



RELAZIONE DI IMPATTO 2025





Indice dei contenuti

Introduzione	4
Guida alla lettura del report	5
Nota metodologica	5
Accademia HModa SB	6
La nostra storia	7
La nostra missione	8
Il nostro contributo agli SDGs	10
I nostri stakeholder	11
I nostri impatti	12
Impatti ambientali	13
Impatti sociali	15
Impatti negativi del settore Moda-Tessile e strategie di mitigazione	16
Gli impegni di Società Benefit	18
I nostri obiettivi	19
I nostri progressi	24
Orientamento	30
Collaborazioni con le scuole	31
Collaborazione con IPSIA di Fermo	31
Storie di Futuro - Made in Italy	32
Formazione	34
Accademia HModa Calzatura	35
Accademia Sartoriale Italiana	37
Craft-Mi	38
Collaborazione con l'Università degli Studi di Macerata	39
Accademia HModa France	40
Progetti e collaborazioni con IFM	41
Content Index	44



Introduzione



Guida alla lettura del report

La presente reportistica è stata redatta con l'intento di favorire una panoramica sulle attività e sulle performance ambientali e sociali di Accademia Holding Moda srl SB.

Il perimetro di rendicontazione si riferisce unicamente alle attività svolte da Accademia Holding Moda srl SB. Di conseguenza, secondo gli standard GRI, il perimetro di rendicontazione è da intendersi esteso a tutti gli stakeholder, interni ed esterni, di Accademia Holding Moda.

Nota metodologica

Il presente documento è la terza edizione della Relazione d'impatto della società e contiene le principali iniziative atte alla creazione di valore nonché un resoconto degli obiettivi di beneficio comune assunti. Si pone l'obiettivo di soddisfare le richieste di informazioni in materia di sostenibilità dei principali stakeholders in maniera veritiera e trasparente. Nella realizzazione della documentazione, la Società ha utilizzato i GRI Standards 2021 nell'opzione "with referenced to GRI Standards" in osservanza del principio di trasparenza. All'interno dell'appendice è stato fornito un parallelismo con le aree di valutazione L. 28/12/2015 art.1 comma 378-Allegato 5 in materia di società benefit.

L'Azienda si impegna inoltre a perseguire gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite nell'attività d'impresa.

L'arco temporale preso in considerazione decorre dal 1° gennaio 2025 al 31 Dicembre 2025, coincide con quello riportato all'interno del bilancio economico. La sede legale è ubicata in Largo Augusto 8 a Milano, mentre la sede operativa è ubicata presso Accademia HModa Calzatura, ex Ente Formativo Calzaturiero delle Marche,¹ in via Valletta 2 a Civitanova Marche. Il dettaglio degli obiettivi prefissati come Società Benefit si riferisce a quelli conseguiti nel 2025 e fissati per gli anni successivi.

¹ Il passaggio da Ente Formativo Calzaturiero ad Accademia HModa Calzatura deriva dall'evoluzione e dal maggior grado di strutturazione raggiunto da Accademia HModa, che ha reso necessaria la suddivisione e una denominazione esemplificativa delle proprie Business Unit, quali la Calzatura, coerentemente con la struttura organizzativa implementata da HModa.

Accademia HModa SB

La nostra storia

Accademia HModa nasce nel 2020 con l'obiettivo di accompagnare le nuove generazioni in un percorso formativo professionalizzante, attraverso la trasmissione del saper fare maturato dalle Persone delle aziende di HModa in anni di esperienza nel settore della produzione di abbigliamento di alta moda. All'inizio della sua attività si trattava di un progetto esteso alle aziende facenti parte di HModa. Nel 2023 Accademia HModa è diventata società benefit ed ha lanciato i primi progetti di orientamento dedicati ai giovani talenti. Nel 2025 ha proseguito la propria missione, offrendo percorsi formativi dal forte impatto sui territori, rivolti non solo alle aziende del Gruppo ma anche ai brand e alla filiera.

Il Gruppo HModa, subholding di HInd, si occupa di promuovere l'aggregazione di piccole medie imprese specializzate in diversi prodotti e lavorazioni per i brand dell'Alta Moda nazionale e internazionale. Le aziende del Gruppo collaborano per creare valore e rapporti che crescano nel tempo, con uno sguardo sempre rivolto alla sostenibilità. Dalla

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

Grazie al suo know-how diffuso sul territorio italiano (in particolare in Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche e Campania) HModa riesce a coprire ben 11 categorie merceologiche contribuendo sensibilmente al comparto del tessile, della pelle, delle calzature e ready-to-wear (come abbigliamento in pelle e abbigliamento leggero per donna). Ogni azienda è specializzata in diversi prodotti e servizi, che insieme forniscono un'offerta verticale e completa, garantendo una produzione Made in Italy che unisce artigianalità e innovazione. HModa pone il Cliente e la sua soddisfazione al centro della propria attività, migliorandosi continuamente nel perseguimento dell'eccellenza, anticipando le necessità e le esigenze.



La nostra missione

Dall'amore per le maestranze del Made in Italy e per la manifattura italiana nasce la volontà del Gruppo di contribuire a tramandare il *savoir faire* e formare giovani professionisti. Il crescere di questo impegno ha portato nel 2023 l'Accademia HModa a diventare società benefit, impegnandosi ad essere un catalizzatore di questo progetto non solo per le aziende del Gruppo ma per tutto il comparto moda-lusso.

Nel corso del 2025, la Società ha confermato il proprio impegno nel perseguimento degli obiettivi strategici prefissati, registrando progressi complessivamente positivi. In merito ai traguardi assunti in qualità di Società Benefit, due obiettivi specifici hanno risentito di una fase di riorganizzazione interna. Tale processo, pur determinando una temporanea rimodulazione delle tempistiche operative, è stato funzionale a consolidare le basi strutturali dell'azienda, garantendo una maggiore efficacia nel raggiungimento degli impatti futuri.

Il 2025 si presenta, pertanto, come un anno di forte consolidamento e avanzamento, in cui sono state poste le basi per rafforzare la struttura dei progetti e ottenere risultati ancora più significativi nel prossimo futuro. Per un maggiore dettaglio e approfondimento, si rimanda al Capitolo 4, paragrafo 2.

Accademia HModa, in qualità di Società Benefit, fonda la propria missione su principi di autenticità, determinazione e passione, valori imprescindibili che guidano ogni aspetto della propria attività. La Società riconosce e valorizza l'eccellenza del Made in Italy, attribuendo il giusto merito alle maestranze che, con dedizione e competenza, creano capi di alta manifattura. La visione di Accademia HModa guarda al futuro, con l'intento di preservare e tramandare i mestieri e le arti della manifattura, riconosciuti come fondamenta imprescindibili dell'industria dell'alta moda. In tal senso, Accademia HModa si impegna a valorizzare il talento, individuando e coltivando risorse umane di talento, offrendo loro percorsi di crescita e specializzazione che favoriscano l'inserimento qualificato nel settore moda, promuovendo attivamente l'accesso a opportunità professionali e sostenendo lo sviluppo dei giovani talenti. Questo impegno si traduce nella trasmissione non solo di competenze tecniche, ma anche dei valori e della passione che contraddistinguono l'eccellenza artigianale italiana, con l'obiettivo di preservare e rinnovare le tradizioni manifatturiere. L'offerta formativa di Accademia HModa include percorsi personalizzati, diversificati e modulabili, progettati per rispondere alle esigenze specifiche sia delle aziende che degli individui, incentivando l'apprendimento continuo e l'aggiornamento professionale.

L'azienda sostiene attivamente la territorialità, collaborando con istituzioni scolastiche e territoriali, instaurando sinergie che rafforzano il legame con la comunità locale e valorizzano le tradizioni manifatturiere del territorio.

“Crediamo nell'autenticità, nella determinazione e nella passione. Crediamo nel valore del Made in Italy e nelle Persone che, con cura ed entusiasmo, realizzano capi di alta qualità. Crediamo nel futuro di mestieri e arti della manifattura e nella loro riqualificazione come attività portanti dell'industria dell'alta moda.”



TALENTO

Intercetta risorse che ambiscono ad entrare a far parte del mondo della moda e crea percorsi di crescita e specializzazione.



ARTIGIANALITÀ

Forma gli artigiani di domani, attraverso la trasmissione di valori, passione e tecnica.



FORMAZIONE

Possibilità di attivare percorsi diversi personalizzabili secondo le necessità dell'Azienda.



TERRITORIALITÀ

Partnership con scuole e istituzioni, insieme alla tradizione manifatturiera del territorio, sono fondamentali per raggiungere l'obiettivo.

Il nostro contributo agli SDGs

SDG 4

La società, come parte del Gruppo HModa, si impegna a sostenere gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030. Per sua natura e tipologia di business ambisce a poter contribuire all' SDG 4 L'obiettivo delle Nazioni Unite è dedicato all'istruzione di qualità e aspira a garantire a tutti un'istruzione equa, inclusiva e di qualità, promuovendo opportunità di apprendimento per tutti.



Accademia HModa, con la sua mission di formare nuovi talenti nel settore della moda, si propone di donare il proprio contributo al raggiungimento del target tramite:

- **Formazione professionale di qualità:** Offrendo corsi specialistici e unendo teoria e pratica, Accademia HModa garantisce ai suoi studenti una formazione di alta qualità, preparandoli al meglio per affrontare le sfide del mercato del lavoro, nonché l'inserimento in azienda qualora gli studenti meritevoli lo desiderino.
- **Equità e inclusione:** Accademia HModa si impegna a creare un ambiente di apprendimento inclusivo, aperto a tutti coloro che desiderano intraprendere un percorso formativo nel settore della moda, senza distinzione di genere, origine o background sociale ed economico.

- **Sviluppo delle competenze:** I corsi proposti dall'azienda sviluppano non solo competenze tecniche specifiche per il settore della moda, ma anche competenze trasversali come la creatività, la capacità di problem solving e il lavoro di squadra, fondamentali per il successo personale e professionale.

Sapere:

Costruire un bagaglio di conoscenze

I nostri percorsi formativi si fondano su una solida base di conoscenze teoriche e pratiche. Attraverso lo studio approfondito dei prodotti, dei processi produttivi, dei materiali, della storia del design italiano e delle dinamiche di mercato, i nostri allievi acquisiscono una comprensione completa delle eccellenze del Made in Italy. Questa solida base li rende in grado di affrontare le sfide del presente e di anticipare le tendenze future.

Saper fare:

Sviluppare nuove competenze

Le maestranze sono il cuore pulsante del nostro insegnamento. I nostri laboratori sono veri e propri atelier dove gli allievi imparano a trasformare la materia prima in oggetti unici, esprimendo la loro creatività e sviluppando un gusto raffinato. Il saper fare, unito alla conoscenza tecnica, permette di realizzare prodotti di alta qualità, in linea con i più elevati standard del Made in Italy.

Saper essere:

Maturare responsabilità, rispetto ed etica professionale

La formazione che ci proponiamo di offrire va oltre le competenze tecniche. Coltiviamo nei nostri allievi un senso di responsabilità, un'etica professionale e una passione autentica per il proprio lavoro. Il saper essere, inteso come atteggiamento mentale e come insieme di valori, è fondamentale per diventare un vero professionista del Made in Italy.

I nostri stakeholder

L'ascolto e il coinvolgimento degli stakeholder si configurano come obiettivi prioritari della Relazione d'impatto di Accademia Holding Moda. L'Azienda si impegna ad accogliere le preoccupazioni, le prospettive e le aspettative delle parti interessate, traducendole in iniziative concrete. Tale approccio orienta le scelte strategiche aziendali e favorisce la costruzione di relazioni responsabili e collaborative con il contesto territoriale e la comunità di riferimento.

L'attenzione verso gli Stakeholder è al centro della mission aziendale e guida lo sviluppo di progetti educativi di ampio respiro. Nel 2025 la Società ha rafforzato l'ingaggio dei seguenti interlocutori chiave:



Il lavoro di analisi e mappatura degli stakeholder condotto nel 2024 ha consentito all'Azienda di strutturare un dialogo più efficace e strategico con le parti interessate. Questo approccio ha rafforzato la capacità di intercettare le esigenze e le aspettative degli interlocutori chiave, orientando le iniziative in modo coerente con le finalità di beneficio comune e garantendo una maggiore efficacia nell'attuazione della propria strategia.

Accademia HModa continua a perseguire e a mantenere un dialogo aperto e costruttivo con i propri stakeholder, finalizzato alla creazione di un ambiente inclusivo e caratterizzato da un atteggiamento di reciproco rispetto.



I nostri impatti

È stato condotto uno studio del contesto in cui l'azienda opera e, rispetto all'analisi di materialità svolta per la capogruppo HModa, si è ristretto il perimetro ai soli impatti ambientali e sociali collegati, connessi o generati dall'azienda. L'analisi di materialità completa prevista dal GRI 3 è riconducibile al Gruppo Holding Moda e sarà presente nel Bilancio di Sostenibilità 2025.

Nello studio dei nostri impatti sono state prese in esame le aspettative dei nostri stakeholder, il contesto culturale e sociale in cui operiamo e il nostro modello di business.

Impatti ambientali

Gli impatti ambientali di Accademia HModa sono riconducibili principalmente alle attività svolte presso la sede fisica della Società, Accademia HModa Calzatura. In un'ottica di trasparenza e responsabilità verso i propri stakeholder, la Società ritiene fondamentale fornire una chiara rendicontazione degli impatti generati.

Attualmente, i consumi dell'azienda riguardano le risorse energetiche e idriche, legate all'uso quotidiano dell'immobile. Si precisa che i consumi energetici sono unicamente collegati ai consumi di energia elettrica acquistata e non vi sono altre fonti energetiche.

Di seguito si riportano i valori totali registrati nell'anno 2025. I valori indicati fanno riferimento, come sopra anticipato, ai consumi di energia elettrica e acqua, quest'ultima destinata al solo uso sanitario, in quanto non presenti altre forme di consumo.

Anno	Elettricità (kWh)	Acqua (m³)
2025	37.150	335

Durante il 2024 è stato condotto un primo esercizio di quantificazione del proprio impatto ambientale, attraverso lo sviluppo di un calcolo dettagliato delle emissioni di gas serra generate dalle proprie attività. In continuità con l'anno precedente, nel 2025 è stata effettuata un'analisi approfondita che ha preso in considerazione le emissioni dirette (Scope 1) e indirette legate al consumo energetico (Scope 2). Si precisa che per l'esercizio di competenza non sono stati rilevati consumi né di gas naturale né di carburante, in quanto non è presente una flotta aziendale, pertanto lo scope 1 equivale a zero.

L'analisi dello Scope 2 si è concentrata sulle emissioni indirette associate al consumo di energia elettrica acquistata e utilizzata presso la sede aziendale. Al fine di garantire la massima accuratezza e confrontabilità dei risultati, le emissioni di Scope 2 sono state determinate applicando due diverse metodologie: il metodo "location-based", che riflette le emissioni medie del mix energetico nazionale italiano, e il metodo "market-based", che considera invece le specifiche fonti energetiche acquistate direttamente dall'azienda. In entrambi i casi, sono stati utilizzati i fattori di conversione aggiornati forniti dal DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs) per il 2025.

- **Scope 2 Location based: 12 tonCO₂e**
- **Scope 2 Market based: 0 tonCO₂e**

Per quanto concerne le emissioni indirette Scope 3, il calcolo ha considerato unicamente quelle derivanti dal pendolarismo dei dipendenti, escludendo altre fonti come la catena di fornitura o i viaggi di lavoro, considerate non pertinenti, data la configurazione dell'azienda, caratterizzata da una singola sede fisica con attività prevalentemente d'ufficio e un team composto da 2 dipendenti.

● Scope 3 "Categoria 7 - Pendolarismo dipendenti": tonCO2e²

Anno	Scope 1 (tonCO2e)	Scope 2 (tonCO2e) Location-based	Scope 2 (tonCO2e) Market-based	Scope 3 (tonCO2e)	Totale Location- based (tonCO2e)	Totale Market-based (tonCO2e)
2024	-	7	9	0,95	21	23
2025	0	12	0	0,95	13	1

Nel corso del 2025 le emissioni di Scope 1 sono rimaste pari a zero, in quanto l'azienda non presenta consumi di combustibili fossili né utilizzi di gas naturale intestati alla società. Le emissioni di Scope 2 market-based si sono ulteriormente ridotte fino ad azzerarsi, grazie all'approvvigionamento per l'intero anno di energia elettrica dotata di Garanzie d'Origine. Le emissioni di Scope 3, attualmente riconducibili esclusivamente al pendolarismo dei dipendenti, sono rimaste sostanzialmente invariate rispetto all'anno precedente.

La consapevolezza circa i propri impatti derivanti dai consumi idrici ed energetici dell'azienda, sebbene non considerati materiali, hanno comunque portato Accademia HModa, in linea con la posizione della Holding e con la propria volontà di intraprendere un percorso migliorativo, a intervenire concretamente per ridurre le emissioni Scope 2. Nel corso del 2025, infatti, l'azienda ha adottato misure specifiche per implementare un approccio più responsabile in quest'ambito, attraverso la prosecuzione del contratto di fornitura di energia elettrica e l'acquisto delle Garanzie d'Origine, certificazioni che attestano la provenienza rinnovabile dell'energia utilizzata.

In aggiunta alle azioni menzionate e in virtù della riconosciuta responsabilità che ogni attività detiene nei confronti dell'ambiente, l'azienda ha promosso diverse iniziative volte a sensibilizzare i giovani studenti rispetto alle tematiche ambientali legati al settore moda e gli impatti generati dalla filiera. Attraverso specifiche lezioni e workshop, Accademia HModa conferma la volontà di formare professionisti consapevoli, che possano contribuire positivamente al futuro del settore.

² La stima delle emissioni di CO2e per il pendolarismo è stata calcolata utilizzando un valore medio di kgCO2e/km secondo i dati DEFRA 2023. L'analisi considera esclusivamente i lavoratori dipendenti in forza al 31/12/2025, assumendo che ciascun dipendente abbia percorso quotidianamente, per 220 giorni lavorativi, la distanza di andata e ritorno. Il mezzo di trasporto considerato è un'automobile media alimentata a diesel.

Impatti sociali

Accademia HModa si pone l'obiettivo di colmare il gap tra scuola e mondo del lavoro, offrendo ai giovani talenti l'opportunità di specializzarsi in un settore strategico come quello della moda. Grazie a un approccio formativo innovativo, che combina teoria e pratica in azienda, Accademia contribuisce in modo significativo allo sviluppo del territorio e alla valorizzazione del Made in Italy.

◆ Impatti sociali per la comunità locale:

- **Sviluppo economico:** Collaborando con le aziende del territorio, Accademia HModa contribuisce allo stimolo della crescita economica locale, creando nuove opportunità occupazionali e valorizzando le competenze artigianali, supportando la crescita economica di aree storiche produttive.
- **Valorizzazione del patrimonio culturale:** Trasmettendo ai giovani le tradizioni artigianali e le tecniche di produzione tipiche del Made in Italy, l'Accademia contribuisce a preservare un patrimonio culturale e favorire il tramandarsi di tradizioni che diversamente andrebbero perse.
- **Coinvolgimento della comunità:** Attraverso iniziative di open-day nelle aziende del Gruppo HModa, creando l'opportunità per gli studenti di conoscere e vedere da vicino le eccellenze del Made in Italy. L'obiettivo è quello di far riscoprire i mestieri interni alle aziende e farli riapprezzare. Vengono coinvolti direttamente gli studenti, le famiglie e i docenti (tramite l'orientamento proposto da Storie di Futuro) in site visit e laboratori.

◆ Impatti sociali per la comunità scolastica e gli enti formativi:

- **Orientamento scolastico:** Accademia HModa offre un punto di riferimento per gli studenti che desiderano intraprendere un percorso formativo nel settore moda, fornendo informazioni e orientamento sulle opportunità professionali.

- **Collaborazione con le scuole:** Accademia, attraverso il progetto Storie di Futuro, collabora con le scuole secondarie di 1° livello per intercettare ed ispirare i giovani ad iscriversi ad istituti superiori con indirizzo "Industria e Artigianato per il Made in Italy".
- **Aggiornamento dei docenti:** Attraverso la formazione continua dei docenti, Accademia contribuisce all'aggiornamento delle competenze didattiche e all'allineamento dei curricula formativi alle esigenze del mercato del lavoro. Nel progetto Accademia HModa vengono selezionati docenti con know-how specifico e di grande esperienza per tramandare agli studenti il saper fare. Nel progetto Storie di Futuro ai docenti delle scuole target viene offerta una formazione specifica per supportare i ragazzi e le famiglie nelle fasi di orientamento.

◆ Impatti sociali per il settore tessile-moda:

- **Innovazione:** Accademia HModa promuove l'innovazione nel settore moda, formando nuove figure professionali in grado di rispondere alle sfide poste dalla digitalizzazione e dalla sostenibilità. Mira a favorire la cross-fertilization tramite la diversità generazionale per lo scambio di competenze specifiche con la vision giovane e fresca delle nuove sfide di mercato.
- **Sostenibilità:** Accademia sensibilizza gli studenti all'importanza della sostenibilità ambientale e sociale, promuovendo pratiche produttive etiche e responsabili e dando loro una formazione ESG di base all'interno del percorso formativo.
- **Rafforzamento della filiera:** Collaborando con le aziende del settore, Accademia contribuisce a rafforzare la filiera produttiva del Made in Italy e favorisce il ricambio generazionale.

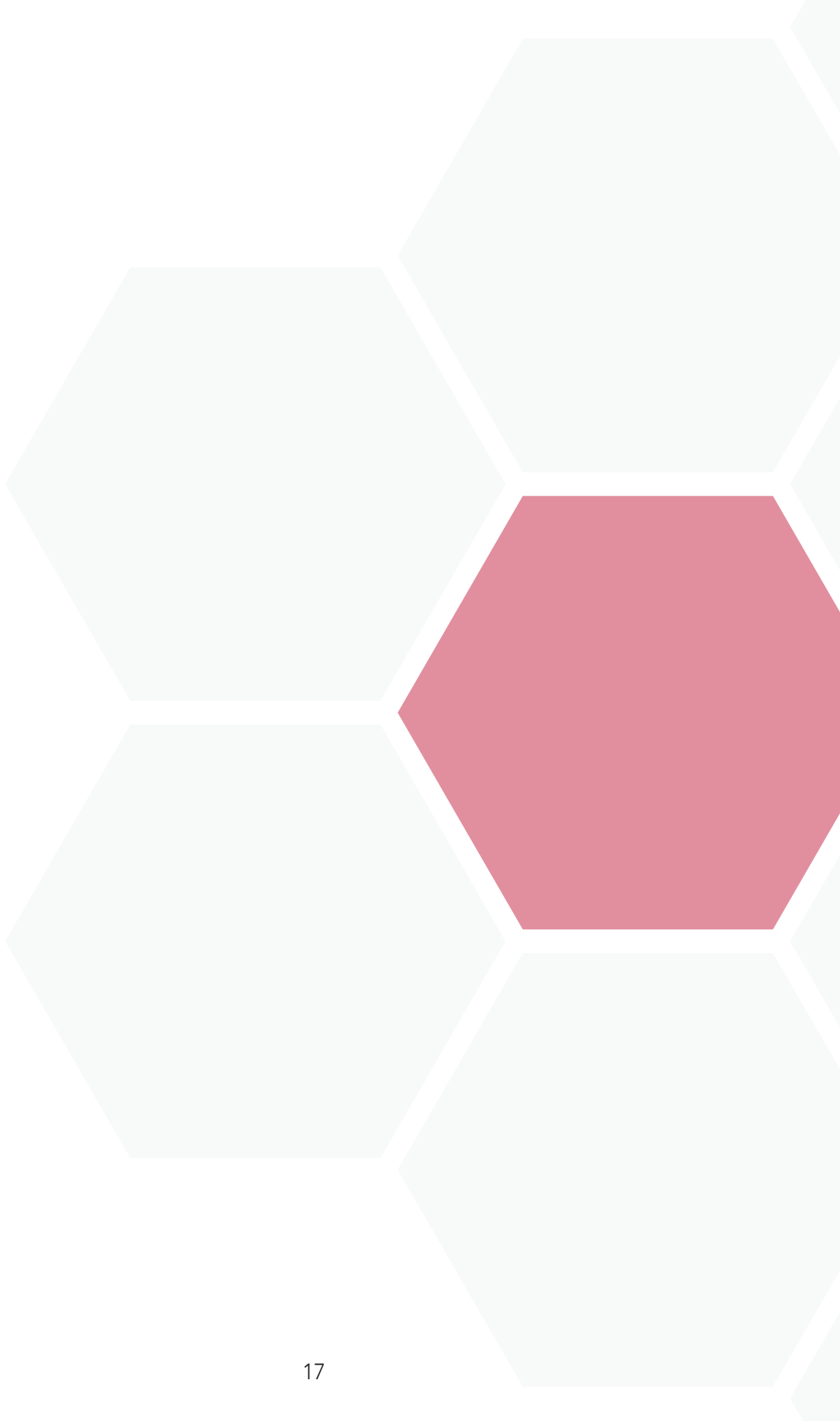
Impatti negativi del settore Moda-Tessile e strategie di mitigazione

La società è consapevole che la propria attività, seppur indirettamente, è connessa a una serie di impatti ambientali e sociali negativi che richiedono un'attenta valutazione e un'azione mirata.

I punti di maggiore attenzione per noi sono:

- **Perdita del savoir faire e delle maestranze del Made in Italy:** L'allontanamento dalle tecniche artigianali e dalla qualità dei materiali, un tempo pilastri dell'industria tessile italiana, ha indebolito la competitività delle aziende, rendendole più vulnerabili alla concorrenza di paesi con costi di produzione inferiori. La scomparsa di queste competenze uniche rischia di impoverire il patrimonio culturale e produttivo del nostro Paese.
- **Diritti dei lavoratori:** Nelle fasi di produzione, spesso localizzate in Paesi con legislazioni meno tutelanti, getta un'ombra sull'intera filiera. Lo sfruttamento del lavoro minorile, le condizioni di lavoro insicure e i salari inadeguati minano la reputazione delle aziende e del Made in Italy.
- **Scarsità delle materie prime:** L'esaurimento di risorse naturali è una tematica preponderante. Molti materiali, come il cotone e la lana, e l'impatto ambientale legato alla loro coltivazione e lavorazione, impongono una profonda riflessione sulle modalità di produzione e consumo. Le aziende devono trovare soluzioni innovative per ridurre l'impatto ambientale e garantire la disponibilità di materie prime nel lungo termine. Inoltre, sono responsabili di un consumo consapevole e dell'utilizzo sapiente di queste al fine di ridurre il più possibile gli sprechi e gli impieghi di prodotti chimici ove possibile.
- **Difficoltà di upcycling per rifiuti tessili:** La produzione di abbigliamento a basso costo e il numero sempre maggiore di collezioni all'anno hanno generato una quantità enorme di rifiuti tessili, che finiscono per saturare le discariche e creare importanti disagi ambientali. La complessità dei tessuti moderni e la mancanza di infrastrutture adeguate rendono difficile il riciclo e il riutilizzo di questi materiali, rappresentando una perdita di risorse preziose.
- **Mancato ricambio generazionale:** La difficoltà a trasmettere il savoir faire delle nostre maestranze alle nuove generazioni e l'attrattività limitata di un settore percepito come poco dinamico e con basse remunerazioni, rischiano di creare un vuoto generazionale e di compromettere il futuro dell'industria tessile italiana.
- **Frammentazione della catena del valore:** Rende difficile tracciare l'origine delle materie prime e garantire la trasparenza dei processi produttivi. Questa frammentazione rende più complesso garantire la qualità dei prodotti e limita la capacità delle aziende di rispondere alle esigenze dei consumatori sempre più attenti alla sostenibilità.
- **Difficoltà di internazionalizzazione delle PMI:** Incontrano difficoltà nell'internazionalizzarsi, a causa delle dimensioni ridotte, della mancanza di risorse finanziarie e della complessità dei mercati esteri. La concorrenza e le barriere commerciali rappresentano ulteriori ostacoli alla loro crescita.

Consapevole degli impatti negativi che caratterizzano la filiera della moda e del tessile, la Società intende promuovere un modello formativo capace di generare valore positivo e duraturo, coltivando nelle nuove generazioni le competenze tecniche e la sensibilità necessarie per affrontare le sfide ambientali e sociali del futuro, e per riportare al centro la qualità e l'etica del Made in Italy.





Gli impegni di Società Benefit

I nostri obiettivi

Accademia HModa ha conseguito lo status di società benefit il 9/02/2023. Questo traguardo ha rafforzato il proprio impegno verso un modello di business più responsabile e sostenibile, che integra la massimizzazione del profitto alla creazione di un valore condivisibile dalla società.

In conformità con quanto previsto dalla Legge n.208 del 28 dicembre 2015 in materia di società benefit, Accademia HModa ha inserito nel proprio oggetto sociale le seguenti finalità di beneficio comune:

- L'approvvigionamento di prodotti da produttori e fornitori che promuovano un'economia più giusta e sostenibile, più etica e responsabile, che rispetta le persone e tutela l'ambiente;
- La promozione ed il sostegno di iniziative a supporto dello sviluppo sostenibile e della tutela dell'ambiente, dell'inclusione e della condivisione sociale, del contrasto alla discriminazione sotto qualsiasi forma, del sostegno delle categorie deboli, della salute e della consapevolezza fisica e mentale;
- Il supporto e la collaborazione con organizzazioni operanti nel rispetto dell'ambiente e delle persone, sostenendo realtà che operano nel settore del volontariato;
- Il supporto alla moda e alle aziende operanti nel settore secondo principi di inclusione e pari opportunità in senso ampio, sostenendo tramite borse di studio o altre forme, stilisti, figure e progetti meritevoli.

L'analisi degli stakeholder, condotta nel 2024, ha permesso di classificare le diverse categorie di soggetti coinvolti in funzione del loro livello di interesse e di influenza sulle attività dell'azienda, consentendo di individuare le priorità strategiche e di definire interventi



mirati, capaci di rispondere in modo efficace alle esigenze di ciascun interlocutore, nel rispetto dei principi di trasparenza e responsabilità.

Contestualmente, nello stato anno, è stata effettuata una valutazione approfondita delle attività e delle iniziative che l'azienda può attuare per migliorare il proprio impatto. Lo studio ha portato alla strutturazione di un piano d'azione articolato, suddiviso in traguardi di breve, medio e lungo termine, supportati da KPI specifici, che ne garantiscono un monitoraggio funzionale.

Questi indicatori rappresentano strumenti fondamentali per misurare l'efficacia delle azioni intraprese, identificare eventuali aree di miglioramento e adattare le strategie in base

ai risultati ottenuti. Ogni KPI è stato associato a un periodo di valutazione della durata di un anno, entro il quale si prevede di raggiungere i traguardi prefissati e di analizzare gli impatti generati dalle attività implementate.

Il processo di definizione degli obiettivi è frutto di un percorso condiviso e partecipativo, che ha coinvolto attivamente tutte le persone che operano nella realtà, ricevendo la validazione del presidente e Amministratore Unico di Accademia HModa, a conferma dell'allineamento strategico degli obiettivi con la visione aziendale.

In linea con gli impegni assunti, Accademia HModa si impegna ad aggiornare periodicamente le strategie future, al fine di perseguire una crescita sostenibile e un miglioramento costante.

A seguire, viene presentato il dettaglio degli obiettivi e delle attività che l'Azienda persegue a partire dal 2024 e i rispettivi indicatori che garantiranno un monitoraggio ottimale dei progressi nel prossimo futuro.

Obiettivo 1. Offrire un percorso di orientamento chiaro e trasparente

Guidare gli studenti nelle loro scelte formative e professionali attraverso un percorso di orientamento completo e accessibile.

Attività	KPIs	Periodo	Stakeholder impattati
Organizzare giornate di orientamento nelle scuole superiori, durante le quali studenti e docenti possono visitare i laboratori dell'Accademia e incontrare professionisti del settore.	- Numero di scuole visitate - Numero di studenti partecipanti - Numero di iscrizioni ai corsi di orientamento	Breve periodo 2025	Enti formativi Settore Tessile Moda
Creare un sito web AHM, con informazioni dettagliate sui corsi, le testimonianze degli ex allievi e le opportunità di carriera.	- Numero di visitatori unici del sito web - Numero di download dei materiali informativi	Breve periodo 2025	Comunità scolastica Comunità locale

Obiettivo 2. Sviluppare partnership con le scuole

Creare collaborazioni strategiche con le scuole, favorendo lo sviluppo di iniziative formative, progetti e attività che coinvolgano gli studenti e ne valorizzino il talento.

Attività	KPIs	Periodo	Stakeholder impattati
Organizzare progetti didattici in collaborazione con le scuole, come concorsi di moda sostenibile o laboratori di prototipazione. Coinvolgimento diretto di scuole medie/superiori tramite la creazione di concorsi che promuovano moda sostenibile	• Numero di progetti realizzati • Numero di studenti coinvolti • Capitale destinato a premi	Medio periodo 2026	Enti formativi Comunità scolastica
Stipulare convenzioni con le scuole superiori per offrire stage e tirocini agli studenti.	• Numero di convenzioni con scuole superiori e numero di stage attivati/ Numero di convenzioni stipulate • Numero di studenti che svolgono stage presso le aziende partner	Medio periodo 2026	Enti formativi Comunità scolastica

Obiettivo 3. Fornire professionisti altamente specializzati

Garantire una formazione sempre aggiornata e in linea con le evoluzioni del settore Moda-Tessile, con l'obiettivo di formare professionisti altamente qualificati e pronti a soddisfare le esigenze del mercato.

Attività	KPIs	Periodo	Stakeholder impattati
Aggiornare costantemente l'offerta formativa, introducendo nuovi corsi e specializzazioni in linea con le ultime tendenze del settore. Erogare formazione in materia di sostenibilità.	• Numero di nuovi corsi attivati • Numero di ore di formazione erogate • % professionisti con n. anni di esperienza (docenti Accademia) • % alunni che trovano lavoro e entro quanto	Breve periodo 2024	Settore Tessile Moda
Invitare esperti del settore a tenere lezioni e workshop, per garantire un aggiornamento continuo delle competenze dei docenti e degli studenti.	• Numero di esperti invitati • Numero di ore di formazione erogate dagli esperti	Medio periodo 2026	Settore Tessile Moda

Obiettivo 4. Creare una rete di contatti

Favorire connessioni strategiche tra studenti, professionisti e aziende, finalizzate a promuovere collaborazioni, opportunità di crescita e scambi di valore nel settore.

Attività	KPIs	Periodo	Stakeholder impattati
Organizzare eventi di networking, come conferenze, sfilate e fiere, per mettere in contatto studenti, docenti, aziende e professionisti del settore.	• Numero di eventi organizzati • Numero di partecipanti	Breve periodo 2025	Settore Tessile Moda
Creare una piattaforma online dedicata al networking, dove gli studenti possono creare il proprio profilo e entrare in contatto con le aziende.	• Numero di utenti registrati • Numero di offerte di lavoro pubblicate	Lungo periodo 2027	Comunità scolastica Settore Tessile Moda

Obiettivo 5. Riduzione dell'impatto ambientale

Mitigare l'impatto ambientale attraverso l'adozione di pratiche meno impattanti, l'ottimizzazione dei processi e l'impegno verso una gestione responsabile delle risorse.

Attività	KPIs	Periodo	Stakeholder impattati
Adottare pratiche sostenibili nei laboratori, utilizzando materiali riciclati e promuovendo il risparmio energetico.	• Quantità di rifiuti differenziati • Misurazione consumo energetico per unità di prodotto (responsabilità energetica) • Quantità di prodotti realizzati con materiali di recupero e donati ad organizzazione benefiche	Breve periodo 2024	Comunità scolastica Comunità locale
Organizzare iniziative di sensibilizzazione alla sostenibilità ambientale, come workshop e seminari.	• Numero di partecipanti alle iniziative • Riduzione delle emissioni di CO2	Breve periodo 2024	Comunità scolastica Comunità locale

Obiettivo 6. Promuovere la diversità e l'inclusione

Favorire la diversità e l'inclusione, creando un ambiente accogliente e rispettoso, in cui le differenze siano valorizzate e tutti abbiano pari opportunità di esprimere il proprio potenziale.

Attività	KPIs	Periodo	Stakeholder impattati
Offrire borse di studio e agevolazioni a studenti provenienti da contesti svantaggiati	• Numero di borse di studio erogate • Percentuale di studenti provenienti da contesti svantaggiati	Lungo periodo 2027	Comunità scolastica Comunità locale
Organizzare eventi e iniziative per promuovere la diversità e l'inclusione nel mondo della moda	• Numero di eventi organizzati • Partecipazione di persone provenienti da diversi background	Lungo periodo 2027	Comunità scolastica Comunità locale Settore Tessile Moda

I nostri progressi

Nel 2025 Accademia HModa ha ulteriormente rafforzato il proprio impegno sul fronte delle collaborazioni e delle sinergie, avviando nuovi progetti insieme a istituti scolastici, università e aziende leader del settore moda. L'offerta formativa è stata potenziata, con particolare attenzione agli impatti delle attività didattiche e produttive e alla necessità di garantire continuità rispetto alle progettualità intraprese nell'anno precedente. Questa strategia ha permesso ad Accademia di consolidare il proprio ruolo come punto di riferimento per la formazione di nuovi talenti, mantenendo un saldo legame tra istruzione tecnica, sostenibilità e innovazione.

Di seguito si intende fornire una panoramica degli obiettivi raggiunti durante il 2025 e i progressi che si sono concretizzati rispetto agli obiettivi tragsuardati l'anno precedente.

Obiettivo: Offrire un percorso di orientamento chiaro e trasparente

Attività	KPIs	Stakeholder	Timing
Organizzare giornate di orientamento nelle scuole superiori, durante le quali studenti e docenti possono visitare i laboratori di Accademia e incontrare professionisti del settore.	- Numero di scuole visitate: 1 - Numero di studenti partecipanti: 14 - Numero di iscrizioni ai corsi di orientamento: 25	Settore Tessile Moda	2025

Durante l'anno è stata organizzata una giornata di orientamento presso l'Istituto Professionale di Stato per l'Industria e l'Artigianato (IPSIA) "Ostilio Ricci" di Fermo. L'iniziativa ha rappresentato un momento di incontro e dialogo con studenti e docenti dell'indirizzo "Calzatura", volto a presentare le opportunità formative e professionali offerte da Accademia.

In prospettiva, si prevede di ampliare le attività di orientamento coinvolgendo altri istituti del territorio, valutando l'introduzione di visite guidate presso la sede di Accademia HModa Calzatura, al fine di offrire agli studenti un'esperienza più diretta e immersiva nel mondo della formazione e del settore calzaturiero.

Stato di avanzamento: 10%

Attività	KPIs	Stakeholder	Timing
Creare un sito web AHM, con informazioni dettagliate sui corsi, le testimonianze degli ex allievi e le opportunità di carriera.	- Numero di visitatori unici del sito web: 0 - Numero di download dei materiali informativi: 0	Comunità scolastica Comunità locale	2025

L'obiettivo non è stato pienamente raggiunto nel corso del 2025. Tuttavia, sono attualmente in corso diverse attività in collaborazione con il dipartimento di Comunicazione della Holding, finalizzate a rendere più accessibile e intuitiva la sezione del sito web di HModa dedicata ad Accademia HModa.

Durante l'anno, inoltre, è stato realizzato un catalogo completo e aggiornato dei corsi e delle progettualità promosse dalla Società, a supporto di una comunicazione più chiara e strutturata delle iniziative formative, che potrà fornire un utile punto di partenza per lo sviluppo di uno spazio online dedicato.

Obiettivo: Sviluppare partnership con le scuole

Attività	KPIs	Stakeholder	Timing
Organizzare progetti didattici in collaborazione con le scuole, come concorsi di moda sostenibile o laboratori di prototipazione. Coinvolgimento diretto di scuole medie/superiori tramite la creazione di concorsi che promuovano moda sostenibile.	Numero di progetti realizzati: 2	Enti formativi Comunità scolastica	2026

Il 2025 ha rappresentato un anno di consolidamento e rafforzamento dell'impegno nel collaborare con il mondo scolastico attraverso il progetto Storie di Futuro, il progetto di orientamento che vede la partecipazione delle figure chiave delle aziende HModa nelle scuole di tutto il territorio.

Nel corso dell'anno si è conclusa la seconda edizione di Storie di Futuro e, in autunno, si è avviata la successiva, che si concluderà nei primi mesi del 2026, coinvolgendo 40 istituti. L'obiettivo di questa nuova edizione è ampliare il coinvolgimento alle scuole secondarie di secondo grado, più vicine al mondo del lavoro.

Obiettivo: Fornire professionisti altamente specializzati

Attività	KPIs	Stakeholder	Timing
Invitare esperti del settore a tenere lezioni e workshop, per garantire un aggiornamento continuo delle competenze dei docenti e degli studenti.	- Numero di esperti invitati: 20 - Numero di aziende partner coinvolte: 4	Settore Tessile-Moda	2026

Nell'ambito dei percorsi formativi promossi presso Accademia HModa Calzatura, viene costantemente valorizzata la collaborazione con professionisti e aziende leader del settore moda e calzatura, con l'obiettivo di arricchire l'offerta didattica attraverso esperienze dirette e momenti di aggiornamento tecnico.

Nel 2025 sono state coinvolte diverse realtà, tra cui Valmor e professionisti di importanti brand del settore, che hanno approfondito i processi di modellieria, le principali fasi tecniche della produzione calzaturiera e i modelli di produzione a isola. Le attività realizzate hanno incluso workshop tematici, sessioni Q&A con gli esperti, testimonianze dirette e visite aziendali volte a favorire un apprendimento esperienziale e concreto.

Obiettivo: Creare una rete di contatti

Attività	KPIs	Stakeholder	Timing
Organizzare eventi di networking, come conferenze, sfilate e fiere, per mettere in contatto studenti, docenti, aziende e professionisti del settore.	• Numero di eventi organizzati: 1 • Numero di studenti partecipanti: 34	Settore Tessile-Moda	2025

Nel 2025 è stata avviata l'iniziativa "Monter la Primer Marche", un progetto realizzato in collaborazione con l'IFM che ha offerto a tre studenti selezionati dall'istituto francese l'opportunità di visitare alcune delle principali sedi del distretto calzaturiero marchigiano e realizzare le calzature da loro disegnate. L'esperienza ha rappresentato un'importante occasione di scambio e di creazione di nuove sinergie tra il mondo accademico e quello produttivo.

Obiettivo: Promuovere la diversità e l'inclusione

Attività	KPIs	Stakeholder	Timing
Offrire borse di studio e agevolazioni a studenti provenienti da contesti svantaggiati.	• Numero di borse di studio erogate; • % studenti provenienti da contesti svantaggiati.	Comunità scolastica Comunità locale	2027

Ad oggi non sono previste borse di studio specifiche per i corsi promossi da Accademia HModa ma si ricorda che tutti i corsi tecnici di Accademia HModa sono gratuiti per gli studenti in quanto finanziati da aziende e fondi pubblici.

Per il 2026, l'azienda ha intenzione di ampliare la propria offerta formativa, aderendo al bando regionale "Avviso pubblico Asse 3 - Inclusione sociale - Obiettivo 4.h(2) (DGR n. 1935/2023)", con l'obiettivo di estendere l'accesso ai corsi anche a categorie particolarmente svantaggiate come disoccupati di lunga durata, persone con disabilità, donne in condizioni di vulnerabilità, migranti e soggetti sottoposti a provvedimenti giudiziari. Questa iniziativa rappresenta una significativa opportunità per rendere più inclusiva la formazione erogata, rafforzando il ruolo sociale di Accademia e favorendo l'inserimento lavorativo di fasce più fragili della popolazione.

Progressivo 2024-2025

Obiettivo: Fornire professionisti altamente specializzati

Attività	KPIs	2024	2025
Aggiornare costantemente l'offerta formativa, introducendo nuovi corsi e specializzazioni in linea con le ultime tendenze del settore.	• Numero di nuovi corsi attivati	2	3
	• Numero di ore di formazione erogate	1200	1600
	• % alunni che trovano lavoro ed entro quanto ³	55%	32% ⁴

Ad oggi, Accademia offre una formazione completa, guidata da esperti con oltre trent'anni di esperienza nel settore calzaturiero. La formazione specialistica si articola in corsi tecnici regionali e percorsi tailor made sviluppati in collaborazione con aziende partner, caratterizzati da un alto valore tecnico e professionale.

Nel 2025 la terza e la quarta edizione del Corso tecnico per il raggiungimento della qualifica di "Addetto alla produzione in serie di calzature" ha visto la partecipazione di un totale di 25 studenti, il 32% dei quali ha trovato lavoro presso le aziende del distretto calzaturiero marchigiano.

Tra i nuovi corsi attivati durante l'anno figura un percorso formativo sviluppato su richiesta diretta del brand. Diversamente dai corsi tecnici realizzati tramite adesione ai bandi regionali, questo programma è stato concepito come un percorso maggiormente verticale, in risposta alle specifiche esigenze del Cliente. Il corso è stato rivolto a studenti precedentemente selezionati dal brand, con la finalità di immediato inserimento lavorativo, raggiungendo un tasso di assunzione pari al 100%.

L'ampliamento dell'offerta formativa, attraverso percorsi sempre più verticali e personalizzati, consente ad Accademia di rafforzare il proprio ruolo di catalizzatore nella crescita di nuovi professionisti del settore e di ampliare il bacino di giovani talenti pronti a entrare nel mondo del lavoro.

Attività	KPIs	2024	2025
Erogare formazione in materia di sostenibilità.	• Numero di lezioni	2	2
	• Numero di ore di formazione erogate	10	8
	• Numero di partecipanti alle iniziative	28	19

In continuità con l'anno precedente, ad ottobre 2025 è stata organizzata una lezione dedicata al tema della sostenibilità, presso la sede di Accademia HModa Calzatura, con un focus particolare su filiera, tracciabilità e responsabilità nel settore moda. L'iniziativa ha permesso di approfondire sfide e opportunità legate allo sviluppo sostenibile, coinvolgendo attivamente studenti e docenti in un percorso di sensibilizzazione e formazione specialistica.

³ Si precisa che i valori percentuali riportati fanno riferimento esclusivamente al corso di "Addetto alla produzione in serie di calzature".

⁴ Si precisa che la percentuale riportata non include gli studenti assunti che hanno partecipato alla quarta edizione del corso, poiché quest'ultima si è conclusa nel febbraio 2026.

Obiettivo: Riduzione dell'impatto ambientale

Attività	KPIs	2024 ⁵	2025
Adottare pratiche sostenibili nei laboratori, utilizzando materiali riciclati e promuovendo il risparmio energetico.	● Quantità di prodotti realizzati con materiali di recupero e donati ad organizzazione benefiche	89 paia	238 paia

Nel 2025, Accademia HModa ha rinnovato il proprio impegno nella promozione dell'economia circolare, attraverso la valorizzazione degli scarti tessili e la collaborazione con enti benefici. L'iniziativa, avviata nel 2024, si è concretizzata nella collaborazione con la Caritas di Fermo, l'organismo pastorale della Conferenza Episcopale Italiana dedicato alla promozione della carità e al sostegno delle persone in difficoltà. In questo contesto, gli studenti di Accademia HModa Calzatura sono stati nuovamente coinvolti nella creazione di calzature realizzate utilizzando gli scarti tessili e destinate all'ente benefico.

Nello specifico, sono state consegnate a Caritas 238 paia di scarpe, sia per uomo che per donna, successivamente distribuite a persone bisognose. Questo progetto non solo ha permesso di dare nuova vita ai materiali di scarto, ma ha anche rappresentato un'occasione concreta per rafforzare il legame con la comunità locale.

Si tratta di un progetto importante e valorizzante che si intende perseguire con continuità negli anni successivi.

KPIs	2024	2025
Consumo energetico	0	5

Attività	KPIs	2024	2025
Organizzare iniziative di sensibilizzazione alla sostenibilità ambientale, come workshop e seminari.	● Riduzione delle emissioni di CO2		100% scope 2 ridotto

Le emissioni Scope 2 market-based si sono azzerate grazie all'approvvigionamento continuativo di energia elettrica interamente coperta da Garanzie d'Origine (GO), che certificano la provenienza da fonti rinnovabili e consentono l'annullamento delle emissioni indirette associate all'elettricità acquistata. In prospettiva, l'azienda intende continuare a consolidare la propria strategia di mitigazione climatica attraverso la progressiva estensione del perimetro di analisi dello Scope 3 e l'implementazione di iniziative volte a ridurre gli impatti residui.

⁵ Il numero si presenta decisamente inferiore a quanto raggiunto nel 2025, in quanto la produzione è stata avviata ed è riferita esclusivamente agli ultimi mesi dell'anno.

SIGGI
the 90.100
44

AHM Accad
HMod

Orientamento

Collaborazioni con le scuole

Collaborazione con IPSIA di Fermo

Nel mese di febbraio 2025 si è svolta, presso l'Istituto Professionale di Stato per l'Industria e l'Artigianato (IPSIA) "Ricci" di Fermo, una giornata di orientamento rivolta agli studenti dell'indirizzo "Calzatura" delle classi che stanno terminando il percorso. La collaborazione è stata promossa da Accademia HModa Calzatura, in collaborazione con il Team Orientamento dell'Istituto.

L'incontro con gli studenti ha rappresentato un'occasione importante per presentare il Gruppo HModa come attore manifatturiero nel settore moda, e valorizzare Accademia HModa come centro di riferimento per la formazione di profili tecnici destinati alle aziende del comparto, facendo conoscere l'offerta formativa dei corsi proposti da Accademia HModa Calzatura.

Questo intervento si colloca nell'ambito delle attività di orientamento e promozione territoriale condotte da Accademia HModa per creare un ponte tra scuola secondaria e formazione specialistica, favorendo l'ingresso qualificato dei giovani nel mondo del lavoro del comparto moda e calzatura.

Durante la giornata, studenti e docenti hanno avuto la possibilità di partecipare a momenti informativi e di confronto sull'offerta didattica dei corsi di Accademia HModa Calzatura, conoscere le competenze tecniche e creative richieste dalle filiere produttive regionali e di approfondire le possibilità di carriera e crescita professionale con esperti del settore e i referenti di Accademia HModa Calzatura.

L'incontro ha rappresentato un'importante occasione per presentare le future attività di orientamento previste presso le aziende del Gruppo, tra cui Valmor e altre realtà partner, con l'obiettivo di favorire uno scambio continuo tra formazione e impresa e una conoscenza diretta dell'ambiente produttivo calzaturiero.

Al termine dell'attività, sono stati raccolti i nominativi degli studenti partecipanti e dei neodiplomati dell'Indirizzo, con l'obiettivo di favorire il placement post-diploma e mantenere un rapporto continuativo di supporto all'orientamento e all'inserimento lavorativo.

Questa sinergia costituisce un modello di transizione scuola-lavoro, che Accademia HModa intende proseguire ed estendere, coinvolgendo nel prossimo futuro ulteriori Istituti professionali e Accademie presenti nel territorio.

Storie di Futuro - Made in Italy

Secondo le dichiarazioni dei più importanti brand del lusso, il comparto moda avrà bisogno di oltre 90.000 tecnici, artigiani e operai entro la fine del decennio. Attualmente, queste risorse non sono presenti e mancano le competenze base per il loro successo nel lungo periodo. Dalla collaborazione tra HModa, La Fabbrica e Accademia HModa collaborano ad un ambizioso progetto di orientamento didattico volto a sensibilizzare gli studenti delle Scuole Secondarie. Il percorso di didattica orientativa è rivolto principalmente alle classi seconde e terze delle scuole secondarie di I grado, affinché gli studenti in procinto di scegliere la specializzazione della scuola superiore siano incentivati ad optare per percorsi affini al mondo della moda. Questo approccio è stato scelto per colmare il divario tra domanda e offerta di figure professionali qualificate, assicurando un ricambio generazionale nelle aziende del settore.

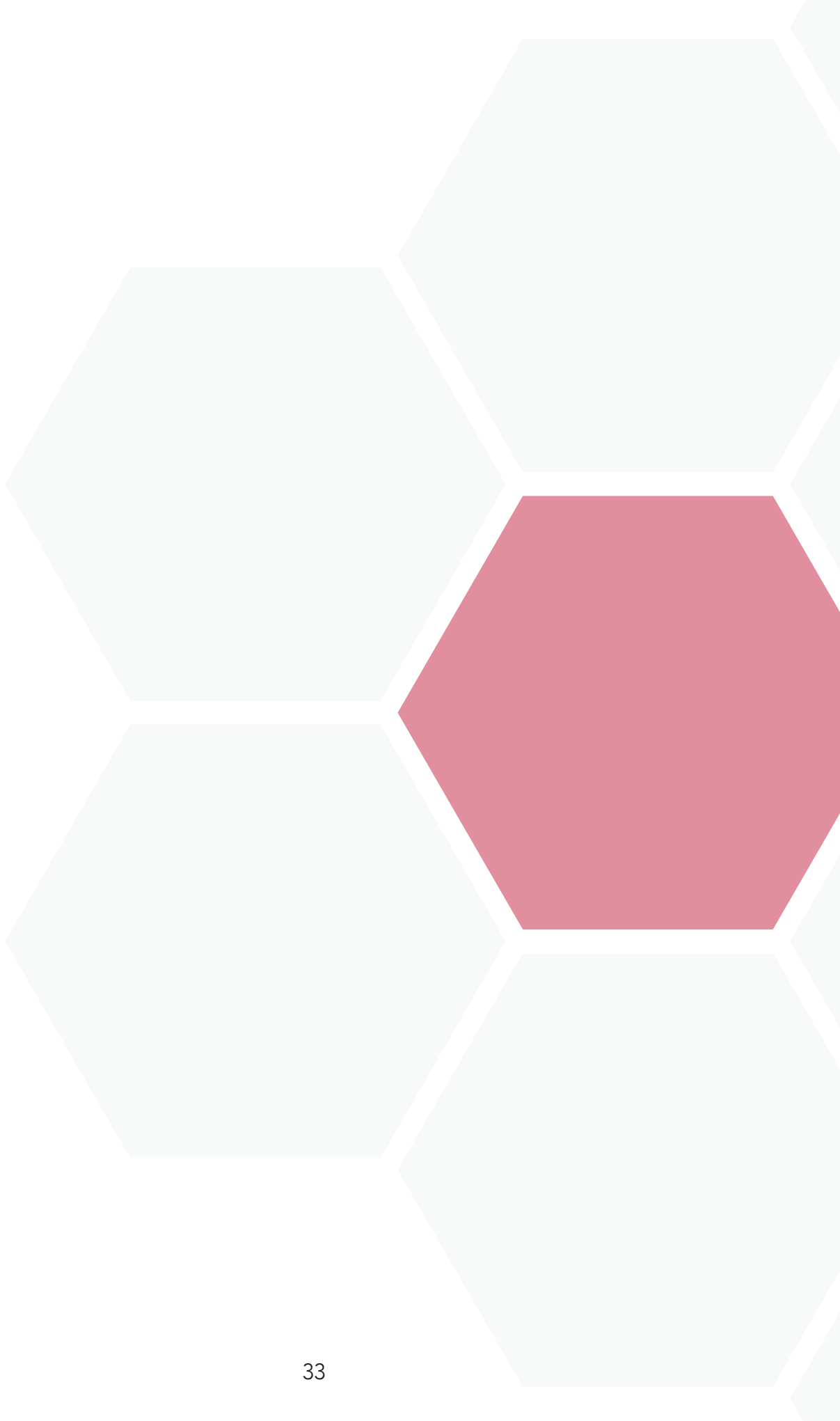
Storie di Futuro mira a sviluppare percorsi di orientamento per le scuole i suoi studenti per far conoscere agli alunni degli istituti il mondo del Made in Italy, attraverso la presentazione delle aziende del Gruppo HModa.

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

L'edizione del 2024, conclusa a gennaio 2025, ha coinvolto 50 scuole medie nelle Regioni in cui operano le principali aziende del Gruppo, in particolare, Toscana, Lombardia, Veneto, Campania, Emilia-Romagna e Marche.

Il progetto ha incluso anche la realizzazione di un concorso di gruppo rivolto alle classi in cui veniva chiesto la realizzazione di un podcast che trattasse del Made in Italy. Il premio per la classe vincitrice è stato la consegna di visori 3D con i quali i ragazzi hanno potuto immergersi in un laboratorio artigianale virtuale, permettendo loro di esplorarlo e di interagire con gli strumenti tipici del laboratorio (tavolo da lavoro, manichino, tessuto ecc.).

Sulla scia del grande successo riscosso dall'ultima edizione, quella prevista per l'anno accademico 2025-2026 prevederà il coinvolgimento di 40 istituti scolastici, suddivisi equamente tra 20 scuole secondarie di primo grado e 20 scuole secondarie di secondo grado. L'obiettivo è ampliare la portata dell'iniziativa, estendendo le attività di orientamento anche agli studenti più prossimi alle scelte formative e professionali. In questo modo, il percorso intende accompagnare i giovani in una riflessione più consapevole sulle proprie aspirazioni, favorendo un dialogo costruttivo tra scuola e mondo del lavoro, e promuovendo una conoscenza diretta delle opportunità offerte dal settore.



Formazione

Accademia HModa

Calzatura

Accademia HModa Calzatura, precedentemente conosciuta come Ente Formativo Calzaturiero, è la sezione regionale di Accademia HModa e propone come offerta formativa percorsi di formazione intensivi ed estensivi dal livello principiante al perfezionamento.

Accademia HModa Calzatura è accreditata dalla regione Marche per la formazione professionale di risorse specializzate nella produzione di calzature di alta gamma, sviluppata attraverso i corsi tecnici.

Nel 2025 si sono concluse la seconda e la terza edizione del corso di formazione professionale gratuito ad occupazione garantita "Addetto alla produzione in serie di calzature", finanziata dalla regione Marche tramite il D.D.S. n. 230/FOAC/2023. Il successo dell'iniziativa è stato confermato dall'avvio della quarta edizione nel mese di settembre.

Il percorso mira a formare figure professionali specializzate, in grado di padroneggiare le fasi principali della produzione calzaturiera, dalla preparazione dei materiali alla lavorazione, dal montaggio delle componenti alla rifinitura finale, eseguendo ogni operazione secondo le specifiche tecniche fornite dai docenti.



 **BRAMAC**
www.bramac.it



Il laboratorio si struttura con una prima parte in comune per tutti gli allievi volta a presentare ed iniziare a far “praticare” tutte le fasi del processo di produzione della calzatura attraverso i seguenti moduli:

- ◆ Made in Italy e Sostenibilità (4 ore)
- ◆ Gestione in sicurezza delle lavorazioni su macchinari e impianti fissi (16 ore)
- ◆ Composizione dello schema di taglio di pellami ed altro materiale (40 ore)
- ◆ Preparazione delle componenti della calzatura (100 ore)
- ◆ Montaggio della calzatura (100 ore)
- ◆ Finissaggio della calzatura (96 ore)

Successivamente, ogni allievo intraprende un percorso individualizzato sulla base delle predisposizioni e aspirazioni identificate e fabbisogno espresso dalle aziende destinatarie.

Il corpo docente è composto da professionisti del settore e specialisti interni ed esterni che si contraddistinguono per l’elevato grado di competenza e la vocazione all’insegnamento.

Le calzature realizzate durante il corso, vengono create utilizzando materiali di scarto, acquisiti da sponsor esterni. In questo modo gli studenti vengono introdotti fin da subito al valore del recupero e del riuso.

Il titolo rilasciato dal corso di formazione, previo superamento dell’esame finale, è l’Attestato di Qualifica Professionale (livello EQF3) di Addetto alla Produzione in Serie di Calzature, che nel 2025 è stato ottenuto da tutti i 28 studenti della seconda e terza edizione del corso.

La portata del progetto formativo si misura anche nell’enorme capacità che quest’ultimo ha nel garantire una formazione integrata, capace di coniugare l’apprendimento all’inserimento lavorativo. Durante l’anno, infatti, il 60% degli studenti che hanno concluso il corso sono stati assunti presso aziende del settore.

Nel 2025, Accademia HModa ha avviato una collaborazione con una prestigiosa maison del lusso per la progettazione ed erogazione di un corso tecnico customizzato. Il percorso formativo, rivolto ai candidati preventivamente selezionati dal brand, è stato interamente affidato ad Accademia HModa che, attraverso Accademia HModa Calzatura, ha strutturato un programma didattico su misura, calibrato sulle specifiche esigenze del Cliente.

Nello specifico, tra maggio e luglio 2025, Accademia HModa ha strutturato un corso di orlatura base di 400 ore, destinato a 15 risorse selezionate per il nuovo sito produttivo della maison. Il percorso formativo è stato progettato per fornire le competenze tecniche fondamentali necessarie all'esecuzione delle operazioni di orlatura, preparando i partecipanti all'inserimento in reparto, in affiancamento, e alla progressiva acquisizione di autonomia operativa.

Questa iniziativa consolida e rafforza il posizionamento di Accademia HModa come partner di riferimento per la formazione e lo sviluppo professionale di giovani talenti.

Accademia Sartoriale Italiana

Nel 2025 Accademia HModa, in collaborazione con due grandi maison del lusso, ha avviato un importante progetto formativo che prende il nome di Accademia Sartoriale Italiana (ASI).

Accademia Sartoriale Italiana si configura come un'iniziativa unica, che si distingue nel panorama italiano per essere il primo corso dedicato alla formazione di nuovi prototipisti specializzati nel ready to wear, in particolare nella produzione di capi maschili sportswear e outerwear.

La prima edizione del corso, inaugurata a marzo, si è tenuta presso la sede di un brand partner del progetto, in provincia di Padova, confermando il ruolo strategico della regione



Veneto quale importante fulcro per la sartoria italiana, e funzionale per poter offrire agli studenti un'esperienza educativa di alto livello in uno dei suoi principali centri.

Il percorso si articola in 320 ore di formazione teorica e pratica condotte da docenti specializzati e professionisti del settore, seguite da un periodo di affiancamento pratico di 288 ore presso le aziende partner, tra cui RBS e Project, aziende del Gruppo HModa. Questa edizione e le prossime in programma, prevedono, inoltre, un importante coinvolgimento di RBS, azienda esperta in modellieria e confezionamento, la quale potrà trasferire ai corsisti il proprio know-how, attraverso il supporto di Accademia HModa, quale punto di riferimento del Gruppo per lo sviluppo di percorsi formativi.



La portata del progetto si manifesta nell'importante opportunità di inserimento lavorativo che offre agli studenti, garantendo che il 70% dei partecipanti possa ottenere un contratto di lavoro presso le aziende partner al termine del percorso. L'obiettivo, infatti, è formare figure operative altamente qualificate nelle mansioni produttive e tecniche, capaci di soddisfare le esigenze delle aziende e di contribuire al rafforzamento della filiera produttiva nel suo complesso.

Craft-Mi

Craft-Mi si configura come un importante progetto formativo, nato dalla collaborazione sinergica tra ITS MITA di Scandicci, Accademia HModa, Beste e la Fondazione PIN del Polo Universitario di Prato. Avviata nel 2024, questa partnership si propone di formare figure tecniche altamente specializzate, capaci di operare con competenza nel settore della moda e del lusso, rispondendo alle crescenti esigenze qualitative del comparto.

Il progetto si è concretizzato nello sviluppo di due percorsi formativi dedicati alla modellistica e alla prototipazione: Luxury Garment Developing and Prototyping (prototipazione)



e Luxury Pattern Making (modellistica). Entrambi i corsi adottano un approccio basato sul "learning by doing", privilegiando l'apprendimento pratico e l'esperienza diretta in contesti produttivi reali. Con una durata complessiva di 1.800 ore (incluse le ore di stage), i percorsi sono stati erogati gratuitamente e hanno coinvolto un totale di 50 studenti.

La collaborazione si è formalizzata attraverso un accordo tra le parti che ha previsto la messa a disposizione degli spazi formativi di Beste, presso Prato, e il coinvolgimento di professionisti del Gruppo HModa come supporto integrativo alle lezioni erogate dal corpo docente di MITA. Questo modello ha consentito di integrare competenze didattiche e know-how manifatturiero, offrendo agli studenti un'esperienza formativa completa e spendibile nel mercato del lavoro.

Nel 2025 si è conclusa con successo la prima edizione dei due corsi. Il traguardo è stato celebrato con un incontro istituzionale alla presenza del Presidente di HModa e delle figure chiave delle istituzioni coinvolte, momento che ha sancito formalmente i risultati raggiunti e il valore della partnership. All'evento hanno partecipato anche gli studenti dei due corsi dell'anno accademico 2024-2025, i quali hanno potuto condividere la propria esperienza e le competenze raggiunte.

Collaborazione con l'Università degli Studi di Macerata

Nel 2025 Accademia HModa ha compiuto un passo importante nel rafforzamento delle proprie collaborazioni istituzionali, attraverso la sottoscrizione di un accordo di collaborazione scientifica con il Dipartimento di Economia e Diritto dell'Università degli Studi di Macerata.

Questa partnership costituisce un tassello fondamentale nella strategia di evoluzione

dell'offerta formativa dell'Accademia, volta a creare un collegamento strutturato tra mondo accademico e realtà produttiva, con particolare attenzione alla valorizzazione del know-how artigianale del distretto calzaturiero marchigiano.

La collaborazione, infatti, nasce con l'obiettivo di integrare competenze teoriche e tecniche per favorire la competitività del territorio e la formazione di profili professionali ad alto valore aggiunto nel settore moda e in quello manifatturiero.

Nel 2025 è stata ufficializzata la collaborazione tra Accademia HModa e l'Università di Macerata, attraverso la stipula e sigla dell'Accordo di rete. Tale accordo permette lo sviluppo di un gruppo di lavoro congiunto, coordinato dalle figure chiave di entrambe le parti e l'avvio delle progettualità concordate che includeranno corsi di formazione e aggiornamento specialistico, stage e percorsi di placement all'interno delle aziende del distretto calzaturiero, partecipazione a bandi di ricerca e sviluppo regionale, ed eventi divulgativi destinati a studenti universitari e neolaureati.

L'iniziativa si inserisce in una più ampia strategia di sviluppo di sinergie formative e di ricerca che mira a promuovere la crescita del capitale umano nella regione, incrementare le opportunità di inserimento professionale e sviluppare moduli didattici innovativi esportabili in altri contesti territoriali, nonché la possibilità di contribuire attivamente alle attività di ricerca accademica.

Accademia HModa France

Nel corso del 2025, si è compiuto un passo significativo nel rafforzamento della presenza formativa sul territorio francese attraverso la costituzione di Accademia HModa France. Questo importante sviluppo segna il passaggio dalle attività didattiche svolte presso lo Showroom&Lab di Parigi alla creazione di un organismo di formazione accreditato, dotato di una struttura autonoma e di una piena legittimazione istituzionale.

La creazione di tale istituzione formativa rappresenta un investimento strategico che testimonia l'impegno della Società nel consolidare la propria missione educativa oltre i confini nazionali. Questa evoluzione intende aprire nuove prospettive per progetti formativi innovativi e collaborazioni solide con scuole, maison del lusso e istituzioni francesi, posizionandosi come punto di riferimento per la trasmissione del savoir-faire italiano e per la creazione di sinergie formative internazionali.

Progetti e collaborazioni con IFM

Dal 2022 Holding Moda collabora con l'Institut Français de la Mode (IFM), una delle istituzioni più prestigiose a livello internazionale nel campo della formazione nei settori della moda, del lusso, del design e del management. L'IFM si distingue per il suo impegno nel promuovere le pari opportunità nel settore della moda, offrendo borse di studio a studenti meritevoli e supportando la ricerca e l'innovazione nella formazione.

L'apertura di questa collaborazione ha rappresentato per Accademia HModa l'opportunità di esplorare nuove prospettive creative e un momento di scambio e crescita, in cui condividere con i giovani talenti i valori che rappresentano il nostro Gruppo. Tale collaborazione si è ulteriormente consolidata con l'ingresso ufficiale di Holding Moda nella Fondazione dell'Institut Français de la Mode (IFM) nel mese di ottobre 2024.



In qualità di partner della Fondazione, Holding Moda contribuisce ogni anno, tramite la propria quota di partecipazione, al finanziamento di borse di studio destinate a studentesse e studenti in condizioni di svantaggio economico o sociale, sostenendone il percorso formativo e promuovendo pari opportunità di accesso all'istruzione.

Con cadenza annuale, Accademia HModa organizza dei workshop intensivi che coinvolgono le aziende del Gruppo, offrendo agli studenti del Master of Arts in Fashion design un'esperienza formativa immersiva e altamente professionalizzante. Per l'anno accademico 2025-2026, le aziende protagoniste dell'attività formativa sono state Rilievi, RBS e Alex&Co.

L'iniziativa si articola in diverse giornate di attività intensive durante le quali gli studenti hanno l'opportunità di interagire direttamente con le realtà produttive del Gruppo Holding Moda. Ciascuna azienda condivide con i giovani designer la propria esperienza, il know-how tecnico e la visione strategica, fornendo una comprensione concreta e approfondita delle dinamiche produttive e

delle sfide che caratterizzano l'industria della moda contemporanea.

Le lezioni prediligono una dimensione pratica. Gli studenti hanno, infatti, la possibilità di progettare e realizzare le proprie creazioni, supportati dalle competenze tecniche e dalle risorse delle aziende partner. In questo modo, possono trasformare le proprie idee in collezioni concrete, sperimentando direttamente i processi produttivi e confrontandosi con i professionisti del settore.

L'iniziativa si conclude l'anno successivo con la partecipazione degli studenti all'inaugurazione della Paris Fashion Week, dove vengono presentati i capi da loro realizzati.

Per la Paris Fashion Week avvenuta nel 2025, Accademia HModa ha voluto valorizzare maggiormente l'impegno verso una progettazione e una produzione più responsabile. In quest'ottica, l'azienda ha collaborato con il dipartimento interno di Sostenibilità della Holding, HPlanet, per una prima misurazione dell'impatto ambientale generato dalla produzione dei capi, ideati dagli studenti dell'anno accademico 2024-2025.



Nello specifico, il progetto ha previsto la realizzazione di un'etichetta, applicabile al capo finito, con riportato un QR code, che desse facile accesso ad una presentazione dell'indumento e ad un breve approfondimento relativo alle emissioni generate e quelle evitate nella sua realizzazione: dal concept creativo alla produzione e al trasporto, considerando i materiali utilizzati.

Questa progettualità pilota è stata estesa a tre studenti selezionati del corso, i quali hanno potuto rendere facilmente fruibile e condivisibile l'impatto generato dai loro capi, attraverso l'etichetta. L'iniziativa riflette la volontà di sensibilizzare e incoraggiare i giovani designer ad integrare le conoscenze apprese sul tema della sostenibilità, fin dalle prime fasi di progettazione.

Monter la Première Marche

Il 2025 ha visto la conclusione di un progetto di grande valore, frutto di un nuovo percorso di collaborazione con l'Institut Français de la Mode: l'iniziativa "Monter la Première Marche", tradotto "Fare il primo passo".

Il nome del progetto ne descrive perfettamente l'obiettivo: incoraggiare i giovani talenti a compiere il primo passo nel mondo della calzatura di lusso, migliorando le proprie capacità creative e competenze tecniche prima del debutto professionale. Si tratta di un'iniziativa pedagogica sperimentale senza precedenti, che ha creato un ponte inedito tra la regione Marche e Parigi, favorendo il dialogo e l'intercomprensione tra gli studenti di Accademia HModa (futuri artigiani della calzatura), e gli studenti del Master of Arts di IFM (designer della calzatura di domani). Un incontro tra l'universo creativo con quello della manifattura artigianale.

A gennaio 2025, i giovani creativi di IFM hanno visitato alcune delle realtà più rappresentative del distretto calzaturiero marchigiano, approfondendo la conoscenza delle tecniche produttive e del savoir-faire artigianale locale. In seguito, ciascuno studente ha avuto

l'opportunità di sviluppare i prototipi delle calzature da loro disegnate.

La realizzazione delle calzature è stata affidata alla Business Unit Calzatura del Gruppo HModa i cui direttori tecnici hanno accompagnato i tre giovani designer in tutte le fasi del processo produttivo - dalla progettazione allo sviluppo del prototipo - contribuendo a tradurre la loro immaginazione e espressività artistica in prodotti di alta manifattura. I modelli realizzati sono stati consegnati a luglio 2025 e sono stati oggetto di valutazione e premiazione presso l'IFM.

Questa iniziativa ha rafforzato significativamente l'intersezione tra design e artigianato, dimostrando come la collaborazione internazionale e il dialogo tra istituzioni formative possano valorizzare il patrimonio produttivo italiano e al contempo offrire ai giovani talenti un'esperienza professionalizzante unica.



Content Index

Dichiarazione d'uso	Accademia Holding Moda SB ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1/01/2025 al 31/12/2025 nella modalità "Referenced with GRI"
Utilizzo GRI 1	GRI 1: Principi Fondamentali 2021

					Aree di valutazione L. 28/12/2015 Art.1 Comma 378-Allegato 5
Standard GRI	Informativa	Dettaglio informativa	Riferimento nel testo		
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-1 Dettagli organizzativi	2-1a, 2-1b, 2-1c, 2-1d	5	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	2-2a	5	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	2-3a, 2-3c	5	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	2-6a	46	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-7 Dipendenti	2-7a	46	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-9 Struttura e composizione della governance	2-9a, 2-9b	46	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2-22a	10	Governo d'impresa	
GRI 2: Informativa Generale 2021	Informativa 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2-29a i, 2-29a ii, 2-29a iii	11	Governo d'impresa	
GRI 3: Temi materiali 2021	Informativa 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	3-1a i, 3-1a ii	11-16	Governo d'impresa	
GRI 302 Energia 2016	Informativa 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	302-1 a, 302-1 b, 302-1 f, 302-1 g	13	Ambiente	
GRI 305 Emissioni 2016	Informativa 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	305-1 a, 305-1 g	13	Ambiente	
	Informativa 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	305-2 a, 305-2 b, 305-2 g	13	Ambiente	
	Informativa 305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	305-3 a, 305-3 g	13-14	Ambiente	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	Informativa 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	405-1a, 405-1b	46	Lavoratori	
GRI 413: Comunità locali 2016	Informativa 413-1 Operazioni con la comunità locale coinvolgimento, valutazioni d'impatto e sviluppo Programmi	413-1 a i	27-41	Altri portatori d'interesse	

Informativa 2-6 a: Attività, catena del valore e altri rapporti di business

La società offre un servizio di formazione, trasmissione e valorizzazione delle competenze del settore moda.

Al 31.12.2025 l'azienda è composta da due dipendenti, che svolgono principalmente attività d'ufficio presso la sede dell'Ente Formativo Calzaturiero delle Marche. Le mansioni dei collaboratori si concentrano su aspetti amministrativi, organizzativi e gestionali, garantendo il coordinamento delle attività aziendali e il supporto ai progetti formativi.

Informativa 2-7 a, b: Dipendenti

Al 31.12.2025, la Società conta due dipendenti, di sesso femminile, operative sul territorio nazionale, nello specifico nella regione Marche. Entrambe le dipendenti sono assunte con contratto a tempo indeterminato. Una risorsa ha un contratto a tempo pieno, l'altra un contratto a tempo parziale.

Informativa 2-9 a, b: Struttura e composizione della governance

La Società è rappresentata da un Amministratore Unico che ne guida le attività. Questa figura è responsabile della gestione strategica e operativa, garantendo il coordinamento delle decisioni aziendali e assicurando il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Informativa 405-1 a, b: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Al 31.12.2025 in azienda è presente un amministratore unico, di sesso maschile, con età compresa tra i 41 e i 50 anni, e da due dipendenti, di sesso femminile, di età compresa tra i 30 e i 50 anni.

