più lontane hanno l'opportunità di vivere un'esperienza diretta all'interno della sede di Solomeo o legata alle tradizioni del territorio italiano; acquisendo conoscenze e competenze legate all'azienda e al modello di business, e soprattutto interiorizzare la filosofia, i valori e la cultura sulle quali poggiano i pilastri della nostra Impresa. Quest'anno abbiamo organizzato cinque edizioni, ognuna con gruppi di fino a 17 persone, coinvolgendo complessivamente 72 individui. A causa dell'elevato interesse, abbiamo introdotto la figura del tutor, il cui ruolo è stato quello di agevolare la comprensione dell'esperienza formativa da parte dei partecipanti. Obiettivo per il futuro è il coinvolgimento di profili extra-europei.

Formazione prodotto

La formazione sul prodotto coinvolge tutti coloro che entrano in contatto con il prodotto, è rivolta a uffici strategici e personale Retail; mirando a garantire una conoscenza approfondita delle caratteristiche del prodotto.

Nell'anno è stata erogata formazione specifica relativa al prodotto sia in formato sincrono, tramite workshop in presenza nelle *Region* e masterclass live, sia in formato asincrono tramite il caricamento di contenuti eLearning nella piattaforma aziendale *Sympo*. La formazione ha riguardato tutte le linee, nello specifico: donna, uomo, bambino, eyewear, lifestyle, occhiali, profumi e ha interessato i dipendenti di tutti i mercati.

Formazione soft skills

Riteniamo cruciale promuovere costantemente lo sviluppo delle conoscenze delle nostre umane risorse anche attraverso corsi specifici focalizzati sulle Soft Skills. Nel corso del 2023 è stata ampliata l'offerta formativa indirizzata prevalentemente ai dipendenti Corporate Italia. Nello specifico nell'annualità di riferimento sono stati avviati, in collaborazione con partner esterni, percorsi formativi dedicati a: Comunicazione assertiva, su Diversità e Inclusione, Public Speaking, Age Management, Tecnologia e Cambio culturale, Decision Making, Gestione dell'errore, Mindfullness, Humanistic Management, Leadership Adattiva, Gestione strategica dell'Identità aziendale, Supply Chain, Talento e Metodo, Project Management.

Formazione alla Leadership

Nel mondo corporate abbiamo avviato nel 2023 un significativo percorso di leadership rivolto alla prima linea aziendale e ai manager della seconda linea, coinvolgendo circa 85 persone in totale. L'obiettivo di tale iniziativa è promuovere lo sviluppo delle competenze della servant leadership che, ponendo in primo piano la soddisfazione dei bisogni dei collaboratori, punta a creare un clima di lavoro motivato, stimolante, proattivo, teso al miglioramento continuo.

Abbiamo organizzato una giornata di kick off di avvio dell'iniziativa a settembre 2023, da cui sono poi partiti percorsi paralleli di tre workshop ciascuno, oltre a incontri individuali di coaching. Il percorso ha coinvolto tutti coloro che gestiscono persone all'interno della Casa di Moda, appartenenti alla prima e seconda linea manageriale. Per il 2024, miriamo a coinvolgere anche i people manager appartenenti alla terza linea manageriale.

Piattaforma e-learning Sympo

Sympo – il nome richiama il concetto del simposio, ossia lo stare insieme e la condivisione – fornisce a tutte le umane risorse i materiali e i documenti utili all'interno di un unico contenitore. La formazione può così essere eseguita in modalità *on demand*, supportandoci nel raggiungere l'obiettivo di una più ampia copertura formativa della popolazione aziendale. All'interno della piattaforma sono disponibili contenuti in formato digitale, come corsi elearning, video tutorial e pdf interattivi, oltre a masterclass live organizzate periodicamente in cui sono coinvolti i dipendenti di tutti i mercati.

I contenuti presenti all'interno della piattaforma sono suddivisi nelle seguenti aree tematiche:
- Brand Awareness: che racconta l'immagine e l'identità del brand, la storia e la filosofia dell'azienda, il Borgo di Solomeo ed il nostro territorio, cioè tutti quei contenuti che aiutano a narrare storie coinvolgenti sul nostro brand, per farci conoscere e far sentire tutti parte del nostro mondo;
- Product Knowledge, all'interno della quale vi sono la presentazione delle collezioni donna, uomo, kids, lifestyle, oltre a contenuti su progetti speciali;
- Client Relationship, che raccoglie spunti e buone pratiche su come instaurare e mantenere nel tempo una connessione emozionale con i Clienti, offrendo esperienze uniche e personalizzate;
- Human Relations, dove si possono trovare strumenti e consigli per esprimere ogni giorno i valori dell'azienda nella relazione con il luogo di lavoro, con i colleghi, ed ovviamente con i Clienti.

Possono accedere a contenuti selezionati – relativamente alla Brand Awareness (storia e filosofia azienda) e al Product Knowledge (prodotto e collezioni) – anche i nostri partner, ossia le boutique in franchising e i negozi multibrand.

Nello specifico, nell'anno le umane risorse di tutte le *Region* di attività del Gruppo hanno seguito, attraverso la piattaforma, **15.103 ore di formazione asincrona** (+127% al 2022).

Percorsi individuali

Tra questi figurano percorsi di **coaching**, in cui coach professionisti guidano i partecipanti nel raggiungimento di specifici obiettivi professionali, ed il **mentoring**, che si configura come un affiancamento, in cui un collega più esperto viene coinvolto nel processo di sviluppo e affiancamento di un altro collega. Il mentoring presenta molti vantaggi anche per il mentore, in termini di riconoscimento, motivazione ed esposizione a nuovi stimoli.

I percorsi individuali vengono erogati in risposta a specifiche esigenze e, in alcuni casi, a supporto di precedenti corsi già avviati.

Formazione esperienziale

Questa metodologia formativa si basa sull'azione e la sperimentazione di situazioni, compiti, ruoli in cui l'individuo si trova ad allenare le proprie competenze cognitive, emotive, relazionali, in un contesto diverso da quello lavorativo. Nel corso del 2023, questa modalità è stata utilizzata per promuovere iniziative di *Team building* rivolte a specifici team all'interno dell'azienda, volte a rivitalizzare le energie di gruppo attraverso un'esperienza di ispirazione e condivisione outdoor.

Formazione tecnica

Sempre nel 2023 i dipendenti sono stati inoltre coinvolti in corsi di lingua inglese, italiana, tedesca e in corsi di Excel, sia individuali che di gruppo. In parallelo, proseguono in percorsi di formazione tecnica specifica relativa all'operatività di singoli reparti.

Altre iniziative di formazione nell'anno

La tabella che segue offre una panoramica su altri corsi effettuati nel corso dell'anno nelle diverse *Region*.

Tabella 30 – Ulteriori attività di formazione

Attività di formazione	Descrizione dell'attività	Region
Wellness initiatives (United Healthcare)	Seconda edizione di seminari e attività di team building incentrati sul tema del benessere fisico e mentale personale, finanziati da United Healthcare.	Stati Uniti e Canada
Salute e sicurezza (obbligo normativo)	Formazione obbligatoria in materia di Salute e sicurezza sul lavoro: Italia – si sono tenuti i seguenti corsi: 1) Formazione generale e specifica a seconda delle mansioni svolte (rischio basso) (tramite piattaforma); 2) Corso di aggiornamento (tramite piattaforma); 3) Corso per il Preposto (tramite piattaforma); 4) Corso base antincendio e relativo aggiornamento (in presenza); 5) Corso base di primo soccorso (in presenza) 6) Corso addetti conduzione carrelli elevatori (in presenza); 7) Corso HACCP e relativo aggiornamento (tramite piattaforma); 8) Corso Basic Life Support Defibrillation (in presenza); 9) Corso ENAC (Ente Nazionale per l'Aviazione Civile) (tramite piattaforma); 10) Corso Preparazione di Spedizione Merce Pericolosa (IATA) (tramite piattaforma); 11) Corso Paratie (in presenza). Spagna – approfondimento in materia di rischi e misure preventive, con un focus su: 1) Concetti di base della prevenzione 2) Rischi associati al ruolo lavorativo e misure preventive da adottare 3) Situazioni di emergenza e disposizioni di primo soccorso. Francia – Corso di primo soccorso, formazione generale (es. utilizzo dell'estintore) e formazione specifica a seconda delle mansioni svolte (es. movimentazione manuale). UK – Formazione generale, primo soccorso, antincendio e movimentazione manuale. Germania – Corso primo soccorso (una volta ogni due anni). Russia – Corso primo soccorso, regole per un lavoro sicuro e per l'uso delle attrezzature, procedure di intervento in caso di situazioni di emergenza. Canada/USA: corsi focalizzati sulle tecniche di sollevamento adeguate e sui rischi di scivolamento, inciampi e cadute.	Italia Spagna (White Collar – sales) Francia UK Germania Russia Canada Stati Uniti
Ergonomia e fisioterapia	Formazione non obbligatoria dedicata alle categorie professionali degli autisti, magazzinieri e addetti al controllo dipendenti della Brunello Cucinelli S.p.A.	Italia (Solomeo)

Attività di formazione	Descrizione dell'attività	Region
Prevenzione e consapevolezza della violenza e delle molestie sul luogo di lavoro	In Spagna si è trattato di un corso di due ore organizzato tramite piattaforma online, avente ad oggetto i seguenti contenuti: 1) concetti chiave in materia di harassment sul lavoro; 2) molestie sul posto di lavoro, psicologiche e sessuali; 3) come riconoscere le molestie psicologiche in azienda; 4) conflitti; 5) conseguenze delle molestie sul posto di lavoro; 6) prevenzione delle molestie sul luogo di lavoro; 7) prevenzione e gestione.	Spagna Canada Stati Uniti
Programme for Global Leadership Development 2023	Terza edizione del percorso di alta formazione manageriale, realizzato in collaborazione con alcune delle principali università internazionali, al quale hanno partecipato alcuni manager della sede di Solomeo.	Italia (Dirigenti e Quadri)
Executive program in pianificazione e controllo direzionale	Strumenti e processi relativi alla funzione di controllo direzionale. Soft skill utili a svolgere il ruolo del controller con efficacia (in presenza).	Italia
Dall'EBITDA al Valore per gli azionisti	Come aumentare il valore di un'azienda: - logica decisionale e strumenti di miglioramento dei risultati di business; - gli strumenti per il rinnovamento e lo sviluppo. (in presenza)	Italia
Executive program in operations & manufacturing management	Visione ampia e completa dell'universo delle operations e delle logiche, delle prassi e degli strumenti per governare la complessità di ogni processo produttivo (in presenza).	Italia
Executive program in supply chain management	Strumenti e competenze utili a costruire una gestione proficua e integrata di tutti gli aspetti centrali di chi si occupa di supply chain (in presenza).	Italia
Master Financial Modelling	Conoscere le variabili di mercato, prevedere gli andamenti, governare i rischi nell'ambito della finanza corporate per definire modelli quantitativi che migliorino e supportino in maniera corretta ed efficiente le attività di analisi, valutazione e decisione nell'ambito della finanza aziendale (tramite piattaforma).	Italia
Master in Fiscalità Internazionale	Conoscenza della disciplina fiscale relativa agli scambi e agli investimenti internazionali e come affrontare le principali problematiche legate alla crescente globalizzazione del sistema economico (tramite piattaforma).	Italia
AIHR | Academy to Innovate HR	Accademia online incentrata su temi HR, con particolare focus aziendale su tematiche analitiche e di digitalizzazione (tramite piattaforma).	Italia
Marketing strategico e comunicazione nel lusso	Corso, svoltosi in presenza, dedicato alle principali tecniche di comunicazione e brand management nel mercato del lusso, con un focus sui seguenti argomenti: 1) il mercato dei beni di lusso; 2) marketing per i beni di lusso; 3) strategie omnichannel e retail management per il lusso; 4) comunicazione e brand management per il lusso; 5) social media strategy per i beni di lusso.	Italia
Corsi di lingua inglese	Lezioni di gruppo online	Italia

Attività di formazione	Descrizione dell'attività	Region
Corsi Excel	Lezioni di gruppo online	Italia
Workshop e sessioni formative tematici	In presenza, sui seguenti argomenti: fotografia, video-making, sviluppo di capacità informatiche, GMT (Goal Management Training). informazioni corporate (con intervista One-to-One online e quiz in boutique), sviluppo del talento, Sartoria Solomeo, capacità di misurazione; Luxury Fashion Brands.	Hong Kong, Macao (alcuni dipendenti)
	Tramite piattaforma, sui seguenti argomenti: panoramica delle tendenze moda 2023; focus sull'esperienza del cliente; la storia, i tipi ed il processo di produzione del denim e delle pelli. In presenza: introduzione al brand Brunello Cucinelli: filosofia del marchio.	Russia
GRI 403-5 ***Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro*** **GRI 404-2** ***Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti***		

Sviluppo

Sono poi attivi dei **percorsi di sviluppo interni** previsti in ogni area aziendale, volti ad accrescere le competenze tecniche dei nostri collaboratori.

Per quanto riguarda l'ambito produttivo, tale iniziativa permette al personale coinvolto di svolgere mansioni in diverse aree e funzioni aziendali (ad esempio, dal magazzino filati al magazzino tessuti e all'area acquisti materie prime), in modo tale da consentire una **crescita professionale trasversale** delle competenze di ognuno.

Il **progetto di rotazione interna**, già avviato nel corso del precedente esercizio, è proseguito nel corso del 2023. In particolare, 4 dei nostri collaboratori italiani hanno intrapreso una missione pluriennale presso la nostra sede di New York negli Stati Uniti. Un'altra risorsa è partita nei primi giorni di gennaio 2023 per la Cina, con l'obiettivo di portare nella *Region* il proprio specifico know-how in materia di Customer Care Management.

Parte integrante dei percorsi di sviluppo sono altresì i processi di **valutazione del personale** – la cui gestione è parte di un modulo specifico del nuovo sistema informativo – che si basa su una **costante interazione** e sul **confronto costruttivo tra responsabile e collaboratori**, in relazione all'attività svolta e a tutti gli aspetti della vita in Azienda delle umane risorse.

L'attività è contestualizzata alle realtà funzionali e alle aree geografiche dove il Gruppo opera. In particolare, **ogni manager**, con il supporto del Dipartimento Umane Risorse di sede, definisce **momenti di dialogo *One-to-One*** con i propri collaboratori, ripercorrendo le attività svolte durante l'anno e condividendo risultati, traguardi raggiunti e obiettivi di medio-lungo periodo.

Le **valutazioni** sono di tipo **qualitativo e/o quantitativo**, correlate anche al rispetto dei valori chiave della Casa di Moda.

La valutazione è prevista per tutti i collaboratori delle diverse *Region*; nello specifico, il processo è gestito attraverso la condivisione di schede di valutazione nelle quali sono riportati, oltre alla valutazione del responsabile, gli obiettivi *ad personam* e una sezione di auto-valutazione.

Questo tipo di valutazione non è legata al trattamento economico e ai relativi meccanismi di *rewarding* del singolo, ma è un'occasione di confronto e definizione di obiettivi futuri. Infatti, all'interno della scheda è stata prevista un'apposita sezione – intitolata "area di sviluppo" – in cui la risorsa ha la possibilità di indicare eventuali proprie esigenze, così da definire una programmazione delle attività future tenendo in considerazione tali input.

Segue quindi la **condivisione finale dei feedback** tra manager e risorse coinvolte, con la partecipazione spesso anche del Dipartimento Umane Risorse. Il feedback approfondito che riceve il collaboratore non determina la conclusione della valutazione della prestazione ma, al contrario, rappresenta il momento di avvio di un processo dove si predispongono le basi per lo sviluppo futuro.

Nel 2023, il processo di valutazione delle performance[100] è stato effettuato con riferimento a quasi tutta la popolazione aziendale, ad eccezione dell'area produttiva dove solo alcuni dipendenti della Società sono stati coinvolti in tale processo.

Tabella 31- Valutazione delle performance[101]

	2021				2022				2023			
	Italia[102]	Europa	Extra-Europa	Totale (media)	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale (media)	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale (media)
Dirigenti e Quadri												
di cui uomini	65%	0%	97%	81%	69%	100%	99%	89%	63%	100%[103]	100%	88%
di cui donne	55%	100%	96%	84%	57%	100%	79%	79%	75%	100%	100%	92%
White Collar - no sales												
di cui uomini	77%	50%	79%	69%	80%	50%	83%	71%	75%	100%[104]	100%	92%
di cui donne	78%	50%	97%	75%	77%	50%	97%	75%	83%	50%	100%	78%
White Collar – sales												
di cui uomini	96%	100%	88%	95%	100%	100%	88%	96%	84%	100%	93%	92%
di cui donne	92%	100%	83%	92%	95%	100%	84%	93%	82%	100%	97%	93%
Blue Collar - no sales												
di cui uomini	8%	0%	0%	8%	11%	0%	0%	11%	5%	0%	100%[105]	52%
di cui donne	2%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	2%	0,3%	0%	100%[106]	50%

GRI 404-3 ***Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale***

100 Il calcolo della percentuale di dipendenti che hanno ricevuto una valutazione delle performance nell'anno è effettuato rapportando il numero di dipendenti (per genere) che ha ricevuto una valutazione nell'anno, rispetto al numero totale di dipendenti (per genere) al 31.12 con riferimento alla specifica categoria professionale. Per la *Region* Europa ed extra-Europa è effettuata una media tra le percentuali registrate in ogni location.

101 Il calcolo della percentuale di dipendenti che hanno ricevuto una valutazione delle performance nell'anno è effettuato rapportando il numero di dipendenti (per genere) che ha ricevuto una valutazione nell'anno, rispetto al numero totale di dipendenti (per genere) al 31.12 con riferimento alla specifica categoria professionale.

102 Nei dati relativi all'Italia (per il triennio) è inclusa soltanto la Società Brunello Cucinelli S.p.A., dal momento che non avviene valutazione periodica delle performance nelle società Max Vannucci S.r.l., Pinturicchio S.r.l. e Raffaello S.r.l.

103 Il riferimento è all'unico dipendente uomo rientrante nella categoria dei Dirigenti e Quadri in Russia. Non sono presenti altri Dirigenti e Quadri uomini nelle restanti sedi europee (sia per il 2022 che per il 2023).

104 Vi sono 4 dipendenti white collar-no sales in Russia, la cui totalità ha ricevuto valutazione delle performance nel 2023. Non vi sono uomini white collar-no sales nelle altre sedi europee.

105 La totalità dei dipendenti blue collar, presenti solamente in USA, ha ricevuto una valutazione delle performance nell'anno.

106 Vedasi nota precedente.

Al fine di retribuire in maniera adeguata le nostre umane risorse, adottiamo delle politiche che si fondano sulla valorizzazione della meritocrazia e sul riconoscimento di un'**equa retribuzione**, in base alla definizione di ruoli, responsabilità e deleghe. Inoltre, considerando il ruolo centrale nell'organizzazione aziendale rivestito dalla **promozione del principio dell'unicità di ognuno** e, in particolare, dei correlati valori di **equità** e **inclusione**, le politiche aziendali, anche in materia di retribuzione, sono volte a comprendere, valorizzare ed includere tutte le persone presenti nel Gruppo, nel pieno rispetto della dignità, della libertà e dell'autonomia di ciascun individuo, in allineamento ai princìpi sanciti all'interno della Policy Diversità e Inclusione (rif. Paragrafo *Unicità*).

Tra il 2023 e il 2024 sono previsti dei piani di sviluppo delle carriere del mondo retail e corporate. Verranno individuate delle descrizioni specifiche per i profili aziendali mettendo in luce le competenze richieste per ciascun ruolo. Questo approccio mira a facilitare le candidature interne nel caso in cui un membro del team desideri accedere a una nuova mansione, fornendo chiarezza sulle competenze necessarie per ogni opportunità di crescita professionale.

Segue una rappresentazione del rapporto dello stipendio base e delle retribuzioni medie femminili rispetto a quelle maschili. Un rapporto più che positivo – a indicare l'assenza di gender pay gap – si mantiene, per l'Italia, nella categoria professionale dei Blue Collar - no sales (in quest'ultimo caso relativamente allo stipendio base) e si conferma per il 2023 anche tra i White Collar sales (con riferimento a entrambi i rapporti). Permane invece in maniere costante un lieve disallineamento nella categoria di Quadri e Dirigenti e White Collar - no sales.

Nelle *Region* estere il quadro è piuttosto positivo con riferimento alle categorie professionali dei White Collar - no sales, White Collar - sales e Blue Collar - no sales (rispetto allo stipendio base), sebbene i rapporti siano lievemente al di sotto della parità tra lo stipendio base e la retribuzione delle dipendenti donne e dei dipendenti uomini; diversamente, il divario è più ampio nella categoria dei Dirigenti e Quadri.

Tabella 32 - Rapporto di stipendio base e retribuzioni tra donne e uomini[107]

	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale (media)	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale (media)	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale (media)
Quadri e dirigenti												
rapporto stipendio base	100%	55%	62%	72%	97%	44%	61%	67%	97%	26%	61%	**61%**
rapporto retribuzione	107%	50%	51%	69%	95%	38%	55%	63%	74%[108]	22%	58%	**52%**
White collar - no sales												
rapporto stipendio base	89%	133%	90%	104%	87%	92%	84%	88%	91%	104%	103%	**99%**
rapporto retribuzione	89%	136%	90%	105%	87%	88%	81%	85%	90%	103%	103%	**99%**
White collar – sales												
rapporto stipendio base	94%	129%	100%	108%	107%	78%	97%	94%	106%	102%	95%	**101%**
rapporto retribuzione	95%	122%	108%	108%	106%	110%	99%	105%	104%	102%	99%	**102%**
Blue collar - no sales[109]												
rapporto stipendio base	105%	0%	0%	105%	100%	0%	96%	100%	104%	0%	79%	**92%**
rapporto retribuzione	101%	0%	0%	101%	96%	0%	74%	96%	100%	0%	79%	**90%**
GRI 405-2 ***Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini***												

Dignità e bellezza nei luoghi di lavoro

Seguitiamo a sostenere il nostro grande progetto, per un grande futuro: **tutelare le condizioni universali di lavoro per l'essere umano**.

Operiamo infatti nella convinzione che per promuovere il benessere delle persone sia indispensabile garantire **un giusto equilibrio tra il lavoro e il tempo libero**, definito dal Presidente Brunello Cucinelli come «*tempo dello spirito*», dedicato alla persona, durante il quale ciascuno deve avere la possibilità di usufruire del proprio **diritto alla disconnessione**; al tempo stesso ci impegniamo a garantire che lo svolgimento delle attività operative di ognuno avvenga all'interno di **luoghi di lavoro curati e belli**, anche in relazione alle diverse abilità fisiche e psichiche presenti. Ciò avviene non soltanto presso i nostri uffici e le boutique, ma anche nei reparti produttivi. In relazione all'orario di lavoro – a Solomeo istituito dalle 8 alle 17.30, con una pausa pranzo di un'ora e mezza –, crediamo che sia necessario che ognuno lavori il giusto tempo, potendo poi dedicare poi il resto della giornata a sé stessi.

107 Si specifica che nella seguente tabella sono state prese in considerazione le sedi operative significative in cui fosse presente almeno un componente di ambedue i generi tra i collaboratori. Per quanto riguarda la rendicontazione relativa alla *Region* Europa si intende come sede operativa significativa la Russia; per la *Region* extra-Europa, il calcolo include il Giappone, Hong Kong, Mainland China, e Stati Uniti. I dati raccolti per il calcolo del rapporto dello stipendio base e della retribuzione tra donne e uomini prendono in considerazione la popolazione aziendale al 31.12 di ogni anno. Per il tasso di cambio dalle valute estere in Euro è stato utilizzato il tasso medio dell'anno.

108 Il dato per Italia nel 2023 per la categoria Quadri e Dirigenti ha subito una modifica di metodologia di calcolo, dal momento che per la presente annualità è integrafo anche il possesso di azioni nella retribuzione totale.

109 Con riferimento alla *Region* extra-Europa, nel 2022 e nel 2023, sono presenti dipendenti appartenenti alla categoria professionale dei Blue Collar - no sales soltanto negli Stati Uniti. Nel 2023 vi sono Blue Collar anche nella sede China Mainland, ciononostante, trattandosi unicamente di donne non è stato possibile misurare il gender pay gap per tale categoria professionale.

A Solomeo, i collaboratori non timbrano cartellini, né in ingresso né in uscita; la pausa pranzo consente ai collaboratori di usufruire del ristorante aziendale e degli spazi esterni, o altrimenti rientrare presso le proprie abitazioni e pranzare insieme alla famiglia.

Valorizziamo sempre il **rapporto interpersonale** tra le umane risorse: per questo auspichiamo che tra colleghi, specie se fisicamente nello stesso reparto, si possa privilegiare il dialogo di persona o al telefono, piuttosto che via email.

Per quanto riguarda gli ambienti di lavoro, oltre ad essere conformi agli standard di igiene e sicurezza imposti a livello normativo, l'ambizione dell'Azienda è di rappresentare, attraverso l'architettura dei locali aziendali, un senso di trasparenza e di apertura verso l'esterno che favorisca l'aggregazione e lo scambio tra le umane risorse, garantendo una migliore qualità lavorativa e un elevato livello di comfort in termini di benessere personale. Sono infatti elementi di costante valutazione gli indicatori inerenti alla qualità dell'aria, alla temperatura interna e alla luminosità naturale.

La cura riservata all'**estetica degli spazi sia interni che esterni** fa in modo che ogni collaboratore abbia la possibilità, durante la giornata lavorativa, di **alzare gli occhi e guardare il parco esterno** alla Società e il cielo del nostro territorio.

La nostra "bella fabbrica", la cui concezione è lontana dall'immagine di fabbrica alla quale siamo stati educati a pensare, diventa così un luogo capace di offrire ai lavoratori condizioni migliori dal punto di vista del benessere personale e nel quale il clima di rispetto fra le persone e la stima reciproca generano responsabilità da cui deriva una maggiore creatività.

Siamo attenti alle necessità di tutti i nostri collaboratori, in Italia e all'estero: le iniziative messe in atto per assicurare il benessere delle umane risorse – concordate all'interno del Comitato Umane Risorse e approvate dai CEO – sono, nella maggior parte dei casi, a beneficio sia dei collaboratori assunti full time che di quelli part time.

Per quanto riguarda l'**assistenza sanitaria e la prevenzione,** per le sedi italiane sono attualmente attive le assicurazioni previste dal fondo di categoria: FASI, rivolta ai Dirigenti; SANIMODA, destinata ai collaboratori coperti da CCNL Abbigliamento e Confezioni della Brunello Cucinelli S.p.A. e ai restanti dipendenti delle fabbriche artigiane Max Vannucci e Pinturicchio. Le risorse coperte da CCNL Commercio hanno invece accesso a FONDO EST. È prevista poi un'ulteriore assicurazione sanitaria integrativa rispetto ai due fondi di categoria sopra menzionati: l'oggetto di tale assicurazione sono gli interventi e grandi interventi, per i quali è messo a disposizione un massimale aggiuntivo rispetto a quello del fondo a copertura delle spese di operazione sia per i nostri collaboratori che per i loro familiari[110].

Tali assicurazioni permettono ai lavoratori di usufruire di diversi servizi di assistenza medica, con particolari agevolazioni. Inoltre, la Società ha anche in essere **convenzioni con diverse tipologie di studi medici**. L'assicurazione sanitaria integrativa è prevista anche in Cina, in Russia, negli Stati Uniti, negli Emirati Arabi Uniti e in Francia. Da anni la Società ha attivato una **polizza infortuni**[111] per le società italiane Brunello Cucinelli S.p.A., Max Vannucci S.r.l. e Pinturicchio S.r.l., che copre anche gli infortuni extra-professionali[112].

110 Si specifica che tale assicurazione è prevista anche per le fabbriche artigiane Max Vannucci S.r.l. e Pinturicchio S.r.l.
111 Include anche la copertura assicurativa per invalidità. Tale aspetto è previsto anche negli Stati Uniti e, dal 2022, negli Emirati Arabi Uniti.
112 La polizza sottoscritta da Pinturicchio S.r.l. copre soltanto gli infortuni di tipo professionale.

Da gennaio 2023 è attiva un'**assicurazione integrativa** delle prestazioni erogate dal fondo di categoria di appartenenza previsto dal CCNL (SANIMODA e Fondo Est), che mette a disposizione di tutti i collaboratori – compreso il proprio nucleo familiare – ulteriori pacchetti prevenzione e agevolazioni. Un'integrazione importante che permette a tutti di rafforzare la tutela del proprio benessere guardando al futuro con maggiore serenità.

Negli Stati Uniti e in Canada è altresì previsto nell'anno un "Employee Assistance Program", ossia un programma sovvenzionato per offrire supporto finanziario ed emotivo ai dipendenti.

Fortemente convinti che la cultura sia il fondamentale nutrimento dello spirito dell'uomo, eroghiamo da diversi anni, sia per l'Italia[113] che per la maggior parte delle sedi estere, il bonus "***Perché fiorisca la cultura***" – del valore di Euro 500,00 all'anno e duplicato in presenza di figli a carico – utilizzabile per abbonamenti a riviste, cinema, teatro, per l'acquisto di libri, per la partecipazione a corsi di formazione, per il rimborso del servizio di mensa scolastica e per le spese di asilo per i bambini più piccoli. Si specifica che l'erogazione del bonus per l'Italia è gestita attraverso la piattaforma "Welfare Hub".

Ulteriori elementi costituenti il piano di welfare sono, ad esempio, l'indennità di matrimonio[114], i compensi per la nascita di bambini[115] e il conferimento di buoni pasto[116].

Nel 2023, le società italiane del Gruppo hanno inoltre previsto l'erogazione dei seguenti bonus per supportare economicamente le proprie umane risorse considerando il momento di crisi economica vissuto in Italia: **bonus bollette**[117] e un **bonus aziendale**[118].

Anche nel 2023 è stata **confermata la convenzione a favore dei dipendenti a Solomeo per l'acquisto di auto elettriche o ibride**, stipulata nel 2021 con due concessionarie auto del territorio.

È continuato poi il progetto "**Fondo ore solidali**" – previsto solo per l'Italia e definito sulla base di un regolamento interno approvato nel 2021 – attraverso il quale tutte le umane risorse (inclusi i dirigenti, che però non possono usufruirne) possono mettere a disposizione, rinunciandovi, le proprie ore di ferie oltre le quattro settimane. Tali ore confluiscono all'interno del fondo a cui l'Impresa contribuisce con una percentuale pari al 50% delle ore donate dai dipendenti. Il fondo può essere utilizzato sia nei casi di accudimento e assistenza di figli di età maggiore ai 3 anni, come previsto dalla Legge e dai contratti collettivi nazionali, ma anche a favore di altri soggetti che si trovino in uno stato di necessità, stabilendo una priorità di utilizzo. Ad esempio, si potrà supportare prima chi dovrà assentarsi per prestare assistenza ai propri familiari e successivamente chi sta superando il periodo di comporto. Nel 2023 non ci sono state richieste di utilizzo del fondo.

113 Si intendono le tre società Brunello Cucinelli S.p.A., Pinturicchio S.r.l. e Max Vannucci S.r.l.
114 Previsto per tutte le sedi europee, tale benefit è di Euro 500 netti.
115 È stato confermato anche quest'anno per le società Brunello Cucinelli S.p.A., Pinturicchio S.r.l. e Max Vannucci S.r.l. e per tutte le società europee è previsto un compenso di Euro 1.000,00 (lordi), riconosciuto ai dipendenti neogenitori. Si specifica che tale compenso sarà previsto anche per la Raffaello S.r.l. a partire dal 2024. Il medesimo benefit, del valore di 30.000 rubli, è previsto anche in Russia.
116 Per i dipendenti CCNL Commercio e per la quasi totalità delle sedi europee.
117 Previsto per i dipendenti con figli a carico e con contratto CCNL Industria e i Dirigenti delle società Brunello Cucinelli S.p.A., Max Vannucci S.r.l. e Pinturicchio S.r.l., per un rimborso massimo di Euro 2.200,00.
118 Corrisposto nei mesi di luglio e dicembre 2022, è un bonus una tantum di Euro 1.040,00 (lordi) per i dipendenti delle società Brunello Cucinelli S.p.A., Max Vannucci S.r.l. e Pinturicchio S.r.l. con uno stipendio del valore netto mensile fino a Euro 2.500,00.

Sono infine previste alcune tipologie di **previdenza complementare** in Italia[119] e, a partire dal 2022, anche negli Stati Uniti.

Inoltre, tutte le umane risorse del Gruppo hanno diritto al **congedo parentale**, secondo i termini (durata) previsti dalla legislazione locale vigente nelle diverse *Region* di attività.

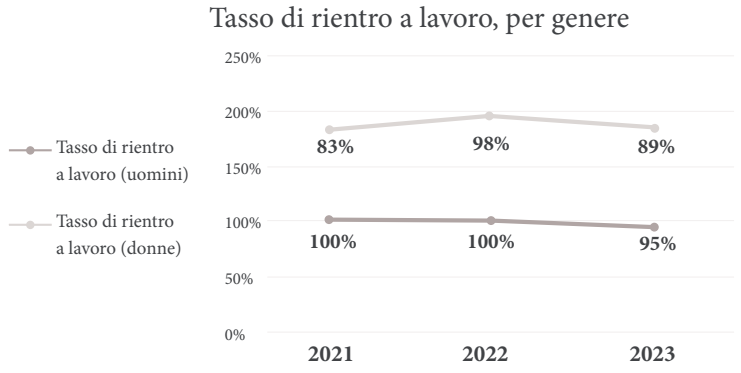
In particolare, nell'anno e nelle diverse *Region* del Gruppo, hanno usufruito di tale periodo 70 dipendenti (23 uomini, 47 donne): il **tasso di rientro al lavoro**[120] nell'anno è stato pari al 91% (98% nel 2022), mentre il **tasso di retention**[121] è stato pari al 65% (62% nel 2022). Nei due grafici che seguono è riportato lo spaccato per genere di entrambi i tassi con riferimento al triennio 2021-2023.

119 Nello specifico, con decorrenza dal 2019 con riferimento a Pinturicchio S.r.l. e dal 2020 per la Brunello Cucinelli S.p.A. e Max Vannucci S.r.l., sono previsti contributi pensionistici integrativi fino al 2% massimo della paga base per i dipendenti che effettuano versamenti integrativi ai Fondi di Previdenza complementare di categoria (Previmoda, Fon.Te.) e, nel caso della Brunello Cucinelli S.p.A. e della Max Vannucci S.r.l., anche per i dipendenti che effettuano versamenti integrativi ai Fondi di Previdenza complementare aperti (Axa-Mps, UnipolSai, Intesa, Generali, Unicredit, Fideuram, Mediolanum).

120 Il tasso di rientro al lavoro è calcolato come rapporto tra il numero di persone che sarebbero dovute rientrare a lavoro nell'anno di riferimento a seguito del termine del congedo parentale e il numero di dipendenti che effettivamente sono rientrati a lavoro nel medesimo anno, una volta conclusosi il periodo.

121 Il tasso di retention è invece calcolato come rapporto tra il numero di persone che nell'anno successivo al loro ritorno a lavoro dopo il periodo di congedo parentale risultano essere ancora impiegati dal Gruppo (anno t) e il numero di dipendenti che era rientrato a lavoro a seguito del termine del periodo nell'anno precedente (anno t-1).

Figura 34 - Tasso di rientro e di retention a seguito del congedo parentale nel triennio 2021-2023, per genere (Gruppo)



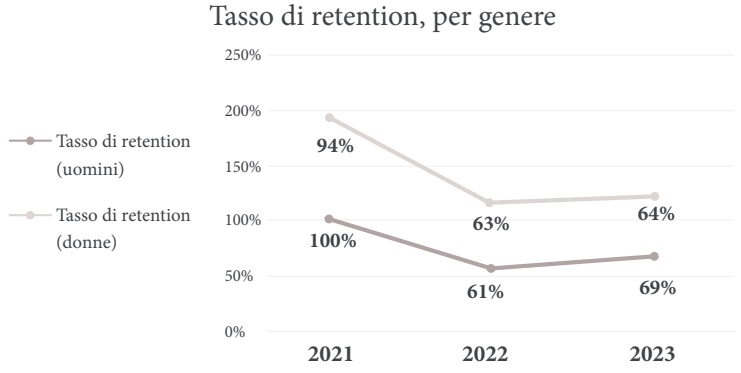


Tabella 33 - Congedo parentale

	2021				2022[122]				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia[123]	Europa	Extra-Europa	Totale
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	**52**	**8**	**22**	**82**	**42**	**7**	**17**	**66**	**49**	**10**	**11**	**70**
di cui uomini	14	1	6	21	15	1	2	18	19[124]	2	2	23
di cui donne	38	7	16	61	27	6[125]	15	48	30[126]	8	9	47
Dipendenti che hanno fatto rientro al lavoro al termine del congedo parentale	**40**	**5**	**13**	**58**	**39**	**7**	**17**	**63**	**38**	**8**	**12**	**58**
di cui uomini	16	1	6	23	13[127]	1	2	16	16[128]	2	1	19
di cui donne	24	4	7	35	26[129]	6	15	47	22[130]	6	11	39
Lavoratori che continuano ad essere impiegati nel Gruppo 12 mesi dopo il rientro dal congedo parentale[131]	**45**	**3**	**9**	**57**	**33**	**2**	**1**	**36**	**29**	**2**	**10**	**41**
di cui uomini	20	2	1	23	14	0	0	14	10	0	1	11
di cui donne	25	1	8	34	19	2	1	22	19	2	9	30
Dipendenti che sarebbero dovuti rientrare a lavoro al termine del congedo parentale	**40**	**8**	**17**	**65**	**40**	**7**	**17**	**64**	**44**	**9**	**11**	**64**
di cui uomini	16	1	6	23	13[132]	1	2	16	17	2	1	20
di cui donne	24	7	11	42	27[133]	6[134]	15	48	27	7	10	44
Tasso di rientro al lavoro totale	**100%**	**63%**	**76%**	**89%**	**98%**	**100%**	**100%**	**98%**	**86%**	**89%**	**109%**	**91%**
di cui uomini	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**0%**	**100%**	**100%**	**100%**	**94%**	**100%**	**100%**	**95%**
di cui donne	**100%**	**57%**	**64%**	**83%**	**0%**	**100%**	**100%**	**98%**	**81%**	**86%**	**110%**	**89%**
Tasso di retention totale	**92%**	**60%**	**180%**	**97%**	**83%**	**40%**	**8%**	**62%**	**74%**	**29%**	**59%**	**65%**
di cui uomini	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**88%**	**0%**	**0%**	**61%**	**0%**	**0%**	**50%**	**69%**
di cui donne	**86%**	**33%**	**200%**	**94%**	**79%**	**50%**	**14%**	**63%**	**0%**	**33%**	**60%**	**64%**
GRI 401-3 *Congedo parentale*												

122 Si specifica che a partire dal 2022 si è scelto di modificare la metodologia di raccolta dei dati relativamente ai dipendenti della Brunello Cucinelli S.p.A. che hanno usufruito del congedo parentale. Infatti non sono più presi in considerazione i congedi ad ore – che possono avere un'incidenza su più annualità – e pertanto i dati del 2021, che prima li includevano, sono stati riesposti di conseguenza.

123 Si specifica che nessun dipendente di Max Vannucci S.r.l. e di Raffaello S.r.l. ha usufruito del congedo parentale. Tale indicatore, per l'Italia, si compone quindi dei dati riferiti a Brunello Cucinelli S.p.A. e e Pinturicchio S.r.l.

124 Di cui 7 dipendenti che hanno preso congedo nel 2023 che torneranno nel 2024.

125 Una delle dipendenti rientrate nel 2022 aveva preso il congedo nel corso del 2021. In Russia, una dipendente che doveva rientrare nel 2023, dopo aver preso il congedo nel 2021, ha anticipato il proprio rientro nel mese di settembre 2022 ed è pertanto conteggiata in questo indicatore.

126 Di cui 22 dipendenti che hanno preso congedo nel 2023 e che torneranno nel 2024.

127 Di cui 3 dipendenti che avevano preso il congedo nel corso del 2021.

128 Di cui 5 dipendenti che avevano preso il congedo nel corso del 2022.

129 Con riferimento alle dipendenti della Brunello Cucinelli S.p.A. si specifica che il valore include 19 dipendenti rientrate nel 2022 dal congedo preso nel 2021 e 5 dipendenti che hanno preso il congedo nel corso del 2022 e sono tornate al lavoro nel medesimo anno. Nel caso di Pinturicchio S.r.l. invece sono rientrate al lavoro nel 2022 2 dipendenti, una delle quali aveva preso il congedo nel 2021.

130 Di cui 16 dipendenti che avevano preso il congedo nel corso del 2022.

131 I numeri riportati fanno riferimento ai dipendenti che hanno fatto rientro dal periodo di congedo parentale nell'anno precedente e risultano ancora impiegati nei 12 mesi successivi.

132 Si specifica che 5 dipendenti della Brunello Cucinelli S.p.A. termineranno il congedo parentale nel 2023.

133 Si specifica che 19 dipendenti della Brunello Cucinelli S.p.A. termineranno il congedo parentale nel 2023.

134 Non è considerata ai fini del calcolo del presente indicatore la dipendente della sede russa il cui rientro era previsto per il 2023 ma che ha anticipato il termine del congedo al settembre 2022. Con riferimento alle altre sedi europee si specifica che una dipendente doveva rientrare nel 2022 (dopo aver preso il congedo nel 2020) ma non è ancora rientrata. Inoltre, dovevano rientrare nel 2022 (effettivamente rientrate) due dipendenti che avevano preso congedo nel 2021. Infine, una dipendente che ha preso la maternità obbligatoria da febbraio 2022 a luglio 2022, al termine, ha richiesto il congedo parentale che terminerà a luglio 2023.

Salute e sicurezza

L'attenzione per la sicurezza è uno degli elementi su cui si fonda la relazione tra il Gruppo e le umane risorse. Il presidio dedicato dalla Società avviene nel rispetto della normativa vigente nei diversi Paesi in cui il Gruppo è presente (ad esempio, il D. Lgs. 81/08 per l'Italia).

In generale, le cautele e gli interventi di controllo adottati sono tali per cui il rischio di infortuni continua a rimanere contenuto.

Per quanto riguarda l'Italia, dove si concentra il 54% della popolazione aziendale, la valutazione, il monitoraggio e la rendicontazione dei pericoli sul lavoro che possono costituire un rischio di infortunio è effettuata nel Documento di Valutazione Rischi (DVR) che viene periodicamente aggiornato. Le valutazioni effettuate con riferimento ai rischi potenziali in materia di salute e sicurezza sul lavoro consentono di ricercare soluzioni preventive e migliorative, che possono essere di tipo organizzativo e formativo.

In Italia è presente un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) interno incaricato della pronta individuazione dei pericoli sul lavoro, mediante lo svolgimento di costanti sopralluoghi, in particolare presso i dipartimenti produttivi.

Con specifico riferimento alla sede di Solomeo, il DVR ha individuato come principale fonte di rischio le lavorazioni effettuate all'interno del magazzino e, a tal proposito, massima attenzione è dedicata all'organizzazione di tali reparti.

In particolare, l'utilizzo di attrezzature, quali carrelli elevatori e transpallet elettrici, risulta essere il principale rischio individuato per la sicurezza dei lavoratori coinvolti. Pertanto, per ridurre l'utilizzo delle attrezzature sopra menzionate, una parte degli scaffali è appositamente predisposta ad altezze di 1,50 m. Tale scelta ha portato un beneficio anche per l'illuminazione degli ambienti lavorativi, aumentando la luce naturale.

Nel corso del 2022, inoltre, è stato svolto l'**assessment Health&Safety presso le sedi estere del Gruppo**, i cui esiti hanno consentito di mappare lo stato dell'arte dei presìdi in materia di salute e sicurezza sul lavoro implementati a livello locale. Avviato a dicembre 2021 in collaborazione con una società di consulenza specializzata, il progetto ha riguardato quasi tutte le sedi europee ed extra-europee, con l'obiettivo di verificare il rispetto della normativa vigente in materia di salute e sicurezza.

Nella maggior parte delle sedi europee ed extra-europee oggetto dell'analisi, eventuali pericoli e situazioni di criticità dal punto di vista della salute e della sicurezza sul lavoro sono segnalati allo store manager di riferimento, che provvede successivamente a informare gli HR Manager locali o, direttamente, il Dipartimento Umane Risorse in Italia.

La totalità dei dipendenti di tali sedi è regolarmente informata in materia di salute e sicurezza sul lavoro attraverso comunicazioni specifiche, formazione (generica e/o specifica) e, ove vigenti, la condivisione degli Employee Handbook.

Nel 2023 sono proseguite le attività caratterizzate da un contatto continuo diretto con le sedi estere sui temi salute e sicurezza.

Ci impegniamo inoltre affinché ogni nostro collaboratore sia destinatario di un'**adeguata formazione e informazione in materia**. Oltre alle attività formative a carattere obbligatorio, sono altresì attuati percorsi formativi di tipo non obbligatorio.

Altresì, per quanto riguarda la **formazione obbligatoria in materia di Salute e sicurezza sul lavoro**, si riepilogano i seguenti corsi:
- Italia: Formazione generale e specifica, svolta tramite piattaforma per le mansioni a basso rischio; Formazione generale e specifica, svolta in presenza per le mansioni a rischio alto; Corso di aggiornamento sicurezza sul lavoro (tramite piattaforma); Corso per Preposto (tramite piattaforma); Corso ex novo addetti antincendio rischio medio; Corso ex novo addetti primo soccorso; Corso di aggiornamento addetti antincendio; Corso di aggiornamento addetti primo soccorso; Corso conduzione carrelli elevatori; Corso di aggiornamento condizione carrelli elevatori; Corso BLSD; Corso di aggiornamento BLSD; Corso preparazione spedizione merci pericolose; Corso HACCP; Corso aggiornamento HACCP.
- Spagna (approfondimento in materia di rischi e misure preventive, con un approfondimento circa): Concetti di base della prevenzione; Rischi associati al ruolo lavorativo e misure preventive da adottare; Situazioni di emergenza e disposizioni di primo soccorso.
- Francia: Corso di primo soccorso; Formazione generale (es. utilizzo dell'estintore); Formazione specifica a seconda delle mansioni svolte (es. movimentazione manuale).
- UK: Formazione generale; Primo soccorso; Antincendio; Movimentazione manuale.
- Canada/USA: Corsi focalizzati sulle tecniche di sollevamento adeguate e sui rischi di scivolamento, inciampi e cadute.

La formazione non obbligatoria

Nell'anno 2023, oltre alla formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza sul lavoro, è stata portata avanti la formazione non obbligatoria realizzata *ad hoc* per specifiche mansioni potenzialmente più esposte a rischi di tipo ergonomico.

Nello specifico, nel 2022, primo anno di avvio delle attività formative, la formazione focalizzata sui temi dell'ergonomia e della fisioterapia ha coinvolto le categorie professionali degli autisti e degli addetti al magazzino tessuti. Nel 2023 i corsi sono stati estesi ad un secondo gruppo di dipendenti impiegati in magazzino ed agli addetti del controllo della Brunello Cucinelli S.p.A. Nell'anno sono state formate 75 persone per un totale di 300 ore; mentre nel 2022 erano state erogate 180 ore di formazione per un totale di 45 persone.

Nel tempo l'obiettivo è quello di estendere la formazione non obbligatoria in materia di ergonomia e fisioterapia a tutte le mansioni lavorative che per loro natura risultano essere potenzialmente più esposte a rischi di tipo ergonomico.

Almeno una volta alla settimana è presente in sede a Solomeo il medico competente per effettuare le visite mediche previste per i dipendenti esposti a rischi specifici, secondo le periodicità stabilite nel protocollo sanitario, nel rispetto della privacy dei dati trattati[135].

La presenza periodica del medico competente permette di valutare gli ambienti di lavoro, i rischi presenti, l'ergonomia e le eventuali problematiche che ne possono derivare. In un'ottica di prevenzione, l'Azienda ha deciso di sottoporre a visita medica con **frequenza biennale**, **e non quinquennale**, gli impiegati di età inferiore a 50 anni.

Per quanto concerne invece la **Wellness initiatives (United Healthcare),** è stata avviata la **s**econda edizione di seminari e attività di team building incentrati sul tema del benessere fisico e mentale personale, finanziati da United Healthcare, per le *Region* Stati Uniti e Canada.

Nel 2023 si sono verificati 21 infortuni registrabili[136] senza gravi conseguenze tra le umane risorse del Gruppo (10 nel 2022), di cui 15 in Italia[137], con un tasso di infortuni sul lavoro registrabili complessivamente pari a 0,826 (0,453 nel 2022). Nella tabella che segue si riporta la fotografia sugli infortuni occorsi, e i relativi tassi, nell'ultimo triennio.

135 Si specifica che viste le grandi dimensioni dell'Azienda, al fine di garantire un servizio appropriato sono presenti in sede 3 medici competenti, di cui uno è il medico coordinatore e gli altri due medici coordinati. Le visite mediche vengono effettuate presso degli ambienti aziendali specificatamente dedicati. I lavoratori possono recarsi, nei giorni di visita direttamente in infermeria dal medico competente, per parlare di eventuali problematiche legate alla propria salute. Inoltre, tutti i dipendenti hanno i riferimenti (telefono e mail) dei medici, per poterli contattare in autonomia, quando necessario.

136 Vedasi sezione *Nota metodologica* per maggiori informazioni sulle modalità di calcolo.

137 Il riferimento è alla Società Brunello Cucinelli S.p.A.

Tabella 34 - Infortuni sul lavoro: lavoratori dipendenti[138]

	2021				2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
Lavoratori dipendenti												
Ore totali lavorate	**2.090.706**	**470.936**	**1.183.841**	**3.745.484**	**2.206.238**	**495.033**	**1.713.787**	**4.415.058**	**2.574.123**	**521.003**	**1.988.115**	**5.083.241**
Numero totale di infortuni mortali legati al lavoro	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	**4**[139]	**0**	**0**	**4**	**6**	**2**	**2**	**10**	**15**[140]	**2**	**4**[141]	**21**
Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	**0,000**	**0,000**	**0,000**	**0,214**	**0,544**	**0,808**	**0,233**	**0,453**	**1,165**	**0,768**	**0,402**	**0,826**
GRI 403-9 *Infortuni sul lavoro*												

Con riferimento invece ai lavoratori non dipendenti, si specifica che non si è registrato alcun infortunio nel corso dell'anno di rendicontazione.

138 Si specifica che i dati per il triennio sono riesposti, a seguito di una modifica metodologica nel calcolo.
139 Di cui n.1 in itinere (lo spostamento è avvenuto con auto aziendale).
140 Si specifica che per l'anno 2023 è stato escluso n.1 infortunio in itinere registrato presso la sede di Pinturicchio S.r.l., coerentemente con quanto richiesto da GRI Standards, poiché avvenuto con mezzo proprio del dipendente.
141 Ogni infortunio è stato causato dallo svolgimento delle normali mansioni e responsabilità dei dipendenti. I principali tipi di infortuni legati al lavoro sono contusioni/bruciature e strappi muscolari.

Tabella 35 - Infortuni sul lavoro: altri collaboratori

Altri collaboratori[142]	2022				2023			
	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale	Italia	Europa	Extra-Europa	Totale
Ore totali lavorate[143]	**28.109**	**2.805**	**44.672**	**75.585**	**119.619**	**7.385**	**47.100[144]**	**174.104**
Numero totale di infortuni mortali legati al lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	0	0	0	0	0	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro	0	0	0	0	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	0	0	0	0	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	**0,000**	**0,000**	**0,000**	**0,000**	**0,000**	**0,000**	**0,000**	**0,000**

142 Il dato è calcolato a partire dalla rendicontazione 2022.
143 Il riferimento è esclusivamente alla Società Brunello Cucinelli S.p.A. Le società Max Vannucci S.r.l., Pinturicchio S.r.l. e Raffaello S.r.l. hanno soltanto lavoratori dipendenti nel proprio organico.
144 Si specifica che non sono incluse le ore lavorate per n.5 contingent donne presso la sede di Singapore.

CAPITOLO 6. SOSTENIBILITÀ TECNOLOGICA
ACCETTIAMO I GIUSTI CAMBIAMENTI PER VIVERE LA PARTE MIGLIORE DEI NOSTRI TEMPI

Sostenibilità tecnologica - *Leonardo da Vinci, James Passelwhite, 1835*

In appendice, l'indice dei contenuti GRI

3-3

Dieci Princìpi UNGC
Principio I
Principio VIII
Principio IX

TECNOLOGIA, UMANESIMO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

La tecnologia è **una fedele compagna dell'uomo** dall'antichità, **un dono del Creato.**

Al fine di utilizzarla in modo rispettoso e proficuo, è necessario che l'Umanità la studi con cura e rispetto, attenta però a non farsi rubare quell'anima che il Creato ci ha dato.

Non vi è dubbio che, nel passato, di molte innovazioni abbiamo saputo guidare uno sviluppo importante, cercando un equilibrio nel nostro rapporto con esse.

Nel corso dei secoli si è sovente stabilito un rapporto di **armonia tra le innovazioni tecnologiche, la natura dell'essere umano ed il Creato**: è a tale armonia che tutti noi miriamo, sempre nel perseguimento dell'innovazione come elemento strumentale al raggiungimento di uno sviluppo continuo e sano.

Fin dall'antica Grecia, la "tèchne" era considerata un'arte divina, che implicava la capacità di combinare e trasformare gli elementi trovati lungo il percorso umano. Gli antichi greci ritenevano che le leggi eterne della natura fossero immutabili e che gli esseri umani potessero solamente studiarle e cercare di comprenderle, senza la possibilità di modificarle.

Nel corso della storia, abbiamo inoltre assistito ad evoluzioni dell'umanità accompagnate dalla tecnologia: i fenici impararono a cuocere la sabbia per produrre vetro e a estrarre la porpora dai murici per tingere i tessuti. La tecnologia fu alla base dell'arte di Leonardo e delle architetture del Rinascimento. L'Illuminismo e la rivoluzione tecnologica furono fenomeni interconnessi che si influenzarono reciprocamente. Come popolazione umana, abbiamo altresì assistito all'introduzione di numerose scoperte ed invenzioni: il telaio, la stampa, la macchina a vapore, l'elettricità, il motore a scoppio, la radio, l'aereo, la penicillina e i vaccini.

Nel XVIII secolo, studiando alcune tecniche per rendere più dinamiche le sonorità del clavicembalo nacque il pianoforte.

Prometeo modella il primo uomo cui Atena dona l'anima, ponendo sul suo capo una farfalla [in greco antico Psyche], illustrazione realizzata con strumenti di Generative AI

Nel ripensare al passato, quindi, non v'è dubbio che di molte innovazioni portate dalla tecnologia abbiamo saputo guidare sviluppo e adozione. Oggi osserviamo una nuova possibile e importante innovazione tecnologica, l'intelligenza artificiale, e per la prima volta l'umanità può progettare intelligenze superiori alla propria.

Il nostro presidente ha espresso sentite parole a riguardo, riportiamo in questa sede **la Lettera della Artificiale e Umana Intelligenza**.

Solomeo, 3 Agosto 2023

Come tante invenzioni che hanno accompagnato la storia dell'umanità favorendone il progresso, mi piace pensare all'intelligenza artificiale quale nuova ancella che affianchi l'essere umano per ispirarne e rinnovarne genio e creatività; immagino questa nuova realtà simile a un soffio che possa ravvivare il fuoco vitale della nostra mente umana. *«Parva favilla magnam flammam secundat»*. Così pensava Dante Alighieri, un umile invito ai posteri a seguire il richiamo universale dei perenni valori umani.

Recentemente è stata presa una grande iniziativa etica volta ad ottenere proposte per una progettazione condivisa dell'intelligenza artificiale. Guardo a tale intenzione con fascino, trepidazione e speranza, perché essa dimostra come da parte di tutti venga avvertita la necessità di un *nomos* simile a quello che si dettero i greci antichi come regola della loro vita sociale e politica.

I valori e i beni dell'umanità traggono forza e qualità dalla loro durata, e penso in questo a Hegel, il quale diceva che la quantità determina la qualità; sono convinto che il genio sia uno di tali valori, e vorrei che il genio autentico divenisse una meta da riguardare costantemente da parte di tutti con una mente aperta; vorrei credere che il mondo intero, ed ogni singolo uomo, ogni singola realtà, vivano di verità. Non fu forse genio autentico quello dei nostri scienziati e artisti del Rinascimento? Quando Leonardo da Vinci, dopo aver ammirato un'opera d'arte, magari una pittura, o una scultura, esclamava: *«vorrei immaginare la costruzione di un oggetto volante!»*. Non è forse questa un'incarnazione del Genio? Appunto il Genio è quel fattore umano che crea invenzioni inaspettatamente, perché lo fa saltando i processi logici della mente, divenendo per un attimo follia.

Questa straordinaria creatività, quella che fu di Galilei e di Newton, la stessa che portò Darwin ed Einstein a porre le fondamenta del mondo attuale, è oggi il terreno fertile dove l'intelligenza artificiale può dimostrare la sua efficacia, e di fatto ci aspettiamo dai geni contemporanei che vi sia un ritorno, un formidabile ritorno alla pura creatività umana, un processo nel quale vedo una ripresa e non una via nuova. Sono convinto che ogni nuovo valore germoglierà da quelli precedenti aumentando la sacralità del retaggio antico e dei luoghi ove la sapienza dei padri viene conservata: penso ai libri e a quei silenziosi templi che sono le biblioteche. Quello che per durevoli secoli fece la Biblioteca di Alessandria, diffondendo nel mondo la cultura ellenistica, è oggi quello che fa ogni più piccola biblioteca, pur essa specchio del mondo.

Sono convinto che il valore del testo scritto, la materia antica della sua realtà fisica, fatta di carta e di profumo di inchiostro, di polvere e di legno antico, diverranno utili suggeritori dell'intelligenza artificiale, perché in tali aspetti risiede, mi sembra, il valore della fonte, la possibilità penso unica di dialogare con gli antichi. Come fece Machiavelli, che concepiva la sua biblioteca il luogo: *«Dove non mi vergogno di parlare con gli antichi e domandarli della ragione delle loro azioni: e quelli per loro humanità mi rispondono; e non sento per quattro hore di tempo alcuna noia, sdimentico ogni affanno, non temo la povertà, non mi sbigottisce la morte: tutto mi trasferisco in loro».*

E questa è la grandezza eterna dei libri, dai quali emerge il genio autentico dei grandi pensatori ai quali è affidato il destino di tutte le genti di ogni tempo. La verità è la ragione dei libri, e da essa deriva la credibilità, che è un fattore necessario alla vita umana. Senza verità e credibilità che uomini saremmo? Con Kant mi domando se le stelle sopra di noi e la legge morale dentro di noi sarebbero ancora la nostra guida.

Mi aspetto che i contemporanei Leonardo della tecnologia guardino ai valori umanistici come alla sorgente delle loro creazioni, perché solo così i risultati ne saranno pervasi e l'intelligenza artificiale raggiungerà i massimi livelli di bene per il genere umano.

In una delle sue opere più ricche di pensiero Eschilo narra il mito di Prometeo: questo eroe rappresenta lo spirito cognitivo umano, che donando al mondo il fuoco intende liberare gli uomini dall'angustia delle tenebre. Dice Prometeo: *«Io insegnai loro le aurore e i tramonti nella volta stellata; […] fu mia, e a loro bene, l'idea del calcolo, primizia d'ingegno, e fu mio il sistema di segni tracciati, memoria del mondo».* Però leggiamo ancora in Eschilo che con l'uso del fuoco vennero agli uomini i mali di una vita lontana dalla tranquilla e semplice esistenza primitiva. Giove per questo condannò Prometeo ad una sofferenza eterna, e lui stesso riconobbe il suo errore con queste parole: *«La tecnica è troppo più debole della necessità».*

Riconosco nei Greci la più alta genialità generatrice di valori eterni.

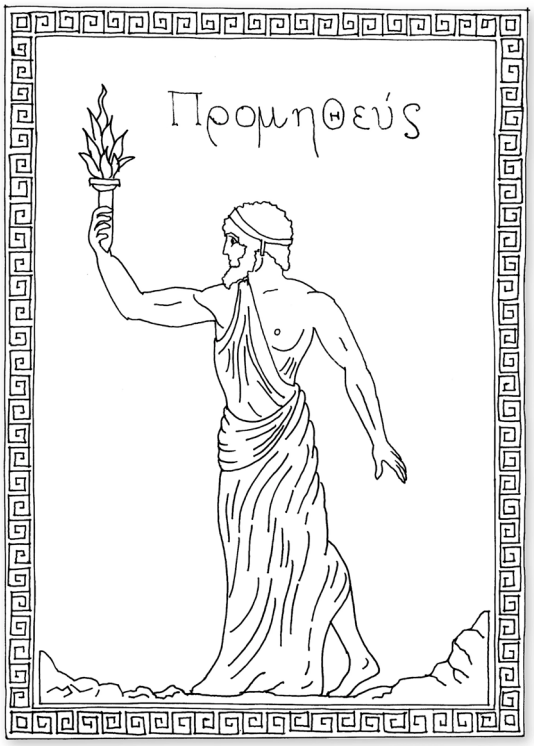
La prima fonte di verità degli esseri umani, come per tutti gli animali senzienti, è rappresentata dalla percezione del mondo, vissuta attraverso i nostri sensi. Come ha narrato uno storico, l'essere umano, a differenza del resto del regno animale, è dotato di una formidabile capacità di immaginazione. Noi siamo gli unici che modifichiamo la realtà partendo dalle idee, dai desideri, dai sogni: la nostra mente sa correre molto al di là di ciò che i cinque sensi ci fanno osservare e comprendere.

I concetti di autentico e di vero si sono costantemente evoluti con il progredire delle nostre società: se per l'uomo preistorico era vero ciò che il saggio anziano della propria tribù raccontava, per moltissimi esseri umani la verità viveva nelle Sacre Scritture. Così è stato per la letteratura, le arti figurative, i libri stampati e, sul finire del XIX secolo, per la fotografia; possiamo immaginare per questo che l'umanità cercherà nuove basi sulle quali fondare con sicurezza la propria mente e le proprie relazioni sociali.

Nel contempo l'esperienza umana diretta potrà avere una grandissima importanza e costruire le basi di verità delle quali come esseri viventi e società abbiamo bisogno.

Lungo la sua storia, l'essere umano ha sempre immaginato di poter creare macchine e automi per liberarsi dai lavori più pesanti e ripetitivi. A tale aspirazione già si riferiva Aristotele nella Politica, quando descriveva strumenti di lavoro in grado di svolgere il proprio compito comandati dalla parola o per "anticipazione intelligente"; strumenti che avrebbero potuto cancellare la schiavitù dal futuro dell'umanità. L'intelligenza artificiale forse diverrà la forma per mezzo della quale l'uomo contemporaneo visiterà ancora il mito eterno dell'imitazione della natura. Però, se in questo volessimo vedere una replica della natura e dei suoi misteri, dovremmo anche ricordare che l'umana intelligenza si è formata attraverso milioni di anni, ed è difficile immaginare che l'artificio possa oggi conseguirne una copia in un tempo minore. Per questo il timore dell'intelligenza artificiale, al di là dell'utilizzo che ne può fare l'uomo, ricorda piuttosto la paura dell'ignoto che assaliva gli uomini di fronte al fulmine prima che Prometeo portasse loro in dono il fuoco.

Sembra quindi, se non è tale da essere temuta, che l'intelligenza artificiale sia da stimare per tutte quelle utilità che può apportare al mondo nella misura in cui potrà liberare l'uomo dagli affanni materiali della attuale vita, restituendogli in un ambito contemporaneo la dimensione, il tempo e lo spazio di un'esistenza vissuta in armonia con la natura, quale il genere umano ha vissuto dai tempi più antichi fino almeno al secolo scorso. Per questo non mi è facile immaginare, invece, un automa o un sistema artificiale che possano provare emozioni autentiche o sentimenti profondi e veri; potrà mai un robot alzare gli occhi al cielo, o provare commozione, e veder sgorgare dai propri occhi lacrime vere?

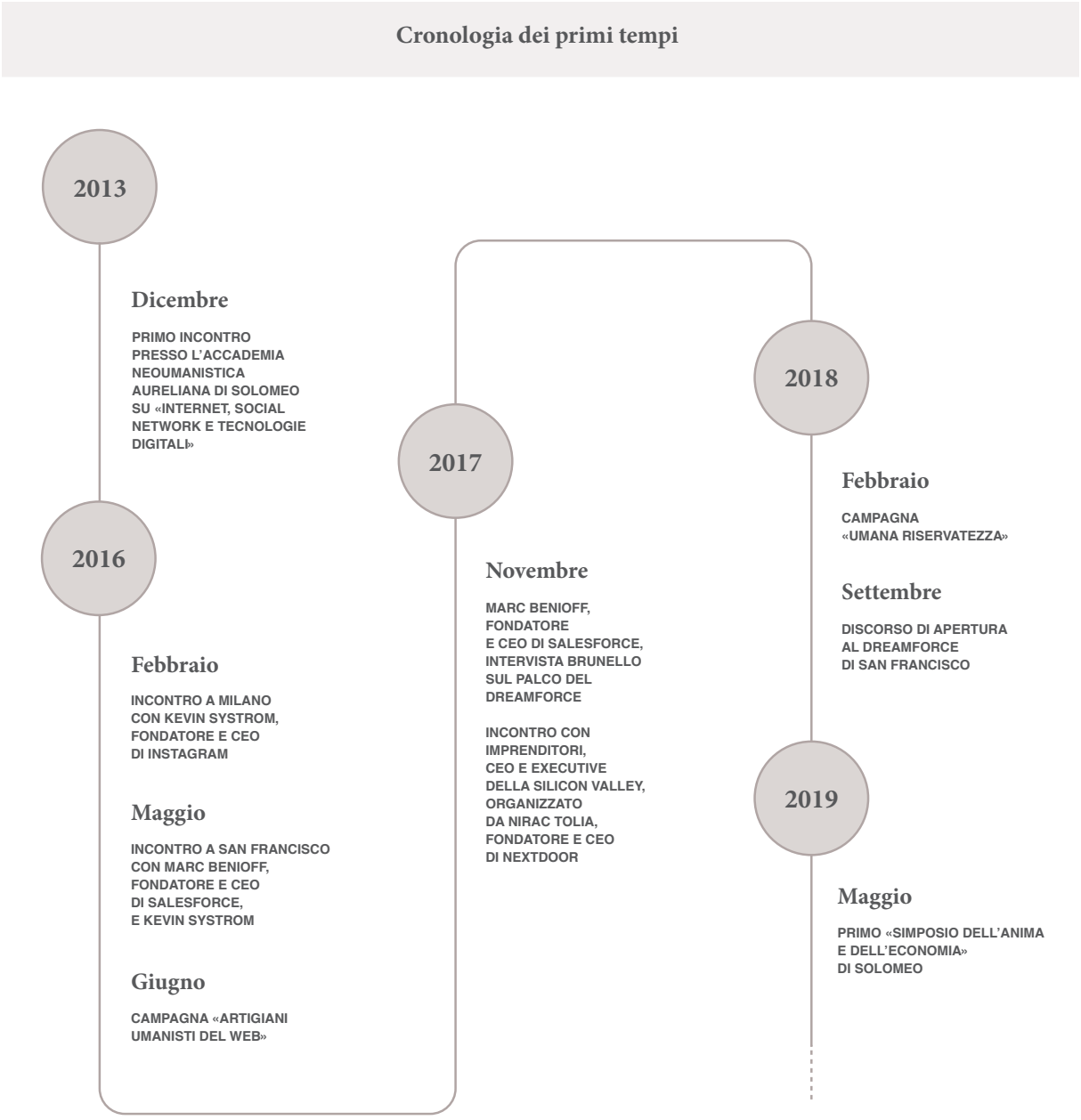


Prometeo, illustrazione adattata da Massimo de Vico Fallani

Il nostro approccio all'innovazione, alla digitalizzazione e allo sviluppo tecnologico si è strutturato nel tempo: consapevoli che il cammino è ancora lungo, miriamo ad una futura e continua esplorazione con fascino e curiosità nei riguardi delle tantissime possibilità che la tecnologia offre e promette.

Di seguito, la **Cronologia dei primi tempi**, per ricalcare le tappe che dalle origini del nostro pensiero sulla Tecnologia e l'Umanesimo ci hanno condotto fino ad oggi (rif. Figura 35).

Figura 35: La Cronologia dei primi tempi – le tappe della Sostenibilità Tecnologica



Il percorso qui sopra rappresentato culmina nel **Primo "Simposio dell'Anima e dell'Economia" di Solomeo**.

Nel maggio del 2019, **grandi personalità provenienti dalla Silicon Valley** come Jeff Bezos, Reid Hoffman, Drew Houston, Ruzwana Bashir e altri hanno trascorso tre giorni a Solomeo; durante l'incontro, che ha preso il nome di Simposio, si è riflettuto sulla fondazione dell'armonia tra umanesimo e tecnologia, cercando ispirazione per il comportamento umano e i principi del Terzo Millennio; si è espresso il desiderio di un futuro basato sulla dignità e fratellanza, preservando un equilibrio tra profitto e dono, la famiglia è stata citata come un luogo fondamentale per la crescita dell'anima. Si è anche discusso della necessità di unire passato e futuro nel presente e di costruire monumenti eterni che testimonino la grandezza dell'epoca attuale.

La riflessione principale degli amichevoli colloqui del simposio ha riguardato la chiarezza con cui **l'umanità si ricollega alla propria storia**: una consapevolezza del nostro passato che ad esso ci affezioni e dal quale possano spuntare i germogli per un futuro armonioso. La necessità di avere il coraggio di abbracciare il cambiamento e di perseguire la ricerca del nuovo è fondamentale, perché **non accettando i cambiamenti perderemo anche tutto quello che in essi vi è di buono**.

Alla fine di questi giorni i partecipanti hanno immaginato un possibile resoconto di tali profondi argomenti discussi, una sorta di segno della memoria, una sommatoria dei loro pensieri, identificandola come: **Carta del Simposio di Solomeo.**

Ci piacerebbe immaginare tale carta come la **fondazione del principio di Armonia tra umanesimo e tecnologia** e come possibile fonte di ispirazione del comportamento e dei principi dell'uomo.

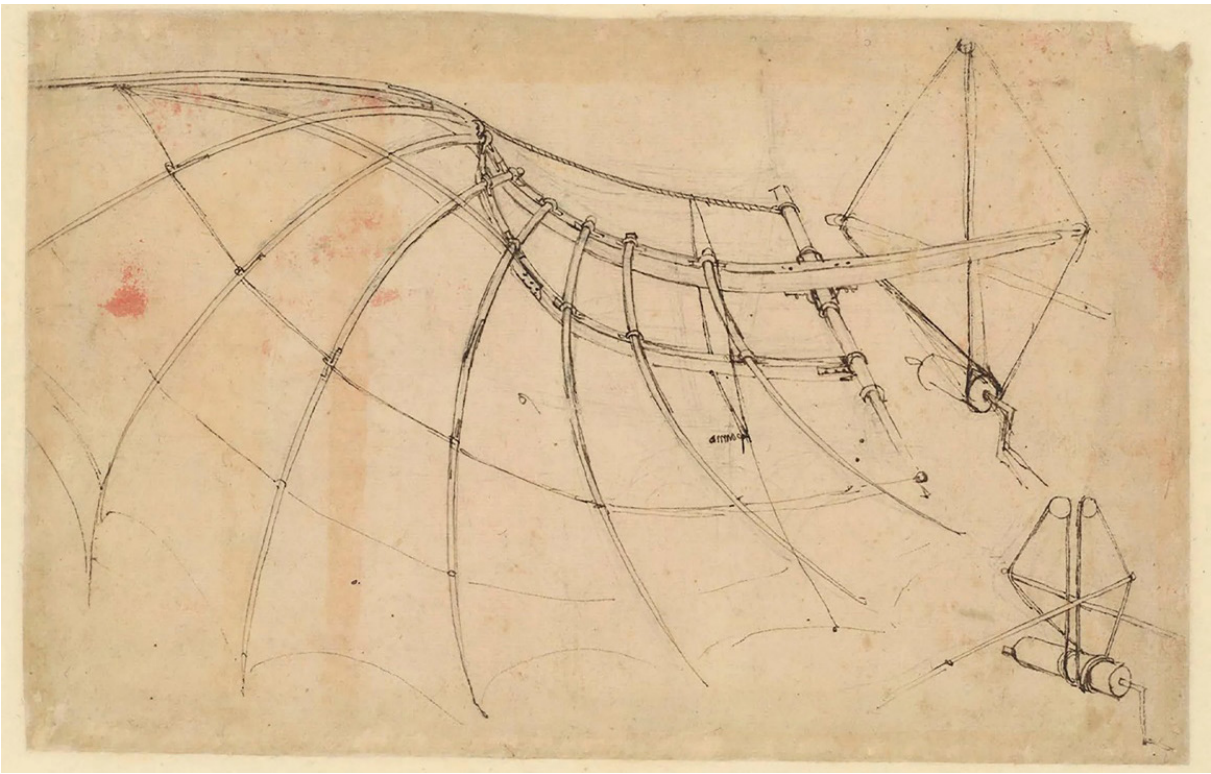
Nell'ultimo periodo di studio e di riflessione sui continui sviluppi dell'intelligenza artificiale abbiamo provato a descrivere quegli aspetti e quei caratteri che ci sembrano differenziarla dall'umana intelligenza e che potrebbero contribuire a guidarci nella sua comprensione ed evoluzione a favore dell'umanità.

Figura 36: Umana e Artificiale - Tratti caratterizzanti le due intelligenze

L'umana Intelligenza sa	L'intelligenza artificiale sa
Provare sentimenti *"L'amor che move il sole e l'altre stelle"* *Dante*	Analizzare *"Non indagare tutto: tante coseè meglio restino nascoste"* *Sofocle*
Sognare *"Da Giove anche il sogno procede"* *Omero*	Calcolare *"Qui non entra chi non è geometra"* *Platone*
Desiderare *"Se hai misura dei desideri sei più vicino agli dèi"* *Socrate*	Sintetizzare *"Di' molte cose con poche parole"* *Pitagora*
Intuire *"L'atto di intendere è vita"* *Aristotele*	Suggerire *"Dai ai tuoi amici saggi consigli, e non discutere per tema di rimproveri"* *Confucio*
Creare *"In atre soltanto l'ottimo è abbastanza"* *Goethe*	Eseguire *"Chi vive nell'operosità trovi il tempo per il riposo"* *Seneca*

Digitalizzazione e sviluppo tecnologico

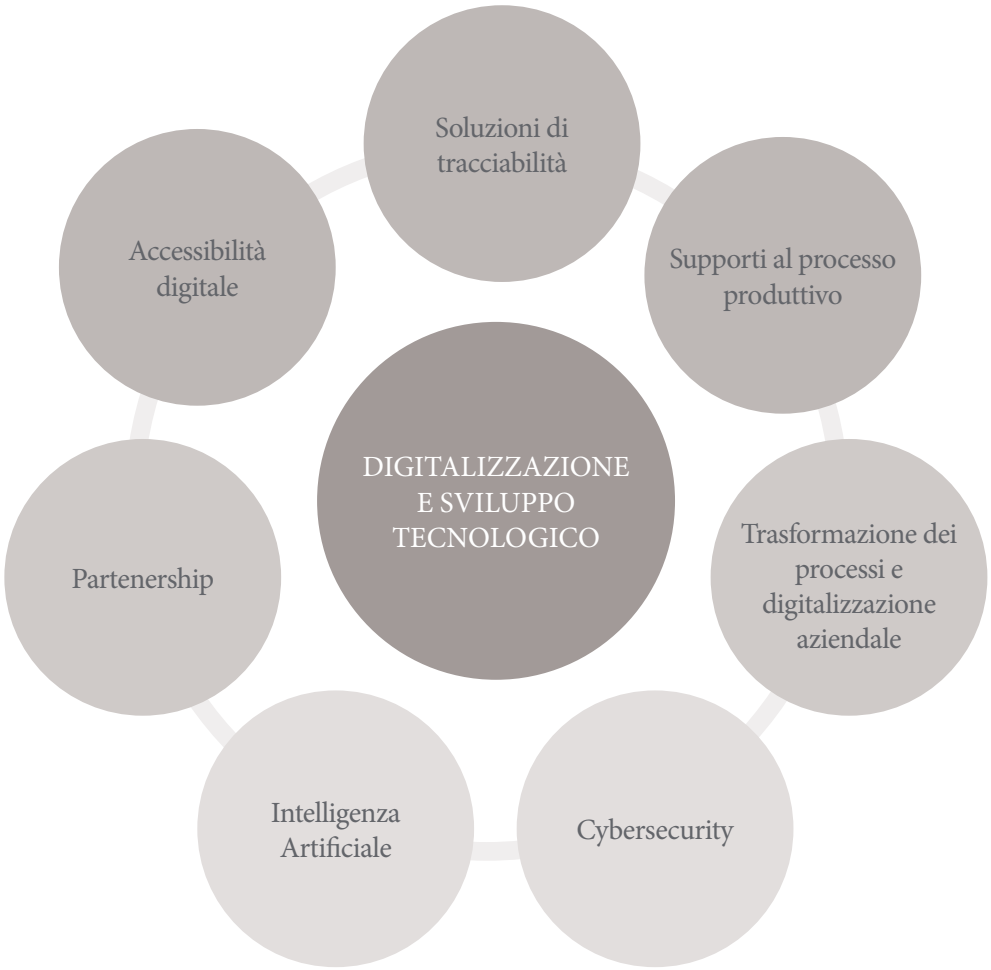
Il nostro Gruppo si è dato la missione di individuare idee che possano unire **umanesimo e tecnologia**. Vorremmo investire e, auspicabilmente, supportare nella crescita progetti che sposino gli ideali di sviluppo tecnologico nel rispetto dell'essere umano e del Creato, ispirandoci ai grandi pensatori del passato.



Ala coperta da un telo mossa a mano da un verricello a manovella, Leonardo da Vinci (1452-1519), Veneranda Biblioteca Ambrosiana/Mondadori Portfolio.

Molteplici sono le progettualità che abbracciano l'ideale di **sana crescita tecnologica al servizio comune di tutti gli uomini**, volte alla cura e al supporto dei collaboratori, all'arricchimento della relazione con i clienti e alla valorizzazione dell'artigianalità dei prodotti. Tali iniziative si sviluppano lungo le direttrici evidenziate nell'infografica sottostante (rif. Figura 36)

Figura 37: Le nostre iniziative a tema Digitalizzazione e Sviluppo Tecnologico



Soluzioni di tracciabilità

Pensando ai nostri capi come a qualcosa da custodire, con l'obiettivo di allungarne il più possibile la vita utile, ci immaginiamo che **in futuro il digital product passport potrà rappresentare una sorta di capsula del tempo dell'artigianalità e della manualità dei prodotti**, consultabile dai clienti che verranno. Con tale obiettivo è stato avviato **il progetto NFTaste,** volto a rendere il prodotto uno strumento di comunicazione con il cliente intorno allo stile e al mondo Brunello Cucinelli.

Il progetto ha visto l'avvio dalla collezione Primavera-Estate 2024, con una selezione di abiti uomo e donna, che sono stati arricchiti da un'esperienza digitale riguardante lo stile, l'abbinamento e i dettagli di prodotto, accessibile tramite chip NFC integrato nel prodotto.

Sempre in ambito di consolidamento di **soluzioni di tracciabilità della filiera**, volte ad un continuo maggior efficientamento dei sistemi di gestione, prosegue la **ricerca su tag RFID solidali**, ossia attaccati al capo e non penduli, al fine di identificare soluzioni che seguano le diverse categorie merceologiche durante le fasi di lavorazione.

Allo stesso modo, è proseguita anche l'implementazione del **programma di consolidamento delle soluzioni di tracciabilità e di integrazione della filiera**, per un continuo maggior efficientamento dei sistemi di gestione. La **piattaforma FiloLog** permette la collaborazione tra le risorse addette al coordinamento e la struttura produttiva esterna, tramite condivisione delle disposizioni d'ordine produttivo e dei dati tecnici utili alla realizzazione dei capi, il caricamento online delle schede di prodotto utili alla costruzione del capo ed i documenti delle specifiche CAD di piazzamento. Ad oggi sono state coinvolte le imprese artigiane di maggiore rilevanza, in particolare, nel 2023, sono stati coinvolti tre nuovi laboratori, oltre al nuovo sito produttivo Raffaello S.r.l. Il progetto sarà ulteriormente consolidato nel corso del 2024.

Supporti al processo produttivo

Allo stesso modo, ulteriore direttrice di lavoro in ambito di sviluppo tecnologico è legata a sperimentazioni a **supporto del processo produttivo**.

In tale ambito, sono stati avviati due studi che proseguiranno con la realizzazione di un prototipo funzionante: un **apparato di supporto al controllo qualità tessuti** che aiuti l'operatore nell'identificazione e nella classificazione dei difetti e un **nuovo tavolo digitale di controllo qualità dei semi-lavorati di maglieria**, più evoluto in termini di ergonomia e di funzioni a supporto dell'operatore.

Altresì, è stato ulteriormente implementato l'applicativo interno denominato "**Sartoria Solomeo**" che ha il fine di **facilitare il passaggio di informazioni tecniche** (modelli, misure, tessuti, accessori, note ai punti misura, ecc.) **tra le principali boutique flagship e la sartoria di Solomeo**. Il suo utilizzo è stato esteso al nuovo sito produttivo Raffaello S.r.l. creando i presupposti per un solido supporto applicativo all'attivazione dei suoi reparti produttivi Made to Measure (MTM).

Trasformazione dei processi e digitalizzazione aziendale

Inoltre, nell'anno ha preso avvio la fase di definizione del **programma "Alveare Digitale" finalizzato alla trasformazione dei processi e dei sistemi informativi aziendali**. Nello specifico, il programma vuole cogliere l'opportunità di ripensare le operations ed il parco applicativo in uso, in linea con gli obiettivi di sviluppo futuro dell'azienda, per accompagnarla nel mantenimento della sostenibilità umana e nella valorizzazione delle peculiarità. Il progetto sarà operativo a partire dal 2024 e verrà ulteriormente sviluppato negli anni successivi.

Cybersecurity

In ottica di mitigazione dei rischi di sicurezza informatica legati alla catena produttiva e alla protezione delle informazioni scambiate, il Comitato di Sicurezza Informatica ha promosso una iniziativa di **coinvolgimento e sensibilizzazione degli artigiani strategici** che mira ad estendere le competenze acquisite in materia di **sicurezza informatica** e le tecnologie adottate negli ultimi anni, consolidando l'impegno a distribuire i valori aziendali nel territorio.

Intelligenza Artificiale

Nel 2023 sono anche iniziati i primi test di **applicazione dell'AI generativa** a supporto del lavoro umano, con applicazioni sperimentali nella generazione di contenuti in linea con il *tone of voice* del brand e per la consultazione e la sintesi della documentazione aziendale.

Partnership

Inoltre, nel 2023 **la Casa di Moda è diventata partner di Styleit,** l'acceleratore FashionTech della Rete Nazionale Accelerator Cassa Depositi e Prestiti (CDP), iniziativa volta a supportare l'imprenditorialità tramite l'accelerazione di startup tecnologiche che supportino la filiera italiana della moda.

Prestiamo costante ed elevata attenzione alle tematiche di innovazione digitale legate alla manifattura al fine di rendere **contemporanea** la nostra **artigianalità**, applicando il concetto dell'open innovation[145].

Accessibilità digitale

In ultima istanza, il progetto architettonico, monumentale e naturale della Biblioteca Universale di Solomeo (rif. Sezione "*Il recupero dell'antico splendore del Borgo di Solomeo*"), che verrà ultimato nel 2027, prevede che il nuovo edificio e il suo parco aperto al pubblico, siano luoghi diffusi, attrattivi, aperti al pubblico, luoghi di incontro ideali. Al fine di rispettare e valorizzare tale filosofia, non solo fisicamente ma anche digitalmente, la Società sta lavorando per adottare delle **soluzioni tecnologiche che rendano il bellissimo patrimonio culturale accessibile anche da molto lontano**, ossia per visitatori, studenti e ricercatori che non possano recarsi a Solomeo, al fine di diffondere il sapere in modo universale. Si prevede che tale progetto verrà finalizzato nel 2026.

145 L'Open Innovation è un paradigma che afferma che le imprese possono e debbono fare ricorso a idee esterne, così come a quelle interne, ed accedere con percorsi interni ed esterni ai mercati se vogliono progredire nelle loro competenze tecnologiche.

ADDENDUM

LA TASSONOMIA EUROPEA

Pubblicato il 22 giugno 2020 nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea ed entrato in vigore il 12 luglio 2020, il Regolamento (UE) 2020/852 – EU Taxonomy Regulation (di seguito anche "Tassonomia" o "Regolamento") definisce un sistema unitario per la classificazione delle attività economiche che possono essere considerate eco-sostenibili.

Emanato dalla Commissione Europea, tale strumento normativo ha l'obiettivo di favorire l'implementazione del Green Deal Europeo e di contribuire al raggiungimento della neutralità climatica in Europa entro il 2050, orientando gli investimenti economici verso attività e progetti considerati ecosostenibili ed in grado di fornire un contributo sostanziale al raggiungimento dei target ambientali definiti dall'Unione Europea.

Il Regolamento (UE) 2020/852 si applica a tutte le Società obbligate a redigere una Dichiarazione di carattere Non Finanziario secondo quanto previsto dalla Direttiva 2014/95/UE, recepita in Italia dal D.Lgs. 254/2016.

Tali imprese sono pertanto soggette a rendicontare le informazioni relative alla quota di fatturato (Turnover), alla quota di spese in conto capitale (CapEx) e alla quota di spese operative (OpEx) associate alle attività economiche considerate ammissibili secondo quanto riportato all'interno del "*Climate Delegated Act*"[146] e, a partire dal 2023, anche in base a quanto indicato nell'*Environmental Delegated Act*"[147]. Inoltre, in relazione ai primi due obiettivi correlati al cambiamento climatico (mitigazione e adattamento) risulta necessario valutare, in continuità con l'anno precedente, anche l'allineamento alla Tassonomia.

Gli Atti Delegati disciplinano una serie di criteri volti a stabilire se una determinata attività economica contribuisce in modo sostanziale al perseguimento di un obiettivo ambientale e forniscono i requisiti affinché la stessa non arrechi danni significativi a nessun altro obiettivo. In particolare, in accordo con quanto previsto dal Regolamento, per essere considerata "ecosostenibile" (e quindi allineata), un'attività deve soddisfare alcuni requisiti, oltre che **contribuire significativamente ad almeno uno dei sei obiettivi di carattere ambientale previsti dal Regolamento:** mitigazione e adattamento al cambiamento climatico, uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine, transizione verso un'economia circolare, prevenzione e controllo dell'inquinamento, protezione e ripristino della biodiversità e degli eco-sistemi.

Affinché un'attività possa ritenersi allineata è necessario che vengano rispettati i seguenti criteri:
- **Soddisfare i criteri di contributo sostanziale** definiti dal regolamento per ciascuna tipologia di attività. Tali criteri, individuati su base scientifica e specifici per ciascuno degli obiettivi, descrivono le condizioni da rispettare per poter contribuire in modo sostanziale al raggiungimento degli obiettivi stessi.

146 Regolamento 2021/2800 final, adottato il 4 giugno 2021 ed entrato in vigore dal 1° gennaio 2022. Nel 2022, la Commissione, attraverso il Regolamento Delegato 2022/631 "Complementary Delegated Act", adottato il 15 luglio 2022 ed entrato in vigore dal 1° gennaio 2023, ha modificato l'Atto delegato sul clima introducendo attività e relativi criteri di vaglio tecnico per la generazione di energia a partire da nucleare e gas naturale. Nel corso del 2023 è stato pubblicato il Regolamento Delegato 2023/2485, con il quale sono stati apportati alcuni emendamenti al Climate Delegated Act, sia in termini di nuove attività, sia in termini di criteri di vaglio tecnico.

147 Regolamento 2023/2486, adottato il 27 giugno 2023 ed entrato in vigore dal 1° gennaio 2024.

- **Non arrecare danno significativo** (Do No Significant Harm – DNSH) a nessuno degli altri obiettivi non significativamente impattati.
- **Rispettare le garanzie minime di salvaguardia**, riconoscendo l'importanza dei diritti umani e delle norme internazionali.

L'analisi di ammissibilità e di allineamento della Casa di Moda

Nel corso del 2023 il Gruppo Brunello Cucinelli ha aggiornato l'analisi delle proprie attività economiche al fine di valutarne l'eventuale ammissibilità ai sei obiettivi ambientali della Tassonomia.

Dall'analisi condotta, è emerso che non vi sono linee di ricavo che potrebbero essere ritenute ammissibili rispetto a quanto indicato nel Climate Delegated Act e nell'Environmental Delegated Act. Al contrario, con riferimento a CapEx (Annex 1 del Regolamento Delegato (UE) 2021/2178, par. 1.1.2.2 punto (c)[148]) relativi all'acquisto di prodotti derivanti da attività economiche ammissibili e allineate alla tassonomia, sono state individuate diverse attività economiche ammissibili rispetto agli obiettivi di mitigazione del cambiamento climatico, uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine e transizione verso un'economia circolare.

Sono state individuate diverse attività ammissibili rispetto alla mitigazione del cambiamento climatico:
- *5.1. Costruzione, espansione e gestione di sistemi di raccolta, trattamento e fornitura di acqua*: costruzione di un pozzo per l'approvvigionamento di acqua;
- *6.5 Trasporto mediante moto, autovetture e veicoli commerciali leggeri:* acquisto e noleggio di automezzi;
- *6.13 Infrastrutture per la mobilità personale, ciclologistica:* costruzione di un marciapiede per la viabilità dei pedoni;
- *7.2 Ristrutturazione di edifici esistenti*: ristrutturazione di negozi, uffici e altri edifici;
- *7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica*: implementazione di sistemi di isolamento termico degli edifici; realizzazione, manutenzione ed efficientamento di impianti di ventilazione e condizionamento; sostituzione dei sistemi di illuminazione e delle lampade tradizionali con sistemi di smart lighting e lampade a LED.
- *7.7 Acquisto e proprietà di edifici:* affitto di immobili.

È stata individuata un'attività ammissibile rispetto all' uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine:
- *2.2 Trattamento delle acque reflue urbane*: realizzazione di una porzione di rete fognaria.

Sono state individuate diverse attività ammissibili rispetto alla transizione verso un'economia circolare:
- *3.2 Ristrutturazione di edifici esistenti*: ristrutturazione di negozi, uffici e altri edifici;
- *3.4 Manutenzione di strade e autostrade*: realizzazione di parcheggi e piazzali;
- *4.1 Fornitura di soluzioni IT/OT (tecnologie dell'informazione/tecnologie operative) basate sui dati:* implementazione di sistemi informatici per il funzionamento e la manutenzione di macchinari e apparecchiature.

148 Sono relative all'acquisto di prodotti derivanti da attività economiche allineate alla tassonomia e a singole misure che consentono alle attività obiettivo di raggiungere basse emissioni di carbonio o di conseguire riduzioni dei gas a effetto serra, in particolare le attività elencate all'allegato I, punti da 7.3 a 7.6, dell'atto delegato sul clima, nonché altre attività economiche elencate negli atti delegati adottati in applicazione dell'articolo 10, paragrafo 3, dell'articolo 11, paragrafo 3, dell'articolo 12, paragrafo 2, dell'articolo 13, paragrafo 2, dell'articolo 14, paragrafo 2, e dell'articolo 15, paragrafo 2, del regolamento (UE) 2020/852, purché tali misure siano attuate e rese operative entro 18 mesi.

Inoltre, in ottemperanza alle previsioni del Climate Delegated Act, il Gruppo Brunello Cucinelli ha successivamente valutato l'allineamento delle attività economiche ammissibili rispetto alla mitigazione del cambiamento climatico, verificandone la conformità ai seguenti criteri:
- Criteri per il contributo sostanziale;
- Criteri per "non arrecare un danno significativo" ("Do No Significant Harm" o DNSH);
- Garanzie Minime di Salvaguardia ("Minimum Social Safeguards").
- Contributo sostanziale

Ai fini della valutazione di allineamento, per ciascuna delle attività economiche considerate ammissibili rispetto alla mitigazione del cambiamento climatico, è stato verificato il rispetto dei **criteri di contributo sostanziale**[149].

Attività 5.1. Costruzione, espansione e gestione di sistemi di raccolta, trattamento e fornitura di acqua

Dall'analisi condotta dal Gruppo emerge che l'attività di costruzione di un pozzo per l'approvvigionamento di acqua non sia allineata al criterio di contributo sostanziale in assenza di informazioni specifiche relative al consumo medio netto di energia per l'estrazione.

Attività 6.5 Trasporto mediante moto, autovetture e veicoli commerciali leggeri

Dall'analisi condotta dal Gruppo emerge che l'attività di acquisto e noleggio dei veicoli effettuata nel 2023 appartenenti alle categorie M1 (destinati al trasporto di persone e hanno una capacità massima di 8 posti a sedere) e N1 (destinati al trasporto di merci e hanno una massa massima non superiore a 3,5 t) non risulti allineata al criterio di contributo sostanziale di cui al punto a), in assenza di informazioni specifiche relative all'intensità emissiva degli automezzi.

Attività 6.13 Infrastrutture per la mobilità personale, ciclologistica

Dall'analisi condotta dal Gruppo emerge che, trattandosi di costruzione di un marciapiede per la viabilità dei pedoni, tale attività sia allineata al criterio di contributo sostanziale.

Attività 7.2 Ristrutturazione di edifici esistenti

Dall'analisi condotta dal Gruppo emerge che l'attività di ristrutturazione degli edifici non sia allineata al criterio di contributo sostanziale in quanto non comporterebbe una riduzione del fabbisogno di energia primaria di almeno il 30% e non risulta conforme ai requisiti applicabili per le ristrutturazioni importanti.

Attività 7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica

Dall'analisi condotta dal Gruppo emerge che una parte delle attività volte all'efficientamento energetico degli edifici effettuate da terzi, risulti anche allineata al criterio di contributo sostanziale di cui ai punti a), b), d) ed e). Si tratta per lo più di attività di sostituzione di sistemi di illuminazione e delle lampade tradizionali con sistemi di smart lighting e lampade a LED, a cui si aggiungono interventi di efficientamento delle prestazioni energetiche di alcuni edifici a vantaggio di un maggiore isolamento termico, nonché la sostituzione di impianti di condizionamento con tecnologie a maggiore efficienza.

149 Articoli 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19 del Regolamento UE 852/2020.

Attività 7.7 Acquisto e proprietà di edifici

Dall'analisi condotta dal Gruppo emerge che in relazione all'affitto di immobili, in assenza di elementi sufficienti relativamente all'anno di costruzione degli edifici e della relativa classe energetica, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

Do Not Significant Harm (DNSH)

Il Gruppo Brunello Cucinelli ha successivamente valutato, per ciascuna attività economica ammissibile rispetto alla mitigazione del cambiamento climatico, la relativa conformità ai criteri "**Do No Significant Harm**" (DNSH)[150] al fine di garantire che tali attività economiche non arrechino danni significativi agli altri obiettivi di carattere ambientale.

Attività 5.1 Costruzione, espansione e gestione di sistemi di raccolta, trattamento e fornitura di acqua

Con riferimento a tale attività, sono state svolte le seguenti analisi:
- *Adattamento ai cambiamenti climatici:* è necessario che l'attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice A del Climate Delegated Act, i quali prevedono che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione di vulnerabilità dei rischi climatici fisici di natura cronica e acuta (elencati alla sezione II dell'appendice stessa) che hanno un impatto sull'attività stessa. Per quanto riguarda gli investimenti effettuati nel 2023 connessi alla costruzione di un pozzo per l'approvvigionamento di acqua, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.
- *Uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine:* è necessario che l'attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice B del Climate Delegated Act che prevedono un'analisi dei rischi di degrado ambientale connessi sia alla conservazione della qualità dell'acqua, sia alla prevenzione dello stress idrico, oppure una valutazione di impatto ambientale a norma della direttiva 2011/92/UE del Parlamento europeo e del Consiglio[151]. Secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.
- *Protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi:* è necessario che l'attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice D del Climate Delegated Act che prevedono una procedura di valutazione di impatto ambientale (VIA) e l'attuazione di misure di mitigazione e di compensazione necessarie per la protezione dell'ambiente. In relazione agli investimenti effettuati nel 2023 connessi alla costruzione di un pozzo per l'approvvigionamento di acqua, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

Attività 6.5 Trasporto mediante moto, autovetture e veicoli commerciali leggeri

Con riferimento a tale attività, sono state svolte le seguenti analisi:
- *Adattamento ai cambiamenti climatici:* è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice A del Climate Delegated Act, i quali prevedono che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione di vulnerabilità dei rischi climatici fisici di natura cronica e acuta (elencati alla

150 Articolo 17 del Regolamento UE 852/2020.
151 Direttiva 2011/92/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, concernente la valutazione dell'impatto ambientale di determinati progetti pubblici e privati (GU L 26 del 28.1.2012, pag. 1).

sezione II dell'appendice stessa) che hanno un impatto sull'attività stessa. Per quanto riguarda gli investimenti effettuati nel 2023 connessi all'attività di acquisto e noleggio a lungo termine di automezzi, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

– *Transizione verso un'economia circolare:* relativamente all'attività 6.5, i criteri enunciati richiedono che i veicoli delle categorie M1 e N1 siano; (a) riutilizzabili o riciclabili per almeno l'85% del peso e (b) riutilizzabili o recuperabili per almeno il 95% del peso; e che siano in atto misure per la gestione dei rifiuti sia nella fase di utilizzo (manutenzione) che a fine vita della flotta, anche attraverso il riutilizzo e il riciclaggio delle batterie e dei componenti elettronici (in particolare le relative materie prime essenziali), conformemente alla gerarchia dei rifiuti. Secondo quanto definito nell'allegato I della direttiva 2005/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio in relazione all'omologazione dei veicoli a motore per quanto riguarda la loro riutilizzabilità, riciclabilità e recuperabilità, i Gruppo considera l'attività allineata.
– *Prevenzione e riduzione dell'inquinamento:* relativamente all'attività 6.5, risulta necessario che i veicoli rispettino alcuni parametri in termini di conformità, omologazione, emissione ed efficienza. Si ritiene vi sia allineamento con tale criterio, in quanto i parametri e le caratteristiche in esame risultano esser richiesti dall'Unione Europea a tutti i nuovi mezzi delle categorie M1 e N1 recentemente immatricolati.

Attività 6.13 Infrastrutture per la mobilità personale, ciclologistica

Con riferimento a tale attività, sono state svolte le seguenti analisi:
– *Adattamento ai cambiamenti climatici:* è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice A del Climate Delegated Act, i quali prevedono che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione di vulnerabilità dei rischi climatici fisici di natura cronica e acuta (elencati alla sezione II dell'appendice stessa) che hanno un impatto sull'attività stessa. Per quanto riguarda gli investimenti effettuati nel 2023 connessi all'attività di costruzione di un marciapiede per la viabilità dei pedoni, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.
– *Uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine*: è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice B del Climate Delegated Act che prevedono un'analisi dei rischi di degrado ambientale connessi sia alla conservazione della qualità dell'acqua, sia alla prevenzione dello stress idrico, oppure una valutazione dell'impatto ambientale a norma della direttiva 2011/92/UE del Parlamento europeo e del Consiglio[152]. Secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.
– *Transizione verso un'economia circolare:* relativamente all'attività 6.13, risulta necessario che durante il processo di costruzione vengano attuate delle misure di limitazione della produzione dei rifiuti da costruzione e demolizione non pericolosi prodotti in cantiere a sostegno della circolarità e che almeno il 70% di questi sia avviato a processi di riciclo/recupero. Non si ritiene che ad oggi l'attività di costruzione del marciapiede possa ritenersi allineata a tali criteri.
– *Prevenzione e riduzione dell'inquinamento:* è necessario che, durante le fasi di costruzione siano adottate misure per ridurre il rumore, le polveri e le emissioni inquinanti. Si ritiene pertanto che tale criterio sia rispettato e, pertanto, il Gruppo ritiene l'attività allineata.
– *Protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi:* è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice D del Climate Delegated Act che prevedono una procedura di una valutazione di im-

152 Direttiva 2011/92/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 dicembre 2011, concernente la valutazione dell'impatto ambientale di determinati progetti pubblici e privati (GU L 26 del 28.1.2012, pag. 1).

patto ambientale (VIA) e l'attuazione di misure di mitigazione e di compensazione necessarie per la protezione dell'ambiente. In relazione agli investimenti effettuati nel 2023 connessi alla costruzione di un marciapiede per la viabilità dei pedoni, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

Attività 7.2 Ristrutturazione di edifici esistenti

Con riferimento a tale attività, sono state svolte le seguenti analisi:
- *Adattamento ai cambiamenti climatici:* è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice A del Climate Delegated Act, i quali prevedono che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione di vulnerabilità dei rischi climatici fisici di natura cronica e acuta (elencati alla sezione II dell'appendice stessa) che hanno un impatto sull'attività stessa. Per quanto riguarda gli investimenti effettuati nel 2023 connessi all'attività di ristrutturazione di negozi e edifici, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.
- *Uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine*: relativamente all'attività 7.2, risulta necessario che siano rispettati dei requisiti sul consumo d'acqua, ovvero che le apparecchiature idrauliche siano installate al fine di garantire flussi di erogazioni e scarichi che contengano gli sprechi della risorsa idrica. Non si ritiene che le informazioni tecniche siano ad oggi sufficienti affinché il Gruppo possa ritenere cautelativamente le attività di ristrutturazione di negozi e edifici allineate ai criteri sopracitati.
- *Transizione verso un'economia circolare:* relativamente all'attività 7.2, risulta necessario che durante il processo di costruzione vengano attuate delle misure di limitazione della produzione dei rifiuti da costruzione e demolizione non pericolosi prodotti in cantiere a sostegno della circolarità e che almeno il 70% di questi sia avviato a processi di riciclo/recupero. Non si ritiene che ad oggi l'attività di costruzione del marciapiede possa ritenersi allineata a tali criteri.
- *Prevenzione e riduzione dell'inquinamento:* è necessario che ogni attività di ristrutturazione sia stata implementata in moto tale che durante i lavori di costruzione siano state adottate misure per ridurre il rumore, le polveri e le emissioni inquinanti, con un'attenzione particolare ai componenti edili utilizzati. Il criterio richiede che tali materiali abbiano contenuti di inquinanti (formaldeide e composti organici volanti) limitati affinché non vi siano impatti negativi sulla salute umana e che siano soddisfatti i criteri enunciati nell'Appendice C del Climate Delegated Act richiedono che l'attività non comporti l'uso di alcune tipologie di sostanze chimiche inquinanti. Nonostante il Gruppo, nella conduzione delle attività di ristrutturazione, si impegni a rispettare la normativa vigente in materia di sostanze utilizzate, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti a sostanziare le analisi puntuali richieste dal criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

Attività 7.3 Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica

Con riferimento a tale attività, sono state svolte le seguenti analisi:
- *Adattamento ai cambiamenti climatici:* è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice A del Climate Delegated Act, i quali prevedono che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione di vulnerabilità dei rischi climatici fisici di natura cronica e acuta (elencati alla sezione II dell'appendice stessa) che hanno un impatto sull'attività stessa. Per quanto riguarda gli investimenti connessi alle attività di sostituzione di sistemi di smart lighting e lampade a LED, nonché all'efficientamento delle prestazioni energetiche di alcuni edifici, in continuità con quanto riportato per l'attività 6.5, secondo un criterio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

– *Prevenzione e riduzione dell'inquinamento:* relativamente all'attività 7.3, i criteri enunciati nell'Appendice C del Climate Delegated Act richiedono che l'attività non comporti la fabbricazione, l'immissione in commercio o l'uso di alcune tipologie di sostanze chimiche inquinanti. Nonostante il Gruppo, nella conduzione delle proprie attività di business, si impegni a rispettare la normativa vigente in materia di sostanze utilizzate e richieda l'adesione ai fornitori di materiali al regolamento REACH, secondo un approccio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti a sostanziare le analisi puntuali richieste dal criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

Attività 7.7 Acquisto e proprietà di edifici: affitto di immobili.

Con riferimento a tale attività, sono state svolte le seguenti analisi:
– *Adattamento ai cambiamenti climatici:* è necessario che ogni attività soddisfi i criteri enunciati nell'Appendice A del Climate Delegated Act, i quali prevedono che il soggetto che svolge l'attività realizzi un'analisi di identificazione e valutazione di vulnerabilità dei rischi climatici fisici di natura cronica e acuta (elencati alla sezione II dell'appendice stessa) che hanno un impatto sull'attività stessa. Per quanto riguarda gli investimenti connessi alle attività di affitto di immobili, secondo un criterio conservativo e prudenziale, in assenza di elementi sufficienti da permettere una completa valutazione del rispetto del criterio, il Gruppo ritiene l'attività non allineata.

Garanzie Minime di Salvaguardia

Il Gruppo Brunello Cucinelli ha verificato il rispetto delle **garanzie minime di salvaguardia**[153], che definiscono delle misure minime di protezione volte a garantire che un' attività economica sia svolta nel rispetto dei diritti umani e del lavoro in linea con le linee guida OCSE destinate alle imprese multinazionali e con i Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani, compresi la dichiarazione dell'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO) sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro, e otto convenzioni fondamentali dell'ILO, la Carta internazionale dei diritti dell'uomo.

Inoltre, nella valutazione sono state tenute in considerazione anche le indicazioni interpretative orientative erogate dalla Platform on Sustainable Finance (PSF), organo consultivo istituito ai sensi dell'articolo 20 del Regolamento, nel documento "Final Report on Minimum Safeguards", pubblicato a ottobre 2022, nonché la Comunicazione della Commissione Europea relativa a giugno 2023, rispetto agli "indicatori degli effetti negativi sulla sostenibilità".

Il documento è stato redatto con lo scopo di fornire informazioni di base e aiutare le società e gli investitori a orientarsi nella gestione pratica dei requisiti delle garanzie minime. Non si tratta tuttavia di un'interpretazione legale ufficiale.

Le nove categorie valutate sono state le seguenti: politiche sui diritti umani, due diligence e risk assessment sui diritti umani, gestione degli impatti sui diritti umani, rendicontazione in merito agli aspetti sui diritti umani, meccanismi di reclamo, interessi del consumatore, anticorruzione, concorrenza e fiscalità.

Nell'ambito dello svolgimento delle proprie attività, il Gruppo Brunello Cucinelli opera e richiede ai propri dipendenti, collaboratori esterni e partners commerciali di operare in conformità al proprio Codice Etico che definisce l'insieme delle regole di condotta, dei principi e dei valori che guidano l'operato aziendale al fine di garantire il corretto funzionamento, l'integrità e la reputazione dell'attività d'impresa.

153 Articolo 18, punto 1 del Regolamento UE 852/2020.

Il Codice Etico, approvato dal Consiglio di Amministrazione, si applica in maniera vincolante a tutti gli stakeholder considerati rilevanti per la Società e costituisce parte integrante del Modello di organizzazione, gestione e controllo (ex. D.lgs. 231/2001).

La Società condivide il Codice Etico con tutte le parti interessate, mediante pubblicazione dello stesso nel sito web istituzionale e tramite pubblicazione nella propria intranet aziendale. L'adozione del Codice viene altresì resa nota ai soggetti che si relazionano con il Gruppo (collaboratori esterni, clienti, fornitori, etc.) attraverso l'uso di specifiche clausole contrattuali. Sono previste specifiche sanzioni per l'eventuale violazione del Codice Etico.

In linea con i principi definiti all'interno del Codice Etico, il Consiglio di Amministrazione ha adottato la Politica di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato" e la Politica di Diversità e Inclusione, le quali costituiscono uno strumento aggiuntivo che il Gruppo Brunello Cucinelli ha implementato per garantire il proprio impegno nel rispetto dei valori e dei diritti umani e nella prevenzione di eventuali casi di discriminazione che possano ledere il diritto di pari opportunità.

Al fine di rafforzare la cultura della diversità e dell'inclusione all'interno della realtà aziendale, il Gruppo si impegna altresì ad erogare a favore dei propri dipendenti dei percorsi specifici di formazione relativi alle tematiche in oggetto, a limitare l'insorgenza di barriere linguistiche all'interno dell'ambiente di lavoro e favorire l'assunzione di personale proveniente da nazionalità diverse e/o appartenente a categorie protette.

Inoltre, il Gruppo Brunello Cucinelli ha istituito il Consiglio per l'Umana Sostenibilità e per il Capitalismo Umanistico a supporto della diffusione dei principi di sostenibilità con un focus particolare su aspetti etici, ambientali e sociali, inclusi i diritti umani. Al fine di garantire pari opportunità e di comprendere, valorizzare ed includere tutte le persone presenti nel Gruppo, nel pieno rispetto della dignità, della libertà e dell'autonomia di ciascun individuo, il Gruppo ha adottato politiche fondate sulla valorizzazione della meritocrazia e sul riconoscimento di un'equa retribuzione. Riprova dell'attenzione posta dal Gruppo sulle tematiche D&I è il rapporto dello stipendio base e delle retribuzioni medie femminili rispetto a quelle maschili, per cui si rimanda al paragrafo "*Sviluppo*" all'interno del Capitolo 5.

Tra gli ulteriori strumenti per una gestione etica dell'attività d'impresa rientra la Procedura di Whistleblowing, che regolamenta il processo di segnalazione di potenziali comportamenti in violazione del Modello 231 e del Codice Etico e di altre Politiche adottate internamente.

Il Gruppo si impegna inoltre a garantire il dialogo con tutti gli stakeholder, avendo definito una Politica "Umane Relazioni", pubblicata sul sito Investor Relations e approvata dal Consiglio di Amministrazione, con la quale si assicura una comunicazione responsabile e inclusiva con i principali portatori di interesse.

Nel rispetto degli interessi dei clienti, il Gruppo si impegna altresì a monitorare i processi produttivi e lavorare in conformità alle normative vigenti relativamente alla sicurezza e qualità dei prodotti che offre, garantendo altresì il rispetto dei requisiti stabiliti dal GDPR, rendendo nota ai clienti la *Privacy Policy* mediante pubblicazione sul sito web aziendale.

Tramite la Politica Anticorruzione, disponibile online, il Gruppo afferma il proprio impegno a contrastare qualsiasi fattispecie corruttiva e pratiche illecite. In più Brunello Cucinelli si impegna in particolar modo a promuovere anche diverse attività di formazione in materia di anticorruzione, per accrescere la consapevolezza relativamente ai temi di corruzione, esposizione ai rischi ai quali i dipendenti e la Società sono esposti, nonché sensibilizzare rispetto alla procedura di segnalazione di sospette pratiche illecite.

Il Gruppo opera sul mercato nazionale e internazionale nel pieno rispetto della normativa antitrust nazionale e comunitaria e della normativa fiscale. Anche grazie ai presidi implementati dal Gruppo, nel corso del 2023 non si sono verificati casi di non compliance relativi alle tematiche di diritti umani, corruzione e fiscalità, né sono stati ricevuti reclami per violazioni della normativa vigente da parte dei clienti.

Brunello Cucinelli si impegna a garantire che le regole di condotta contenute all'interno del Codice Etico vengano rispettate anche dai propri fornitori di materie prime e façonisti, ai quali è richiesta la sottoscrizione dello stesso in sede di stipula di qualsiasi forma di accordo. In tale contesto, viene altresì richiesta la sottoscrizione, da parte di tali fornitori, delle regole di condotta, degli impegni e dei doveri definiti all'interno dell'Accordo Quadro, del Modello di organizzazione, gestione e controllo, della Politica Anticorruzione e della Procedura Whistleblowing, nonché della Politica di Umana Sostenibilità "In Armonia con il Creato" e della Politica di Diversità e Inclusione. È stato implementato un processo costante di audit dei façonisti, con lo scopo di valutare e mitigare i rischi legati ai temi etici, sociali e ambientali all'interno della catena di fornitura.

Tuttavia, adottando un approccio conservativo e prudenziale, la Società ritiene che le attuali pratiche in essere all'interno del Gruppo e lungo la catena di fornitura, seppur adeguate e coerenti con le aspettative aziendali e del mercato, non soddisfino appieno tutti i requisiti necessari per riconoscere l'allineamento delle attività identificate come ammissibili.

Disclosure dei KPI della Tassonomia

In conformità al Regolamento Delegato (UE) 2021/2178 emanato dalla Commissione Europea, per ciascuna delle attività economiche valutate come ammissibili e allineate ai requisiti tecnici definiti dalla Tassonomia, il Gruppo Brunello Cucinelli ha calcolato la relativa quota di fatturato, di spese in conto capitale (CapEx) e di spese operative (OpEx). Nello specifico:

- per il calcolo del **Turnover** è stata considerata la somma dei ricavi derivanti da vendita di prodotti e prestazione di servizi in conformità con il principio IAS 1 par. 82(a) e la Direttiva 2013/34/EU che definisce, per quanto riguarda il denominatore, il "Net Turnover" come i ricavi derivanti da vendita di prodotti e prestazione di servizi al netto di IVA, resi e altre tasse aggiunte;
- i **CapEx** tengono in considerazione la somma di tutti gli incrementi, avvenuti nell'arco dell'esercizio 2023, ad elementi tangibili e intangibili di stato patrimoniale inclusi gli asset capitalizzati relativi all'attività di R&D ed i diritti d'uso derivanti da IFRS 16;
- gli **OpEx** tengono in considerazione la somma delle spese operative associate alla Ricerca e Sviluppo, manutenzione di impianti produttivi*, day-to-day servicing* degli asset aziendali e *short-term lease*.

Dalle analisi condotte, non sono state identificate voci di ricavo associabili ad attività economiche ammissibili rispetto al sia al *Climate Delegated Act*, sia all'*Environmental Delegated Act*. Pertanto, rispetto al fatturato totale registrato nel 2023 (pari a 1.139,4 milioni di Euro), la quota non ammissibile è 100%.

Sulla base di quanto indicato nel par. 1.1.3. del Regolamento Delegato, il Gruppo considera il valore del denominatore del KPI relativo agli OpEx, così come richiesti ai sensi del Regolamento, (pari a 31,12 milioni di Euro, corrispondente a circa il 3,9% del totale degli OpEx del Gruppo) non materiale per il business model. Per questo motivo, il Gruppo non ha svolto le analisi per il calcolo del numeratore del KPI relativo agli OpEx.

In riferimento ai CapEx, sebbene anche in tal caso il Gruppo abbia considerato gli investimenti come non allineati al Climate Delegated Act, sono stati comunque identificati importi relativi ad attività economiche ammissibili sia al *Climate Delegated Act*, sia all'*Environmental Delegated Act*.

In particolare, tali investimenti sono associabili alle seguenti attività ammissibili secondo il Climate Delegated Act:
- 5.1 *Costruzione, espansione e gestione di sistemi di raccolta, trattamento e fornitura di acqua*;
- 6.5 *Trasporto mediante moto, autovetture e veicoli commerciali leggeri*;
- 6.13 *Infrastrutture per la mobilità personale, ciclologistica;*
- 7.2 *Ristrutturazione di edifici esistenti;*
- 7.3 *Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica*;
- 7.7 *Acquisto e proprietà di edifici*.

Con riferimento all'Environmental Delegated Act, gli investimenti sono associabili alle seguenti attività ammissibili:
- 2.2 *Trattamento delle acque reflue urbane;*
- 3.2 *Ristrutturazione di edifici esistenti;*
- 3.4 *Manutenzione di strade e autostrade;*
- 4.1 *Fornitura di soluzioni IT/OT (tecnologie dell'informazione/tecnologie operative) basate sui dati.*

Si segnala che, non essendo risultate ammissibile le attività incluse nel *Complementary Delegated Act* (Regolamento Delegato 2022/1214), non si pubblicano le relative tabelle.

Accounting Policy

Secondo quanto riportato negli Annex del Regolamento Delegato, è richiesto di calcolare la percentuale di Turnover, CapEx ed OpEx associati ad attività ammissibili ed allineate. Per soddisfare questo obbligo normativo, come indicato nei paragrafi precedenti, il Gruppo ha identificato le proprie attività ammissibili e ha calcolato i tre KPI richiesti dal Regolamento dopo aver valutato anche l'allineamento di tali attività ai criteri. Nel seguito, verranno descritte in dettaglio le analisi svolte per rispettare i requisiti informativi del Regolamento Delegato, indicando le metodologie applicate e le voci contabili considerate per il calcolo dei tre KPI.

TURNOVER

In linea con il Regolamento Delegato, per il calcolo della quota di Turnover, il Gruppo ha considerato i seguenti valori:
- **denominatore**: fatturato netto derivante dalla vendita di beni e dalla prestazione di servizi previa deduzione degli sconti sulle vendite e delle imposte sul valore aggiunto direttamente connessi al fatturato. Al fine di evitare ogni possibile *double counting,* le partite intercompany sono state elise e non concorrono alla determinazione del KPI. Di conseguenza, il denominatore (1.139,4 milioni di Euro) del KPI corrisponde alla voce "Ricavi delle vendite e delle prestazioni", presentata nella Nota 28 – Ricavi delle vendite e delle prestazioni del bilancio consolidato del Gruppo - ed è in linea con le disposizioni previste dallo IAS 1, par.82(a);)
- **numeratore**: la quota parte del fatturato netto (considerato per il calcolo del denominatore) associata ad attività ammissibili e allineate. Per tale valutazione, l'approccio adottato ha previsto di identificare, tramite la contabilità generale, potenziali componenti di ricavo associabili ad attività economiche ammissibili. Per l'anno 2023, il Gruppo Brunello Cucinelli non ha valutato come ammissibile nessuna attività direttamente svolta; pertanto, il numeratore dell'indicatore Turnover è pari a zero.

CAPEX

Il Gruppo, per il calcolo del denominatore del KPI relativo ai CapEx, ha considerato le *addition* incorse nel periodo di riferimento relative ad asset materiali (terreni e fabbricati, migliorie su beni di terzi, impianti e macchinari, attrezzature industriali commerciali e altri beni, immobilizzazioni in corso), ad asset immateriali (concessioni, licenze e marchi, diritti di utilizzo di opere dell'ingegno e immobilizzazioni in corso ed acconti) e *Right of Use Asset* (RoU di immobili, attrezzature ed altre immobilizzazioni materiali) e agli investimenti immobiliari (compendi immobiliari e terreni edificabili), comprese le *addition* derivanti da aggregazioni aziendali avvenute durante l'anno. L'approccio utilizzato per l'estrazione delle suddette numeriche ha previsto un'analisi puntuale della contabilità generale riportante gli investimenti condotti nel corso dell'esercizio da tutte le società all'interno del perimetro di consolidamento.

In linea con il Regolamento Delegato, per il calcolo della quota di CapEx, il Gruppo ha considerato i seguenti valori:

- **denominatore:** per il calcolo del denominatore il Gruppo ha considerato gli asset materiali contabilizzati secondo il principio contabile IAS 16 – nota 4 della relazione finanziaria annuale, gli asset immateriali (goodwill escluso) contabilizzati secondo il principio contabile IAS 38 – nota 3 della relazione finanziaria annuale – i leasing contabilizzati secondo il principio contabile IFRS 16 – nota 2 della relazione finanziaria annuale, gli investimenti immobiliari contabilizzati secondo il principio contabile IAS 40 – nota 5 della relazione finanziaria annuale. Tale analisi ha restituito un valore totale riferito all'esercizio 2023 pari a: 223,37 € milioni di Euro.
- **numeratore:** al fine della determinazione del numeratore, si sono considerati i CapEx relativi all'acquisto di output derivanti da attività economiche ammissibili e allineate alla tassonomia e a singole misure che consentono alle attività di ridurre il proprio profilo emissivo. A questo proposito, il Gruppo ha incluso nel numeratore del KPI i seguenti valori, facendo riferimento ai dati del bilancio consolidato in base a quanto previsto dai principi contabili IAS 16 "Immobili, impianti e macchinari", IFRS 16 "Leasing", IAS 38 "Attività immateriali" e IAS 40 "Investimenti immobiliari":
    - per l'attività 2.2 - Trattamento delle acque reflue urbane – gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 3.2 - Ristrutturazione di edifici esistenti – gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 3.4 – Manutenzione di strade e autostrade - gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 4.1- Fornitura di soluzioni IT/OT (tecnologie dell'informazione/tecnologie operative) basate sui dati - gli incrementi di asset immateriali relativi ai software disciplinati dal principio contabile IAS 38;
    - per l'attività 5.1 - Costruzione, espansione e gestione di sistemi di raccolta, trattamento e fornitura di acqua – gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 6.5 – Trasporto mediante moto, autovetture e veicoli commerciali - gli incrementi di Diritti d'uso delle autovetture disciplinati dal principio contabile IFRS16 e gli incrementi di asset materiali disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 6.13 - Infrastrutture per la mobilità personale, ciclologistica - gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 7.2 - Ristrutturazione di edifici esistenti - gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività 7.3 – Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica – gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16;
    - per l'attività - 7.7 Acquisto e proprietà di edifici - gli incrementi di Diritti d'uso disciplinati dal principio contabile IFRS16 e gli incrementi di asset materiali relativi agli impianti disciplinati dal principio contabile IAS 16.

Inoltre, si specifica che l'estrazione del dato associato alle categorie sopracitate è stata effettuata in modo puntuale tramite le informazioni disponibili nella contabilità generale attualmente in uso all'interno delle Società facenti parte del perimetro di consolidamento.

OPEX

In linea con il Regolamento Delegato, per il calcolo della quota di OpEx, il Gruppo ha considerato i seguenti valori:

– **denominatore**: per il calcolo del denominatore si è proceduto con un'analisi puntuale del piano dei conti del Gruppo, individuando gli item associabili alle categorie di costo espressamente citate dal Regolamento Delegato. Nello specifico:
  - Short term lease, per cui sono stati considerati gli item del piano dei conti relativi ai leasing contabilizzati in Conto Economico, in quanto relativi a contratti di durata inferiore ai 12 mesi e quindi rappresentativi di esenzione da contabilizzazione secondo IFRS 16;
  - Costi relativi alle manutenzioni e riparazioni, incorse durante l'esercizio, su edifici e strumentazione IT. Sono stati considerati per questa categoria i costi relativi ai dipendenti coinvolti in attività di manutenzione e riparazione e anche le manutenzioni commissionate a società terze;
  - Costi associati al "day-to-day servicing of assets" [154], ovvero i costi relativi al riordino degli impianti e degli edifici.
  - Costi di R&D non capitalizzati e, nello specifico, relativi allo svolgimento delle attività di design e ideazione estetica finalizzate allo studio di nuovi prodotti.
  - Il risultato di tali analisi ha determinato un valore pari a 31.118€ migliaia di Euro, che rappresenta circa il 4% delle spese operative complessive. Come previsto dal Regolamento Delegato, pertanto, il KPI relativo agli OpEx è da considerarsi non materiale.

– **Numeratore**: Seguendo le indicazioni del Discloure Delegated Act (§ 1.1.3.2. dell'Annex I) e i chiarimenti forniti dalla Commissione Europea, si è valutato di non fornire indicazione sul valore del numeratore del KPI in questione, dal momento che il denominatore è circa pari al 4% delle spese operative complessive. Il valore esiguo del suddetto rapporto è espressione di una ridotta rilevanza delle categorie di costo richieste dalla tassonomia – che tendono a premiare business model asset intensive – rispetto ad un business model che vede nel costo delle lavorazioni esterne, del personale, nei costi di pubblicità/spese commerciali e di trasporto le espressioni più rappresentative dei propri costi operativi.

154 Chiarimento fornito dalla risposta alla domanda 12 delle FAQ pubblicate dalla Commisione Europea il 02.02.2022.

Tabella 36 - Quota di fatturato derivante da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia - Informativa relativa all'anno 2023

Esercizio finanziario 2023	Anno		Criteri per il contributo sostanziale						Criteri DNSH ("non arrecare danno significativo")									
Attività economiche	Codice	Fatturato	Quota di Fatturato anno 2023	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia Circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia Circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Garanzie minime di salvaguardia	Quota di Fatturato allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2022	Categoria attività abilitante	Categoria attività di transizione
		k€	%	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	%	A	T
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
A.1 Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																			
Fatturato delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
di cui abilitanti		-	0%														0%	A	
di cui di transizione		-	0%														0%		T
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																			
Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		-	0%														0%		
A. Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)		-	0%														0%		
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
Fatturato delle attività non ammissibili alla tassonomia		1.139.420															100%		
Totale (A+B)		1.139.420															100%		

	Quota di Fatturato/Fatturato Totale	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo
CCM	0%	0%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE	0%	0%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

Tabella 37 - Quota delle spese in conto capitale derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia - Informativa relativa all'anno 2023

Esercizio finanziario 2023		Anno		Criteri per il contributo sostanziale						Criteri DNSH ("non arrecare danno significativo")									
Attività economiche	Codice	CapEx	Quota di CapEx anno 2023	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia Circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia Circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Garanzie minime di salvaguardia	Quota di CapEx allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2022	Categoria attività abilitante	Categoria attività di transizione
		k€	%	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	%	A	T
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
A.1 Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																			
CapEx delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
di cui abilitanti		-	0%														0%	A	
di cui di transizione		-	0%														0%		T
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																			
Trattamento delle acque reflue urbane	2.2 (WTR)	65,5	0,029%														0%		
Manutenzione di strade e autostrade	3.4 (CE)	200,2	0,09%														0%		
Fornitura di soluzioni IT/OT (tecnologie dell'informazione/tecnologie operative) basate sui dati	4.1 (CE)	30,9	0,014%														0%		
Costruzione, espansione e gestione di sistemi di raccolta, trattamento e fornitura di acqua	5.1 (CCM)	10,7	0,005%														0%		
Trasporto mediante moto, autovetture e veicoli commerciali leggeri	6.5 (CCM)	2.583,5	1,157%														0,2%		
Infrastrutture per la mobilità personale, ciclologistica	6.13 (CCM)	193,3	0,087%														0%		
Ristrutturazione di edifici esistenti	7.2 (CCM) / 3.2 (CE)	2.070,4	0,927%														0%		
Installazione, manutenzione e riparazione di dispositivi per l'efficienza energetica	7.3 (CCM)	2.293,9	1,027%														2,24%		
Acquisto e proprietà di edifici	7.7 (CCM)	147.637,4	66,095%														63,3%		
CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		155.085,86	69,43%														66,15%[155]		
A. CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)		155.085,86	69,43%														66,15%		
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
CapEx delle attività non ammissibili alla tassonomia		68.285,1	30,57%														33,85%		
Totale (A+B)		23.371	100%																

155 Il valore percentuale dei CapEx totali dell'anno 2022 ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (A.2) non corrisponde alla somma delle percentuali delle righe riportate in quanto comprensivo di attività ammissibili presenti esclusivamente nell'anno di rendicontazione 2022.

	Quota di OpEx/OpEx Totali	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	**Ammissibile alla tassonomia per obiettivo**
CCM	0%	0%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE	0%	0%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

Tabella 38 - Quota delle spese operative derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia - Informativa relativa all'anno 2023

Esercizio finanziario 2023	Anno			Criteri per il contributo sostanziale						Criteri DNSH ("non arrecare danno significativo")									
Attività economiche	Codice	OpEx	Quota di OpEx anno 2023	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia Circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Mitigazione dei cambiamenti climatici	Adattamento ai cambiamenti climatici	Acque e risorse marine	Economia Circolare	Inquinamento	Biodiversità ed ecosistemi	Garanzie minime di salvaguardia	Quota di OpEx allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2022	Categoria attività abilitante	Categoria attività di transizione
		k€	%	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No N/AM	Si/No Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	Si/No	%	A	T
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
A.1 Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																			
OpEx delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)		-	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
di cui abilitanti		-	0%														0%	A	
di cui di transizione		-	0%														0%		T
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																			
OpEx delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)		-	0%														0%		
A. OpEx delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)		-	0%														0%		
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																			
OpEx delle attività non ammissibili alla tassonomia		-	N/A[156]														100%		
Totale (A+B)		31.118	100%														100%		

	Quota di OpEx/OpEx Totali	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo
CCM	0%	0%
CCA	0%	0%
WTR	0%	0%
CE	0%	0%
PPC	0%	0%
BIO	0%	0%

156 Sulla base di quanto indicato nel par. 1.1.3. del Regolamento Delegato, il Gruppo considera il valore del denominatore del KPI relativo agli OpEx così come richiesti ai sensi del Regolamento non materiale per il business model. Per questo motivo, il Gruppo non ha svolto le analisi per il calcolo del numeratore del KPI relativo agli OpEx.

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento è stato predisposto in conformità ai GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards), pubblicati dalla Global Reporting Initiative, secondo l'opzione di rendicontazione "*In accordance with*" prevista dalla versione più recente dei suddetti Standard (ottobre 2021).

I contenuti della DNF si ispirano ai concetti chiave di **impatto, temi materiali, due diligence** e **interesse degli stakeholder** e ai princìpi definiti dal GRI Standard 1 Foundation, di seguito dettagliati:
- *chiarezza, accuratezza* e *verificabilità* nell'elaborazione e presentazione dei dati quantitativi e delle informazioni qualitative raccolte, così come delle metodologie di calcolo alla base degli stessi, consentendo a tutti gli stakeholder di operare una valutazione oggettiva e sufficientemente completa delle performance del Gruppo;
- *contesto di sostenibilità*, al fine di individuare i principali trend attinenti alla sostenibilità che caratterizzano il settore entro cui la Società opera;
- *completezza* ed *equilibrio* delle informazioni, al fine di rappresentare nel modo più adeguato le performance di sostenibilità del Gruppo, equilibrando nella trattazione sia gli aspetti positivi che, eventualmente, negativi ad esse connessi;
- *comparabilità* dei dati e delle informazioni nel tempo;
- *tempestività* della redazione e della pubblicazione della DNF, che avviene su base annuale.

Proseguendo il percorso avviato nella direzione di una sempre maggiore integrazione della sostenibilità all'interno della strategia e dei processi aziendali, la presente DNF mette in risalto i fondamenti dell'agire del Gruppo Brunello Cucinelli – il Capitalismo Umanistico e l'Umana Sostenibilità – e declina gli impegni presi attraverso una più approfondita evidenza delle performance di sostenibilità, degli impatti – diretti e indiretti – generati o subiti, dei rischi e delle opportunità connesse ai temi ritenuti maggiormente rilevanti, dei target definiti per i prossimi anni – in particolare per quanto attiene alla Carbon Strategy del Gruppo – e delle progettualità implementate o in corso di realizzazione.

Con riferimento alle politiche praticate dalla Società afferenti agli ambiti definiti dal Decreto si menzionano le seguenti Policy, applicate a livello di Gruppo e nei rapporti con i principali stakeholder:
- *Policy Anticorruzione*, approvata dal CdA in data 14 marzo 2019;
- *Policy di Umana Sostenibilità "In armonia con il Creato"*, approvata dal CdA in data 11 marzo 2021;
- *Policy Diversità e Inclusione*, approvata dal CdA in data 11 marzo 2021;
- *Policy Umane Relazioni*, adottata dal CdA in data 11 marzo 2021;
- *Policy di risk management – Linee Guida ERM*, adottata dal CdA in data 14 dicembre 2021;
- *Policy di Sostenibilità Ambientale – "Agiamo sempre come fedeli custodi del Creato"*, adottata dal CdA in data 29 agosto 2023.

L'analisi di materialità

Si specifica che, con la volontà di rendere sempre più visibile la centralità del Capitalismo Umanistico nell'implementazione della strategia e delle iniziative realizzate in ambito di Umana Sostenibilità, all'interno del paragrafo dedicato alla presentazione delle tematiche materiali (rif. Sezione *Relazioni con il Creato e tra le persone*), la Società ha voluto esprimere il concetto di temi materiali secondo la seguente formula: "**I temi che animano il nostro impegno**".

Allineandosi alle nuove richieste dei GRI Standards (2021) e in particolare al GRI 3, relativamente alla materialità d'impatto, e anticipando alcuni elementi di quanto sarà richiesto, a livello europeo, dalla nuova CSRD e dai correlati ESRS, la Società ha scelto di condurre altresì un esercizio di analisi preliminare delle possibili implicazioni della cosiddetta "materialità finanziaria"[157].

Nello specifico, l'aggiornamento dell'analisi di contesto è servito come base per lo sviluppo di tale approccio. In particolare, lo studio del contesto ha consentito di individuare e analizzare i principali macrotrend in ambito ESG (Environment, Social, Governance) caratterizzanti il più ampio contesto di sostenibilità a livello nazionale e internazionale, ossia quegli aspetti ed eventi che hanno, attualmente o potenzialmente, la capacità di generare un impatto rilevante sul settore di riferimento per il Gruppo, influenzando conseguentemente le operazioni e le performance del Gruppo stesso. Tale analisi del contesto è stata realizzata tramite due processi distinti ma paralleli, il primo nell'ambito dell'aggiornamento 2023 per identificare gli impatti negativi e il secondo, in continuità con l'analisi di contesto 2022, per identificare gli impatti positivi e rischi opportunità potenzialmente associabili.

Parallelamente, il modello ERM è stato aggiornato al fine di rafforzare l'integrazione degli elementi ESG in fase di Risk Assessment. L'aggiornamento ha quindi previsto i seguenti elementi metodologici:
- Analisi delle variazioni nel contesto esterno/interno del Gruppo basata, in particolare, sulle seguenti fonti: macrotrend di settore, risultati economico-finanziari 2022, la DNF 2022, le evidenze emerse dalla compilazione dell'ESG Risk Rating di Gruppo e le relative aree di miglioramento emerse, i topic e subtopic degli ESRS, i framework TCFD e TNFD e infine le modalità di rendicontazione dei rischi ESG da parte dei peers di Brunello Cucinelli;
- Aggiornamento del Risk Model, anche in considerazione degli elementi normativi/di contesto e dei temi e sotto-temi indicati dalla CSRD e dagli standard ESRS, nonché dei framework TCFD e TCND[158];
- Revisione delle metriche di valutazione dei rischi;
- Una classificazione di ciascun rischio mappato secondo i seguenti attributi: i) appartenenza a una delle sei forme della Umana Sostenibilità; ii) identificazione della prospettiva d'impatto di ciascun rischio, ossia prospettiva *Inside-Out* oppure *Outside-In* (nell'ambito dell'esercizio relativo alla "materialità finanziaria"[159]).

In coerenza con quanto svolto per la precedente rendicontazione, si sono analizzati i principali riferimenti normativi e regolamentari, internazionali e nazionali, in materia di sostenibilità. Si è altresì tenuto conto del punto di vista della letteratura rilevante, dei media – attraverso la conduzione di una *sentiment analysis* per approfondire la percezione diffusa tra i media circa l'impegno e le performance di sostenibilità del Gruppo –, degli investitori, degli standard setter e dei peer. Hanno costituito ulteriore fonte di analisi alcune pubblicazioni rientranti nel campo

157 Si veda la nota n.ro 6.
158 *Task Force on Climate-related Financial Disclosure* e *Task Force on Nature-related Financial Disclosure*.
159 Si veda la nota n.ro 6.

della letteratura "grigia", connesse in particolare al settore della moda e del lusso, al fine di comprendere i principali megatrend di sostenibilità che interessano più da vicino il settore.

Oltre allo studio di tali fonti esterne, sono state considerate anche le fonti interne, quali documenti aziendali vigenti a livello di Gruppo, nello specifico Policy, Procedure, Impegni, etc.

Gli esiti dell'analisi hanno fatto emergere sia impatti negativi e rischi, sia impatti positivi ed opportunità di rilevanza prioritaria per il settore della moda e del lusso, ricondotte e riclassificate secondo le forme della Umana Sostenibilità e secondo le prospettive *Inside-Out* e *Outside-In* (nell'ambito dell'esercizio relativo alla "materialità finanziaria"[160]).

A valle dell'aggiornamento dell'analisi di contesto e dell'identificazione degli impatti positivi e negativi, si sono seguiti i seguenti passi operativi:

- **Esecuzione del processo ERM con la partecipazione del management:** il Risk Assessment 2023 è stato completato con la partecipazione di **31 manager aziendali** che hanno avuto così di modo di valutare la rilevanza dei rischi di sostenibilità, classificati per ciascuna delle sei dimensioni di sostenibilità e per la natura dell'impatto;
- **Condivisione del questionario di aggiornamento della materialità con il management del Gruppo**: è stato predisposto e condiviso internamente tra i **manager aziendali appartenenti a tutte le *Region* del Gruppo** il Questionario "L'Umana Sostenibilità e i temi che animano il nostro impegno" per l'aggiornamento dell'analisi di materialità 2023;
- **Coinvolgimento diretto del campione di stakeholder**: **clienti wholesale** (33 esponenti), **fornitori** (15 esponenti), **umane risorse** (58 dipendenti della sede di Solomeo, rappresentativi dei diversi uffici e selezionati in maniera equilibrata in termini di età e genere) sono stati coinvolti in maniera diretta al fine di valutare la rilevanza strategica degli impatti di sostenibilità sottoposti alla loro attenzione (rif. Sezione *Umane relazioni: il dialogo con gli stakeholder*). In particolare, per clienti wholesale e fornitori si è scelto di utilizzare come modalità di engagement la condivisione di un apposito questionario; per le Umane Risorse si sono invece organizzate delle giornate di engagement a Solomeo, secondo la tecnica del focus group omogeneo;
- **Interviste semi-strutturate con il management**: al fine di approfondire ulteriormente gli esiti emersi dalle valutazioni espresse tramite questionario e tramite le giornate di engagement degli stakeholder, si è scelto di procedere allo svolgimento di **interviste semi-strutturate** rivolte al management della Brunello Cucinelli S.p.A., per un totale di 10 interviste.
- **Condivisione degli esiti dell'analisi di materialità con il vertice aziendale**: gli esiti dell'analisi di materialità sono stati condivisi e validati dalla direzione aziendale (CEO);
- **Rappresentazione e rendicontazione dei risultati dell'analisi di materialità**: sono emerse complessivamente 14 tematiche rilevanti – la relativa descrizione è riportata nella Tabella 39 – delle quali è data evidenza all'interno della tabella di materialità 2023 riportata nella sezione *Relazioni con il Creato e tra le persone*, al paragrafo *I temi che animano il nostro impegno*.

160 Si veda la nota n.ro 6.

Tabella 39 - La descrizione delle tematiche materiali

I temi che animano il nostro impegno (tematiche materiali)	Descrizione
Approvvigionamento e gestione delle materie prime	Selezione e utilizzo delle materie prime più pregiate quale condizione essenziale per garantire massima qualità, cercando al contempo di tutelare e rispettare il Creato, garantendo un minor impatto ambientale derivante dall'uso delle stesse, così come la loro tracciabilità
Lotta al cambiamento climatico	Impegno del Gruppo nella progressiva riduzione del proprio impatto ambientale, in termini anche di definizione di obiettivi di neutralità climatica
Gestione sostenibile della catena di fornitura	Presidio e valutazione sociale e ambientale della catena di fornitura del Gruppo, a partire dai fornitori più strategici, al fine di accompagnarli in un percorso di sempre maggiore armonia con il Creato e umana sostenibilità in linea con gli obiettivi del Gruppo
Crescita sostenibile e profittabilità sana	Un costante equilibrio tra il profitto e il concetto di dono e il giusto pagamento delle tasse come fonte di creazione di valore socio-economico, in linea con l'ideale di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità
Identità del brand	Unicità del brand Brunello Cucinelli come brand di lifestyle con un fondamento nel Ready-To-Wear fermamente riconosciuto come brand di lusso assoluto
Rapporto speciale e autentico con il cliente	Unicità del rapporto con il cliente, che non si riduce al solo momento dell'acquisto, ma dura nel tempo, in linea con il concetto di "omnipersonal client experience", e contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza al brand e di fiducia nei confronti dell'operato del Gruppo in perfetta coerenza con i nostri ideali di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità
Supporto al territorio e alle comunità locali	Contributo alla valorizzazione del patrimonio artistico e culturale del territorio di riferimento e alla realizzazione di progetti e iniziative volte al miglioramento delle condizioni socio-economiche delle comunità locali, valorizzando le tradizionali abilità artigianali e tessili al fine di migliorare le economie locali del cashmere, del cotone e della seta
Qualità e artigianalità Made in Italy	Preservazione del *savoir faire* artigianale rappresentativo del Made in Italy, valorizzando in particolare il ruolo chiave delle piccole imprese artigiane in quanto custodi nel tempo dell'artigianalità, della creatività e della qualità dei manufatti Brunello Cucinelli
Dignità e bellezza nei luoghi di lavoro	Grandissima attenzione riservata ai luoghi e alle condizioni di lavoro, in grado di rispecchiare la stessa dignità economica e morale a fondamento dell'Impresa.
Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale	Continua ricerca dello sviluppo tecnologico, nel rispetto di una nuova armonia tra le innovazioni tecnologiche, la natura dell'essere umano e il rispetto per il Creato
Diversità, inclusione ed equità	Comprensione, valorizzazione e inclusione di tutte le diversità presenti in Brunello Cucinelli, nel pieno rispetto della dignità, della libertà e dell'autonomia di ciascun individuo, attraverso l'implementazione dei presìdi necessari alla prevenzione di ogni possibile forma di discriminazione - verbale e non - nell'ambiente lavorativo
Tutela dei diritti dell'essere umano e dignità del lavoro	Impegno del Gruppo rispetto alla tutela dei diritti umani e del lavoro, con riferimento sia alle umane risorse che ai fornitori, in conformità ai principali riferimenti internazionali in materia
Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle umane risorse	Massima attenzione riservata al favorire la crescita delle umane risorse, rispettando e curando il loro benessere psico-fisico
Umana Riservatezza	Tutela della privacy sia all'interno dell'azienda che nella relazione con i clienti

La Tabella 40 che segue elenca le tematiche materiali per il Gruppo Brunello Cucinelli, ricondotte agli ambiti indicati dal Decreto, agli aspetti dei GRI Standard, agli SDGs cui il Gruppo intende contribuire e ai Dieci Princìpi del Global Compact delle Nazioni Unite. È inoltre presentato il perimetro – interno ed esterno – di impatto delle tematiche.

Tabella 40 - Collegamento delle tematiche materiali agli ambiti del D. LGS. 254/2016, ai GRI Standard e agli SDGs e perimetro di impatto, interno ed esterno (in grigio le tematiche non emerse come materiali, ma trattate in allineamento ai requisiti del Decreto)

Forme dell'Umana Sostenibilità	Tematiche materiali	Ambito D. Lgs. 254/2016	Aspetto GRI	Perimetro della tematica		SDGs (contributo diretto e indiretto)	Dieci Princìpi del Global Compact
				Interno	Esterno		
Sostenibilità Ambientale	• Approvvigionamento e gestione delle materie prime • Lotta al cambiamento climatico • Gestione sostenibile della catena di fornitura • Equilibrio tra il dare e l'avere nei rapporti con il Creato	Ambiente Impatti sociali	*GRI 201 – Performance economiche* *GRI 204 – Pratiche di approvvigionamento* *GRI 301 – Materiali* *GRI 302 – Energia* *GRI 303 – Acqua e scarichi idrici* *GRI 304 - Biodiversità* *GRI 305 – Emissioni* *GRI 306 – Rifiuti* *GRI 407 – Libertà di associazione e contrattazione collettiva* *GRI 408 – Lavoro minorile* *GRI 409 – Lavoro forzato o Obbligatorio*	Gruppo	Fornitori di materie prime Piccole imprese artigiane Clienti wholesale e retail	8 12 13 15 16	• Principio I: Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti • Principio II: Non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani • Principio III: Sostegno alla libertà di associazione dei lavoratori e riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva • Principio IV: Eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio • Principio V: Effettiva eliminazione del lavoro minorile • Principio VII: Adozione di un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali • Principio VIII: Iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale • Principio IX: sviluppo e diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente
Sostenibilità economica	Crescita sostenibile e profittabilità sana Identità del brand Rapporto speciale e autentico con il cliente	Impatti sociali	GRI 201 – Performance economiche GRI 207 – Imposte GRI 417 – Marketing ed etichettatura	Gruppo	Tutti gli Stakeholder del Gruppo (generazione e condivisione del valore creato)	8 12	

Sostenibilità culturale	• Supporto al territorio e alle comunità locali • Qualità e artigianalità Made in Italy	Impatti sociali Diritti umani	*GRI 204 – Pratiche di approvvigionamento* *GRI 407 – Libertà di associazione e contrattazione collettiva* *GRI 408 – Lavoro minorile* *GRI 409 – Lavoro forzato o Obbligatorio* *GRI 413 – Comunità locali* *GRI 414 – Valutazione sociale dei fornitori*	Gruppo	Comunità e territorio Piccole imprese artigiane	8 11 12 15 16	• Principio I: Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti • Principio II: Non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani • Principio III: Sostegno alla libertà di associazione dei lavoratori e riconoscimento del diritto alla contrattazione collettiva • Principio IV: Eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio • Principio V: Effettiva eliminazione del lavoro minorile
Sostenibilità spirituale	• Dignità e bellezza nei luoghi di lavoro	Impatti sociali Diritti umani Gestione del personale	GRI 401 – Occupazione	Gruppo (Umane risorse)	Umane risorse Piccole imprese artigiane	3 8 10	• Principio I: Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti
Sostenibilità tecnologica	• Digitalizzazione e Intelligenza Artificiale	Ambiente Impatti sociali	*Nessun KPI correlato*	Gruppo	Tutti gli Stakeholder del Gruppo (generazione di impatti in favore dell'umanità e del Creato) Façonistie fornitori	8 9 12 13	• Principio I: Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti • Principio VIII: Iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale • Principio IX: sviluppo e diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente
Sostenibilità morale	• Diversità, inclusione ed equità • Tutela dei diritti dell'essere umano e dignità del lavoro • Dignità e responsabilità: attenzione allo sviluppo e al benessere delle umane risorse • Salute e sicurezza sul lavoro • Governance • Eticità, integrità e anticorruzione • Umana riservatezza	Gestione del personale Diritti umani Impatti sociali Lotta alla corruzione	*GRI 202 – Presenza sul mercato* *GRI 205 – Anticorruzione* *GRI 401 – Occupazione* *GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro* *GRI 404 – Formazione e istruzione* *GRI 405 – Diversità e pari opportunità* *GRI 406 – Non discriminazione* *GRI 418 – Privacy dei clienti*	Gruppo (Umane risorse)	Piccole imprese artigiane Fornitori di materie prime Clienti	3 4 5 8 10 16	• Principio I: Promozione e rispetto dei diritti umani universalmente riconosciuti • Principio VI: Eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione • Principio X: Contrasto alla corruzione in ogni sua forma

La valutazione degli impatti positivi e negativi

Per la **prospettiva *inside-out***, la valutazione degli impatti positivi e negativi ha tenuto conto dei seguenti parametri e scale di valutazione:
- **Scala** (quanto è grave l'impatto negativo o quanti benefici comporta l'impatto positivo per le persone o l'ambiente);
- **Portata** (quanto sono diffusi gli impatti positivi o negativi. Nel caso di impatti ambientali, la portata può essere intesa come l'estensione del danno ambientale o un perimetro geografico. Nel caso di impatti sulle persone, la portata può essere intesa come il numero delle persone interessate negativamente);
- **Natura irrimediabile** (se e in che misura è possibile porre rimedio agli impatti negativi, vale a dire riportando l'ambiente o le persone interessate allo stato originario - quest'ultimo soltanto in relazione agli impatti negativi).

I parametri sono stati aggregati all'interno della scala di valutazione proposta allineata anche alle metriche ERM. Pertanto, ogni impatto è stato valutato con l'attribuzione di un unico punteggio.

Il management ha valutato anche il criterio della **probabilità,** la cui scala di valutazione è stata ripresa tal quale dalle metriche ERM. (rif. Tabella 41)

Tabella 41 – Valutazione probabilità sottoposta al management

PROBABILITÀ	
Remoto	L'impatto si è verificato / potrebbe verificarsi una volta ogni 10 o più anni.
Possibile	L'impatto si è verificato / potrebbe verificarsi una volta ogni 5/10 anni.
Probabile	L'impatto si è verificato / potrebbe verificarsi una volta ogni 2/5 anni.
Molto probabile	L'impatto si è verificato / potrebbe verificarsi una volta nell'arco di un anno.
Quasi certo	L'impatto si è verificato / potrebbe verificarsi più volte nell'arco di un anno.

Per la **prospettiva *outside-in***[161], si è tenuto conto dei seguenti parametri:
- Una questione di sostenibilità è rilevante da un punto di vista finanziario se comporta o si può ragionevolmente ritenere che comporti effetti finanziari rilevanti sull'impresa. Ciò si verifica quando una questione di sostenibilità genera rischi od opportunità che hanno o di cui si può ragionevolmente prevedere che abbiano un'influenza rilevante sullo sviluppo dell'impresa, sulla sua situazione patrimoniale-finanziaria, risultato economico, sui flussi finanziari, sull'accesso ai finanziamenti o sul costo del capitale a breve, medio o lungo termine;
- Le dipendenze da risorse naturali e sociali possono essere fonti di rischi o di opportunità finanziarie. Le dipendenze possono comportare due possibili effetti:
  a) possono influire sulla capacità dell'impresa di continuare a utilizzare o di ottenere le risorse necessarie nelle attività aziendali, come pure sulla qualità e sui prezzi di tali risorse; e
  b) possono incidere sulla capacità dell'impresa di fare affidamento sui rapporti necessari nelle proprie attività aziendali a condizioni accettabili.

Anche in questo caso il management ha valutato il criterio della **probabilità,** la cui scala di valutazione è stata ripresa tal quale dalle metriche ERM.

161 Si veda la nota n.ro 6

Il perimetro di rendicontazione e le metodologie di calcolo

Il perimetro di rendicontazione, coerentemente con quanto richiesto dal Decreto, coincide con quello del Bilancio Consolidato 2023, con le dovute precisazioni nei paragrafi che seguono.

Rispetto alla precedente rendicontazione, la società controllata Brunello Cucinelli Kuwait for Readymade and Novelty Clothes' Retail WLL vede il suo ingresso nel perimetro per quanto concerne le informazioni qualitative e quantitative riguardanti gli impatti ambientali, sociali ed economici. Si specifica infatti che la boutique gestita direttamente dalla società controllata nel mall "The Avenues" a Kuwait City è diventata operativa a partire dal mese di gennaio 2023.

Ulteriore modifica del perimetro rispetto alla precedente Dichiarazione Non Finanziaria, riguarda la società Raffaello S.r.l., per la quale vengono esposti i dati qualitativi e quantitativi riguardo agli impatti sociali ed economici; vengono invece esclusi gli impatti ambientali dal momento che tale società è divenuta operativa a fine 2023.

Le società Logistica e Distribuzione S.r.l. e Market Service US, Inc., seppur rientranti nel perimetro di riferimento, non contribuiscono alla rendicontazione dei dati quantitativi e qualitativi presentati nel documento, in quanto prive di dipendenti e di impatti ambientali rilevanti per specifica tipologia di business, fatta eccezione per i dati economici e fiscali, considerati per il calcolo dei GRI 201-1 e 207-4.

Per quanto concerne invece le uscite dal perimetro rispetto al precedente esercizio, si è concluso il processo di liquidazione per la società controllata Brunello Cucinelli Denmark ApS.

Inoltre, viene data evidenza di due fusioni per il 2023: Brunello Cucinelli Retail Deutschland GmbH, che si è fusa per incorporazione in Brunello Cucinelli GmbH e SAS White Flannel che si è fusa per incorporazione in SAS Brunello Cucinelli France Resort.

Per quanto riguarda gli aspetti con impatti rilevanti anche al di fuori del Gruppo, la rendicontazione non è estesa al perimetro esterno: unica eccezione è rappresentata dal calcolo delle emissioni indirette di GHG (Scope 3) realizzato per la prima volta nel 2020 (con riferimento alle emissioni generate nel 2019) e aggiornato nel 2021 (con riferimento alle emissioni generate nel 2020), 2022 (con riferimento alle emissioni dell'anno 2021), 2023 (con riferimento alle emissioni generate nel 2022 e 2023) attraverso il calcolo dell'inventario delle emissioni di GHG.

Nella trattazione delle attività rivolte al territorio e alle comunità locali, si è ritenuto opportuno includere anche le informazioni relative alla Fondazione Brunello e Federica Cucinelli, che, a partire dal 2010, affianca la Società nelle attività di carattere filantropico, in qualità di ente a se stante, senza scopo di lucro e perseguendo fini di solidarietà e utilità sociale nella cultura e nell'arte, oltre che nei settori dell'educazione, dell'istruzione e della valorizzazione dei beni e delle attività culturali e dei beni ambientali.

Per quanto riguarda l'aspetto relativo alla gestione degli scarichi e dei rifiuti, la rendicontazione è estesa alle sole attività produttive (svolte in Italia) in considerazione della loro significatività rispetto agli impatti delle entità commerciali/amministrative. In particolare, con riguardo alla gestione degli scarichi idrici, le informazioni riportate si riferiscono alla sola sede di Solomeo dove è presente la lavanderia industriale, mentre i dati relativi ai rifiuti fanno riferimento a tutte le attività produttive svolte in Italia dal Gruppo.

Dal punto di vista della serie GRI 400, si specifica che l'informativa GRI 403-7 si applica esclusivamente all'Italia e, in particolare, alla Brunello Cucinelli S.p.A. in quanto incentrata sui rapporti commerciali con le piccole imprese artigiane e i fornitori di materie prime. Anche l'indicatore GRI 403-10 non è pertinente per le sedi estere del Gruppo non essendo in tali *Region* effettuate lavorazioni di tipo produttivo, da cui ne consegue una non rilevanza del rischio di malattie professionali.

Infine, le informative GRI Standard 202-2 e 405-2 sono coperte con riferimento esclusivo alle **sedi operative significative**, ovvero l'Italia (Brunello Cucinelli S.p.A.), la Russia per la *Region* Europa, il Giappone, China Mainland, Hong Kong e Stati Uniti per la *Region* extra-Europa.

La raccolta delle informazioni quali-quantitative ai fini della redazione della DNF 2023 coinvolge tutte le funzioni aziendali responsabili per gli aspetti trattati nei diversi capitoli. I dati sono riportati in forma aggregata per le *Region* di attività del Gruppo.

Di seguito sono riportate le **metodologie di calcolo utilizzate** per talune informative sociali e ambientali trattate nel documento, oltre che i riferimenti alle fonti consultate in merito ai fattori di conversione necessari per il calcolo dei consumi energetici e delle emissioni:

- il tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro è il rapporto fra il numero totale di decessi risultanti da infortuni sul lavoro e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000[162];
- il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) è il rapporto tra il numero totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi) e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000;
- il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è il rapporto fra il numero di infortuni sul lavoro registrabili, ad esclusione degli infortuni in itinere[163], e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000.
- Emissioni dirette di GHG (Scope 1): per i consumi di gas naturale, benzina e diesel sono stati utilizzati i fattori di emissione tratti dalla tabella dei parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (MATTM, Tabella Coefficienti Standard Nazionali 2020, 2021 e 2023). Per il valore delle relative densità si è fatto riferimento ai "*Greenhouse gas reporting: conversion factors*" 2023, 2022 e 2021 forniti da UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting - DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito);
- Emissioni indirette energetiche (Scope 2):
    - *Location based*: queste emissioni sono state calcolate moltiplicando l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nazionale per il fattore di emissione tratto da Confronti internazionali Terna 2020[164] su dati Enerdata – dati 2019. Si specifica che per il Kuwait si è fatto riferimento ai fattori degli Emirati Arabi Uniti, non essendoci un dato locale specifico; Hong Kong, Macao e Singapore calcolati facendo riferimento al fattore d'emissione della Cina.
    - *Market based*: le emissioni generate nelle *Region* Italia ed Europa sono state calcolate moltiplicando la quantità di energia elettrica non rinnovabile per i fattori di emissione residual mix di ogni Paese, secondo la seguente fonte: European Residual Mixes, AIB – dati 2022 (Versione 1.0, 6 maggio 2023) dati 2021 (Versione 1.0, 31 maggio 2022), 2020 (Versione 1.0, 31 maggio 2021). Per le emissioni generate nella *Region* Extra-Europa si sono utilizzati i seguenti riferimenti relativamente ai fattori di emissione: per gli USA la fonte è "2023 Green-e Residual Mix Emissions Rates (2021 Data)" per le emissioni Scope 2 MB

162 In allineamento alle linee guida GRI.
163 Perché il trasporto non è stato organizzato direttamente della Società.
164 Sono stati utilizzati tali coefficienti poiché non è ancora stata pubblicata una versione aggiornata.

dell'anno 2023, mentre "United States Environmental Protection Agency's (EPA) eGrid database", con riferimento al database 2020 (pubblicato a gennaio 2022) per i dati 2022 e 2021;; per gli altri Paesi che compongono la *Region* si sono utilizzati i medesimi fattori di emissione adoperati per il calcolo secondo la metodologia location based.

Si sottolinea che ulteriori specifiche in merito alla metodologia di risposta ai GRI Standards sono riportate, ove necessario, in apposite note a piè di pagina in corrispondenza della trattazione dell'indicatore.

Si specifica inoltre che all'interno delle tabelle del documento, laddove presenti numeri decimali, i totali sono esposti secondo un arrotondamento per eccesso del relativo valore.

Oltre alle informative dei GRI Standards, sono da considerarsi oggetto di rendicontazione anche altri KPI analizzati a partire dai rating dei principali analisti finanziari, di seguito riepilogati:
- Numero di riunioni avvenute nell'anno del CdA e di tutti i Comitati;
- Intensità idrica;
- Intensità energetica (coperta anche attraverso il GRI Standard 302-3);
- Intensità emissiva (coperta anche attraverso il GRI Standard 305-4);
- Percentuale di plastica riciclata utilizzata;
- Numero di nuove assunzioni di dipendenti donne all'interno di posizioni manageriali;
- Numero di audit condotti sul totale delle piccole imprese artigiane.

Nel 2023, inoltre, è stata effettuata un'analisi di valutazione d'impatto sociale il cui perimetro include sei progetti scelti dalla Casa di Moda tra quelli realizzati per il territorio e la comunità locale. Tale analisi è stata svolta in allineamento alla metodologia del Social Return on Investment (SROI). Si specifica che i dati emersi dalla valutazione d'impatto sociale operata secondo la metodologia dello SROI non sono oggetto delle verifiche operate dalla società di revisione incaricata dell'assurance esterna della DNF.

Il Gruppo è inoltre compliant al Regolamento UE 2020/852: la risposta ai requisiti, di natura qualitativa e quantitativa, previsti dalla Tassonomia europea è riportata in apertura alla sezione *Addendum*.

GRI CONTENT INDEX

La tabella che segue dà evidenza degli indicatori dei GRI Standards utilizzati per la redazione della DNF 2023 del Gruppo Brunello Cucinelli. Sono riportati, in conformità con l'ultima versione pubblicata, gli standard e i singoli indicatori – o informative – con riferimento alla pagina del documento dove vengono trattati. Eventuali omissioni, e relative giustificazioni, sono spiegate a latere.

Si specifica che si è utilizzata la versione 2021 dei GRI Universal Standards, 2018 del GRI Standard 303 – Acqua e scarichi idrici e GRI Standard 403 – Salute e sicurezza sul lavoro, la versione 2019 del GRI Standard 207 – Imposte e la versione 2020 del GRI Standard 306 – Rifiuti.

Statement di utilizzo	La Società Brunello Cucinelli S.p.A. ha rendicontato le informazioni relative alle performance di sostenibilità del Gruppo Brunello Cucinelli in accordo ai GRI Standards per il periodo di rendicontazione che intercorre tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022.
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Princìpi fondamentali 2021

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
Informativa generale					
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Pagg. 1, 52, 53, 58, 141			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Pagg. 238, 239			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Copertina, Pagg. 1, 258			
	2-4 Revisione delle informazioni	Pagg. 56, 96, 112, 115, 133, 168, 169, 180, 182, 192, 238 - 240			
	2-5 Assurance esterna	Pagg. 2, 250 Il giudizio di conformità è rilasciato da un soggetto indipendente, quale è la società di revisione, la cui attività e responsabilità è normata dal D.Lgs. 254/2016			
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Pagg. 36, 39 - 41, 126 - 128, 156 - 158			
	2-7 Dipendenti	Pag. 166			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Pag. 167			
	2-9 Struttura e composizione della governance	Pagg. 58 - 69			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Pag. 61			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Pag. 62			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Pagg. 67 - 70, 73 - 76, 78, 146 - 147, 159, 176 - 177, 178			
	2-13 Delega della responsabilità per la gestione di impatti	Pagg. 60, 67 - 69, 74			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Pagg. 22, 24, 69, 233			
	2-15 Conflitti d'interesse	Pag. 92 Non è prevista una comunicazione ad hoc agli stakeholder sugli eventuali conflitti di interesse, ma solo laddove prescritto dalle norme o dalla Procedura Parti Correlate.			
	2-16 Comunicazione delle criticità	Pagg. 79 - 82, 93, 159			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Pag. 76 Non è stato elaborato uno specifico programma di induction rivolto al CdA. Cionondimeno, il Presidente del CdA dell'Emittente promuove iniziative al fine di consentire agli amministratori diversi dai manager della Società (i.e. amministratori indipendenti) di acquisire un'adeguata conoscenza delle dinamiche aziendali della Società, della filosofia e i valori aziendali (tra i quali quelli di Capitalismo Umanistico e Umana Sostenibilità). Si specifica che, in data 6 dicembre 2022, il CdA ha preso in esame e approvato il nuovo Piano di Sostenibilità e le iniziative in esso indicate a garanzia dell'implementazione del medesimo Piano. Si specifica inoltre che, nel mese di ottobre 2023, è stato organizzato un seminario aperto a amministratori, sindaci e membri dell'OdV (ex D.lgs. 231/2001) a cui hanno preso parte relatori esterni (compresi un esponente di CONSOB e uno di Borsa Italiana); nel corso dell'incontro formativo sono stati discussi temi di corporate governance con particolare attenzione per gli obblighi di reporting in materia di sostenibilità.			
	2-18 Valutazione delle performance del massimo organo di governo	Il CdA è sottoposto a un processo di autovalutazione avente carattere di indipendenza e frequenza almeno triennale come previsto dal *Codice di Corporate Governance*. I risultati sono successivamente oggetto di discussione all'interno dei Comitati e del CdA. Nel 2023 è stata condotta l'autovalutazione.			
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	Pagg. 65 - 66 Rif. Relazione sulla Remunerazione			
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Pagg. 65 - 66 Rif. Relazione sulla Remunerazione			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale		2-21. a 2-21. b 2-21. c	Vincoli di riservatezza	Non è stato possibile rendicontare nella DNF 2023 l'indicatore in questione per motivi di riservatezza delle informazioni da esso richieste.
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Pagg. IV, V			
	2-23 Impegno in termini di policy	Pagg. 69, 70, 73, 92, 97, 103, 104, 138, 139, 146, 147, 176 - 178 I principali riferimenti internazionali citati all'interno delle Policy, Codici e Procedure adottati dalla Società sono i seguenti: - Assemblea Generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite risoluzione 217A (III), Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, A/RES/217(III) (10 dicembre 1948). - Assemblea Generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite risoluzione 70/1, Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, A/RES/70/1 (25 settembre 2015). - Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici, Accordo di Parigi, CP/2015/10/ Add.1 (13 dicembre 2015). - Global Compact delle Nazioni Unite, I Dieci Principi (24 giugno 2004). - Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali (25 maggio 2011). - Organizzazione Internazionale del Lavoro, Convenzioni sui diritti e i principi fondamentali del lavoro. c. Laddove le Policy, i Codici e le Procedure sono disponibili pubblicamente sul sito Investor Relations della Società, è inserita un'apposita nota a piè di pagina del documento recante il link di riferimento. Il contenuto dei documenti non pubblicati online è in ogni caso descritto all'interno della presente DNF.			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Pagg. 69, 70, 73, 78 - 82, 92, 97, 103, 104, 138, 139, 146, 147, 176 - 178, 179 Sulla base della volontà di coniugare i propri policy commitment con il modello ERM, la Società ha adottato nel proprio Risk Model delle apposite metriche di valutazione del rischio, volte a integrare le diverse forme dell'Umana Sostenibilità. In particolare, ciò si riflette nelle metriche di valutazione dell'impatto sulle umane risorse, sulla comunità circostante, sull'ambiente e sulla salute e sicurezza dei lavoratori. Si specifica che all'interno della piattaforma Sympo una parte del materiale messo a disposizione delle umane risorse è stata dedicata agli ideali del Capitalismo Umanistico e dell'Umana Sostenibilità, oltre al corso di formazione sulla D&I caricato nella medesima piattaforma. Inoltre le policy di Sostenibilità sono pubblicate nella intranet aziendale.			
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Pag. 178 Nel caso si verifichino criticità/ istanze negative comunicate dagli stakeholder, la Società pone in essere tutte le misure organizzative, tecniche e procedurali necessarie per porre rimedio a quanto occorso. In particolare, sono attive specifiche grievance procedures nel caso in cui dovessero emergere eventuali comportamenti da segnalare in ambito giuslavoristico. Tali procedure sono riportate negli Employee Handbook (in possesso delle umane risorse dal momento dell'assunzione) vigenti per le diverse entità legali del Gruppo. Inoltre, la Policy D&I prevede la facoltà di segnalare eventuali comportamenti problematici o inaccettabili, in violazione dei princìpi delineati nel documento stesso. A partire da luglio 2023 è attiva la nuova procedura di whistleblowing che ha nel Responsabile Audit Interno il soggetto che gestisce le eventuali segnalazioni.			
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Pagg. 92, 93, 138			
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso dell'ultimo triennio non si sono verificati casi di non conformità con leggi e normative in materia ambientale né socio-economica all'interno del Gruppo Brunello Cucinelli.			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Pagg. 153, 154			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pagg. 21, 24, 70 - 77, 148 - 150			
	2-30 Contratti collettivi	Pag. 169			
Temi materiali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Pagg. 21 – 25, 82, 231 - 237			
	3-2 Elenco di temi materiali	Pagg. 23, 25, 83 – 88, 234, 235 - 236			
Performance economiche					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 23, 24, 51 – 57, 84, 89 – 91, 234, 235			
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Pagg. 56, 57			
	201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Pagg. 89 - 91			
Presenza sul mercato					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 23, 24, 87, 176, 180, 234 - 236			
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-2 Proporzione dei senior manager assunti dalla comunità	Pag. 180			
Pratiche di approvvigionamento					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 83, 126 – 129, 235 - 236			
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	Pagg. 127, 129			
Anticorruzione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 88, 91 – 94, 236			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	I principali rischi legati alla corruzione sono connessi a rischi di non conformità legislativa (i.e. violazione di norme), ad un'eventuale commissione di atti corruttivi da/verso la Pubblica Amministrazione e da/ verso i privati o al mancato rispetto del D. Lgs. 231. Le aree di business potenzialmente esposte ai rischi legati alla corruzione sono l'acquisto di materie prime, l'affidamento delle lavorazioni alle piccole imprese artigiane e l'affidamento di consulenze a vario titolo. Rispetto a queste aree non si è al corrente di episodi corruttivi per il 2023. L'eventuale commissione di atti eticamente scorretti da parte dei collaboratori interni ed esterni che agiscano in nome e/o per conto della Società potrebbe ricadere nell'ambito di fattispecie corruttive, con conseguente esposizione a frodi, danni o sanzioni a carico della Società, oltre che danni di natura reputazionale.			
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Pag. 94			
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Pag. 94			
Imposte					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 95 – 96, 235			
GRI 207: Imposte 2019	207-1 Approccio alla fiscalità	Pagg. 95, 96			
	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	Pagg. 95, 96			
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	Pagg. 95, 96			
	207-4 Rendicontazione per Paese	Pag. 96 La rendicontazione avviene per aree geografiche omogenee e non per Paese/ giurisdizione fiscale.			
Materiali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 83, 103, 129 – 137, 235			
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Pagg. 131, 132, 133, 136, 137			
Energia					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 103, 111 – 114, 235			
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Pag. 112			
	302-3 Intensità energetica	Pag. 112			
	302-4 Riduzione del consumo di energia	Pag. 112			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
Acqua e scarichi idrici					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 103, 118 – 121, 235			
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Pagg. 118, 119			
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Pagg. 118, 119			
	303-3 Prelievo idrico	Pagg. 118, 119			
	303-4 Scarico di acqua	Pag. 121			
Biodiversità					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 103 - 110, 235			
GRI 304: Biodiversità 2016	304-4 Specie elencate nella "Red List" dell'IUCN e negli elenchi nazionali che trovano il proprio habitat nelle aree di operatività dell'organizzazione	Pag. 109			
Emissioni					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 103, 106, 114 - 118, 235			
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Pagg. 114, 115			
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Pagg. 114, 115			
	305-4 Intensità delle emissioni	Pagg. 114, 115			
	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	Pagg. 114, 115			
Rifiuti					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 103, 121 - 125, 235			
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Pagg. 121 - 123			
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Pagg. 121 - 123			
	306-3 Rifiuti prodotti	Pagg. 121 - 123			
	306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	Pagg. 121 - 123			
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	Pagg. 121 - 123			
Occupazione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 164 – 176, 192 – 197, 236			
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Pagg. 171 - 175			
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Pagg. 192 - 197			
	401-3 Congedo parentale	Pagg. 196 - 197			
Salute e sicurezza sul lavoro					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 88, 137, 158, 187 – 189, 198 – 202, 236			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 198 La Società non dispone attualmente di un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro certificato.			
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pag. 198 I lavoratori hanno un contatto diretto con il RSPP e i responsabili di reparto, che sono presenti quotidianamente presso la sede di Solomeo, pertanto in caso di problemi, infortuni e/o incidenti le segnalazioni avvengono immediatamente e direttamente. Alla segnalazione, segue un'intervista con le persone interessate dagli incidenti, nonché i preposti, per ricostruire le dinamiche e trovare soluzioni migliorative/risolutive.			
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	Pag. 200			
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 198, 199, 200			
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pagg. 187 - 189			
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Pagg. 193 - 195			
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Pagg. 137, 159			
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	La Società non dispone attualmente di un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro certificato.			
	403-9 Infortuni sul lavoro	Pagg. 200 - 202			
	403-10 Malattie professionali	La Società opera un continuo presidio del rischio di malattie professionali, sebbene la sua entità sia molto bassa. Nel 2023 si conferma il trend di zero casi di malattie professionali.			
Formazione e istruzione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 164 – 169, 179 – 189, 236			
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Pag. 182			
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Pagg. 187 - 189			
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Pag. 190			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
Diversità e pari opportunità					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 61, 87, 164 – 169, 176 – 180, 236			
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità degli organi di governo e tra i dipendenti	Pagg. 61, 168 - 169			
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Pagg. 191 - 192			
Non discriminazione					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 164 - 169, 176 - 180, 236			
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Si specifica che nel 2023 negli Stati Uniti sono stati segnalati due casi di discriminazione tra i dipendenti della società controllata. I casi sono stati oggetto di pronta indagine da parte della Società al fine di esaminare la segnalazione ricevuta. L'analisi ha confermato l'infondatezza dei casi di discriminazione.			
Libertà di associazione e contrattazione collettiva					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 97, 137, 139, 159, 169, 236			
GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva 2016	407-1 Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio	Pagg. 97, 137, 139, 159, 169			
Lavoro minorile					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 97, 137, 236			
GRI 408: Lavoro minorile 2016	408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Si specifica che, in linea con i due anni precedenti, non sono state identificate situazioni a rischio di violazione della normativa in materia di lavoro minorile all'interno del Gruppo nel corso del 2023.			
Lavoro forzato od obbligatorio					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 97, 137, 236			
GRI 409: Lavoro forzato od obbligatorio 2016	409-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Si specifica che, in linea con i due anni precedenti, non sono state identificate situazioni a rischio di violazione della normativa in materia di lavoro forzato all'interno del Gruppo nel corso del 2023.			
Comunità locali					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 86, 109, 110, 146 – 155, 236			
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Pagg. 109, 110, 146 – 155 La percentuale delle attività che prevedono un coinvolgimento della comunità locale nel 2023 è pari allo 0,3%. Tale valore è calcolato rapportando il valore economico distribuito alla comunità locale nell'anno rispetto al valore economico complessivamente generato dal Gruppo nel medesimo periodo.			

GRI STANDARD	INFORMATIVA	PAGINA DEL DOCUMENTO/ ALTRE FONTI	OMISSIONI		
			REQUISITO (I) OMESSO (I)	RAGIONI	SPIEGAZIONE
Valutazione sociale dei fornitori					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 87, 137 – 139, 159, 236			
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-2 Impatti negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	Pag. 159			
Marketing ed etichettatura					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 84, 85, 41 – 51, 155, 235			
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	In linea con gli anni precedenti, anche nel 2023 si riscontra l'assenza di casi di non conformità con le normative in vigore a livello di comunicazione e campagne pubblicitarie del Gruppo, sia in Italia che nel resto del mondo.			
Privacy dei clienti					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 45, 88, 98 – 101, 236			
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Pagg. 100 - 101			
Altri temi materiali					
Lotta al cambiamento climatico					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 83, 103 – 105, 106, 235			
Identità del brand					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Pagg. 41 – 44, 85			

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

BRUNELLO CUCINELLI SpA

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI DELL'ART. 3, C. 10, D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO CON DELIBERA N. 20267 DEL GENNAIO 2018

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2023

pwc

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario

Ai sensi dell'art. 3, c. 10, D.Lgs. 254/2016 e dell'art. 5 Regolamento CONSOB adottato con delibera n. 20267 del gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli SpA

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5, comma 1, lett. g) del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato (*limited assurance engagement*) della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della Brunello Cucinelli SpA e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 predisposta *ex* art. 4 Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 14 marzo 2024 (di seguito "DNF").

L'esame da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "Addendum - La Tassonomia Europea" della DNF del Gruppo, richieste dall'art. 8 del Regolamento europeo 2020/852.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* aggiornati al 2021 dal GRI - *Global Reporting Initiative* (di seguito "GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili, inoltre, per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

PricewaterhouseCoopers SpA

Sede legale: **Milano** 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 77851 Fax 02 7785240 Capitale Sociale Euro 6.890.000,00 i.v. C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 12979880155 Iscritta al n° 119644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: **Ancona** 60131 Via Sandro Totti 1 Tel. 071 2132311 - **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640211 - **Bergamo** 24121 Largo Belotti 5 Tel. 035 229691 - **Bologna** 40124 Via Luigi Carlo Farini 12 Tel. 051 6186211 - **Brescia** 25121 Viale Duca d'Aosta 28 Tel. 030 3697501 - **Catania** 95129 Corso Italia 302 Tel. 095 7532311 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081 36181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873481 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 349737 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 275911 - **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 085 4545711 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 570251 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 556771 - **Trento** 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422 696911 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 - **Udine** 33100 Via Poscolle 43 Tel. 0432 25789 - **Varese** 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332 285039 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8263001 - **Vicenza** 36100 Piazza Pontelandolfo 9 Tel. 0444 393311

www.pwc.com/it

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants* (*including International Independence Standards*) (IESBA Code) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. Nell'esercizio di riferimento del presente incarico la nostra società di revisione ha applicato l'*International Standard on Quality Control* 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, ha mantenuto un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio *International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure*:*

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Brunello Cucinelli;
4. comprensione dei seguenti aspetti:
   - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
   - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
   - principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

   Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a);

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.
In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Brunello Cucinelli SpA e con il personale della Max Vannucci Srl e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

   Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:
   - a livello di Capogruppo,
     a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
     b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
   - per la società Max Vannucci Srl, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Altri aspetti

I dati e le informazioni contenuti nel paragrafo "La misurazione dello SROI sui progetti della Casa di Moda", relative all'applicazione della metodologia del Social Return on Investment, non sono stati oggetto di verifica.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Brunello Cucinelli relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

Le nostre conclusioni sopra riportate non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "Addendum - La Tassonomia Europea" della DNF del Gruppo richieste dall'art. 8 del Regolamento europeo 2020/852.

Pescara, 29 marzo 2024

PricewaterhouseCoopers SpA

Stefano Amicone
(Revisore Legale)

Paolo Bersani
(Procuratore)

3 di 3

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL GHG STATEMENT 2023 DEL GRUPPO BRUNELLO CUCINELLI

BRUNELLO CUCINELLI SPA

pwc

Relazione della società di revisione indipendente sul GHG Statement 2023

Al Consiglio di Amministrazione di Brunello Cucinelli SpA

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*limited assurance engagement*) del GHG Statement 2023 della Brunello Cucinelli SpA e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 (di seguito "GHG Statement").

Responsabilità degli Amministratori per il GHG Statement

Gli Amministratori di Brunello Cucinelli SpA sono responsabili per la redazione del GHG Statement 2023 in conformità al *Greenhouse Gas Protocol* (di seguito "GHG Protocol"), come descritto nel paragrafo "Purpose" del GHG Statement 2023.

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

Gli Amministratori, infine, sono responsabili per la definizione degli obiettivi GHG del Gruppo, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants* (*including International Independence Standards*) (IESBA Code) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

Nell'esercizio di riferimento del presente incarico la nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Management* 1 (ISQM 1) che richiede di configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che include direttive e procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del GHG Statement rispetto a quanto richiesto dal GHG Protocol.
Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000* (Revised) - *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche "ISAE 3000 Revised") e *International Standard*

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

Società a responsabilità limitata a socio unico
Sede legale: Milano 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 725091 Cap. Soc. Euro 100.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 06234620968 – Altri Uffici: **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640311 Fax 080 5640349 - **Bologna** 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 051 6186211 - **Brescia** 25121 Viale Duca d'Aosta 28 Tel. 030 3697501 - **Cagliari** 09125 Viale Diaz 29 Tel. 070 6848774 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 24828 99 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081 36181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873431 Fax 049 8734399 | Rubano 35030 Via Belle Putte 36 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 6256313 Fax 091 7829221 | 90139 Via Roma 457 Tel 091 6752111 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 275911 Fax 0521 781844 – **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 6920731 Fax 06 69207330 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773299 - **Trento** 38121 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422 315711 Fax 0422 315798 -**Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 Fax 040 364737 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it

on Assurance Engagements ISAE 3410 – *Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statement* (di seguito "ISAE 3410"), emanati dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il GHG Statement non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised e l'ISAE 3410 (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul GHG Statement si sono basate sul nostro giudizio professionale, considerando che la quantificazione dei gas serra è soggetta a incertezza intrinseca a causa di conoscenze scientifiche incomplete utilizzate per determinare i fattori di emissione e i valori necessari per combinare emissioni di gas differenti. Le procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel GHG Statement, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre analisi volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

a) analisi e comprensione dei principi e delle linee guida adottate per la redazione del GHG Statement 2023, espressi nel paragrafo "Methodological Note";
b) incontri con il personale di Brunello Cucinelli SpA, responsabile della predisposizione del GHG Statement, al fine di comprendere i processi di raccolta, aggregazione, elaborazione e trasmissione dei dati relativi alle emissioni GHG;
c) analisi e verifica dei criteri di identificazione del perimetro di rendicontazione, come rappresentati all'interno del paragrafo "Company and Inventory Boundaries";
d) verifica dell'applicazione delle metodologie e degli standard di riferimento indicate nel GHG Statement. In particolare, abbiamo verificato:
    i i fattori di emissione associati ai processi impattanti sul profilo emissivo del business del Gruppo e la relativa applicazione nel modello di calcolo;
    ii l'applicazione dei criteri di stima impiegati nel modello di calcolo;
    iii su base campionaria, attraverso procedure analitiche e limitate verifiche, l'aggregazione dei dati, i dati emissivi e i sottostanti quantitativi associati alle fonti di emissione relative alla catena di fornitura;
    iv l'aggregazione del dato totale per ciascuna fonte emissiva rilevante.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il GHG Statement del Gruppo Brunello Cucinelli relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dal GHG Protocol come descritto nel paragrafo "Purpose" del GHG Statement.

Roma, 29 marzo 2024

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

Paolo Bersani
(Partner)

2 di 2

Per richiedere informazioni in merito ai contenuti della presente Dichiarazione Consolidata di carattere non Finanziario è possibile rivolgersi direttamente al seguente indirizzo email:

humansustainability@brunellocucinelli.it